



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

Autor: **Martin Rodríguez**
Director: **Oscar Vintimilla**

Efectividad comunicacional del
diseño gráfico:

estudio comparativo entre **piezas**
tradicionales y animadas

Escuela de Diseño Gráfico

Trabajo de Graduación previo a la
obtención del título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Cuenca, Ecuador 2026

todo



fluye

Autor:

Martin Rodríguez

Director:

Oscar Vintimilla

Diseño y diagramación:

Autor

Cuenca Ecuador

2026

by

Efectividad comunicacional
del **diseño gráfico:**

estudio comparativo entre **piezas
tradicionales y animadas**

Martin Rodríguez

DEDICATORIA



A mis pas, Natalia y Oswaldo, quienes me han apoyado no solo en mi carrera como diseñador gráfico, sino en toda la vida. Gracias por cada uno de los consejos, pero sobre todo por enseñarme el valor del esfuerzo; porque, aunque las cosas no siempre salgan como espero, sé que di lo mejor de mí. Por inculcarme la gratitud, que me permite vivir una vida más plena, y la curiosidad, que me impulsa a seguir aprendiendo siempre.

A mi hermano Dani, quien, aun desde la distancia, me acompaña y ha sido un pilar fundamental en mi crecimiento tanto profesional como personal. Gracias por enseñarme que nada es imposible.

A ustedes les dedico esto, gracias por ser la razón de mi felicidad.

AGRADECIMIENTOS



A mi director de tesis, Oscar Vintimilla por guiarme en el camino correcto.

A mis tutores Anita Tripaldi y Paúl Carrión por compartir sus enseñanzas y estar atentos a cada paso que damos.

A INHAUS ESTUDIO por ayudarme a formar como profesional estos 2 últimos años.

Y a mis amigos y amigas, por acompañarme y hacer de este proceso una experiencia más divertida y llena de buenos momentos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS



Contenido

Dedicatoria.....	6
Agradecimientos.....	7
Índice de contenidos.....	8
Índice de imágenes.....	10
Resumen.....	12
Abstract.....	13
Objetivos.....	14
Introducción.....	15

Capítulo 1

Introducción del capítulo.....	17
Antecedentes y Problemática.....	18

Estado del Arte

Peralta.....	20
Ploetzner.....	21
Das.....	22
Zhao & Zhang.....	23
Song.....	24

Marco teórico

Animación tradicional.....	25
Animación digital.....	25
Stop Motion digital.....	26
Animación a mano.....	27
Rotoscopia.....	28
Pixilación.....	29
Motion Graphics.....	30

Diseñar para el movimiento	32
Diseño gráfico.....	33
Principios del diseño gráfico.....	33
La abstracción en la construcción del significado visual.....	34
Estilos del diseño gráfico.....	35

Eficiencia comunicacional

Eficiencia comunicacional	38
Del diseño estático al movimiento: claves para una comunicación efectiva.....	38
Funciones comunicativas del diseño gráfico y la comunicación visual.....	39

Teorías de la percepción

Teorías de la percepción	40
Teoría cognitiva del aprendizaje multimedia.....	40
Psicología de Gestalt.....	41

Investigación experimental

Investigación experimental	44
Investigación experimental aplicada al diseño y la comunicación visual.....	45
Grupos experimentales: Control y Tratamiento.....	45
Variables en el diseño experimental.....	45
Diseño de una investigación experimental.....	45

Investigación de campo

Investigación de campo	46
Kiuzr.....	46
Thom Griffith.....	47
Ismael Carpio.....	48
Sergi Carbonell.....	49

Conclusiones capítulo 1	50
--------------------------------------	----

Capítulo 2 52

Diseño de la investigación.....53

Método54

Instrumentos metodológicos.....55

Universo.....55

Muestra 56

Unidades de Análisis56

Variables 57

Forma de procesamiento de la información.....58

Procesamiento de las variables con escala de Likert.....58

Procesamiento de la variable “memorabilidad” y “persuasividad”59

Creación de las unidades de análisis..... 61

Sistemas gráficos y preproducción..... 61

Función publicitaria..... 62

Función de entretenimiento..... 65

Función informativa..... 68

Proceso de animación 71

Creación de Styleframes 71

Función Publicitaria..... 72

Función de entretenimiento..... 75

Función informativa..... 78

Análisis de las piezas audiovisuales..... 81

Función publicitaria..... 82

Función de entretenimiento..... 84

Función informativa..... 86

Capítulo 3 88

El experimento..... 89

Espacio 90

Categorización de respuestas 91

Matriz experimental y categorización de respuestas 92

Ejemplificación individual..... 93

Ejemplificación grupal 94

Función Publicitaria..... 94

Análisis y comparación de respuestas 95

Función de entretenimiento..... 96

Análisis y comparación de respuestas 97

Función informativa..... 98

Análisis y comparación de respuestas 99

Capítulo 4 101

Resultados 102

Función Publicitaria..... 103

Función de entretenimiento..... 104

Función informativa..... 106

Resultados generales 108

Hallazgo principal..... 112

Conclusiones 113

Bibliografía..... 115

ÍNDICE DE IMÁGENES



Contenido

Img 1: Distracción y Sobreestimulación. Glen Cummings (2009)	15
Img 2: El impacto de la tecnología. Ian McGlashan (2019)	18
Img 3: John Lounsbery de Walt Disney, trabajando en su escritorio de animación (1940).....	25
Img 4: Proceso de rodaje de una escena de baile para la película de animación stop-motion The Boxtrolls de 2014. Udites (2023).....	26
Img 5: Eric Goldberg, supervisor de animación de Genie en 'Aladdin' de 1992. Disney (1992).....	27
Img 6: Herramienta Mate de objeto en Premiere Pro. Adobe (2026).....	28
Img 7: Frame del videoclip musical "Sledgehammer" de Peter Gabriel. Youtube (2013).....	29
Img 8: Styleframes creados para campaña de Ford "Eco-boost". Joshua Harvey (2020).....	31
Img 9: Proceso de abstracción de "El Toro" de Pablo Picasso. Creana (2022).....	34
Img 10: Póster para la Exposición Bauhaus de 1923 en Weimar, Alemania. Joost Schmidt (1923).....	36
Img 11: Composición visual inspirada en el minimalismo. Lucy Jones (2020).....	36
Img 12: Póster Normandíe. A.M. Cassandre (1935).....	36
Img 13: Marilyn Monroe. Andy Warhol (1967)	36
Img 14: Portada de la revista WET. April Greiman (1979).....	36
Img 15: Póster para el ballet "Giselle". Armin Hofmann (1959)	37
Img 16: Portada del álbum Glenn Gould. S. Neil Fujita (1955).....	37
Img 17: Portada de la revista Ray Gun. David Carson (1990)	37
Img 18: What Remains of Gaza. Joey Guidone (2023).....	42
Img 19: Being a Writer. Joey Guidone (2023).....	42
Img 20: Sweet Peas. Joey Guidone (2023).....	42
Img 21: Logotipo. Kiuzr (2023)	46
Img 22: Logotipo. Bad Monkkey (2023)	47
Img 23: Ismael Carpio. Youtube (2020).....	48
Img 24: Sergi Carbonell. Labasad (2026).....	49
Img 25: Secuencia de styleframes. The Power of Sharing. Joshua Harvey (2023)	51
Cuadro 1. Img 26: Matriz experimental	60
Img 27: Look and feel. Imagen de mi autoría.....	63
Img 28: Imagen de mi autoría.....	66
Img 29: Imagen de mi autoría.....	66
Img 30: Imagen de mi autoría.....	69
Img 31: Imagen de mi autoría.....	69
Img 32: Secuencia de Styleframes. Imagen de mi autoría.....	73
Img 33: Secuencia de Styleframes. Imagen de mi autoría.....	74
Img 34: Secuencia de Styleframes. Imagen de mi autoría.....	76
Img 35: Secuencia de Styleframes. Imagen de mi autoría.....	77
Img 36: Secuencia de Styleframes. Imagen de mi autoría.....	79
Img 37: Secuencia de Styleframes. Imagen de mi autoría	80
Img 38: Imagen de mi autoría.....	82
Img 39: Secuencia de styleframes. Imagen de mi autoría.....	84
Img 40: Secuencia de styleframes. Imagen de mi autoría	86
Img 41: Espacio donde se realizó el experimento. Imagen de mi autoría.....	90
Cuadro 2. Img 42: Matriz experimental y categorización de respuestas.....	92
Cuadro 3. Img 43: Gráfico de Araña. Imagen de mi autoría.....	93
Cuadro 4. Img 44: Gráfico de Araña. Imagen de mi autoría.....	94
Cuadro 5. Img 45: Gráfico de Araña. Imagen de mi autoría	94
Cuadro 6. Img 46: Comparación de resultados. Imagen de mi autoría.....	95
Cuadro 7. Img 47: Gráfico de Araña. Imagen de mi autoría.....	96
Cuadro 8. Img 48: Gráfico de Araña. Imagen de mi autoría.....	96

Cuadro 9. Img 49: Comparación de resultados. Imagen de mi autoría.....	97
Cuadro 10. Img 50: Gráfico de Araña. Imagen de mi autoría.....	98
Cuadro 11. Img 51: Gráfico de Araña. Imagen de mi autoría.....	98
Cuadro 12. Img 52: Comparación de resultados. Imagen de mi autoría.....	99
Cuadro 13. Img 53: Suma de valores pieza publicitaria. Imagen de mi autoría.....	100
Cuadro 14. Img 54: Suma de valores pieza de entretenimiento. Imagen de mi autoría.....	100
Cuadro 15. Img 55: Suma de valores pieza informativa. Imagen de mi autoría.....	100
Img 56: Styleframe. Imagen de mi autoría.....	103
Img 57: Styleframe. Imagen de mi autoría.....	105
Img 58: Styleframe que representa la distracción. Imagen de mi autoría.....	107

PIEZAS AUDIOVISUALES

Animación función publicitaria. Hamburguesas Smash
<https://vimeo.com/1185021887?share=copy&fl=sv&fe=cj>

Animación función de entretenimiento. Kendrick Lamar. Heart pt6
<https://vimeo.com/1184653202?share=copy&fl=sv&fe=cj>

Animación función informativa. La Neuroplasticidad
<https://vimeo.com/1185021887?share=copy&fl=sv&fe=cj>

RESUMEN

Este proyecto tuvo como objetivo comprobar cómo la animación digital mejoró la comunicación visual frente a formatos estáticos, especialmente en la memorabilidad y retención del mensaje. Para ello, se desarrolló una investigación experimental en la que un grupo de control observó piezas estáticas y un grupo de tratamiento visualizó piezas animadas, evaluadas mediante variables como claridad, impacto emocional, composición visual, entretenimiento y comunicación. Los resultados evidenciaron que la animación digital no transformó radicalmente la claridad del mensaje, pero sí mejoró la experiencia perceptual del usuario, aumentando el entretenimiento, la atención inicial y favoreciendo indirectamente la recordación del contenido.

RESUMEN

ABSTRACT

This project aimed to verify how digital animation improved visual communication compared to static formats, especially in terms of message memorability and retention. To this end, an experimental study was developed in which a control group observed static pieces and a treatment group viewed animated pieces, evaluated through variables such as clarity, emotional impact, visual composition, entertainment, and communication. The results showed that digital animation did not radically transform message clarity, but it did improve the user's perceptual experience, increasing entertainment, initial attention, and indirectly favoring content recall.

ABSTRACT