



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIANTE:
LISSETTE ISABEL MORENO CÉLLERI**

**DOCENTE TUTOR:
LIC. LILIAN SUSANA MOLINA BENAVIDES PHD**

**ARTÍCULO ACADÉMICO:
COMUNICACIÓN VISUAL: COMPOSICIÓN DE CONTENIDOS
PUBLICADOS EN LA FANPAGE DE RADIO RECORD**

2022

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe; **Lisette Isabel Moreno Céleri** con C.C: **2450170607**, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Artículo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Comunicación Visual: Composición de contenidos publicados en la fanpage de Radio Record**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 19 de enero del 2022

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, reading "Lisette Isabel Moreno Céleri". The signature is written in a cursive style and is positioned above the printed name and ID number.

Lisette Isabel Moreno Céleri
C.C 2450170697



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC ARTÍCULO
ACADÉMICO
MODALIDAD TELETRABAJO**

La Libertad, 19 de enero de 2022

Magíster
BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN
En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **LISSETTE ISABEL MORENO CÉLLERI**, con cédula de identidad N° **2450170697**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el **Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC**, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma Zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: **LISSETTE ISABEL MORENO CÉLLERI**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **COMUNICACIÓN VISUAL: COMPOSICIÓN DE CONTENIDOS PUBLICADOS EN LA FANPAGE DE RADIO RECORD**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico. Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del estudiante, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD
DOCENTE TUTOR

**Comunicación Visual: Composición de contenidos publicados en la fanpage de
Radio Record**

**Visual Communication: Composition of content published on the Radio
Record fanpage**

Lisette Isabel Moreno Céleri

<https://orcid.org/0000-0002-6315-7203>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

lisette.morenocelleri@gmail.com

Lilian Susana Molina Benavides

<https://orcid.org/0000-0001-7849-9444>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

lmolina@upse.edu.ec

Resumen

Los medios de comunicación dejaron de ser tradicionales para ser digitales, cambiando no solo de soporte, sino también de diseño, comunicando no solo desde la narración sino también con elementos visuales que pueden comunicar más que las propias palabras, por ello se plantea el siguiente objetivo de investigación: diferenciar los elementos de la composición visual en los contenidos noticiosos de Radio Record. En las redes sociales como facebook, hay millones de usuarios que comparten todos los días imágenes, videos, transmisiones en vivo, entre otros contenidos multimedia que se convierten en información para cualquier persona, incluso para el medio de comunicación mismo. La metodología aplicada es cualitativa-analítica mediante la técnica de la observación no participante, se aplicó como instrumento una ficha de observación etnográfica digital, como población se enfocó a los contenidos noticiosos y la muestra considerada fueron los últimos 15 días del mes de noviembre con un total de 96 publicaciones. Los resultados obtenidos fueron que el medio de comunicación no produce comunicación visual en sus contenidos; en lo referente a discusión, la relación entre los resultados y los teóricos coinciden en que no hay un estilo propio y original de diseño visual en la mayor parte de sus contenidos.

Palabras claves: comunicación visual, composición, contenidos, información, fanpage.

Abstract

The media stopped being traditional to be digital, changing not only the support, but also the design, communicating not only from the narrative but also with visual elements that can communicate more than the words themselves, so the following research objective is: Differentiating the elements of visual composition in the news content of radio record. On social networks like facebook, there are millions of users who share images, videos, live broadcasts, among other multimedia content every day that become information for anyone, even for the media itself. The methodology applied is qualitative-analytical through the technique of non-participant observation, was applied a digital ethnographic observation form, as population focused on news content and the sample considered were the last 15 days of November with a total of 96 publications. The results obtained were that the media does not produce visual communication in its contents; In terms of discussion, the relationship between the results and the theorists agree that there is no proper and original style of visual design in most of its contents.

Keywords: communication visual, composition, contents, information, fanpage.

Introducción

Desde que la comunicación se unificó con la digitalización los productos comunicacionales son más creativos, esto por la aparición de múltiples herramientas y softwares que sirven para componer y editar imágenes, videos, audios, entre otros recursos multimedia. Por ello, las ramas de la comunicación se fueron expandiendo más allá de lo tradicional, y la comunicación visual es un claro ejemplo de la evolución que han tenido los medios de comunicación e incluso los profesionales de esta área.

A continuación, se presentarán estudios que permiten contextualizar la problemática a nivel internacional, nacional y local.

Pino et al. (2020), realizaron una evaluación de la importancia de la comunicación visual para una empresa donde expresan lo siguiente:

El Diseño de Comunicación Visual interviene en la concepción de la interfaz-humano-tarea-producto, mediante el análisis, la organización y la generación de soluciones, para resolver problemas de interacción y comunicación desde lo visual, que posibiliten la realización eficiente de las acciones demandadas por el usuario (p. 3).

Para construir un producto comunicacional hay que ponerse en el lugar de los usuarios, pensar como el usuario y reaccionar como el usuario, y así conseguir que ellos realicen una determinada acción con el producto final.

Mirzoeff (2003), profesor de Medios, Cultura y Comunicación menciona en su libro titulado Una introducción a la cultura visual que:

Los críticos en disciplinas tan diferentes como la historia del arte, el cine, el periodismo y la sociología han comenzado a describir este campo emergente como cultura visual. La cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual. Entendiendo por tecnología visual cualquier forma de aparato diseñado ya sea para ser observado, o para aumentar la visión natural, desde la pintura óleo hasta la televisión e internet (p.19).

Así como una información se considera necesaria y oportuna, la comunicación visual debe reflejar lo mismo en los medios de comunicación para que el contenido sea legible, atractivo y entendible para cada uno de los usuarios. Y ese fenómeno de que el medio recepta y hace lo que el usuario ve, comenta y publica también sucede en Ecuador. Algunos medios nacionales componen sus contenidos noticiosos mezclándolos con el humor, una hibridación que llega más al público, una composición y comunicación visual interesante que utiliza gráficos reconocidos acorde al tema noticioso y que los consumidores reconocen rápidamente solo con ver la imagen.

“Durante el siglo XX los medios de comunicación adoptaron nuevas formas y cada nueva técnica aportó al diseño un control mayor sobre el proceso gráfico, facilitando herramientas para la creación de diseños innovadores y de gran originalidad” (Hernández, 2018, p.11).

Angulo (2016), concluye su trabajo de investigación mencionando que:

En definitiva, el “periodista digital” debe ser capaz de construir contenidos innovadores que amalgamen los elementos multimediales mediante el aprovechamiento cabal de los recursos hipermediales e interactivos. (...) A semejanza de los cocineros, los nuevos periodistas deberán aprender qué ingredientes comunicativos son compatibles entre sí y cuáles, por el contrario, no se complementan en absoluto, dependiendo del plato informativo que pretendan servir (p.73).

Los periodistas, comunicadores y medios de comunicación en general deben ser uno de los primeros sectores en construir y componer contenidos noticiosos originales, con nuevos ingredientes, totalmente creativos e innovadores, porque la comunicación es tan cambiante y exigente que, incluso, una noticia puede tomar diversos enfoques solo con implementar comunicación visual.

Regalado (2019), narra en su investigación con respecto a la comunicación visual que:

El crecimiento de elementos visuales tiene una alta influencia en las transformaciones sociales además permite persuadir en la forma de pensar, sentir y actuar en base a la sociedad. Hoy en día existe la posibilidad de producir recursos gráficos y éstos a su vez transmitirlos a todo el planeta con la ayuda de algunas herramientas que ofrece la comunicación visual, con ellas se pueden crear o modificar imágenes con la finalidad de difundir algún tema de interés común (p.35).

En la provincia de Santa Elena poco a poco a ocurre lo mismo, no en medios de comunicación, pero sí en campañas políticas, donde los personajes transforman su imagen en ilustración, tienen su línea gráfica, entre otros recursos visuales. Una perspectiva general que se tiene de los medios de comunicación peninsulares es que estos se dedican a emitir sus noticias mediante transmisiones en vivo, el cual no hace más que proyectar video y audio sin comunicación visual alguna.

Las variables detectadas para el desarrollo oportuno de la investigación son acordes al tema a tratar. Como variable independiente está comunicación visual, la rama principal que aborda todo el estudio del caso, define el inicio de la ruta de la investigación para ir desglosando subtemas relacionados al tema de estudio. Como variable dependiente está la composición, la especificación y punto central de la investigación, ayudando de delimitar el tema para realizar una búsqueda más profunda y precisa. Y como variable interviniente está el objeto de estudio, en este caso la fanpage de Radio Récord, donde se publican los contenidos ya producidos los cuales serán el objeto a observar y analizar.

La comunicación visual es necesario en el campo del periodismo porque permite dar fuerza a un mensaje que se quiere transmitir, por ejemplo, un texto acompañado de un elemento visual tendrá mayor poder informativo o persuasivo en la audiencia. También, es importante porque permite transmitir ideas de una forma más sencilla, describir un tema en específico con ilustraciones simples será más consumido que un párrafo de ocho líneas.

El propósito de esta investigación es que los medios de comunicación reconozcan la importancia de la comunicación visual al componer sus contenidos, que sean productores originales, y que tengan un distintivo propio de los demás medios.

El principal objetivo de esta investigación, identificar los elementos visuales que utiliza Radio Record en la composición de sus contenidos noticiosos. Así mismo como objetivos específicos, categorizar los contenidos multimedia utilizados por Radio Record en sus publicaciones noticiosas, describir el estilo del diseño de los contenidos noticiosos publicados en la fanpage de Radio Record, y determinar la importancia de la comunicación visual para la composición de contenidos informativos en soportes digitales. La investigación nace a partir de una hipótesis, un enunciado no verificado que se busca confirmar o refutar. Esta afirma o niega si Radio Record produce contenidos con una comunicación visual entendible, activa y original.

La historia de la comunicación visual empezó desde que el hombre tuvo la necesidad de comunicarse, y al no poder expresarse de forma oral, un idioma, lo hacían con gestos y trazos como dibujos, es decir, visualmente. Ilustraban en diferentes soportes que eran propios del mundo y la naturaleza como en cuevas, piedras y hojas, los primeros nativos narraban las historias de los hechos más relevantes que ellos vivían, tiempo después fueron analizadas y consideradas como artes rupestres.

La comunicación visual se encuentra en todas partes, y en las redes sociales como Facebook, esta comunicación es digital, empleándose en imágenes, videos y transmisiones en vivo, los cuales son los más empleados en la fanpage de Radio Record para la divulgación de información noticiosa.

El medio de comunicación radial ha tenido que adaptarse a las nuevas narrativas digitales de redes sociales para convertirse ahora en un medio audiovisual y no solo auditivo. “Se entiende por comunicación visual la información que emite un emisor al receptor mediante imágenes y este a su vez interpreta la imagen según sus filtros personales, cultura, entre otros aspectos sociales” (Sarmiento y Rodríguez, 2019, p.32).

Arias y Pezo (2018), mencionan en un artículo académico sobre la comunicación visual que:

La comunicación visual se ha plasmado bajo criterios experimentales hacia la funcionalidad, esta visión ha evolucionado bajo el esquema que la sociedad presenta como necesidad, los códigos tangibles y visibles, nacen en 1945 por Norbert Wiener de los problemas relacionados con el lenguaje visual, el control y la mecánica estadística, tanto en los organismos vivos como en la máquinas, gracias a esta perspectiva se determinó así, un nuevo campo a la investigación, la cibernética desde el presente realista con la mira al futuro materializable (p.2).

Angulo (2016), argumenta en una investigación a medios digitales bolivianos que:

La mayoría de los medios se limitan en internet a un simple “volcado” o “calcado” de contenidos impresos, radiofónicos o televisivos sobre el soporte digital. De ahí que los contenidos propuestos en estos medios no desarrollan adecuadamente los atributos del diseño multimedial. (p. 52)

Por otro lado, respondiendo a la siguiente variable sobre composición, este también es considerado un arte donde la creatividad es fundamental para desarrollar productos de comunicación visual estéticamente atractivos.

Eggers y Dilon (2018), mencionan en su libro titulado Artes visuales producción y análisis de la imagen que:

El lenguaje estructural maneja las relaciones entre espacios, volúmenes, formas, líneas, colores, texturas y dinámica en general, y las ordena a través de reglas que surgen de una sistematización en el estudio de las grandes obras de arte. El conjunto formado por estos elementos en cada obra, su relación y disposición y el tipo de equilibrio que produce, es la composición (p. 100).

Redondo (2014), en su libro titulado Ilustración digital menciona que:

Toda composición suele tener un motivo o elemento principal, si hay otros, estos deben estar subordinados al principal, por lo que debe existir una jerarquía de pesos y direcciones visuales que orienten el ojo del espectador a través de la ilustración, creando caminos para que su vista recorra la imagen (p.32).

La comunicación visual es un mundo de líneas, formas, objetos, colores, dimensiones, inspiraciones, y para trabajar en ello hace falta una creatividad alimentada con una buena formación teórica y práctica, y con ello está la composición.

Vite (2002), en un artículo titulado La imagen no es nada y se refiere a comunicación visual en el periodismo digital detalle que:

En el caso del periodismo digital el problema es de primera importancia. Situadas en medio de la llamada civilización de la imagen, las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones potencian el uso de imágenes. Estas adoptan la forma de logotipos, gif animados, banners de publicidad, fotografías o animaciones en Flash. (...) Basar el diseño de una pieza gráfica en ese supuesto sólo puede dar por resultado un diseño que a lo sumo sólo podemos calificar de bonito. Considerar el diseño desde el punto de vista de la comunicación visual sitúa el problema en otra dimensión: la de transmitir información a través de la forma.

Según los elementos visuales que menciona Omar Vite y los observados en la fanpage de Radio Record son:

1. Texto: un texto acompañado de elementos visuales tendrá mayor poder informativo o persuasivo en la audiencia.
2. Imágenes: una técnica más de los medios de comunicación, son mensajes informativos de carácter visual.
3. Videos: herramienta perfecta para mostrar y explicar de manera clara y breve. Su carácter visual y su capacidad de decir mucho en poco tiempo son características claves para calar entre una audiencia amplia.
4. Logotipos: representaciones gráficas o simbólicas de las marcas, tiene la misión de identificar a la empresa.

5. Línea gráfica: ayuda a potenciar la comunicación visual, un medio para orientar la percepción de la marca empresarial.

6. Caracteres: son barras informativas, sirven para identificar aspectos importantes que no se dicen frecuentemente de forma verbal.

Materiales y métodos

El diseño metodológico utilizado para desarrollar esta investigación con efectividad es el siguiente:

Enfoque cualitativo: mediante la recolección y análisis de datos se describen los aspectos y cualidades de la composición de contenidos para la comunicación visual mediante el diseño multimedial de la fanpage de Radio Record, permitiendo que se detalle a profundidad y con especificación los atributos, características, rasgos y recursos utilizados en los productos comunicacionales publicados.

Descriptivo: Molina et al. (2017), detalla que muchas disciplinas científicas, especialmente las ciencias sociales, utilizan este método para obtener una visión general del sujeto o tema. Algunos sujetos no pueden ser observados de ninguna otra forma; por ejemplo, un estudio de caso social de un individuo representa un diseño de investigación descriptiva, y esto permite la observación sin afectar el comportamiento normal (p.27).

Analítico – Sintético: se descompone el tema de estudio para analizarlas de manera individual para conocer todas las partes de la multimedialidad como la imagen, video, sonido y texto aplicadas en la plataforma de facebook y luego integrarlas en las funciones que cumple en el objeto de estudio, caso Radio Record.

La observación será el principal paso metodológico para desarrollar la investigación:

Campos et al. (2012), mencionan en un artículo académico que la observación es:

En otras palabras, la observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica; a diferencia de lo que ocurre en el mundo empírico, en el cual el hombre en común utiliza el dato o la información observada de manera práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades (p.10).

El tipo de observación que se aplicará será:

Observación no participante: la persona que observa se mantiene ajeno a la situación a estudiar. Quien observa no se relaciona con el evento ni lo transforma, trata de mantener el marco referencial de la situación tal como es, sin que su apreciación sea influenciada por las percepciones de las personas que observa.

Dentro de la observación no participante existen 2 formas, directa e indirecta, pero la que se implementará será:

Observación indirecta: En este caso, el investigador obtiene la información de fotografías, gráficos, reportes, entre otros. No es lo mismo que el análisis documental.

Instrumento: Fichas de observación etnográficas digitales.

Meneses y Cardozo (2014), mencionan que:

Realizando una exploración de publicaciones e investigaciones que han usado o reflexionado sobre la etnografía virtual, se encuentra por un lado un gran interés por usar esta metodología en estudios de comunicación, uso de redes sociales en adolescentes y la aplicación en estudios de educación (p.9).

Resultados

Luego de recolectar la información mediante las 4 fichas de observación etnográficas digitales realizadas en los últimos 15 días del mes de noviembre, es decir del 15 al 30 de noviembre, con un total de 96 publicaciones se procedió a analizar los resultados.

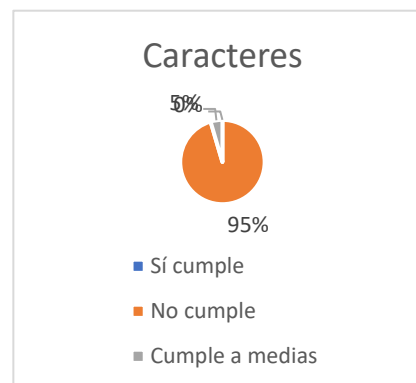
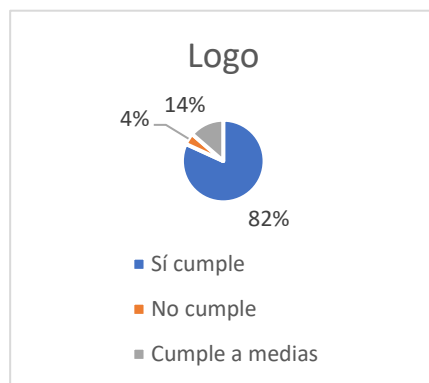
Publicaciones del 15 al 30 de noviembre	
Transmisiones en vivo – Set de grabación	22 publicaciones
Transmisiones en vivo	23 publicaciones
Imágenes	23 publicaciones
Videos	28 publicaciones
Total de contenidos noticiosos	96 publicaciones

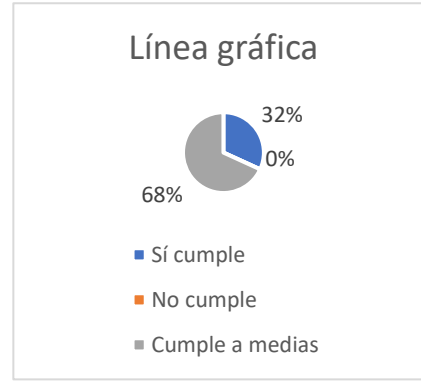
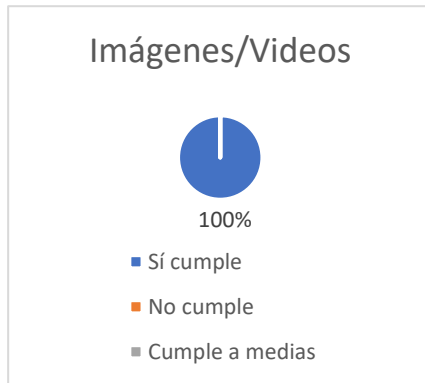
Tabla 1 Variable dependiente: Composición de contenidos
Elementos visuales en las transmisiones en vivo en el set de grabación

Indicadores	Sí cumple	No cumple	Cumple a medias	Total
Logo	18	1	3	22
Caracteres	0	21	1	22
Imágenes/Videos	22	0	0	22
Línea gráfica	7	0	15	22

Fuente: Fanpage de Radio Record

Figuras 1 Variable dependiente: Composición de contenidos





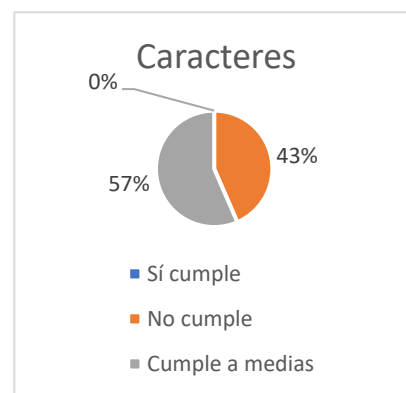
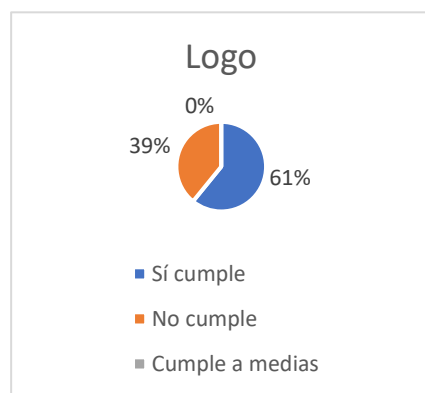
Análisis: en las transmisiones en vivo realizadas dentro del set de grabación el elemento visual que más predomina son la integración de imágenes y videos con un 100% para contextualizar las noticias. Por otro lado, con un 95% no cumplen con implementar caracteres, seguido con un 82% cumple con la integración de logo y un 68% cumple a medias su línea gráfica.

Tabla 2 Variable dependiente: Composición de contenidos
Elementos visuales en las transmisiones en vivo en el campo

Indicadores	Sí cumple	No cumple	Cumple a medias	Total
Logo	14	9	0	23
Caracteres	0	10	13	23
Línea gráfica	12	11	0	23

Fuente: Fanpage Radio Record

Figuras 2 Variable dependiente: Composición de contenidos





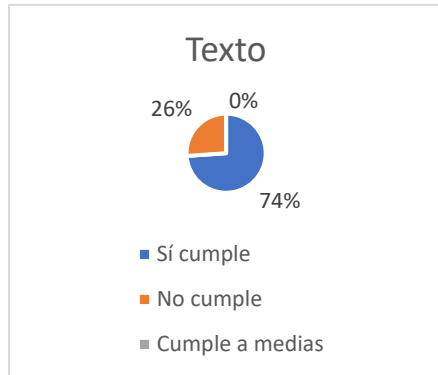
Análisis: con un 61% el elemento visual que predomina en las transmisiones en vivo en el campo es el logo, luego con un 57% se cumple a medias la utilización de caracteres, y con un 52% se cumple utilizar línea gráfica.

Tabla 3 Variable dependiente: Composición de contenidos
Elementos visuales en las imágenes

Indicadores	Sí cumple	No cumple	Cumple a medias	Total
Texto	17	6	0	23
Línea gráfica	12	11	0	23
Logo	18	5	0	23

Fuente: Fanpage Radio Record

Figuras 3 Variable dependiente: Composición de contenidos





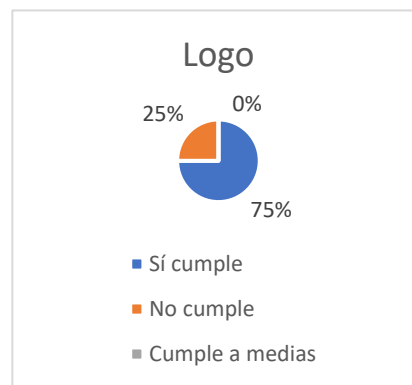
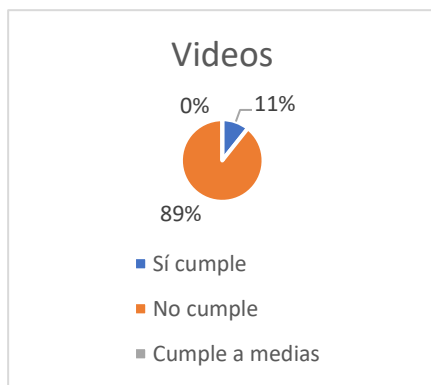
Análisis: con un 78% el elemento visual que predomina en la composición de imágenes es el logo, luego con un 74% se cumple la utilización de texto y finalmente con un 52% se cumple su línea gráfica.

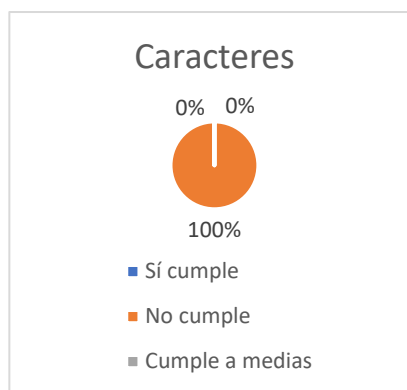
Tabla 4: Variable dependiente: Composición de contenidos
Elementos visuales en videos

Indicadores	Sí cumple	No cumple	Cumple a medias	Total
Videos	3	25	0	28
Logo	21	7	0	28
Línea gráfica	0	28	0	28
Caracteres	0	28	0	28

Fuente: Fanpage de Radio Record

Figuras 4 Variable dependiente: Composición de contenidos





Análisis: para la realización de videos, no se cumple al 100% con la utilización de su línea gráfica, así mismo se incumple al 100% con la implementación de caracteres. Solo el 11% de los videos son de elaboración propia y de estos el 75% tenía logo a pesar de no ser un video producido por el medio.

Discusión

Autores como Pino, Castro y Alvarez mencionan que es importante siempre pensar y ponerse en la posición del usuario, pero Radio Record no compone sus contenidos noticiosos de forma innovadora y creativa para que sea entendible con totalidad, por ejemplo, un video sería más entendible si tuviera animaciones de texto, ilustraciones, entre otros.

Mirzoeff, un profesor especialista en comunicación categoriza el campo de la comunicación visual como emergente para todo quien proporcione comunicación e información, según lo observado en las publicaciones de Radio Record, este no lo considera importante porque no hay comunicación visual alguna al componer sus contenidos, el elemento visual que más predominó según los resultados fue únicamente el logo en la mayoría de los contenidos noticiosos.

El diseñador gráfico Hernández argumenta que los medios de comunicación se han rediseñados para construir contenidos de gran originalidad, pero la mayoría de los contenidos de Radio Record no son 100% originales, ya que utilizan videos que se divulgan en las mismas redes sociales o de incluso de otros medios de comunicación sin diseño alguno para la construcción de un mensaje visual.

Angulo comenta que los periodistas que están inmersos en la actual era digital deben ser capaz de construir contenidos con nuevos ingredientes, dependiendo de la información que se difunda. Radio Record no realiza ediciones especiales dependiendo del contenido, no incorporan una narrativa exclusiva para alguna información que puede llegar a ser compleja para sus usuarios, como por ejemplo temas de economía, política, entre otros.

Omar Vite detalla que al considerar el diseño desde el punto de vista de la comunicación visual sitúa el problema en otra dimensión: la de transmitir información a través de la forma. Pero Radio Record no compone más forma que sus elementos visuales empresariales.

Conclusiones

Esta investigación culmina con las siguientes conclusiones:

- Los elementos visuales que predominan en los contenidos noticiosos publicados en su fanpage están direccionados a la composición desde el diseño gráfico empresarial, es decir, la utilización del logo y línea gráfica. Marcando únicamente un estilo de diseño a las noticias, pero sin la implementación de recursos adicionales para la construcción de la comunicación visual, el contenido del mensaje, en este caso, las noticias.
- El elemento visual más utilizado en la mayor parte de sus productos comunicacionales publicados en la fanpage de Radio Record es el logo, ya que este se lo puede integrar en los demás formatos visuales como imágenes, videos, y transmisiones en vivo.
- La debilidad más grande que se visualiza en Radio Record es que no producen contenidos audiovisuales en cuanto a formato en video, lo que realizan es extraer los videos que se difunden en las redes sociales o incluso de otro medio de comunicación, copiar y pegar. Sin implementar un diseño propio y original mediante la edición.
- Existe un desorden en la composición de los contenidos, Radio Record no tiene establecido una utilización permanente de los elementos visuales, se evidenció que publican algunos de sus contenidos sin logo, línea gráfica, e incluso algunos sin ningún elemento visual, perdiendo así su estilo de diseño.
- El formato visual que cuenta con más elementos visuales, diseño y composición, son las transmisiones en vivo dentro del estudio de grabación, esto porque allí se encuentran todas las herramientas tecnológicas que se utilizan para la edición y transmisión de videos, imágenes, logo, línea gráfica, caracteres y texto.

Recomendaciones

- Radio Record debe definir su línea gráfica, es el distintivo por el cual se reconoce a la empresa a primera vista, por sus colores, formas, tipografía y demás elementos visuales que se adapten para componer cada una de sus publicaciones, tanto para imágenes, videos y transmisiones en vivo. Sobretudo respetar la misma, no cambiar cada uno de estos elementos porque pierde su originalidad.
- No utilizar material audiovisual de otro medio de comunicación. Radio Record también debe estar en la capacidad de producir sus propios videos informativos, al utilizar la imagen de los periodistas, la voz de los periodistas, y el logo del medio de comunicación causa una confusión visual para los usuarios que creen que están en la fan page de un medio cuando en realidad la radio copió y pegó.
- Crear productos de comunicación visual interactivos. Cuando una información se vuelve compleja de entender para el usuario, el medio de comunicación, en este caso Radio Record, tiene la responsabilidad de reestructurar la imagen, el video, o la transmisión en vivo para ser precisos, concisos y entretenidos. Implementando en sus videos animaciones, colores, tipografías, símbolos, ilustraciones, entre otros recursos.
- Considerar la comunicación visual como una narrativa importante para la difusión de sus contenidos noticiosos para transformar la cultura visual de la provincia.

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a Dios, por darme esta oportunidad de vida y educación, el permitirme cumplir una de tantas metas. A toda mi familia por estar a mi lado, en especial a mi mamá y abuelos por apoyarme en cumplir mis objetivos, aconsejarme y cuidarme. A todos los docentes de la carrera de Comunicación, en especial a mi tutora PhD. Susana Molina, que pusieron su profesionalismo y vocación en cada una de las asignaturas impartidas. A los productores de LRfilms, porque fueron también mis maestros, transformaron y perfeccionaron mi talento en la comunicación y producción.

Referencias bibliográficas

- Angulo, H. (2016). Periodismo multimedia: el diseño multimedial en el periodismo digital boliviano . *Scielo* , 26.
- Arias Villamar, J. A. (2018). La comunicación visual desde el aula para el mundo. *Revista multidisciplinar de la Universidad de Cienfuegos* , 6.
- Barnhurst, D. K. (1998). Periodismo visual. *Revista LATINA de Comunicación Social*, 5.
- Dilon, M. E. (2018). *ARTES VISUALES. PRODUCCIÓN Y ANÁLISIS DE LA IMAGEN*. Buenos Aires: Maipue.
- Flores, M. d., & Timoshenkov, M. (2016). Integración de herramientas digitales al periodismo multimedia en Tamaulipas: Estudio de caso de la cámara fotográfica digital, la grabadora de voz digital y la tableta. 16.
- García, M. R. (2014). *Ilustración digital*. Ministerio de Educación y Formación Profesional de España.
- Guillermo Campos y Covarrubias, N. E. (2012). LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD. 16.
- Hernández, M. (2018). La fotografía periodística y los social media: la jornada del 1 de octubre en Cataluña. *Innovacionumh*, 19.
- Meneses, T., & Cardozo, J. J. (2014). La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. *Scielo*, 9.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura digital* . Nueva York : PAIDOS IBERICA.
- Molina Lilian, N. V. (2017). *Investigación aplicada en Ciencias Sociales* . Santa Elena : Instituto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico INCYT – UPSE.
- Morochz, P. E. (Marzo de 2019). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38835/1/tesis%20corregida.pdf>
- Navalón, Á. H. (2018). HERRAMIENTAS Y FORMATOS DE COMUNICACIÓN VISUAL. *RuiNet*, 37.

- Nicó, Y. P., Pimienta, O. D., & Alvarez, A. A. (2020). Evaluar la calidad de la comunicación visual para una mayor usabilidad del software de gestión empresarial. *Revista Cubana de Ciencias Informaticas* , 3.
- Sarmiento, J., & Rodriguez, J. (2019). La comunicación visual en Instagram: estudio de los efectos de los micro-influencers en el comportamiento de sus seguidores. *Ediciones Complutense*, 2.
- Scolari, C. A. (2019). *Tweetland. Nuevos formatos textuales en la cultura snack* . Bogotá.
- Vite, O. (2002). La imagen no es nada. Comunicación visual en el periodismo. *Revista do Jornalismo.*, 8.