

# Conexiones Entre Elementos Compositivos De Las Artes Plásticas Y La Gramática Visual: Un Enfoque De Creación Gráfica Publicitaria.

Viviana Moreno Villegas<sup>1(\*)</sup>, Andrés Naranjo Ortiz<sup>2</sup>.

1. Magister en Diseño Gráfico Digital, <https://orcid.org/0000-0002-8683-8167>, [viviana.morenovi@amigo.edu.co](mailto:viviana.morenovi@amigo.edu.co)

2. Magister en Comunicación Transmedia, <https://orcid.org/0000-0002-9886-6229>, [andres.naranjort@amigo.edu.co](mailto:andres.naranjort@amigo.edu.co)

*Docentes de la Universidad Católica Luis Amigó Medellín*

*Transversal 51A #67B 90 Medellín – Colombia.*

**Resumen:** Este artículo explora la interconexión entre los elementos compositivos de las artes plásticas y la gramática visual en el diseño gráfico publicitario. Se destaca cómo la fusión de la expresión visual y la comunicación efectiva responde a las demandas del entorno contemporáneo. Al sumergirse en el imaginario colectivo, se desarrolló una guía de aplicación que subraya la importancia de explorar el arte desde la perspectiva de la imagen, utilizando sus elementos como una gramática visual en las composiciones gráficas. Esta herramienta pedagógica no solo redefine, sino que también amplía el horizonte de creación en el diseño publicitario.

**Palabra clave:** Diseño; artes plásticas; creación gráfica; comunicación; procesos creativos.

Recibido: 15 de octubre de 2024. Aceptado: 10 de junio de 2025

Received: October 15th, 2024. Accepted: June 10th, 2025

## Connections Between Compositional Elements of the Visual Arts and Visual Grammar: An Approach to Advertising Graphic Creation.

**Abstract:** The purpose of this article is to expose the relationship between the compositional elements that characterize the plastic arts and the visual grammar inherent to the field of graphic design, in the creation of persuasive and innovative graphic pieces since visual expression and effective communication come together to respond to the needs of the contemporary environment. Thus, from immersion in the collective imagination of the designer, an application guide was proposed and made that showed the importance of exploring art from the perspective of the elements of the image, with the purpose of using them as visual grammar in the compositions. graphics, thus generating a pedagogical tool that leads to redefining and expanding the horizon of creation.

**Keywords:** Design; plastic arts; graphic creation; communication; creative processes.

## 1. INTRODUCCIÓN

### ***1.1 Influencia de la Gramática Visual en la Comunicación***

Este artículo se adentra en la intersección entre las artes visuales y el diseño gráfico, dos disciplinas que han desempeñado un papel fundamental en la estructuración y el significado de la comunicación humana. Se reconoce el poder simbólico arraigado en los signos artísticos a lo largo de la historia, los cuales hoy en día pueden ser utilizados de manera innovadora y efectiva en la creación de piezas publicitarias gráficas.

La estrategia aquí planteada busca identificar y sistematizar las similitudes entre los signos presentes en las artes plásticas de la primera mitad del siglo XX. Este análisis se realizará mediante una apreciación reflexiva y contextualizada de obras artísticas, respaldada por fichas de análisis de documentos y cuadros comparativos para recopilar información bibliográfica relevante sobre composición y gramática visual.

Al mismo tiempo, se propone el desarrollo de una guía de aplicación como instrumento pedagógico destinado a potenciar el proceso creativo en la elaboración de piezas gráficas publicitarias. Este enfoque tiene como objetivo combinar la riqueza de la tradición artística con la audacia de la innovación gráfica, buscando así crear contenido convincente y original.

Como resultado de esta investigación, se espera elaborar una guía de referencia que fortalezca la proyección creativa en el ámbito del diseño publicitario. Esta reflexión surge en un contexto donde la

comunicación contemporánea está cada vez más influenciada por mensajes visuales, y donde una parte significativa de la información se transmite a través de imágenes.

El objetivo general de esta investigación es estructurar los signos representativos de las artes plásticas para aplicar el concepto de convergencia creativa en el diseño visual de piezas gráficas publicitarias.

Para lograrlo, se han establecido los siguientes objetivos específicos:

- Comprender los elementos compositivos presentes en las artes plásticas, identificando aquellos con potencial significativo para su aplicación en el diseño gráfico publicitario.
- Clasificar y organizar sistemáticamente los signos representativos de las artes plásticas.
- Sistematizar la integración de estos signos en el proceso de diseño de piezas publicitarias.

En consecuencia, surge la pregunta de investigación: **¿Cómo pueden utilizarse los signos representativos de las artes plásticas en la creación de piezas gráficas publicitarias?**

## 2. MARCO HISTÓRICO

### ***2.1 Comunicación Visual y Narrativa, Reconocimiento del Entorno***

En la historia de la humanidad, el hombre ha evolucionado de manera significativa en su capacidad para comunicarse. La interacción con el entorno le ha permitido compartir información y transmitir

conocimientos valiéndose de su capacidad de ingenio y adaptabilidad. Se encuentra entonces procesos desarrollados del lenguaje oral y sígnico como fueron los jeroglíficos y las señales de humo, pasando por la invención de la escritura, que fue facilitando el registro de la huella del hombre en la historia; así mismo, llegó la imprenta que fue decisivo para expandir el conocimiento y con este, se reconoció la influencia de la comunicación visual, en donde la imagen cobró protagonismo como la mayor representación gráfica de la percepción del hombre. Tal como lo expresa David Consuegra, un reconocido diseñador gráfico en Colombia que:

La imagen es cualquier situación, real o virtual, directa o transcrita, que a través de la vista posee o puede poseer un sentido coordinado...definición que gira primordialmente de dos elementos: la vista como determinante en la percepción y la experiencia como canalizadora de los elementos que la conforman dentro de un todo legible o ilegible. (Consuegra, 1967)

Continuando con la línea histórica que se ha descrito, esta influencia de la comunicación visual, marcó un hito en la narrativa, el arte, la pintura y escultura, ya que sus formas han permitido la exteriorización de los pensamientos, las emociones y las experiencias trascendiendo barreras lingüísticas y culturales y logrando llegar con su mensaje al perceptor que también le suma sus ideas, conceptos y expresiones. Seguido al despertar de las artes visuales, siglo tras siglo se han visto avances en las telecomunicaciones y la era digital generando un acceso ilimitado a nivel global a la información, avance

significativo que sigue marcando y evolucionando la necesidad de comunicación.

A razón de la importancia de la comunicación y su función en la construcción de la cultura desde la influencia de la imagen, Frascara expresa que:

Toda imagen comunica indefinidamente un espectro imprescindible de mensajes. Además de transmitir el mensaje específico que la ha generado, también contribuye a la construcción de la cultura en el amplio sentido de la palabra, promoviendo modelos de pensamiento y conducta que influyen en la manera en que la gente se relaciona con otros mensajes, con las cosas y con la gente. (2018, p. 13)

Por lo anterior, conviene afirmar, que en la línea evolutiva del hombre su capacidad de percepción ha sido la clave para lograr estos avances. Sabiendo que el sentido de la percepción es el proceso que permite interpretar e integrar la información sensorial que recibe a través de los sentidos (vista, oído, tacto, olfato y gusto) para comprender y dar sentido al mundo que habita y con el que se relaciona. Entenza citando otros actores, expone que:

Hemos de tener en cuenta que ver no es lo mismo que percibir, ya que mientras que percibir es el proceso responsable de que comprendamos nuestro entorno, la acción de ver no implica interactuar con lo que nos rodea (Eibl-Eibesfeldt, 1993: 48-49 y Villafañe, 1985: 53). Percibir es un proceso que nos permite elaborar e

interpretar la información de los estímulos para organizarla y darle sentido (Dember y Warm, 1990: 20 y Lillo, 1993: 3). (2015, p. 143)

Se resalta entonces como el sentido de la percepción tiene una estrecha relación con el proceso creativo siendo fuente de inspiración para la generación de ideas, de ahí que es un proceso en espiral que involucra la capacidad de observación, interpretación y asociación para ver el mundo de manera única y desarrollar soluciones innovadoras a problemas o expresiones artísticas. Esta idea es respaldada por Zweig quien afirma que “para crear, el hombre utiliza el pensamiento y toda su subjetividad como experiencia, cultura y sensibilidad, además de tener una inspiración y hacer un esfuerzo para concretizar tal idea creativa” (1997, p. 2).

Teniendo en cuenta estas apreciaciones, en el pensamiento sensible del hombre, se encuentra que cada mensaje que codifica, está influenciado por la multiplicidad de estímulos que percibe y que interpreta, de ahí que, desde los inicios de los tiempos hasta hoy, siga cobrando valor la interpretación de la imagen. Y es aquí en donde la investigación reconoce el pensamiento visual, como:

La característica de muchas imágenes, configurativas o compositivas, se encuentra la clave de que una experiencia visual pueda designarse, icónica y creativamente a partir de que las imágenes evolucionan con independencia de los cambios que la ciencia o la tecnología experimentan en relación con el conocimiento de la realidad de esa experiencia. (Sanz, 1976, pág. 68)

Así mismo el concepto de creatividad es de vital importancia porque como lo expresa Csikszentmihalyi:

Para entender la creatividad no basta con estudiar a los individuos que parecen directamente responsables de una idea novedosa o una cosa nueva. Su contribución, aunque necesaria e importante, es solo un eslabón en una cadena, una fase en un proceso. (1998, p.22)

En lo que corresponde a la gramática visual, afirma Leborg que:

...para lograr una mayor comprensión de los mensajes visuales, es de suma importancia fortalecer los conceptos visuales que aportan al acto creativo ya que sus relaciones generan un sistema que comprende un mensaje presente en el entorno en el que interactúa la persona. (Leborg, 2013)

Haciendo énfasis en la gramática visual, es necesario retomar el valor de las artes plásticas que ha permitido fortalecer no solo la habilidad técnica sino el valor de la creatividad para explorar el mundo y plasmarlas con sus valores estéticos y conceptuales, realzando historias, emociones y mensajes que dialogan con quienes contemplan las obras.

Costa (2021), destaca que: “lo más importante en todo acto comunicativo es el ser humano en tanto que receptor, intérprete, actor y metabolizador de informaciones visuales.” (p. 45)

En consonancia con las artes plásticas, aparece la esencia de las escuelas o movimientos artísticos para inspirar, comunicar y enriquecer la experiencia humana y perdurar a lo largo de la historia. Entendiendo que cada estilo es el reflejo de creencias, ideas, valores y necesidades de un época determinada, se reconoce en esta investigación, como el

valor comunicativo es determinante en los procesos creativos porque permite al sujeto interpretar el estilo desde una lectura de elementos de imágenes, formas, colores y líneas dispuestos para apreciar el lenguaje visual y resignificar el mensaje en las piezas gráficas publicitarias desde otra mirada que actualiza y recrea las necesidades contemporáneas.

Este proceso de resignificación, que toma por un lado los signos representativos de las artes plásticas y por el otro los elementos gráficos del diseño, lleva a hacer referencia al concepto de signo, abordado por Frutiger, quien expone que “la combinación de signos produce, además de una impresión estricta y puramente gráfica, otra de orden intelectual, filosófico y aun «alquimístico, y este aspecto de la combinación de signos incide pura y simplemente sobre la sensibilidad del observador”. (2007, p. 36)

A modo de conclusión, y después de exponer en esta investigación cómo se conjugan las definiciones y el sentido de la comunicación, las artes plásticas, las escuelas artísticas, el proceso creativo, la percepción y la gramática visual en el diseño gráfico, se expone el proceso de composición, el que Dondis, afirma “es el paso más importante en la resolución del problema visual. Los resultados de las decisiones compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tienen fuertes implicaciones sobre lo que recibe el espectador”. (2010, pág. 33) que es el que finalmente establece la relación de todos los elementos anteriormente mencionados en la creación gráfica.

### 3. METODOLOGÍA

#### ***3.1 El pulso de la percepción y la creación para comunicar***

Este estudio adoptó un enfoque cualitativo exploratorio con el propósito de comprender la perspectiva de los estudiantes en relación con su contexto, conocimiento y proceso creativo en la creación de piezas gráficas.

Para validar los elementos de composición y la gramática visual, se llevó a cabo una fase inicial de recolección de material bibliográfico. Este proceso permitió explorar las artes plásticas, incluyendo la arquitectura, la escultura y la pintura, a través de tres escuelas artísticas clave: el Barroco, el Pop Art y la Bauhaus.

Se consideró estos movimientos artísticos por su fuerte identificación con la imagen a la que enriquece con valores y contextos y por consiguiente el proceso comunicativo que se da. Considerando lo que expresa:

Cuando nos referimos al campo de la Comunicación, hablamos de un proceso dinámico que establece vínculos e interacciones. Donde el emisor es todo individuo o institución que elabora un mensaje con una determinada intención. El destinatario o receptor, es quien recibe el mensaje y tiene un rol activo en ese intercambio. (Branda, M., & Cuenya, A. 2014. p.80)

Describimos por tanto a los movimientos artísticos mencionados:

El barroco, es un arte esencialmente popular, pero en el sentido de que su destinatario, no su autor, es el pueblo. Su lenguaje

es artificioso, por lo que el sentido teatral domina en la obra de arte a través de elementos ilusorios. (Taranilla, 2018, p. 21).

El Pop Art, expresado por la profesora Imaginario, indica que:

Este estilo artístico nació como un intento de hacer un arte que tomara en cuenta el universo de símbolos y temas de interés masivo, es decir, los símbolos "populares" a los cuales la élite cultural parecía dar la espalda y negar su movilizadora penetración en el imaginario colectivo. (2020).

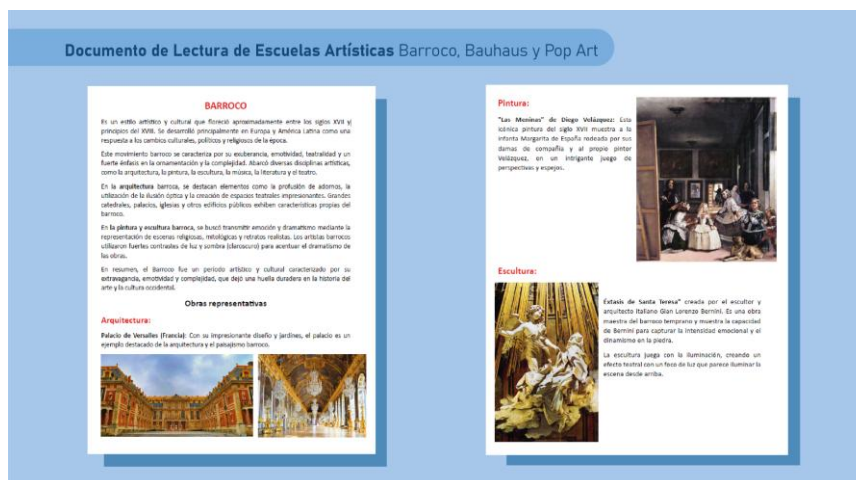
Charlotte, & Fiell en lo que corresponde a la Bauhaus, expresan que es un concepto que significa casa de construcción, que prefería reformar la teoría educativa, fusionando las distintas artes. Las representaciones combinan las formas geométricas simples y sin adornos, las

cualidades visuales de refinamiento y solidez" (p. 83).

Después de reconocer la esencia comunicativa de los movimientos descritos, la intención fue identificar coincidencias en la conceptualización y la creación a nivel de imagen entre estas escuelas.

Posteriormente, se procedió al análisis de los datos recopilados, centrándose en determinar las características historiográficas de las escuelas artísticas mencionadas. Se buscó identificar los signos representativos utilizados en estas escuelas, los cuales han servido al ser humano para comunicar sus experiencias y su relación con el entorno. Esto incluyó considerar elementos visuales como colores, formas y composición, que funcionan como transmisores de significado o mensajes en las obras artísticas.

**Figura 1**



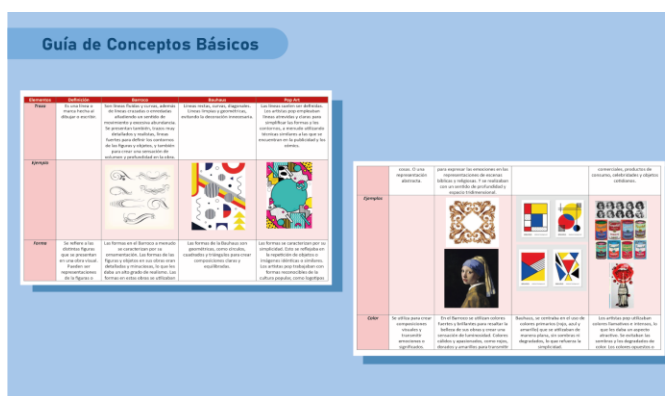
**Figura 1:** Muestra Pág. 1 y 2 del Documento de Lectura de Escuelas Artísticas Barroco, Bauhaus y Pop Art.

**Fuente:** Archivo de investigación

Esta parte de la investigación se basó en la revisión de un documento que proporcionaba información clara y concreta, respaldada por imágenes de obras representativas. Este material permitió a los estudiantes familiarizarse con las distintas escuelas artísticas y desarrollar un conocimiento sólido que

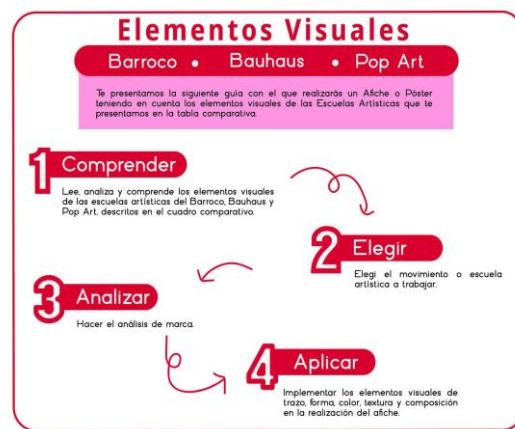
serviría como base para su proceso creativo. Además, se creó un segundo instrumento: una guía de aplicación de los signos representativos de las artes plásticas. Esta guía detallaba los elementos de composición, como trazo, forma, color, textura y composición, extraídos de las obras analizadas.

**Figura 2**



**Figura 2:** Muestra Pág. 1 y 2 de la Guía de conceptos  
**Fuente:** Archivo de investigación

**Figura 3**



**Figura 3:** Guía de conceptos – Elementos Visuales  
**Fuente:** Archivo de investigación.

La Figura 3, expone los pasos que se determinaron según las observaciones en el proceso de creación evidenciado en los estudiantes. Puesto que cuando se define los pasos específicos de comprender los elementos visuales, elección del movimiento o escuela artística, analizar la marca y su concepto y, por último, aplicar los elementos, se está proporcionando una ruta al estudiante para clarificar y profundizar los saberes previos en consonancia con la interpretación de elementos para dar con la aplicación.

La validación de estos documentos, contó con la participación de expertos en los campos del arte, diseño e investigación, quienes evaluaron la pertinencia del contenido desde su experiencia. Este proceso permitió asegurar la idoneidad de los materiales para los acercamientos del investigador-estudiante.

Posteriormente, se llevó a cabo una inmersión con un grupo de enfoque compuesto por estudiantes de quinto semestre de Diseño Gráfico de la

Universidad Católica Luis Amigó, dentro del curso de diseño y contexto. A los estudiantes se les encomendó la creación de tres piezas gráficas: un póster, una portada de revista y una postal, con el objetivo de promocionar una marca, utilizando como referencia el primer documento de lectura.

Se indicó a los estudiantes que trabajaran en grupos, con el fin de explorar cómo la diversidad de perspectivas, comprensiones y conceptos influía en su proceso creativo, en relación con el contenido del documento. Tras un período determinado para la creación, se recolectaron las piezas elaboradas.

Sin embargo, al analizar las piezas creadas, se observó que no lograban transmitir un mensaje persuasivo y que su composición gráfica se limitaba a la reproducción directa de los elementos de las obras representativas presentadas en el instrumento de apoyo para el proceso creativo.

**Figura 4**



**Figura 4:** Muestra de Piezas gráficas (Póster, revista y postal)

**Fuente:** Trabajo académico realizado por un grupo de estudiantes del curso Diseño y Contexto.

Después de evaluar los resultados obtenidos, se decidió continuar con un segundo ejercicio de aplicación de la guía de conceptos, nuevamente con el mismo grupo de enfoque. Esta vez, se pidió la creación de solo una pieza gráfica, buscando que, al conceptualizar y diseñar esta pieza a partir de la guía, se lograra un mejor resultado en términos de composición y comunicación. Al recibir los resultados de este segundo ejercicio, se observó que, si bien hubo una mayor apropiación de los elementos visuales

descritos en la guía, no fue significativa. Los estudiantes, al retomar sus piezas gráficas desde la perspectiva de las escuelas artísticas, realizaron rediseños considerando aspectos como la forma, el trazo, el color y la composición, reconociendo las características icónicas de cada escuela. Sin embargo, no lograron enriquecer la pieza desde el punto de vista conceptual. Esto resultó en que las piezas no fueran novedosas, sino más bien copias de estilos preexistentes.

**Figura 5**



**Figura 5:** Muestra de Pieza gráfica en formato de revista con la aplicación de la escuela artística Bauhaus.

**Fuente:** Trabajo académico realizado por el mismo grupo de estudiantes del curso Diseño y Contexto en comparación con la Figura 4.

Dado que el primer ejercicio no produjo los resultados esperados, se optó por aplicar el mismo procedimiento a un segundo grupo focal, compuesto por estudiantes del curso de Diseño Vectorial, pertenecientes al segundo semestre de Diseño Gráfico. Sin embargo, se realizaron modificaciones en la metodología: los dos ejercicios se

aplicaron de manera individual, con el objetivo de que cada estudiante demostrara su comprensión y aplicación de los conceptos del documento de lectura y la guía en la creación de una pieza gráfica. Además, el tipo de pieza gráfica cambió, pasando a ser un afiche por cada movimiento o escuela artística, destinado a promocionar una marca de bebida.

En este segundo grupo focal, se observaron resultados más satisfactorios en términos de creatividad y apropiación conceptual. Al trabajar con el documento de lectura, los estudiantes utilizaron la herramienta como una guía para comprender y explorar los estilos de las escuelas del Barroco, Pop Art y Bauhaus. Esto les permitió fortalecer su proceso creativo al disponer de una amplia gama de textos e imágenes como referencia. Sin embargo, al igual que en el primer grupo

focal, algunas propuestas gráficas aún reflejaban elementos demasiado similares a los referentes originales, aunque en menor medida. A pesar de esto, se logró una reinterpretación creativa de los estilos artísticos del siglo pasado en el contexto contemporáneo, lo que resultó en la comunicación efectiva de un mensaje persuasivo.

**Figura 6**



**Figura 6:** Muestra de piezas gráficas en formato de Afiche o Póster con la aplicación del documento de lectura en el curso de Diseño Vectorial.

**Fuente:** Trabajo académico realizado por la estudiante Mariana Hernández Clavijo del curso Diseño Vectorial.

En la entrega del segundo ejercicio, se pudo observar el nivel de aplicación de los elementos de las artes plásticas en las piezas gráficas diseñadas. Se destacó la creatividad en el planteamiento, un mayor

nivel de interpretación entre las artes plásticas y el diseño, y el desarrollo de creaciones gráficas útiles y novedosas.

**Figura 7**



**Figura 7:** Muestra de Pieza gráficas en formato de Afiche o Póster con la aplicación de la Guía de conceptos en el Curso de Diseño Vectorial

**Fuente:** Trabajo académico realizado por la estudiante Mariana Hernández Clavijo del curso Diseño Vectorial.

Finalmente, después de la creación de los instrumentos del documento de lectura y la guía de conceptos, y una vez que se pasó la prueba de aplicación, se planteó la validación por parte de los actores activos de la investigación, es decir, los estudiantes. Para esto, se diseñó un formulario de verificación con el fin de recopilar la apreciación de los ejercicios propuestos en los cursos de Diseño y Contexto y Diseño Vectorial.

El formulario incluyó preguntas sobre el nivel de claridad de la información proporcionada, la facilidad para sistematizar los elementos visuales de las escuelas artísticas y la efectividad en la elaboración de piezas gráficas que expresaran un mensaje de comunicación en el contexto actual.

En cuanto a la aplicación del documento de lectura, la mayoría de los participantes encontraron que este proporcionaba información clara y útil para comprender los elementos visuales del Barroco, la Bauhaus y el Pop art, así como sus

contextos históricos. Les permitió crear una línea gráfica y aprovechar las características icónicas de estos estilos. Sin embargo, algunos mencionaron que el documento podría haber sido más detallado y específico, lo que generó la necesidad de realizar investigaciones adicionales para obtener información más completa.

Respecto a la guía de aplicación de los elementos visuales, los estudiantes apreciaron este instrumento como un recurso valioso para comprender, seleccionar, analizar y aplicar los elementos en la creación de piezas gráficas. Consideraron útil la descripción concisa de las líneas gráficas y elementos representativos de las escuelas artísticas. Además, los ejemplos y análisis les permitieron tomar decisiones y explorar nuevas formas de expresión artística basadas en las lecciones aprendidas de manera práctica y significativa.

Las respuestas obtenidas por los estudiantes fueron significativas para

determinar la guía de aplicación como un instrumento pedagógico que, gracias a su construcción, orienta al estudiante en su proceso creativo. Proporciona los elementos visuales necesarios para trascender la imitación y explorar la fusión de dichos elementos del arte en la creación de piezas con impacto, tanto por su creatividad como por su mensaje expresivo, en coherencia con el contexto contemporáneo.

## 4. RESULTADOS

### **4.1 Respuesta en la comunicación visual innovadora**

Este trabajo ha representado una experiencia significativa en la construcción del conocimiento, ya que se logró establecer las conexiones entre los elementos de las artes plásticas y la gramática visual. Esta sinergia se revela como la clave que potencia los procesos creativos, al permitir una interpretación más profunda por parte del estudiante de las escuelas artísticas y sus elementos visuales en relación con el mundo posmoderno, ampliando así el horizonte de creación.

El enfoque creativo siempre ha existido en el imaginario colectivo, pero en el ámbito de la comunicación, cuando se busca que el mensaje sea persuasivo puede darse una mirada limitada hacia la novedad. Los procesos de creación, pasan por periodos limitantes, que se encierran en repeticiones de esquemas. Aunque en todos los espacios imperen las imágenes, su influencia por sí sola no potencializa en la persona el área de la creatividad, es necesario hacer ejercicio de observación, identificación y comparación que lleve a la apropiación. Este artículo expone una aproximación más consciente al proceso creativo, indicando la influencia de las artes plásticas y las escuelas artísticas, la

herencia de lo tradicional con lo contemporáneo. Un diálogo que hace enriquecedor el proceso creativo, al hacer posible que se encuentren los elementos visuales y su función comunicativa. Es un acercamiento de la expresión de las artes con el lenguaje visual de la imagen. Este ejercicio vislumbró en el primer grupo focal que limitado a una mirada unilateral no proponía desde lo conceptual de las escuelas artísticas, sino que representaba una réplica, reduciendo la propuesta gráfica a un mensaje no persuasivo. Por lo que fue conveniente, retomar el proceso al área individual, reafirmando como los procesos personales de interpretación de los elementos, asimilación de información y acciones de creación permite una apropiación del proceso creativo, que da cuenta de la íntima relación de los procesos mentales en la identificación de la imagen con la relación del entorno a la que se quiere impactar. Coincidiendo con la afirmación de que la comprensión del entorno surge de la propia interacción, por lo que los mensajes visuales que se plasman en las piezas gráficas son el resultado de interacciones internas del pensamiento y externas del conjunto de experiencias.

Este argumento surge de la relación de las respuestas de los estudiantes al formulario, que descubre una percepción general de la narrativa conceptual y gráfica que modeló su forma de abordar la creación de las piezas gráficas, hay un reconocimiento de la viabilidad de la extensión de la teoría proporcionado de las escuelas artísticas, pero se encontró mayor afinidad e identificación con la guía de conceptos, debido al orden, capacidad de síntesis y claridad fortaleciendo la comprensión y el análisis. El estudiante como agente creador se reconoció como sujeto creativo al permitirse explorar de manera organizada los componentes

artísticos de los movimientos artísticos que se articulan con su percepción, sentido de expresión y comunicación en la pieza final creada.

De esta manera, se reafirma la forma en que esta combinación entre la riqueza del arte visual y la innovación gráfica genera mensajes persuasivos. En este proceso, se valora tanto la herencia del arte como las innovaciones en la comunicación visual, lo que contribuye a la creación de piezas gráficas impactantes y efectivas.

Cada paso en el proceso creativo, finalmente permitió demostrar la pertinencia de la guía en la pedagogía del arte y el sentido de búsqueda que enriquece la experiencia de aprendizaje de los estudiantes. Esta guía permite comprender, interpretar, analizar y aplicar los elementos visuales de las escuelas artísticas, lo que representa una valiosa contribución a los procesos de creación. Asimismo, se reconoce la importancia de la individualidad del estudiante como sujeto pensante y principal actor de sus procesos de aprendizaje, que se enriquecen a través de la experiencia práctica, la interacción social y la reflexión, o una combinación de estas.

## 5. CONCLUSIÓN O REFLEXIÓN

Esta investigación representa un paso hacia adelante para llevar el arte y el diseño gráfico más allá de sus límites convencionales, creando un espacio propicio para la innovación y la expresión persuasiva en el ámbito publicitario. La guía propuesta y los resultados obtenidos no sólo enriquecerán la educación de los diseñadores, sino que también tienen el potencial de impactar profundamente la forma en que se conciben y ejecutan las estrategias visuales en el mundo

publicitario. La función pedagógica y el nivel investigativo que promueve la guía, fortalece en los creativos la construcción de piezas que trascienden la imagen desde lo estético para llegar a ser resonadores de mensajes efectivos en la publicidad.

En consonancia con lo anterior, se atribuye el valor comunicativo a la imagen y su potencial conexión con el receptor, característica que es permanente en el tiempo y en todo contexto, de ahí que en el proceso creativo se convierte en un apoyo inspirador y revelador en la consolidación de identidades, representaciones del contexto y expresiones de valores.

Por tanto, es crucial comprender que los signos representativos sirven como la base fundamental para trazar puentes entre el imaginario colectivo y su aplicabilidad en el diseño. Sin embargo, es esencial destacar que esta exploración no busca simplemente emular obras artísticas, sino más bien fusionar las riquezas del arte visual con la innovación gráfica para crear mensajes persuasivos y vanguardistas. Este proceso conlleva a una creación que no solo reconoce la tradición artística, sino que también incorpora la innovación de la comunicación visual contemporánea de manera integral.

Al profundizar en los resultados, queda evidente que la combinación entre la riqueza del arte visual y la innovación gráfica genera mensajes persuasivos y efectivos. La integración de elementos visuales de las escuelas artísticas en el diseño publicitario no solo enriquece estéticamente las piezas gráficas, sino que también les proporciona una profundidad conceptual que conecta con el público de manera más efectiva. Es importante esta comprensión, puesto que

hay un interés en las experiencias y las percepciones humanas para que esta herramienta pedagógica contribuya al profesionalismo del diseño publicitario, apoyándose del recurso conceptual sólido y la capacidad en el análisis y abordaje visual.

En última instancia, esta investigación no solo proporciona herramientas pedagógicas valiosas para los estudiantes de diseño gráfico, sino que también establece un nuevo estándar para la creatividad y la efectividad en el diseño publicitario. La fusión entre la tradición artística y la innovación contemporánea ofrece un camino prometedor hacia la creación de piezas gráficas persuasivas y novedosas que resuenan con el público moderno y responden a las demandas del entorno publicitario actual.

## 6.REFERENCIAS

- Branda, M., & Cuenya, A. (2014). *Comunicación visual. Reflexión y práctica de enseñanza*. Buenos Aires - Argentina: Edulp.
- Charlotte, & Fiell, P. (2020). *Diseño del siglo XX*. Hohenzollernring: Taschen.
- Consuegra, D. (1967). *De Marcas y Símbolos*. Bogotá: Triblos Ltda.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona. España: Paidós.
- Costa, J. (2021). *Cara a cara con el diseño: por el progreso del diseño gráfico y de la sociedad*. España: Experimenta.
- Dondis, D. (2011). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelo: Gustavo Gili, SL.
- Entenza Rodríguez, A. I. (2015). *"Elementos básicos de las representaciones visuales funcionales análisis crítico de las aportaciones realizadas desde diversas disciplinas"* Documento de Reserva - Tesis Doctoral. Obtenido de Universidad Autónoma de Barcelona: <https://ddd.uab.cat/record/133483>
- Frascara, J. (2018). *El Poder de la imagen. Reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires - Argentina: Ediciones Infinito.
- Frutiger, A. (2007). *Signos, símbolos, marcas y señales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Imaginario, A. (2020). *Art Pop: características, artistas y obras claves*. Obtenido de Cultura Genial: <https://www.culturagenial.com/es/arte-pop/>
- Julier, G. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili S.L.
- Leborg, C. (2013). *Gramática Visual*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Munari, B. (2008). *Diseño y Comunicación Visual*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Reboucas, B. (2013). Procesos de creatividad y creación en la comunicación. Obtenido de Revista Universitària de Treballs Acadèmics, ISSN-e 2013-0740, N°. 5: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4847196.pdf>

Sanz, J. (1976). *El libro de la imagen*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.

Sienra, R. (22 de Julio de 2022). *20 movimientos artísticos revolucionarios que definieron la historia del arte*. Obtenido de Blog mymodernmet: <https://mymodernmet.com/es/movimientos-artisticos-importantes/>

Taranilla de la Varga, C. (mayo de 2018). *Breve historia del Barroco*. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <https://club-lectura.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/sites/46/2020/05/BREVE-HISTORIA-DEL-BARROCO.pdf>

Yáñez Martínez, B. (2021). *Identidad a través de la mirada: diálogo visual con las alturas en el contexto universitario de Diseño y Artes*. Kepes. Vol. 18 Núm. 24, 171 - 196.

Zweig, Stefan (1997). *El misterio de la creación artística*. Sequitur.