



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN

**Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los  
avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**AUTORES:**

Ocmín García, Nataly (ORCID: 0000-0002-8959-3871)

Ramirez Herrera, Wilder (ORCID: 0000-0002-0669-1215)

**ASESOR:**

Mg. Matias Cristobal, Obed Isaias (ORCID: 0000-0001-6378-0719)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

### **Dedicatoria**

Dedicamos nuestro informe de investigación a nuestra familia, quienes nos han inculcado a ser perseverantes y por el apoyo constante para poder culminar nuestra etapa universitaria.

### **Agradecimiento**

Queremos agradecer en primer lugar a Dios por brindarnos salud en un año difícil por la Covid-19. Al mismo tiempo, también a nuestro asesor Obed Matías quién durante todo este año tuvo la paciencia y el empeño de sacar al grupo de tesis adelante, enfrentando todos los obstáculos de las competencias digitales para poder formar a las y los jóvenes.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de abreviaturas.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	6
III. METODOLOGÍA .....	17
<b>3.1 Tipo y diseño de investigación</b> .....	18
<b>3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística</b> .....	18
<b>3.3 Escenario de estudio</b> .....	19
<b>3.4 Participantes</b> .....	19
<b>3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	20
<b>3.6 Procedimientos</b> .....	21
<b>3.7 Rigor científico</b> .....	21
<b>3.8 Método de análisis de información</b> .....	22
<b>3.9 Aspectos éticos</b> .....	22
REFERENCIAS .....	38

## Índice de abreviaturas

Concytec: Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica.....	8
--	---

## Resumen

La comunicación gráfica ha tomado mucha relevancia en los últimos años y esto ha sido objeto de estudios dentro de la sociedad en sus diferentes aspectos. La crisis sanitaria de la covid-19 nos ha mostrado que comunicar de manera eficiente y rápida es de mucha importancia para la sociedad para así lograr un mensaje con efecto dentro de la población. El objetivo de la investigación fue analizar los procesos de la comunicación gráfica de un perfil de Instagram que tuvo como aporte a la sociedad en brindar resúmenes de los mensajes brindados por el presidente en ese entonces Martín Vizcarra. Es por ello que, la presente investigación se realizó con un enfoque cualitativo, de tipo básica, con un diseño hermenéutico, donde se utilizará la ficha de observación para evaluar cada post publicado en los meses de marzo y abril. De tal manera, el estudio llegó a la conclusión de que la comunicación gráfica es una de las herramientas fundamentales para la sociedad, esta puede esclarecer y dar informaciones inmediatas, necesarias dentro de una crisis; ya que la presenta con originalidad al mensaje, destacando la rapidez, lo atractivo para el receptor y comprensión ágil.

**Palabras clave:** Comunicación gráfica, Lenguaje visual, Creación de imágenes, Composición gráfica, Mensaje gráfico.

## **Abstract**

Graphic communication has become very important in recent years and this has been the object of studies within society in its different aspects. The health crisis of covid-19 has shown us that communicating efficiently and quickly is of great importance for society in order to achieve a message with effect within the population. The objective of the investigation was to analyze the processes of graphic communication of an Instagram profile that had as a contribution to society in providing summaries of the messages provided by the president at that time Martín Vizcarra. That is why this research was carried out with a qualitative approach, of a basic type, with a hermeneutical design, where the observation sheet will be used to evaluate each post published in the months of March and April. Thus, the study came to the conclusion that graphic communication is one of the fundamental tools for society, it can clarify and provide immediate information, necessary in a crisis; since it presents it with originality to the message, highlighting the speed, the attractiveness for the receiver and agile understanding.

**Keywords:** Graphic communication, Visual language, Image creation, Graphic composition, Graphic message.

# **I. INTRODUCCIÓN**



Al paso de los años la comunicación ha ido evolucionando en la forma de expresar un mensaje, dando a conocer así en la actualidad la comunicación gráfica; que brinda el motivo de análisis para diferentes áreas y disciplinas. En estos inicios con el problema mundial que es la pandemia del Covid-19, el Perú dio emergencia sanitaria con una cuarentena donde la población tuvo que enfrentar diversas formas de vivir. Es ahí donde comunicar de forma gráfica vino sumando importancia para el conocimiento que se venía dando en los meses de Marzo y Abril, fechas de mayor ajetreo nacional. Por ello, la comunicación gráfica se vuelve una estrategia atractiva dentro de una crisis social para que la información sea más dinámica, rápida y ágil hacia los usuarios teniendo un alcance mayor.

Lobo (2015), sostuvo que, “la comunicación gráfica es todo medio por el cual se transmite un mensaje de manera visual. Es un proceso de transmitir ideas o símbolos que adquieren el mismo significado, manejando códigos específicos que mantienen en común acuerdo para poder interrelacionarse entre sí a partir del uso del lenguaje visual que tiene como objetivo transmitir información, influir en otros, en actitudes, ideas y acciones considerando los elementos básicos que intervienen en el proceso de comunicación” (p. 47). De acuerdo con el autor, precisó que la comunicación gráfica es el medio por el cual la transmisión de un mensaje se vuelve más visual, jugando con la atracción y la fácil comprensión de las palabras. El uso de las nuevas ideas, actitudes que hacen fluir el momento de presentar una información teniendo en cuenta los elementos básicos de los procesos de la comunicación.

Moragón y Tarazona (2017), en su investigación de grado en Ingeniería del Diseño y Desarrollo de Productos, indicaron que el autor italiano Munari, analizó la comunicación gráfica como un medio donde se comparten diversas formas de comprender un mensaje, tanto en el ambiente sonoro, olfativo, visual, etc. (p. 9). Con el objetivo de demostrar el cómo se recibe una información, ya que el emisor y el receptor juegan papeles importantes en la sociedad para así continuar con las difusiones correctas o interpretaciones, enfocando filtros que Munari preciso: el carácter cultural, es donde el receptor solo permite que entre información que a él le ve conveniente comprender; el filtro operativo demues-

tra que, toda información no puede ser recepcionada por igual y el carácter sensorial que hace presente a una falla natural en la visión del receptor.

Asimismo, el proceso de comunicar por medio de la actividad online cada vez va en aumento, ya que la captación y manejo de muchas organizaciones, como del mismo estado, se involucran más a fondo de como promover con mayor rapidez la información, utilizando diversas herramientas que atraen al público y que cada usuario pueda opinar y/o compartir dichos mensajes, llegando así a una posible viralización. De tal manera, la comunicación en el medio social Instagram ha sido de suma importancia en la actualidad, aportando por los usuarios el seguimiento y difusión de los problemas sociales, proyectando la información con imágenes e ilustraciones como representación. Statista, difundió que el Perú está ubicado en el cuarto lugar de países latinoamericanos en permanecer activo en las redes sociales durante este confinamiento mundial sobre el coronavirus.

Vega y Puig (2012), mencionan que el componente visual obtiene funciones de llamar rápidamente la atención, incluyendo imágenes al producto, como también el color, forma, tamaño y aspectos a las letras. Por tal razón, la rápida comunicación por medio de gráficos, aporta conseguir explicaciones sencillas de entender, utilizando colores, formas, tamaños, dibujos y lo más importante el aspecto de las letras que mantendrán la claridad de la lectura para los cibernautas; siendo Instagram, la segunda red social más utilizada por los peruanos que su funcionalidad es más visual, compartiendo fotos y videos e involucrando a diseñadores, ilustradores, fotógrafos a promover sus contenidos propios para el conocimiento e incentivar sobre el tema de crisis hacia la población.

El interés que lleva la investigación está dividido por diversas justificaciones, empezando por los criterios sociales, teniendo como importancia el beneficio de adquirir nuestra forma de comunicar o entender algún mensaje, casos que ya se ven como los memes o stickers que son utilizados en una conversación en WhatsApp, que solo una imagen ya expresa lo que se quiere dar a conocer. Asimismo comunicar de forma gráfica, beneficia a que las personas no pierdan la importancia de estar informados en temas relevantes para la sociedad.

En la justificación teórica por la base comunicacional se encontró el modelo de Lasswell, ya que se investiga el proceso de cómo comunicar de forma gráfica para que el público obtenga una mejor comprensión del mensaje visual sobre lo que informa en ese entonces el presidente Martín Vizcarra, para que así cada uno se pueda cuidar y promover cambios de vida. Por eso, se contextualizo a McLuhan, con la Aldea Global, dando a comprender que todo lo que vemos es evolucionario, como en la época de la pandemia de la covid-19, el tener que estar metidos en casa y que solo la tecnología nos saca de los apuros, y el aprender a innovar de manera sostenible para sobrevivir. Igualmente la teoría semiótica, que representan tanto a la interpretación que cada usuario tiene al ver la información sobre la coyuntura de la covid-19 en los meses de marzo y abril que fue difundida de manera gráfica.

La teoría metodológica, está fundamentada en la investigación cualitativa de tipo básico descriptivo, donde se realizará la técnica de la observación de cada publicación en los meses de marzo y abril, para así recolectar información que nos de conocimiento del como fue el proceso de la línea de comunicación para brindar el mensaje de manera gráfica y el beneficio de esa estrategia por la red social Instagram que en el año 2020 ha sido de buen aporte en los problemas sociales como medio informativo.

El problema general fue el investigar ¿cómo son los procesos de la comunicación gráfica para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020? Siendo difundida de forma gráfica los resúmenes de mensajes que brindaba en ese entonces el presidente de la República Martín Vizcarra sobre los sucesos que se dieron en el Perú por la pandemia de la covid-19. Los problemas específicos fueron:

- **Problema específico 1:** ¿Qué procesos se utilizan en el lenguaje visual para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020?
- **Problema específico 2:** ¿Cómo son los procesos de las composiciones gráficas para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020?

- **Problema específico 3:** ¿Cómo son los procesos de la creación de imágenes para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020?
- **Problema específico 4:** ¿Qué procesos se utilizan en el mensaje gráfico para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020?

El objetivo general de la investigación consistió en analizar los procesos de la comunicación gráfica para dar a conocer los avances de la covid-19, difundidos en una cuenta de medio social, Lima 2020. Los objetivos específicos fueron:

- **Objetivo específico 1:** Interpretar los procesos del lenguaje visual para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020.
- **Objetivo específico 2:** Interpretar los procesos de las composiciones gráficas para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020.
- **Objetivo específico 3:** Interpretar los procesos de la creación de imágenes para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020.
- **Objetivo específico 4:** Describir los procesos de los mensajes gráficos para dar a conocer los avances de la covid-19 en un medio social, Lima 2020.

## **II. MARCO TEÓRICO**

Mora (2019), indicó como objetivo el descubrir y solucionar los problemas de la comunicación visual demandados por el mercado local y nacional. Fue un estudio aplicado y experimental, los instrumentos empleados fueron la ficha de observación, destacando las representaciones gráficas y su forma como sujeto de la vida cotidiana, para comprender los diálogos, informaciones y así llegar a un acuerdo o un mejor entendimiento. Concluyó señalando que es tarea del comunicador indagar, dedicarle tiempo al buen desarrollo de cualquier representación gráfica que permita la comprensión de lo que se quiere comunicar.

Leyton, Et. Al (2019), tiene como objetivo general reflexionar sobre el desarrollo de la comunicación gráfica y su relación con los cambios que experimentó la sociedad chilena entre los años 1970 y 1980, el tipo de investigación fue aplicada el instrumento utilizado fue las guías de observación de 100 afiches de los años 1970 y 1973 y por otro lado 100 avisos publicitarios de 1975 y 1980. El estudio concluyó identificando algunas claves que muestran las tensiones que experimentaron la sociedad chilena durante esa década y el rol de la comunicación en la promoción de dos modelos de desarrollo y modernización para el país. En este sentido, ambas manifestaciones se explican como parte de una época particular que las condiciona y de relato.

Aguirre. Et, Al (2019), tuvo como objetivo evaluar la comunicación visual en los servicios virtuales de información de las Universidades Autónomas de Venezuela. La investigación fue descriptiva de tipo documental, los instrumentos utilizados fueron las guías de observación el artículo llegó a la siguiente conclusión, las estrategias de comunicación visual de las páginas tienen que seducir al usuario y favorecer el contenido, rutas de navegación o acceso a las mismas, a diferencia del mal uso de las estrategias podría ocasionar cansancio y ruido y convirtiéndose estas estrategias en cómplice del desprecio a entidades culturales, como también una mala experiencia en el usuario o audiencia, por lo que se debe tener cuidado con el uso de las mismas.

Buenaño, Moncayo Tello (2018), el objetivo del presente artículo fue el desarrollar una reflexión teórico-conceptual acerca de la relevancia de la comunicación visual y la comunicación corporativa en la construcción de la imagen de

una institución o marca. Se tomaron abordajes metodológicos de alcance descriptivo y enfoque cualitativo. El artículo llegó a la siguiente conclusión dando a conocer que a partir del diseño y la comunicación visual no tiene que ver sólo con la habilidad y creatividad para desarrollar una imagen. Sino, debe prestar atención a los diferentes factores que entran en juego desde las percepciones de los stakeholders. Por tanto, se enfatiza en la relevancia de identificar cómo estos construyen significados; y a partir de estas representaciones icónicas buscan la manera de poner en diálogo sus formas de ver la realidad con los atributos, valores añadidos y ventajas competitivas de las instituciones.

Siendo importante mencionar que en la investigación se dará a conocer teorías existentes para potencializar la información, iniciando con el modelo de Lasswell que describe las estructuras y funcionamiento de la comunicación en la sociedad, conociendo en sí, fórmulas del uso de las palabras: ¿Quién?, ¿Dice qué?, ¿A través de qué canal?, ¿A quién? y ¿Con qué efecto?

The scientific study of the process of communication tends to concentrate upon one or another of these questions. Scholars who study the "who", the communicator, look into the factors that initiate and guide the act of communication. (Lasswell, 2007, p. 216)

El autor mencionó que, el estudio sobre los procesos de la comunicación, proviene con el inicio de las 5 preguntas comunes para narrar el suceso principal, teniendo los factores que guían el acto de comunicar. Es decir, se establecen los procesos del desarrollo en la manera de informar, correlacionando respuestas y formular diversas indagaciones para la sociedad. Según Echeverría (2016), el circuito de la comunicación de la fórmula Lasswell es como la definición del análisis del control, contenido, audiencias, medios y efectos; a pesar que el contexto y el feedback den otro sentido al esquema. Esto demuestra el enfoque que uno pueda interpretar de un mensaje, tiende a ser diferente para otro grupo humano. Difundir una información de forma gráfica, requiere una demostración ágil para la comprensión del mensaje, tanto en el consolidando del texto y colores en la publicación.

El sistema de comunicarnos ha tenido diversos cambios con el tiempo, hasta llegar al crecimiento de las estrategias visuales, incentivando a la creatividad y

originalidad; dando a conocer la comunicación de forma gráfica, sustentando el desarrollo de elementos como el lenguaje visual, colores, imágenes, composiciones, entre otros. Clasificando con un significado a la sociedad, como Eco (1997), dando a conocer la semiótica, pensando que el signo es algo que está en lugar de algo, y ese mismo tiene un significado construido por la sociedad. Un proyecto semiótico comprende tanto a la teoría de los códigos y los signos, considerando un grupo muy amplio de fenómenos, con el uso natural del lenguaje, diversas interacciones comunicativas, transformación de los códigos, uso de los signos para mencionar cosas, etc. Escobar (2014) indicó que, “la semiótica es una ciencia que estudia las distintas clases de signos, así como las reglas que gobiernan su generación, producción, transmisión, intercambio, recepción e interpretación” (p. 176). De acuerdo con el autor, la semiótica refleja el significado de los signos, fortaleciendo el mensaje para comunicar de manera gráfica, con bases y fundamentos para presentar la información.

El teórico Canadiense Marshall McLuhan en su estudio la información y la comunicación, destaca la influencia de los nuevos medios y las tecnologías en una sociedad moderna, al señalar que “La mayoría de las personas viven en una época anterior, pero uno debe vivir en su propio tiempo”; visionando así una era tecnológica, con un cambio repentino en la sociedad y donde las redes sociales han incursionado a ser parte de nuestra vida las 24 horas y los 7 días a la semana, de la noche a la mañana. Por tal razón, la teoría de la Aldea Global McLuhan y Power, mencionan que, “explicando las medidas que muestran los cambios en el mundo para así aceptar las diferencias y no poner barreras a la futura forma de vida” (1995, p. 15). Teniendo como conocimiento que la sociedad cada vez debe aprender a adecuarse en los nuevos formatos y estilos de vida, por necesidades mayores que uno mismo se da, tanto, así como el aprender e informarnos de manera rápida, sencilla y dinámica.

El caso fue que McLuhan señalaba que llegaría al estímulo de los medios tecnológicos para comunicarnos, en vista de tantas plataformas de comunicación: “En una cultura actual, con la tradición de controlar, puede ser un choque que nos recuerden que, operativa y prácticamente, el medio es el mensaje” (1996, p. 37). De acuerdo con el autor, la comunicación por medio online se volvió una cultura para la sociedad, ya que, si una persona no sabe utilizar el



internet, es porque no es de nuestro tiempo. Por eso, la transmisión de donde obtenemos el mensaje se convierte en una red de operatividad y controladora de información como las redes sociales.

La comunicación gráfica tiene una larga historia proveniente desde el año antes de que el ser humano conociera la existencia del lenguaje, resaltando al diseño como la manera de transmitir una información. López (2018), definió como una forma de enviar mensajes visuales a alguien, siendo estas imágenes, composiciones gráficas o una combinación de las mismas. Los elementos visuales son sencillos de comprender; generando soluciones creativas para los usuarios. Asimismo, la comunicación gráfica es una forma interactiva de cómo transferir un mensaje, sin mostrar el exceso de palabras y estructurando en un conjunto de imágenes, gráficos, barras; dependiendo de lo que se quiere informar, con una fácil comprensión e innovación para llamar la atención de los usuarios.

Morales (2011), describió que, la comunicación gráfica expresa ideas a través del lenguaje visual, dando respuestas estéticas de una información textual. Trabajando en procesos de creación de imágenes, diseño gráfico, etc., como en el campo de la creatividad. En otras palabras, protagoniza la manera más sencilla y ágil de comunicar, ya que se involucra el proceso de la comunicación en los gráficos con el acompañamiento de la creatividad en las imágenes al momento de difundir un mensaje. Según Ferrer y Gómez indicaron que, “todo proceso comunicativo se rige por un esquema convencional en el que el emisor hace llegar a un receptor un mensaje a través de un canal que tiene como objetivo final la respuesta del receptor” (2014, p. 37). De acuerdo a los autores, la representación de un mensaje se conforma de los elementos que componen en los procesos comunicativos, manteniendo en sí el conocimiento del lugar por donde se difundirá, jugando con el emisor y receptor.

Por otro lado, Cordero (2016), explicó que las prácticas sociales y culturales están en capacidad de propiciar el sentido de la identidad y pertenencia a los ciudadanos, dentro de ellas, el diseño en la comunicación gráfica se encarga de desglosar los contenidos que consumimos. Esto quiere decir que, la sociedad está identificada en toda clase de autenticidad de una convocatoria, difu-

sión o ilustración, que cumple con el rol de informar a un público para la comprensión de dichos mensajes. Camacho y Bautista (2012), indicaron que la comunicación gráfica permite la transmisión de información mediante gráficos, imágenes; exalta las posibilidades de escuchar y tocar la importancia del impacto visual de la imagen. Cabe mencionar que la comunicación gráfica es una forma de difundir algún mensaje por medio de gráficos, imágenes, entre otros. Señalando así, el valor y la sencillez de comprensión rápida para los usuarios.

Ryan y Conover definieron que, “la comunicación visual tiene su propio vocabulario, gramática, sintaxis, composición y significado. Además, posee una historia, literatura y ventaja únicas que preceden al lenguaje escrito” (2004, p. 6). Referenciando a los autores podemos decir que la comunicación visual tiene sus propios elementos en su desarrollo, teniendo en cuenta su propio léxico, disciplina, los ensamblajes de las composiciones gráficas y su significado. También indicaron que, “el verdadero poder de la comunicación visual es crear, es decir, estimular nuevos pensamientos y significados en la imaginación de los demás. Cómo las imágenes funcionan en el ojo de la mente para evocar nuevas percepciones de la realidad y para motivar nuevos actos” (2004, p. 32). Acotando sobre la comunicación visual deducimos que se basa en la creatividad, en el impulso de nuevas formas de emitir mensajes de manera más atractiva y fácil de descifrar motivando así a captar la atención del objetivo.

El lenguaje visual se desarrolla de manera interpretativa en todo lo que uno percibe a través de los ojos, estableciendo una comunicación entre las imágenes. Robalino, Gómez y López (2019), afirmaron que el lenguaje visual representa un sistema de comunicación, el cual se fundamenta en el uso de las imágenes, signos, gráficos, que tiene como objetivo principal transmitir un determinado mensaje. De acuerdo con los autores, el lenguaje visual ya se le conoce como el método de comunicar por medio audiovisual, ilustraciones, fotografías, llegando a repercutir en la sociedad, canalizando la atención eficiente de las personas.

[...] Visual languages have been used from ancient prehistory to the present and are used in almost all human endeavors. They cover the entire spectrum of human expression, from fine arts, such as the private language of an Abstract Expressionist, to communication Accurate technique using

rigorously defined notation, such as musical notation, mathematical notation, or street maps (Marriot y Meyer, 1998, p.10).

De lo expresado por los autores que el desarrollo del lenguaje visual que se utiliza desde la prehistoria y confirman la utilidad y la necesidad de este tipo de comunicación para la comprensión de mensajes de toda índole, el mismo modo en la actualidad donde el lenguaje visual tiene más protagonismo con las redes sociales. También definieron Vergara, Aguilar, Rivera y Barreto (2019), que las imágenes son para difundir mensajes conscientes, dado que la sociedad está evolucionando y siendo considerado la era donde todo es visual en el mundo, teniendo en cuenta los soportes gráficos aplicados a la publicidad. Señalando así que, el lenguaje visual es la táctica más ejemplar para la transmisión de una información hacia los usuarios, ya que la forma de comunicarse se vuelve más rápida y fácil para la comprensión.

Por otro lado, la composición gráfica, influye tanto en el equilibrio de la información, involucrando formas y elementos apropiados que a la vista cautiva al espectador. Zantoyi (2014), definió qué se entiende como el orden adecuado y armónico de los elementos en una imagen para comunicar y lograr un impacto visual con la mayor facilidad, síntesis, economía y efectividad posible. Podemos inferir que, se la composición gráfica se manifiesta en un orden y una distribución adecuada para la transmisión de un mensaje, haciendo más claro y ágil para el impacto visual a las personas. Según Sarmiento (2017), indicó la composición a través del dibujo, hace parte de un proceso de análisis y una herramienta de apoyo para las creaciones. Mostrando las diferentes posibilidades que tiene dentro de una presentación de diseño. De este modo, los dibujos intervienen en el desarrollo y siendo útil en el manifiesto de las creaciones de información gráficas, innovando las maneras de cómo presentar alguna publicación teniendo buenos conocimientos para los usuarios.

La comunicación gráfica también se fundamenta en la creación de imágenes, aportando en el uso de las nuevas tecnologías para un desarrollo estructurado. García (2016), definió la relación con lo creativo, promoviendo la originalidad, ya sea por la elaboración de ideas nuevas en forma de conceptos visuales o por la combinación de otros preexistentes y otros que existía antes. De igual forma, se le reconoce por la importancia de colaborar y el aporte de lo

creativo al momento de informar, evidenciando diseños novedosos que promuevan el impacto del mensaje, como también la identificación de la imagen o diseñador. Gomes (2019), explicó que la falta de preparación específica en la creación de imágenes que contengan en sí, una gran carga simbólica y metafórica. En otras palabras, la creación de imágenes conlleva a la imaginación de cómo consolidar una información atractiva para el usuario, manteniendo el efecto llamativo por un tiempo o la realización de cambio social.

El mensaje gráfico interactúa con diversos temas gráficos que contengan textos, imágenes u otros elementos, convirtiéndose en un propósito de apoyo global sobre la información. Según Costa (2014), indicó que son significados que se visualizan al mismo tiempo en sistemas semióticos y estéticas, este es capaz de retratar lo real a lo imaginario y todo lo que puede pensar su objetivo es reducir la complejidad, crear sistemas amigables. De acuerdo con el autor, la representación gráfica en los mensajes, demuestra una validez de rapidez en la comprensión para la difusión de diferentes noticias, creando así, una publicidad atrayente, estimulante; jugando así con las imágenes, colores, signos, entre otros.

Franco (2019), definió que el mensaje gráfico consiste en lograr un correcto orden de elementos para conseguir con éxito el mensaje, teniendo en cuenta que el ser humano no tiene las mismas percepciones. Cabe mencionar que, el mensaje gráfico conlleva en la claridad de lo que se quiere dar a transmitir, ya que no todas las personas entiendan de la misma manera; por eso, la combinación de todos los elementos a utilizar en algún diseño tiene que ser efectiva y demostrar el impacto que tiene hacia los usuarios.

La comunicación gráfica representa al lenguaje visual, dentro de ello se visibiliza el concepto de imagen, que lo definió Holzbecher (2019), como una entendida por cualquier persona, es decir, que también se puede entender transculturalmente. Lo que a primera vista parece aceptable, resulta ser algo carente de complejidad. Convirtiendo a la imagen en una manera rápida de identificación; como tal, el retrato es una pieza muy importante y de alto impacto, digerible, pintoresca, atractiva. Haciendo que las imágenes tengan el poder de convencer, más que un texto, simbolizando así otros objetos.

Beuchot (2013), identificó el signo como la comprensión a todo aquello que representa a otra cosa, es decir, lo que está en lugar de otra cosa. La cosa significada es el significado. Un signo representa a un mensaje que ayuda a dar alguna noticia, muchas veces ayudan a mejorar el contexto de una investigación o coyuntura, al igual que los gráficos, jugando un papel importante para la información.

Gonzales (2013), para la definición de gráficos explicó que ayuda a entender mejor una conclusión de diferentes métodos, buscando reforzar visualmente los datos y resultados destacados. La representación que forma esta para comunicar un resultado de todo un estudio o problema, abarcando posibles artes estadísticas, con la propiedad que desarrolla cada diseñador. Al mismo tiempo, define los gráficos estadísticos que son notorios con frecuencia en la prensa o en algún medio de comunicación, siendo necesario para la comprensión del receptor. De acuerdo con el autor, los gráficos refuerzan la comprensión de un texto, obteniendo una interacción más concurrente con el usuario, enfocando todos los elementos para llevar a cabo una comunicación gráfica, con agilidad y sencillez.

La atracción de una representación gráfica tiene que ser impactante para la atención de los usuarios, visibilizando el contenido. Según Ramírez (2014), el impacto visual cumple con informar, persuadir y entretener a un público objetivo, el aspecto agradable es muy importante, buscando mejorar las funciones visuales en los mensajes de la comunicación gráfica. Para que un mensaje sea efectivo, tiene que ser bien elaborado, aportando con el poder visual y saber reconocer los elementos y las bases en la comunicación gráfica, con el objetivo de informar, debatir, decidir, entretener al receptor.

Como dijo Barinotto (2017), comparado con lo que decían los antiguos filósofos, el impacto visual era llamado el arte de convencer, porque seducían al receptor mediante la persuasión para la adquisición de algo. La persuasión tiene que tener un conocimiento innato como lo decían los estudiosos, para ello, aparece la efectividad clara al momento de diseñar los mensajes, produciendo la visibilización de resultados. Rojas, Jaimes y Valencia (2017), definieron que es un vocablo que se pretende obtener muy frecuente en la comunicación gráfi-

ca. La efectividad es un término que busca resultados en cualquier ámbito de la vida, teniendo como un gran ejemplo para la gráfica como medio de comunicar con claridad y sencillez los mensajes, haciendo que los diseñadores tengan aceptación por su originalidad y equilibrio en las ilustraciones.

Del mismo modo, la creatividad es un factor importante para este tipo de lenguaje; Ramírez, Llamas y López (2017), mencionaron que es una de las capacidades más complejas del ser humano, siendo estudiada desde hace décadas, con el objetivo de ampliar el conocimiento y conocer qué factores propician o perjudican esta capacidad. Podemos decir que la creatividad es el saber difundir un mensaje para todo el público y con autenticidad. Por ello, Castro y Chacón (2018), refuerzan el concepto como una capacidad de la necesidad para informar, siendo intuitiva, crítica y con decisiones. Cada uno de estos aspectos tiene sus criterios que se deben tomar en cuenta en la creatividad.

La sociedad está en búsqueda de cosas innovadoras, todo esto no sería posible sin la implementación de ideas nuevas que se van dando por los constantes cambios. Huerta (2013), explicó que las ideas nuevas son la reflexión crítica sobre las creaciones propias de materiales visuales para el beneficio de algo o de alguien, las ideas muchas veces contribuyen en el desarrollo de la sociedad. Las ideas nuevas surgen para refrescar lo común y lo vemos reflejado todos los días desde las pequeñas cosas hasta en los grandes descubrimientos. De Bono (2000), manifestó que las ideas están en constante transformaciones, tanto como consecuencia de la oposición o por la oposición de nuevas informaciones con ideas viejas. Este efecto de transformación y de cambio, ha hecho efecto en los aportes como apoyo en contra de alguna crisis o a favor, cada uno informando y creando ideas directas con los gráficos hacia la sociedad.

El sistema semiótico y el sistema amigable promocionan los colores, formas, texturas demostrando un mensaje interactivo. Gonzáles, Noriega y Pérez (2018), analizaron la semiótica como las representaciones externas que lo denomina representaciones semióticas, son aquellas elaboradas con propósito de comunicación, como mapas y dibujos, o también las notaciones simbólicas de uso en las ciencias. La semiótica ha sido objeto de estudio en el trabajo de los gráficos, imágenes, dando sentido a una información, siendo así, el juego de

llegar a un mensaje visual dentro de una construcción de símbolos. De tal manera, la semiótica de la interfaz no solo podría mejorar nuestra comprensión de los medios, sino también de las interacciones con cualquier tecnología (Scolari, 2015). Demostrando que los mensajes gráficos tienen que ser sistemas amigables, una conexión que el usuario pueda sentir al ver la información y querer compartirla, asimismo, posicionando el comunicado.

Por eso González (2011), sustentó que, un sistema amigable de comunicación es la asertividad, persuasión y seguridad con la que se comunica, el éxito de la comunicación no depende de cuánto se sabe del tema sino como lo transmite de cualquier forma. Consagrando a todo un protocolo para que sea efectivo tanto en la sociedad como en el público objetivo que se nos desea llegar, la comunicación visual es un conglomerado de sistemas que nos van a dar resultados comunicativos más detallados siendo así muy amigable para una sociedad como la nuestra que la comunicación es más gráfica.

### **III. METOGOLOGÍA**



### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

El tipo de investigación que sustentará el presente es básica, por ser un estudio que se asocian con los hallazgos de nuevos conocimientos según Concytec (2018) “Es investigación básica dado que esta se define como la producción de conocimiento y teorías con base en la observación de procesos, fenómeno y relaciones”, pudiendo inferir que nos permitirá encontrar nuevos conceptos a través de la observación del fenómeno que se está evaluando y las teorías enmarcadas en la investigación.

El diseño de investigación será hermenéutica, que según Grondin, “se aplica en la interpretación (explicar) los textos, se recurre a esta práctica cuando las informaciones a textuales no gozan con claridad, es importante el uso de la hermenéutica ya que estudia la interpretación de la información” (2014, p.11). Tratando así, la descripción de un hecho para la mejor interpretación de informaciones técnicas, desarrollando una investigación original y clara. Podemos inferir que la investigación, ayudará a comprender el fenómeno, confirmando o refutando los conceptos previos que describiría los procesos de la comunicación gráfica, como también, fundamentar nuevos conocimientos por la elaboración de las fichas de observación que serán evaluadas los post publicadas sobre la coyuntura del covid-19 en los meses de marzo y abril en Perú.

### **3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística**

#### **3.2.1 Categorías**

- Lenguaje visual
- Composición gráfica
- Creación de imágenes
- Mensaje gráfico

#### **3.2.2 Subcategorías**

- Imagen
- Signos
- Gráficos
- Impacto visual
- Efectividad
- Creatividad
- Ideas nuevas

- Semiótica
- Sistema amigable

### **3.2.3 Matriz de categorización**

*Anexo 3*

### **3.3 Escenario de estudio**

Se considera escenario de estudio el lugar donde obtendremos los datos y/o información. Asimismo, se considerará un buen escenario y todas las condiciones que los investigadores necesitan. Esta situación será analizada en un perfil de Instagram, propiedad de una ilustradora con nombre de usuario del momento @meduclau. A inicios, su difusión por ese medio fue publicaciones de dibujos, diseño de manifiestos sociales, entre otros. Tanto así que, en la crisis de la covid-19, ayuda de manera gráfica a comprender las conclusiones que deja los mensajes diarios que brindaba el entonces presidente de la republica Martín Vizcarra. La cuenta contiene un porcentaje accesible de seguidores y los resúmenes gráficos son difundidos el mismo día que el Mandatario lo comunica.

### **3.4 Participantes**

En los objetivos trazados se demuestra que los participantes primarios serán las publicaciones en el feed del perfil de Instagram @meduclau, donde nos ayudará a recolectar información necesaria para la investigación, debido a la precisión que se dará en la evaluación en la ficha de observación, que fueron validadas por expertos de manera ética y objetiva. Chárriez explica que, la determinación de los sujetos que participarán en el estudio debe considerar los objetivos de la investigación, destacando cuáles serán los criterios de inclusión y exclusión de tal manera que la selección esté comandada por un juicio científico más allá de las vulnerabilidades o el estigma social (2012, p.18). De lo explicado por el autor, la elección de participantes en una investigación ne que tener mucho criterio para la selección y exclusión, por ello que la selección de las publicaciones en el feed de marzo y abril sobre la coyuntura de la covid-19, ya que es un punto clave para que a través de la observación se

anule cuáles han sido los procesos que se han trabajado dentro de la comunicación gráfica en el perfil, tanto así que se podrá observar otros aspectos que nos ayudará a afianzar más las conclusiones.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Crear la técnica y aplicar el instrumento para la recolección de datos es esencial para toda investigación, su aplicación permitirá verificar el problema y responderá a posibles otras necesidades. Hernández, Fernández y Baptistas, explicaran que, “en el estudio cualitativo se busca obtener datos, con la finalidad de analizar y comprender, con el objetivo de convertirse en información, resolviendo las preguntas del proyecto” (2014, p. 397). Consideran un proceso que llegará a evaluar la información para el desarrollo de nuevos conocimientos y ser utilizado en un futuro en la comunicación y/o publicidad.

La investigación estuvo conducida por la técnica de la observación para obtener información con mayor certeza ya que se analizarán cada uno de los posts que comunican de forma gráfica los avances del covid-19 en los meses de marzo y abril en el escenario de estudio, para la recolección de datos que nos llevará a las conclusiones. Para Paciente (2009), explicó que, las fichas de observación son el registro de características de lo observado (p. 2). Asimismo, la técnica de la observación tiene como instrumento la guía de observación que será parte de nuestro instrumento para recolectar los datos que nos van ayudar a llegar a las conclusiones.

La guía de observación es el instrumento de estudio que se acerca a dar respuesta a nuestros objetivos. Para ello, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), explican que la observación no es mera contemplación [...]; implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones. (p.432). De lo explicado por los autores podemos inferir que la observación tiene un papel mucho más responsable para ver algo, esta técnica nos va a permitir buscar los pequeños detalles en la mejor versión

del estudio, se necesita mucha responsabilidad y adentrarse para poder lograr la observación de los hechos de manera asertiva.

### **3.6 Procedimientos**

Los procedimientos a seguir en esta investigación serán por la categoría independiente o comunicación gráfica, como tema central en la contribución de la crisis del covid-19 en el país. Amiel, lo definió como, “la variable de la causa por ser el motivo o explicación de un fenómeno, a la vez, pudiendo ser manipulada” (2007, p. 171). En términos generales, se referirá a la construcción de los roles que promueven en la sociedad para el mejor entendimiento de información, recordando su concepto, como una forma de enviar un mensaje con elementos visuales sencillos, demostrando la agilidad de comprensión. Por esa razón, cada definición encontrada en artículos, libros, proyectos de investigación ayudaron a encontrar las caracterizaciones como: el lenguaje visual, composición gráfica y creación de imágenes, definiéndolos también para encontrar las subcategorías y así darle criterio al estudio.

### **3.7 Rigor científico**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), definieron el rigor científico como la indagación cualitativa de calidad que cumpla con el rigor de la metodología de la investigación, formulando series de criterios que establecieron paralelamente con la confiabilidad, validez y objetividad cuantitativa. De acuerdo con los autores, el rigor científico es utilizado para la validez o confiabilidad de una investigación, ya sea cualitativa o cuantitativa, ya que los dos enfoques cumplen con criterios de argumentar la utilización de dichas evaluaciones, empleando así en este proyecto:

- Dependencia: Según Hernández, Fernández y Baptista, “La dependencia involucra los intentos de los analistas por capturar las condiciones cambiantes de sus observaciones y del diseño de investigación” (2014, p. 453). Señalando así, la perspectiva de las teorías y el diseño ejecuta-

do, fomentando con claridad la técnica de la observación para la recolección de datos.

- **Credibilidad:** También llamada máxima validez, teniendo como muestra la capacidad para comunicar el lenguaje, pensamientos, emociones y puntos de vista en la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). De acuerdo con los autores, es la comprensión de la forma de comunicar, tanto así la utilidad del producto para el desarrollo de la investigación. La *v* de eiker será la fórmula de validez que sería utilizada en el proyecto, obteniendo el porcentaje mayor de 0,7 de los asesores para efectuar la guía de observación.
- **Fundamentación:** “La amplitud con que la investigación posee bases teóricas y filosóficas sólidas y provee de un marco referencial que informa el estudio” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 549). En coincidencia con los autores, en efecto la presente investigación tiene una base teórica y un marco conceptual clasificado correctamente para dar respuesta a nuestros objetivos.
- **Autenticidad:** “Que tanto los participantes como el investigador se expresen tal y como son y las descripciones sean equilibradas y justas” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 549). De lo explicado por los autores el estudio está fundamentado en fuentes bibliográficas que avalan la autenticidad en el ámbito temático, pero donde se llevará a cabo la técnica de la observación para el análisis los objetivos.

### **3.8 Método de análisis de información**

El informe de investigación se llevará a cabo por la realización de fichas de observación que será utilizada para la recolección de datos sobre el análisis de los posts publicados sobre la coyuntura de la covid-19 en los meses de marzo y abril en el perfil de Instagram del momento @meduclau.

### **3.9 Aspectos éticos**

La presente investigación tendrá como ética profesional los principios de la moral y lo social, desarrollando en ellas, las normas y conductas que llegarán a

conducir a los investigadores para una buena ejecución del problema y objetivos que se requiere concluir con nuevas ideas.

El plagio es un delito en el Perú que según la ley N°28289 donde se castiga con pena privativa de la libertad no menor de 4 años y no mayor de 8 años por ende el desarrollo de este estudio considera la importancia de autenticidad y se estará siguiendo rigurosamente todos los protocolos de la elaboración del proyecto. Según Sádaba, “bioética se descompone en bios (vida) y ética (moral). Y en su composición terminológica lo que se nos ofrece es la conjunción de vida y reflexión moral” (2018, p.33). La investigación está regida a aspectos protocolares es por ende que la ética moral prima dentro del estudio siendo conscientes del trabajo original y aporte a la investigación científica.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En la investigación se interpretaron 20 fichas de observación para dar a conocer los hallazgos requeridos de acuerdo con el objetivo general que es analizar los procesos de la comunicación gráfica sobre la coyuntura de la covid-19 en un medio social, Lima 2020. Lo encontrado en la investigación sobre los procesos de la comunicación gráfica en los meses de marzo y abril, muestran un buen desempeño y desarrollo adecuado para los usuarios que siguen el perfil de la red social Instagram @meduclau, compartiendo en sí la información sencilla y rápida para la comprensión. El uso de técnicas y composiciones gráficas, dando sentido a lo que se quiere comunicar. Los elementos visuales que son utilizados en cuanto a su forma, colores, tipográficas, etc.; mantienen así una autenticidad y creatividad única, sabiendo sintetizar los mensajes brindados por el presidente del momento Martín Vizcarra. Asimismo, se resalta la efectividad de la información brindada, manteniendo una equidad para la satisfacción de la comprensión. En las publicaciones se observa una línea de diseño gráfico contextual dinámico para así mantener el impacto visual efectivo al público.

El objetivo específico uno, tiene como propósito interpretar los procesos del lenguaje visual que se tuvo como hallazgos lo atractivo que es al momento de informar con imágenes, gráficos y/o signos que acompañan un texto. En dicha publicación se aprecia un sistema comunicativo ordenado, preciso y conciso para los usuarios, la forma efectiva de como resume la coyuntura de la covid-19, hace que sea un método amigable donde uno con continuidad elija seguir informándose, por ser una un medio de fácil y rápida comprensión sin tener que analizar a profundidad, y esto se ve reflejado en los likes y comentarios. Cabe resaltar también que la creatividad hace alarde a la diseñadora, ya que se ve la gran estrategia de poder brindar este apoyo a la sociedad para que no pierdan de lo duro que fue esos primeros meses la pandemia en el Perú.

En el objetivo específico dos, se tuvo como intención conocer los procesos de la composición gráficas, teniendo como resultados que el sistema de comunicación que son utilizados en estos post proyecta un lineamiento visual que cuenta con imágenes, gráficos, signos que fortalecen la comprensión del mensaje. Del mismo modo, se destaca la organización sistemática con la que es trabajada las imágenes, gráficos, teniendo acorde con el texto para resaltar



la información y ser atractivo desde el momento; asimismo, la ayuda de los signos es reflejado en dar más visibilidad a un contenido. Es por ello que todos los post, tienen un mismo lineamiento de diseño para así reconocer la originalidad de la diseñadora, la efectividad noticiosa para el público, y a la vez, convirtiéndose en un impacto visual de ese momento por el desempeño de informar el trágico momento que se pasaba durante los inicios de la covid-19 en el Perú.

Mientras que en el tercer objetivo específico, los procesos de la creación de imágenes en un medio social. Se tuvo como resultados, que el feed del perfil de Instagram en los meses de marzo y abril sobre la coyuntura del covid-19, nos brinda el conocimiento de la creatividad, como también la utilidad de promover unas ideas nuevas de informar a la población frente a la crisis que se vivió en ese entonces, haciendo que los usuarios quieran seguir informándose. Asimismo, los post llevando un estilo propio de creaciones, y eso se ve en las imágenes, tipografía, los colores pasteles que reflejan una tranquilidad al público para que se pueda informar bien. De tal manera, este modelo de comunicación por medio de gráficos a la población, es un incentivo social importante para el desarrollo de instrucciones para la comprensión rápida y captación del mensaje. Es por ello, que en esa etapa, muchos buscaban el trabajo social de como difundir las cosas importantes que sucedía en el Perú sobre la coyuntura del covid-19 y fue así como llego la creatividad de la comunicación gráfica.

Con respecto al objetivo cuatro, que tiene como designio describir los procesos del mensaje gráfico en un medio social, se destacó en los hallazgos que el planteamiento visual es muy interesante cuando se trabaja de promover información en tiempos de crisis, que la utilidad de los gráficos son más amigables frente a una población que lo único que no quiere más es estresarse con medios que solo le muestra miedo. La información que brindaba en ese entonces el presidente de la republica Martín Vizcarra sobre la coyuntura de la covid-19 fue convertido en mensaje grafico para que así se pueda identificar rápidamente sin necesidad de hacer un análisis exhausto, teniendo claridad directa gracias a un buen trabajo individual, con interpretaciones del público que realmente son compartidos y que conlleva a la proyección, de que los

usuarios sean cuidadosos con lo que se estaba viviendo, ya que nada es mejor para uno el tener una información brindada por alguien del mismo entorno. Tanto así que, el reflejo grafico es efectivo para el apoyo a toda comunicación que se quiere brindar, para una rápida comprensión, teniendo un proceso que radica en la calidad, sencillez y el buen uso los iconos para graficar mejor el mensaje.

Por otro lado, en la presente investigación se tuvo como propósito analizar los procesos de la comunicación gráfica sobre la coyuntura de la covid-19, teniendo como instrumento la guía de observación donde se analizó el ámbito temático en conjunto de categorías y subcategorías; revisando trabajos previos y teorías relacionadas al objeto de estudio. Para ello se procede a la discusión:

Lo encontrado en la investigación sobre los procesos de la comunicación gráfica, muestran un buen desempeño y desarrollo adecuado para los usuarios que siguen el perfil de la red social Instagram @meduclau, compartiendo en sí la información sencilla y rápida para la comprensión. El uso de técnicas y composiciones gráficos, dan sentido a lo que se quiere comunicar. Los elementos visuales que son utilizados en cuanto a su forma, colores, tipográficas, etc.; mantienen así una autenticidad y creatividad única, sabiendo sintetizar los mensajes brindados por el presidente del momento Martín Vizcarra. Asimismo, se resalta la efectividad de la información brindada, manteniendo una equidad para la satisfacción de la comprensión. En los posts se observa una línea de diseño gráfico contextual dinámico para así mantener el impacto visual efectivo al público. Para esto Aguirre. Et, Al (2019) las estrategias de comunicación visual de las páginas tienen que seducir al usuario y favorecer el contenido, rutas de navegación o acceso a las mismas, a diferencia del mal uso de las estrategias podría ocasionar cansancio y ruido y convirtiéndose estas estrategias en cómplice del desprecio a entidades culturales, como también una mala experiencia en el usuario o audiencia, por lo que se debe tener cuidado con el uso de las mismas. Con esta síntesis de los autores mencionados podemos finiquitar y coincidir que la comunicación gráfica es un trabajo para dar respuestas rápidas de hacia el lector, teniendo en cuenta un marco de información adecuada y profesional, para ello es de mucha importancia analizar la teoría del modelo Laswell (2007) donde destaca la formula comunicacional: ¿Quién?,

¿Dice qué?, ¿A través de qué canal?, ¿A quién? y ¿Con qué efecto? Es importante que la comunicación tenga la guía del modelo Laswell estas preguntas son la parte fundamental para darle efectividad a una buena comunicación gráfica como lo constata Aguirre. Et, Al (2019) haciendo uso de los mejores recursos que amerite un comunicación gráfica profesional y efectiva.

En los resultados del objetivo específico uno, se encontró que el lenguaje visual tiene un marco creativo, interactivo donde se muestra un sistema comunicativo que simplifica el mensaje lo más sencillo posible, dando a entender que la diseñadora ha hecho un trabajo grafico efectivo, obteniendo una información rápida y precisa, para ello constatamos con el trabajo de Mora (2019) donde tuvo como objetivo descubrir y solucionar problemas de comunicación visual y que en su conclusión nos dice que es tarea del comunicador indagar, dedicarle tiempo a un buen desarrollo de cualquier representación gráfica, que permita la comprensión de lo que se quiere comunicar; es así que, Mora nos ayuda a esclarecer los hallazgos encontrados que dan respuesta al objetivo específico uno donde nos muestra un lenguaje visual entendible que destaca la creatividad del buen desarrollo la comunicación para llegar al público teniendo en cuenta la magnitud de información del COVID-19, es de mucha importancia analizara al padre de la comunicación para dar afectividad a buen menaje, con esto se puede decir que se ha hecho un buen uso de la teoría de la comunicación de Laswell donde como premisa principal propone 5 preguntas principales ¿Quién?, ¿Dice qué?, ¿A través de qué canal?, ¿A quién? y ¿Con qué efecto? Del mismo modo Echevarría (2016) refuerza la formula Laswell la definición del análisis del control, contenido, audiencias, medios y efectos; a pesar que el contexto y el feedback de otro sentido al esquema. para el buen desarrollo comunicativo dentro de la sociedad, en síntesis, el buen manejo del lenguaje visual en los posts de @meduclau es constatado con el trabajo previo de Mora 2019 y avalado por el teórico de Haroll Lasweel en su estudio de la comunicación.

En hallazgos encontrados en el objetivo específico dos, que tiene como intención conocer los procesos de las composiciones graficas se puedo encontrar un sistema de comunicación muy fácil de entender por sus composición visual que cuenta con imágenes, gráficos, signos que fortalecen la

comunicación visual, del mismo modo se destaca la organización sistemática con la que es trabajada la imágenes van de acorde con el texto para resaltar el mensaje y ser identificado rápidamente, así mismo los signos ayudan a reflejar e identificara los menajes menos visibles y con esto se cumple con una compasión grafica clara y concisa, para ello constatamos con el trabajo de Aguirre. Et, Al (2019) que tuvo como objetivo evaluar la comunicación visual donde concluyó que las estrategias de comunicación tienen que seducir al público y favorecer al contenido, mostrando rutas de navegación y acceso las mismas, de lo contrario el mal uso de las estrategias podría ocasionar cansancio y ruido convirtiéndose en el deprecio del público. Es una síntesis muy importante dado por los autores, en cuanto a la investigación en cuestión si bien es cierto la información era muy abundante sobre los mensajes de presidente de ese entonces Martin Vizcarra la ilustradora ha sabido aplicar las estrategias para informar de manera sintetizada con una composición grafica ordenada utilizando elementos que llamaban rápidamente la atención del público, logrando una efectividad muy positiva ya que se pudo ver reflejado en un rebote en las redes de presidencia de la república, del mimo modo hacemos hincapié en el teórico Humberto Ecco (1997) donde en su teoría explica que la semiótica como los signos que construyen un algo en remplazo u acompañante de algo considerando parte fundamental dentro lenguaje uso natural del lenguaje, es de mucha importancia analizar la teoría semiótica de códigos y signos porque nos hace entender la composición grafica de @meduclau donde hace aplica diferentes iconos que en términos semióticos ayudan simplificar los mensajes de manera visual y se puede constatar dentro de organización grafica de los trabajos realizados.

Con respecto al tercer objetivo que da respuesta a la creación de imágenes, se pudo encontrar que, nos brinda de conocimientos sobre la creatividad, como también la utilidad de promover las ideas nuevas en contextos de investigación, información, mensaje, etc. De tal manera, este modelo de informar a la población sobre temas importantes que desarrolla un incentivo social para la comprensión rápida y captación del mensaje. La creatividad y las ideas nuevas son una dupla atractiva para la representación de un algo hacia a alguien. Ante esto Leyton,Et.Al (2019) tuvo como objetivo general reflexionar sobre el

desarrollo de la comunicación gráfica y su relación con los cambios que experimentó la sociedad chilena entre los años 1970 y 1980 concluyó que concluyó se identifican algunas claves que muestran las tensiones que experimentó la sociedad chilena durante esa década y el rol de la comunicación en la promoción de dos modelos de desarrollo y modernización para el país. En este sentido, ambas manifestaciones se explican como parte de una época particular que las condiciona y de relato. Ante ello constatamos la teoría de la Aldea Global McLuhan y Power, mencionan que, “explicando las medidas que muestran los cambios en el mundo para así aceptar las diferencias y no poner barreras a la futura forma de vida” (1995, p. 15) este visionario de la era tecnológica que vivimos nos plantea las nuevas formas de vida y las nuevas formas de comunicarnos de la actualidad, donde gracias a la tecnología las comunicaciones gráficas han ido tomando mucha importancia ya que podemos observar que la comunicación tecnológica es netamente comunicación visual.

En las pesquisas del objetivo específico cuatro que dan respuesta a los procesos del mensaje gráfico, se pudo hallar que los mensajes gráficos planteado visualmente es muy interesante enmarcando con colores la información textual que contiene mensajes explícitos concisos sobre la coyuntura de la covid-19, el mensaje gráfico se puede identificar rápidamente sin necesidad de hacer un análisis exhaustivo, está totalmente claro directo gracias a un buen trabajo organizacional en cuanto a creación de imágenes, composición gráfica donde con el apoyo de herramientas visuales esclarecen el mensaje gráfico, para ello debemos constatar la investigación de Buenaño, Moncayo Tello (2018) quien tuvo como objetivo desarrollar una reflexión teórico-conceptual acerca de la relevancia de la comunicación visual y tuvo como conclusión final que la comunicación visual no tiene que ver sólo con la habilidad y creatividad para desarrollar una imagen. Debe prestar atención a los diferentes factores que entran en juego desde las percepciones de los stakeholders. Con esta explicación que nos dan los autores y con el hallazgo recolectado podemos comprobar que el mensaje que no basta un trabajo decorado en cuanto a impacto visual sino que se tiene que cumplir con el requisito principal que es el transmitir un mensaje de manera clara sencilla

concisa y esto ha logrado @meduclau ya que ha sabido simplificar la información para que el mensaje llegue claro y preciso, para ello también tomamos en cuenta al teórico Harold Laswell (2016) en su estudio tiene como indicio principal propone 5 preguntas principales ¿Quién?, ¿Dice qué?, ¿A través de qué canal?, ¿A quién? y ¿Con qué efecto? Estas son premisas con la que se construye un mensaje y comunicar de manera correcta. Ya comparando el trabajo previo y el antecedente inferimos que los grafico han sido trabajados de manera adecuada para ser identificados rápidamente con la utilización estrategias para que este sea de fácil entendimiento y comprensión.

## **V. CONCLUSIÓN**

Se concluyó que la comunicación gráfica es una de las herramientas fundamentales para la comunicación social, esta puede esclarecer y dar informaciones inmediatas, necesarias y contextualizadas dentro de un marco fenomenológico y tendencioso. El desarrollo de los procesos comunicacionales del perfil de Instagram @meduclau, ha perfeccionado una comunicación visual muy importante en medio de la crisis sanitaria contribuyendo al desarrollo informativo para los usuarios de Instagram y la población en general con un planteamiento sobrio, original y auténtico; en ella se destaca la rapidez, eficacia y la consistencia de resumir el contenido extenso de los mensajes presidenciales del entonces Martín Vizcarra y plasmarlo en una composición visual e informar de manera responsable y dinámica.

- Se interpretó que el lenguaje visual es la expresión más atractiva para cautivar la atención de un público, dentro del desarrollo de los procesos comunicativos del perfil de Instagram @meduclau, presentando una serie de métodos de contextos: como imágenes, iconos, gráficos, signos que ayudan al buen desempeño de una comunicación transparente, honesta y para el entendimiento del mensaje que se quiere llegar a precisar, cabe resaltar que el lenguaje visual que presenta el objeto de estudio muestra una visibilidad muy llamativa por la sobriedad y rusticidad en la contextualización de contenido expuesto en los diseños.
- Se interpretó que la composición gráfica es parte esencial para la comunicación gráfica y por ende para un buen lenguaje visual. Aquí se define la distribución y el ensamblaje para que se muestre atractivo, auténtico y efectivo, los procesos de composición gráfica expuestas en los contenidos de @meduclau muestran una organización estructural ordenada fácil de comprender clasificando de acuerdo a la importancia de los mensajes ya sea primarios y secundarios, instaurado de una manera que el lector pueda atraparse y entender de manera inmediata la información, esto se puede constatar por los comentarios y replicación que tuvo en las redes sociales de presidencia de la república por el buen desempeño, la buena organización y resumen de los acontecimientos de coyuntura sanitaria que se atraviesa.



- Se interpretó que la creación de imágenes sigue un proceso por parte del contexto cuando se requiere, para dar a conocer la información necesaria, no siempre son utilizadas, ya que el juego de gráficos y signos también brindan un orden al mensaje. Tanto así que la representación de la comunicación es viable con el apoyo de las herramientas visuales, obteniendo la creatividad que proyecta el manejo de comunicar con gráficos; las ideas nuevas que beneficia a la población para una sostenibilidad de comprensión rápida y ágil. Por ello, la creación de imágenes para promocionar una información tiene que evaluar los colores atractivos, tipografía adecuada, si jugar con imágenes y la manera adecuada de cómo utilizar gráficos.
- Se describió que el mensaje gráfico es el objetivo que todo diseño quiere comunicar, el propósito es ser lo más claro posible. En cumplimiento del mensaje gráfico los contenidos de @meduclau han logrado el objetivo de comunicar de forma precisa, concisa y rápida ya que esa es la esencia de la comunicación gráfica, los mensajes son explícitos, correctamente resaltados a colores para la rápida identificación y posterior entendimiento, por otro lado se resalta la importancia del trabajo y la difusión de mensajes gráficos sintetizados de una información muy amplia acontecida por la COVID-19 realizado por la diseñadora ya que tuvo el reconocimiento por presidencia de la república por contribuir con la sociedad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones de la presente investigación nos van a permitir aportar de manera sistemática en un futuro en la sociedad tanto de manera teórica como práctica, este estudio pueda ser de utilidad para la aplicación de forma práctica hacia la sociedad y para próximas investigaciones tomando como referencia los hallazgos y conclusiones para un mejor desempeño de lo que se va plantear.

Se recomienda a las entidades públicas y/o privadas, tomar como modelo este estudio para el desarrollo de piezas comunicacionales graficas que serán aplicadas en la sociedad, tomando en cuenta los hallazgos y conclusiones que se planteó como parte exquisita de la investigación, una buena comunicación gráfica puede ayudar a tener un rápido resultado positivo dentro de una crisis, tanto interna y externa, es por ello que exhortamos optar por comunicar de una forma ágil, de fácil entendimiento, para ello se debe incidir en el buen manejo grafico de los mensajes para que sea rápido y efectivo teniendo en cuenta que en la actualidad la comunicación gráfica es muy demandada por la población debido a todo furor de las redes sociales que hacen los mensajes expuestos sean en gran parte de su totalidad gráficos, también se debe tomar en cuenta que el planteamiento desarrollo y difusión de menajes hacia la sociedad esté a cargo de especialistas para que puedan aplicar sus conocimientos tanto teóricos como prácticos y desarrollar proyectos de comunicación gráfica con la mayor efectividad posible.

Exhortamos a las instituciones públicas y/o privadas a proponer ideas innovadoras que muestren un lenguaje visual atractivo, esto les va a permitir captar la atención del público objetivo para de esta manera captar los mensajes que se está trasmitiendo en dicho esquema visual, es de mucha importancia también proponer esto de acorde al grupo social donde se quiere dirigir y plantear estrategias visuales que concuerde con las personas que se dirige la información, del mismo modo incitamos a tener personas especialistas en esta área ya que va a proponer desarrollar las mejores piezas gráficas y obtener los mejores resultados de lo que se quiere trasmitir.

Por otro lado, recomendamos a los actores principales que están detrás de la creación de la comunicación visual, los diseñadores, ilustradores,

comunicadores, etc., ellos son la parte tanto creativa y aplicación de una pieza gráfica, tomar esta investigación ya que dentro de los hallazgos se hace mucha inferencia en compasión gráfica, lenguaje visual, mensajes gráficos y esto puede ser de mucha utilidad a la hora de plantear y trabajar una compasión visual, teniendo en cuenta a donde diriges los contenidos como puede ser tipo de público, región, país, sexo para tener una mejor asertividad y creatividad para lo consiguiente lograr una comunicación gráfica de tal manera que pueda influir en la toma de decisiones de una sociedad.

Incitamos a estudiantes de comunicación o afines a plantear un buen desarrollo de mensajes gráficos para contribuir con una información explícita hacia la sociedad, es de suma importancia que apliquen sus conocimientos en favor de la sociedad sobre todo en momentos de crisis y donde las informaciones son macros y abundantes, manejando estrategias comunicativas sencillas transparentes para que la comunidad a donde te diriges tenga la plena certeza al entendimiento de los mensajes expuestos.

## **REFERENCIAS**

Aguirre, Belandria, Rojas , Ferrer (2019). Visual Communication In The Virtual Information Services Of The Autonomous Universities Of Venezuela.

<http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=2fa102a7-f433-4d4f-9346-abad3a08782f%40pdc-v-sessmgr06>

Arias Villamar, J. A., & Pezo Cunalata, C. L. (2018). La comunicación visual desde el aula para el mundo. Universidad y Sociedad. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Berardi, L., Cherini, O. y Zárata, P. (2019). *La cobertura de la cuestión Malvinas en los medios de comunicación gráfica (2011-2015)*. Cuadernos de Política Exterior Argentina (Nueva Época). 2019, 129. Disponibles en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/9148>

Baldeon, D. M. (2014). *Estudio de comunicación gráfica sobre las leyendas del cantón rumiñahui para ayudar al fortalecimiento de los valores culturales. Elaboración de producto editorial ilustrado* [trabajo de titulación, Universidad Tecnológica Israel]. Repositorio digital Universidad Israel. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1091>

Beuchot, M. (2013). *La semiótica teoría de los signos y el lenguaje*. [Recuperado de](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WRuQAwwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=que+son+los+signos&ots) : <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WRuQAwwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=que+son+los+signos&ots>

Buenaño, Moncayo Tello (2018) Diseño y comunicación visual: perspectivas para su abordaje desde la imagen corporativa. <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=b5b147ac-c463-44a1-be06-fd825e5622a5%40pdc-v-sessmgr03&bdata=JmxhbmMc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=fua&AN=128596707>

Busto, G. (2012). *Teorías del diseño gráfico*. Recuperado de: [http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio\\_y\\_edicion\\_digital/Teorias\\_d\\_el\\_disenio\\_grafico.pdf](http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_d_el_disenio_grafico.pdf)

- Camacho, J. C. y Bautista, D. R. (2017). La comunicación gráfica mediador de procesos de enseñanza aprendizaje de razonamiento lógico espacial. Recuperado de: <https://recursos.portaleducoas.org/publicaciones/la-comunicaci-n-gr-fica-mediador-de-procesos-de-ense-anza-aprendizaje-de-razonamiento>
- Castor, G., Gonzales, A. y Vaamonde, L. (2013). *Gráficos estadísticos y mapas con R*  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dXtxPViSfeUC&oi=fnd&pg=PA39&q=los+graficos&ots>
- Castro, T. M. (2018). *Nivel de creatividad en niños con índices de desarrollo neuropsicológico bajo* [tesis pregrado, Universidad de Cuenca].  
file:///C:/Users/USER/Downloads/Creatividad%202.pdf
- Costa, J. (2014, 15 de junio). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma.  
<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa/pdf>
- Cordero, F. (2016). El diseño de la comunicación gráfica en un espacio público con alternativa en la construcción de ciudadanía e identidad [tesis de maestría, Universidad del Azuay].  
file:///C:/Users/USER/Downloads/Comunicaci%C3%B3n%20gr%C3%A1fica%203%20-%201%20variable.pdf
- Concytec (2018). Resolución de Presidencia N° 215-2018-CONCYTEC-P“Formalizan la aprobación del “Reglamento de Calificación, Clasificación y Registro de los Investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - SINACYT”.  
Publicado el 25 de noviembre de 2018.  
<https://busquedas.elperuano.pe/download/url/formalizan-la-aprobacion-del-reglamento-de-calificacion-cl-resolucion-n-215-2018-concytec-p-1716352-1>
- De Bono, E. (2000). El pensamiento lateral 7(3), artículo e 950-12-9069-70 file:///C:/Users/USER/Downloads/Nuevas%20ideas%202.pdf

- Fernández, D. (2013). *La innovación tecnológica. Creación, difusión y adopción de las TIC*.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=O\\_TC6fgcij8C&oi=fnd&pg=PA14&dq=que+son+las+novedades+en+la+difusion+de+la+informacion&ots](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=O_TC6fgcij8C&oi=fnd&pg=PA14&dq=que+son+las+novedades+en+la+difusion+de+la+informacion&ots).
- Franco, T. L. (2019). *Influencia de la representación gráfica para generar contenido de mensajes efectivos* [tesis pregrado, Universidad Estatal de Milagro].
- García, V. (2016). *Lo grotesco en la creación de imágenes publicitarias* [tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid].  
<https://eprints.ucm.es/38066/1/T37354.pdf>
- Gonzaga, D. L. (2016). *Comunicación gráfica aplicada al turismo comunitario de la provincia de sucumbíos* [tesis para titulación, Universidad Tecnológica Equinoccial].  
[http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15372/1/67455\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15372/1/67455_1.pdf)
- González, L., González, D., Noriega, A. y Pérez, T. (2018). *Interpretación gráfica de sistemas de ecuaciones lineales con tres incógnitas*  
[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=la+semiotica+segun+gonzales+noriega+y+perez&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=la+semiotica+segun+gonzales+noriega+y+perez&btnG=)
- Grondin, J. (2014). ¿Qué es la hermenéutica?: editorial Herder. [https://www.herdereditorial.com/que-es-la-hermeneutica\\_1](https://www.herdereditorial.com/que-es-la-hermeneutica_1)
- Gomes, F. y Silva, F. (2019). Literacy to see: the importance of learning to read, understand and analyze images.  
*Ocnos*, 18 (3), 48-58.  
[https://doi.org/10.18239/ocnos\\_2019.18.3.2103](https://doi.org/10.18239/ocnos_2019.18.3.2103)
- Guaranda, M. T. Medina, J. I. (2019). *Estrategias de comunicación gráfica en el fortalecimiento del aprendizaje* [tesis pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47599/1/BFILO-PMP-19P279.pdf>



- Huerta, R. (2013). La identidad como geografía preliminar. Nuevas ideas para la educación en artes visuales. *Aula*, 1(1), 13-17. <https://core.ac.uk/download/pdf/71021516.pdf>
- Holzbrecher, A. (2019). [La fotografía en la enseñanza intercultural de los idiomas](#) extranjeros dentro del proyecto de los multialfabetismos. *Revista de currículum y formación del profesorado*, 23 (2), 485-503. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v23i2.9758>
- Henao, K. L. (2009). The concept of pandemic: debate and implications on the influenza pandemic of 2009. *Revista gerencia y políticas de Salud*, 9 (19), 53-68. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/545/54519045005.pdf>
- Osejo, P. J. (2017). *La infografía periodística vista desde un medio estatal: diseño de una unidad de infografía en el diario oficial el peruano* [tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10008/OSEJO\\_MARCHINO\\_LA\\_INFOGRAFIA\\_PERIODISTICA\\_VISTA\\_DESDE\\_UN\\_MEDIO\\_ESTATAL\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10008/OSEJO_MARCHINO_LA_INFOGRAFIA_PERIODISTICA_VISTA_DESDE_UN_MEDIO_ESTATAL_.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Prieto, J.A (2008). *Información gráfica y grado de especialidad en el discurso científico técnico* [tesis de doctorado, Universidad de Granada]. <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/1895/17491332.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Heras, D. (2012). *Incidencia de los medios de reproducción en la evolución de la ilustración gráfica* [tesis de doctorado, [Universitat Politècnica de València](#)]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=104100>
- Mora, L. (2019). *Construcción de la comunicación gráfica desde el ejercicio humanista del diseño* [tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara] <https://riudg.udg.mx/bitstream/20.500.12104/72916/1/DCUCSH00080FT.pdf>
- Mc Luhan (1996). *Entender los medios de comunicación*. Editorial Paidó

[https://books.google.com.pe/books?id=NaC4w1z\\_y-](https://books.google.com.pe/books?id=NaC4w1z_y-)

YC&pg=PA29&source=gbs\_toc\_r&cad=4#v=onepage&q&f=false

Martin, A (2011). Manual práctico de psicoterapia Gestalt.

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/58765287/Angelos\\_Martin\\_MANUAL\\_PRACTICO\\_DE\\_PSICOT.pdf?](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/58765287/Angelos_Martin_MANUAL_PRACTICO_DE_PSICOT.pdf?)

Leyton, Peña, Correa, Puelma (2019) Comunicación y espacio público en Chile. Una aproximación a la gráfica como referente ideológico en los años 70.

[content.ebscohost.com/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=141065315&S=R&D=fua&EbscoContent=dGJyMNLr40SeprY40dvuOLCmsEieqK9Ss6e4TLGWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGutk%2B2q7NOuePfgex43zx](https://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=141065315&S=R&D=fua&EbscoContent=dGJyMNLr40SeprY40dvuOLCmsEieqK9Ss6e4TLGWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGutk%2B2q7NOuePfgex43zx)

Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Indoamericana*, 3 (1), 47-50.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

Ramírez, C.J. (2014). Modelo conceptual para determinar el impacto del merchandising visual en la toma de decisiones de compra en el punto de venta. <http://dx.doi.org/10.14482/pege.36.5564>.

Rojas, M. Jaimes, L. Valencia, M. (2017) Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo 39 (6) 3-15.

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>

Romero, M. A (2017) *Relación entre el impacto visual del over promise en la publicidad y la aceptación del producto caso: pizza roll de pizza hut, 2017* [Tesis pregrado, Universidad San Martín de Porres]. file:///C:/Users/USER/Downloads/Impacto%20visual%202.pdf

Ryan, W.E, Conover, C.E (2004). Graphic communications today.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=choQ91rk0i4C&oi=fnd&pg=PR9&dq=graphic+communication+&ots=6\\_I7lfFZMV&sig=3V9jBavCzIH5EI4Di9r\\_Xz7AQg](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=choQ91rk0i4C&oi=fnd&pg=PR9&dq=graphic+communication+&ots=6_I7lfFZMV&sig=3V9jBavCzIH5EI4Di9r_Xz7AQg)

- Rodríguez, S.I. (2017). *Plan de comunicación gráfica para mejorar la percepción de los pacientes de la posta de salud Manuel Arévalo-La Esperanza* [ [tesis pregrado](#) Universidad Cesar Vallejo].  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11137>
- Sabada, J. (3 de junio.2018) la bioética como problema.  
[https://www.researchgate.net/publication/325576004\\_Javier\\_Sadaba\\_u](https://www.researchgate.net/publication/325576004_Javier_Sadaba_u)  
na\_bio etica\_contra\_el\_sufrimiento.
- Sabogal, J. (2011). *Desarrollo del componente de comunicación gráfica para la colección museo gráfico de recursos audiovisuales* [tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Occidente]  
[.http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/10272/7/T07916.pdf](http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/10272/7/T07916.pdf).
- Scolari. C. (4 de diciembre, 2015) Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces.  
<https://www.redalyc.org/pdf/649/64942535004.pdf>
- Santoyi, M. (2014). *Composición Visual y Diseño Editorial*.  
<https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/modulo-composicion-2014.pdf>.
- Sarmiento, L. (2017). *Elementos básicos en los procesos de la composición gráfica*.  
<https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/1518/Elementos%20Basicos%20PCG%20web.pdf?sequence=1>
- Sarmiento, Rodrigues (2019). *La comunicación visual en Instagram: estudio de los efectos de los micro-influencers en el comportamiento de sus seguidores*.  
<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=96bd74f4-17fe-4d9c-a33d-2f22e3cde071%40sdc-v-sessmgr02>
- Umberto, E. (200). *A Theory of Semiotics*. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/ECO-Tratado-de-Semi%C3%B3tica-General.pdf>
- Vizcaíno, R. (2018). *Comunicación gráfica y diseño visual: imágenes con sentido.* Arquetipo 17(6) 203-208.

<https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA581731971&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=22159444&p=IFME&sw=w>.

Vergara, Rivera, Aguilar y Barreto (31 de marzo de 2020). The elements of visual language and its impact on design.1 (2), 311-319 <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktDescubre/article/view/420>

Vega, B. y Puig, J. (2012). Lenguaje visual publicitario como sistema de comunicación en el Street art: creación y difusión [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona].  
file:///C:/Users/USER/Downloads/Lengua%20visual,%20primera%20cita%20REA.%20PROB..pdf

### Anexo 1: Matriz de operacionalización apriorística

Ámbito temático	Problema de investigación	Preguntas de investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías
Procesos de la Comunicación grafica	¿Cuáles son los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19, Lima 2020?	¿Cuáles son los procesos del lenguaje visual sobre el avance del covid-19, Lima 2020?	Analizar los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19, Lima 2020	Identificar los procesos del lenguaje visual sobre el avance del covid-19, Lima 2020.	Lenguaje visual	Imagen
						Signos
						Gráficos
		¿Cuáles son procesos de las composiciones gráficas sobre el avance del covid-19 Lima 2020?		Analizar los procesos de las composiciones gráficas sobre los avances del covid-19, Lima 2020.	Composición gráfica	Impacto visual
						Efectividad
		¿Cuáles son los procesos de la creación de imágenes sobre el avance del covid-19, Lima 2020?		Analizar los procesos de la creación de imágenes sobre los avances del covid-19, Lima 2020.	Creación de imágenes	Creatividad
						Ideas nuevas
		¿Cuáles son los procesos del mensaje gráfico sobre el avance del covid-19, Lima 2020?		Analizar los procesos de los mensajes gráficos sobre los avances del covid-19, Lima 2020.	Mensaje gráfico	Semiótica
	Sistema amigable					

## Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b> <b>Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020.</b>					
Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha:		
			Link del post:		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen			
		Signos			
		Gráficos			
	Composición gráfica	Impacto visual			
		Efectividad			
	Creación de imágenes	Creatividad			
		Ideas nuevas			
	Mensaje gráfico	Semiótica			
Sistema amigable					

**Anexo 3: Calculo de validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos**

PREGUNTAS	JUEZ 1	JUEZ 2	JUEZ 3	JUEZ 4	JUEZ 5	SUMA	V
P1	1	1	1	1	1	5	100%
P2	1	1	1	1	1	5	100%
P3	1	1	1	1	1	5	100%
P4	1	1	1	1	1	5	100%
P5	1	1	1	1	1	5	100%
P6	1	1	1	1	1	5	100%
P7	1	1	1	1	1	5	100%
P8	1	1	1	1	1	5	100%
P9	0	0	0	0	0	0	0%
P10	1	1	1	1	1	5	100%
P11	1	1	1	1	1	5	100%
P12	1	1	1	1	1	5	100%
						PROMEDIO	92%
						=	

$$V = \frac{s}{n(c-1)}$$

## Anexo 4: Autorización de aplicación del instrumento firmados por respectivas autoridades



### FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **KATHERINE ORBEGOSO CASTILLO**

Título y/o grado: **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

<input type="checkbox"/> Doctor	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Licenciado	<input type="checkbox"/> Otro Especificar
---------------------------------	--	-------------------------------------	---

Universidad en la que trabaja: **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

Fecha: **28/09/2020**

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020.

Mediante la ficha de evaluación de expertos, usted tiene la libertad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona el ámbito temático?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con los ámbitos temáticos de la investigación?	X		
5	¿La redacción de la ficha de observación tienen sentido coherente?	X		
6	¿Cada enunciado de la ficha de observación se relaciona con las categorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y el procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición los datos son objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición usted diría algo adicional?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, sencillo y preciso para ser resuelto y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS: **KATHERINE ORBEGOSO CASTILLO**

FIRMA





## FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Aldo Antonio Tinoco Mujica  
Título y/o grado: Maestro en Relaciones Públicas

<input type="checkbox"/> Doctor	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Licenciado	<input type="checkbox"/> Otro Especificar
---------------------------------	--	-------------------------------------	---

Universidad en la que trabaja: Universidad Privada del Norte  
Fecha: 29/09/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020.

Mediante la ficha de evaluación de expertos, usted tiene la libertad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona el ámbito temático?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con los ámbitos temáticos de la investigación?	X		
5	¿La redacción de la ficha de observación tienen sentido coherente?	X		
6	¿Cada enunciado de la ficha de observación se relaciona con las categorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y el procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición los datos son objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición usted diría algo adicional?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, sencillo y preciso para ser resuelto y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS: ALDO ANTONIO TINOCO MUJICA



FIRMA

**FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: CHAVEZ CORNEJO M. ANGELICA

Título y/o grado: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

<input type="checkbox"/> Doctor	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Licenciado	<input type="checkbox"/> Otro Especificar
---------------------------------	--	-------------------------------------	---

Universidad en la que trabaja: UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PERÚ

Fecha: 29/ 09 / 2020

TITULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020.

Mediante la ficha de evaluación de expertos, usted tiene la libertad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona el ámbito temático?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con los ámbitos temáticos de la investigación?	X		
5	¿La redacción de la ficha de observación tienen sentido coherente?	X		
6	¿Cada enunciado de la ficha de observación se relaciona con las categorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y el procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición los datos son objetivos?		X	
9	¿Del instrumento de medición usted diría algo adicional?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, sencillo y preciso para ser resuelto y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS:

FDO

 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **Garay Avendaño, Tomás Alberto**  
 Título y/o grado: **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

<input type="checkbox"/> Doctor	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Licenciado	<input type="checkbox"/> Otro Especificar
---------------------------------	--	-------------------------------------	---

Universidad en la que trabaja: **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
 Fecha: **28/09/2020**

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020.

Mediante la ficha de evaluación de expertos, usted tiene la libertad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona el ámbito temático?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con los ámbitos temáticos de la investigación?	X		
5	¿La redacción de la ficha de observación tienen sentido coherente?	X		
6	¿Cada enunciado de la ficha de observación se relaciona con las categorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y el procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición los datos son objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición usted diría algo adicional?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, sencillo y preciso para ser resuelto y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS: **Garay Avendaño, Tomás Alberto**



FIRMA



FICHA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: TONERO CRUZATT, VLADIMIR

Título y/o grado: MAGISTER

<input type="checkbox"/> Doctor	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Licenciado	<input type="checkbox"/> Otro Especificar
---------------------------------	--	-------------------------------------	---

Universidad en la que trabaja: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

TITULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020.

Mediante la ficha de evaluación de expertos, usted tiene la libertad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona el ámbito temático?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con los ámbitos temáticos de la investigación?	X		
5	¿La redacción de la ficha de observación tienen sentido coherente?	X		
6	¿Cada enunciado de la ficha de observación se relaciona con las categorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y el procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición los datos son objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición usted diría algo adicional?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, sencillo y preciso para ser resuelto y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS: VLADIMIR TORNERO CRUZATT

  
FIRMA

## Anexo 5: Fichas de observación interpretadas

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b> “Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”					
Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 20 de marzo de 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B9-jdcHBrR2/">https://www.instagram.com/p/B9-jdcHBrR2/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		Sí presenta imágenes como del presidente de la republica Martin Vizcarra, Ministro de Salud en ese entonces, Víctor Zamora Mesía, personal médico y el mapa del Perú, entro otros. Que refuerzan el lenguaje visual al momento de informar la coyuntura que se vivía en la pandemia covid-19.
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones expuestas en la información dentro del post.
		Gráficos		<b>X</b>	Los gráficos no son utilizados en este post, puesto que para la información no requería del apoyo de las formas. Ya que se vería muy cargado en la publicación.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido para el público, persuasivo, cumpliendo con el manejo de informa de manera gráfica.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia, siguiendo una línea de diseño que verifique que ese producto es solo de ella. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes para informar de manera rápida y resumida los mensajes de la conferencia de prensa que brindaba el presidente de la republica sobre la coyuntura del covid-19. A la vez, contribuyendo al desarrollo social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de información hacia el público.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau

Fecha: 22 de marzo del 2020

Link del post: [https:// www.instagram.com/p/B-DMQCZB0fh/](https://www.instagram.com/p/B-DMQCZB0fh/)

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		Si presenta imágenes como del presidente de la republica Martin Vizcarra, y el mapa del Perú como más resaltantes, y entro otros. Que son parte fundamental para el lenguaje visual dentro del post y además tiene la particularidad llamar rápidamente la atención de los usuarios por la forma de presentar las imágenes y los colores utilizados.
		Signos	<b>X</b>		Podemos observar los signos que representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones expuestas en la información dentro del post, además permite afianzar el lenguaje visual para hacerlo más atractivo.
		Gráficos		<b>X</b>	Los gráficos no son utilizados en este post, puesto que para la información no requería del apoyo de las formas. Ya que se vería muy cargado en la publicación.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido para el público, persuasivo, cumpliendo con el manejo de informa de manera gráfica.
		Efectividad	<b>X</b>		La efectividad en el post objetiva, ya que, muestra una información ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios, teniendo en cuenta que Instagram tiene es una red muy visual y exigente en cuanto a composición del material grafico
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia, siguiendo una línea de diseño que verifique la autenticidad de su trabajo. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de informarnos rápidamente de los acontecimientos del coronavirus.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas innovadoras están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes para informar de manera rápida y resumida los mensajes de la conferencia de prensa que brindaba el presidente de la republica sobre la coyuntura del covid-19. A la vez, contribuyendo al desarrollo social e informativo.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable ya que la comprensión de información hacia el público es sencillo puesto que la conformación es ordenada muy bien resumida con detalles que ayudan a ser entendible fácilmente

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau

Fecha: 30 de marzo del 2020

Link del post: <https://www.instagram.com/p/B-YMgSLhFGO/>

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		Las imágenes están presentes como la del presidente de la republica Martin Vizcarra, y el mapa del Perú como más relevantes, y entro otros para darle color al contenido. Que son parte fundamental para el lenguaje visual dentro del post y además tiene la particularidad llamar rápidamente la atención de los usuarios por la forma de imagen y los colores utilizados.
		Signos	<b>X</b>		Podemos observar los signos que representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones expuestas en la información dentro del post, además permite afianzar el lenguaje visual para hacerlo más atractivo.
		Gráficos		<b>X</b>	Los gráficos no son utilizados en este post, puesto que para la información no requería del apoyo de las formas. Ya que se vería muy cargado en la publicación.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido para el público, persuasivo, cumpliendo con el manejo de informa de manera gráfica.
		Efectividad	<b>X</b>		La efectividad en el post objetiva, ya que, muestra una información ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios, teniendo en cuenta que Instagram tiene es una red muy visual y exigente en cuanto a composición del material grafico
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia, siguiendo una línea de diseño que verifique la autenticidad de su trabajo. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de informarnos rápidamente de los acontecimientos del coronavirus.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas innovadoras están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes para informar de manera rápida y resumida los mensajes de la conferencia de prensa que brindaba el presidente de la republica sobre la coyuntura del covid-19. A la vez, contribuyendo al desarrollo social e informativo.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado y acompañado texto que sería en términos semióticos el significante para el buen desarrollo del mensaje gráfico.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable por la intuición de informar sencillo y rápido hacia el público puesto que la conformación es ordenada muy bien resumida con detalles que ayudan a ser entendible fácilmente.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 31 de marzo del 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-YMgSLhFGO/">https://www.instagram.com/p/B-YMgSLhFGO/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		Las imágenes están presentes como la del presidente de la republica Martin Vizcarra como más relevante, y entro otros para darle color al contenido. Que son parte fundamental para que el lenguaje visual se atractivo hacia el público
		Signos	<b>X</b>		Se presentan signos para graficar los detalles de una base visual y para ayudar a fortalecer las indicaciones expuestas en la información dentro del post, además permite afianzar el lenguaje visual para hacerlo más atractivo.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, el grafico esta coloreado para visibilizar mejor la sala situacional de se día
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido para el público, persuasivo, cumpliendo con el manejo de informa de manera gráfica. Enmarcando y coloreado el texto para dar más facilidad de información
		Efectividad	<b>X</b>		La efectividad en el post precisa, ya que, muestra una información ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios, teniendo en cuenta que Instagram tiene es una red muy visual y exigente en cuanto a composición del material grafico
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia, siguiendo una línea de diseño que verifique la autenticidad de su trabajo. La forma de comunicar de manera gráfica, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de informarnos rápidamente de los acontecimientos del coronavirus.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas innovadoras están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes con un estilo rustico para informar rápido y resumido, los mensajes de la conferencia de prensa que brindaba el presidente de la republica sobre la coyuntura del covid-19. A la vez, contribuyendo al desarrollo social e informativo.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado y acompañado texto que sería en términos semióticos el significante para el buen desarrollo del mensaje gráfico.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable por la intuición de informar espontáneo y rápido hacia el público puesto que la conformación es ordenada muy bien resumida con detalles que ayudan a ser descifrable sencillamente.



### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 01 de abril del 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-YMgSLhFGO/">https://www.instagram.com/p/B-YMgSLhFGO/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		Se observa al presidente de la república como imagen más llamativa y parte de la rutina que hizo en la conferencia de prensa del medio día, el post tiene un lenguaje visual fácil de comprender y llamativo que donde las imágenes dentro de ello ayudan a simplificar el mensaje
		Signos	<b>X</b>		Se presentan signos para graficar los detalles de una base visual y para ayudar a fortalecer las indicaciones expuestas en la información dentro del post, además permite afianzar el lenguaje visual para hacerlo más atractivo.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, el grafico esta coloreado para visibilizar mejor la sala situacional de ese día
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido para el público, persuasivo, cumpliendo con el manejo de informa de manera gráfica. Enmarcando y coloreado el texto para dar más facilidad de información
		Efectividad	<b>X</b>		La efectividad en el post precisa, ya que, muestra una información ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios, teniendo en cuenta que Instagram tiene es una red muy visual y exigente en cuanto a composición del material grafico
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia, siguiendo una línea de diseño que verifique la autenticidad de su trabajo. La forma de comunicar de manera gráfica, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de informarnos rápidamente de los acontecimientos del coronavirus.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas innovadoras están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes con un estilo rustico para informar rápido y resumido, los mensajes de la conferencia de prensa que brindaba el presidente de la republica sobre la coyuntura del covid-19. A la vez, contribuyendo al desarrollo social e informativo.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado y acompañado texto que sería en términos semióticos el significante para el buen desarrollo del mensaje gráfico.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable por la intuición de informar espontáneo y rápido hacia el público puesto que la conformación es ordenada muy bien resumida con detalles que ayudan a ser descifrable sencillamente.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 02 de abril del 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-YMgSLhFGO/">https://www.instagram.com/p/B-YMgSLhFGO/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes como la del presidente de la republica Martin Vizcarra en más de una oportunidad y el mapa de Perú como más relevante, y entro otros para darle color al contenido. Que son parte fundamental para que el lenguaje visual se atractivo hacia el público
		Signos	<b>X</b>		Se presentan signos para graficar los detalles de una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones expuestas en la información dentro del post, además permite afianzar el lenguaje visual para hacerlo más atractivo.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información además observamos unas líneas que grafican la curva de contagio en Perú COVID-19, el grafico esta coloreado para visibilizar mejor la sala situacional de ese día .
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido y contundente para el público, cumpliendo con el manejo de informa de manera gráfica. Enmarcando y coloreado el texto para dar más facilidad de información
		Efectividad	<b>X</b>		La efectividad en el post precisa, ya que, muestra una averiguación ordenada, precisa y sencilla para el conocimiento del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios, teniendo en cuenta que Instagram tiene es una red muy visual y exigente en cuanto a composición del material grafico
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia y autentico, siguiendo una línea de diseño que verifique la autenticidad de su trabajo. La forma de comunicar de manera gráfica, fue la manera más sencilla que vio para promover la transmisión rápidamente de los acontecimientos del coronavirus.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas innovadoras y transformadoras están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes con un estilo rustico para comunicar rápido y resumido los mensajes de la conferencia de prensa que brindaba el presidente de la republica sobre la coyuntura del covid-19. A la vez, contribuyendo al desarrollo social e informativo.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado y acompañado texto que sería en términos semióticos el significante para el buen desarrollo del mensaje gráfico.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable por la intuición de informar espontáneo y rápido hacia el público puesto que la conformación es sistemática muy bien resumida con detalles que ayudan a ser descifrable sencillamente.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 03 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-iXdXFhfZB/">https:// www.instagram.com/p/B-iXdXFhfZB/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes como la del presidente de la republica Martin Vizcarra acompañado de un texto como imagen resaltante, y entro otros que son más sutiles para darle color al contenido. Que son parte fundamental para que refrescar el lenguaje visual ya que podemos observar mucho texto debido a la coyuntura de información cargada del día.
		Signos	<b>X</b>		Se presentan signos para graficar los detalles de una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones expuestas en la información dentro del post, además permite afianzar el lenguaje visual para hacerlo más atractivo y visual.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, el grafico esta coloreado para visibilizar mejor la sala situacional de ese día
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		La efectividad en el post precisa, ya que, muestra una comunicación ordenada, precisa y sencilla para el conocimiento del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios, asumiendo que Instagram tiene es una red muy visual y exigente en cuanto a composición del material gráfico.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia sencilla, pero a su vez autentico, siguiendo un trazo de diseño que verifique la autenticidad de su trabajo. La forma de comunicar de manera gráfica, fue la manera más sencilla que vio para promover la transmisión rápidamente de los acontecimientos del coronavirus.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes, por el manejo adecuado de creación de imágenes con un estilo rustico para comunicar rápido y sintetizado los mensajes de la conferencia de prensa que brindaba el presidente de la republica sobre la coyuntura del covid-19. A la vez, contribuyendo al desarrollo social e informativo.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica se presenta por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, colores que representan al significado y acompañado texto que sería en términos semióticos el significante para el buen desarrollo del mensaje gráfico.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable por la intuición de comunicar espontáneo y rápido hacia el público puesto que la conformación es sistemática muy bien resumida con detalles que ayudan a ser descifrable sencillamente los mensajes

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 04 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-k52V5hBam/">https:// www.instagram.com/p/B-k52V5hBam/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		Sí presenta imágenes como del presidente de la republica Martin Vizcarra, en más de una oportunidad, y el mapa del Perú como imágenes más resaltantes entro otros. Que refuerzan el lenguaje visual al momento de informar la coyuntura que se vivía en la pandemia covid-19. Estas encajan muy bien con el texto que muestra un post
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la inquisición dentro del post, suma mucha importancia dentro del contenido ya que nos da visibilidad a los pequeños detalles de la información expuesta.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, el grafico esta coloreado para visibilizar mejor la sala situacional de ese día
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la ilustradora es propia, siguiendo una línea de diseño que verifique que ese producto es solo de ella. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas siendo muy explicitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo al desarrollo social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico. Y texto acompañante es el significante
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles ya que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 05 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-nO08lhvzS/">https://www.instagram.com/p/B-nO08lhvzS/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		Sí presenta imágenes del mapa del Perú como imaginen más resaltante siendo fundamental para cuantificar los contagiados por región de COVID-19. Creando un lenguaje visual muy efectivo y potente para de informarse en el post
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la inquisición dentro del post, suma mucha importancia dentro del contenido ya que nos da visibilidad a los pequeños detalles de la información expuesta.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, el grafico esta respectivamente coloreado para visibilizar mejor la sala situacional de ese día
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la diseñadora es propia, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creatividad. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas siendo muy explícitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo al desarrollo social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico. Y texto acompañante es el significante
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles ya que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau

Fecha: 06 de abril 2020

Link del post: <https://www.instagram.com/p/B-qO8PIhQFY/>

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la republica Martin Vizcarra acompañado de un texto como imagen resaltante, y entro otros que son más sutiles para darle color al contenido y que son parte fundamental para empoderar el lenguaje visual
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la inquisición dentro del post, suma mucha importancia en del contenido ya que nos da visibilidad a los pequeños detalles de la información expuesta.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, el grafico esta respectivamente coloreado para visibilizar mejor la sala situacional de ese día
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la diseñadora es propia, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creatividad. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas siendo muy explicitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo al desarrollo social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiótico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles ya que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 07 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-s7uMjB_BV/">https://www.instagram.com/p/B-s7uMjB_BV/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la república Martín Vizcarra acompañado de un texto y el mapa del Perú como imágenes resaltantes, entre otros que son más sutiles siendo estas muy importantes para darle color y sentido al contenido y que son parte fundamental para empoderar el lenguaje visual
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la inquisición dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos da visibilidad a los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informar de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la proyectista es oportuna, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creatividad. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explícitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles ya que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau

Fecha: 08 de abril 2020

Link del post: <https://www.instagram.com/p/B-vgMB3BRbB/>

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la república Martín Vizcarra acompañado de un texto en más de una oportunidad como iconografías resaltantes, entre otros, son muy importantes para darle color y sentido al contenido y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informar de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público. Teniendo una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la proyectista es oportuna, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creatividad. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explícitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles ya que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.



### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 10 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-vgMB3BRbB/">https://www.instagram.com/p/B-vgMB3BRbB/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la república Martín Vizcarra acompañado de un texto como iconografía resaltante, entre otros no menos importantes, son muy significativos para darle matiz y sentido al contenido y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informar de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la proyectista es oportuna, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creatividad. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explícitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles ya que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau

Fecha: 11 de abril 2020

Link del post: <https://www.instagram.com/p/B-26cDUh2UR/>

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la república Martín Vizcarra acompañado de un texto en más de una oportunidad como iconografías resaltantes, entre otros, son muy importantes para darle color y sentido a la publicación y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual.
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informar de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la proyectista es oportuna, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creatividad. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explícitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles ya que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 13 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-8ahyLBzMF/">https://www.instagram.com/p/B-8ahyLBzMF/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la republica Martin Vizcarra acompañado de un texto en más de una oportunidad como iconografías resaltantes, entro otros, son muy importantes para darle color y sentido a la publicación y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual.
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la proyectista es oportuna, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creatividad. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explicitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles puesto que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 14 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B-_Eh7bhcqC/">https://www.instagram.com/p/B-_Eh7bhcqC/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la republica Martin Vizcarra acompañado de un texto en más de una oportunidad como iconografías resaltantes, entro otros, son muy importantes para darle color y sentido a la publicación y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual. Dentro de todo el texto que presenta este post
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, en la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo para el público a pesar que hay mucho texto, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la proyectista es oportuna, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creación. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explicitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles puesto que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau			Fecha: 16 de abril 2020		
			Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B_ETIK3BY9d/">https://www.instagram.com/p/B_ETIK3BY9d/</a>		
Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la republica Martin Vizcarra acompañado de un texto en más de una oportunidad como imagen resaltante, entro otros, son muy importantes estas para darle matiz y sentido a la publicación y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual, dentro de todo el texto que presenta este post.
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, de la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo y didácticos para el público a pesar que hay mucho texto, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la creadora es pertinente, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creación. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explicitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles puesto que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau

Fecha: 18 de abril 2020

Link del post: [https://www.instagram.com/p/B\\_JSvfnBqcl/](https://www.instagram.com/p/B_JSvfnBqcl/)

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la republica Martin Vizcarra y un poco más pequeño la ministra de economía acompañado de un texto en más de una oportunidad como imagen resaltante, entro otros, son muy importantes estas para darle matiz y sentido a la publicación y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual,
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, de la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo y didácticos para el público a pesar que hay mucho texto, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la creadora es pertinente, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creación. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explicitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles puesto que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.

### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau	Fecha: 20 de abril 2020
	Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B_OpcUpH1Vn/">https://www.instagram.com/p/B_OpcUpH1Vn/</a>

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	<b>X</b>		El post presenta imágenes del presidente de la republica Martin Vizcarra acompañado de un texto en más de una oportunidad como imagen resaltante, entro otros, son muy importantes estas para darle matiz y sentido a la publicación y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual, dentro de todo el texto que presenta este post.
		Signos	<b>X</b>		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	<b>X</b>		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, de la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus.
	Composición gráfica	Impacto visual	<b>X</b>		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo y didácticos para el público a pesar que hay mucho texto, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	<b>X</b>		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	<b>X</b>		La creatividad que nos muestra la creadora es pertinente, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creación. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	<b>X</b>		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explícitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	<b>X</b>		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.
		Sistema amigable	<b>X</b>		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles puesto que están desglosados y detalladamente coloreados para darle

					importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.
--	--	--	--	--	---


### FICHA DE OBSERVACIÓN

“Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre los avances del covid-19 en un medio social, Lima 2020”

Perfil de Instagram: @meduclau	Fecha: 29 de abril 2020
	Link del post: <a href="https://www.instagram.com/p/B_mPpFXnGu4/">https://www.instagram.com/p/B_mPpFXnGu4/</a>

Ámbito temático	Categoría	Subcategoría	Si se observar	No se observar	Observación
Procesos de la comunicación gráfica	Lenguaje visual	Imagen	X		El post presenta imágenes del presidente de la republica Martin Vizcarra acompañado de un texto en más de una oportunidad como imagen resaltante, entro otros, son muy importantes estas para darle matiz y sentido a la publicación y forman parte fundamental para empoderar el lenguaje visual, dentro de todo el texto que presenta este post.
		Signos	X		Los signos representan una base visual para ayudar a fortalecer las indicaciones mostradas en la información dentro del post, suma mucha importancia en el contenido ya que nos permite visibilizar los pequeños detalles de la información exhibida.
		Gráficos	X		En este post si se presenta gráficos para simplificar la información de los casos de COVID-19, de la sala situacional esta forma respectivamente coloreado pretende visibilizar mejor el contenido mostrado sobre la coyuntura de coronavirus.
	Composición gráfica	Impacto visual	X		El impacto visual que nos muestra el post, tiene un modelo entretenido persuasivo y didácticos para el público a pesar que hay mucho texto, cumpliendo con el objetivo de informa de manera gráfica detallada y concisa sobre la coyuntura del coronavirus.
		Efectividad	X		El post tiene efectividad, ya que, la información es ordenada, clara y sencilla para la comprensión del público la combinación imagen texto ensamblada sistemáticamente Tiene una acogida positiva reflejada en la publicación en cuanto a likes y comentarios.
	Creación de imágenes	Creatividad	X		La creatividad que nos muestra la creadora es pertinente, siguiendo una línea de diseño que autentifique su creación. La forma de comunicar en gráficos, fue la manera más sencilla que vio para promover la difusión de quedarnos en casa y cuidarse.
		Ideas nuevas	X		Las ideas nuevas están presentes por el manejo adecuado de creación de imágenes y la presentación de las mismas, siendo muy explícitas para informar de manera rápida y resumida los mensajes, contribuyendo a la comunicación social.
	Mensaje gráfico	Semiótica	X		La semiótica es encontrada por el uso de la construcción de símbolos, como las imágenes y signos, que representan al significado dentro del mensaje gráfico, y el texto acompañante es el significante creando así un sistema semiológico persuasivo.



		Sistema amigable		Encontramos el post como un sistema amigable, ya que es un medio social visual, y la utilidad que se da es sencillo para la comprensión de la información hacia el público. Los mensajes son más comprensibles puesto que están desglosados y detalladamente coloreados para darle importancia y se refleja en los comentarios de satisfacción por el resumen.
--	--	------------------	---	--

## Anexo 6: Validación del porcentaje de Turnitin



FACULTADA DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA CO-  
MUNICACIÓN

### INFORME DE INVESTIGACIÓN

"Análisis de los procesos de la comunicación gráfica sobre la  
coyuntura del covid-19 en un medio social, Lima 2020"

#### AUTORES:

Ocmín García, Nataly (0000-0002-8959-3871)

Ramírez Herrera, Wilder (0000-0002-0680-1215)

#### ASESOR:

Matías Cristóbal, Obed Isaias (0000-0001-6378-0717)

#### LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2020-II



10

