



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO

LA TRASCENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU
INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

PROPUESTA: DISEÑO DE SITIO WEB INSTITUCIONAL DE LA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

AUTORA: MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA

TUTOR: ING. LUIS OLVERA VERA, MSc.

GUAYAQUIL, OCTUBRE DEL 2020



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

DIRECTIVOS

Psi. Cl. Saadda Fatuly Adum, Msc.
DECANA

MSc. Troi Alvarado Chávez
VICE DECANO

Ing. María Lourdes Zambrano, MSc
COORDINADORA ACADÉMICA

Dra. Christel Matute Zhuma, MSc.
DIRECTORA DE CARRERA

Ab. Martha Romero Zamora
SECRETARIA GENERAL

Repositorio Nacional de Ciencias y Tecnología



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	La trascendencia de la comunicación visual y su incidencia en la difusión interinstitucional de la Carrera de Diseño Gráfico		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Rivera Molestina María Gabriela		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Luis Olvera Vera, Msc		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Carrera de Diseño Gráfico		
GRADO OBTENIDO:	Ingeniería en Diseño gráfico		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2020	No. DE PÁGINAS:	146
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación visual y Diseño Web		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Red interinstitucional, comunicación visual, sitio web, imagen corporativa, portafolio profesional		
RESUMEN/ABSTRACT:			
<p>RESUMEN: El presente proyecto está basado en la creación del sitio web interinstitucional de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, es una herramienta de manejo de información dinámica con la que estudiantes, autoridades y empresas podrán interactuar todo el tiempo. A través del sitio web se difundirán los portafolios profesionales de los egresados de la carrera de Diseño Gráfico para fomentar la inserción laboral de los graduados. Estudiantes de otras universidades, empresas, e incluso dentro de la misma institución los tendrían en el top of mind si la campaña es bien lograda y se consiguen convenios para alcanzar la inserción laboral de los graduados. Esto sería de ayuda para que el estudiante se sienta respaldado por parte de la carrera y la institución. Los egresados serán reconocidos en el ámbito laboral, y podrán convertirse en potenciales diseñadores para ocupar una plaza de trabajo. Además, el sitio web será una herramienta de comunicación para las empresas que deseen contratar personal para su departamento de diseño y tengan conocimiento de que existe la carrera en la Universidad de Guayaquil. El sitio web, ya implementado, servirá como plataforma comunicacional a nivel interinstitucional, dinámica e interactiva.</p> <p>ABSTRACT: This project is based on the design of an interinstitutional website for the Graphic Design career, stated on "Universidad de Guayaquil" Social Communication Faculty (FACSO). It is an information handling tool in which students, authorities and organizations will always be able to interact. Through this website, professional portfolios from graduates will be uploaded and disseminated to promote their labor integration. If this campaign succeeds, and the career achieves work agreements to insert their graduates into new jobs, it will keep students from other universities, businesses, and even people from inside the faculty on their top of mind. This would be helpful for them; since it'll make the graduates feel supported by their career and their university. Alumni will be recognized in the labor industry and will also be able to become well-known graphic designers capable of finding good jobs. Besides, the website will be a communication tool for organizations who require to hire personnel for their design areas, and also will work as a way to let people know there is a Graphic Design career at "Universidad de Guayaquil". Once the website is running, it will serve as a dynamic and interactive communication platform between institutions.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0990213194	E-mail: maría.riveramo@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaría de la carrera de Diseño Gráfico		
	Teléfono: 042643991		

Guayaquil, 3 octubre de 2020

Dra. Christel Matute, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **La trascendencia de la comunicación visual y su incidencia en la difusión interinstitucional de la carrera de Diseño Gráfico de la estudiante María Gabriela Rivera Molestina**, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



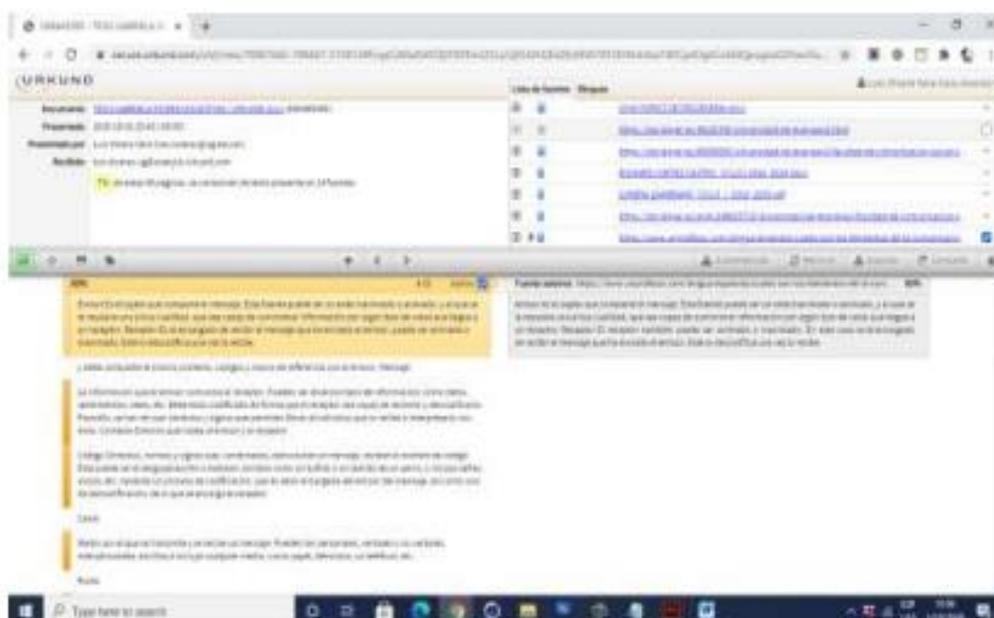
Ing. Luis Olvera Vera, MSc.

DOCENTE TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.I. 0921670998

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado LUIS OLVERA VERA, tutor del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA, C.C.: 0915859946, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Diseño Gráfico.

Se informa que el trabajo de titulación: **"LA TRASCENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO"**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (indicar el nombre del programa antiplagio empleado) quedando el 7 % de coincidencia.



<https://secure.urkund.com/view/76967642-788447-315812>

Luis Olvera Vera

Ing. Luis Olvera Vera, MSc.

C.I. 0921670998

Guayaquil, 3 octubre de 2020

Dra. Christel Matute Zhuma, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **“LA TRASCENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO”**, de la estudiante **MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA**.

Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 19 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 5 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que la estudiante **MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA** está apta para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

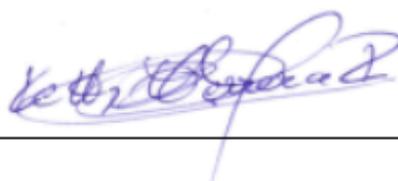


Dra. Keila Ketty Herrera Rivas Ph. D
TUTOR REVISOR
C.I. No. 0932988018

Guayaquil, 3 octubre de 2020

CERTIFICACIÓN DEL REVISOR

Habiendo sido nombrada a KEILA KETTY HERRERA RIVAS, tutora del trabajo de titulación **“LA TRASCENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO”** certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA** con C.I. No. **0915859946** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Diseño Gráfico, en la Carrera de Diseño Gráfico, Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.



Dra. Keila Ketty Herrera Rivas Ph. D

C.I. No. 0932988018

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA
PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES
NO ACADÉMICOS**

Yo, **MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA** con C.I. No. **0915859946**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“LA TRASCENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente



MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA
C.I. No. 0915859946

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres.

Gaby

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

También me gustaría agradecer a los profesores que tuve durante mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, en especial a mi tutor de Investigación y de Tesis de Grado, Ing. Luis Olvera, MSc. por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
RESUMEN	xix
Abstract.....	xx
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I.....	5
EL PROBLEMA.....	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
Ubicación del problema en un contexto.....	5
Situación Conflicto	6
Delimitación del Problema	8
Campo: Diseño Gráfico	8
Formulación del Problema.....	8
Evaluación del Problema	8
Variables de la Investigación	10
Objetivos de la Investigación	10
Preguntas de investigación (Preguntas a contestarse).....	11
Justificación e Importancia	11
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO	14
Antecedentes del Estudio.....	14
Fundamentación Teórica	16
Comunicación.....	16

Tipos de comunicación.....	18
Parámetros de la comunicación	19
Estructuras de la comunicación.....	20
Comunicación visual	23
Identidad corporativa	24
Portafolio profesional.....	25
Trascendencia de la comunicación visual	25
Información.....	27
Red interinstitucional	29
Fundamentación Psicológica	29
Fundamentación Tecnológica.....	30
Medios tecnológicos de comunicación	31
Internet como medio de comunicación.....	32
Páginas web como construcción de marca	33
Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).	34
Adobe Illustrator	35
Adobe Photoshop.....	35
Fundamentación Sociológica.....	36
Fundamentación Legal	36
Constitución de la República del Ecuador.....	36
Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021	37
Ley Orgánica de Comunicación	38
Definiciones conceptuales	39
CAPÍTULO III.....	41
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
Diseño de la Investigación.....	41
Modalidad de la Investigación	42
Tipos de Investigación	43
Software que se utilizará	44
Población y Muestra	44
Operacionalización de variables.....	46

Instrumentos de la investigación	47
Entrevista	48
Encuesta	48
Análisis e interpretación de resultados	50
Entrevistas.....	50
Encuesta	55
Discusión de resultados.....	68
CAPÍTULO IV.....	71
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA.....	71
Título de la propuesta	71
Justificación	71
Fundamentación.....	72
World Wide Web	73
Página web.....	73
Etapas de un sitio web	74
Ventajas de un sitio web	75
Programas para realizar el diseño de un sitio web.....	76
Objetivos de la propuesta.....	76
Objetivo General	76
Objetivos Específicos	77
Importancia.....	77
Ubicación Sectorial y Física.....	78
Factibilidad de la propuesta.....	79
Factibilidad Técnica.....	79
Factibilidad Financiera	79
Factibilidad de Recursos Humanos.....	80
Alcances.....	80
Descripción de la propuesta	81
Descripción del usuario o beneficiario	81
Etapas de desarrollo.....	82
Especificaciones Técnicas	82

Página de Inicio.....	91
Página: Perfil de ingreso y egreso.....	95
Página: Alumnos DG.....	96
Página: Malla curricular.....	101
Página: Contacto.....	102
Definición de Términos Relevantes.....	103
CONCLUSIONES.....	105
RECOMENDACIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA.....	109
ANEXOS.....	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura de la comunicación	21
Figura 2. Elementos de la comunicación	22
Figura 3. Tamaño de muestra.....	45
Figura 4. Entrevista - Número de diseñadores en la empresa.....	51
Figura 5. Entrevista - Factores a tomar en cuenta en la contratación (pt.1)	52
Figura 6. Entrevista - Factores a tomar en cuenta en la contratación (pt.2)	53
Figura 7. Encuesta – Sexo.....	55
Figura 8. Encuesta – Edades.....	56
Figura 9. Encuesta - ¿Estudiante o egresado?.....	56
Figura 10. Encuesta - Grado de satisfacción (pt.1).....	57
Figura 11. Encuesta - Instalaciones de la Facultad	58
Figura 12. Encuesta – Asignaturas.....	60
Figura 13. Profesores	61
Figura 14. Encuesta - Grado de satisfacción (pt.2).....	62
Figura 15. Horarios de estudio.....	63
Figura 16. Reputación de los graduados	64
Figura 17. Facilidad para conseguir empleo	65
Figura 18. ¿Es necesario un sitio web institucional?	67
Figura 19. Ubicación de Diseño Gráfico	78
Figura 20. Logo de la carrera de Diseño Gráfico	83
Figura 21. CMYK	83
Figura 22. Tipografía.....	84
Figura 23. Colores utilizados	85
Figura 24. Isotipo	86
Figura 25. Estructura del sitio web en Draw.io.....	87
Figura 26. Adwardspace	87
Figura 27. Freenom	88
Figura 28. Certificado SSL.....	89
Figura 29. Wordpress	90
Figura 30. Sugerencia de banner para acceder al sitio web	91
Figura 31. Página de inicio	92
Figura 32. Misión y visión (sitio web)	92
Figura 33. Testimonios (sitio web)	93
Figura 34. Objetivos generales y específicos (sitio web)	93
Figura 35. Prácticas pre-profesionales (sitio web)	94

Figura 36. Ubicación y redes sociales (sitio web)	95
Figura 37. Perfil de ingreso (sitio web).....	95
Figura 38. Perfil de egreso (sitio web)	96
Figura 39. Portafolios de los estudiantes (sitio web).....	97
Figura 40. Portafolios de estudiantes.....	98
Figura 41. Novedades (sitio web)	99
Figura 42. Novedades – Contenido (sitio web)	99
Figura 43. Próximos eventos (sitio web)	100
Figura 44. Eventos - Contenido (sitio web)	100
Figura 45. Malla curricular (sitio web)	101
Figura 46. Contacto (sitio web)	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Causas y consecuencias	7
Tabla 2. Población de estudio.....	45
Tabla 3. Operacionalización de variables	46
Tabla 4. Escala de Likert	50
Tabla 5. Matriz de tabulación de la encuesta - Instalaciones de la facultad	58
Tabla 6. Matriz de tabulación de la encuesta – Asignaturas.....	59
Tabla 7. Matriz de tabulación de la encuesta – Profesores	60
Tabla 8. Matriz de tabulación de la encuesta – Horarios	62
Tabla 9. Matriz de tabulación de la encuesta – Reputación.....	64
Tabla 10. Matriz de tabulación de la encuesta - Facilidad para conseguir empleo	65
Tabla 11. Inversión requerida	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Carta de autorización.....	116
Anexo 2. Plan de tutorías.....	117
Anexo 3. Rúbrica de evaluación	118
Anexo 4. Pantalla de configuración de plugins	119
Anexo 5. Pantalla configuración de páginas del sitio web	119
Anexo 6. Pantalla de edición de página.....	120
Anexo 7. Pantalla de edición página de malla curricular.....	120
Anexo 8. Pantalla de edición página de inicio.....	121
Anexo 9. Pantalla de edición página de contacto	121
Anexo 10. Formato de encuesta a estudiantes y graduados	122
Anexo 11. Formato de entrevista a reclutadores	125



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO

Autor: María Gabriela Rivera Molestina

Tutor: Luis Olvera Vera, MSc.

Fecha: Octubre del 2020

RESUMEN

El presente proyecto está basado en la creación del sitio web interinstitucional de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, es una herramienta de manejo de información dinámica con la que estudiantes, autoridades y empresas podrán interactuar todo el tiempo. A través del sitio web se difundirán los portafolios profesionales de los egresados de la carrera de Diseño Gráfico para fomentar la inserción laboral de los graduados. Estudiantes de otras universidades, empresas, e incluso dentro de la misma institución los tendrían en el top of mind si la campaña es bien lograda y se consiguen convenios para alcanzar la inserción laboral de los graduados. Esto sería de ayuda para que el estudiante se sienta respaldado por parte de la carrera y la institución. Los egresados serán reconocidos en el ámbito laboral, y podrán convertirse en potenciales diseñadores para ocupar una plaza de trabajo. Además, el sitio web será una herramienta de comunicación para las empresas que deseen contratar personal para su departamento de diseño y tengan conocimiento de que existe la carrera en la Universidad de Guayaquil. El sitio web, ya implementado, servirá como plataforma comunicacional a nivel interinstitucional, dinámica e interactiva.

Palabras Claves: Red interinstitucional, comunicación visual, sitio web, imagen corporativa, portafolio profesional.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO

Author: María Gabriela Rivera Molestina

Advisor: Luis Olvera Vera, MSc.

DATE: October, 2020

Abstract

This project is based on the design of an interinstitutional website for the Graphic Design career, stated on “Universidad de Guayaquil” Social Communication Faculty (FACSO). It is an information handling tool in which students, authorities and organizations will always be able to interact. Through this website, professional portfolios from graduates will be uploaded and disseminated to promote their labor integration. If this campaign succeeds, and the career achieves work agreements to insert their graduates into new jobs, it will keep students from other universities, businesses, and even people from inside the faculty on their top of mind. This would be helpful for them; since it’ll make the graduates feel supported by their career and their university. Alumni will be recognized in the labor industry and will also be able to become well-known graphic designers capable of finding good jobs. Besides, the website will be a communication tool for organizations who require to hire personnel for their design areas, and also will work as a way to let people know there is a Graphic Design career at “Universidad de Guayaquil”. Once the website is running, it will serve as a dynamic and interactive communication platform between institutions.

Keywords: Interinstitutional network, visual communication, website, corporative image, professional portfolio

INTRODUCCIÓN

La tecnología es actualmente una necesidad en la sociedad. El uso de sitios web se ha convertido en una herramienta importante en comunicación visual para instituciones de todo tipo, al punto de convertirse en su carta de presentación.

En un sitio web institucional se puede acceder a toda clase de contenidos de interés para los clientes y el público en general, como pueden ser la filosofía organizacional, los alcances; así como la presentación de las actividades que se generan dentro de la institución.

A través de un sitio web empleado adecuadamente, se puede operar a manera de plataforma comunicacional a nivel interinstitucional, lo que dinamiza los procesos para presentar resultados académicos y administrativos. Para los estudiantes es importante proyectarse hacia un futuro, en donde la creatividad y la innovación estén a su alcance.

La comunicación visual se ha convertido en algo indispensable, y por medio del uso de las nuevas tecnologías de información se manifiesta con mayor validez. Las instituciones deben estar a la vanguardia con la tecnología para proyectar en un futuro laboral a sus estudiantes.

La Carrera de Diseño Gráfico que pertenece a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil es reconocida por ser pioneros en la formación de profesionales; sin embargo, en la investigación este proyecto se detectaron falencias marcadas por la falta de innovación y deficientes canales de comunicación que impiden afianzar un vínculo social entre sus estudiantes a nivel interno y externo.

Se propone que, a través de un sitio web como herramienta de comunicación interna y externa para la carrera de Diseño Gráfico, los estudiantes la utilicen como plataforma para difundir sus portafolios y poder ser ubicados por empresas para ocupar plazas de trabajo, además de que sean partícipes de cada una de las publicaciones que se realicen en el sitio web bajo la supervisión de una autoridad responsable.

El proyecto se estructura de la siguiente manera:

En el capítulo I - EL PROBLEMA, se expone el planteamiento del problema; la situación actual de la institución, objetivos generales y específicos, justificación y se delimita el problema.

En el capítulo II - MARCO TEÓRICO, se presentan todos los términos necesarios para comprender de mejor manera al estudio, y donde se justifica a través de teorías el presente proyecto de investigación y sus variables.

En el capítulo III - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN se especifica las metodologías y herramientas de investigación empleadas en el proyecto, aspectos que permitieron desarrollar las variables. Presenta el análisis y recopilación de datos de las encuestas y entrevistas realizadas a estudiantes, graduados y reclutadores de diseñadores gráficos de empresas a nivel nacional.

En el capítulo IV - PROPUESTA, se detalla la propuesta del proyecto; como será su implementación, la justificación de los objetivos y todos los detalles de la elaboración del sitio web.

Finalmente, se encuentran las CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES, donde se presenta el alcance de cada objetivo planteado inicialmente, lo que se logró, qué es lo mejor para el estudio y sugerencias para potenciar el proyecto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

La Carrera de Diseño Gráfico que pertenece a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil es una institución que tiene muchos años de trayectoria, además de ser pioneros en la formación de profesionales; sin embargo, posee ciertas falencias marcadas por la falta de innovación y deficientes canales de comunicación que impiden afianzar un vínculo social entre sus estudiantes a nivel interno y externo.

La Carrera de Diseño Gráfico carece en la actualidad de una herramienta comunicacional para difundir los portafolios de los estudiantes de cursos superiores y egresados de la carrera. Además de no tener un sitio donde puedan encontrar noticias, novedades, trámites, requisitos y comunicados. Esto permitirá a los directivos, docentes y estudiantes, crear un vínculo académico que vaya más allá de las clases que reciben diariamente, y que sirva para expresar sus opiniones de manera responsable y veraz a través del sitio web.

Es por ello, que se presenta la siguiente propuesta para diseñar un sitio web institucional; la misma que funcione como un soporte comunicacional de la carrera para los estudiantes y para el mundo, donde se permitiría compartir los portafolios de los estudiantes de cursos superiores y de los egresados. El sitio web sería una

oportunidad para que sus perfiles puedan ser vistos por los jefes de talento humano en agencias publicitarias y empresas de todo tipo que deseen contratar personal en el área de diseño gráfico; y de esta manera motivar a los nuevos estudiantes para ingresar a la carrera con la oportunidad de que su talento sea reconocido en la universidad y en el campo laboral; sus intereses siempre serán atendidos por la institución.

Una vez listo, el sitio web debería ser manejado por delegados que sean estudiantes de cursos superiores bajo la supervisión de un profesor. Para la elaboración del sitio solo se requiere de equipos de cómputo y de acceso a la información, y se podrían llevar a cabo actividades que involucren a los actores educativos de la carrera de Diseño Gráfico. El sitio web es una herramienta de comunicación interna y externa creada para la carrera de Diseño Gráfico de Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Los estudiantes de dicha carrera sean partícipes de cada una de las publicaciones que se realice en el sitio web bajo la supervisión de una autoridad responsable.

Situación Conflicto

El problema central radica en la carencia de un sitio web oficial de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil. Además, la carrera se encuentra desvinculada de la Facultad de Comunicación Social incluso en su infraestructura, ya que esta se encuentra ubicada fuera del campus por espacio reducido. La deficiente comunicación a nivel interno y externo ha vuelto casi nula la interacción entre estudiantes con la Institución.

Tabla 1. *Causas y consecuencias*

Causas	Consecuencias
Desinterés por crear vínculos comunicacionales entre docentes y estudiantes.	Poca participación de estudiantes en el ámbito comunicacional interno
Carencia de un sitio web institucional oficial sobre la carrera de Diseño Gráfico.	Desconocimiento de la imagen institucional de la carrera de Diseño Gráfico
Poca difusión de la carrera, y del perfil de egreso de los Estudiantes	Dificultad para las empresas en la búsqueda de profesionales en la rama del Diseño Gráfico.
Inexistencia de un portafolio profesional de los estudiantes que están por graduarse	Escasa difusión de los trabajos de los estudiantes en los portafolios para incentivar a los futuros profesionales y poder promocionarse para lograr la inserción laboral.

Fuente: Carrera de Diseño Gráfico

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Delimitación del Problema

Campo: Diseño Gráfico

Área: Diseño web

Aspecto: Comunicación audiovisual y difusión

Tema: Comunicación audiovisual y su incidencia en la difusión interinstitucional de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Propuesta: Diseño de sitio web institucional para la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Formulación del Problema

¿Cuál es la incidencia de difundir interinstitucionalmente la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil?

Evaluación del Problema

Delimitado: Estudiantes y egresados de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Claro: El proyecto está redactado de forma precisa, fácil de comprender e identificar con términos acorde a los diseñadores gráficos. Diseñar un sitio web institucional que permita publicar los portafolios de los egresados para facilitar su inserción al campo laboral.

Evidente: El diseño del sitio web oficial de la carrera de Diseño Gráfico, que ayude a posicionarla en el mercado laboral y de esta forma potencializar al estudiante.

Además, de que se le facilite al estudiante la tarea de requerir algún tipo de información relacionada con la carrera, ya sea sobre eventos, asuntos de interés, información sobre matrículas, asignaturas, trámites, o comunicados sobre las diferentes actividades que se llevan a cabo dentro de la carrera.

Concreto: Diseño de un sitio web para la difusión y posicionamiento de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Relevante: Otorga a los estudiantes la facilidad de difundir sus portafolios y que pueda motivar a nuevos a ingresar a la carrera. Además, las autoridades de la carrera de Diseño Gráfico tendrán la oportunidad de acceder y emitir sugerencias, preguntas y consultas respecto a cualquier ámbito de la carrera y responder de forma rápida ante cualquier eventualidad.

Original: El tema es original, porque a pesar de que se ha investigado en otras ocasiones, este nuevo enfoque que ha sido abordado de forma diferente.

Contextual: Propone fomentar una cultura de difusión para despertar el interés y la competitividad hacia los nuevos estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y a los estudiantes de cursos avanzados mantenerlos informados de lo que ocurre dentro de la institución.

Factible: El sitio web es un proyecto viable porque se cuenta con los recursos técnicos: computadoras y programas de edición, que son de fácil acceso para el

investigador. Es una propuesta que se realizará a través de herramientas digitales por motivo de la pandemia por COVID-19.

Variables de la Investigación

Variable Independiente

Trascendencia de la comunicación visual

Variable Dependiente

Sitio web institucional

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

- Fomentar la cultura de difusión interinstitucional de la carrera de Diseño Gráfico.

Objetivos Específicos

- Analizar causas que dificultan la comunicación interna y externa entre la institución y los estudiantes.
- Estructurar el sitio web oficial de la carrera de Diseño Gráfico.
- Diseñar un espacio para publicar los portafolios profesionales de los egresados de la carrera de Diseño Gráfico.
- Difundir la creación de los portafolios profesionales con agencias publicitarias a nivel local para dar a conocer el nivel de conocimientos de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la facultad de Comunicación Social.

Preguntas de investigación (Preguntas a contestarse)

- ¿Qué es comunicación?
- ¿Cuáles son los tipos de comunicación?
- ¿Cuáles son los parámetros de la comunicación?
- ¿Qué es la comunicación efectiva?
- ¿Cuál es la estructura de la comunicación?
- ¿Qué es la comunicación visual?
- ¿Cuáles son los elementos de la comunicación visual?
- ¿En qué consiste la importancia de la comunicación visual?
- ¿Qué es la trascendencia en la comunicación?
- ¿Qué es información?
- ¿Qué es red interinstitucional?

Justificación e Importancia

El presente proyecto es importante porque los estudiantes que pertenecen a la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social no cuentan con un canal de comunicación interna en línea, ni con un medio de difusión para los trabajos que realizan. A través del lanzamiento de un sitio web institucional se desea ofrecer un apoyo de manera gratuita a los estudiantes, tanto al inicio de su carrera, como también a los que pertenecen a cursos superiores.

Es necesario que la carrera cuente con un sitio web oficial que fomente el interés y el desarrollo de habilidades; promueva el activismo cultural, y que permita compartir el talento y habilidades. Este canal de comunicación activo es necesario para que los estudiantes se encuentren al tanto de lo que sucede en el ámbito universitario y sobre el diseño gráfico a nivel nacional e internacional.

La parte fundamental del sitio web consiste en que los mismos estudiantes formen parte activa e importante en la creación y desarrollo de esta herramienta comunicacional, ya que serán ellos quienes a través de sus propias experiencias y publicaciones puedan beneficiarse de cada edición. Así, se lograría difundir los portafolios que los volvería visibles dentro del mercado laboral y, además, de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Llevar a cabo este proyecto es factible ya que solo se requiere levantar información sobre las necesidades que deben ser cubiertas, y el trabajo de diseño se realiza con computadoras personales o con equipos de la Universidad, herramientas con las que sí se cuenta en la actualidad, además de la predisposición de la autora por aportar de manera positiva con la carrera y la facultad.

Las autoridades de Diseño Gráfico podrían conocer de primera mano no solo las necesidades de los estudiantes, sino también sus percepciones, sugerencias y expectativas que tienen con respecto a la carrera. De esta forma serían partícipes de la realidad dentro de las aulas, y esto facilitaría la toma de decisiones correctivas en caso de que fuera necesario.

Los docentes también resultarían beneficiados al poder encontrarse al tanto de las actividades curriculares y extracurriculares que se desarrollen en el sitio web, y les permita brindar su ayuda en los casos que consideren oportunos. La relación alumno – docente es importante durante una carrera universitaria que les da más libertad para expresarse, recibir mayor retroalimentación, y, por tanto, mejorar su nivel de rendimiento académico por el intercambio frecuente de información.

Es importante la difusión de los portafolios porque los estudiantes necesitan una mano al momento de ingresar al campo laboral. Las agencias y empresas que

trabajan con diseñadores deberían conocer el nivel de los graduados de la carrera de la Universidad de Guayaquil, y para eso es necesario que conozcan el talento y conocimientos de los estudiantes. Esto beneficia a los estudiantes, a los egresados, a los graduados, a los empleadores, y a la institución.

Los estudiantes de Diseño Gráfico tendrían acceso a información sobre la misma dentro de un solo canal de comunicación de manera oficial. La información que se encuentre en el sitio web, además, contaría con temas de interés relacionados a la carrera: horarios, docentes, trámites, matriculación, eventos, proyectos, entre otros.

El sitio web debe ser administrado de manera responsable por un docente y estudiantes de cursos superiores; quienes tendrían la grandiosa labor de difundir de manera responsable toda la información que consideren que debe socializarse dentro de la carrera.

Una vez que la nueva página se encuentre en marcha y los resultados positivos salgan a la luz, se verá una mejor relación comunicacional entre: directivos, docentes, otras carreras que desearán aplicar el mismo modelo, instituciones externas, empresas y estudiantes, fortaleciendo un sentido de pertenencia a la carrera y a la institución.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La última década se ha caracterizado por cambios dramáticos en la forma cómo el Internet ha influenciado la cultura; de hecho, la Web es una expresión cultural, en sí misma, que abarca numerosas actividades de la sociedad. Durante mucho tiempo, la capacidad tecnológica de la industria periodística y las corporaciones del multimedia hicieron posible que dominaran el espectro de los proveedores de contenido.

En este capítulo se desarrollarán las distintas ideas, estudios, y análisis existentes que se relacionan directa o indirectamente con el tema de investigación. Se contemplarán varios puntos: fundamentación histórica, donde se hará referencia a la comunicación social, fundamentación epistemológica, que analiza la ciencia del conocimiento y todas las teorías relacionadas con el tema de tesis. Entre los cuales se incluye la revolución digital y la comunicación de masas a la comunicación multimedia; este de manera específica.

Antecedentes del Estudio

Existen trabajos de investigación desarrollados durante años anteriores en la Facultad de Comunicación, donde se aborda el tema de comunicación visual y como aportar con mayores conocimientos a los estudiantes de diferentes semestres, es así que en el año 2017, se investigó el tema sobre la Comunicación visual, la publicidad BTL y su influencia en el proceso de aprendizaje de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil a cargo de Jonathan Gerardo Peralta. (Peralta, 2017)

“La investigación fue realizada en las instalaciones de la carrera de Diseño Gráfico, para analizar los conocimientos de los estudiantes de tercer semestre sobre publicidad de tipo BTL, donde se plantea la elaboración de una guía informativa que contenga todo el contenido necesario, desde conceptos básicos hasta aportes técnicos y cognoscitivos para reforzar la cultura estudiantil y dar un valor agregado a los alumnos que no se encuentran familiarizados con el tema. (Peralta, 2017)

El trabajo de graduación de Karen Chóez, “El poco uso de la comunicación visual en la creación de imagen corporativa en los estudiantes del segundo semestre de la carrera de Diseño Gráfico”, planteó el diseño y elaboración de un tutorial sobre el uso de la comunicación visual en la creación de imagen corporativa (Chóez, 2016)

Esta investigación tuvo como objetivo mejorar la calidad de la comunicación visual y aprovechar el conocimiento adquirido sobre este para desarrollar la imagen corporativa al momento de diseñar. Este estudio fue basado en los estudiantes de segundo semestre de la carrera de Diseño Gráfico, a manera de apoyo para instruir a los estudiantes con una buena base conceptual de aprendizaje en cuanto a diseño y elaboración de material audiovisual, ayudando a mejorar sus técnicas, destrezas, habilidades y capacidades. (Chóez, 2016)

También se tomó como referente la tesis de Felipe Crespo, cuyo tema fue “Comunicación visual y su incidencia en el proceso de aprendizaje de animación 2D en los estudiantes del sexto semestre de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, periodo 2018-2019”, donde diseñó una guía didáctica bases de la animación 2D.

Este trabajo fue basado en un análisis a la comunicación visual y su influencia en los procesos de aprendizaje de animación 2D en los estudiantes de sexto semestre de la carrera de Diseño Gráfico, con la finalidad de que puedan recibir conocimientos básicos esenciales de animación para su mejor preparación como profesionales. Esto se lograría a través de la elaboración de una guía didáctica con las bases de la animación 2D, lo que recibió un nivel de aceptación por parte del alumnado muy alto. (Crespo, 2019)

Fundamentación Teórica

Comunicación

La comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social". (Thompson, 2019)

El autor se refiere a que la comunicación es algo que se comparte entre nosotros mismos y que lo vuelve un proceso importante en la sociedad. Esto se realiza de manera sistemática en el momento en que el emisor requiera comunicarse con el receptor y transmitir el mensaje es el objetivo.

El conocido aforismo de Marshall McLuhan "*El medio es el mensaje*", es el título del primer capítulo de su estudio más influyente, *Understanding Media: The Extensions of Man*, publicado por primera vez en 1964. Su importancia va más allá de ser un punto de partida, ya que solo esta frase resume de manera concisa y poética el planteamiento que ofrece McLuhan a los estudios de los medios. (McLuhan E. , 2015)

Marshall McLuhan planteó que es el medio el contenido, no el mismo mensaje que transporta. Un medio impresiona a una sociedad, no el contenido que posee. Se refiere más a las características que el medio contiene y sobre todo al cambio que ese medio induce en las sociedades. Esto aduce al creciente impacto de los medios de comunicación con nuevas tecnologías. (McLuhan E. , 2015)

Entonces, la frase se refiere a que cada medio y tecnología cuenta con sus propias amenazas, ya que la sociedad está acostumbrada a resaltar el contenido e ignorar el medio, que es el que tiene un rol más significativo, y un efecto mayor. “El medio es el mensaje” quiere decir que el medio para utilizar el envío del mensaje influye mucho más que el contenido de la comunicación que esta tenga. (McLuhan E. , 2015)

El autor manifiesta lo imprescindible al momento de comunicar y que el medio tenga el proceso oportuno a la hora de comunicar; asevera la importancia de esa etapa en la comunicación para que exista un verdadero flujo de información en el receptor.

A través del tiempo, la comunicación ha logrado un avance significativo en diferentes generaciones. El uso de medios de comunicación ayuda a la creación de vínculos entre distintas regiones o países, y de esa forma se comparten experiencias. (Dominguez, 2015)

Se puede decir que cuando se comunica, se lo hace para las demás personas, y es parte fundamental en la vida del ser humano en su diario vivir. Uno recibe información y puede interpretar gracias a sus sentidos, que son utilizados como instrumentos para desarrollar la comunicación de manera adecuada.

De acuerdo con la visión de Watzlawick, Helmick, & Jackson sobre la comunicación, señalaron lo siguiente:

“En lo que antecede hemos considerado individuos en su nexos social – en su interacción con otros seres humanos – y vimos que el vehículo de esa interacción es la comunicación. Esta puede ser o no a la medida en que debe aplicarse una teoría de la comunicación humana- de cualquier manera, nos parece evidente que la concepción del hombre sólo como un “animal social” no logra explicar al hombre en su nexos existencial del cual la participación social es solo un aspecto, aunque muy importante”. (Fazio, 2018)

La importancia de la comunicación en el individuo considera a la sociedad como la parte principal en el proceso y evidencia la participación entre los seres humanos para que esta exista. En la comunicación existirán de manera fundamental: un emisor, un medio o mensaje, y el receptor, que es quien recibe la información durante la interacción.

Tipos de comunicación

De acuerdo con Héctor Maldonado, la comunicación es el proceso para la transferencia de mensajes, ideas o emociones, por medio de signos comunes entre el emisor y el receptor, con una reacción o efecto determinado. Por lo tanto, tiene dos objetivos principales: Proporcionar datos, y transmitir sentimientos y emociones. (Pauz, 2016)

De acuerdo con Héctor Maldonado que fue mencionado por Pauz en el 2016, al momento de comunicarnos, durante la transferencia del mensaje hay dos

momentos muy importantes, que son los datos de la información y sobre todo los sentimientos y emociones con los que llega dicho mensaje.

Los tipos de comunicación son: Verbal, no verbal, y visual o gráfica. La comunicación verbal utiliza la palabra para dar el mensaje y es la principal forma de comunicación que se usa. Para que esta sea efectiva debe ser precisa, clara y bidireccional. Puede ser oral o escrita. La comunicación no verbal es aquella que no utiliza las palabras, ni conlleva a escritura. Las acciones son consideradas actividades de comunicación no verbal, y son tan importantes como la palabra y las ilustraciones. Esta incluye movimientos corporales, expresiones faciales, tono de voz, patrones de contacto, etc. (Peiró, 2018)

La comunicación visual o gráfica es aquella que junto con las ilustraciones son un refuerzo visual que se utiliza para apoyar un mensaje o crear una idea completa. Incluye diagramas, mapas, logos, fotografías, pinturas, obras de arte que puedan comunicarse junto con palabras o por cuenta propia. (Peiró, 2018)

Dentro de los tipos de la comunicación existen la verbal, no verbal, visual o gráfica; Peiró recalca que son parte esencial del proceso de comunicativo de un mensaje que no sólo está compuesto de palabras, sino también de imágenes que siempre llevan un mensaje al receptor.

Parámetros de la comunicación

“La comunicación asertiva es una habilidad social de gran valor, que está asociada a la inteligencia emocional y a la capacidad para comunicarse de manera armoniosa y eficaz con los demás.” (Coelho, 2019)

Para lograr una comunicación efectiva es necesario que el mensaje sea:

- Claro, para que la audiencia logre captar lo que uno desea transmitirles. Es necesario estar seguro de lo que se va a decir y cómo hacerlo.
 - Conciso, evitando irse por las ramas. Mientras más fácil de comprender sea la información, mejor.
 - Concreto, siendo específico y brindando todos los detalles necesarios: el qué hacer, cuándo, cómo y con quién.
 - Correcto, cuidando la ortografía, la pronunciación, revisando tecnicismos y la adaptación del tipo de comunicación a la audiencia a la que se dirige.
 - Coherente, que la información sea relevante, y que todo lo que se desea comunicado se encuentre relacionado entre sí.
 - Educado, siempre conservando la asertividad y consideración por el interlocutor.
 - Creativo, para enganchar a la audiencia y ayudarles a retener la información.
- (Traverso, Williams, & Palacios, 2017)

Estructuras de la comunicación

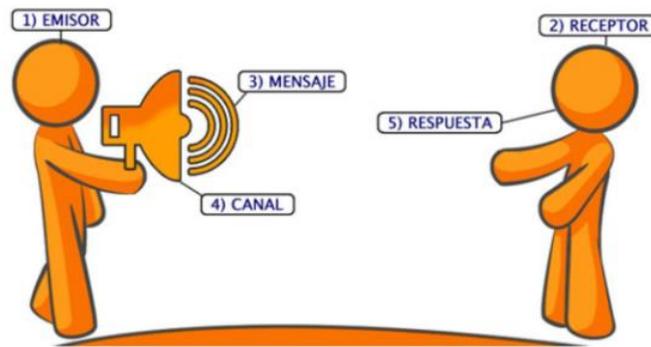
Un sistema de comunicación se encuentra conformado por un conjunto de elementos, que son:

- Fuente o emisor, que es quien envía el mensaje
- Canal, donde circula la información
- Transmisor, que es la información adaptada para ser transmitida por el canal
- Receptor, que es quien interpreta la información
- Destino, que sería el punto de llegada de la información. (Monera, 2019)

De acuerdo con González, estos elementos son parte de un proceso continuo y dinámico, aunque pueden intervenir otros factores como el ruido y la retroalimentación. (González, 2020)

El emisor envía el mensaje por medio de un canal al receptor, y una vez que este ha sido decodificado, el receptor puede responder al emisor y de este modo se comparte la información entre dos o más personas, seres vivos o artificiales, si es que conocen el código con el que está construido el mensaje.

Figura 1. Estructura de la comunicación



Fuente: (González, 2020)

Figura 2. Elementos de la comunicación

Emisor	Es el sujeto que comparte el mensaje. Esta fuente puede ser un ente inanimado o animado, y al que se le requiere una única cualidad, que sea capaz de suministrar información por algún tipo de canal que llegue a un receptor.
Receptor	Es el encargado de recibir el mensaje que ha enviado el emisor, puede ser animado o inanimado. Este lo descodifica una vez lo recibe, y debe compartir el mismo contexto, códigos y marco de referencia con el emisor.
Mensaje	La información que el emisor comunica al receptor. Pueden ser diversos tipos de información, como datos, sentimientos, ideas, etc. Debe estar codificado de forma que el receptor sea capaz de recibirlo y descodificarlo. Para ello, se han de usar símbolos y signos que permitan llevar al individuo que lo recibe a interpretarlo con éxito.
Contexto	Entorno que rodea al emisor y al receptor
Código	Símbolos, normas y signos que, combinados, estructuran un mensaje, reciben el nombre de código. Este puede ser el lenguaje escrito o hablado, sonidos como un bufido o un ladrido de un perro, o incluso señas, avisos, etc. necesita un proceso de codificación, que es labor encargada del emisor del mensaje, así como uno de descodificación, de lo que se encarga el receptor.
Canal	Medio por el que se transmite y se recibe un mensaje. Pueden ser personales, verbales o no verbales, interpersonales, escritos, e incluye cualquier medio, como papel, televisión, un teléfono, etc.
Ruido	Interferencia que provoca o puede provocar que la transmisión entre emisor y receptor no sea fluida o incluso impida la comunicación. Así pues, su fuente puede ser diversa, desde un aparato electrónico que no funciona bien hasta música muy alta.
Retroalimentación	La respuesta del receptor al emisor una vez recibido y descodificado el mensaje.

Fuente: (González, 2020)

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Comunicación visual

La comunicación visual es la transmisión y envío de un mensaje por medio de imágenes, símbolos o signos. Estos también pueden incluir textos y palabras escritas, y tienen la ventaja de que pueden traspasar las barreras del lenguaje, lo que permite su comprensión a personas que hablen idiomas distintos. (Raffino M. , 2020)

Entre sus elementos, los cuales son bidimensionales, se encuentran los siguientes:

- Puntos, que son la unidad más simple dentro de la comunicación visual
- Líneas, que se definen como un punto en movimiento.
- Dimensiones, que representa al volumen de los elementos.
- Contorno, que es lo que definen las líneas.
- Textura, que representan lo táctil.
- Colores, que son las representaciones monocromáticas. (Raffino M. , 2020)

La importancia de la comunicación visual radica en que se encuentra presente en todos lados, a cada momento, lo que la convierte en un medio de comunicación sencillo y eficiente, si se logra transmitir de manera correcta. (Raffino M. , 2020)

De acuerdo con la teoría del dibujo infantil, Luquet sostiene que:

El ser humano nace, sus ojos o el sentido de la vista registra, interpreta y coordina todo lo que observa o percibe, estas percepciones de acuerdo al modelo mental del observador, es decir, todo el conjunto de conocimientos y experiencias que tiene cada persona en asociación con la edad, van a tener

un significado diferente, como aprender un conocimiento nuevo o recordar imágenes y asociaciones emocionales. (Sánchez, 2019)

Identidad corporativa

Es importante trabajar en desarrollar una identidad visual corporativa, que resulte fácil de recordar, fuerte, y ofrezca diferenciación para resaltar sobre otros negocios o instituciones que ofrecen productos o servicios similares. (Serrano, 2018)

“La identidad corporativa de una empresa no es otra cosa que su razón de ser: Qué es, qué hace y cómo lo hace. Es la suma de características, valores y creencias con las que una empresa se identifica, y gracias a las cuales, se diferencia del resto de empresas, a lo largo del tiempo. Es todo lo intangible que nos aporta y ese no sé qué por el que nos hacemos fieles consumidores de sus productos”. (Serrano, 2018)

La necesidad de contar con una identidad visual corporativa es de suma importancia, ya que, como manifiesta Serrano; es como las instituciones se diferencian gracias a la identidad corporativa. Lo visual es lo primero que permite identificar a una institución; por medio de ella transmite valores y creencias de una empresa y logra su diferenciación de las demás.

Al crear una imagen corporativa para la Carrera de Diseño Gráfico, los estudiantes podrían identificarse con ella, se sentirían respaldados por una institución con bases bien constituidas, y esto facilitaría su inserción en el campo laboral.

Portafolio profesional

También conocido como portafolio, es un conjunto de hojas sueltas recopiladas en una carpeta donde se archivan los trabajos de diseño más relevantes de un profesional. Este abarca trabajos, bocetos, muestras, técnicas, y demás muestras de talento que una persona reúne para dar a conocer su obra dentro del ámbito artístico, del educativo, laboral, etc. (Pérez, 2020)

Consiste en las siguientes secciones:

- Portada
- Contraportada
- Perfil
- Introducción
- Índice de contenidos
- Capítulos
- Presentación
- Bibliografía
- Información de contacto (Pérez, 2020)

Pérez manifiesta que un profesional debe tener un portafolio en el que pueda archivar los trabajos realizados a lo largo de su carrera y que contenga sus mejores obras para ser presentadas en el ámbito laboral.

Es esencial para un diseñador gráfico tener los mejores trabajos elaborados a lo largo de sus estudios, para que puedan ser presentados a las empresas que requieren y obtener una plaza de trabajo.

Trascendencia de la comunicación visual

Según Platón: “La inteligencia visual es el magno don, es la habilidad de pensar y percibir a través de imágenes físicas o representadas.” (Platón)

En un mundo donde las imágenes se encuentran en todas partes, la información está presente en ese formato: por medio de internet, películas y

televisión, y esto puede llevar a condicionar a los usuarios a tomar decisiones. Eso vuelve necesario comprender e incluso dominar el lenguaje visual para comunicarse de manera directa, sencilla, y fácil de comprender para el público. (Barrio, 2017)

La información visual es una herramienta clave para transmitir ideas de forma sencilla. Los usuarios necesitan conocer los símbolos universales, como, por ejemplo, una señal de prohibido el paso que es reconocible en todo el mundo, y son éstos los más útiles a la hora de establecer un proceso comunicativo. (Barrio, 2017)

El autor Barrio señala que dentro de un mundo visual, la comunicación debe ser directa y sencilla, pero debe ser dominada, para que el receptor pueda comprender de mejor manera el mensaje y se conserve su fluidez.

Se puede decir que el diseño gráfico “es una disciplina de las artes visuales que engloba, la dirección artística, tipografía, composición de textos y TICS. Es un campo multidisciplinario en el que cada diseñador se especializa en una o varias áreas”. (Caina, 2018)

El autor Caina se refiere al diseño gráfico como una disciplina completa, pues a través de su composición visual es capaz de comunicar ideas que lleguen de forma directa al receptor, manifestando una comunicación fluida en el entorno social.

Dentro del análisis de Rodrigo Martín (2015) sobresale lo siguiente:

Es importante resaltar que el sentido de la vista se desarrolla antes que el conocimiento del idioma se aprende a ver el mundo antes de poderlo nombrar. En muchas ocasiones reconocemos la imagen de algo, lugar, objeto, persona, aunque olvidemos su nombre; las imágenes visuales

producto de las experiencias son el punto de partida de toda conceptualización, en claro disenso con aquellos que colocan siempre por delante el lenguaje verbal como punto de partida de todo pensamiento.

(Martin, 2015)

Es importante cuando el autor Martin asevera que la comunicación inicia en el sentido de la vista, pues la imagen visual se reconoce porque es el producto de las experiencias, siendo el inicio de un concepto en el individuo en el proceso comunicativo.

Información

La teoría de la información es la ciencia que trata la “información” como un recurso que puede ser medido, convertido a símbolos (generalmente en “bits”) y transmitido de un lugar a otro por medio de un canal. En general, la teoría de la información considera los soportes y los símbolos que permiten la transmisión. (Chang, 2016)

Dentro de este contexto, la teoría de la información se encarga de manera especial en la descripción matemática y de la evaluación de los métodos de transmisión, conservación, extracción, clasificación y medida de la información. Los símbolos que se usan dan paso a la codificación de datos y su transmisión tiene propiedades fundamentales que al ser analizadas forman parte de la base para la construcción de códigos que a su vez serán utilizados a través de los canales de difusión. (Chang, 2016)

Chang planteó que dentro de la teoría de la información los símbolos son muy importantes para la codificación de un mensaje, ya que son analizados como parte de la construcción de la comunicación y son utilizados para la difusión de esta. Dentro de un sitio web es muy importante la información que se va a incluir; los portafolios deben ser adecuados y cumplir con el aspecto comunicacional que requiera una empresa que desee contratarlos; y además, los estudiantes deben tener claro y concreto el mensaje comunicacional de la institución.

Actualmente, como consecuencia de los adelantos tecnológicos, se realizó el almacenamiento de información dentro de los medios digitales. Cabe recordar que, al inicio, no estaban las computadoras y la única herramienta que había para el almacenamiento de datos eran los libros. (Dominguez, 2015)

El nuevo panorama comunicativo fue redefinido por la migración digital que se ha implementado como eje primordial de los procesos de comunicación globales; el tratamiento de la información en sí misma. Las nuevas tecnologías no sólo se han dado a través de avances técnicos, sino que van de la mano con los nuevos procesos comunicacionales de la nueva era que vivimos. (Dominguez, 2015)

Domínguez considera que a través de los nuevos medios tecnológicos existe una herramienta que almacena información de medios que son digitales, y menciona que todo se está globalizando por medio de los avances tecnológicos y la migración a nuevas formas digitales.

Este desarrollo realizado al mismo tiempo y a lo largo de los siglos entre medios de comunicación y progreso tecnológico ha sido el responsable de los ciclos evolutivos en la historia de la comunicación. (Chang, 2016)

Red interinstitucional

Una red interinstitucional es aquella que abarca a distintas organizaciones o instituciones, y surgen de compartir intereses o situaciones en común. Esto ayuda a mejorar la efectividad de dichas organizaciones, al crear un canal más sólido para resolución de problemas que se puedan presentar. Estos sirven para cooperación mutua, y pueden incluir elementos del sector privado o público, ya que son versátiles. (León, J, 2020)

Estas surgen de la existencia de objetivos o metas en común. Este camino compartido facilita su cooperación entre sí, a fin de alcanzar con mayor facilidad dichas metas, además de generar un impacto positivo a la sociedad al crecer juntas, ya que se crean modelos de trabajo más eficientes y mejor organizados al unir conocimientos. (León, J, 2020)

En el aporte que menciona el autor, se visualiza la importancia de las relaciones interinstitucionales para crear canales sólidos de comunicación; lo que conlleva a un trabajo eficiente para alcanzar metas en conjunto, demostrando la sinergia de las instituciones entre sí.

Fundamentación Psicológica

Este proyecto basado en la creación de un sitio web tendrá contenidos que seas de ayuda para los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico, que permitan su enfoque en las nuevas tendencias, noticias a nivel universitario en general, y estar al tanto de las vanguardias y desarrollo de tecnologías para esta área.

Según Cajamarca, la fundamentación psicológica estudia los principios psicológicos aplicados al proceso de enseñanza-aprendizaje en el ámbito educativo.

Es un proceso de desarrollo y crecimiento, mental, físico, emocional que conforma una personalidad equilibrada y la importancia que va a tener dentro de la educación. (Cajamarca, 2015)

Para Vygotsky, la actividad mental es la característica fundamental, la cual es el resultado de un aprendizaje, siendo de mayor relevancia los signos y símbolos como el lenguaje, los matemáticos, la escritura y en general todo tipo de señales que tienen algún significado definido socialmente, el desarrollo del pensamiento es un proceso socio genético que tiene su origen en la vida social a partir de procesos biológicos que posee un niño al nacer señala la conducta humana y utiliza herramienta psicológicas, técnicas y materiales para la solución de problemas de forma independiente. (Andrango & Tinizaray, 2015)

A partir de estos enunciados, se puede destacar que la implementación de un sitio web influya en los estudiantes, que formarían parte activa e en la creación del proyecto, ya que obtendrían de este un aprendizaje y serian ellos los que a través de sus interacciones con comentarios y publicaciones enriquezcan cada edición.

Además, el sitio web sería un medio de introducción para los estudiantes hacia el mundo del Diseño Gráfico. De esta forma, ellos podrían incorporar conocimientos que contribuyan a su desarrollo mental, intelectual y artístico, generando autocrítica.

Fundamentación Tecnológica

Actualmente, contar con un sitio web se ha convertido en una necesidad para la sociedad en la parte comunicacional. Esta a su vez se realiza con mayor eficiencia a través de los avances tecnológicos. Por esto, las instituciones

educativas se ven en la necesidad de estar a la vanguardia de la tecnología, para ser competentes en un futuro laboral para sus estudiantes.

Es necesario que la carrera de Diseño Gráfico esté a la vanguardia de las nuevas tecnologías, por ello, la propuesta de este proyecto es implementar el diseño de la página web institucional, ya que la institución tiene énfasis en manejo de tecnología.

Parte fundamental en la actualidad, es estar al día con la tecnología, ya que existen diversas herramientas que sirven de apoyo al momento de crear una página web: herramientas que se encuentran en línea para edición de imágenes, banner, afiches e infografías. Por lo tanto, se debe tener en cuenta para utilizar las TIC (Tecnologías de la información y Comunicación).

Medios tecnológicos de comunicación

“Los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose” (Siso, 2017)

Los nuevos medios realizan la fusión con los medios ya existentes, a través de una reconfiguración de sus usos; el lenguaje al momento de comunicar y sus ajustes sobre públicos objetivos. (Siso, 2017)

Siso menciona la metamorfosis que han sufridos los medios tradicionales y la forma tan rápida que las nuevas formas de comunicación han evolucionado y se han adaptado a las formas de comunicación de la sociedad. Esto ha motivado a los medios antiguos a adquirir nuevas maneras de comunicar. Actualmente, un sitio

web es utilizado como herramienta comunicacional en las instituciones para comunicar las actividades que se realizan en ella.

Las nuevas tecnologías son herramientas independientes que nacen con el objetivo de interactuar socialmente. Por lo tanto, la adaptación de la evolución tecnológica no puede evitar la dependencia de todas esas nuevas tendencias a un mismo sistema. (Dominguez, 2015)

El avance tecnológico siempre debe ir fusionado al progreso social, dando paso a nuevos conocimientos. Sostiene lo siguiente:

Uno de los efectos de la fragmentación es la descentralización y diversificación y, en consecuencia, el fin de la comunicación de masa. La audiencia todavía es masiva, pero ya no es masa en el sentido tradicional en que un emisor emitía para múltiples receptores. Ahora disponemos de una multiplicidad de emisores y receptores, y por lo tanto de una multiplicidad de mensajes, y como consecuencia, la audiencia se ha vuelto activa y selectiva. (Marulanda, 2015)

Internet como medio de comunicación

En el siglo XXI, el Internet se ha convertido en el eje fundamental de comunicación y desarrollo a través de la información que posee. Cervera (2015) señala lo siguiente:

“Internet no es solo un medio de comunicación, es, a su vez, un canal de distribución y entorno de interacción donde los usuarios han cobrado, un rol protagonista que ha marcado un antes y un después en las estrategias de comunicación de las marcas” (Cervera, 2015)

También indica que la información que se transmite a través de internet abre las puertas a una nueva evolución de las superficies de transmisión de información junto con el desarrollo de la tecnología y la globalización para las marcas. No solo por ser una herramienta que está a la vanguardia del mundo es importante, sino que Internet tiene muchas ventajas comunicacionales al poder comunicarse con millones de personas. (Cervera, 2015)

Cervera propone que a partir del internet existe una nueva forma de transmisión de información, y que la tecnología está ayudando a fomentar los procesos de comunicación, debido a la mayor necesidad de comunicarse a nivel global.

Páginas web como construcción de marca

Actualmente, la implementación de nuevas tecnologías de la información en el sistema educativo es invertir en el diseño de una página web como plataforma para la difusión de información institucional, gestión de trámites online y sobre todo la generación de leads (cuando un usuario después de una búsqueda en internet llega a una página web y rellena un formulario de solicitud de información). Por medio del desarrollo de una página web, la implantación de una estrategia claramente definida, traducida en acciones y dar visibilidad a la propuesta. (Mejía, 2019)

Con la llegada de nuevas tecnologías la construcción de la imagen corporativa es de vital importancia para que se encuentre en las diversas fuentes de búsquedas online y que genere visitas al sitio web, generando tráfico de personas en el sitio. De esta manera a el sitio web se vuelve una ventana para mostrar los portafolios de los estudiantes a los diferentes usuarios que visitan el sitio web.

“Internet ha otorgado poder a los consumidores y las empresas, aunque tarde en muchos casos, no han podido permanecer ajenas a estas circunstancias”.

(Cervera, 2015)

Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).

Las TIC son utilizadas para la creación y edición de artes gráficas, vídeos, entre otras herramientas para diseño; estos se pueden encontrar en internet y con la opción de trabajar en línea. (Trejo, 2018)

“Las Tecnologías de la Información y las Comunicación (TIC) son incuestionables y están ahí, forman parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían sus capacidades físicas, mentales, y las posibilidades de desarrollo social. (Gómez, 2015)

Se incluye en el concepto TIC no solamente la informática y sus tecnologías asociadas, telemática y multimedia, sino también los medios de comunicación de todo tipo: Los medios de comunicación social ("mass media") y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono, fax.” (Gómez, 2015)

Cabe mencionar que las tecnologías son las principales herramientas para crear una nueva forma de comunicación, que además aporten conocimientos en el desarrollo de la sociedad a través de la información que comparte.

De esta forma, Marqués enfatiza sobre la importancia de las TIC en la cotidianidad, las cuales son parte fundamental en el desarrollo social, trabajando de manera conjunta con la informática y medios de comunicación social. (Gómez, 2015)

El software de la compañía Adobe Systems Incorporated y sus programas Illustrator y Photoshop serían utilizadas como herramientas tecnológicas en el presente trabajo de titulación, ya que son herramientas de Software reconocidas a nivel mundial y de fácil acceso por medio de su plataforma Creative Cloud, lo que permite generar trabajos de alta calidad.

Adobe Illustrator

Adobe Illustrator posee la capacidad de proveer al diseñador infografías por su variedad de herramientas. “Adobe Illustrator es un programa de gráficos vectoriales del sector que permite crear logotipos, iconos, dibujos, tipografías, e ilustraciones complejas para cualquier medio.” (Adobe Systems Incorporated, 2018).

Con esta herramienta se pueden crear gráficos para los diferentes contenidos a manejar en la revista que serán de apoyo al lector para familiarizarse de mejor manera con la información.

Adobe Photoshop

Adobe Photoshop es el complemento ideal gracias a las herramientas que contiene y que se necesitan en el proyecto.

“Adobe Photoshop es el programa más utilizado tanto por aficionados como por profesionales, para lo que, como retoque digital de imágenes, además que, Actualmente Photoshop es el programa de tratamiento y retoque digital utilizado masivamente” (Adobe Systems Incorporated, 2020)

La función para realizar de este programa dentro del proyecto será la de mejorar la calidad fotográfica y de textos varios.

Fundamentación Sociológica

Rodríguez define al campo de la sociología como:

“La sociología es el estudio de las sociedades humanas en cuanto éstas son fundamentalmente conjuntos de seres humanos relacionados. Las relaciones se dan entre los hombres no son exclusivamente de cooperación, dependencia o pacifistas, sino que también son conflictivas, de rechazo y antagonistas.” (Rodríguez, 2015, pág. 15)

Este proyecto fomentará una cultura de interés y competitividad hacia los nuevos estudiantes de la carrera de diseño gráfico. Los estudiantes avanzados mantenerlos informados de lo que pasa en la carrera, además de mostrar sus trabajos para que vayan creando un portafolio que los pueda ir preparando para el futuro laboral. Esto hará que el estudiante se sienta apoyado a incentivar sus destrezas y su trabajo valorizado. (Andrango & Tinizaray, 2015)

Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador

La Constitución contempla dentro de sus artículos a la comunicación e información, como parte de la sección tercera. A continuación, los artículos más relevantes con respecto al tema:

Art. 16.- Todas las personas tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioelectrónico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial, y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.” (Constitución de la República del Ecuador)

Art. 18.- Todas las personas tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley.” (Constitución de la República del Ecuador)

Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021

El Plan Nacional de Desarrollo manifiesta en su séptimo objetivo:

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. Dentro del objetivo mencionado se incluyen políticas y lineamientos que implican la garantía a la población que ejerza el derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Ley Orgánica de Comunicación

La Ley Orgánica de Comunicación, en su artículo #10, expone un conjunto de normas deontológicas que se consideran como obligatorias para las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional, dependiendo del medio de comunicación que utilizan para difundir información. Dichas normas están segmentadas en cuatro partes principales:

1. Referidos a la dignidad humana.
2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria
3. Concernientes al ejercicio profesional
4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social
(Superintendencia de la Información y Comunicación)

En función de contar con la base legal para la difusión de datos e información en la revista digital que se propone, se precisa detallar el último punto de las normas deontológicas, que es el relacionado con las prácticas de los medios de comunicación social y consta de los siguientes literales:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;

- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o a valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.” (Superintendencia de la Información y Comunicación)

Definiciones conceptuales

- **Diseño web:** Área del diseño gráfico enfocada al desarrollo de interfaces digitales, como el diseño de aplicaciones y sitios web.

- **Sitio web:** Conjunto de páginas web o documentos de un mismo tema que se pueden encontrar en Internet y se identifican con un nombre de dominio.
- **Sitio web institucional:** Sitio web que presenta a una organización con sus valores, actividades e información clave, y sirve para ayudar a los beneficiarios con los datos necesarios de esta.
- **Comunicación visual:** Es la expresión por medio de imágenes y sirve para transmitir un mensaje al público.
- **Comunicación interna:** Es la comunicación dirigida dentro de una misma institución. Puede ser descendente, que va de directivos a colaboradores y estudiantes, ascendente si es al revés, u horizontal, dentro de una misma área de trabajo o entre cargos similares.
- **Comunicación interinstitucional:** Es la comunicación que involucra a dos o más instituciones que se encuentran relacionadas entre sí.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Al referirse a la metodología, es necesario centrarse en la descripción, análisis y valoración crítica de los diversos métodos que se van a utilizar en una investigación; a los procedimientos lógicos y secuenciales mediante los cuales se plantea un problema evaluando una hipótesis. Es por esto que se considera al método como una actividad de gran importancia para demostrar que un argumento es válido.

Para realizar este proyecto se utilizará la investigación exploratoria y descriptiva, que serán aplicadas para poder establecer estrategias y soluciones a la problemática abordada; y la cualitativas para la obtención de datos.

Diseño de la Investigación

El diseño de una investigación son los parámetros en el que se planifica una búsqueda, e incluye el tipo, participantes, recursos, variables, hipótesis, métodos y técnicas. (Ayala, 2019)

Por medio de esta actividad se obtendrán algunos parámetros como: qué desea conocer, qué se desea hacer, su alcance, la ubicación, el por qué y el cómo. Estos objetivos se estudian de lo general a lo particular y se exponen de manera clara y concisa.

Modalidad de la Investigación

La presente investigación es considerada factible, ya que, mediante un estudio de campo, se obtiene información veraz que ayuda a verificar la hipótesis planteada. La obtención de dichos datos permitirá contar con información para este trabajo.

El proyecto requiere de una modalidad mixta, que implica el uso de técnicas de recolección de datos cualitativas y cuantitativas, ya que los datos numéricos y estadísticos son del objeto de estudio como, por ejemplo: cifras exactas de la cantidad de estudiantes que están cursando la carrera de diseño gráfico.

La modalidad cuantitativa ha sido implementada para poder analizar el nivel de aceptación que tendrá la propuesta para el público objetivo con la herramienta de la encuesta, que proporciona el resultado de datos que serán analizados de manera individual.

La encuesta realizada se va a someter a un proceso, donde se va a analizar cada una de las preguntas realizadas al público objetivo; de esta manera se podrá obtener un estudio y demostrar el grado de conocimiento sobre si existe una página web de la carrera.

La investigación cualitativa servirá para evaluar el objeto de estudio y se obtendrá las causas y consecuencias. Con esta modalidad se podrá además analizar las respuestas de cada una de las preguntas realizadas sobre la problemática detectada que enfrenta la institución y el impacto que genera.

Tipos de Investigación

Los tipos de investigación que serían aplicados son los siguientes:

Exploratoria

Al inicio de esta investigación se utilizará la investigación exploratoria, ya que sirve para evaluar los primeros detalles acerca del problema planteado y lleva a las primeras hipótesis, las que serían analizadas y se obtendrían las explicaciones de lo que ocurre.

Esta investigación inicial dio como resultado que el problema principal es que la carrera de diseño gráfico carece de una página web institucional oficial.

Descriptiva

Dentro de la investigación, se utilizará la investigación descriptiva, con la finalidad de observar características en grupos a través del análisis.

“Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (Hernandez, 2015)

Hernández Sampieri manifiesta que la investigación descriptiva es un método que ayuda a medir de manera independiente varios parámetros y llegar a un objetivo sin necesidad de que influyan en el proceso investigativo. La investigación descriptiva permite conocer la situación en que se encuentra el sujeto de estudio.

Para realizar la recolección de datos, se utilizaron las herramientas de entrevista y encuesta y explicar los resultados obtenidos.

Encuestas - Las encuestas estarán dirigidas a los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico de la FACSO, y se llevarían a cabo mediante un cuestionario de preguntas con opciones para que ellos elijan las que más se ajusten a sus preferencias u opiniones. De tal manera se podrá conocer las necesidades y expectativas que tienen los estudiantes en relación la creación de una página web.

Entrevistas. - Se realizarán entrevistas a personas encargadas de contratar diseñadores gráficos dentro de las empresas donde ellos ejercen sus labores. Entre estas se encontraron agencias publicitarias y empresas de tipo públicas y privadas.

Software que se utilizará

Para la elaboración de los formatos de encuesta y entrevista han sido creados formularios a través de Google Forms, y para el análisis de los resultados y elaboración de gráficos, se ha trabajado en conjunto con Microsoft Excel.

Población y Muestra

La investigación contará con la población de estudiantes que se encuentran cursando, ya culminaron, o en algún momento estuvieron cursando la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Tabla 2. Población de estudio

Nº	Estratos	Población	%
1	Estudiantes malla nueva	185	62%
2	Estudiantes malla antigua	89	30 %
3	Estudiantes titulación	24	8%
	Total	298	100,00%

Fuente: Facultad de Comunicación Social (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Muestra

Como esta investigación corresponde a un grupo de estudiantes y exalumnos, las unidades de análisis serían determinadas al utilizar los siguientes datos con su respectiva fórmula:

Figura 3. Tamaño de muestra

$$n = \frac{N}{\%^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{298}{0.1^2(298 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{298}{0.01(297) + 1}$$

$$n = \frac{298}{3.97}$$

$$n = 75$$

Fuente: Universidad de Guayaquil (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Dado que la población es de 298 personas, el margen de error se ha establecido en un 10% lo cual indica como resultado que deberían ser elaboradas 75 encuestas para que los datos sean estadísticamente válidos.

Además, se han realizado 16 entrevistas a personas encargadas de la tarea de reclutamiento de diseñadores gráficos a nivel nacional, para conocer con detalle bajo qué parámetros se escoge a las personas que cubren los puestos de diseño en agencias publicitarias en el Ecuador.

Operacionalización de variables

Se puede definir a la operacionalización de variables como:

El paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes se le denomina operacionalización. La operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable” (Hernandez, 2015)

El autor menciona que es un proceso que de forma metodológica se analizan las variables y se organizan en diferentes indicadores, convirtiéndose en fundamentales del estudio para determinar cuáles variables serán medidas.

Tabla 3. Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores
Variable Independiente Trascendencia de la comunicación visual	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación interna • Comunicación externa 	Nivel de satisfacción de estudiantes Encuestas a estudiantes

<p>Es la transmisión y envío de un mensaje por medio de imágenes, símbolos o signos, utilizando los medios de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación interinstitucional 	<p>Entrevista a reclutadores</p> <p>Número de egresados interesados en participar en creación de portafolios</p>
<p>Variable Dependiente</p> <p>Sitio web institucional</p> <p>Sitio web que presenta a una organización con sus valores, actividades e información clave.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Institucional • Laboral • Estudiantil 	<p>Encuesta a estudiantes</p> <p>Contador de visitas al portafolio</p> <p>Porcentaje de nuevos ingresos de estudiantes a la carrera</p>

Fuente: Datos de la investigación
 Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Instrumentos de la investigación

Para el presente estudio se han elaborado encuestas dirigidas a estudiantes y exalumnos de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Guayaquil. En esta se elaboraron preguntas para conocer su percepción sobre la universidad y la carrera, así como la necesidad de que exista un sitio web institucional.

Como complemento, se han realizado dieciséis entrevistas dirigidas a personas que trabajan en agencias publicitarias y son quienes reclutan al personal de Diseño Gráfico en sus empresas. Esto se hizo con el fin de conocer los parámetros bajo los que se rigen para escoger a los diseñadores, cómo debería ser el perfil de un egresado para lograr ser contratado, y su percepción sobre los profesionales que son graduados de la FACSO.

Entrevista

Una entrevista consiste en una conversación que se da entre dos o más personas, donde se plantea un interrogatorio estructurado, con lo que se busca recopilar información sobre un tema en particular. En este caso serían entrevistas de opinión, donde solo se busca conocer el criterio de los entrevistados sobre un tema determinado. (Raffino M. , 2020)

Para las entrevistas fueron consultados reclutadores que requieren de los servicios de diseño gráfico en las empresas donde ellos ejercen su profesión, del sector público y privado, así como de agencias publicitarias.

Entre las empresas participantes se encontraron MullenLowe Delta, Cnel, Pinturas Cóndor, Pixelprint, Ministerio de Transporte, Agencia Metrika, Casa de la Cultura, Lu&Lu, todas ubicadas dentro del Ecuador, en las ciudades principales: Guayaquil y Quito.

Encuesta

Generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (entrevistas en persona, por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, etc.)". (Hernandez, 2015)

Las encuestas de opinión son consideradas por diversos autores como un diseño o método. En la clasificación de la presente obra serían consideradas investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales-causales, ya que a veces tienen los propósitos de unos u otros diseños y a veces de ambos (Archeater, 2005).

Sampieri menciona que las encuestas de opinión son un método que se puede aplicar a través de cualquier medio para realizar el estudio de forma general, Dentro de su libro Metodologías de la investigación, publicado en el 2015 y cita a Archeater cuando se refiere a las encuestas como un método.

Se diseñó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, con aplicación de la escala de tipo Likert, para que el investigado marque con una (x) las respuestas de la información específica, con la siguiente escala:

Tabla 4. Escala de Likert

Calificación	Valoración
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Indiferente
2	Algo inconforme
1	Muy inconforme

Fuente: Facultad de Comunicación Social, Carrera de Diseño Gráfico
 Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Para obtener datos confiables, el instrumento ha sido sometido primero a una observación y evaluación de expertos. La técnica permite obtener la opinión de sujetos expertos en el tema de estudio, lo cual refuerza la validación del instrumento, ya que es sometido a juicio de cada uno de los especialistas en las áreas de estadística e investigación. Ellos harán su aporte para mejorar el instrumento de recolección de datos. Luego se procede a la aplicación del instrumento a los elementos seleccionados.

Análisis e interpretación de resultados

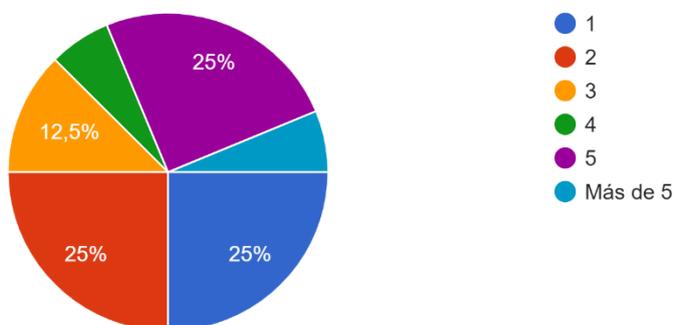
Entrevistas

Ya que el mundo está atravesando por una crisis sanitaria debido al COVID-19, las entrevistas han sido realizadas de manera online, por medio de un cuestionario desarrollado en Google Forms. Este constó de nueve preguntas, entre preguntas abiertas y cerradas. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Figura 4. Entrevista - Número de diseñadores en la empresa

1. ¿Con cuántos diseñadores gráficos cuenta la empresa?

16 respuestas



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

En las entrevistas realizadas a los encuestados pertenecientes a las 16 instituciones, manifestaron que cuentan al menos con un diseñador gráfico, donde el 62.5% tiene entre uno y tres diseñadores en su equipo de trabajo.

Se realizó la consulta sobre cuáles eran las funciones de los diseñadores gráficos en sus empresas, a lo que indicaron que realizan tareas como manejo de marketing, edición de fotos, diseño de contenido multimedia, diseño de infografías, elaboración de maquetas de revistas, artes de promoción, diseño de páginas web, redacción creativa, diseño de logotipos, asesoría en branding, diseño de empaques, manejo de imagen corporativa, diseño de piezas gráficas publicitarias, edición de videos, entre otras actividades.

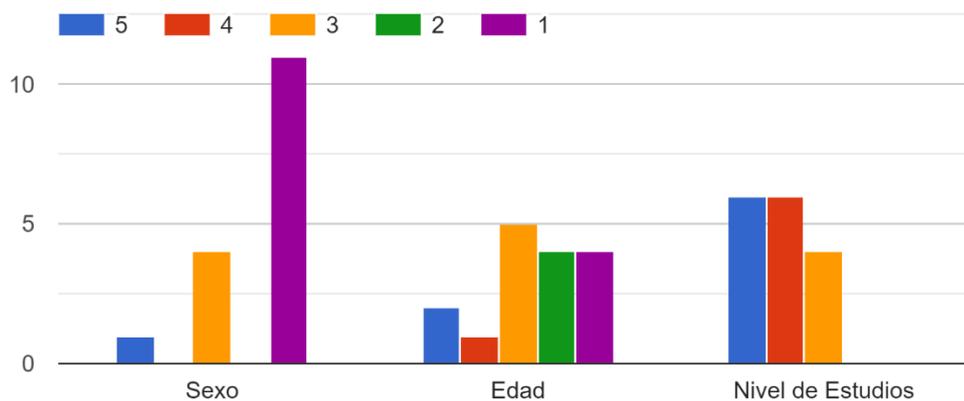
En cuanto a los parámetros para elegir a sus diseñadores gráficos, mencionaron que lo realizan evaluando su creatividad, experiencia, desempeño,

portafolio de trabajos realizados, dominio en los programas, formación educativa, y una empresa indicó que prefieren contratar a recién graduados.

Se elaboró un listado con parámetros para la contratación de personal; y les fue solicitado que calificaran estos factores de acuerdo con su importancia al momento de reclutar personal, bajo la escala de Likert, siendo el 5 muy importante, 4 poco importante, 3 indiferente, 2 poco relevante y 1 nada relevante.

¿Qué tan importantes consideran los siguientes factores al momento de contratar diseñadores gráficos?

Figura 5. Entrevista - Factores a tomar en cuenta en la contratación (pt.1)



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

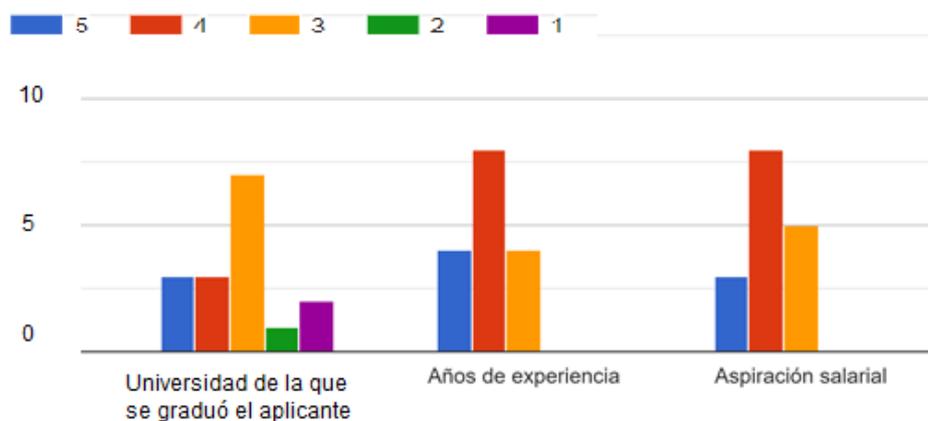
En el caso del género, 11 empresas indicaron que esto no es relevante, cuatro dijeron ser indiferentes y apenas una empresa señaló que es un factor muy importante.

Tres empresas consideran que es muy importante la edad, cinco dijeron que es indiferente y las ocho restantes manifestaron que este factor es irrelevante al momento de seleccionar al colaborador.

El nivel de estudios resultó ser muy importante para seis empresas; importante para seis empresas más y los cuatro restantes señalaron que es indiferente. Este fue el factor de mayor importancia dentro de los seis presentados.

¿Qué tan importantes consideran los siguientes factores al momento de contratar diseñadores gráficos?

Figura 6. Entrevista - Factores a tomar en cuenta en la contratación (pt.2)



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Al evaluar el factor sobre la universidad en la que se graduó, la persona que va a aplicar al puesto, donde seis dijeron que es importante, siete señalaron que es indiferente, y los tres restantes indicaron que no importa.

En cuanto a los años de experiencia, este fue el segundo factor más fuerte en prioridades, donde cuatro empresas señalaron que es muy importante, ocho indicaron que es importante y los cuatro restantes dijeron que es indiferente.

La aspiración salarial resultó ser el tercer factor con mayor relevancia, ya que tres empresas indicaron que es muy importante, seguidos de ocho que señalaron que es importante, y las cinco restantes lo colocaron como indiferente.

Al cuestionarles sobre si en la institución cuentan con algún graduado de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facso, el resultado fue que tres de las 16 empresas (18%) indicaron que sí tienen enrolados a profesionales que se graduaron de la Universidad de Guayaquil, de los cuales uno estudió en la carrera, y la otra persona indicó que es parte de su equipo porque es una persona responsable con su trabajo.

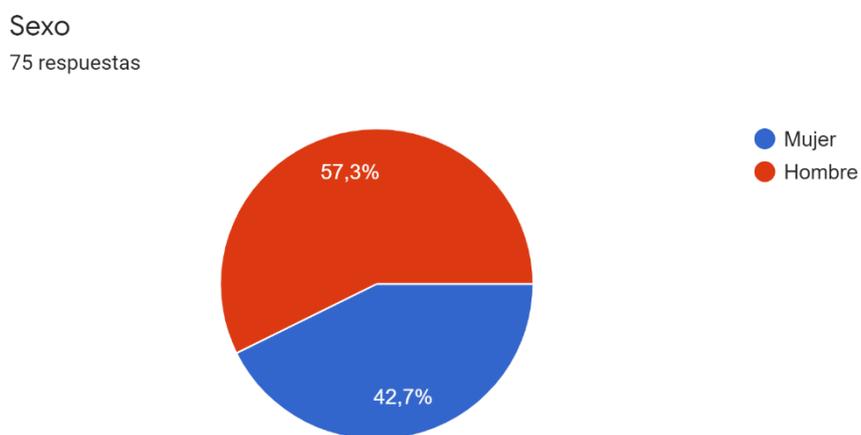
Existieron dos casos en que los encuestados respondieron que no sabían de la existencia de la carrera. En el caso de los que respondieron de forma negativa, señalaron su desconocimiento de la calidad de la carrera; dijeron que no conocen casos de éxito de graduados de dicha institución, e incluso indicaron que es muy básica su formación comparados con estudiantes de otras universidades, por lo cual no están bien preparados.

Para finalizar el cuestionario de preguntas, se consultó como debería ser el perfil de un recién graduado para que logre ser contratado por la empresa e indicaron que necesitan desarrollar experiencia y contar con un portafolio de productos y servicios para poder mostrar al empleador; así como ser creativos, tener disponibilidad de tiempo, contar con buena ortografía, tener iniciativa propia para diseñar, conocer las herramientas de trabajo, ser proactivo, y que tenga ganas de aprender.

Encuesta

El formulario constaba de nueve puntos, entre preguntas abiertas y cerradas. Los estudiantes y egresados eligieron hacerlo por iniciativa propia por medio de Google Forms. Una vez realizadas las 75 encuestas, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

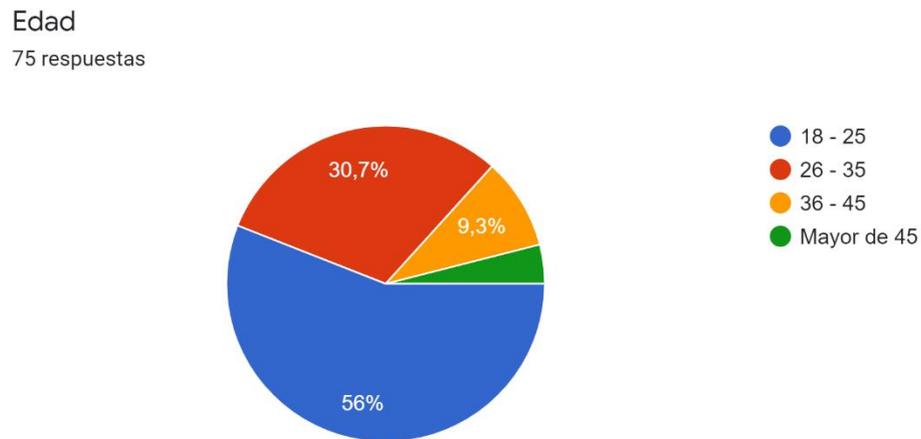
Figura 7. Encuesta – Sexo



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

El 57.3% de los encuestados fueron hombres (43), y el 42.7% restantes fueron mujeres (32).

Figura 8. Encuesta – Edades

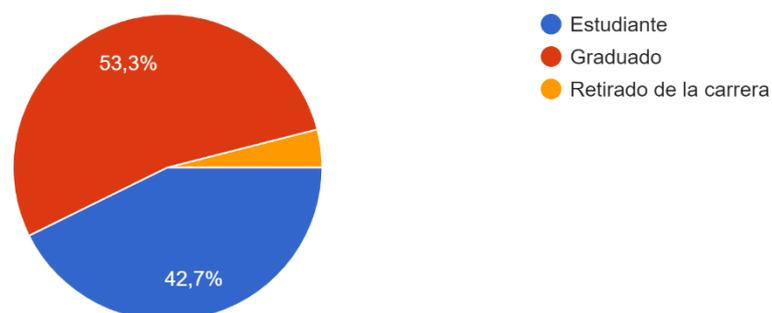


Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Los encuestados tienen edades que van de los 18 a mayores de 45. El 56% de los participantes se encuentran dentro del rango de 18 a 25 años (42).

Figura 9. Encuesta - ¿Estudiante o egresado?

¿Se encuentra cursando actualmente la carrera de Diseño Gráfico en la Facso?
75 respuestas



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

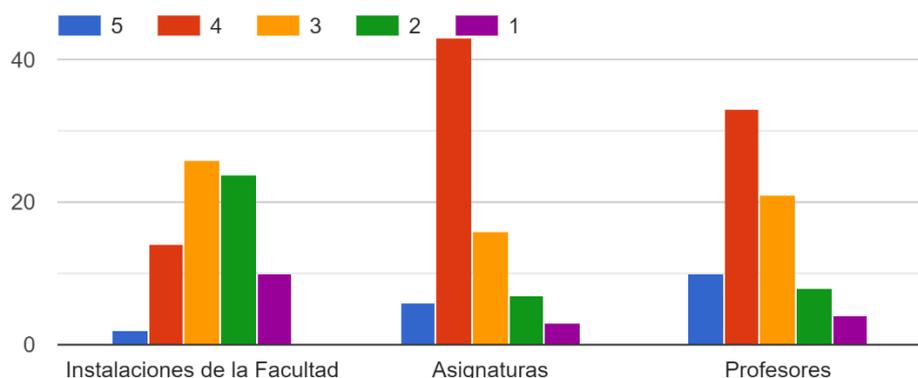
Al ser encuestados sobre si se encuentran cursando actualmente la carrera de Diseño Gráfico, donde el 53.3% (40) indicó que ya ha culminado sus estudios, el 42.7% (32) son estudiantes todavía, y el 4% restante se ha retirado de la universidad (3).

Los estudiantes consideran que los beneficios que brinda estudiar la carrera de Diseño Gráfico, entre lo más señalado, está el adquirir conocimientos, aprender comunicación visual, el manejo de programas, desarrollar la creatividad, conseguir empleo.

Existieron casos en donde señalaron que no se obtiene ningún beneficio de estudiar la carrera, lo cual denota desmotivación por parte de un grupo de estudiantes y graduados.

Al solicitar a los estudiantes que calificaran su grado de satisfacción con respecto a ciertos elementos universitarios, aplicando la escala de Likert, donde 5 era muy satisfecho, 4 satisfecho, 3 indiferente, 2 algo inconforme, y 1 muy inconforme.

Figura 10. Encuesta - Grado de satisfacción (pt.1)



Debido a la importancia de las respuestas de los participantes en esta sección de las encuestas, se han elaborado gráficos individuales para ver con mayor detalle los criterios por los cuales dieron sus calificaciones y la razón por la cual votaron de tal manera.

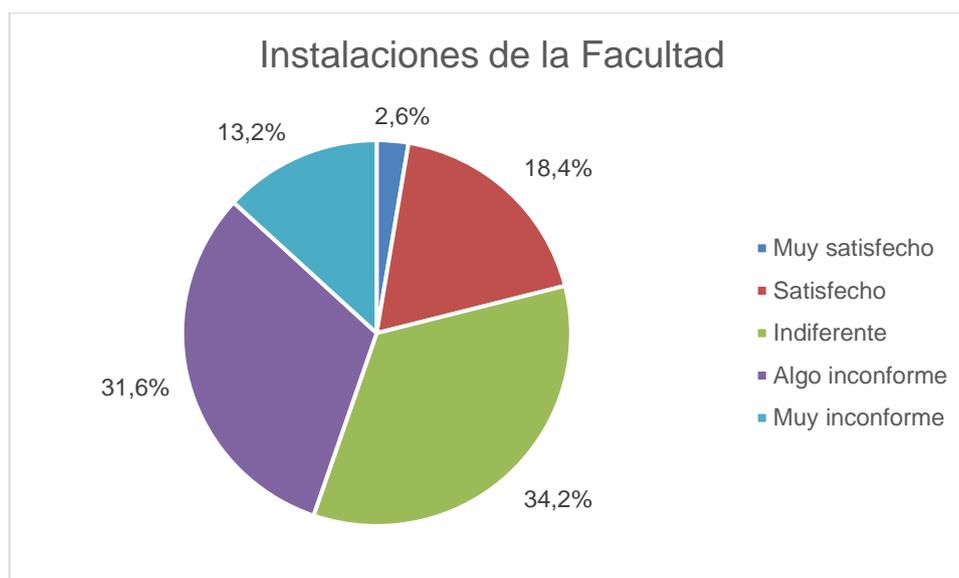
Califique su grado de satisfacción. - Instalaciones de la Facultad

Tabla 5. Matriz de tabulación de la encuesta - Instalaciones de la facultad

Instalaciones		Graduados		Estudiantes		Retirados		Total	
Alternativas		F	%	F	%	F	%	F	%
		5	Muy satisfecho	2	5%	0	0%	0	0%
4	Satisfecho	5	13%	9	28%	0	0%	14	19%
3	Indiferente	12	30%	12	38%	1	33%	25	33%
2	Algo inconforme	14	35%	9	28%	1	33%	24	32%
1	Muy inconforme	7	18%	2	6%	1	33%	10	13%
Total		40	100%	32	100%	3	100%	75	100%

Fuente: Elaboración propia (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 11. Encuesta - Instalaciones de la Facultad



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Como primer ítem, se les consultó sobre las instalaciones de la Facultad, donde el 34.2% indicó encontrarse indiferente sobre este asunto, seguido muy de cerca por el 31.6% que señaló encontrarse algo inconforme. Luego un 18.4% dijo encontrarse satisfecho, un 13.2% demostró estar muy inconforme con este punto y apenas un 2.6% manifestó encontrarse muy satisfecho con las mismas.

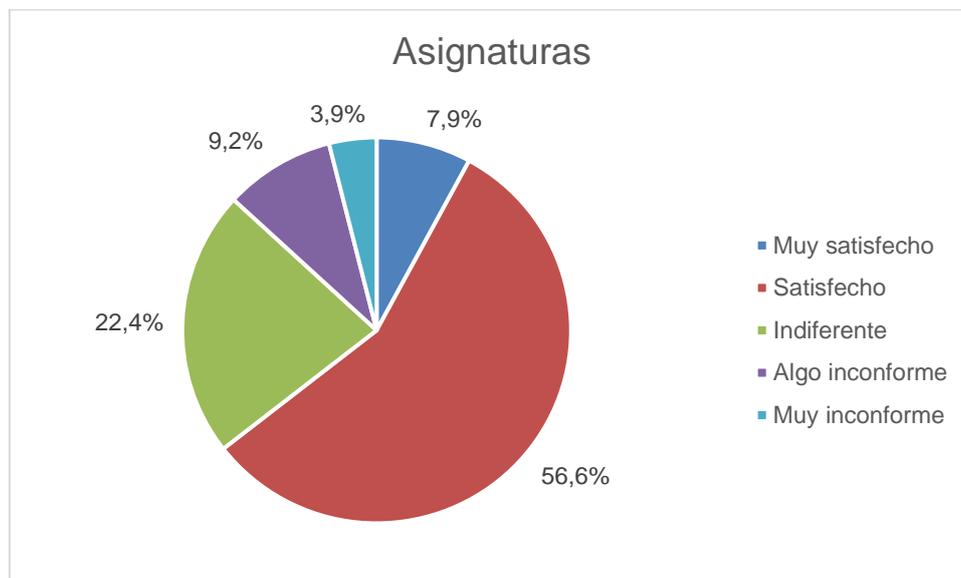
Esto indica un grado de insatisfacción del 44.8% de los estudiantes y egresados encuestados con respecto a las instalaciones de la carrera de Diseño Gráfico. Al preguntarles el porqué de su insatisfacción, ellos dijeron que las instalaciones se encuentran en mal estado, sufren de inundaciones, los equipos de cómputo son insuficientes y de baja calidad. Alegaron que no trabajan con Mac, y por la falta de equipos, hay clases que deberían recibir en los laboratorios, pero no se da así.

Califique su grado de satisfacción. - Asignaturas (malla curricular)

Tabla 6. Matriz de tabulación de la encuesta – Asignaturas

Asignaturas								
Alternativas	Graduados		Estudiantes		Retirados		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
5 Muy satisfecho	2	5%	0	0%	0	0%	2	3%
4 Satisfecho	20	50%	4	13%	2	67%	26	35%
3 Indiferente	10	25%	6	19%	0	0%	16	21%
2 Algo inconforme	6	15%	21	66%	0	0%	27	36%
1 Muy inconforme	2	5%	1	3%	1	33%	4	5%
Total	40	100%	32	100%	3	100%	75	100%

Figura 12. Encuesta – Asignaturas



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Con respecto a las asignaturas, el 56.6% de los estudiantes se mostró satisfecho, seguido de un 22.4% que se mostró indiferente, el 9.2% algo inconforme, un 7.9% muy satisfecho y el 3.9% restante señaló estar muy inconforme.

Entre las justificaciones a sus respuestas se encontró que existen profesores buenos, pero las instalaciones no ayudan en la misión de estudiar.

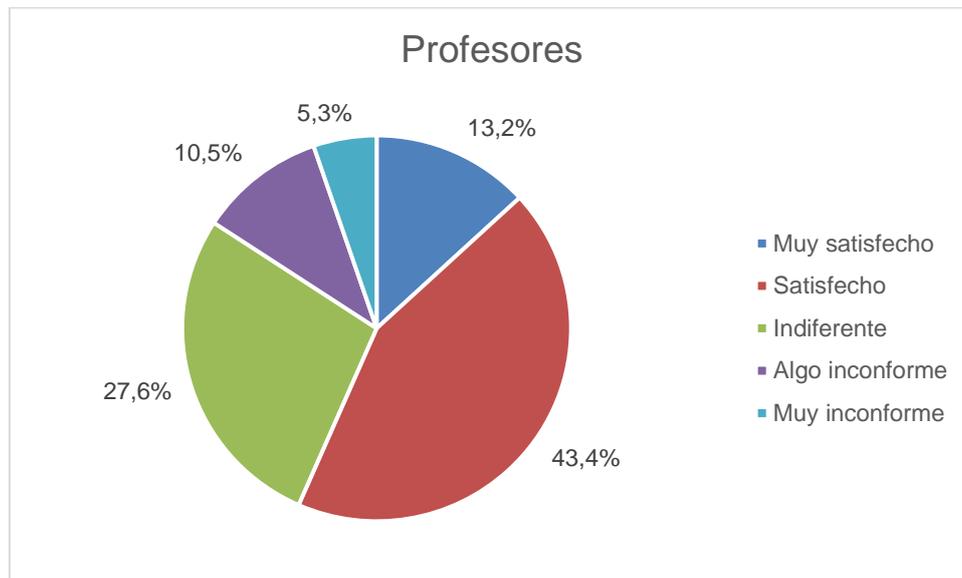
Califique su grado de satisfacción. - Profesores

Tabla 7. Matriz de tabulación de la encuesta – Profesores

Profesores									
Alternativas	Graduados		Estudiantes		Retirados		Total		
	F	%	F	%	F	%	F	%	
5 Muy satisfecho	5	13%	4	13%	1	33%	10	13%	
4 Satisfecho	14	35%	18	56%	1	33%	33	44%	
3 Indiferente	12	30%	9	28%	0	0%	21	28%	
2 Algo inconforme	7	18%	1	3%	0	0%	8	11%	
1 Muy inconforme	2	5%	0	0%	1	33%	3	4%	
Total	40	100%	32	100%	3	100%	75	100%	

Fuente: Elaboración propia (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 13. Profesores

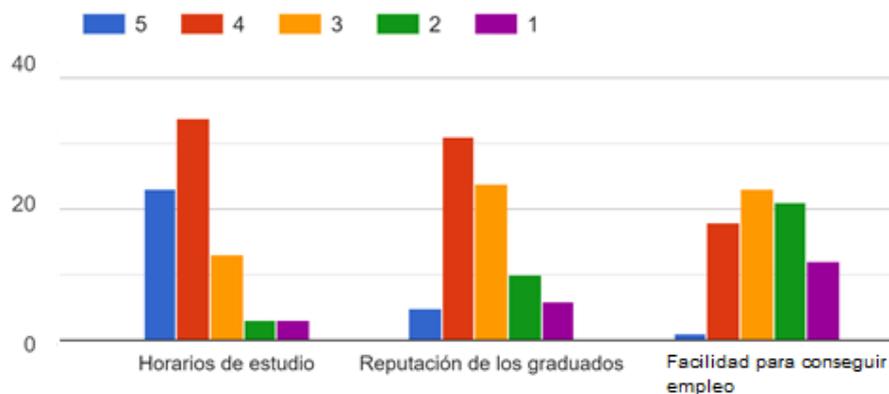


Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Cuando se solicitó a los estudiantes que opinen sobre los profesores, el 43.4% señaló estar satisfecho con ellos, el 27.6% dijo ser indiferente, el 13.2% muy satisfecho, el 10.5% algo inconforme y el 5.3% restante acotó estar muy inconforme con los docentes de la carrera de Diseño Gráfico.

Muchos indicaron que hay profesores buenos, y otros que son impacientes y poco empáticos. Pero lo más importante es que señalaron que, aunque tienen buenos guías, las instalaciones entorpecen sus intentos por aprender.

Figura 14. Encuesta - Grado de satisfacción (pt.2)



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Califique su grado de satisfacción. - Horarios de clase

Tabla 8. Matriz de tabulación de la encuesta – Horarios

Horarios		Graduados		Estudiantes		Retirados		Total	
Alternativas		F	%	F	%	F	%	F	%
5	Muy satisfecho	10	25%	13	41%	0	0%	23	31%
4	Satisfecho	20	50%	11	34%	2	67%	33	44%
3	Indiferente	7	18%	6	19%	0	0%	13	17%
2	Algo inconforme	1	3%	2	6%	0	0%	3	4%
1	Muy inconforme	2	5%	0	0%	1	33%	3	4%
Total		40	100%	32	100%	3	100%	75	100%

Fuente: Elaboración propia (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 15. Horarios de estudio



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

En cuanto a los horarios de clase, el 44.7% dijo estar satisfecho con estos, el 30.3% señaló estar muy satisfecho, el 17.1% indiferente, un 3.9% algo inconforme y el 3.9% dijo estar muy inconforme.

Los estudiantes y egresados recalcaron la facilidad para trabajar y estudiar a la vez, aunque hubo ciertos casos donde señalaron lo contrario, que estos no les dan muchas oportunidades para trabajar con comodidad.

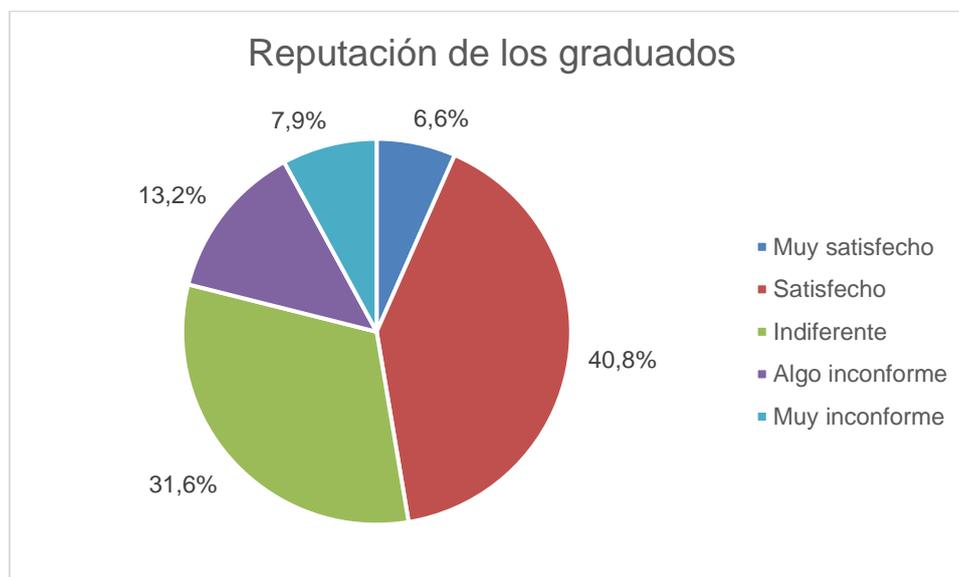
Califique su grado de satisfacción. - Reputación de los egresados / graduados en el campo laboral

Tabla 9. Matriz de tabulación de la encuesta – Reputación

Reputación		Graduados		Estudiantes		Retirados		Total	
Alternativas		F	%	F	%	F	%	F	%
		5	Muy satisfecho	2	5%	3	9%	0	0%
4	Satisfecho	16	40%	14	44%	1	33%	31	41%
3	Indiferente	13	33%	10	31%	1	33%	24	32%
2	Algo inconforme	8	20%	2	6%	0	0%	10	13%
1	Muy inconforme	1	3%	3	9%	1	33%	5	7%
Total		40	100%	32	100%	3	100%	75	100%

Fuente: Elaboración propia (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 16. Reputación de los graduados



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

El 40.8% de los encuestados señaló encontrarse satisfecho con la reputación que tienen los graduados de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil, seguidos por un 31.6% que dijo ser indiferente, un 13.2% algo inconforme, un 7.9% muy inconforme, y apenas el 6.6% restante señaló sentirse muy satisfecho.

Entre los más inconformes se encontró que los empleadores prefieren elegir a graduados de otras universidades, que en las empresas no saben que existe una carrera de diseño, además de que el nivel de conocimientos es más bajo que el de la competencia, lo cual los pone en desventaja en el campo laboral.

Califique su grado de satisfacción. - Facilidad para conseguir empleo

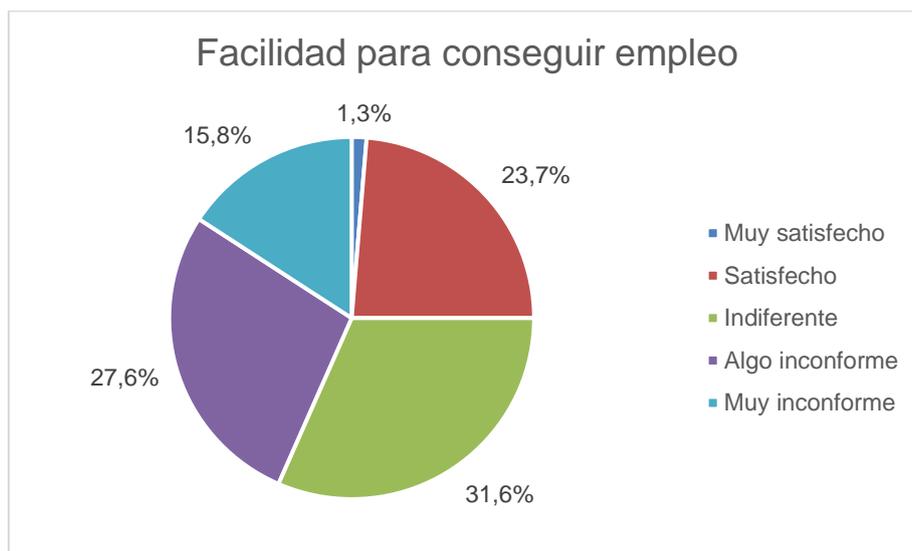
Tabla 10. Matriz de tabulación de la encuesta - Facilidad para conseguir empleo

Facilidad para conseguir empleo		Graduados		Estudiantes		Retirados		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%
5	Muy satisfecho	1	3%	0	0%	0	0%	1	1%
4	Satisfecho	8	20%	9	28%	1	33%	18	24%
3	Indiferente	10	25%	12	38%	1	33%	23	31%
2	Algo inconforme	13	33%	8	25%	0	0%	21	28%
1	Muy inconforme	8	20%	3	9%	1	33%	12	16%
Total		40	100%	32	100%	3	100%	75	100%

Fuente: Elaboración propia (2020)

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 17. Facilidad para conseguir empleo



Fuente: Google forms (2020)

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

En lo que respecta a la facilidad para conseguir empleo, el 31.6% se mostró indiferente, seguido del 27.6% que dijo estar algo inconforme, un 23.7% dijo estar satisfecho, el 15.8% dijo sentirse muy inconforme y tan solo un 1.3% dijo estar muy satisfecho.

Los estudiantes y graduados señalaron que, al no ser reconocidos en el mundo laboral como una carrera de renombre, las empresas prefieren no contratarlos, ya que esto no los hace ver como profesionales, además de que ven a la carrera como algo improvisado y mal organizado. Además, señalaron que nadie se preocupa por orientarlos al elaborar un portafolio profesional con una recopilación de sus mejores trabajos para adjuntar a sus hojas de vida.

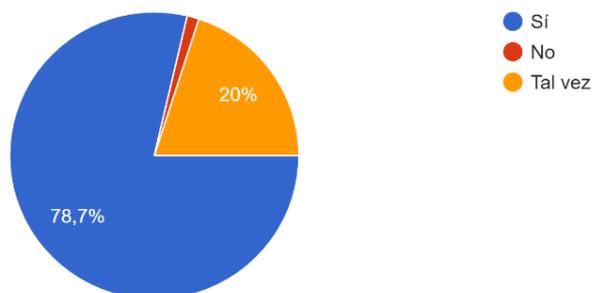
Al cuestionarlos se les pidió señalar qué acciones tomarían para que la carrera de Diseño Gráfico se diera a conocer a nivel nacional. Entre las respuestas más frecuentes se encontraron la necesidad de aumentar la publicidad en redes sociales y medios de comunicación, además de concursos, exposiciones, congresos, ferias y talleres.

También se ha sugerido buscar convenios para realizar pasantías, mejorar la calidad de la educación, ofrecer reconocimientos a los mejores alumnos, buscar alianzas para generar cooperación interinstitucional con otras universidades, empresas y viralizar estas acciones en redes sociales.

Figura 18. ¿Es necesario un sitio web institucional?

¿Considera usted necesaria la implementación de un sitio web exclusivo para la carrera de Diseño Gráfico?

75 respuestas



Fuente: Google forms (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Al ser consultados sobre la implementación de un sitio web institucional de la carrera, a lo cual el 78.7% indicó que sí, un 20% señaló que tal vez y apenas un participante respondió de manera negativa a esta iniciativa.

Es importante contar con un sitio web institucional, ya que le da presencia visual a la carrera y a sus estudiantes. Esto facilitaría su promoción, y además permitiría a los alumnos participar en su desarrollo actualizaciones y generación de contenidos.

Como pregunta final, se les pidió a los participantes que dieran sus recomendaciones a la Universidad de Guayaquil para subir el nivel de la Facultad de Comunicación Social y de la carrera de Diseño Gráfico.

Los estudiantes solicitaron que se mejore el nivel de los docentes, así como ser tomados en cuenta dentro de la Facultad, ya que se sienten excluidos de la misma. A su vez, pidieron mejorar la infraestructura física y la calidad de la

enseñanza, una mayor difusión de la carrera, más acceso a prácticas, mejorar las herramientas de trabajo, y que les den una mano para lograr ingresar en el mercado laboral.

Discusión de resultados

Una vez que ha sido tabulada la información de la investigación de campo mediante encuestas al basarse en preguntas que fueron aplicadas a un grupo de 75 estudiantes y egresados de la carrera de Diseño Gráfico, así como entrevistas a 16 reclutadores de diseñadores gráficos de agencias publicitarias, así como distintas instituciones públicas y privadas a nivel nacional, y considerar la conceptualización expresada en el marco teórico referente a comunicación visual, la cuales se fundamentan en la falta de atención que reciben los estudiantes, tanto por parte de la Universidad de Guayaquil, así como de las empresas al momento de contratar profesional, se ha procedido a verificar las necesidades que se presentaron en el problema y sirviendo de soporte para plantear la propuesta que consiste en diseñar un sitio web para la Institución.

El 75% de empresas entrevistadas señalaron que el nivel de estudios de los estudiantes es el factor que consideran más importante es importante al momento de reclutar personal. En segundo lugar, fueron los años de experiencia, con el mismo porcentaje que el anterior, pero con un menor grado de importancia de acuerdo con la escala de Likert. En tercer puesto, señalaron que la aspiración salarial de los postulantes es un factor para considerar, siendo importante para el 69% de los entrevistados.

En cuanto a las características que deben presentar los postulantes para ser tomados en cuenta señalaron: Creatividad, experiencia, un buen desempeño, presentar un portafolio profesional atractivo y saber utilizar las herramientas de trabajo.

También acotaron que es necesario que la Facultad de Comunicación Social realice una mayor difusión sobre la existencia de la carrera y sus profesionales, ya que hubo casos donde no tenían conocimiento de que haya una carrera Diseño Gráfico en la Universidad de Guayaquil.

En cuanto a las encuestas, un 98.7% de estudiantes y exalumnos señalaron que es necesaria la creación de un sitio web exclusivo para la carrera de Diseño Gráfico.

Esta necesidad se ve reflejada en el 75% de participantes que manifestaron tener problemas al momento de buscar empleo, lo que recalca la urgencia de recibir apoyo institucional por medio de la implementación de un portafolio profesional como parte del sitio web. Un 53.6% de los encuestados manifestaron no sentirse satisfechos con la reputación que tienen como profesionales, por lo cual es importante mejorar la imagen corporativa de la carrera de Diseño Gráfico y sus estudiantes.

Asimismo, se pudo determinar que alrededor del 84% de participantes no se sienten a gusto con las instalaciones de la carrera, por lo cual es importante tomar acciones de mejora para esta área que se encuentra desatendida.

Entre las actividades más pedidas por los participantes se encontraron concursos, congresos, talleres y exposiciones para darse a conocer a nivel

interinstitucional, junto con una campaña de promoción de la carrera a través de redes sociales y medios de comunicación.

La calidad educativa implica inversión de la institución en sus estudiantes, tanto a nivel de docentes, como de herramientas de trabajo, acceso a tecnologías e instalaciones donde se sientan cómodos y se facilite su aprendizaje.

CAPÍTULO IV

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

Título de la propuesta

Diseño de sitio web para la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social FACSO de la Universidad de Guayaquil.

Justificación

El siguiente proyecto de tesis se realizó utilizando las técnicas de observación, entrevistas y encuestas. Han participado estudiantes y egresados de la carrera de Diseño Gráfico, así como reclutadores de agencias publicitarias, además de empresas públicas y privadas donde se trabaja con diseñadores gráficos.

Se logró determinar que en la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil actualmente no cuenta con un sitio web que funcione como canal de comunicación interna en línea y que, además, no tienen un medio para la difusión de sus trabajos. Por medio del sitio web se tendría mayor presencia en línea y ofrecer una ayuda gratuita tanto a los estudiantes de inicio de la carrera, como también a los estudiantes de cursos superiores.

Es importante que la carrera cuente con un sitio web oficial, y que a través de esta herramienta se fomente el interés, el desarrollo de habilidades; promueva el activismo cultural, y permita compartir el talento y habilidades de sus estudiantes. Este canal de comunicación es necesario para que los estudiantes se encuentren

informados de lo que sucede en el ámbito nacional e internacional sobre el diseño gráfico, e incluso dentro de la Universidad.

Tener presencia en la web brinda credibilidad ante las empresas potenciales y ayuda a ser visibles en los buscadores; es muy importante crear los portafolios de los estudiantes en el sitio con un contenido que resulte relevante a los interesados en conseguir un diseñador gráfico de la Universidad de Guayaquil.

Los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico deben estar en relacionados con la tecnología, y es de real importancia que apliquen estas herramientas para enriquecer su aprendizaje y difundirlos.

La difusión a través del sitio web del portafolio y de las actividades realizadas en la carrera llegará a la comunidad universitaria, a la sociedad en general y a las empresas.

Un sitio web también desarrollaría una mejor relación comunicacional entre directivos, docentes y estudiantes, fortificando un sentido de pertenencia a la carrera y a la institución.

Fundamentación

El proyecto ha sido diseñado bajo el esquema de un sitio web, que se encuentra dirigido principalmente a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, así como para la comunidad educativa y empresas.

Para la creación del sitio web, fueron consideradas las ventajas y desventajas de las plataformas que se iban a utilizar para obtener su mayor utilidad. De esta manera, el diseño del sitio web sería funcional, considerando los siguientes

aspectos: su forma, su función, manejo de información, diseño, estructuración, conocer la importancia de los colores, fuente y determinar si el logo es adecuado, de tal manera que el diseño del sitio web cumpla con los objetivos planteados.

World Wide Web

Internet ofrece varias herramientas para acceder a ésta. El más usado es la Web (World Wide Web). “Un sitio web debe reflejar – como todo el e-mix – el posicionamiento de la marca a la que sirve. Además, debe ser fiel a la identidad visual de la marca”. (Rivera, 2015)

Se refiere a el uso de la Web para acceder a información sobre una marca. Asimismo, las versiones más recientes de buscadores disponen de una funcionalidad mayor, con elementos como animación, realidad virtual, sonido y música que de una u otra forma ayuda al contenido que se va a manejar en la página. (Rivera, 2015)

El uso de esta herramienta hace posible que se pueda dar uso a la Web (World Wide Web), que mejora la funcionalidad a la hora de buscar información sobre una institución y reciba la funcionalidad con elementos visuales agradables a la vista.

Página web

La página web es el componente básico de la World Wide Web, (la red). Una página web “es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentra conectado a la red mundial de información denominada Internet”. (García, 2016)

Es un documento que permite realizar diferentes acciones a través de textos o imágenes y tienen como objetivo ayudar al usuario para que encuentre otra página web; o en su lugar guiarlo a otra sección dentro del documento o e-mail. (García, 2016)

Es importante que una página web sea una herramienta que aporte información oficial a los usuarios de la institución, ya que el diseño que se le otorgue a la página; colores, imágenes, videos, no servirá de nada si los usuarios que utilicen esta herramienta no encuentran el contenido que buscan y causa que no queden satisfechos con la página web. Realizar un correcto proceso al momento de realizar una página web es el objetivo principal de esta herramienta. (Delgado, 2019)

Un sitio web es un documento que alberga información oficial sobre una entidad y sería de mucha ayuda para los usuarios que visiten este espacio en la Web (World Wide Web). Es una herramienta comunicacional de manera perenne.

Etapas de un sitio web

Un sitio web que cumpla con el contenido que esté al alcance de cualquier usuario es lo ideal para poder hacer amigable al estudiante. Cervera los definió en tres etapas que son:

La primera etapa es la planificación, en ésta se analiza y programa el contenido general que manejará la página web con referencia a la presentación, interacción y personalización que tendrá como objetivo a los estudiantes de la Facultad de la Carrera de Diseño Gráfico. (Cervera, 2015)

En la segunda etapa es donde se realiza la estructuración de la presentación de la página web, además de definir los objetivos específicos de cada ítem que la conforme. (Cervera, 2015)

La tercera etapa es el diseño-diagramación-implementación, en donde se concreta el estilo y la estructura trabajado y escogido en la etapa dos. Se seleccionan las imágenes, figuras y demás elementos que deben incluirse. (Cervera, 2015)

Las tres etapas al momento de realizar un sitio web son muy importantes: planificación, estructura y diseño – diagramación; ya que dan orden al momento de crear un espacio en la Web (World Wide Web) sin que se pierda el objetivo principal para sus usuarios y que comunique de manera concreta a través de elementos, imágenes y figuras.

Ventajas de un sitio web

La implementación de un sitio web tiene la ventaja de convertirse en un medio de interactividad directo con el estudiante, ya que tendría a la mano información oficial sobre la carrera de diseño gráfico y puede interactuar con directamente; puede revisar lo que más le interese, dejar su opinión, comunicarse por medio del correo electrónico, etc. (Cervera, 2015)

Cervera indica lo siguiente:

La principal de sus características es que permitía a los usuarios, de una forma muy sencilla, la posibilidad de generar contenidos. Esto supuso una auténtica revolución que arrancó en la creación de comunidades virtuales y

que acabó germinando en lo que hoy conocemos como redes sociales.

(Cervera, 2015)

La página web es una antesala de las redes sociales, esto significa que siempre va a estar como sitio oficial de la institución la página web. (Cervera, 2015)

El sitio web sería una herramienta comunicacional para que los estudiantes tengan de manera perenne sus portafolios y que les facilite la oportunidad de interactuar con el departamento de talento humano de las empresas que estén interesadas en contratar personal en el área de diseño gráfico.

Programas para realizar el diseño de un sitio web

Adobe Ilustrador

Herramienta de edición para gráficos vectoriales usada para la creación y edición de imágenes de los diseñadores gráficos. (Adobe Systems Incorporated, 2018)

Adobe Photoshop

Herramienta de fotografía profesional que facilita el retoque digital de imágenes, mejora la calidad de las imágenes, objetos y textos. (Adobe Systems Incorporated, 2020)

Objetivos de la propuesta

Objetivo General

- Diseñar el sitio web para la difusión interinstitucional de la carrera de Diseño Gráfico con la finalidad de ofrecer contenido de conocimiento

tecnológico y novedades que constan en el portafolio de los estudiantes y la información de la carrera.

Objetivos Específicos

- Implementar el sitio web institucional.
- Aplicar una estrategia de promoción con agencias publicitarias a nivel local para dar a conocer el nivel de conocimientos de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social.
- Difundir los portafolios de los estudiantes de cursos superiores, a través del sitio web institucional a las empresas que deseen contratar un diseñador gráfico. Además de motivar a los estudiantes de los primeros cursos a que continúen en la carrera.
- Consolidar la interacción personal entre directivos, docentes y estudiantes de la carrera para crear interés y participación en las actividades internas que se realizan; brindándoles la oportunidad de comunicar dudas, comentarios, noticias y aspectos que no han tenido la oportunidad de manifestar.

Importancia

El sitio web es parte de una estrategia de comunicación interna creada de manera exclusiva para la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Está enfocada en responder las expectativas de los estudiantes de dicha carrera con la posibilidad de ser partícipes de cada una de las publicaciones que se realice en el sitio web.

Como parte del manejo del sitio web, es fundamental la creación de un departamento de edición, que de preferencia se ubicará dentro de los dominios de la

Carrera de Diseño Gráfico ubicado en FACSO, ya que es de suma importancia contar con el apoyo de los docentes que aporten con sus conocimientos y experiencia para que las publicaciones sean creadas con eficiencia y alta calidad informativa.

Ubicación Sectorial y Física

La carrera de Diseño Gráfico se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, en la Cdma. Quisquis, Eugenio Espejo y Héctor Toscano.

Figura 19. Ubicación de Diseño Gráfico



Fuente: Google Maps (2020)

Factibilidad de la propuesta

Factibilidad Técnica

La ejecución técnica de la propuesta es viable, ya que se cuenta con los conocimientos necesarios para diseñar el sitio web de la carrera de Diseño Gráfico, además de que es posible implementar la imagen de la misma basándose en una comunicación visual atractiva y funcional con el soporte de programas aprendidos por el investigador, que son necesarios para la realización de esta propuesta desde un punto de vista técnico y práctico con el cual se cumplirían los objetivos planteados.

Factibilidad Financiera

La factibilidad financiera para este proyecto será cubierta por la autora del proyecto, a través de capital propio y autogestión. Actualmente, se cuenta con el equipo de computación, impresora y vehículo propio para realizar las gestiones necesarias para la ejecución del estudio.

Tabla 11. Inversión requerida

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Computadora	1	\$ -	\$ -
Cartucho de tinta B/N	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Cartucho de tinta a color	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Resma de hojas	2	\$ 4,53	\$ 9,06
Empastado del álbum	1	\$ 18,40	\$ 18,40
Cd	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Movilización	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Total de gastos			\$ 86,46

Fuente: Elaboración propia (2020)
Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Factibilidad de Recursos Humanos

Para realizar la propuesta se requiere de la colaboración de los alumnos de cursos superiores a quienes se les podrá otorgar un certificado de prácticas profesionales que servirá de respaldo en su hoja de vida. Es necesaria la participación del investigador y del tutor docente para que cumpla la función de guía para la ejecución de este proyecto.

Alcances

Con el diseño del sitio web se lograría la difusión de noticias, eventos, trámites, novedades, trabajos de estudiantes o comunicados que den a conocer de forma masiva la información relacionada con la carrera de Diseño Gráfico y permita publicar los portafolios de los egresados para facilitar su inserción al campo laboral.

Además, el sitio web facilitará la difusión y posicionamiento de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Descripción de la propuesta

La elaboración del presente proyecto está basada en el diseño de un sitio web, con la finalidad de que se le facilite al estudiante al momento de requerir algún tipo de información específica sobre matrículas, materias, o trámites, comunicados sobre las diferentes actividades dentro de la carrera de Diseño Gráfico, además de potencializar al estudiante a ubicarse en diferentes empresas.

Descripción del usuario o beneficiario

Misión

Brindar a la carrera de Diseño Gráfico mediante una comunicación planeada y con parámetros establecidos el diseño de la página web de la institución, que este canal de comunicación activo sirva para que los estudiantes y egresados se encuentren al tanto de lo que sucede en el ámbito nacional e internacional sobre el diseño gráfico, e incluso dentro de la Universidad.

Visión

Lograr que en el sitio web los mismos estudiantes formen parte activa e importante en la creación y desarrollo de esta herramienta comunicacional, ya que serán ellos quienes a través de sus propias experiencias y publicaciones puedan beneficiarse de cada edición. Así, se lograría potencializar al estudiante y además

se realizaría el posicionamiento del estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico en el mercado laboral.

Etapas de desarrollo

Especificaciones Técnicas

Bosquejo del sitio web

Al momento de decidir sobre el diseño del sitio web se definieron los objetivos que debían cumplirse con esta herramienta comunicacional. El proyecto realizado es el diseño de un sitio web institucional.

El diseño del sitio web institucional, ayudaría a posicionar la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil en el mercado laboral, y de esta forma brindar un apoyo al estudiante a través de una estrategia de promoción con agencias publicitarias a nivel local para dar a conocer el nivel de conocimientos de los graduados de la carrera de Diseño por medio de la publicación de sus portafolios profesionales.

Estructura del sitio web

Una vez definido el tipo de web se especificó qué secciones contendría, los colores, el tipo de letra. A continuación, se detallan:

Logo

Figura 20. Logo de la carrera de Diseño Gráfico



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

La carrera de Diseño Gráfico pertenece a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, es la más grande del país y la más antigua en la ciudad. La FACSU es una institución educativa de nivel superior, dedicada a la formación del profesional en el área de la comunicación.

Logotipo

Figura 21. CMYK



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

En el diseño se implementó una barra de formato de color **CMYK** que es el acrónimo de los colores básicos (Cian, Magenta, Amarillo y Negro) utilizados por los diseñadores para la impresión de los archivos. Es una forma de que los estudiantes

se sientan relacionados con su profesión, pues es un problema frecuente en la vida de los diseñadores gráficos ver un color en el monitor y otro a la hora de imprimir. Es una de las particularidades que los estudiantes deben aprender de manera imperante a la hora de escoger colores.

Tipografía

Figura 22. Tipografía



Nourd Bold

Nourd bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

NOURD BOLD es una tipografía palo seco que permite agilizar la lectura y contribuye a que esta no se sienta pesada.

Colores

Figura 23. Colores utilizados

PANTONE  #004AAD	CMYK C: 100 M: 57 Y: 0 K: 32	RGB R: 0 G: 29 B: 68
 #0075E2	C: 100 M: 48 Y: 0 K: 11	R: 0 G: 46 B: 89
 #FF00FF	C: 0 M: 100 Y: 0 K: 0	R: 100 G: 0 B: 100
PANTONE  #00FFFF	CMYK C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0	RGB R: 0 G: 100 B: 100
 #FFFF00	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100	R: 100 G: 100 B: 0

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Isotipo

Constituye el nombre reconocido por los estudiantes en redes sociales (Facebook e Instagram) de la carrera, hasta el momento es el único medio de comunicación de los estudiantes con la institución.

Figura 24. Isotipo



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Teoría del Color

Color blanco: Se lo utilizó porque significa igualdad y unidad. Contiene todos los colores del espectro.

Color negro: Es útil para transmitir elegancia, nobleza, sofisticación. La intención de colocarlo en el logo es porque es parte del CMYK y aporta al logo con elegancia.

Color amarillo: En diseño se utiliza para atraer la atención, además de estar relacionado con la inteligencia. Estimula la creatividad y es un color de los más luminosos y cálidos.

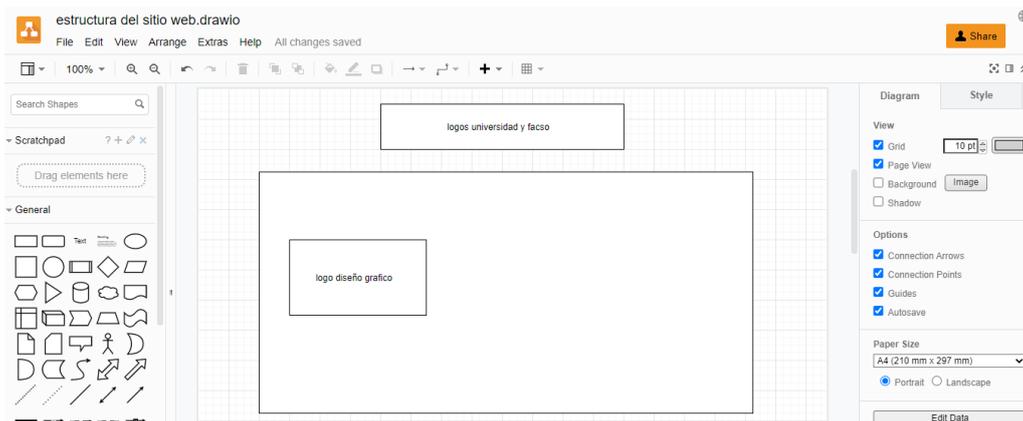
Color azul: Se lo asocia con la inteligencia y es un color frío por excelencia. Transmite calma optimismo y pureza; estabilidad, confianza.

Color cian: Nace de la combinación de verde y azul, y se relaciona con el pensamiento, la sabiduría, la inmortalidad, serenidad, la profundidad.

Color magenta: Es un color que denota espiritualidad, además está asociado con la compasión, la ayuda y la bondad.

Para elaborar el mapa del sitio se ha utilizado la herramienta <https://www.draw.io/> con la que se puede hacer la estructura de sitios web de manera fácil y rápida.

Figura 25. Estructura del sitio web en Draw.io

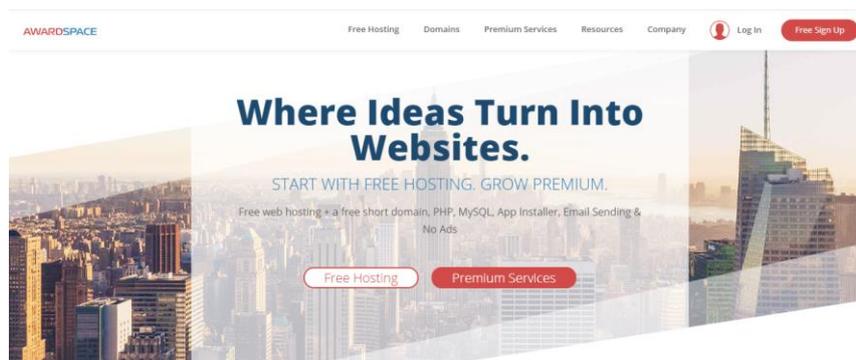


Fuente: Drawio (2020)

Definir el Hosting

Al momento de crear el sitio web se eligió de proveedor Adwardspace, que es proveedor de hosting gratuito de carga rápida.

Figura 26. Adwardspace



Fuente: Adwardspace (2020)

Elección del Dominio

Se realizó la elección de un dominio correcto que vaya acorde al sitio web y que no esté utilizado. En este proyecto se utilizó Freenom. Este es muy importante, ya que define el tipo de negocio. El nombre elegido fue <http://dgfacso-ug.ml/>.

Figura 27. Freenom



Fuente: Freenom (2020)

El dominio se relaciona con la carrera y sus redes sociales que hacen un recordatorio de marca al estudiante: DGFACSO-UG (Diseño Gráfico, Facultad de Comunicación Social – Universidad de Guayaquil). El dominio también es fácil de deletrear y utiliza palabras claves utilizadas en la carrera de Diseño Gráfico. Lo ideal es tener la extensión .com para que sea de fácil búsqueda y sea reconocida; se escogió la extensión .ml por ser gratuito.

Figura 28. Certificado SSL



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

El sitio no utiliza el certificado SSL (Secure Sockets Layer) que autentifica la identidad de un sitio web y cifra con tecnología SSL la información que se envía al servidor. En este caso, por tratarse de un proyecto que inicialmente sería de tipo informativo, no cuenta con este certificado. Más adelante, cuando la Universidad requiera activar este proyecto, se sugiere adquirir el certificado para poder respaldar los datos de los estudiantes.

Wordpress

Al momento de utilizar este sistema de gestión de contenidos, se realizaron los ajustes necesarios para poder diseñar el sitio web. Se escogió la plantilla Astra y el tipo de letra Open Sans Hebrew, que es lo óptimo para obtener una mayor legibilidad en viste web y móvil (celulares y tablets).

Figura 29. Wordpress



Fuente: Wordpress (2020)

Se utilizaron tres tipos de pluggins para la elaboración del sitio web: Orbit fox, Elementor, y Contact Form 7, las que están programados en PHP, y utilizan HTML, hojas de estilo CSS y JavaScript para la parte de interfaz de usuario.

Orbit fox fue configurado para colocar los botones de acceso a redes sociales. Elementor fue utilizado para elaborar la maqueta de WordPress y además ayuda en el desarrollo del diseño de página. Contact form fue utilizado para desarrollar los formularios de contacto.

Especificaciones de implementación

Para la ejecución del sitio web se sería necesaria la creación de un departamento web de Diseño Gráfico, conformado por estudiantes de la carrera de (de diferentes cursos, de preferencia superiores), quienes serían los encargados de actualizar los contenidos, bajo la supervisión de un profesor que sería el responsable del contenido de las redes sociales para que en los canales de comunicación sea manejada la misma información.

Los recursos serían administrados por la carrera de Diseño Gráfico. Para mayor difusión del sitio web, se solicita que se conecte a la página web de la carrera haciendo click en el banner de la carrera de Diseño Gráfico.

Figura 30. Sugerencia de banner para acceder al sitio web



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

El sitio web será actualizado cada semana con información relevante para la carrera de Diseño Gráfico. En caso de que existiera alguna comunicación de carácter urgente, esta deberá ser aprobada por el profesor que se encuentre a cargo de esta herramienta. Este sería conformado por las siguientes secciones:

Página de Inicio

Se detallan la misión y la visión de la carrera de Diseño Gráfico, ya que permite que los estudiantes se identifiquen con la institución y sus estrategias de crecimiento y desarrollo futuro. La visión de la institución es la proyección de cómo se perfila la institución, y la misión identifica los objetivos de la empresa y acerca a los estudiantes.

Figura 31. Página de inicio



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 32. Misión y visión (sitio web)



MISIÓN

Formar y capacitar profesionales con perspectivas técnicas y humanas en Diseño Gráfico, que sean líderes creativos, emprendedores e innovadores competitivos; que tengan la capacidad de trascender por sus competencias y valores en un ámbito con sólidos conocimientos tecnológicos, éticos y científicos investigativos, que contribuyan al desarrollo sostenible y la transformación del país.

VISIÓN

Ser reconocidos a nivel nacional como la Unidad Académica líder en formación de profesionales de vanguardia; éticos, comprometidos, investigadores, humanistas, con el más alto nivel de dominio de la ciencia y la técnica propia de la profesión. Respetuosos de los principios sociales, la naturaleza y al estado, acorde a las exigencias contemporáneas del contexto social, productivo y laboral, preparados para vencer desafíos laborales.

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 33. Testimonios (sitio web)

Conoce la opinión de nuestros estudiantes sobre la CIFI-UG y el desafío de darle a la ciudad y al país, la universidad que merecen.



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Se incluye un vídeo sobre la Universidad de Guayaquil que comparte la opinión de varios estudiantes acerca de la carrera de Diseño Gráfico.

Figura 34. Objetivos generales y específicos (sitio web)



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Los objetivos se detallan en dos imágenes con los colores del logo para llevar la línea gráfica y de esta forma compartir las metas de la carrera de Diseño Gráfico, así se identificará con la imagen institucional de la carrera y a impulsar al estudiante a tomar decisiones.

Figura 35. Prácticas pre-profesionales (sitio web)



La carrera de Diseño Gráfico propone la realización de las prácticas comunitarias y preprofesionales desde el sexto ciclo. De esta manera, los estudiantes realizarán sus prácticas desarrollando proyectos de comunicación visual en escenarios de vinculación con la sociedad y también en el campo laboral externo constituyendo un ambiente de aprendizaje real.

Las Prácticas Comunitarias ubicadas en el VI ciclo tendrán una duración de 160 horas y las harán en la institución bajo la guía de uno o varios docentes; en esta institución se realizarán diseños solicitados en beneficio de la comunidad en general, interna y externa.

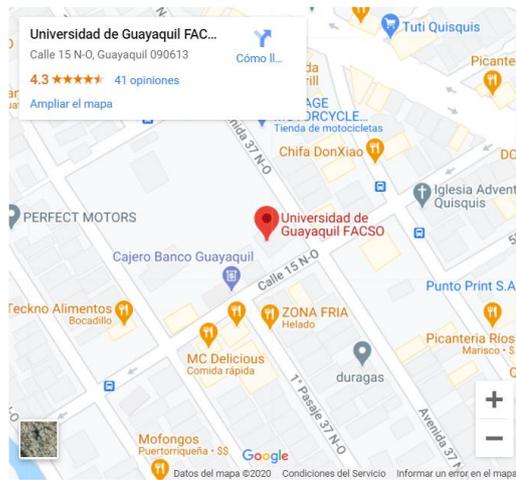
Las Prácticas Preprofesionales tendrán una duración de 240 horas en total, los estudiantes desarrollarán proyectos en instituciones, empresas, ONG, etc., constituidos en ambientes de aprendizaje reales, con la guía de un docente que supervisará dichas actividades y la de un jefe inmediato que les hará el encargo laboral.

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

La información de esta sección es importante para los alumnos que están por graduarse, pues es un requisito de carácter obligatorio para poder obtener el título.

Se agrega la información y ubicación de la carrera de Diseño Gráfico para que sea de fácil acceso a los estudiantes nuevos. La carrera de Diseño Gráfico queda dentro de la FACSO.

Figura 36. Ubicación y redes sociales (sitio web)



Ponte en Contacto

UBICACIÓN

Cdla. Quisquis, Eugenio Espejo y Héctor Toscano

Teléfono: 04-293-8410

Email

facso_disenografico@ug.edu.ec

SÍGUENOS



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Página: Perfil de ingreso y egreso

Figura 37. Perfil de ingreso (sitio web)



PERFIL DE INGRESO

Para un adecuado desempeño estudiantil y potenciar el desarrollo de los conocimientos, destrezas, habilidades y competencias; es recomendable que los postulantes a cursar la carrera de diseño gráfico en la Facultad de Comunicación social posean características y condiciones que favorecerán su experiencia educativa, como:

- Tener buena trayectoria académica
- Mostrar interés en el conocimiento y estudio por el lenguaje visual
- Capacidad para el trabajo en equipo

- Predisposición y actitud positiva y ética frente a la vida
- Comprensión lectora y análisis crítico
- Habilidad y destreza por las artes plásticas
- Regular manejo de hardware y software informático
- Disposición para desarrollar la creatividad
- Interés por la vinculación con la colectividad

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Se socializa el perfil de ingreso y egreso para que el estudiante aspirante a la carrera de Diseño Gráfico sepa que debe reunir el conjunto de conocimientos,

habilidades, actitudes y valores garantizar su formación al concluir sus estudios profesionales.

Es importante destacar que se hace conocer el campo laboral, para que el estudiante pueda tener opciones al final de su carrera y pueda ir por una línea de diseño que le interese.

Figura 38. Perfil de egreso (sitio web)



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Página: Alumnos DG

Esta pestaña es la más importante porque está elaborada por los estudiantes, y es dónde se maneja el contenido de las novedades, eventos y portafolios de estudiantes para que las empresas puedan ver los trabajos que se realizan durante la carrera.

En esta sección se mostrarían también los trabajos de los alumnos, para que se reconozca el potencial creativo, innovador y artístico que la carrera de Diseño

Gráfico enseña. De esta carrera salen excelentes diseñadores, programadores, ilustradores, artistas, expertos en modelado 3D, desarrollo de videojuegos, animación, audiovisuales, web, etc.

Figura 39. Portafolios de los estudiantes (sitio web)



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Dentro de esta sección se encuentran los portafolios de cada uno de los estudiantes destacados de la carrera. Tienen un link que muestra sus mejores trabajos.

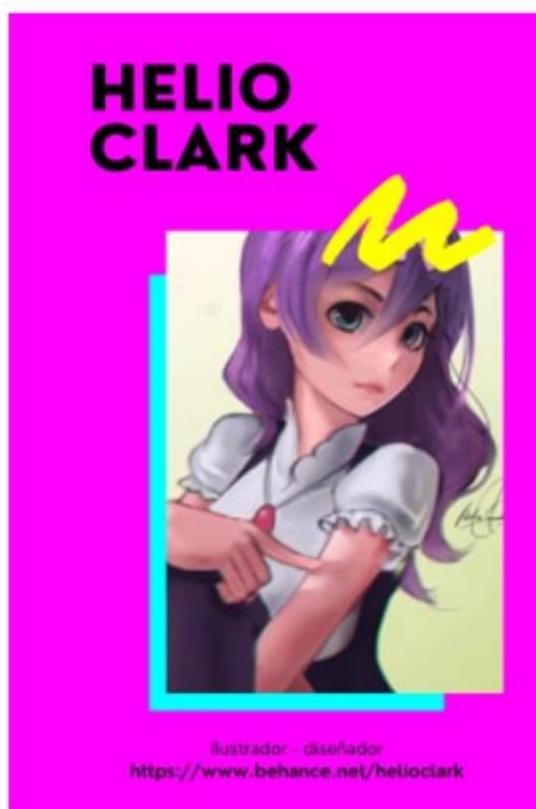
Para el proyecto se incluyeron los portafolios de Helio Clark y de Iván Guevara, quienes han sido estudiantes destacados de la carrera por sus trabajos realizados durante el tiempo de estudio.

Se propone realizar la promoción a través de esta página los portafolios de los estudiantes también de manera interinstitucional, presentando el proyecto en

ferias y eventos, creando alianzas con empresas para que los estudiantes realicen pasantías.

Dentro de la misma página, se podrán encontrar dos secciones que los estudiantes actualizarán con contenido creativo sobre temas actuales y eventos sobre la carrera de Diseño Gráfico.

Figura 40. Portafolios de estudiantes



<https://www.behance.net/helioclark>



<https://www.facebook.com/ivan.guevaraortega/>

Figura 41. Novedades (sitio web)



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 42. Novedades – Contenido (sitio web)



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 43. Próximos eventos (sitio web)



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Figura 44. Eventos - Contenido (sitio web)



Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Página: Malla curricular

Esta sección es indispensable para que los alumnos puedan tener un control de las materias que están cursando.

Figura 45. Malla curricular (sitio web)

 CARRERA DISEÑO GRÁFICO MALLA IDG-S- 2018 - 2019 - 2020 CII (UPT - INGENIERIA EN DISEÑO GRAFICO -SEMESTRAL-) TÍTULO QUE OTORGA: INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO				
1	GEOPOLÍTICA DEL ECUADOR_UPTS	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN_UPTS	ÉTICA Y LEGISLACIÓN APLICADA / PROFESIONAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL	FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN / TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN / FUNDAMENTOS DEL DISEÑO
1	COMPUTACIÓN APLICADA (COREL DRAW & INKSCAPE)	INGLÉS 1		
2	DESARROLLO CREATIVO_UPTS	GEOMETRÍA Y DIBUJO TÉCNICO	EXPRESIÓN ARTÍSTICA / FUNDAMENTOS DEL DISEÑO	PLÁSTICA Y DIBUJO ARTÍSTICO
2	ILUSTRACIÓN Y BOCETO (ANALÓGICO Y DIGITAL CON ILLUSTRATOR)			
3	COMUNICACIÓN VISUAL_UPTS	HISTORIA DEL ARTE Y CULTURA UNIVERSAL, LATINO AMERICANA	TIPOGRAFÍA_UPTS	COMPOSICIÓN Y MONTAJE DE IMÁGENES BITMAP (PHOTOSHOP)
3	SEMIÓTICA_UPTS	OPTATIVA I (SUGERIDA: AEROGRAFÍA, INFOGRAFÍA, PIROGRAFÍA)		
4	FOTOGRAFÍA COMERCIAL Y ARTÍSTICA	MEDIOS IMPRESOS Y PREPrensa DIGITAL	DISEÑO EDITORIAL Y E-PUB	PACKAGING Y DISPLAY

Elaborado por: María Gabriela Rivera Molestina

Página: Contacto

Los estudiantes podrán comunicarse dejando sus datos, para así poder ser contactados por la institución y manejar inquietudes con respecto a la carrera de Diseño Gráfico. Para poder ver los mensajes se ingresará a:

Enlace: <https://www.mailindeed.com/roundcube/>

Correo: info@dgrafso-ug.ml

Contraseña: DGfacultad2020

Figura 46. Contacto (sitio web)

CONTACTO

Nombre (obligatorio)

Teléfono (obligatorio)

Correo electrónico (obligatorio)

Asunto

Mensaje

Definición de Términos Relevantes

Internet: realiza la conexión con otras redes a través de páginas, sitios o softwares para compartir información.

World Wide Web: es una red informática conformada por páginas web que brinda cualquier tipo de información.

Sitio web: es un espacio en el internet que almacena un conjunto de páginas web y que son accesibles con internet con un objetivo definido.

Página web: está incluido dentro del sitio web, que es desarrollada en HTML y el conjunto de páginas web conforma un sitio web el cual contiene información digital.

Hosting: es el lugar donde se aloja el sitio web para que pueda ser visitado por usuarios en cualquier momento desde cualquier dispositivo que tenga internet.

Dominio: es el nombre exclusivo que se utiliza la página web en internet para que los usuarios puedan encontrar el contenido.

Certificado SSL: su objetivo es brindar seguridad al usuario de una página web y así mostrar que el sitio es confiable para poder ingresar datos personales. Las siglas SSL responden a los términos en inglés (Secure Socket Layer). El sitio web del proyecto no cuenta con esta herramienta.

HTTP: corresponde a las siglas "Hypertext Transfer Protocol", que permite la transferencia de información entre diferentes servicios y clientes dentro de una página web.

HTML: dentro de la informática se conoce al “Hyper Text Markup Language”, para el desarrollo de las páginas web.

Javascript: se utiliza como lenguaje de programación que realiza actividades complejas en una página web. Actualiza el contenido en el momento.

Plugins: Es aquella aplicación que se utiliza para darle funcionalidad adicional o una nueva característica al software.

Wordpress: sistema que ayuda a la gestión de contenidos de una manera original y está enfocado a la creación de cualquier tipo de requerimiento.

Portafolio: Es una recopilación de documentos que demuestran la trayectoria, capacidades, habilidades y logros de un estudiante o profesional. Se puede presentar en formato físico o digital.

Imagen corporativa: Es un reflejo de la institución, son los elementos que identifican a una institución o marca a primera vista.

Agencia publicitaria: Son empresas que se dedican a brindar asesorías en todos los aspectos relacionados con la creación, realización y distribución de campañas publicitarias.

CONCLUSIONES

Durante la investigación, se ha establecido que resulta beneficioso crear el sitio web de Diseño Gráfico. El 98.3% de estudiantes que participaron en el estudio estuvieron de acuerdo con que es necesario crearla para darle a la carrera su imagen institucional. La comunicación visual es clave en una profesión enfocada en dicha tarea. Este sería una proyección de la carrera, al implementar en la web un canal de comunicación interno y externo.

El estudio reveló que el 78.7% indicó que sí, un 20% señaló que tal vez y apenas un participante respondió de manera negativa a la iniciativa de implementar un sitio web institucional, ya que le da presencia visual a la carrera y a sus estudiantes. Vale recordar que los únicos canales de comunicación que tiene la carrera actualmente son las redes sociales, que son importantes, pero son efímeras. Los contenidos subidos al sitio web podrían ser encontrados siempre. Un sitio web le da formalidad a la información que este contenga.

El sitio web interinstitucional es una herramienta de manejo de información dinámico con la que estudiantes y autoridades pueden interactuar de forma permanente. Al contener un espacio para publicar y almacenar los portafolios profesionales de los egresados de la carrera de Diseño Gráfico. y hacer uso uno de los medios de comunicación más populares, habría una mayor atención de todos hacia la carrera: estudiantes de otras universidades, empresas, e incluso dentro de la misma institución los tendrían en el top of mind si la campaña es bien lograda y se consiguen contactos empresariales para fomentar la inserción laboral de los graduados.

La creación de los portafolios y su difusión masiva sería un respaldo por parte de la institución hacia sus estudiantes y egresados, quienes anhelan sentirse reconocidos en el mundo laboral y convertirse en potenciales diseñadores para ocupar una plaza de trabajo.

Dentro del estudio se evidenció que los alumnos tienen la necesidad de una guía para la elaboración de un portafolio que les facilite el ingreso a trabajar a las empresas, y sería una gran ayuda si la carrera los orienta a elaborarlo con los mejores trabajos que han diseñado a lo largo de sus estudios, y puedan adjuntarlo a su hoja de vida.

El sitio web sería una herramienta de comunicación para las empresas que deseen contratar personal para sus departamentos de diseño, y también de que tengan conocimiento de que existe la carrera de la Universidad de Guayaquil.

Por su parte, es importante para los directivos y encargados de la parte administrativa de Diseño Gráfico considerar brindar una solución a las solicitudes que presentaron los estudiantes y graduados sobre las falencias presentadas en las instalaciones físicas y en el área tecnológica de la carrera, para finalmente empoderar a sus alumnos y hacerlos sentir valorados y motivados dentro de su institución.

Cabe destacar que se una Facultad de éxito debe venir acompañar de una infraestructura adecuada y equipos óptimos que sus estudiantes puedan sacar provecho del aprendizaje y explotar su potencial. Lamentablemente, en el estudio se pudo visualizar la insatisfacción del 44.8% de los participantes, quienes manifestaron que las instalaciones se encuentran en mal estado, además de que los laboratorios no cuentan con equipos MAC, los cuales son idóneos para la carrera,

ya que son los más utilizados por diseñadores en las empresas, quienes buscan personas que sepan manejar estas herramientas para poder ser contratadas.

RECOMENDACIONES

Con la página de ALUMNOS DG que pertenece al sitio web, se obtiene un respaldo visual de todo lo que ofrece la carrera de Diseño Gráfico a través de la publicación de los portafolios. Esto genera interés en los estudiantes nuevos que ingresan a la carrera de cómo se proyectarían a futuro. Además, de que esta herramienta comunicacional podrá difundir la experiencia de los estudiantes y su nivel de conocimientos a las empresas que reclutan diseñadores gráficos. Esto generará una motivación adicional en los estudiantes para que demuestren su manejo de utilitarios, creatividad y buen desempeño al crear su portafolio.

Se sugiere a la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, apoye a las autoridades responsables del sitio web, para que puedan desarrollar actividades concernientes a la carrera, para generar contenido importante. Entre ellos se pueden destacar la organización de congresos, talleres, exposiciones. Estas actividades se las puede coordinar a través otras instituciones. De esta manera los estudiantes recibirán el apoyo institucional en estas actividades y así crear material que les ayude a la implementación de su portafolio profesional y pueda difundirse en el sitio web. Se convierte en una oportunidad para su reputación como profesionales, por lo cual es muy importante mejorar la imagen corporativa de la carrera de Diseño Gráfico y sus estudiantes.

Una de las partes más importantes identificadas en el estudio que se realizó es que debe mejorar la calidad de las instalaciones de la carrera de Diseño Gráfico, porque debe ir acorde a lo que se está implementando con el sitio web y fortalecer la imagen institucional a través de la experiencia que se ofrezca en las mismas.

BIBLIOGRAFÍA

- Adobe Systems Incorporated. (2018). *Helpx*. Obtenido de <https://helpx.adobe.com/la/illustrator/user-guide.html>
- Adobe Systems Incorporated. (2020). *Adobe Photoshop*. Obtenido de <https://www.adobe.com/la/products/photoshop.html?promoid=PC1PQQ5T&mv=other>
- Andrango, M., & Tinizaray, V. (2015). *Fundamentos Psicológicos*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/cienciasexactasespe/fundamentos-psicologicos>
- Ayala, M. (2019). *Diseño de investigación: características, cómo se hace, ejemplo*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/disenyo-de-investigacion/>
- Baquía. (2007). *La importancia de la comunicación visual*. Obtenido de <https://www.baquia.com/emprendedores/la-importancia-de-la-comunicacion-visual#:~:text=La%20informaci%C3%B3n%20visual%20es%20una,de%20establecer%20un%20proceso%20comunicativo.>
- Barda, A. (2011). *7 claves para una comunicación efectiva*. Obtenido de <https://coachdelaprofesional.com/7-claves-para-una-comunicacion-efectiva/>
- Barrio, J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España*. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/42339/1/T38702.pdf>
- Bramston, D. (2010). *De la idea al producto*.
- Caina, M. (2018). *Estrategias de comunicación visual y su incidencia en el empleo de teléfonos celulares en el aula de clase en el colegio fiscal Técnico provincia de Bolívar en el periodo 2018 -2019*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduj/38712/1/tesis%20final.pdf>
- Cajamarca, J. (2015). Entrevista.
- Campo, M. (2005). *Comunicación audiovisual digital*. Obtenido de <http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/29087/chap5.xhtml/-?1600907190704>
- Canosa, E., & García, Á. (2012). *La construcción de la marca Madrid*. Obtenido de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/665624/construccion_canosa_cuage_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Carrasco, S. (2009). *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-operacionalizacion-de-variables.html#:~:text=Es%20un%20proceso%20metodol%C3%B3gico%20que,%C3%ADndices%2C%20sub%C3%ADndices%2C%20%C3%ADtems%3B%20mientras>
- Cervera, Á. (2015). *Comunicación total*.
- Chang, G. (2016). *Análisis de la comunicación para la creación de una revista digital para la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, como estrategia de comunicación interna*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15342/1/GABRIELA%20CHANG.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw-Hill Interamericana.
- Chóez, K. (2016). *El poco uso de la comunicación visual en la creación de imagen corporativa en los estudiantes del segundo semestre de la carrera de Diseño Gráfico*. . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20030/1/KAREN%20VIRGINIA%20CHOEZ%20SOLEDISPA.pdf>
- Coelho, F. (2019). *Qué es comunicación asertiva*. Obtenido de <https://www.significados.com/comunicacion-asertiva/>
- Consejo Nacional de Planificación. (2012). *Plan nacional del buen vivir*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Constitución de la República del Ecuador. (s.f.). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Correa, M. (2008). *Fundamentos de la teoría de la información*.
- Crespo, F. (Marzo de 2019). *Comunicación visual y su incidencia en el proceso de aprendizaje de animación 2D en los estudiantes del sexto semestre de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, periodo 2018-2019*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38772/1/FELIPE%20CRESPO%20TESIS%202019%20ULTIMA.pdf>
- Delgado, H. (2019). *Ventajas y beneficios de tener una página web en Internet*. Obtenido de <https://disenowebakus.net/beneficios-pagina-web.php>

- Delgado, H. (2019). *Web 2.0 historia, evolución y características*. Obtenido de <https://disenowebakus.net/la-web-2.php>
- Dominguez, M. (2015). *Las Tecnologías de la información y la comunicación: Sus opciones, sus limitaciones y sus efectos en la enseñanza*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18100809.pdf>
- Durán, D. (2018). *Cuadro de operacionalización de variables*. Obtenido de <http://www.darwinduran.automatisoft.pe/2018/03/29/cuadro-de-operacionalizacion-de-variables/>
- Fazio, A. (2018). *Los conceptos de ser genérico y ser social en Marx; sobre los fundamentos ontológicos de la emancipación*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-88572018000200040
- Fidler, R. (1998). *Mediamorphosis: Understanding new media*. Obtenido de http://www.electronicmarkets.org/fileadmin/user_upload/doc/Issues/Volume_08/Issue_04/mediamorphosis0.pdf
- García, J. (2016). *Principales definiciones de los términos más usados en Internet*. Obtenido de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/paginas-web.html>
- Gómez, G. (2015). *Por qué utilizar las TIC*. Obtenido de <https://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/?Por-que-utilizar-las-TIC>
- González, P. (2020). *Cuáles son los elementos de la comunicación*. Obtenido de <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/cuales-son-los-elementos-de-la-comunicacion-2447.html>
- Hernandez, R. (2015). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hostinet. (2020). *Orbit Fox – Añade más Funcionalidades en WordPress con un Solo Plugin*. Obtenido de <https://www.hostinet.com/formacion/wordpress/orbit-fox-anade-mas-funcionalidades-en-wordpress-con-un-solo-plugin/>
- Jódar, J. (2010). *La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales*. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- León, J. (2020). Definición de redes interinstitucionales.
- Luquet, G. (1927). *El dibujo infantil*.
- Maldonado, H. (1996). *Manual de comunicación oral*. Alhambra.

- Malhotra, N. (1999). *Diccionario de Marketing*. Cultural S.A.
- Manovich, L. (s.f.). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Obtenido de https://www.academia.edu/542751/EI_lenguaje_de_los_nuevos_medios_de_comunicaci%C3%B3n_la_imagen_en_la_era_digital
- Marqués, P. (2013). *Impacto de las Tic en la educación: Funciones y limitaciones*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4817326>
- Martin, R. (2015). *Los medios de producción del proyecto: Entre imaginación y representación*.
- Marulanda, J. (2015). *La transformación de los modelos de la comunicación en el surgimiento de la sociedad de la información: Del modelo de flujo unidireccional a la comunicación descentralizada*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl_10803_386502/jamb1de1.pdf
- McLuhan, E. (2015). *La teoría de la comunicación de Marshall McLuhan: el butronero*. Obtenido de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5598/html>
- McLuhan, M. (1964). *El medio es el mensaje*.
- Mejía, J. (2019). *Estrategia de Marketing Digital; Herramientas y pasos de implementación*. Obtenido de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estrategia-de-marketing-digital-herramientas-y-pasos-de-implementacion/>
- Miranda, J., Olmos, A., Ordozgoiti, R., & Rodríguez, D. (2010). *Publicidad on line. Las claves del éxito en internet*. Obtenido de http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/resenas/R01.Publicidad_on_line.pdf
- Monera, V. (2019). *La Comunicación. Tipos, elementos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.victoriamonera.com/la-comunicacion-tipos-elementos-y-ejemplos/>
- Normas APA Net. (2018). *¿Qué es un proyecto factible y cómo abordarlo en una tesis?* Obtenido de <http://normasapa.net/que-es-un-proyecto-factible-y-como-abordarlo-en-una-tesis/#:~:text=Un%20proyecto%20factible%20es%20una,probar%20su%20pertinencia%20y%20viabilidad.>
- Pauz, P. (2016). *La comunicación*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/paupauz9/la-comunicacion-62284448>

- Peiró, R. (2018). *Diferencia entre comunicación verbal y no verbal*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-comunicacion-verbal-y-no-verbal.html>
- Peña, A. (2008). *Diseño de una página web, como herramienta de comunicación que sensibilice a niños de 7 a 12 años, de los estratos 2 y 3 en la ciudad de Bogotá, frente al buen trato que debe recibir el perro callejero*. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis94.pdf>
- Peralta, J. (Febrero de 2017). *Comunicación visual, la publicidad BTL y su influencia en el proceso de aprendizaje de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20120/1/TESIS%20PERALTA%20SOBENIS%20JONATHAN%20GERARDO.pdf>
- Pérez, D. (2020). *Concepto de Portafolio*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/29326_99042.pdf
- Platón. (s.f.). *Reflexión sobre la comunicación*.
- Pulido, M. (2016). *Introducción a la web*. Obtenido de <http://introduccionalawebtodosobrepaginaweb.blogspot.com/2016/11/introduccion-la-web.html>
- Raffino, M. (Julio de 2020). *Comunicación Visual*. Obtenido de <https://concepto.de/comunicacion-visual/>
- Raffino, M. (2020). *Entrevista*. Obtenido de <https://concepto.de/entrevista/>
- Rivera, M. (2015). *La evolución de las estrategias de marketing en el entorno digital: Implicaciones jurídicas*. Obtenido de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario_rivera_tesis.pdf
- Rodríguez, A. (2015). *Fundamentos de Sociología*. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/07/FUNDAMENTOS-DE-SOCIOLOGIA.pdf>
- Sampieri Hernández, R. (2015). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Sampieri Hernández, R. (2015). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Sánchez, Á. (2019). *Las etapas del dibujo infantil. Escuela de padres*. Obtenido de <https://www.educapeques.com/escuela-de-padres/etapas-del-dibujo-infantil.html>

- Sansó, R. (2013). *La estructura de una página web*. Obtenido de <http://www.rafelsanso.com/la-estructura-de-una-pagina-web/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo Toda una vida*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Séculi, M. (2017). *¿Es WordPress el mejor CMS? Comparativa WordPress 2018*. Obtenido de <https://www.marcosseculi.com/wordpress/wordpress-vs-joomla-vs-drupal/>
- Serrano, G. (2018). *Comunicación visual y su incidencia en el diseño de imagen corporativa de la empresa de arreglos florales "only for you" de la ciudad de Guayaquil del año 2018*. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38820/1/Tesis%202019%20Gino%20Serrano_completa.pdf
- Siso, J. (2017). *Adaptación de los medios de comunicación a la era digital*. Obtenido de https://medium.com/@JorgeSiso_/adaptaci%C3%B3n-de-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n-a-la-era-digital-7932c700a13c
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill Interamericana.
- Superintendencia de la Información y Comunicación. (s.f.). *Ley de Comunicación del Ecuador*. Obtenido de https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Tecnológico de Monterrey. (2020). *Centro Virtual de Aprendizaje: Tipos de Comunicación*. Obtenido de http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tipos.com.htm
- Terán, A. (2010). *Manual Tratamiento digital de imágenes con Adobe PhotoShop. Formación para el Empleo*. editorialCEP.
- Thompson, I. (2018). *Definición de Encuesta*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Thompson, I. (2019). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Traverso, P., Williams, B., & Palacios, I. (2017). *La comunicación efectiva como elemento de éxito en los negocios*. Obtenido de <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/comunicacion-efectiva.pdf>

- Trejo, H. (2018). *Herramientas tecnológicas para el diseño de materiales visuales en entornos educativos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5138/513855742031/html/index.html>
- Tubella, I. (2005). *De la comunicación de masas a la comunicación multimedia*. Obtenido de <http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/29087/chap17.xhtml>
- Watzlawick, P., Helmick, J., & Jackson, D. (1985). *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*. Obtenido de <https://primeravocal.org/wp-content/uploads/2011/05/Watzlawick-Paul-Teoria-De-La-Comunicacion-Humana3.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Carta de autorización

Guayaquil, 20 agosto 2020

Dra. Christel Matute, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones

La presente es para informar que la estudiante RIVERA MOLESTINA MARÍA GABRIELA C.I. 0915859946, realizó la investigación de su trabajo de titulación LA TRASCENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO sobre la carrera de Diseño Gráfico con la ayuda del tutor de tesis asignado Ing. Luis Olvera Vera, MSc

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados únicamente a partir de la fecha de la presente carta y con una vigencia de 6 (seis) meses posteriores a la misma.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada la presente carta, quedando a sus órdenes para cualquier, duda, aclaración o comentario que pudiese surgir de la información aquí presentada.

Atentamente,



Ing. Luis Olvera Vera, MSc.

DOCENTE TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C.I. 0921670998

Anexo 2. Plan de tutorías



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 31 de julio 2020

ANEXO 2

Lic. Chirstel Matute Zhuma, MSc.
DIRECTORA DE CARRERA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Acuerdo del Plan de Tutoría

Nosotros, **LUIS AMILCAR OLVERAVERA**, docente tutor del trabajo de titulación y **MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA** estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico, comunicamos que acordamos realizar las tutorías semanales en el siguiente horario 17H00, el día VIERNES.

De igual manera entendemos que los compromisos asumidos en el proceso de tutoría son:

- Realizar un mínimo de 4 tutorías mensuales.
- Elaborar los informes mensuales y el informe final detallando las actividades realizadas en la tutoría.
- Cumplir con el cronograma del proceso de titulación.

Agradeciendo la atención, quedamos de Ud.

Atentamente,

Estudiante (s)

Docente Tutor

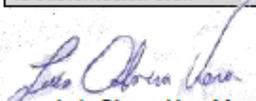
Anexo 3. Rúbrica de evaluación



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
UNIDAD DE TITULACIÓN**

RÚBRICA DE EVALUACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del Trabajo: LA TRASCENDENCIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO		
Autora: MARÍA GABRIELA RIVERA MOLESTINA		
ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALF.
ESTRUCTURA ACADÉMICA Y PEDAGÓGICA	4.5	
Propuesta integrada a Dominios, Misión y Visión de la Universidad de Guayaquil.	0.3	0.3
Relación de pertinencia con las líneas y sublíneas de investigación Universidad / Facultad/ Carrera	0.4	0.4
Base conceptual que cumple con las fases de comprensión, interpretación, explicación y sistematización en la resolución de un problema.	1	1
Coherencia en relación a los modelos de actuación profesional, problemática, tensiones y tendencias de la profesión, problemas a encarar, prevenir o solucionar de acuerdo al PND-BV	1	1
Evidencia el logro de capacidades cognitivas relacionadas al modelo educativo como resultados de aprendizaje que fortalecen el perfil de la profesión	1	1
Responde como propuesta innovadora de investigación al desarrollo social o tecnológico.	0.4	0.4
Responde a un proceso de investigación – acción, como parte de la propia experiencia educativa y de los aprendizajes adquiridos durante la carrera.	0.4	0.4
RIGOR CIENTÍFICO	4.5	
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	1	1
El trabajo expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece, aportando significativamente a la investigación.	1	1
El objetivo general, los objetivos específicos y el marco metodológico están en correspondencia.	1	1
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos y permite expresar las conclusiones en correspondencia a los objetivos específicos.	0.8	0.8
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.7	0.7
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	
Pertinencia de la investigación	0.5	0.5
Innovación de la propuesta proponiendo una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.5	0.5
CALIFICACIÓN TOTAL *	10	10
* El resultado será promediado con la calificación del Tutor Revisor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.		


Ing. Luis Olvera Vera Msc.

DOCENTE TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
No. C.I. 0921670998

FECHA: 2/10/2020

Anexo 4. Pantalla de configuración de plugins

electrónico. [Aprender más](#).

[¡Claro!, me gustaría ayudar](#) [No, gracias](#)

Todos (3) | Activos (3) | Actualizaciones disponibles (2) | Actualizaciones automáticas desactivadas (3)

Acciones en lote 3 elementos

Plugin	Descripción	Actualizaciones automáticas
<input type="checkbox"/> Contact Form 7 Ajustes Desactivar	Simplemente otro plugin de formularios de contacto. Sencillo pero flexible. Versión 5.2.2 Por Takayuki Miyoshi Ver detalles	Activar las actualizaciones automáticas
<input type="checkbox"/> Elementor Ajustes Desactivar Ir a la versión Pro	El más avanzado creador de páginas de arrastrar & soltar. Crea sitios profesionales, perfectos al pixel, a velocidad récord. Con cualquier tema, cualquier página, cualquier diseño. Versión 3.0.6 Por Elementor.com Ver detalles Documentos y preguntas frecuentes Videotutoriales	Activar las actualizaciones automáticas
Hay disponible una nueva versión de Elementor. Revisa los detalles de la versión 3.0.9 o actualízala ahora .		
<input type="checkbox"/> Orbit Fox Companion Desactivar Rollback to v2.9.16	This swiss-knife plugin comes with a quality template library, menu/sharing icons modules, Gutenberg blocks, and newly added Elementor/BeaverBuilder page builder widgets on each release. Versión 2.9.17 Por Themeisle Ver detalles	Activar las actualizaciones automáticas
Hay disponible una nueva versión de Orbit Fox Companion. Revisa los detalles de la versión 2.9.18 o actualízala ahora .		
<input type="checkbox"/> Plugin	Descripción	Actualizaciones automáticas

Anexo 5. Pantalla configuración de páginas del sitio web

Todos (5) | Publicadas (5) | Papelera (14)

Acciones en lote Todas las fechas 5 elementos

Título	Autor	Fecha
<input type="checkbox"/> ALUMNOS DG — Página de entradas, Elementor Editar Edición rápida Papelera Ver Editar con Elementor	admin	Publicada 10/09/2020 a las 10:16 pm
<input type="checkbox"/> CONTACTO — Elementor	admin	Publicada 07/09/2020 a las 1:44 am
<input type="checkbox"/> INICIO — Página de inicio, Elementor	admin	Publicada 06/09/2020 a las 7:05 pm
<input type="checkbox"/> MALLA CURRICULAR — Elementor	admin	Publicada 06/09/2020 a las 4:31 pm
<input type="checkbox"/> PERFIL — Elementor	admin	Publicada 06/09/2020 a las 4:30 pm
<input type="checkbox"/> Título	Autor	Fecha

Acciones en lote 5 elementos

Gracias por crear con WordPress. Versión 5.5.1

Anexo 6. Pantalla de edición de página

The screenshot shows the Elementor editor interface for the 'PERFIL' page. The left sidebar contains a search bar and a grid of widgets: Section Interior, Encabezado, Imagen, Editor de texto, Video, Botón, Separador, Espaciador, Google Maps, and Icono. The main canvas displays a page layout with a header 'PERFIL', a large image of a woman holding a green folder, and a blue footer with the logo 'DG CARRERA DISEÑO GRÁFICO' and the text 'PERFIL DE INGRESO'.

Anexo 7. Pantalla de edición página de malla curricular

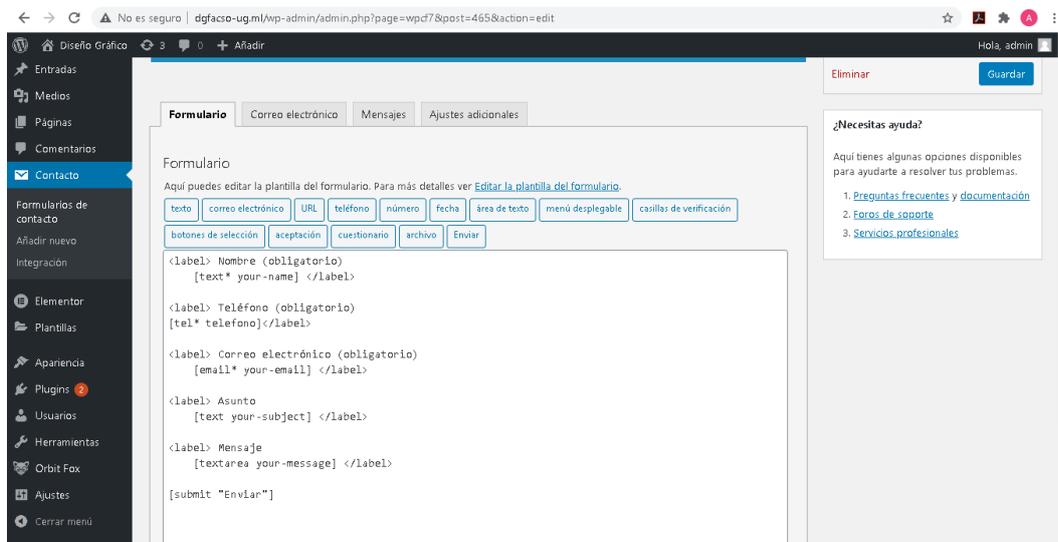
The screenshot shows the Elementor editor interface for the 'MALLA CURRICULAR' page. The left sidebar contains the same widget grid as in Anexo 6. The main canvas displays a page layout with a header 'MALLA CURRICULAR', a blue banner with the logo 'DG CARRERA DISEÑO GRÁFICO' and the text 'MALLA IDG-S- 2018 - 2019 - 2020 CII (UPT - INGENIERIA EN DISEÑO GRAFICO - SEMESTRAL) TÍTULO QUE OTORGA: INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO', and a grid of course blocks.

MALLA CURRICULAR			
DG CARRERA DISEÑO GRÁFICO MALLA IDG-S- 2018 - 2019 - 2020 CII (UPT - INGENIERIA EN DISEÑO GRAFICO - SEMESTRAL) TÍTULO QUE OTORGA: INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO			
1	GEOPOLÍTICA DEL ECUADOR_UPTS	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN_UPTS	ÉTICA Y LEGISLACIÓN APLICADA / PROFESIONAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL
			FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN /TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN / FUNDAMENTOS DEL DISEÑO
1	COMPUTACIÓN APLICADA (COREL DRAW & INKSCAPE)	INGLÉS 1	
2	DESARROLLO CREATIVO_UPTS	GEOMETRÍA Y DIBUJO TÉCNICO	EXPRESIÓN ARTÍSTICA / FUNDAMENTOS DEL DISEÑO
			PLÁSTICA Y DIBUJO ARTÍSTICO

Anexo 8. Pantalla de edición página de inicio



Anexo 9. Pantalla de edición página de contacto



Anexo 10. Formato de encuesta a estudiantes y graduados

Estudio de grado de satisfacción con la carrera de Diseño Gráfico

Su opinión es muy importante para mejorar, ¡gracias por colaborar!

*Obligatorio

Sexo *

- Mujer
- Hombre

Edad *

- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 45
- Mayor de 45

¿Se encuentra cursando actualmente la carrera de Diseño Gráfico en la Facso? *

- Estudiante
- Graduado
- Retirado de la carrera

¿Cuáles considera que son los beneficios que brinda estudiar esta carrera? *

Tu respuesta

Califique su grado de satisfacción, siendo 5 – muy satisfecho, 4 – satisfecho, 3 indiferente, 2 – algo inconforme, 1 – muy inconforme: *

	5	4	3	2	1
Instalaciones de la Facultad	<input type="checkbox"/>				
Asignaturas	<input type="checkbox"/>				
Profesores	<input type="checkbox"/>				
Horarios de estudio	<input type="checkbox"/>				
Reputación de los graduados	<input type="checkbox"/>				
Facilidad para conseguir empleo	<input type="checkbox"/>				

Explique el por qué de sus calificaciones en la pregunta anterior

Tu respuesta

¿Qué acciones tomaría para que la carrera de Diseño Gráfico de la Facso se diera a conocer a nivel nacional? *

Tu respuesta

¿Considera usted necesaria la implementación de un sitio web exclusivo para la carrera de Diseño Gráfico? *

- Sí
- No
- Tal vez

Qué recomendaciones le haría a la Universidad de Guayaquil para subir el nivel de la facultad y de la carrera de Diseño Gráfico *

Tu respuesta

Enviar

Anexo 11. Formato de entrevista a reclutadores

Entrevista

El presente estudio tiene por finalidad comprender los parámetros bajo los cuales se guía la empresa o institución al momento de reclutar personal, en el área de Diseño Gráfico. Gracias por su colaboración.

***Obligatorio**

Nombre *

Tu respuesta

Cargo *

Tu respuesta

Empresa / Institución en la que labora *

Tu respuesta

1. ¿Con cuántos diseñadores gráficos cuenta la empresa? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Más de 5

¿Cuáles son las funciones que se le asignan a los diseñadores gráficos? *

Tu respuesta

¿Bajo qué parámetros escogen a sus diseñadores? *

Tu respuesta

¿Qué tan importantes consideran los siguientes factores al momento de contratar diseñadores gráficos? (5 – muy importante, 4 – importante, 3 – indiferente, 2 – poco relevante, 1 – nada relevante) *

	5	4	3	2	1
Sexo	<input type="radio"/>				
Edad	<input type="radio"/>				
Nivel de Estudios	<input type="radio"/>				
Universidad de la que se graduó el aplicante	<input type="radio"/>				
Años de experiencia	<input type="radio"/>				
Aspiración salarial	<input type="radio"/>				

¿En la institución existe algún graduado de la carrera de Diseño Gráfico de la Facso? ¿Por qué? *

Tu respuesta

¿Cómo considera que debería ser el perfil de un recién graduado de universidad para lograr ser contratado? *

Tu respuesta

Enviar