

GIGAPP

Estudios / Working Papers

ISSN 2174-9515

ESPECIAL RICE 2024. Vol. 10 Año (2024) Núms. 273-281, págs.435-608

Sánchez León, Alisson Mercedes Cobertura informativa de la despenalización del aborto por
Herrera Flores, Ana Elizabeth violación en Ecuador (2024-273. págs.435-454)

Jiménez Ovando, Alejandra Gabriela Redes sociales, discursos de odio, opinión pública y acción
colectiva durante la crisis política post-electoral de Bolivia en
2019 (2024-274 págs. 455-482)

Quezada Tello, Mateo Comunicación digital y entidades culturales: Análisis de
Ávila, Caroline contenido de la propuesta comunicacional de museos en la
ciudad de Cuenca, Ecuador (2024-275 págs. 483-506)

Sempértegui-Zabala, Omar La integración regional entre sociedades premodernas,
Vernimmen, Guadalupe modernas y postmodernas: Un análisis de la comunicación para
Guzmán, Gustavo el desarrollo (2024-276 págs. 507-528)

Vernimmen, Guadalupe Análisis de la comunicación ancestral y digital en el centro
Sempértegui-Zabala, Omar cultural Yololo a partir de dos estudios de caso
Guerra, Adrián (2024-277 págs. 529-542)

Maruri, Mónica Los niños ya no son de interés para la televisión ecuatoriana
(2024-278 págs. 543-556)

Arias Villamar, John Hermenéutica de la imagen y su rol en la resolución de
problemas visuales (2024-279 págs. 557-572)

Lozano, Ana María Representación mediática de conflictos socioambientales en la
esfera pública digital: Análisis de discurso en Facebook de La
Posta y GK en 2021 (2024-280. pags 573-584)

Posligua, Jéssica El enfoque del emprendimiento en la educación superior:
Salcedo, Denisse funciones administrativas para la formación de emprendedores
Chenche, William en las IES (2024-281.pags 585-608)



Grupo de Investigación en
Gobierno, Administración
y Políticas Públicas

GIGAPP Estudios Working Papers es una publicación de la
Asociación Grupo de Investigación en Gobierno,
Administración y Políticas Públicas

www.gigapp.org

Hermenéutica de la imagen y su rol en la resolución de problemas visuales

Arias Villamar, John
Universidad de Guayaquil, Ecuador
 john.ariasv@ug.edu.ec
ORCID ID: [0000-0002-9854-6620](https://orcid.org/0000-0002-9854-6620)

Documento recibido: 15 enero 2023
Aprobado para publicación: 01 diciembre 2023

Resumen

El presente artículo científico, se enmarca en el proceso de enseñanza – aprendizaje, sobre la hermenéutica de la imagen, para resolver problemas visuales. Las variables mencionadas, aportan en el desarrollo significativo de la interpretación de argumentos sensoriales, ya sea de carácter tangible como intangible. Se seleccionó a un grupo de estudiantes de segundo y cuarto semestre de la Carrera de Diseño Gráfico – FACSO – Universidad de Guayaquil, para exponerlos a retos con diversos grados de complejidad, desde replanteamientos identitarios de carácter comercial, hasta etapas de materialización sobre propuestas visuales relacionadas al diseño de empaques estratégicos.

Palabras clave

Hermenéutica; Imagen; diseño gráfico; enseñanza.

Resumo

Este artigo científico enquadra-se no processo de ensino-aprendizagem, na hermenêutica da imagem, para resolução de problemas visuais. As variáveis mencionadas contribuem para o desenvolvimento significativo da interpretação dos argumentos sensoriais, sejam eles de natureza tangível ou intangível. Um grupo de alunos do segundo e quarto semestre da Licenciatura em Design Gráfico – FACSO – Universidade de Guayaquil foi selecionado para expô-los a desafios com diversos graus de complexidade, desde o repensar da identidade de natureza comercial, até etapas de materialização de propostas visuais relacionadas. ... ao design de embalagens estratégicas.

Palavras-chave

Hermenêutica; Imagem; desenho gráfico; ensino

Abstract

This scientific article is part of the teaching-learning process, about the hermeneutics of the image, to solve visual problems. The aforementioned variables contribute to the significant development of the interpretation of sensory arguments, whether tangible or intangible. A group of second and fourth semester students of the Graphic Design Career - FACSO - University of Guayaquil, were selected to expose them to challenges with varying degrees of complexity, from identity rethinking of a commercial nature, to stages of materialization on related visual proposals. to the design of strategic packaging.

Keywords

hermeneutics of the image; Graphic Design; teaching; visual problems

Introducción

La tecnología del Diseño Gráfico, ha evolucionado debido a los cambios sociales y con sus respectivas necesidades. Tanto herramientas como interfaces de software, han aportado de manera significativa en la resolución de problemas visuales ya sea dentro de la academia como en el ámbito comercial. Sin embargo, las herramientas no tangibles requieren de un adecuado engranaje con la hermenéutica de la imagen, con el fin de traducir un lenguaje complejo y con sentido común.

El término hermenéutica proviene del griego *hermeneuein*, compuesto por tres sentidos. (Martínez, 2018) indica que, el primer sentido se relaciona con expresar, en este caso, la hermenéutica cumple el rol de decir algo; el segundo con explicar, es decir, reforzar lo que se ha dicho; y el tercero, se relaciona con traducir, en esta etapa le hermeneuta se encarga de interpretar la razón de ser del mensaje, para luego transmitirlo de forma clara. Desde estos tres sentidos, se define la hermenéutica de la imagen.

La enseñanza del Diseño se enfoca en utilizar la tecnología como traductor de interpretaciones, el lenguaje digital ha evolucionado y esto motiva al ser humano a hacer sinergia con el fin de resolver problemas de comunicación.

El presente artículo, se basa en valorar el sentido común de la comunicación y de criterios compositivos en los estudiantes, por medio de la experimentación de procesos de estructuración de contenido sensorial, tangible y no tangible. Se establecieron 2 retos de carácter visual, el primero se basó en gestionar la construcción morfológica hasta el discurso identitario no tangible de una marca país, desde el estudio del branding y sus vertientes comunicacionales de carácter identificadorio. Asimismo, pasaron por procesos teóricos científicos, lenguajes técnicos y estudios minuciosos sobre calidad gráfica e indicadores de alto rendimiento marcario, estas teorías son nacientes de las investigaciones de Norberto Chaves, Raúl Belluccia y Luciano Cassisi. El segundo reto, se basó en el replanteamiento de un empaque estratégico de carácter comercial, desde la

exploración de las 7 estrategias de diseño de packaging, uno de los referentes más estudiados en esta etapa, fue Guillermo Dufranc, en donde explica que, las funcionalidades de un empaque no se limitan a lo físico o estética visual, sino también que éste puede convertirse en una marca tangible, y a su vez, ser parte de un cambio favorable para el medio ambiente.

El grupo de estudiantes, adquirieron experiencias relevantes mientras y después del proceso de tangibilización de sus ideas. Asimismo, aprendieron a resolver problemas en corto y largo plazo, evaluaron la realidad social actual, y los requerimientos de comunicación que este exige. El estudiante logró interpretar y traducir problemas gráficos de carácter comercial, en conjunto con la tecnología del Diseño.

1. Fundamentación teórica

1.1 Hermenéutica de la imagen

La hermenéutica, aduce a la interpretación de símbolos y lenguajes según la experiencia personal del ser humano. Para resolver problemas de carácter visual, es necesario traducir las etapas complejas de cada componente gráfico, y si ésta se encuentra dentro del contexto actual. La hermenéutica de la imagen correctamente implementada, se encarga de traducir de forma coherente un significado, y más aún si este se dirige a varios tipos de grupos objetivos.

Considerado como el padre de la hermenéutica contemporánea, el alemán Hans Georg Gadamer aportó un importante legado en cuanto a este tema. Y a pesar de haber indicado que la hermenéutica no se trata de un conjunto de reglas establecidas para poder llegar a la comprensión, nos dejó ciertos conceptos en su larga bibliografía. En su libro *Verdad y método*, Gadamer expresa lo siguiente:

La disciplina que se ocupa del arte de comprender textos es la hermenéutica. La comprensión debe entenderse como parte de un acontecer de sentido en el que se forma y concluye el sentido de todo enunciado, tanto del arte como de cualquier otro género de tradición (Gadamer, 1977, pág. 217).

Gadamer hace referencia al sentido. Aplicado a la comunicación visual, se puede entender al diseñador como el hermeneuta que traduce ese sentido para la comprensión de los espectadores de un mensaje visual. Todo reto visual debe resolverse desde el análisis de cada elemento que compone una gráfica comunicacional, es por esa razón que la exploración del sistema simbólico es una necesidad para adquirir conocimiento, desde la interpretación del lenguaje simbólico medio de aprendizajes previos o empíricos.

La investigación "Notas acerca de una hermenéutica de la imagen" se basa en la propuesta del historiador del arte ruso Erwin Panofsky, acerca de las dimensiones de significado de la imagen artística, en la cual el autor alega:

Es un texto valioso porque planteó por primera vez, con sorprendente claridad, el asunto de las dimensiones de significado de la imagen artística. Aunque se refiere a un periodo determinado, quizá sin pretenderlo, fincó las bases del análisis de toda imagen, del estudio del significado de las imágenes en general.

La propuesta de Panofsky es sumamente útil y sugerente en ese sentido, como un punto de partida, como un texto pionero en su género (Bech, 1995, pág. 9).

Bech desglosa el aporte de Panofsky a partir de la forma y contenido. El autor detalla en su trabajo, que existen tres niveles de significación de las imágenes: la significación primaria o natural, constituida a su vez por la significación fáctica (configuraciones de línea y color) y por los matices psicológicos (significación expresiva); la significación secundaria o convencional, es decir, cómo las imágenes narran una historia y la significación intrínseca o contenido, donde el tema central es el símbolo. Cabe señalar que en los tres niveles está presente la historia y la cultura.

En Latinoamérica, el estudio: Hermenéutica simbólica, explora el sistema simbólico donde la interpretación es una necesidad para el conocimiento, enfocándose en la interpretación de símbolos como un lenguaje, los cuales adquieren una significación según la experiencia personal del hombre, en el cual se enuncia:

Es la hermenéutica un lugar donde se aproximan los símbolos lejanos, los arquetipos de diferentes, y muchas veces, desconocidas culturas, para mediar el conocimiento que se dibuja en el mundo de la comprensión. Este conocimiento entra, en el nivel de la hermenéutica simbólica propiamente dicha, a desarrollar un desplazamiento de su propia fuente representativa para asumir imágenes que representen otras formas de expresión cultural (Jaramillo, 2020, pág. 317).

Jaramillo expresa que la hermenéutica es el medio por el cual los significados de los símbolos pueden ser comprendidos a pesar de la variedad de culturas de las que son parte.

La semiótica y la hermenéutica son disciplinas que tienen un debate en relación al lenguaje del hombre. (Tornero, 2009) señala que la semiótica es la teoría de los signos y la hermenéutica, la teoría de la interpretación, las cuales comparten en su estudio a la condición simbólica del ser humano y el lenguaje. La autora manifiesta en su investigación que, a mediados de los años 80, la semiótica fue cuestionada por otros enfoques de los estudios culturales, como la hermenéutica y la deconstrucción.

Como disciplinas del discurso, existe una evidente relación entre hermenéutica y semiótica. (Fernández & García, 2013) las establece como las ciencias del sentido y se preguntan cuál de las dos es la más adecuada para la lectura de la imagen y, en referencia a la semiótica, explican que el norteamericano Charles S. Peirce hablaba de la universalidad de los signos y el suizo Ferdinand de Saussure nombraba a la semiología como una nueva ciencia que estudia la vida de los signos. La relación que encuentran los autores, entre hermenéutica y semiótica, está dada en la traducción como eje de ambas disciplinas que buscan interpretar los textos visuales.

En el libro Semiosis hermenéutica de lenguajes gráficos no lineales, se suscita a la semiosis hermenéutica como una nueva forma de enfoque en la teoría del diseño, en el cual se indica que

(...) se entiende al diseñador como mediador ya que se enfrenta a signos, discursos y procesos significantes que debe interpretar, entabla con ellos una relación dialógica y semántica cuyos principios subyacen a la teoría de la comunicación visual y la consecuente comunicación gráfica, el diseñador nunca se enfrenta a repertorios lineales y determinados, siempre confronta complejos significativos que debe decantar (Vilchis, 2016, pág. 13).

Vilchis explica que el profesional del diseño, es el encargado de realizar un proceso hermenéutico al interpretar signos para lograr una comunicación visual. Signos que contienen significados polisémicos y que el diseñador debe confrontar.

1.2 Diseño gráfico

Un extenso repertorio de lecciones de comunicación visual, bases para la comprensión de los fundamentos que forman esta disciplina, lo encontramos en el libro: *Diseño y comunicación visual*, en el cual se fundamenta lo siguiente:

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.

Por ello se presume que un emisor emite mensajes y un receptor los recibe. Pero el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden anular e incluso anular el mensaje (Munari, 1996, pág. 82).

Munari, detalla el camino que debe seguir el mensaje; los obstáculos por los cuales deberá pasar; los filtros que cada receptor, con sus características propias posee, para poder recibirlo, constituyéndose este proceso en una guía a considerar al momento de encauzar el mensaje. En el libro, *Diseñar para los ojos*, se establece a la mirada como centro de estudio en relación al diseño gráfico, donde se añade:

En tanto que el cometido del diseño gráfico es la comunicación, la disciplina cuenta para ello con un lenguaje propio. Es el lenguaje básico de la imagen y el texto, o lo que hemos llamado lenguaje bimedia (icónico y tipográfico), que organiza la colaboración expresiva de las imágenes y los textos (Costa, 2003, pág. 12).

Costa se refiere al lenguaje básico del diseño gráfico, a la utilización de la imagen y del texto como esencial, de lo cual se desprenden otros aspectos como el color y la digitalización. En el libro *Diseño: universo de conocimiento*, se muestra una visión epistemológica, enmarcada en la comprensión y en la configuración del diseño para brindar bases teóricas a los comunicadores visuales, donde se señala:

(...) el diseño gráfico supone el conocimiento de las propiedades de los códigos morfológico, cromático, tipográfico y fotográfico, así como las leyes o reglas de combinación o integración de éstos—sintaxis, orden interno— según la concepción plástica—ni arbitraria ni subjetiva, determinada por los factores indicados— que el diseñador quiera plasmar en cada obra en particular (Vilchis, 2016, pág. 25).

La autora detalla los conocimientos que debe tener implícito el diseño gráfico para el cabal desempeño de esta disciplina. Vilchis expresa también, que no porque lo diseñado surge de la subjetividad del diseñador, no se requiera de aplicar también objetividad, para que pueda existir comunicación.

Las investigaciones fundamentadas en que el diseño gráfico trasciende lo puramente óptico y se enfocan más bien en la perspectiva de una visualidad amplificada, son revisadas en el artículo científico: *El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica*, donde se afirma que:

El diseño gráfico ha sido considerado como un campo pragmático, rótulo con el cual se ha pretendido determinar su aparente aversión a la teoría y su apego a la ejecución de actividades prácticas, con el propósito de alcanzar un producto visual (Peña, 2019, pág. 103).

El autor profiere que el diseño gráfico ha sido considerado como una actividad que no está consciente de las bases epistemológicas para el desarrollo y creación de un producto visual.

Peña también alega en su estudio, que el diseñador gráfico debe hacerse una evaluación personal y estar consciente de la importancia del contenido visual que va a crear para ponerlo a disposición de la sociedad. Por

lo expuesto en las citas anteriores, se puede indicar que diseño gráfico es una de las secciones de la comunicación visual, por medio de la cual, el diseñador es capaz de entender un mensaje y transmitirlo visualmente a partir de técnicas hermenéuticas y el desarrollo de habilidades creativas e incluso artísticas.

2. Metodología

La metodología implementada en la presente investigación, es empírica, ya que la experiencia relevante adquirida, se basa en la relación directa con la situación actual del educando. La observación e interacción con el grupo de estudiantes seleccionados, se enmarca en el análisis tanto del proceso de materialización, como en resultados entregados.

El método empírico, se basa en la experiencia que el investigador adquiere, por medio del contacto con una realidad, situación o conflicto. Así mediante el sistema sensorial adquiere conocimiento, dicho conocimiento nace de la experiencia vivencial, mas no de la razón (Muñoz, 2015). El investigador monitorea las actividades y acciones, luego lo evalúa con el fin de establecer una conclusión.

La muestra de investigación es no probabilística, ya que una sección del grupo de estudio, tiene 4 años en la Carrera de Diseño Gráfico – FACSO – UG, y fueron parte de proyectos vinculados a la hermenéutica de la imagen, y resolución de problemas visuales. Asimismo, otra fracción del grupo seleccionado, tiene dos años de estudio y se encuentran vigentes.

La Carrera de Diseño Gráfico, cuenta con 861 estudiantes, sin embargo, la indagación se delimitará en una muestra de 166 estudiantes, pertenecientes a segundo y cuarto semestre, de la Carrera de Diseño Gráfico de FACSO - UG. El estudiantado, actualmente se encuentra activo, desde el ciclo semestral CI-2019-2020 y CII-2021- 2022, de la carrera de Diseño Gráfico de FACSO – Facultad de Comunicación Social – Universidad de Guayaquil.

Luego de finalizar las etapas de experimentación, se realizó una encuesta en modalidad virtual, con escala de Likert, para valorar el grado de conformidad del estudiante. A continuación, se dará a conocer las tabulaciones correspondientes.

Tabla sobre muestra de estudiantes

CURSO / PARALELO	ASIGNATURA	ESTUDIANTES
2 A/1	Teoría del color	37
2 B/1	Teoría del color	30
2 C/1	Teoría del color	22
4 A/1	Estudio de caso	46
4 B/1	Estudio de caso	15
4 C/1	Estudio de caso	16
		Total: 166 estudiantes

Autor: John Arias Villamar

3. Resultados

Los resultados del ítem 1, evidencian que la mayoría de los encuestados, interpretan significados específicos de contenidos visuales en corto tiempo, sin embargo, existe un segundo grupo que se acerca a la mayoría mencionada, con evidentes debilidades, al momento de interpretar significados específicos en corto plazo de tiempo.

Grupo de estudio 1

ÍTEM 1. Interpreta significados específicos de contenidos visuales, en corto tiempo

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	9	25%	8	26,7 %	5	22,7%
2	5	13,9%	8	26,7 %	2	9,1%
3	13	36,1%	5	16,7 %	8	36,4%
4	6	16,7 %	7	23,3 %	2	9,1%
5	3	8,3 %	2	6,7 %	5	22,7%
	Total: 36 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

El grupo encuestado, evidenció la necesidad de evolucionar sus niveles de interpretación de contenidos visuales, no solo en corto tiempo, sino también, en lo que respecta a adquirir criterios compositivos.

ÍTEM 2. Fundamenta el uso de elementos visuales al momento de generar composiciones gráficas

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	9	24,3%	8	26,7 %	5	22,7%
2	12	32,4%	9	30%	6	27,3%
3	5	13,5%	4	13,3%	4	18,2%
4	6	16,2 %	5	16,7%	2	9,1%
5	5	13,5 %	4	13,3 %	5	22,7%
	Total: 37 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

En este apartado, la valoración es positiva, ya que la mayoría de los estudiantes encuestados, reflejan que fundamentan los elementos visuales al momento de generar piezas gráficas, sin embargo, también exponen, que no es suficiente con saber fundamentar el contenido visual, es necesario llegar a los resultados óptimos y fundamentar el impacto del mensaje. Asimismo, mencionan que, al momento de gestionar una pieza visual, reconocen que, la diferencia de funcionalidades entre componer y fundamentar una composición gráfica es de gran magnitud; y, de mucha responsabilidad del sentido común de comunicación. Un porcentaje menor menciona que, al momento de fundamentar elementos gráficos aplicados en un diseño, exponen información limitada sobre su definición y funcionalidad.

ÍTEM 3. Evalúa el comportamiento de la tipografía, color y forma para la correcta gestión de una pieza gráfica

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	13	35,1%	8	26,7 %	6	27,3%
2	10	27%	10	33,3 %	6	27,3%
3	6	16,2%	3	10 %	4	18,2%
4	2	5,4 %	2	6,7 %	3	13,6%
5	6	16,2 %	7	23,3 %	3	13,6%
Total	37	100%	30	100%	22	100%

Si bien es cierto, la mayoría del grupo encuestado refleja que, al momento de gestionar una pieza gráfica, evalúan con lógica la funcionalidad de la tipografía; y, cómo esta se comporta con otros elementos visuales en el proceso de materialización compositiva. Asimismo, indican que definir un elemento gráfico, conlleva responsabilidad interpretativa, y a su vez que, la hermenéutica del contenido, esté dentro del contexto de la realidad de un sistema de comunicación, esta puede ser; desde identidad visual, hasta composición de gráfica publicitaria. Otro porcentaje de la población explorada, evidencia que evalúa el comportamiento de la letra, pero de forma limitada por que aún no han visto la asignatura de tipografía, sin embargo, pese a esa debilidad, establecen contenido con criterios básicos adquiridos en la asignatura de teoría del color.

ÍTEM 4. Aplica con coherencia gráfica, técnicas de comunicación visual, para composiciones comunicacionales

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	11	29,7%	5	16,7 %	3	13,6%
2	10	27%	10	33,3 %	6	27,3%
3	8	21,6%	3	10 %	7	31,8%
4	4	10,8 %	6	20%	4	18,2%
5	4	10,8 %	6	20%	2	9,1%
	Total: 37 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

Los encuestados en su mayoría, mencionan que aplican con coherencia gráfica, técnicas de comunicación visual, para definir una pieza comunicacional, basándose en un estudio básico sobre la realidad del reto asignado. Otro porcentaje, pero menor al mencionado, refleja que, se le dificulta componer una pieza gráfica con coherencia visual, ya que sus conocimientos son de carácter teórico; y, requieren de procesos más técnicos y prácticos para establecer una composición en modalidad de mensaje.

ÍTEM 5. Interpreta el color, desde su correcta sinergia con otros elementos gráficos, para configurar mensajes visuales

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	9	24,3%	10	33,3 %	3	13,6%
2	13	35,1%	6	20 %	5	22,7%
3	5	13,5%	4	13,3 %	7	31,8%
4	5	13,5 %	4	13,3 %	2	9,1%
5	5	13,5 %	6	20 %	5	22,7%
	Total: 37 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

Se observa en la presente valoración, que la mayoría de los encuestados, engrana el color con elementos gráficos, para configurar mensajes delimitados y funcionales, es necesario destacar que la población se expone a diversos grados de complejidad, para materializar una idea, desde la interpretación del color, con sus respectivos significados hasta su correcta aplicabilidad en piezas gráficas comunicacionales.

ÍTEM 6. Explora las necesidades de un producto o servicio, antes de definir una pieza gráfica

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	14	37,8%	10	33,3 %	5	22,7%
2	8	21,6%	3	10 %	4	18,2%
3	6	16,2%	6	20 %	7	31,8%
4	6	16,2 %	4	13,3 %	3	13,6%
5	3	8,1 %	7	23,3 %	3	13,6%
	Total: 37 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

La presente gráfica evidencia que, la población encuestada explora necesidades relacionadas a un producto o servicio, para establecer una comunicación visual adecuada. Este resultado expresa que el educando analiza la realidad de un código ya establecido, para replantearlo con objetivos coherentes y funcionales.

ÍTEM 7. Ha diseñado propuestas de comunicación, relacionadas con diseño o rediseño de identidad visual

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	10	27,8%	7	23,3 %	4	18,2%
2	6	16,7%	7	23,3%	8	36,4%
3	5	13,9%	4	13,3 %	5	22,7%
4	11	30,6%	2	6,7 %	2	9,1%
5	4	11,1 %	10	33,3 %	3	13,6%
	Total: 36 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

El presente resultado, evidencia que la mayoría de los estudiantes no han materializado propuestas de comunicación, desde escenarios como diseño o rediseño de identidad visual, otro grupo expresa que, si tiene experiencia en diseño de gráficas, dentro del contexto del lenguaje identitario.

ÍTEM 8. Diagnostica las debilidades y fortalezas de una identidad visual, antes de replantear una solución gráfica.

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	10	27%	9	30 %	5	22,7%
2	10	27%	6	20 %	4	18,2%
3	8	21,6%	3	10 %	6	27,3%
4	5	13,5%	4	13,3 %	4	18,2%
5	4	10,8 %	8	26,7 %	3	13,6%
	Total: 37 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

Los valores del presente ítem, evidencian que gran parte del alumnado, diagnostica debilidades y fortalezas de una identidad visual, antes de replantear una solución gráfica. Este resultante, indica que los estudiantes interpretan la situación actual de un lenguaje identitario, desde su arquitectura morfológica, hasta el impacto que este genera en el target objetivo.

ÍTEM 9. Establece parámetros de calidad gráfica, para la correcta gestión, e interpretación de una identidad o composición visual.

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	11	29,7%	7	23,3 %	3	13,6%
2	9	24,3%	6	20 %	4	18,2%
3	6	16,2%	5	16,7 %	8	36,4%
4	7	18,9%	6	20 %	5	22,7%
5	4	10,8 %	6	20 %	2	9,1%
	Total: 37 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

El presente resultado indica que, gran parte de los encuestados analizan indicadores de calidad, para su correcta aplicación en una identidad o composición visual. Es evidente que expresan la necesidad de evaluar parámetros de alto rendimiento, con el fin de que una composición identitaria, se encuentre dentro del contexto de una realidad de producto servicio. Otro grupo de encuestados, mencionan tener debilidades, al momento de analizar indicadores asertivos, para la correcta gestión marcaría.

ÍTEM 10. Es necesario desarrollar el sentido común de la comunicación, para la correcta interpretación y gestión de un contenido visual.

Escala de Likert	2 A1 Estudiantes	2A1 Porcentaje evaluado	2B1 Estudiantes	2B1 Porcentaje evaluado	2 C1 Estudiantes	2C1 Porcentaje evaluado
1	15	40,5%	13	43,3 %	10	45,5%
2	7	18,9%	7	23,3 %	1	4,5%
3	3	8,1%	0	0 %	4	18,2%
4	3	8,1%	3	10%	3	13,6%
5	9	24,3 %	7	23,3 %	4	18,2%
	Total: 37 estudiantes	Total: 100%	Total: 30 estudiantes	Total: 100%	Total: 22 estudiantes	Total: 100%

El último ítem, es valorado favorablemente por casi todos los estudiantes encuestados, en donde indican que, es imperante desarrollar el sentido común de la comunicación, para una coherente y correcta gestión de contenido visual. Esta valoración, es significativa, debido a que la interpretación visual, depende mucho del estudio lógico de la realidad, para establecer una comunicación viable.

Grupo de estudio 2

El siguiente grupo de estudio, pertenece al cuarto semestre de la Carrera de Diseño Gráfico –FACSO – Universidad de Guayaquil. Los resultados de las encuestas realizadas, reflejan un alto grado de conformidad que favorece a la investigación.

ÍTEM 1. Interpreta significados específicos de contenidos visuales, en corto tiempo

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	13	28,3%	0	0 %	7	43,8%
2	14	30,4%	8	53,3 %	2	12,5%
3	8	17,4%	4	26,7 %	5	31,3%
4	6	13 %	3	20 %	1	6,3%
5	5	10,9 %	0	0 %	1	6,3%
	Total: 46	Total:	Total: 15	Total:	Total: 16	Total: 100%

La mayoría de los encuestados, reflejan un alto grado de conformidad relacionada con la interpretación de contenidos visuales en corto tiempo. Este resultado hace énfasis en la forma y el cómo el educando traduce información a la que se expone, para luego materializarlo en diferentes escenarios de carácter gráfico y descriptivo.

ÍTEM 2. Fundamenta el uso de elementos visuales al momento de generar composiciones gráficas

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	18	39,1%	2	13,3 %	4	25%
2	13	28,3%	6	40 %	7	43,8%
3	4	8,7%	4	26,7 %	4	25%
4	6	13 %	1	6,7 %	0	0%
5	5	10,9 %	2	13,3%	1	6,3%
	Total: 46 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

La muestra evidencia un alto resultado positivo, en donde el educando afirma que fundamenta la funcionalidad y el uso de elementos visuales al momento de generar composiciones gráficas. Cabe destacar que, en este apartado, el educando antes, mientras y después de establecer una composición gráfica, desarrolla el sentido común en la interpretación de códigos gráficos, para su coherente emisión ante el espectador dirigido.

ÍTEM 3. Evalúa el comportamiento de la tipografía, color y forma, para la correcta gestión de una pieza gráfica

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	33	72%	4	26,7%	4	25%
2	2	4%	5	33,3 %	7	43,8%
3	1	2%	2	13,3 %	4	25%
4	1	2%	2	13,3 %	0	0%
5	9	20%	2	13,3%	1	6,3%
	Total: 46 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

En el presente apartado, los resultados evidencian que el estudiantado, evalúa la tipografía; y, cómo este se comporta con otros elementos como el color y el lenguaje simbólico, al momento de gestionar una pieza gráfica. Los datos son favorables y son enfáticos al exponer que, la muestra recurre a la hermenéutica de elementos visuales, para una coherente composición visual.

ÍTEM 4. Aplica con coherencia gráfica, técnicas de comunicación visual, para composiciones comunicacionales

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	17	37%	2	13,3%	8	50%
2	12	26,1%	6	40%	3	18,8%
3	8	17,4%	3	20%	4	25%
4	5	10,9%	2	13,3 %	0	0%
5	4	8,7 %	2	13,3%	1	6,3%
	Total: 46 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

El presente ítem expone que, el grupo de estudio reconoce herramientas de composición gráfica, como técnicas de comunicación visual, ya sea en contenidos sensoriales tangibles como no tangibles. Cabe mencionar que el estudiante antes de aplicar técnicas de comunicación visual, analiza el contexto, objetivos tanto actitudinales como perceptivos del target al que va dirigido.

ÍTEM 5. Interpreta el color, desde su correcta sinergia con otros elementos gráficos, para configurar mensajes visuales

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	18	40%	5	33,3%	7	43,8%
2	15	33,3%	4	26,7%	5	31,3%
3	1	2,2%	2	13,3%	2	12,5%
4	8	17,8%	2	13,3 %	0	0%
5	3	6,7 %	2	13,3%	2	12,5%
	Total: 45 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

El grupo de estudio interpreta el color para su adecuada sinergia con otros elementos gráficos, con el fin de configurar mensajes visuales que estén dentro del contexto de la realidad de un producto o servicio.

ÍTEM 6. Explora las necesidades de un producto o servicio, antes de definir una pieza gráfica.

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	20	44,4%	5	33,3%	7	43,8%
2	8	17,8%	3	20%	4	25%
3	6	13,3%	4	26,7%	3	18,8%
4	6	13,3%	1	6,7 %	0	0%
5	5	11,1 %	2	13,3%	2	12,5%
	Total: 45 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

El siguiente ítem establece que, el estudiante explora la situación actual de un producto o servicio, con el objetivo de establecer un replanteamiento visual, que esté dentro del contexto de las necesidades tanto del producto, como del consumidor.

ÍTEM 7. Ha diseñado propuestas de comunicación, relacionadas con diseño o rediseño de identidad visual

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	15	32,6%	0	0%	5	31,3%
2	13	28,3%	9	60%	8	50%
3	7	15,2%	2	13,3%	1	6,3%
4	6	13%	2	13,3%	0	0%
5	5	10,9 %	2	13,3%	2	12,5%
	Total: 46 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

La muestra de investigación indica que se tienen experiencia en diseñar propuestas de comunicación, relacionadas con el diseño o rediseño de identidad visual. El estudiantado seleccionado, expone que ha logrado interpretar una propuesta de idea y materializarla con fines funcionales.

ÍTEM 8. Diagnostica las debilidades y fortalezas de una identidad visual, antes de replantear una solución gráfica.

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	16	35,6%	2	13,3%	5	31,3%
2	11	24,4%	6	40%	5	31,3%
3	7	15,6%	5	33,3%	3	18,8%
4	8	17,8%	0	0%	2	12,5%
5	3	6,7 %	2	13,3%	1	6,3%
	Total: 45 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

Si bien es cierto, la mayoría de la muestra de estudio indica que, diagnostica debilidades y fortalezas de una identidad visual; sin embargo, es necesario destacar que mientras y después de la experimentación, han logrado evaluar un discurso gráfico ya establecido para un coherente replanteamiento.

ÍTEM 9. Establece parámetros de calidad gráfica, para la correcta gestión, e interpretación de una identidad o composición visual

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	14	30,4%	2	13,3%	6	37,5%
2	15	32,6%	7	46,7%	5	31,3%
3	6	13%	3	20%	3	18,8%
4	7	15,2%	1	6,7%	2	12,5%
5	4	8,7 %	2	13,3%	0	0%

	Total: 46 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%
--	----------------------------------	------------------------	----------------------------------	------------------------	----------------------------------	------------------------

El estudiantado, establece parámetros de calidad gráfica, antes, mientras y después de una correcta gestión e interpretación de una identidad o composición visual. El grupo de estudio, afirma que los parámetros de calidad gráfica, traducen la funcionalidad técnica de los elementos visuales en una composición visual.

ÍTEM 10. Es necesario desarrollar el sentido común de la comunicación, para la correcta interpretación y gestión de un contenido visual

Escalade Likert	4 A1 Estudiantes	4A1 Porcentaje evaluado	4B1 Estudiantes	4B1 Porcentaje evaluado	4C1 Estudiantes	4C1 Porcentaje evaluado
1	23	50%	7	46,7%	12	75%
2	10	21,7%	1	6,7%	1	6,3%
3	2	4,3%	3	20%	1	6,3%
4	5	10,9%	3	20%	0	0%
5	6	13 %	1	6,7%	2	12,5%
	Total: 46 estudiantes	Total: 100%	Total: 15 estudiantes	Total: 100%	Total: 16 estudiantes	Total: 100%

Los estudiantes encuestados mencionan que es importante que se desarrolle el sentido común de la comunicación, desde la interpretación de la realidad, con coherencia y delimitaciones que no comprometan el mensaje que se quiere transmitir.

5. Conclusiones

Es necesario que, desde las aulas de clases, se analice los cambios sociales y tecnológicos desde diversos ejes contextuales relacionados con la hermenéutica de la imagen, desde este enfoque, se podrá gestionar de forma estratégica la resolución de problemas visuales. Los estudiantes de Diseño Gráfico, deben exponerse a diversos grados de complejidad, relacionados con el análisis y exploración de campo dentro del medio comunicacional, de esta forma el educando comprenderá que, la razón de ser de la rama del Diseño Gráfico, es la evolución de la realidad y necesidad social.

Se recomienda que las asignaturas teóricas y prácticas del Diseño Gráfico, se engranen con la hermenéutica de la imagen, no sólo desde la teoría científica, sino también desde la experiencia vivencial con carácter proyectual y funcional, para desarrollar el sentido común de la comunicación. La ciencia de la Enseñanza del Diseño, debe enmarcarse en la coherencia realista, sin llegar a una ficción gráfica innecesaria. El engranaje entre tecnología y sentido lógico comunicacional es la mejor opción para analizar nuevos problemas de interpretación, si bien es cierto la tecnología avanza, pero la herramienta principal que debe responder a la sociedad, es la mente humana. 

Referencias

- Bech, J. (1995). Notas acerca de una hermenéutica de la imagen, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 1995, volumen 40, p.p 9-29.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz, Grupo Editorial Design.
- Fernández, C., & García, J. (2013). Lectura de la imagen: ¿semiótica o hermenéutica?, *Revista Imaginario Visual*, 2013, volumen 4, p.p 48-55.
- Gadamer, H. (1977). *Verdad y método*. Salamanca. Ediciones Sígueme. Jaramillo, V. (2020). *Hermenéutica simbólica*, *Revista Perseitas*, 2020, volumen 8, p.p 311-327.
- Martínez, J. F. (2018). *Fragmentos de totalidad. Elementos para una hermenéutica simbólica*. Trabajo de Maestría en Producción Artística. Facultad de Bellas Artes de Sant Carles. Universidad Politécnica de Valencia. España.
- Munari, B. (1996). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Peña, N. (2019). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica, *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 2019, volumen 30, p.p 100-114.
- Tornero, A. (2009). *Semiótica y hermenéutica*, *Revista Inventio*, 2009, p.p 71-78.
- Vilchis, L. (2016). *Diseño: universo de conocimiento*. Hermosillo, Editorial Qartuppi, S. de R.L. de C.V.
- Vilchis, L. (2016). *Semiosis hermenéutica de lenguajes gráficos no lineales*. Hermosillo, Qartuppi, S. de R.L. de C.V.

Sobre la autora/ About the author

Msc. John Arias Villamar, diseñador gráfico profesional, docente Investigador científico de Senescyt, docente de la Universidad de Guayaquil (Ecuador) desde el 2010, actualmente docente en la Carrera de Diseño Gráfico de FACSO-Universidad de Guayaquil. Ponente internacional en el Congreso de Enseñanza de Diseño en la Universidad de Palermo Buenos Aires Argentina desde el 2010 y vigente. Miembro honorario de la Escuela de Diseño en Universidad de Palermo de Buenos Aires Argentina. Publicaciones científicas realizadas sobre Enseñanza del Diseño desde el estudio de la marca país.