



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

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

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE  
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)  
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

**TEMA:**

**ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL CORRECTO USO Y  
APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD  
DE MILAGRO**

**Autores:** Lavayen Toro Lenny Maribel

Bohorquez Franco Susana Jeanneth

**Tutor:** Choez Ortega David Ulises

**Milagro, diciembre 2018**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

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

Yo, **Lavayen Toro Lenny Maribel** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Sociedad de la información: gestión, medios y tecnología, medios de comunicación** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo 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. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara 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, a los 04 días del mes de diciembre de 2018



**Lavayen Toro Lenny Maribel**

CI: 0928738475

## DERECHOS DE AUTOR

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

Yo, **Bohorquez Franco Susana Jeanneth** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Sociedad de la información: gestión, medios y tecnología, medios de comunicación** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo 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. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara 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, a los 04 días del mes de diciembre de 2018



**Bohorquez Franco Susana Jeanneth**

CI: 0929095933

## **APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Yo, **Choez Ortega David Ulises** en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por los estudiantes **Lavayen Toro Lenny Maribel & Bohorquez Franco Susana Jeanneth**, cuyo tema de trabajo de Titulación es: **Análisis sobre la importancia del correcto uso y aplicación de la comunicación visual en la Ciudad de Milagro**, que aporta a la Línea de Investigación **Sociedad de la información: gestión, medios y tecnología, medios de comunicación** previo a la obtención del Grado de Licenciado en **Diseño Gráfico y Publicidad**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios 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 Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 04 días del mes de diciembre de 2018.



---

**Choez Ortega David Ulises**  
Tutor  
C.I.: 0916837016

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Choez Ortega David Ulises

Gallardo Pérez Newton Antonio

Andrade Sánchez Edison David

Luego de realizar la revisión del Proyecto de investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de Licenciada en Diseño Gráfico y Publicidad presentado por el /la señor (a/ita) Lavayen Toro Lenny Maribel.

Con el tema de trabajo de Titulación: Análisis sobre la importancia del correcto uso y aplicación de la comunicación visual en la Ciudad de Milagro.




Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[78,33]
Defensa oral	[18,67]
Total	[ 97 ]

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

Fecha: 04 de diciembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Choez Ortega David Ulises	
Secretario /a	Andrade Sánchez Edison David	
Integrante	Gallardo Pérez Newton Antonio	



## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Choez Ortega David Ulises

Gallardo Pérez Newton Antonio

Andrade Sánchez Edison David

Luego de realizar la revisión del Proyecto de investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de **Licenciada en Diseño Gráfico y Publicidad** presentado por el /la señor (a/ita) **Bohorquez Franco Susana Jeanneth**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **Análisis sobre la importancia del correcto uso y aplicación de la comunicación visual en la Cuidad de Milagro.**




Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[78,33]
Defensa oral	[ 18 ]
Total	[96,33]

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

Fecha: 04 de diciembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Choez Ortega David Ulises	
Secretario /a	Andrade Sánchez Edison David	
Integrante	Gallardo Pérez Newton Antonio	

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser uno de los pilares fundamentales, el cual me lleno de sabiduría, entendimiento, conocimiento y sobre todo me dio la fuerza para proseguir esta meta y cumplirla profesionalmente.

A mis padres, hermanos y sobrinos por su apoyo incondicional, los cuales con su amor, cariño y comprensión han sabido luchar de manera conjunta, afectiva y económica para poder cumplir un sueño más en mi vida, cada uno de sus consejos y ánimos que me fueron de mucha ayuda durante la etapa del Proceso de titulación. A cada uno de mis tíos y primos quienes también formaron parte de este gran logro. A los pastores que Dios me ha puesto en la congregación y a cada uno de los hermanos en Cristo por cada una de sus oraciones que permitieron que este logro se cumpliera.

A cada uno de los docentes quienes nos brindaron sus conocimientos, experiencia y afecto durante los años de la carrera profesional.

**Lenny Maribel Lavayen Toro**

El esfuerzo de algunos años en el que no faltaron las noches de insomnio, este proyecto se lo dedico a las personas más importantes en mi vida que, con sus consejos y apoyo he logrado avanzar en este largo camino, preparándome para tener un buen futuro. A Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mi convivir diario; a mis padres por ser los guías en el sendero de cada acto que realizo hoy, mañana y siempre; a mis hermanas, por ser el incentivo para seguir adelante con este objetivo, a mis maestros por entregarme sus conocimientos para realizar los propósitos que tengo en mente, también dedicado a mi país al que voy a servir en mis nuevas condiciones de profesional.

**Susana Bohorquez Franco**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por cada una de sus más ricas bendiciones, una de ellas es por darme la oportunidad de vivir y Glorificar su nombre mediante la obtención de este título profesional. A mis padres por ser los mentores en cumplir una meta más en mi vida, por su apoyo incondicional y estar en esos momentos tan difíciles cuando me llenaron de esas palabras de ánimos y aliento que me ayudaron luchando por cada uno de mis objetivos. A mis hermanos por el cariño, afecto y sobretodo de su ayuda tanto física como económica en todo momento. Mi familia es ese motor de arranque que me impulso a culminar con éxito esta etapa de mi vida.

A cada uno de los docentes que inculcaron saberes aportando con sus conocimientos en las aulas de clases y nos incentivaron a culminar con éxito dicha carrera, agradezco al tutor de este trabajo investigativo que apporto sus conocimientos y fue guía en este proceso y a cada uno de mis amigos.

**Lenny Lavayen Toro**

Agradezco a Dios porque me está dando la oportunidad de seguir viviendo para poder cumplir todas mis metas, también a mis padres porque me dieron la vida y me inculcaron todos los valores que poseo, me enseñaron que nunca debo rendirme y a seguir luchando por mis objetivos, a mis hermanas que, aunque a veces discutamos, ellos siempre estarán ahí conmigo apoyándome.

Agradezco a mis profesores que desde la escuela me inculcaron el amor al estudio y me mostraron el camino que debía seguir para llegar a ser una gran profesional, y agradezco mucho a mis amigos que aceptaron mi forma de ser y me dijeron que siempre podré confiar en ellos.

**¡GRACIAS POR GUIARME PARA SEGUIR CRECIENDO!!**

**Susana Bohorquez Franco**



## ÍNDICE GENERAL

DERECHO DE AUTOR .....	ii
DERECHO DE AUTOR .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
ÍNDICE GENERAL .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
RESUMEN .....	12
ABSTRACT .....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
CAPÍTULO I .....	16
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	16
TEMA .....	16
1.1.- DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
1.2.1 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
1.3 OBJETIVOS .....	18
1.3.1 OBJETIVO GENERAL .....	18
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	18
1.4.- JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
CAPÍTULO II .....	19
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	19
2.1. Antecedentes de la Investigación .....	20
2.1.1 Diseño, Comunicación y Lenguaje .....	20
2.1.2 Diseño de Comunicación Visual .....	23
2.1.3 Comunicación Gráfica .....	24
2.2. Bases Teóricas .....	26
2.2.1 Pensamiento visual .....	26
2.2.2 El lenguaje visual .....	26

2.2.2.1 La gramática visual .....	26
2.2.2.2 El acto comunicativo .....	26
2.2.3 Imagen .....	27
CAPÍTULO III .....	27
METODOLOGÍA.....	27
3.1 Tipo y Métodos de Investigación.....	28
3.1.1. Tipos de investigación.....	28
3.2 Población y Muestra .....	29
3.2.1 Población.....	29
La población motivo de esta investigación es de 150 habitantes de la Ciudad de Milagro.....	29
3.2.2 Muestra.....	29
Tamaño de la muestra .....	29
3.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	30
3.3.1 Técnicas.....	30
3.4 Análisis e interpretación de los resultados.....	30
CAPÍTULO IV .....	41
DESARROLLO DEL TEMA.....	41
4.1 Características de la comunicación visual .....	41
4.2 Elementos.....	41
4.3 Funciones y uso de la comunicación visual.....	42
4.4 Otros elementos .....	42
CONCLUSIONES.....	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	44
ANEXOS.....	45

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Sexo .....	30
Gráfico 2. Comunicación.....	31
Gráfico 3. Importancia de la Comunicación.....	32
Gráfico 4. Comunicación Visual .....	33
Gráfico 5. Como se emplea la comunicación .....	34
Gráfico 6. Elementos y parámetros de la Comunicación Visual.....	35
Gráfico 7. Características de la comunicación visual.....	36
Gráfico 8. Aplicación de la Comunicación Visual .....	37
Gráfico 9. Percepción del consiente humano .....	38
Gráfico 10. Comunicación Visual en Milagro .....	39
Gráfico 11. Interés de la Comunicación Visual.....	40

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	30
Tabla 2 .....	31
Tabla 3 .....	32
Tabla 4 .....	33
Tabla 5 .....	34
Tabla 6 .....	35
Tabla 7 .....	36
Tabla 8 .....	37
Tabla 9 .....	38
Tabla 10 .....	39
Tabla 11 .....	40

# **ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL CORRECTO USO Y APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO**

## **RESUMEN**

El objetivo principal de este trabajo investigativo es el de analizar la importancia de la Comunicación Visual, su correcto uso y aplicación en la Ciudad de Milagro, al plantearse algunas interrogantes en esta investigación permitió conocer sobre el tema. La recopilación de información se la realizo mediante técnicas e instrumentos de estudio como entrevistas, la cual se le realizo a 2 profesionales y encuetas, la misma que se le realizo a 150 habitantes de la ciudad, que sirvieron para mantener contacto directo con la población a investigar; luego de haber analizado los resultados mediante la recopilación de datos y levantamiento de información, se pudo observar que la comunicación en general es importante, pero al momento de averiguar sobre la comunicación visual, se observó un déficit de desconocimiento del tema en la ciudad de Milagro. La importancia de la comunicación visual cumple un rol muy importante en la sociedad, ya que esta nos ayuda en el estudio del pensamiento visual, lenguaje visual, gramática Visual, el acto comunicativo y la imagen. Además, cada uno de estos aporta con las características, funciones, uso, parámetros y otros elementos como la marca, el símbolo y el signo en la comunicación visual.

**PALABRAS CLAVE: Comunicación Visual, Pensamiento visual, Lenguaje visual, Gramática visual e imagen.**

# **ANALYSIS OF THE IMPORTANCE OF THE CORRECT USE AND APPLICATION OF VISUAL COMMUNICATION IN THE CITY OF MILAGRO.**

## **ABSTRACT**

The main objective of this research work is to analyze the importance of visual Communication, its correct use and application in the City of Milagro, by raising some questions in this research allowed to know about the subject. The collection of information was done through techniques and study instruments such as interviews, which was conducted to 2 professionals and surveys, the same as was done to 150 inhabitants of the city, which served to maintain direct contact with the population to investigate, after having analyzed the results through data collection and information gathering, it was observed that communication in general is important, but at the time of finding out about visual communication, there was a deficit of ignorance of the subject in the city of Milagro. The importance of visual communication plays a very important role in society, since it helps in the study of visual thinking, visual language, visual grammar, the communicative act and image. In addition, each of these contributes with the characteristics, functions, use, parameters and other elements such as the Brand, the symbol and sign in the visual communication.

**KEY WORDS: Visual Communication, Visual Thinking, Visual Language, Visual Grammar and image.**



## INTRODUCCIÓN

Este proyecto implica las siguientes características de la comunicación visual cómo ha evolucionado y el lineamiento que existe entre comunicación visual, comunicación gráfica y el lenguaje visual. Nos despeja de la gran problemática que hay entre diseño, comunicación y lenguaje. Su evolución de forma comunicativa que ha ido adquiriendo en el avance de los años el despliegue socioeconómico, y su impacto ante la sociedad.

La comunicación visual a través de la historia del ser humano se inicia desde las cavernas cuando estas imágenes comunicaban las costumbres y creencias de aquella época (pinturas rupestres), hasta llegar a la actualidad con el avance tecnología que vivimos día a día, la forma de comunicar visualmente esta en todo lo que nos rodea (imágenes, signos, símbolos, entre otros), el origen se encuentra ligada estrechamente con el diseño gráfico, pero años después trasciende y genera una amplia gama de conocimientos que le permitieron destacarse como una materia independiente de la historia del arte.

De acuerdo investigaciones generadas por países europeos en donde la comunicación visual se destacó varios historiadores Gropius Walter desempeñaron diseño, arte, arquitectura fortaleciendo las destrezas de la comunicación visual de tal manera que, en la actualidad los países latino americanos tales como: Argentina, enfoca gran parte del diseño gráfico en el recurso visual considerándose una herramienta, dentro de nuestro país también provoca incidencias. Ecuador presenta mayor incidencia visual en ciudades con gran cantidad de habitantes como: Quito, Cuenca y Guayaquil; hasta que la comunicación visual se implementó en el Ciudad Milagro, el objetivo es analizar la importancia de la Comunicación Visual, su correcto uso y aplicación en la sociedad.

El presente proyecto está dividido en cinco capítulos que son los siguientes:

Capítulo I, está orientado en la descripción del problema a estudiar “Análisis sobre la importancia del correcto uso y aplicación de la comunicación visual en la Ciudad de Milagro”, los objetivos los cuales permitirán dar importancia y mayor peso dicha investigación.

Capítulo II, se encuentra basado en la descripción del marco teórico conceptual con su respectivo antecedente histórico y definiciones que da un aporte fundamental en la investigación.

Capítulo III, describe la metodología usada, el tipo y técnicas aplicada en la investigación.

Capítulo IV, presenta el desarrollo del tema donde explica la importancia de la comunicación visual, elementos, características, funciones y uso, características, y aplicación, el cual aportara a la comunidad, mediante esta investigación descriptiva documental.

Conclusiones, muestra el cumplimiento de todo lo investigado del tema: Análisis sobre la importancia del correcto uso y aplicación de la comunicación visual en la Ciudad de Milagro.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### TEMA

Análisis sobre la importancia del correcto uso y aplicación de la comunicación visual en la Ciudad de Milagro.

### 1.1.- DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La presente investigación se desarrolla en el cantón Milagro perteneciente a la provincia de las guayas, Ecuador 2018. Los inicios de la comunicación visual, ha existido una conexión con la comunicación como tal, desde hace muchos años atrás se podría decir que con ello se ha realizado todas las actividades del hombre, su proceso y el desarrollo social, es considerado como un elemento de supervivencia ya que posee y trasmite un mensaje claro y preciso.

Desde el origen del ser humano ha buscado la manera de comunicarse en su entorno y esto se ha dado gracias a la comunicación, elementos visuales como icono, signos y símbolos, además de elementos semióticos, que son utilizados hasta la actualidad. Si trascurrimos a tiempos pasados su medio de comunicación eran las pinturas rupestres, años después por jeroglíficos y pictogramas posteriormente fue manuscritos iluminados y el descubrimiento de la imprenta Gutenberg en Europa seguidamente de la industrialización y el modernismo que surgió en el siglo XIX arte y oficio “El Art Nouveau” este fue el denominó que se le dio a la nueva arte, apporto mucho ya que contribuyo dándole una mayor armonía al orden visual. En 1930 surge el cambio de estilo gráfico que fue necesario, se propone una distinción más versátil y geométrico dándole el crecimiento veloz y masivo a los historiadores sobre el cambio de estética, esta actividad ayuda a perfeccionar la comunicación visual es la forma que se le atribuye, años más tarde finiquito, su equivalente que era más legible y fácil de interpretar.

Al indagar en la historia del diseño gráfico en Latinoamérica la llegada de esta disciplina a este continente fue gracias al trabajo y al talento de distintas personalidades del diseño, conoedores de Europa quienes ayudaron a forjar esta profesión de la comunicación visual,

la primera se dio por la Bauhaus (escuela de diseño, arte, arquitectura y artesanía el creador fue Gropius Walter en 1919).

Los orígenes de la comunicación visual están estrechamente relacionados con la historia del diseño gráfico, pero en 1971 fue publicado el primer libro donde hace referencia de donde surge la comunicación visual como una materia totalmente independiente de la historia del arte. Müller Brockmann podemos decir que una forma viable que define la comunicación visual dentro del diseño, es una persistente búsqueda de claridad y simplicidad, de manera que el mensaje llegue al espectador de una forma entendible y efectiva.

Desde el aspecto visual en la práctica es importante la implementación de elementos visuales dentro del campo de la comunicación y publicidad, que determinar y suma nuevos caminos a un desarrollo productivo de una empresa o producto. El concepto de marca, identidad corporativa e imagen es precisamente lo que hace resaltar y diferenciar una empresa de otra. El avance de la tecnología ha ayudado a nivel de profesionalismo al diseño gráfico, dándole facilidad mediante herramientas y programas que lleva a poder plasmar las ideas creativas a través de composiciones de elementos predeterminados como es el trazo: el punto, la línea, el color y la armonía.

La comunicación visual encierra otro término sobre identidad corporativa así mismo que hace usos de elementos gráficos. En otro ámbito la comunicación visual tiene otros elementos para llegar al cliente como lo es; el logotipo, isotipo, isologotipos e imagotipo entre otros, que son los identificadores de un producto, empresa u organización.

Investigadores como Frascara, Meurer y Toorn consideran que para transmitir un excelente mensaje suministra su fuerza a la comunicación conlleva a una expansión de indagación visual del público le da un mayor empuje a la relación simbólica entre forma y contenido, le da un mayor realce y experiencia visual al público espectador; forma una fuerza simbólica que tiene la forma y el contenido, una guía al acto visual en términos de jerarquía y secuencia; genera placer al objetivo ético; evoca una sensación de respeto por la habilidad e indagación del autor y poder conectar al espectador con valores culturales que trascienden la estricta función operativa del diseño. (Estupiñán Villanueva, 2018)

Cuando no se trasmite correctamente la comunicación visual dentro de los campos que se desempeña puede crear conflictos que alterara de una forma negativa lo que se quiere comunicar y no se proyectara forma efectiva.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es la importancia de la comunicación visual dentro del consiente colectivo, la aplicación y su uso en el Ciudad Milagro?

### **1.2.1 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son los parámetros y características que se implementan en la Comunicación Visual?

¿Cuál es el uso y aplicación de la Comunicación Visual dentro de la Ciudad Milagro?

¿Cómo es el desarrollo de la comunicación visual y su aplicación en la Ciudad de Milagro?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Analizar la importancia de la Comunicación Visual, su correcto uso y aplicación en la Ciudad de Milagro.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar los parámetros y características de la Comunicación Visual.
- Investigar el uso y aplicación de la comunicación Visual dentro de la Ciudad de Milagro.
- Identificar el desarrollo de la comunicación visual y su aplicación en la Ciudad de Milagro.

## **1.4.- JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

En la actualidad el conocimiento se ha consolidado en una de las fases más significativas en el tema de la comunicación visual, esta influencia de información en manera general ha

hecho cambios trascendentales a la hora de comunicarse los seres humanos, desde la manera de pensar, sentir, describir algo, representar una idea, expresar sentimientos, cambiar la opinión de alguien o algo mediante la observación a simple vista; sin olvidar también que alguno de los recursos importantes como la educación, el entorno cultural y comercial nos ayudan de manera efectiva a la sociedad. Este trabajo se enfoca en el análisis de la importancia del correcto uso y aplicación de la comunicación visual, con el propósito de analizar, cada uno de los conceptos que nos relacionan con el tema y dar un aporte fundamental a la comunidad Milagreña.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**



## **2.1. Antecedentes de la Investigación**

En la actualidad en el mundo que nos encontramos estamos rodeados por las imágenes que son preliminares, su información que nos brinda al televidente es muy importante tales que las presentan en formatos, mediante medios masivos y en la actualidad se lo difunde por el internet. las imágenes que son proyectas algunas no son comprendidas ni entendidas de la forma que se las quiere transmitir por lo tanto esto tiene una complejidad que afecta en la decisión adecuada o correcta que se tome, por ende es importante y esencial si se quiere transmitir un mensaje eficaz y con claridad pues tenga un excelente dominio del lenguaje visual, así como se da en lo empresaria, para comunicar de forma directa, sencilla y que sea fácil de entender el diseñador gráfico tiene que comunicar de forma equilibrada.

Es de vital importancia para poder acercarse al público y llegar de una manera directa es la comunicación visual y gráfica que a su vez ambas generan polémicas entre ellas sus diferencias e independencia de cada una de ellas, ya que el cerebro del ser humano esta proclive de primero captar una imagen antes que una palabra, este punto es vital de tomarlo en cuenta a la hora de realizar una compañía ya que la puede llevar a la cúspide o a su vez al declive, por ello se hace énfasis en el conocimiento vital que se le debe de dar a una imagen, por lo tanto los empresarios se están acercando a aquellos conocimientos para lograr un mejor rendimiento y el funcionamiento que perdurara. (Rafael Pérez Uribe, 2014)

### **2.1.1 Diseño, Comunicación y Lenguaje**

La problemática que existe entre diseño, comunicación y lenguaje, se divide de a popularidad que se que se realiza en vanguardias tanto artísticas como política relacionado el lenguaje que se dio a principios del siglo XX para obtener una primera rigidez moderna entre el lenguaje y comunicación. Asimismo tenemos la investigación de Bauhuaus que nos crea una comparación entre comunicación y diseño; en esto tenemos como primera parte, a medida que se avanza el texto llegaremos hacia los problemas comunicacionales que se han presentado en la posguerra de este forma el diseño toma enfoque y asimila la comunicación cibernética que nos rodea en la actualidad, en las últimas décadas ha operado los términos comunicacionales que es proyectado hacía en que se encuentra situado el diseño(Devalle, 2012).

Gran parte de la historia del diseño gráfico está ligado con el arte y la ilustración, y a su vez la ilustración ha servido como complemento narrativo en manuscritos y libros desde documentos ilustrados antiguos (libro egipcio del papyrus, el libro de los celtas, los escritos chinos, la narrativa griega y romana) hasta la documentación de escritos de la edad media al renacimiento y los tiempos modernos. La ilustración y el diseño deben realizar una función basada en razones definidas de existencia.

Según Milton Glaser el diseño debe comunicar una información basada en los conocimientos previos de un público que reclama unas exigencias definidas del objeto del diseño. El diseño en la actualidad es una herramienta básica del engranaje para la movilización de la industria moderna, la tecnología y globalización del comercio. Escuelas del diseño como el constructivismo, cartelismo, la bauhaus y minimalismo hace parte de estos procesos inacabados en la búsqueda de nuevas alternativas de comunicación gráfica y publicitaria.

Se entiende el diseño como un plan a la atribución de configuración de una obra de modo formal, planteado en un sistema visual y audio visual, tanto como bidimensional y tridimensional.

Este medio de expresión y creación perdurable, inconclusa, en permanente proceso de desarrollo, pero ninguno de estos formatos tiene que tener la última palabra en cuanto a las características y tendencias que se dan en la actualidad. El diseño se da de una forma determinada que traduce en un producto que no fue concluido. La palabra diseño pues proviene de un anglicismo de: desing, su significado es plan mental, proyecto y programa. La idea es definida mediante la proyección de hechos de formas resultantes, que salen a relucir por medio de un plan, un programa y una estrategia que cumple los objetivos adecuados y precisos.

La solución de problemas es fundamentados para justificar la existencia del diseño dentro del campo de la comunicación, pueden existir muchas formas pero la más recomendada de cómo llegar a solucionarlos, para esto podemos tener como estrategia el desarrollo de un plan mental, basándose en el manejo de herramientas, hasta alcanzar a la creación final, una sola expresión está basada en la forma, estética y función. Todo el mensaje que puede y a la vez no puede hacer una publicidad. Publicidad proviene de la palabra publicar, advertir, informar y persuadir.

Una gran revolución que ha causado la combinación de publicidad y diseño en la forma de comunicar. Al indagar en la publicidad todos llegamos al mismo punto de conectores de expresar nuestro punto de vistas y juicios respecto a los buenos y malos anuncios. Se puede llegar a pensar que en una sola campaña se puede vender varios productos pero esto es un pensar erróneo esto llega a pasar cuando el anunciante no está técnicamente preparado, puede estar equivocado. (Soto, 2014)

Esta investigación presentan la sagas cinematográficas de películas, que tiene la comunicación visual en la actualidad es algo que se va extendiendo por el tiempo para transmitir un tipo de mensaje, en el último medio siglo la cultura de distintas generaciones ha llevado a estrenar más 95 sagas en los años 1960 y 2016. La saga tiene que tener al menos 6 piezas de cartelera por ende se ha reducido a 19 que es un objeto de estudio, lo que se interpreta de la metodología que analiza el trabajo de las sagas que concluyen con una gama cromática y escenarios similares, para que un personaje pueda ser resaltado se lo coloca en un primer plano y por esto cobra protagonismo el star system, se vale recalcar que para realizar cada cartelera es viable utilizar los colores, tipográfica a propia para así poder cautivar al espectador es una de las limitadas culturas visuales que pasa hoy en día las carteleras. (Montes & Marta, 2017)

Para poder ver la forma cognitiva de las dimensiones, esto lleva a realizar un esfuerzo mental que logre observar con detalles la nitidez y calidez del objeto visual a presentar, estamos rodeados por un mundo donde nosotros mismos lo hemos moldeado y transformado dándole énfasis la comunicación visual por ello el entorno visual es el mejor maestro para una organización, empresa o producto para poder reconocerlo e identificarlos como los seres humanos somos personas pensantes memorizamos los objetos de acuerdo a su forma ya sea interna o externa. El cerebro se divide en tres partes muy importantes como son: reptiliano, límbico, neocortex dentro del campo de la neurociencia por aquello tenemos neocortex es una gran parte del cerebro que nos permite el aprendizaje de carácter visual, así mismo se recepta el mensaje visual en tres niveles:

Nivel representacional, retiniano límbico neo córtex. Aquello que vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia.

Nivel abstracto (abstractamente): cualidad genérica de un hecho visual reducido a sus componentes visuales y por los significados emocionales en la construcción del mensaje.

Nivel simbólico (simbólicamente): El amplio universo de los sistemas de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que describe un significado. Estos términos se mantienen siempre interconectados con la comunicación.

El modo visual son todos los datos que están situados en el cuerpo de niveles las cuales tienen utilidades diferentes, a las más elevadas expresiones que conforman parte del mundo del arte, que puede realizar una simple pregunta donde su respuesta abarca una extensa actividad, funciones, actividades y actitudes como observar, visualizar, descubrir, comprender, contemplar, reconocer, examinar y leer. Exponer el pensamiento que se da de forma inductiva pero también deductiva.

En una gran parte del universo el reconocimiento directo de experiencia de la visión. Comprender de una forma diferente la diferencia de cada apreciación y visualización de la comunicación visual sus objetos y componentes esenciales.

Los elementos visuales está conformado por sustancias básicas de todo lo que nos rodea y podemos ver como: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento, son pocos pero son los principales de la materia prima de aquella información visual que tiene formas de combinaciones selectivas para tener una mayor comprensión de lenguaje de los elementos visuales, para analizar uno por uno y así tener de manera específica la claridad de comprender el mensaje a transmitir.

El punto: Es el más importante y simple de la unidad de la comunicación visual. el punto tiene una fuerza visual de atracción ante el ojo del ser humano.

La alfabetización visual es la manera de comprender y entender el significado de lo proyectado en forma visual, es más ya de lo que el ojo humano puede observar.

La definición de una persona verbalmente alfabetizada es aquella que aprende a leer y escribir por lo tanto se le puede codificar como una persona totalmente culta pero en la alfabetización visual es la experiencia compartida que se da en una información suministrada (Benitez, 2015)

### **2.1.2 Diseño de Comunicación Visual**

El Diseño de Comunicación Visual la mayoría de las publicidades que se realizan con el diseño son de carácter visual, como lo es; catálogos, revistas y anuarios que son relajados

por los diseñadores, para que esta pieza pueda hablar por si sola pues se realiza una ejecución de proceso creativo, así quedan idas importantes ocultas que solo el autor puede esclarecerlas, pues el diseñador siempre va por la parte que es más dicta al mercado como las tendencias que en la actualidad se dan para que el espectador se le pueda hacer más fácil de captar el mensaje que se quiera transmitir de forma adecuada (Gamonal Arroyo, 2014)

Si es bien saber que la comunicación visual y grafica más que ir ligada una de otra pues una es el completo de la otra ya que la comunicación gráfica es el proceso de transmitir un mensaje por medio de imágenes visuales ya que las imágenes son elementos fundamentales dentro de la comunicación visual es una superficie plana se realizan dos tipos de imágenes: símbolos visuales como ilustraciones (Alba, 1990). Sin embargo Bruno Munari (1976), dice que las imágenes son mucho más de eso, que no solo son simple superficies plana ni que se encuentran limitadas en dos tipos de imágenes, para el tanto como la comunicación gráfica y visual abarca todo lo que se pueda ver y observar la diferencia está en cuando se proyecta imágenes intencionales o casuales, pero si dice que la comunicación visual y grafica están ligadas de una forma esencial porque la comunicación gráfica tiene que estar conformada por un mensaje visual que actúa en nuestros sentidos forma parte de la gran familia de los mensajes. Tenemos otra definición de acuerdo al autor Acaso (2010), la expresa en este texto que es un sistema de transmitir señales cuyo código es el lenguaje visual, él tiene otra perspectiva pero que igualmente incluye a la comunicación visual y grafica como algo esencial del lenguaje visual(Ferrer & Gómez, 2012).

Puede decirse como el clasificación, estructura y composición de formas, figuras, imágenes y textos que permiten una método razonamiento entre las mismas (Devalle, 2012).

### **2.1.3 Comunicación Gráfica**

La comunicación gráfica tiene como código especificado al lenguaje visual de la comunicación visual, Carmen del Alba (1990), dice que piensa que el lenguaje, no solo pertenece al código de la comunicación visual, sino que forma parte de toda la comunicación humana, hay que observar todos los recursos visuales es lo que alega el aturo Alaba para entender cuál es el funcionamiento del lenguaje, sabiendo que tiene todos los recursos visuales y textuales. Jonathan Baldwin (2007) esta desacuerdo con lo que dice la autora

Alaba que la comunicación visual la encontramos en todos lados por donde vallamos esta en todo lo que nos rodea y añade a que por más que ha pasado el tiempo y va avanzando esta ya forma parte de nuestra cultura, Pero Juan Martínez (2004), piensa que para manejar una lógica visual dentro de la comunicación visual pues la aplicación es el diseño que forma como mensaje, y de sus posibles significado ya que acota una frase que dice “la mirada no es una propiedad gratuita de los seres; en muchos casos es su más fuerte atadura al mundo que les rodea; el canal más preciso que les permite analizar el mundo que habita”

Esto quiere decir que: la mirada de los seres humanos que no es una propiedad de nosotros si no es como una atadura a este mundo que nos rodea, ya que nos pueda permitir analizar el mundo que nos encontramos.

En la actualidad la comunicación gráfica es uno de los elementos principales de la existencia de la cultura, políticos y económicos, por ende es necesario saber y entender cómo se desenvuelve, por lo tanto la autora María Acaso (2010), pon como uno de los elementos principales y fundamentales a la comunicación visual seguida de la escrita y por ultimo a la oral. la visual su diferencia principal es que su información es manejada de forma visual, su código en su totalidad es diferente a la escrita aunque se nota igual por el lenguaje visual, sin embargo llega a tener similitud, por ello el comunicador grafico combina la creatividad con la comunicación y así obtiene un mensaje estético, pero sin caer en la creación del arte, porque su objetivo principal es comunicar, para entender la comunicación visual debemos te tomar encuentra que la forma no debe de preliminar al contenido ni el contenido dominar a la forma tiene que existir un equilibrio visual, para una comunicación masiva tenemos a la impresión.(Acaso, 2010, p. 24)

Para entender el funcionamiento amplio que proporciona una imagen primero tenemos que tomar encuentra que la imagen es comunicación, la fotografía cumple un rol muy importante dentro del mundo social por ello también es catalogada como comunicación visual, esto puede cambiar la tradición de realización y realidad según Moles (1991), para el transmitir es comunicar lo que utilizamos en termino generales como imágenes que son trasmitidas como un producto sensorial que define una misma escena, pues una imagen es un icono que tiene su propia interpretación por el espectador ya que es el soporte de la comunicación visual, en este caso lo hacemos por medio de la fotografía. (CGP, 2014)



## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1 Pensamiento visual**

El pensamiento visual contemporáneo tiene con ellos los llamados estudios visuales en el campo del conocimiento que consigo implica nuevos problemas, donde se aborda la complejidad inédita y requerimientos transdisciplinarios. Esta investigación ofrece estudios de interpretación epistemológica que se lleva a cabo desde el inicio del problema de construcción de la realidad, en la cercanía que tiene la mente el imaginario y el régimen escópico. En esta interpretación tomando en cuenta que desde una perspectiva de forma compleja y transdisciplinaria a su vez se recalca el estudio visual que sea realizado sobre el objetivo de una imagen en su forma de comunicar o transmitir sensaciones, sentimientos, entre otras. Una imagen como sabemos es la representación de algo imaginario o real pero a sus veces es el objeto que utilizamos de forma visual para que el espectador consolide el mensaje que se quiere transmitir de una forma eficaz, en una imagen se puede representar más de una frase hasta una historia sin conllevar de un texto o tener la necesidad de hablar. (Acosta, 2015 )

### **2.2.2 El lenguaje visual**

Es un sistema comunicativo de códigos, en el que intervienen emisor y receptor, estos hacen cambio información que le permite recibir mediante la captación del mensaje por medio de la vista (Acaso, 2012). Dentro de la misma son prácticas comunicacionales mediante signos entendidos y comprendidos en el sentido de la vista (Valdés de León, 2010). Otra de las teorías dice que la manera más fácil de aprender a leer es mediante las imágenes (Ferrer & Gómez, 2012).

#### **2.2.2.1 La gramática visual**

La gramática visual comprende los elementos básicos del lenguaje visual de forma rápida y sencilla plasmada totalmente con lo gráfico mediante el proceso del mensaje (Leborg, 2013). Por otra parte según (Ferrer & Gómez, 2012) nos hace entender que es el cambio gramatical entre el lenguaje verbal al lenguaje visual, ya que al cerebro se le hace más fácil receptor una imagen que un texto de manera escrita u oral.

#### **2.2.2.2 El acto comunicativo**

Según (Ferrer & Gómez, 2012) Este acto es muy importante, porque aquí es la fusión del lenguaje verbal y visual en el momento de comunicar; la imagen en el acto comunicativo

para que pueda ser entendida o comprendida se debe tomar en cuenta al emisor, el mismo que envía un mensaje codificado mediante un canal y su fin es que el mensaje sea aceptado por el receptor.

### **2.2.3 Imagen**

La imagen en algunos caso manipula su soporte visual e ideas mentalizadas ya que tiene una complejidad en algunos casos, depende del diseñador o de la persona que vaya a presentar la imagen cumpla el objetivo trazado de un mensaje eficaz, tomando siempre en cuenta la estética que se aplica dentro de la imagen como es; el color, el tamaño, el trama; también el uso de las leyes figurativas (leyes de continuidad, cierres o fondos, es decir leyes que se apegan al código más general de las imágenes de la naturaleza), para el autor es la eficaz de la imagen es la manipulación de signo que se lo visual, cuando se realiza una fotografía se espera a que se cumpla las características que se mencionaron anterior mente. Morales (1999) argumenta, lo siguiente “la fotografía cristaliza en un documento un momento del universo visual”, pues cuando se asemeja lo que se habla por medio de una imagen es a esto a lo que se quiere referir el autor a decir que la fotografía cristaliza en un mundo que nos rodea que puede ser alterado en alguno de los casos o su vez real.

La imagen es muy importante en el tema de la comunicación visual, ya que las diferentes dimensiones durante la enseñanza- aprendizaje con la teoría y la práctica que tiene la misma, conlleva que el ser humano mantenga una percepción de lo que está observando. La imagen es una interpretación que el emisor usa por medio de códigos o símbolos para poder cautivar al receptor el cual decodifica el mensaje visual atreves de emociones y sentimientos. Branda & Cuenya (2014) refiere que La imagen está inscripta en un código, es un enunciado que tiene una estructura, homóloga o no, de un conjunto directamente percibido respecto a un espacio autónomo bidimensional, generalmente incluido en un campo visual que lo encuadra.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo y Métodos de Investigación**

El presente proyecto de investigación se lo realizó con técnicas y métodos, los cuales facilitan la comprensión e interpretación de las variables del problema, cuyo tema de denomina como: “**ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL CORRECTO USO Y APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO**”, por lo cual se ha considerado lo siguiente:

#### **3.1.1. Tipos de investigación**

**Según su objetivo:** El trabajo de investigación se efectuará mediante una investigación descriptiva, documental y bibliográfica, tomando en cuenta la problemática del entorno.

**Según su contexto:** Se representa mediante una investigación documental y descriptiva la cual se basa en investigaciones bibliográficas, encuestas y entrevistas, concerniente a la comunicación visual dentro de la percepción del consiente humano en la sociedad.

**Investigación descriptiva:** Con el objetivo de comprender los distintos criterios y opiniones ya mencionado en el planteamiento del problema, se determinó efectuar una investigación descriptiva, en la cual se especifican los diferentes aspectos referentes a la comunicación visual, tal como su definición, parámetros, características, uso, aplicación y desarrollo en la sociedad. También se desarrolló una encuesta a los habitantes de la ciudad y entrevista a dos profesionales acerca del tema ya preestablecido.

**Investigación documental:** Se realizó con la recopilación de información mediante fuentes digitales tales como, libros, revistas científicas, repositorios, etc., que ayudara a la comprensión del tema, analizar los factores que influyen en la comunicación visual en la sociedad.

## 3.2 Población y Muestra

### 3.2.1 Población

La población motivo de esta investigación es de 150 habitantes de la Ciudad de Milagro.

### 3.2.2 Muestra

La muestra utilizada en las personas que facilitaron a llenar la encuesta para la investigación en los habitantes de Milagro. Siendo dicha muestra de orden 132 encuestados comprendido entre hombres y mujeres.

#### Tamaño de la muestra

Dónde:

$n = ?$

$N = 150$  habitantes

$Z = 95\% = 1.96$

$d = 3\% = 0.03$

$p = 0.5$   $p+q=1$

$q = 0.5$

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.03^2} = \frac{3.84 \times 0.25}{0.0009} = \frac{0.96}{0.0009} = 1.067$$

$$n^1 = \frac{n}{1 + (n - 1)/N}$$

$$n^1 = \frac{1.067}{1 + (1.067 - 1)/150} = n^1 = \frac{1.067}{1 + 0.00711} = n^1 = \frac{1.067}{1.00711} = \frac{1067}{1067.11} = 131.63 = \mathbf{132}$$

### 3.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

#### 3.3.1 Técnicas

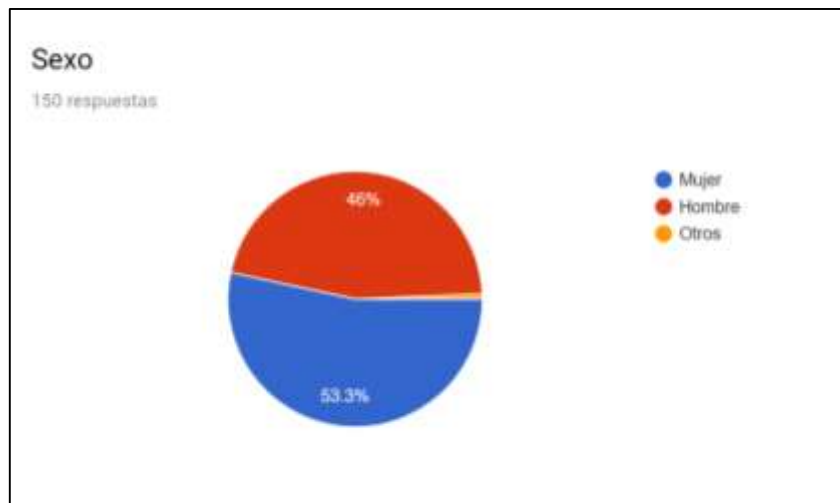
Las técnicas que se utilizó en este proyecto de investigación fueron entrevistas y encuesta.

#### 3.4 Análisis e interpretación de los resultados

**Tabla 1**

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Mujer	80	53.3
Hombre	69	46
Otros	1	0.7
Total	150	100

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 1. Sexo*

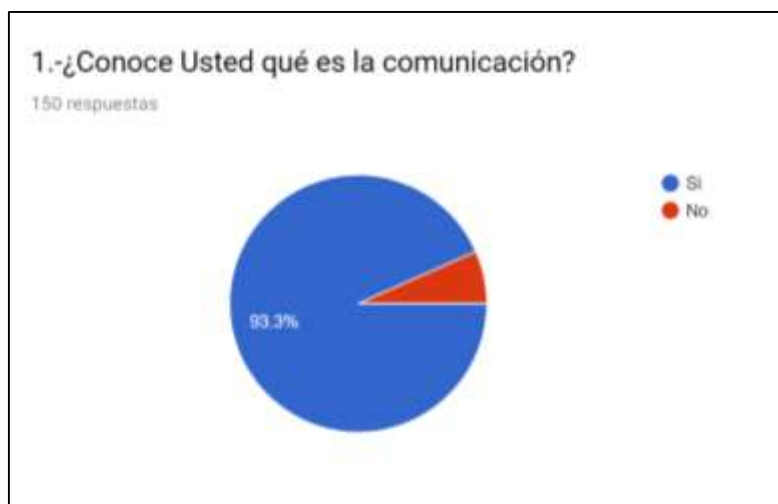
El gráfico 1 indica el sexo de los encuestados, la mayor parte de la población fueron mujeres con el 53.3%, prosigue el 46% de encuestados que son hombres y por último el 0.7% de otros sexos en los habitantes de la Ciudad de Milagro.

**Tabla 2**

1.- ¿Conoce Usted qué es la comunicación?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	140	93.3
No	10	6.7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 2. Comunicación*

El gráfico 2 muestra que el 93.3% de la población conoce sobre la comunicación, mientras que el 6.7% no tiene conocimiento sobre el tema.

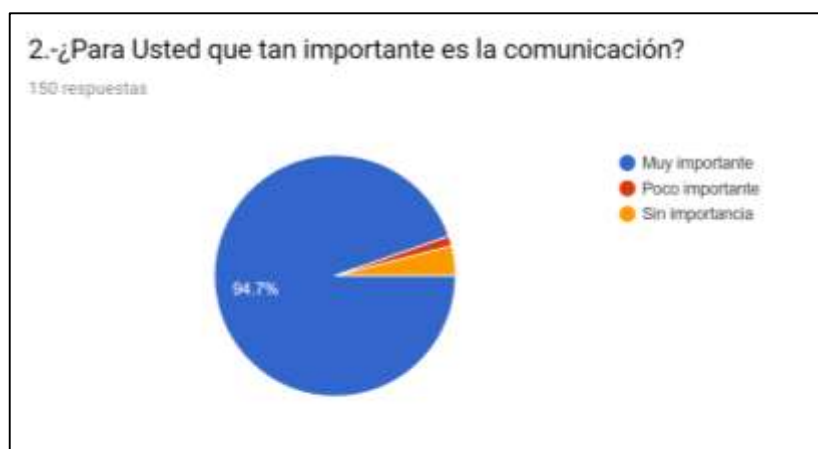


**Tabla 3**

2.- ¿Para Usted que tan importante es la comunicación?

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Muy importante	142	94.7
Poco importante	2	1.3
Sin importancia	6	4
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 3. Importancia de la Comunicación*

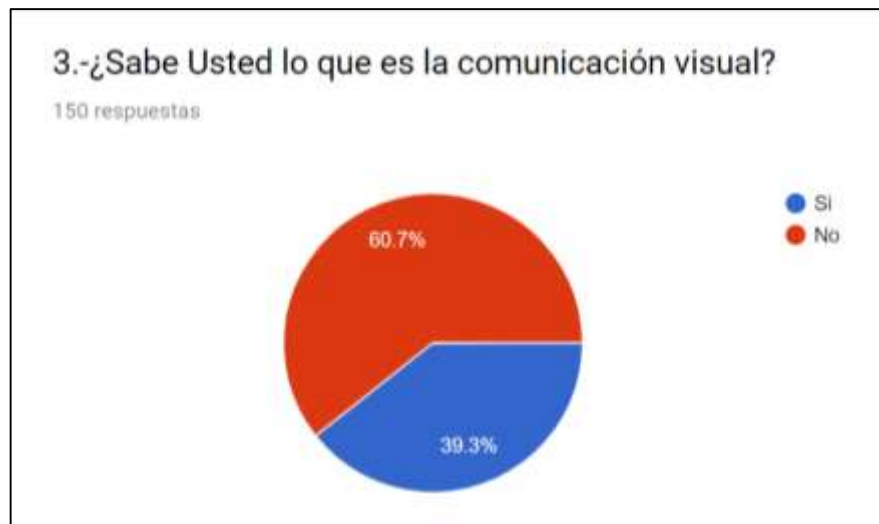
El gráfico 3 indica la importancia de la comunicación, la mayor parte de la población con el 94.7% les parece muy importante, el 1.3% le dan poca importancia y el 4% no le dan importancia al tema.

**Tabla 4**

3.- ¿Sabe Usted lo que es la comunicación visual?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	59	39.3
No	91	60.7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 4. Comunicación Visual*

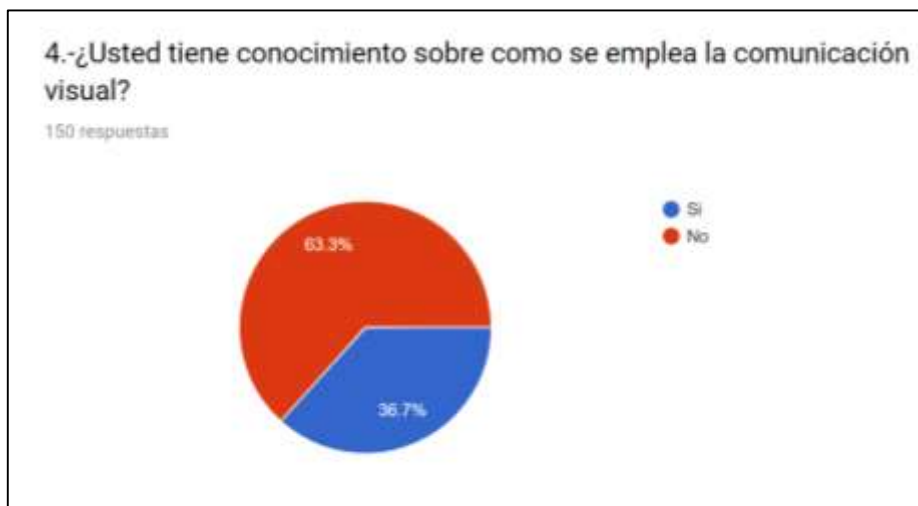
El grafico 4 indica que el 60.7% de la población no saben de comunicación visual y el 39.3 % conocen del tema.

**Tabla 5**

4.- ¿Usted tiene conocimiento sobre cómo se emplea la comunicación visual?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	55	36.7
No	95	63.3
Total	150	100

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive.



*Gráfico 5. Como se emplea la comunicación*

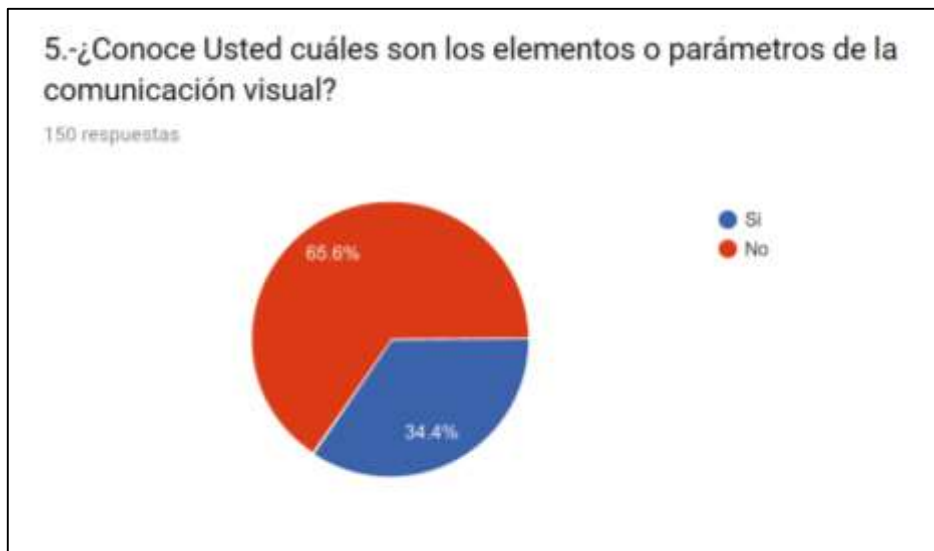
El gráfico 4 muestra que el 63.3% encuestados no conocen como se emplea la comunicación visual, mientras que el 36.7% si tienen conocimiento.

**Tabla 6**

5.- ¿Conoce Usted cuáles son los elementos o parámetros de la comunicación visual?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	52	34.4
No	98	65.6
<b>Total</b>	150	100

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 6. Elementos y parámetros de la Comunicación Visual*

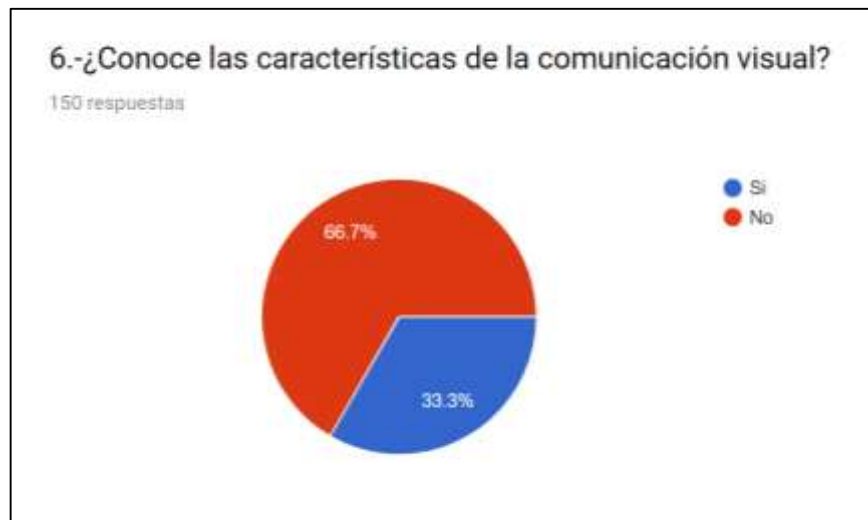
El gráfico 5 indica que el 65.6% no tienen conocimiento de los elementos y parámetros de la comunicación y el 34.4% conocen del tema.

**Tabla 7**

6.- ¿Conoce las características de la comunicación visual?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	50	33,3
No	100	66.7
<b>Total</b>	150	100

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 7. Características de la comunicación visual.*

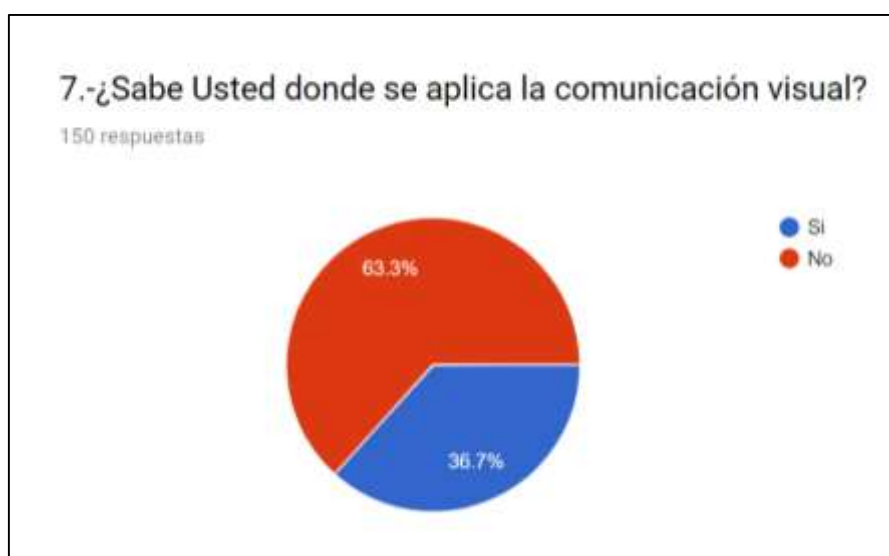
El gráfico 7 muestra que el 66.7% no tienen conocimiento de las características de la comunicación visual y el 33.3% sí tienen conocimiento del tema.

**Tabla 8**

7.- ¿Sabe Usted donde se aplica la comunicación visual?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	55	36.7
No	95	63.3
<b>Total</b>	150	100

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 8. Aplicación de la Comunicación Visual*

El gráfico 8 indica que el 63.3% de los encuestados no saben dónde se aplica la comunicación visual y el 36.7% no tienen conocimiento del tema.

**Tabla 9**

8.- ¿La comunicación visual cambia la percepción del consiente humano?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	56	37.3
No	94	62.7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 9. Percepción del consiente humano*

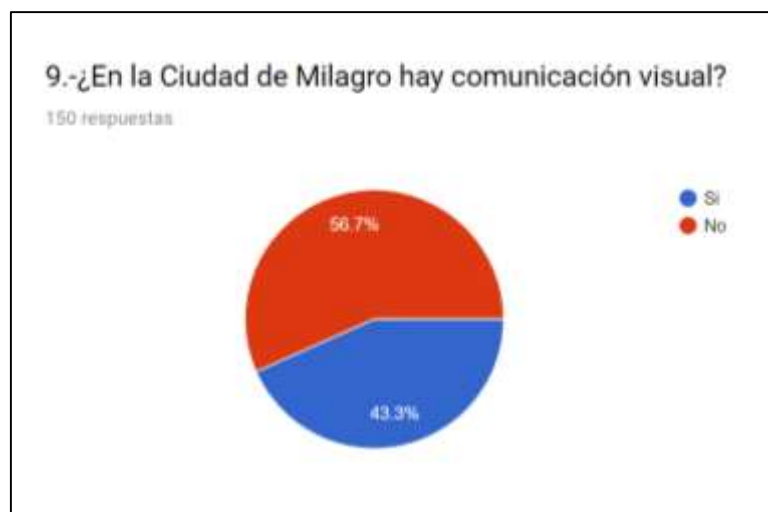
El grafico 9 muestra que el 62.7% de los encuestados indican que la comunicación visual no cambia la percepción del consiente humano, mientras que el 37.3% 3

**Tabla 10**

9.- ¿En la Ciudad de Milagro hay comunicación visual?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	65	43,3
No	85	56.7
<b>Total</b>	150	100

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 10. Comunicación Visual en Milagro*

En el gráfico 10 indica que el 56.7% en la ciudad de Milagro no hay Comunicación Visual, pero por otra parte el 43.35% indica que sí.

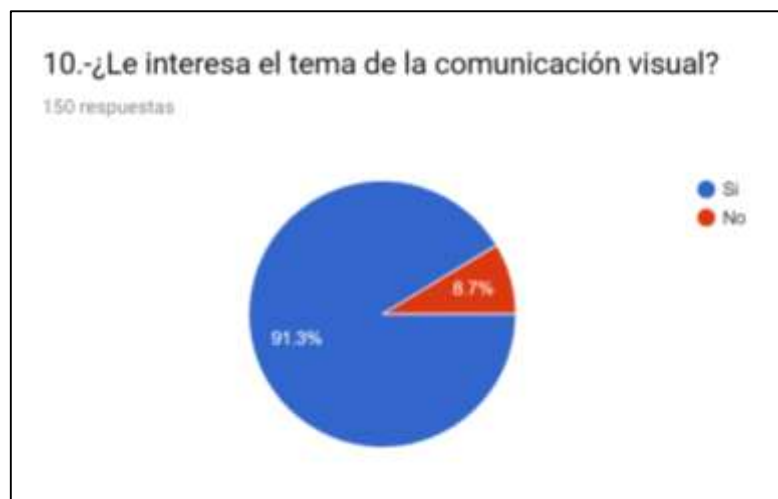


**Tabla 11**

10.- ¿Le interesa el tema de la comunicación visual?

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Si	137	91,3
No	13	8.7
<b>Total</b>	150	100

Fuente: Elaboración Propia, mediante la tabla de resultado Drive



*Gráfico 11. Interés de la Comunicación Visual*

En el gráfico 11 muestra que el 91.3% que si está interesado en el tema de la Comunicación Visual y el restante que es del 8.7% no está de acuerdo.

La conclusión general de todos los gráficos y tablas presentados se observa la incidencia de conocimiento sobre comunicación visual en la Ciudad de Milagro y que están interesados en dicho tema.

## CAPÍTULO IV

### DESARROLLO DEL TEMA

Este proyecto tiene la finalidad de analizar la importancia de la Comunicación Visual, su correcto uso y aplicación en la Ciudad de Milagro, mediante el desarrollo del tema se observó en la encuesta que un 94% de los 150 encuestados coinciden que la comunicación es importante y tienen conocimiento de la misma, pero al momento de preguntar sobre la comunicación visual en la ciudad un 64% no tiene conocimiento del tema y el 36% tienen conocimientos del mismo.

Con la presente investigación se desarrollará el tema central, la importancia de la comunicación visual, elementos, características, funciones y uso, aplicación, el cual aportará a la comunidad, mediante esta investigación descriptiva documental.

#### 4.1 Características de la comunicación visual

- Tiene un carácter universal, ya que se demuestra por medio de símbolos, códigos o signos inmediato y fácil de entender de manera general.
- Puede ser intencional, que lo pueden realizar las personas.
- Casual, cuando nadie tiene el control de la misma.

#### 4.2 Elementos

- **Emisor:** Es quien expresa el mensaje, él se encarga de seleccionar los signos que son codificados al enviar el mensaje y pueda ser entendido por el receptor.
- **Receptor:** El recibe el mensaje, lo analiza, interpreta y decodifica y retroalimenta al emisor.
- **Mensaje:** Es la información que el emisor quiere representar transmitiéndolo al receptor de manera o forma visual.
- **Código:** Son las normas y reglas que se usa en el lenguaje visual, en la estructuración de los símbolos o mensaje.
- **Canal:** Son los medios donde se van a transmitir los mensajes, ya sea por prensa, radio, televisión, internet, etc.

### 4.3 Funciones y uso de la comunicación visual

- **Función expresiva o emotiva:** Son imágenes usadas con el fin de expresar o transmitir sentimientos
- **Función cognitiva, apelativa o exhortativa:** Esta se relaciona con persuasión, cuyo objetivo es convencer. La publicidad cumple esta función.
- **Función referencial o informativa:** Su objetivo es informar mediante imágenes. Su función es la ilustración de un texto o noticia, por ejemplo, las señaléticas.
- **Función poética o estética:** Son aquella imagen que busca la hermosura y belleza en lo estético y artístico.
- **Función fática:** Estas imágenes cautivan y buscan llamar la atención del receptor. Es muy usada en las publicidades.
- **Función metalingüística:** Esta función requiere de códigos, símbolos y signo los cuales dan un significado.
- **Función descriptiva:** Es la que da una información explícita, que da a conocer lo que significa.

### 4.4 Otros elementos

Es muy importante mencionar otros elementos que son muy relevantes en la comunicación visual estos son:

- **El campo:** Este abarca las áreas donde Dibujo, pintura, escultura, tatuajes, moda, Diseño gráfico, industrial, urbanístico, publicitario, Teatro, danza, cine, tv, signos, textos, sonido con imágenes.
- **La marca:** Es la identidad representativa de un producto, servicio o empresa.
- **El signo:** Es lo que representa una cosa mediante la comunicación visual, este forma parte de la semiótica.
- **El símbolo:** Es una representación gráfica del signo.

## CONCLUSIONES

Mediante la investigación realizada se ha concluido los siguientes puntos sobre la comunicación visual:

1. Se determinó mediante una encuesta el desconocimiento sobre la comunicación visual en los habitantes de la Ciudad de Milagro.
2. Se analizó las entrevistas que fueron realizadas a profesionales, para que aclaren el tema, como resultado obteniendo que conocen sobre la comunicación visual, pero afirman que no hay en Milagro un Órgano Regulador que se encargue del mismo.
3. Se establece que la comunicación visual tiene un rol muy importante en la sociedad, se puede decir mediante las imágenes el mensaje llega más rápido al consciente de las personas, ahora se entiende que la frase que dice “Una imagen vale más que mil palabras”.
4. Al desarrollar el tema, se tomó en cuenta la importancia, su uso, características, elementos y funciones que tiene la comunicación de forma general en la sociedad.
5. Finalmente se observó que en Milagro si existe mucha comunicación visual, pero no usan de manera efectiva cada una de las funciones del lenguaje visual y por ende muchos de los mensajes no son acogidos por la comunidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acaso, M. (2012). *Lenguaje Visual*. Paidós Iberica.
- Álvarez, L. J. (2013). Diseño visual. Un paso hacia la atención multicultural. *Scielo*.
- Ávila, J., & Acosta, C. (2015). Epistemología del pensamiento visual contemporáneo desde el imaginario transdisciplinario. *Scielo*, 167-203.
- Benitez, C. M. (2015). Tesis de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. *Scielo*.
- Branda, M., & Cuenya, A. (2014). *COMUNICACIÓN VISUAL REFLEXIÓN Y PRÁCTICA DE LA ENSEÑANZA*. Buenos Aires, Argentina: Edulp de la Universidad de La Plata.
- CGP. (2014). comunicacion grafica.
- Chávez, N. (2015). *Lenguaje y comunicación corporal*. Cajamarca, Perú.
- Devalle, V. (2012). Lenguaje, comunicación y Diseño. *Scielo*, 241-254.
- Estupiñán Villanueva, A. A. (2018). Comunicación visual. *Red Ecuador*.
- Ferrer, A., & Gómez, D. (2012). *Imagen y Comunicación Visual*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Gamonal Arroyo, R. (2014). Diseño en Comunicación visual y multimedia. *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 1-6.
- Jerónimo Maqueda Blasco, M. F.-C. (2013). Estructura y Contenido de la Comunicación. *Scielo*.
- Leborg, C. (2013). *Gramática Visual*. Oslo: Gustavo Gili.
- Mariangeles Camusso, S. G. (2012). *Introducción a la Comunicación Visual*.
- Montes, M., & Marta, F. (2017). Construyendo cultura visual a través del cartel de cine. Análisis de afiches de las sagas cinematográficas. *Scielo*, 127-144.
- Pérez, R., Díaz, H., & Vargas, H. (2014). La Comunicación Gráfica. *Escuela Administración de Negocios*, 174-192.
- Soto, J. B. (2014). Comunicación visual y arte digital. *Latina de Comunicación Social*.
- Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, S. C. (2015). Comunicación Científica.
- Valdés de León, G. A. (2010). *Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires.

# ANEXOS

## ENTREVISTA 1

**Nombre:** Luis Miguel Armijos

**Edad:** 23 años

**Lugar de residencia:** Milagro

**Especialidades:** Productor de audio y Video, Productor de audio, Fotógrafo, Director de video, Escritor de guiones y Compositor.

### **¿Cuál es su experiencia dentro del área de la comunicación Visual?**

Es muy grata, he conseguido trabajar con gente profesional y de pantalla gracias a Dios y es una experiencia muy buena, porque el audio, video y fotografía es una carrera en la cual tu aprendes mucho, poco a poco vas evolucionando profesionalmente y te vas perfeccionando como productor audiovisual.

### **¿Qué es para Usted la Comunicación Visual?**

Es expresar el sentimiento, lo que uno tiene en su interior plasmándolo mediante una fotografía o un video y dependiendo de lo que se quiera representar llevar ese mensaje a las personas. Ejemplo: Si hablamos de un video, fotografía o canción podemos expresar cada uno de los sentimientos ya sea amor, tristeza, etc. Los mismos pueden ser vistos por las personas y como sabemos todo que a través de la mirada uno entiende y capta las cosas eso es lo visual.

### **¿Qué elementos y quienes intervienen en la Comunicación Visual?**

El mensaje como dije anteriormente que sea lo que uno quiere expresar, entonces visualmente existen redes sociales, CD como se usaban en los tiempos de antes, pero actualmente se manejan redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube y demás plataformas que puedan usar. El emisor es la persona que trata de expresar lo que es el video de darle al receptor el material para que esta persona lo deguste por así decirlo es algo fascinante porque existen videos como trabajos audiovisuales son superiores, efectos de

video como se lo puede ver en el cine o exactamente el buen mensaje de un Storyboard, es lo que el receptor consumiría por así decirlo el emisor quien da el mensaje y el receptor quien o consume.

**¿Cuáles son los parámetros que definen el uso de la comunicación visual?**

No te la podría responder

**¿Cuáles son las características de la comunicación visual y como se la debe aplicar?**

Obviamente primero tener un mensaje, tener algo que proyectar, crear un guion, un módulo a seguir ósea una especie de libreto para poder realizar el trabajo eso es lo que yo seguiría la dirección fotográfica y demás para poder completar un trabajo audiovisual.

**¿Cree Usted que en la Ciudad de Milagro se usa de manera correcta la comunicación visual?**

Bueno si hablamos de tema de canales, o de páginas, no conozco mucho de que haya un canal audiovisual o de video tanto como en redes sociales y de televisión que sea algo que esté dando mucho de qué hablar entonces, por así decirlo puede que haya gente que esté haciendo video pero no se esté haciendo mucho denotar no, entonces faltaría mucha instrucción faltaría mucha enseñanza hacia la gente que quisiera trabajar en esto porque hay personas que no quisieran trabajar en lo que es audiovisual por lo que no tienen mucho conocimiento o los materiales y herramientas son caros, yo creo que faltaría mucho impulsar a la ciudadanía o a los jóvenes que de pronto busquen esta carrera que se impresionen y que puedan empezar de poco para llevar a dar más en la ciudad.

**¿Cree Usted que existe algún órgano regulador encargado de la Comunicación visual en la ciudad de Milagro?**

Tengo conocimiento de que el Municipio de la Ciudad tiene una sección encargado de la comunicación, pero solo en lo que es el manejo de su marca, de allí no hay una entidad encargada.

## ENTREVISTA 2

**Nombre:** Bolívar Vite

**Edad:** 39 años

**Lugar de residencia:** Milagro

**Especialidades:** Licenciado en Diseño Gráfico, Diseñador de marketing digital, diseño y desarrollo de apps social media.

**¿Cuál es su experiencia dentro del área de la comunicación Visual?**

Tengo alrededor de 10 años de experiencia dentro de agencias de marketing digital.

**¿Qué es para Usted la Comunicación Visual?**

Es una forma de resolver los problemas o necesidades visuales de los usuarios o grupos objetivos a través de imágenes, colores, tipografías y formas.

**¿Qué elementos y quienes intervienen en la Comunicación Visual? ¿Cuáles son los parámetros que definen el uso de la comunicación visual? ¿Cuáles son las características de la comunicación visual y como se la debe aplicar?**

Esas 3 preguntas no puedo responderte, ojo no porque no lo sepa el problema es que no son preguntas específicas son preguntas muy generalizadas yo necesito saber a cuál área de la comunicación están siendo aplicadas.

**¿Cree Usted que en la Ciudad de Milagro se usa de manera correcta la comunicación visual?**

No

**¿Cree Usted que existe algún órgano regulador encargado de la Comunicación visual en la ciudad de Milagro?**

No



## FORMATO DE ENCUESTA

Sexo: F\_\_\_ M\_\_\_ Otros\_\_\_

**Objetivo:** Analizar la importancia de la Comunicación Visual, su correcto uso y aplicación en la Ciudad de Milagro.

### ENCUESTA

1.- ¿Usted tiene conocimiento sobre la comunicación?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

2.- ¿Cuán importante es para Usted la comunicación?

Muy importante\_\_\_

Poco importante\_\_\_

Sin importancia\_\_\_

3.- ¿Sabe Usted lo que es la comunicación visual?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

4.- ¿Usted tiene conocimiento sobre cómo se emplea la comunicación visual?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

5.- ¿Conoce Usted cuáles son los elementos o parámetros de la comunicación visual?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

6.- ¿Conoce las características de la comunicación visual?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

7.- ¿Sabe Usted donde se aplica la comunicación visual?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

8.- ¿La comunicación visual cambia la percepción del consciente humano?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

9.- ¿En la Ciudad de Milagro hay comunicación visual?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

10.- ¿Le interesa el tema de la comunicación visual?

Sí\_\_\_

No\_\_\_

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Lenny\_Lavayen\_Susana\_Bohorquez\_Comunicacion\_visual.docx  
(D42593744)  
**Submitted:** 10/15/2018 10:13:00 PM  
**Submitted By:** dchoezo@unemi.edu.ec  
**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

TESIS MARIA ESCALANTE TESIS.docx (D30274460)

Instances where selected sources appear:

1



## REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 10-07-2018 Fin 15-01-2019

### FACULTAD CIENCIAS SOCIALES

**CARRERA:** DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

**Línea de investigación:** SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: GESTIÓN, MEDIOS Y TECNOLOGÍA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**TEMA:** ESTUDIOS SOBRE LA COMUNICACIÓN VISUAL

**ACOMPAÑANTE:** CHOEZ ORTEGA DAVID ULISES

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	BOHORQUEZ FRANCO SUSANA JEANNETH	0929095933	DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD
2	LAVAYEN TORO LENNY MARIBEL	0929738475	DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
		Inicio	Fin		
1	2018-05-09	Inicio: 15:00 p.m.	Fin: 17:00 p.m.	2	REVISIÓN DEL RESUMEN OBJETIVOS Y VARIABLES
2	2018-12-09	Inicio: 14:59 p.m.	Fin: 16:59 p.m.	2	REVISIÓN DEL OBJETIVO GENERAL
3	2018-28-09	Inicio: 14:52 p.m.	Fin: 16:52 p.m.	2	REVISIÓN DEL MARCO TEÓRICO DEL PRODUCTO
4	2018-04-10	Inicio: 15:29 p.m.	Fin: 17:29 p.m.	2	REVISIÓN DE ENCUESTAS Y PREGUNTAS
5	2018-05-10	Inicio: 15:29 p.m.	Fin: 17:29 p.m.	2	REVISIÓN DE RESUMEN GENERAL
6	2018-09-10	Inicio: 16:00 p.m.	Fin: 18:00 p.m.	2	REVISIÓN DE MARCO TEÓRICO
7	2018-10-10	Inicio: 16:00 p.m.	Fin: 18:00 p.m.	2	REVISIÓN DE TEXTO Y NORMAS APA
8	2018-12-10	Inicio: 16:00 p.m.	Fin: 18:00 p.m.	2	REVISIÓN DE ESTRUCTURA DE TEXTO FINAL
9	2018-15-10	Inicio: 16:00 p.m.	Fin: 18:00 p.m.	2	REVISIÓN FINAL DE TEXTO COMPLETO
10	2018-17-10	Inicio: 16:00 p.m.	Fin: 18:00 p.m.	2	REVISIÓN DE TEXTO COMPLETO Y FINAL CORRECCIONES

CHOEZ ORTEGA DAVID ULISES  
 PROFESOR(A)

CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCÍO  
 DIRECTOR(A)

BOHORQUEZ FRANCO SUSANA JEANNETH  
 ESTUDIANTE

LAVAYEN TORO LENNY MARIBEL  
 ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26  
 Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107  
 Telefax: (04) 2715187  
 Milagro • Guayas • Ecuador

**VISIÓN**  
 Ser una universidad de docencia e investigación.

**MISIÓN**  
 La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y ofrece servicios que demandan el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.



**Dirección:** Cota - Universitaria Km. 1 1/2 vía Int. 26  
**Consultador:** (04) 2715051 - 2715079 Ext. 3107  
**Telex:** (04) 2715167  
**Milagro - Guayas - Ecuador**

#### **VISIÓN**

De una universidad de excelencia e investigación.

#### **MISIÓN**

La UNEMI forma profesionales competentes con actitudes positivas y valores éticos, desarrolla investigación relevante e ofrece servicios que demandan el sector productivo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.