



**Nombre de alumno: Valeria Carolina
Torres Kanter**

**Nombre del profesor: Lic. Maria
Eugenia Pedrueza**

**Nombre del trabajo: Marco Teórico
Protocolo de Tesis**

Licenciatura: Diseño Gráfico

Materia: Seminario de Tesis

Grado: 8vo cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez, Chiapas, a 21 de Enero de 2021.

Propuesta de 5 temas.

1. La importancia de la colorimetría para una empresa
2. La influencia del Diseño Gráfico dentro de una empresa de moda
3. El impacto del Diseño Gráfico a través de las Redes Sociales en la vida diaria
4. La influencia del color en la vida cotidiana
5. La relación del Diseño Gráfico y la publicidad

Tema de elección:

**Importancia del Diseño Gráfico dentro de las Redes Sociales de Instituto
Moderno Comitán**

Marco Teórico.

Diseño Gráfico.

El Diseño Gráfico es una profesión que proyecta de manera gráfica un mensaje específico, mayormente de manera estética, basado en la creatividad. A pesar de que ciertas personas consideran al Diseño Gráfico arte, este se diferencia de él por su funcionalidad.

Diversos autores han buscado dar una definición más profunda a este campo, por ejemplo, ICOGRADA lo define como “Una actividad interdisciplinaria, solucionadora de problemas que combinan sensibilidad visual con habilidad y conocimiento en áreas de las comunicaciones, la tecnología y los negocios. Los profesionales del diseño gráfico se especializan en la estructuración y la organización de la información visual para ayudar a la comunicación y a la orientación”, así como posteriormente (2011), menciona que “El diseño de comunicación es una actividad intelectual, creativa, estratégica, técnica y de dirección. Involucra esencialmente la producción de soluciones visuales para problemas de comunicación”.

Podemos observar que este concepto constantemente se está redefiniendo, ya que el Diseño Gráfico evoluciona junto a la sociedad, los avances tecnológicos y sobretodo la manera en la que consumimos la información.

En pocas palabras, podemos decir que el Diseño Gráfico es una disciplina que a través de elementos visuales busca compartir un mensaje.

Publicidad

La Publicidad es una forma de comunicación, ya sea visual, escrita o auditiva, esta busca más que nada persuadir a un público de consumir un producto y/o servicio, seguir una idea política, religiosa, social, entre otros.

La Real Academia Española define a la Publicidad como “Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”, podemos decir que la publicidad es una manera en la que se busca influir en el comportamiento de un grupo de personas a través de diversos medios, teniendo como objetivo el resaltar los puntos fuertes del “producto” para generar un interés en el consumidor, F, López menciona que existen diversos tipos de publicidad, como la publicidad impresa, digital, por medio radiofónico, telemarketing, vallas publicitarias, entre otros. Por su parte I. Thompson la considera una de las herramientas más poderosas de hoy en día, ya que es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que informa y busca persuadir a un grupo objetivo para que estos sean consumidores.

Redes Sociales

Las Redes Sociales son estructuras, las cuales son llamadas plataformas, dentro del internet, estas están formadas por personas y/o organizaciones que buscan conectarse a través de ellas para interactuar con otras que conozcan o bien tengan intereses en común, todo esto en tiempo real.

Las Redes Sociales permiten crear y compartir contenido rápidamente con un gran alcance, podría decirse que este es global, generalmente estas cuentan con usuarios para que su interacción sea posible.

Existen diversos tipos de Redes Sociales, como:

- Social Networks: Centradas en conectar e intercambiar pensamientos entre los usuarios, por ejemplo, FaceBook y Twitter.
- Media Networks: Estas a diferencia de las anteriores, permiten al usuario compartir contenido en su mayoría audiovisual, como lo son fotos y videos, un ejemplo de estas son Instagram y TikTok.
- Discussion Networks: Son aquellos “foros” que permiten generar debates entre los usuarios, como lo es WordPress.
- Review Networks: Permiten realizar comentarios y calificar productos y servicios, un ejemplo seria TripAdvisor.

Además de que las Redes Sociales sirvan de manera social y como medio de entretenimiento, las empresas pueden utilizarlas como herramienta para su estrategia de Marketing, ya sea para dar a conocer a la empresa, sus productos, servicios, modo de operación, incluso acercarse a los consumidores para crear un canal de retroalimentación, así como para publicitarse y llegar a un mayor número de usuarios que se interesen en sus productos. A la empresa las Redes Sociales le permiten analizar el comportamiento de los consumidores, saber que les agrada, cuál es el alcance y efectividad de su campaña, al igual que la empresa puede ofrecer un servicio de atención al cliente por medio de ellas, es por eso que las Redes Sociales no solo son importantes para la interacción de los usuarios, sino también para el crecimiento de una empresa.

Referencias

- Arredondo, A. R., & de Philip, H. D. D. G. “*Nuevo siglo, nueva definición del diseño gráfico: del pensamiento de diseño a la práctica formativa de comunicación visual*”. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55853579/201510_-_Ponencia_CENIDIAP_-_Final-libre.pdf?1519147969=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DNuevo_siglo_nueva_definicion_del_diseño_o.pdf&Expires=1674351522&Signature=f-A8aR8X4T2Gh-mrdR8Y4BPeGQ6nFu7eukyoviWSZF963Hxv1zXm5V18kaQBhHqqiiJSh0PkbfEcFGAHYVS28JTK-Z7o0rvcQU~zIRYLZ40kYfSyucUPGCEgHxL21MjbpzQsza3tRXdxur29LQR-r7II~hcNwAc9lswqV5Jlda79Qa9vWBPYBRnTklZTN6V7Wg8KIYYkQu7waop4kZt59WVD-CfGgW29NiLD~zRti76i5woPUcti70gSEfpkCsF7P~D3lqADTgNAr9y~8-kaLk4wZ8548FCikp~eeXTltcJitwMpKvsKeM1rX0V2FqzfxL5V~QiouT6y8-UszqgoQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- ICOGRADA. (2011). “DEFINING THE PROFESSION” <https://www.icograda.org/about/about/articles836.html>
- Toulouse Lautrec Institute. (2022). “*Qué es Diseño Gráfico*”. <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-diseno-grafico>
- López, F. (2015). “*Publicidad*”. <https://economipedia.com/definiciones/publicidad.html>
- Real Academia Española. (s.f.). Publicidad. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/publicidad>
- Thompson, I. (2005). “*Definición de Publicidad*” <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Ellison, B. (2007). “*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*” <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- The Social Media Family. (2022). “*Redes Sociales: TODO lo que debes saber [2022]*” <https://thesocialmediafamily.com/redes-sociales/>
- Escobar, C. (2020). “*¿Qué tipos de redes sociales existen? (Y cómo aprovecharlas para tu negocio)*”. <https://sproutsocial.com/es/insights/tipos-de-redes-sociales/>
- Celaya, J. (2008). “*La Empresa en la WEB 2.0.*” Editorial Grupo Planeta, España.