

LA KINÉSICA COMO MEDIO PUBLICITARIO

Abel Martínez Benavides

Ana María Camacho B.

Corporación **U**niversitaria **M**inuto de **D**ios

Uniminuto.

Facultad: Ciencias de la **C**omunicación

Programa: Comunicación Gráfica.

Ciudad: Soacha Cundinamarca

Colombia

26/11/14.

Tabla de contenido

Resumen y Abstract.....	3
Introducción.....	4
Pregunta de investigación.....	8
Problemática	8
Línea de investigación	10
Justificación.....	11
Marco teórico.....	13
Estado del arte	18
Objetivo General	21
Objetivos específicos.....	21
Límites y alcance de la propuesta.....	22
Metodología e instrumentos de recolección de información.....	23
Cronograma de actividades	25
Justificación de su pieza gráfica.....	26
Análisis conceptual.....	31
Proceso de Fabricación.....	32
Descripción de la Propuesta	37
Presupuesto.....	38
Implementación	39
Análisis y depuración de información.....	44
Conclusiones del proyecto.....	50
Bibliografía.....	52

Resumen

A continuación se presenta una investigación de tipo descriptivo, que interpreta información sobre el tema de la kinésica y la comunicación corporal, enfatizando su interés en su definición. Se busca, a través de la indagación y análisis de los hallazgos obtenidos por medio de la implementación de una encuesta de observación a los estudiantes de la facultad de ciencias de la comunicación (comunicación gráfica) de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto, comprobar que tanta conciencia hay sobre el tema de la kinésica y la comunicación corporal, y como la comunidad educativa aplica sus conocimientos en las piezas gráficas que elaboran. El estudio se realizó con el propósito de constituir un manual que sirva de apoyo a los estudiantes de la comunidad, teniendo en cuenta que la kinésica y la comunicación corporal es: el estudio de los significados expresivos, apelativos o comunicativos de los movimientos corporales y de los gestos aprendidos o sumatogénicos no orales de percepción visual y auditiva o táctil. Este conocimiento permite al estudiante de comunicación gráfica transmitir sus ideas de una manera rápida y directa al receptor del mensaje publicitario. Por lo tanto, la importancia de su conocimiento y difundirlo. Para que tenga sentido su estudio e investigación se necesita que las entidades encargadas de la planificación de los currículos o pensums generen incentivo en los estudiantes, y que articulen los aportes que psicólogos, comunicadores corporales, sociales y grupos de investigación vienen gestionando sobre el tema a su labora como futuros comunicadores.

Palabras claves: publicidad, corporal, kinésica y comunicación.

1. Introducción

Esta investigación trata de definir, desde el ejercicio descriptivo, la importancia de la kinésica en el escenario de la comunicación corporal, con el fin de ofrecerle a los estudiantes de la facultad ciencias de la comunicación (comunicación gráfica) de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto un manual que recopila información sobre esta ciencia y la comunicación corporal, para que sea un instrumento de trabajo que les sirva, para el diseño e implementación de sus piezas gráficas y competencias profesionales. El marco referencial utilizado durante la investigación fue: José Hermida con su libro: *Hablar sin palabras (Cómo dominar todas las situaciones a través de los gestos)*, Javier Lillo con su libro: *El cuerpo habla (interpretación de gestos y posturas)* y Wolfe, Gillian con su libro: *¡Mira!: (el lenguaje corporal en la pintura)*. El análisis de estos documentos y la implementación de la encuesta de observación a los estudiantes de la carrera, nos ayuda a definir la importancia de la kinésica, la comunicación corporal, y la manera como este saber se puede aplicar en los resultados gráficos. Para su desarrollo este trabajo consta de un total de diecinueve capítulos:

Capítulo 1. Pregunta de investigación: Se determina por medio de una pregunta el problema que se abordara, y la forma como daremos solución a determinada dificultad.

Capítulo 2. Problema de investigación: Define el problema de investigación, la problemática que se pretende indagar, justifica el estudio sobre la definición de la kinésica, traza los objetivos que se conciben lograr.

Capítulo 3. Línea de investigación: Se vincula el proyecto con las líneas de investigación en la Educación, transformación social e Innovación, Este proceso conlleva a un Desarrollo Humano y Comunicativo, debido a que los conocimientos que el hombre

obtiene le permiten avanzar en su percepción que tiene de su entorno y como podrán ser utilizados para tener una nueva herramienta de comunicación Gráfica y visual.

Capítulo 4. Justificación: La presente investigación aporta a los Comunicadores Gráficos, los resultados obtenidos, se muestra la necesidad de conocer la kinésica e implementarla en sus trabajos.

Capítulo 5 Marco teórico: Se hace una indagación que tiene como finalidad primero: mostrar la importancia del estudio de la kinésica, entendida como el estudio de los significados expresivos, apelativos o comunicativos de los movimientos corporales y de los gestos aprendidos o sumatogénicos no orales de percepción visual y auditiva o táctil. A lo largo del capítulo, se muestra la importancia de que el estudiante de comunicación gráfica conozca el tema de la kinésica y la comunicación corporal, así como la implementación de esta en su práctica profesional. En la segunda parte del capítulo se aborda los estudios e implementación de las teorías que durante la recolección de información se encontró, así como el planteamiento de las condiciones principales a tener en cuenta para que pueda ser llevado a cabo en el diseño del producto, se hace un acercamiento al tema de la kinésica, se analizan sus ventajas, el valor que tiene socialmente y finalmente se especifican cuáles han de ser las categorías de análisis a partir de las cuales se desarrollara los próximos capítulos.

Capítulo 6. Estado del arte: Se dimensiona el estado del arte en la ciencia de la Kinésica y la comunicación corporal, a partir de las investigaciones realizadas en trabajos de grado, en facultades que tienen una relación directa con el tema. Se utilizó una metodología descriptiva, específicamente en el estado del arte.

Capítulo 7. Objetivo general: en este apartado se mostrara el propósito principal de la investigación, Se podrá evidenciar el componente social y la pertinencia disciplinar.

Capítulo 8 Objetivos específicos: se podrá determinar cuáles son las tareas que se deben llevar a cabo para así hacer una realidad el proyecto y cumplir a cabalidad con el objetivo general.

Capítulo 9. Límites y alcances: Se mostraran los diferentes factores que se lograra con el proyecto y aquellos componentes que no estarán al alcance del desarrollo de la propuesta de investigación.

Capítulo 10. Metodología: Esta parte del trabajo está dedicada al desarrollo y explicación del modelo que sea escogido para llevar a cabo la investigación.

Capítulo 11. Cronograma: Por medio de este apartado se dará a conocer de forma organizada como se elaboraran las actividades para la realización del proyecto.

Capítulo 12. Justificación de las piezas graficas. Se estipula cual es el elemento que dará como resultado la investigación después de haber realizado la ejecución del proyecto.

Capítulo 13. Análisis conceptual: se encontrará un argumento detallado de los elementos que fueron seleccionados para la realización del producto final.

Capítulo 14. Proceso de fabricación: en este apartado encontrara un diagrama de flujo con el cual se representa la forma como se realizó el producto final de la investigación.

Capítulo 15. Descripción de la Propuesta: en este segmento del documento se narra el proceso que conlleva el diagrama de flujo que en el capítulo anterior muestra.

Capítulo 16. Presupuesto: Por medio de un cuadro se dará a conocer los recursos que fueron necesarios para llevar cabo el proyecto.

Capítulo 17. Implementación: se muestra el proceso de aplicación de la propuesta de investigación en el contexto propuesto, y la recolección de la información de la implementación.

Capítulo 18. Análisis y depuración de información: Se describe la información recogida en términos cualitativos y cuantitativos, donde por medio de gráficas, se da apoyo a la información recogida en el proceso de implementación de la pieza gráfica.

Capítulo 19 Conclusiones del proyecto: Se relacionan los hallazgos de la investigación, describe cómo la propuesta contribuye en la solución del problema. Los resultados arrojados de la implementación de la encuesta en este capítulo recopilan las ideas que los estudiantes tienen sobre la kinésica y la comunicación corporal.

Capítulo 19. Biografía: aquí podrá tener acceso a los referentes que se utilizaron para tener apoyo teórico en el tema a tratar.

Pregunta de investigación:

¿Cómo se pueden ampliar las competencias de los estudiantes de Comunicación Gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de la sede Soacha, por medio del conocimiento de la kinésica y la comunicación corporal?

Problemática

Se ha evidenciado que el hombre ha desarrollado diversas formas de comunicación, unas más antiguas que otras y de igual forma unas más utilizadas que otras. A medida que el hombre avanza, progresa la tecnología y la forma de comunicarnos. En este proceso se pierden factores que no deben ser olvidados; uno de esos es la utilización del lenguaje corporal como medio de comunicación. Expertos aseguran que alrededor del 70% de los significados de un acto comunicativo se expresan a través del lenguaje corporal y sólo el 30% sería dado por el lenguaje verbal. Lo que nos demuestra que, si bien, nos expresamos a través de palabras, nuestros gestos y movimientos dicen mucho más de nosotros mismos.

Comprender el lenguaje corporal no sólo nos sirve para leer las señales de otros, nos sirve también para ser más conscientes de nuestro propio cuerpo y saber expresar efectivamente el mensaje que deseamos. Esta es una rama que el estudiante de Comunicación Gráfica le brinda herramientas las cuales puede aplicar a sus trabajos gráficos y por ende generar una comunicación directa con el receptor del mensaje publicitario.

Es posible vincular esta ciencia a los medios publicitarios, con el ánimo que los mensajes sean transmitidos de forma directa y personal por medio de las imágenes que abarquen un contenido rico en gesticulación y comunicación corporal, sin la necesidad de utilizar la escritura de forma habitual, como se hace en la actualidad. Hay que tener en cuenta las investigaciones que se han realizado en diversas universidades del mundo, donde se

determinó que un mensaje publicitario dispone 10 Segundos para ser percibido por una persona, si el mensaje es muy complejo no podrá ser enviado en ese periodo de tiempo, y por consiguiente el medio publicitario no cumplirá con su función. La kinésica podrá aportar una solución a este problema, como todos sabemos “*Una imagen vale más que mil palabras*”.

En esta investigación se pretende definir qué se entiende por kinésica y comunicación corporal y como se puede aplicar este saber a las piezas gráficas. Desde la lectura y análisis de las posturas: José Hermida con su libro: *Hablar sin palabras (Cómo dominar todas las situaciones a través de los gestos)*, Javier Lillo con su libro: *El cuerpo habla (interpretación de gestos y posturas)* y Wolfe, Gillian con su libro: *¡Mira!: el lenguaje corporal en la pintura*. Con el propósito de realizar un manual que los estudiantes de Comunicación Gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de la sede Soacha que puedan utilizar como un elemento de apoyo en su ejercicio profesional. Es evidente como todas las personas tenemos presente la comunicación corporal, pero no tenemos una conciencia activa sobre el tema, y como interfiere constantemente con todo lo que sucede a nuestro alrededor. Es indispensable que los estudiantes de comunicación gráfica tengan a su disposición este conocimiento de forma sistematizada con los avances que se han alcanzado en esta disciplina, ya que si se considera que el título que obtener es el de un comunicador gráfico, no se puede dar cabida a que haya ambigüedad con este tema.

Línea de investigación

De acuerdo a las líneas de investigación establecidas institucionalmente, se determina que la exploración tiene vínculos directos con la “investigación en la educación, transformación social e Innovación”, debido al interés intrínseco que hay por dar un aporte a los conocimientos por medio de la instrucción que podrá ser pasada de un individuo a otro por medio de una herramienta en forma de manual que los estudiantes podrán utilizar para ampliar sus conocimientos y competencias ante la imagen como medio comunicativo. Este proceso conlleva a un Desarrollo Humano, debido a que los conocimientos que el hombre obtiene le permiten avanzar en su percepción que tiene de su entorno y como podrán ser utilizadas para tener una nueva herramienta de comunicación gráfica y visual.

Justificación

La presente investigación aporta al aprendizaje de los futuros Comunicadores Gráficos, ya que los resultados obtenidos hacen verídica la necesidad de crear conciencia y conocimiento sobre la importancia que tiene la kinésica y la comunicación corporal para el desempeño profesional. El documento se sustenta en una mirada actual y reflexiva sobre la kinésica y su aplicabilidad a los contextos de la imagen, a partir del análisis de las posturas de: José Hermida con su libro: *Hablar sin palabras (Cómo dominar todas las situaciones a través de los gestos)* Diciembre 2010 tercera edición, Javier Lillo con su libro: *El cuerpo habla (interpretación de gestos y posturas)* y Wolfe, Gillian con su libro: *¡Mira!: el lenguaje corporal en la pintura*.

El interés por realizar un trabajo de investigación sobre la kinésica viene germinándose desde hace algunos años desde cuando cursaba 2 semestre de Comunicación Gráfica, el propósito general de éste era que los estudiantes tuviesen las herramientas para poder expresar sus ideas por medio de recursos gráficos. Para entonces, nos estábamos iniciando en el mundo del dibujo artístico por medio de la imagen corporal. El maestro Omar Palacios, propuso la elaboración del torso de una figura femenina la cual se caracterizaba por su expresión corporal, el grupo noto la dificultad de poder plasmar la expresión en el papel, por lo tanto, surgió la necesidad de indagar porque la dificultad para poder plasmar en el papel la expresión corporal, en esta indagación halle la teoría de la kinésica la cual brinda instrumentales para descifrar el lenguaje corporal y por lo tanto superar las dificultades que en ese momento se presentaron en la elaboración del trabajo artístico.

La curiosidad por este tema durante los próximos semestres se hizo cada vez más grande, ya que varias veces fue recordado en la elaboración de mis creaciones. A medida que íbamos avanzando por la carrera universitaria, pude notar que dentro de las teorías que nos suministraban las materias que veíamos en la academia se hacía énfasis en conocer el significado del color, de la forma, la estética, los contextos de la imagen y muchas otras disciplinas, pero en este momento que me encuentro a punto de graduarme, ninguna de estas asignaturas llegó a tocar el tema de la comunicación corporal, tema que es de mucha importancia para la labor que desempeñamos con la sociedad como comunicadores gráficos.

En consecuencia a ello, se determinó que es importante que este conocimiento sea entregado a los estudiantes por medio de un manual al cual podrán tener acceso por medio de la biblioteca de la universidad, claro está, es necesario que los profesores de áreas que les compete el tema como fotografía, dibujo artístico y estudio de la imagen, generen inquietud hacia el tema para que así los estudiantes puedan dirigirse a consultar la herramienta que será entregada en forma de manual.

Marco teórico

Como fundamento base para la investigación de este proyecto fue necesario recurrir a la información que se conoce por medio de los libros publicados que abarcan este tema. Diversas personas se han dado en la tarea de estudiar el campo de la kinésica y la comunicación corporal, los cuales han desarrollado teorías, las cuales serán nombradas en esta investigación, como por ejemplo el libro : *título “Hablar sin palabras”, Cómo dominar todas las situaciones a través de los gestos, Autor: José Hermida, Fecha de publicación: Diciembre de 2010 (3ª edición)* En este libro que trata sobre aspectos de comunicación no verbal, es decir, sobre todas las señales que emitimos y recibimos que no provienen de las palabras (lenguaje verbal). Esto incluye aspectos desde cómo decimos las palabras (entonación, matiz, énfasis, tono...), pasando por la postura corporal, el modo de gesticular o la forma en que vamos vestidos o peinados. José Hermida utiliza un lenguaje muy cercano y coloquial. Las ideas que más llaman la atención: El autor dedica algunos capítulos a tal efecto pero dedica muchos otros a analizar otros aspectos de la comunicación no verbal realmente interesantes. En tres de los conceptos que expone en su libro.

Analiza el lenguaje no verbal ajeno y controla el tuyo. En la situación que he descrito al principio, Alba no era consciente de las señales de nerviosismo que emitió en su primera intervención. Sin embargo, las demás personas sí que nos dimos cuenta de esas señales. En nuestro caso, el escenario planteado era de colaboración y, por tanto, nadie utilizó esa información para manipular o dominar. Pero en otras circunstancias, el escenario podría haber sido de indiferencia o de confrontación. En este último caso, alguien podría usar esas señales de vulnerabilidad para intentar dominar a la persona que las emite. Por tanto, plantea Hermida que tenemos que hacer es analizar las señales que emiten las otras personas para descifrar si

estamos en un escenario de colaboración, confrontación o indiferencia. Pero al mismo tiempo, debemos controlar las señales que enviamos a los demás para evitar mostrar signos de vulnerabilidad o fomentar interpretaciones erróneas de terceros. Para observar y sacar las conclusiones adecuadas sobre el lenguaje no verbal de otras personas, el autor dedica varios capítulos en los que analiza aspectos sobre el rostro, las posturas corporales, el contacto físico con otras personas o la relación que tenemos con los objetos. Utiliza los objetos cuando realmente los necesites Otro concepto muy interesante que trata en su libro es el de las relaciones que tenemos con los objetos. A menudo, cuando no controlamos nuestro propio lenguaje no verbal, manoseamos objetos de tal forma que delatan nuestro estado de ánimo: nervios, impaciencia, enfado, inquietud...

En estos casos estamos manipulando un OIE (Objeto Indicador de Emoción), es decir, un objeto que tiene otra función pero que se utiliza para apaciguar un estado de ánimo. Algunos ejemplos son: jugar con un bolígrafo o un mechero, mirar la hora, acercar o alejar un objeto sin ningún propósito, sacudir las monedas del bolsillo, etc...

Así que si vas a hablar en público y tienes un rotulador en tus manos pero no lo utilizas en toda tu exposición, estarás enviando señales de vulnerabilidad a la audiencia, probablemente debido a los nervios o a tu inseguridad. Dependiendo del tipo de escenario en que te encuentres ello podrá ser utilizado o no en tu contra. Otro aspecto que menciona es La ventana de Johari: lo que eres, lo que aparentas y lo que ignoras sobre ti

Hay un dicho que afirma que la mujer del César no sólo debe ser honrada, sino también parecerlo. Esto ilustra algo muy habitual, que lo que somos y lo que la gente percibe acerca de nosotros no siempre tiene por qué coincidir.

La ventana de Johari es una herramienta que crearon los psicólogos Joseph Luft y Harry Ingham y sirve para describir los flujos de información desde el punto de vista del emisor y de los receptores de un mensaje. La ventana es un rectángulo que se divide en cuatro cuadrantes, que pueden tener tamaños distintos, según sea el caso:

1. Cuadrante abierto: representa lo que sabemos acerca de nosotros y queremos que los demás sepan.

2. Cuadrante oculto: representa lo que sabemos sobre nosotros pero no queremos que los demás conozcan.

3. Cuadrante ciego: representa lo que ignoramos acerca de nosotros pero los demás sí que ven.

4. Cuadrante desconocido: representa lo que ignoramos tanto nosotros como los demás.

En el mundo de las presentaciones, quizá el cuadrante más peligroso es el ciego, ya que estaremos ignorando aspectos sobre nuestra persona que los demás sí son capaces de ver. Por este motivo, hoy en día es indispensable grabar los ensayos con cámara de vídeo e incluso me atrevería a decir que también deberíamos grabar cualquier presentación en público que hagamos. De este modo, descubriremos aquello que desconocíamos sobre nosotros mismos (tics, muletillas, movimientos nerviosos, etc) y podremos corregirlo para desplazarlo al cuadrante oculto, por ejemplo.

Otro autor que vale la pena nombrar es *Javier Lillo con su libro: El cuerpo habla (interpretación de gestos y posturas)* Pagina web www.javierlillo.com. El criminólogo Javier Lillo presenta este documento en el que se analizan posturas y gestos en la comunicación personal que pueden ayudar a reforzar o a anular el mensaje.

En un juicio, ¿somos prisioneros de nuestros propios gestos? El autor afirma que la interpretación de gestos es más complicada en una sala de vistas porque la persona no está en su entorno habitual. Es una herramienta más en la que se pueden apoyar. Algunos están más nerviosos y otros logran mantener la compostura sabiendo que en un juicio el interrogatorio va a ser corto. Si se prolongara mucho tiempo, llega un momento en el que las defensas bajan y hay gestos que acabarán delatando que no está diciendo la verdad. De todas maneras, esta información siempre hay que saber interpretarla y cogerla con pinzas. No es la verdad absoluta, pero nos puede ayudar. ¿Cuál es la parte del cuerpo que más nos habla? El 110 por cien del cuerpo habla. Lo más visible es la cara y sobre todo los ojos. Hay otros elementos del lenguaje corporal que se suelen descuidar mucho y que sin embargo pueden transmitir mucha información como pueden ser los pies. Moverlos repetidamente denota impaciencia y ponerlos en determinada posición puede dar la sensación de que se quiere marchar de allí. Pero lo que más trasmite son los ojos.

¿La mirada puede delatar al mentiroso? El movimiento de ojos es instintivo y a veces dura unas milésimas de segundo, pero ese gesto se hace para acceder a determinada información de nuestro cerebro. Con una mirada a la izquierda, activamos los recuerdos; a la derecha, es para imaginar algo. Pero hay personas que esto lo tienen invertido. Si preguntamos a alguien cuántas ventanas tiene su casa, mirará a la izquierda. Una persona que está componiendo música o poesía mirará hacia el lado derecho.

Uno de los autores que más llamo la atención para dar apoyo teórico al cuerpo del trabajo es: *Gillian Wolfe con su libro: mira!: el lenguaje corporal en la pintura, Año edición: 2005*. Este autor presenta una vital importancia como referencia teórica, ya que el acercamiento a la comunicación corporal la hace por medio de las pinturas y las imágenes que eran representadas en ellas. Afirma en su libro que Si un cuadro vale mil palabras, entonces el

lenguaje del cuerpo vale un tanto más. Hay épocas cuando una mirada, un gesto, o aún una postura pueden decir más que cualquier palabra pueda expresar. Un libro informativo e interactivo que introduce a los niños en la práctica de observar los gestos y las actitudes representadas en grandes trabajos de Van Gogh a Picasso para hacer cercano el mundo del arte. Gillian Wolfe invita a niños y a jóvenes que miren y observen dentro de las 17 pinturas del libro, que se vuelven más vivas y cercanas.

Estado del arte

La investigación tuvo como objetivo dimensionar el estado del arte en la ciencia de la Kinésica, a partir de las investigaciones realizadas en trabajos de grado, de facultades de licenciatura en docencia en educación diferencial, licenciatura en educación primaria, y licenciatura en educación física, en diversas ciudades como Santiago de Chile, Córdoba España, y Bogotá Colombia, entre los años 2009 y 2012. Se utilizó una metodología descriptiva, específicamente en el estado del arte. El instrumento usado para la recolección de información fue por medio de páginas web que fueron suministradas por medio del buscador www.google.com. Las investigaciones fueron en su totalidad de carácter descriptivo o monográfico y con diversidad de perspectivas conceptuales. Es notorio que en la ciudad de Bogotá no se encontraron estudios publicados con temas afines al estudio propuesto en esta investigación.

A continuación se realiza el muestreo de las investigaciones halladas de forma cronológica con su respectiva información:

Nombre del proyecto	“CONCIENCIA CORPORAL Y DESARROLLO DEL LENGUAJE: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA IMPRESCINDIBLE”
Universidad	UNIVERSIDAD ACADEMIA HUMANISMO CRISTIANO ESCUELA DE EDUCACIÓN
Realizadores	Alumnas: Alcalde Centeno, Carmen María. Panes Corvalán ,Daisy Ivonne. Valenzuela Marín, María Alejandra. Profesor Guía: Alarcón Carvacho, Patricio.

Año y ciudad.	Santiago de Chile – 2009
----------------------	--------------------------

<http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/123456789/528/1/Tesis%20pdf10.pdf>

Nombre del proyecto	EL LENGUAJE CORPORAL Y LA COMUNICACIÓN Una mirada desde la Educación Física
Universidad	Facultad de Ciencias Humanas Instituto de Investigación en Educación Maestría en Educación
Realizadores	ENERIED LIZ LASSO 04-868169
Año y ciudad.	Bogotá, Colombia, 2011

<http://www.bdigital.unal.edu.co/6419/1/868169.2011.pdf>

Nombre del proyecto	La expresión corporal en la realidad educativa. descripción y análisis de su enseñanza como punto de referencia para la mejora de la calidad docente en los centros públicos de educación primaria de la ciudad de Córdoba
Universidad	UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
Realizador	Mar Montávez Martín
Año y ciudad.	2012 Campus de Rabanales Ctra. Nacional IV, Km. 396 A 14071 Córdoba España.

<http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/6310/9788469512753.pdf?sequence=1>

Libro	Hablar sin palabras
Editorial	Booket
Autor	José Hermida Lloret
Año y ciudad.	2010 España

<http://www.lecturalia.com/libro/88538/hablar-sin-palabras>

Por medio de la información anteriormente mencionada, se puede determinar el interés que este tema ha generado en diversos campos de la comunicación, adicional a esto se puede entregar un apoyo teórico con base en las investigaciones que se han realizado hasta el momento sobre la kinésica, y las ramas teóricas que la comprenden, como la comunicación corporal, y los procesos gestuales. Resaltó la importancia del documento “Hablar sin palabras” José Hermida Lloret 2010 España, en esta investigación, debido a que con este libro se determinó la importancia de la kinésica en la vida cotidiana de las personas.

Objetivos

Objetivo general:

-Ampliar las competencias profesionales del comunicador grafico de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto por medio del conocimiento de la kinésica y la comunicación corporal.

Objetivos específicos:

-Identificar el nivel de conciencia que tienen los estudiantes de Comunicación gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto sobre la kinésica y la comunicación corporal por medio de la encuesta de observación, con el fin de determinar la percepción que hay sobre el tema.

-Mostrar porque es importante que los estudiantes de Comunicación gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto sepan sobre la kinésica y la comunicación corporal.

-Construir un manual de fotos en las que se vea como en nuestro diario vivir utilizamos la kinésica, y la comunicación corporal para interactuar con los demás, con el fin de obtener un instructivo con el cual los estudiantes amplíen sus herramientas en su ejercicio profesional.

Alcance de la propuesta y límites:

Los alcances a los que se pudo llegar con la realización del proyecto de grado están ligados directamente con el cumplimiento del objetivo general y específicos, por ende se determinan de la siguiente forma:

Alcances:

Por medio del proyecto de grado (la Kinésica como medio publicitario) se evidenciará los conocimientos y conciencia que tienen los estudiantes sobre el campo de la kinésica y la comunicación corporal.

Se muestra la importancia que hay en difundir el tema de la comunicación corporal en la comunidad de los comunicadores gráficos de la fundación Universitaria Minuto de Dios por medio de los hallazgos que arroja la implementación de la encuesta de observación

Se otorgará una herramienta para los estudiantes de comunicación gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios por medio de un manual que podrán encontrar en la biblioteca.

Límites: La principal limitación que se ha detectado es el tiempo que se dispone para la realización del manual, debido al proceso que conlleva su realización en términos de diseño, impresión encuadernación y financiación del mismo.

Otra causa que se presenta como una limitante, es el hecho de promover la utilización del manual dentro de los estudiantes de la carrera de comunicación gráfica, debido a que es sabido que en este momento la carrera que menos utiliza los servicios que ofrece la universidad es la de comunicación gráfica.

Metodología e instrumentos de recolección de información:

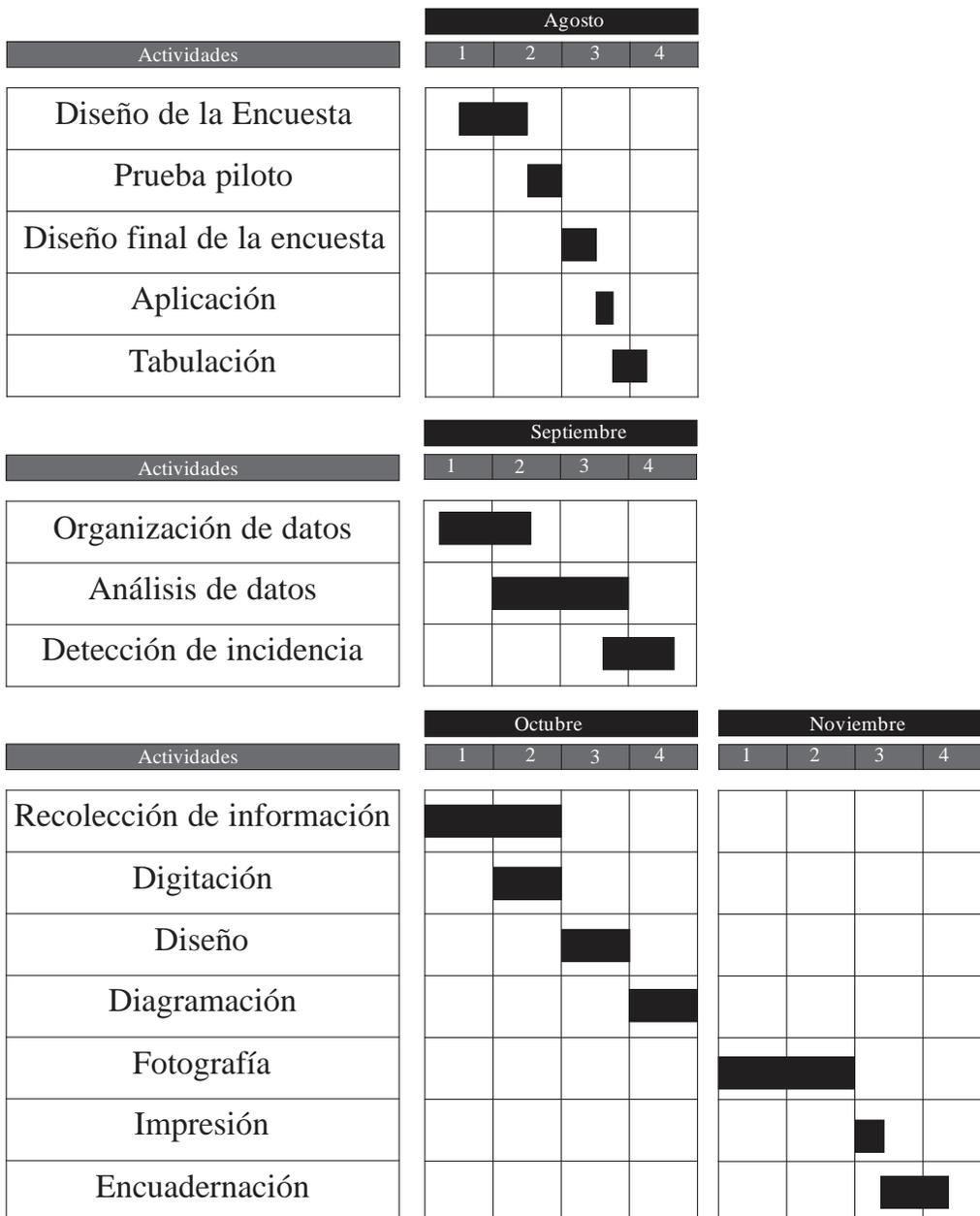
En el proceso de investigación se ha determinado que el instrumento adecuado para Identificar el nivel de conciencia y conocimiento que tienen los estudiantes de sexto semestre de Comunicación gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto sobre la kinésica, es por medio de la encuesta de observación, la cual determinara el nivel de conocimiento que hay en el tema, Ya que la comunicación corporal es meramente de observación, esta herramienta da la posibilidad de conocer la interpretación personal que cada quien le da a las situaciones que está divisando y a una serie de preguntas que se realizaran de forma puntual , y así determinar el nivel de cuidado que hay sobre las situaciones que están pasando en determinado escenario; esta se aplicara de la siguiente forma: se encontraran 8 preguntas, donde se solicita al estudiante que conteste si está de acuerdo o en desacuerdo con las interrogaciones que se plantean, de esta forma se tendrá una mejor apreciación y resultados al tabular, además de esto se utilizaran imágenes donde se muestran situaciones cotidianas, como entornos de conflicto, de colaboración, y de rechazo.

El encuestado tendrá la posibilidad de ver los escenarios por medio de la imagen y contestar una serie de preguntas de acuerdo a lo que está viendo. De esta forma será recolectada la información y se determinara el nivel conciencia que hay sobre la kinésica y la comunicación corporal. Ya con la muestra recolectada y por medio de la tabulación de la información aportada por la encuesta de observación, se evidenciara el nivel de conciencia y conocimiento que los alumnos tienen sobre el tema y porque es importante que los estudiantes de Comunicación gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto sepan sobre la kinésica y la comunicación corporal. Se Construirá un manual de conceptos básicos apoyados en fotografías en las que se vea como en nuestro diario vivir utilizamos la kinésica

para expresarnos con los demás, con el propósito de ser una herramienta con la cual los estudiantes conozcan y apliquen el tema en su ejercicio profesional.

Cronograma de actividades.

A continuación se muestra de forma organizada como se ejecutarán las actividades para la elaboración del proyecto. En este esquema se evidencian los procesos que se llevarán a cabo desde la semana 1 hasta la semana 4 de cada mes que sea requerido



Justificación de la pieza gráfica.

Producto: Manual

Nombre del proyecto: LA KINÉSICA COMO MEDIO PUBLICITARIO

Fenómeno o planteamiento del problema o necesidad: El deseo por realizar un trabajo de investigación sobre la kinésica y la comunicación corporal viene cuando cursaba 2 semestres de Comunicación Gráfica. Para entonces, nos estábamos iniciando en el mundo del dibujo artístico por medio de la imagen corporal. El maestro Omar Palacios, propuso la elaboración del torso de una figura femenina la cual se caracterizaba por su expresión corporal, el grupo noto la dificultad de poder plasmar la expresión en el papel.

Argumentación: debido a la necesidad de indagar porque la dificultad y en esta indagación halle la teoría de la kinésica la cual brinda instrumentales para evidenciar el lenguaje corporal y por lo tanto superar las dificultades que en ese momento se me se prestó en la elaboración del trabajo artístico.

Idioma: Español.

Segmentación: El producto va dirigido a un segmento geográfico en el país Colombia, en el departamento de Cundinamarca, en la localidad de Soacha. Este producto está encaminado a todas las entidades que tienen como objeto de estudio la imagen del ser humano y su comportamiento corporal al momento de comunicar una idea. Los usuarios a los cuales está destinado son los estudiantes, o personas que están interesadas en el estudio de la comunicación corporal. Sus edades comprenden desde los 10 años hasta los 70 años, de un nivel educativo desde la básica secundaria en adelante, sin ninguna distinción por sexo, nivel de ingresos o raza.

Segmentación psicográfica de los consumidores:

El grupo objetivo al cual va dirigido esta investigación y producto, es todo aquel que tiene como insumo para sus piezas graficas los conceptos de comunicación concreta y clara, la cual no de pie a las malas interpretaciones y permite comunicar una idea concreta; Por consiguiente se considera que toda herramienta que aporte al desarrollo de las ideas y las competencias publicitarias, será bien recibida por los usuarios de forma exitosa.

En la importancia de segmentar el tipo de cliente se ha evidenciado los siguientes consumidores.

LOS EXPLORADORES: Son jóvenes de espíritu, promueven ideas y experiencias Responden a las marcas que ofrecen nuevas sensaciones y efectos inmediatos.

LOS SIMULADORES: seres que en realidad se guían por las opiniones que encuentran a su alrededor de ellos mismos.

LOS EXITOSOS: quieren lograr metas y tienden a ser muy organizados.

Competencias o mercado actual:

Debido a que el producto será aplicado en la corporación universitaria minuto de dios, la competencia será detectada dentro de las instalaciones. En la actualidad en la biblioteca no cuenta con textos que traten el tema de la kinésica o la comunicación corporal, la única información del tema a la cual tienen acceso los estudiantes es la teoría que se dicta en las clases de fotografía y las electivas de danza y artes marciales, pero en si un documento escrito o manual sobre el tema, no hay evidencias de ello, Por consiguiente no hay una competencia directa del producto.

Periodicidad de la publicación o del producto:

El producto será entregado con los últimos avances que han alcanzado los expertos en el tema, a medida que las investigaciones y aportes vayan avanzando, el producto podría irse modificando siempre y cuando las directivas de la universidad den su aval para tal fin, por consiguiente no se establece si tiene una periodicidad para su entrega o actualizaciones, ya que se llevara a cabo cuando sea requerido.

Publicidad:

El medio por el cual el manual será difundido en primera media es por medio de una campaña de expectativa, donde se pegaran imágenes de expresiones corporales por toda la universidad, donde se mostrara tan solo el mimo, con una frase que refuerza lo que se está mostrando, pero sin indicar que esta imagen hace referencia al manual. En segunda medida se pegaran afiches promocionando el manual en la biblioteca de la universidad, los cuales invitan a los comunicadores gráficos a leerlo, estos afiches también ubicaran a las personas sobre las imágenes que veían en la universidad. En tercera medida se creara un grupo en Facebook para integrar a todos los estudiantes entorno a la consulta del manual (<https://www.facebook.com/groups/959179850776770/?fref=ts>). Por este medio se pretende generar curiosidad a todos los miembros del grupo, y un ambiente donde se estará publicando piezas publicitarias para que los estudiantes se dirijan a la biblioteca a estudiar la comunicación corporal por medio de la kinésica.

Distribución y costo:

La distribución será dirigida en principal medida a la universidad minuto de dios, se entregara forma personal al decano de la facultad, su costo oscila entre los \$30.000 y \$40.000 pesos colombianos.

Referentes gráficos:

El diseño, diagramación y fotografía será realizada por Abel Martínez. Para el proceso de impresión y encuadernación se realizara por medio de empresas conocedoras del tema con el fin que su producción sea rápida y eficiente.

Recursos técnicos:

El producto que en este caso es un manual contara con 24 hojas y 48 páginas, una contra portada, y una portada, será impreso a 4 tintas en toner, con una entrega de 1 ejemplar

Derrotero:

El concepto es de forma rectangular horizontal con el lomo en la parte izquierda, tamaño media carta, con diagramación en retícula de la secuencia Fibonacci o proporción aurea, tipografía Gandhi, estará realizado en policromía, con colores blanco y negro como predominantes en los lugares de baja atención y rico en color en los lugares donde se requiere que la persona tenga más atención, la paginación estará realizada en tiro y retiro, en papel propalcote, de bajo gramaje.

Cronograma de trabajo o actividades

CONCEPTO	DURACIÓN	COSTO
Recolección de información	15 días	100.000
Digitación	8 días	60.000
Diseño	8 días	300.000
Diagramación	8 días	150.000
Fotografía	15 días	400.000
Impresión	4 días	400.000
Encuadernación	8 días	200.000
Total	66 días	1.610.000

Análisis conceptual

En este apartado se explicara la elección de los compendios que harán parte del proyecto de grado en procesos conceptuales y de tipo formal

Producto:

Manual sobre la Kinésica.

Concepto:

Comunicación.

Concepto formal:

Se destacaran las imágenes del el cuerpo humano como medio comunicativo y referente kinésico. Su estructura en términos de color tendrá una preferencia en los colores blanco y negro y CMY en las imagenes.

Conceptos Estructurales:

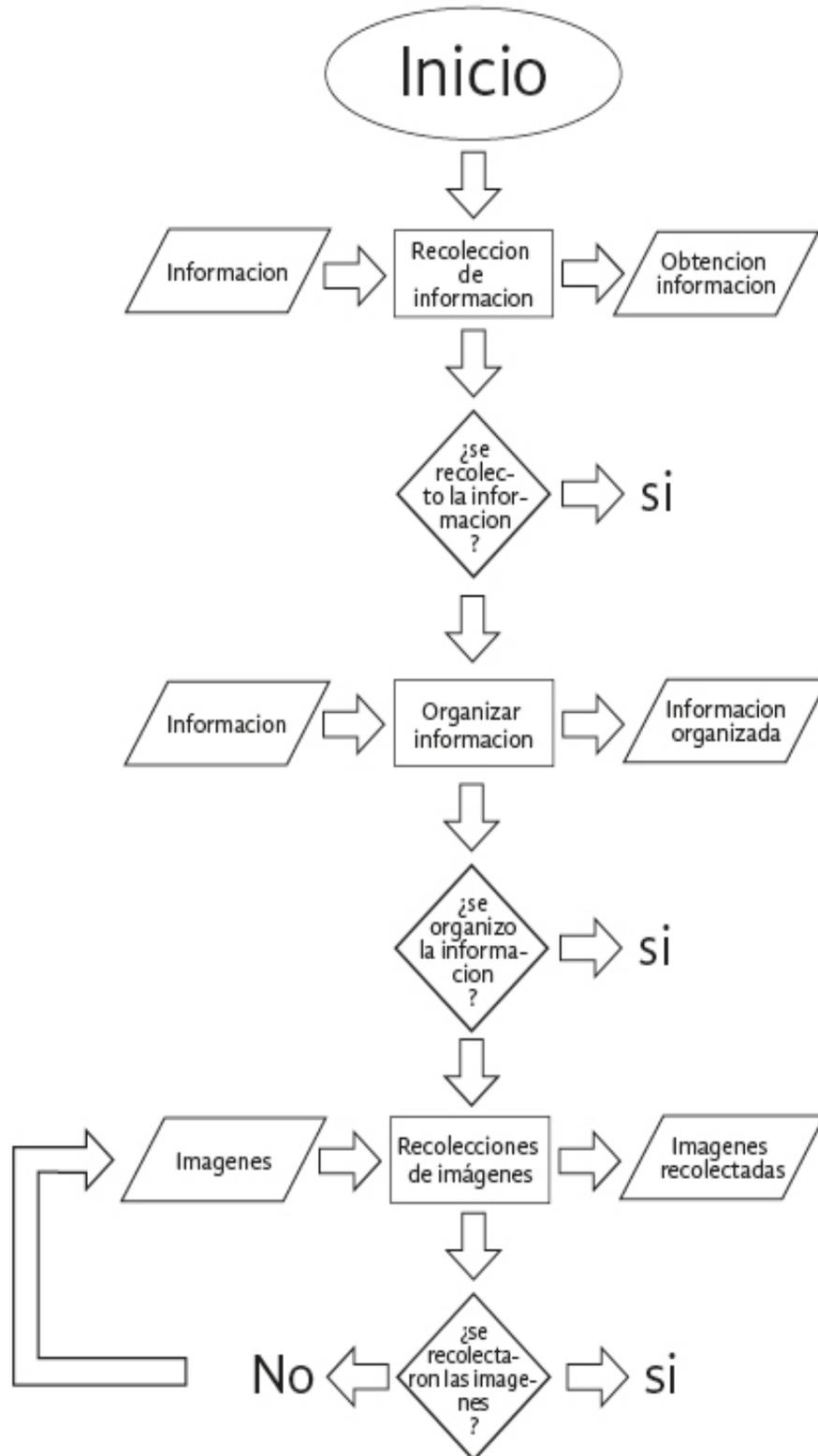
El manual está compuesto por 15 capítulos: 1 Kinésica. 2 Técnica entrevista 3 Lenguaje corporal 4 Expresiones faciales 5 La cabeza 6 Los ojos 7 La mirada 8 La nariz 9 La boca 10 Posturas 11 Las manos 12 Las piernas 13 Relación 14 A tener en cuenta 15 Bibliografía.

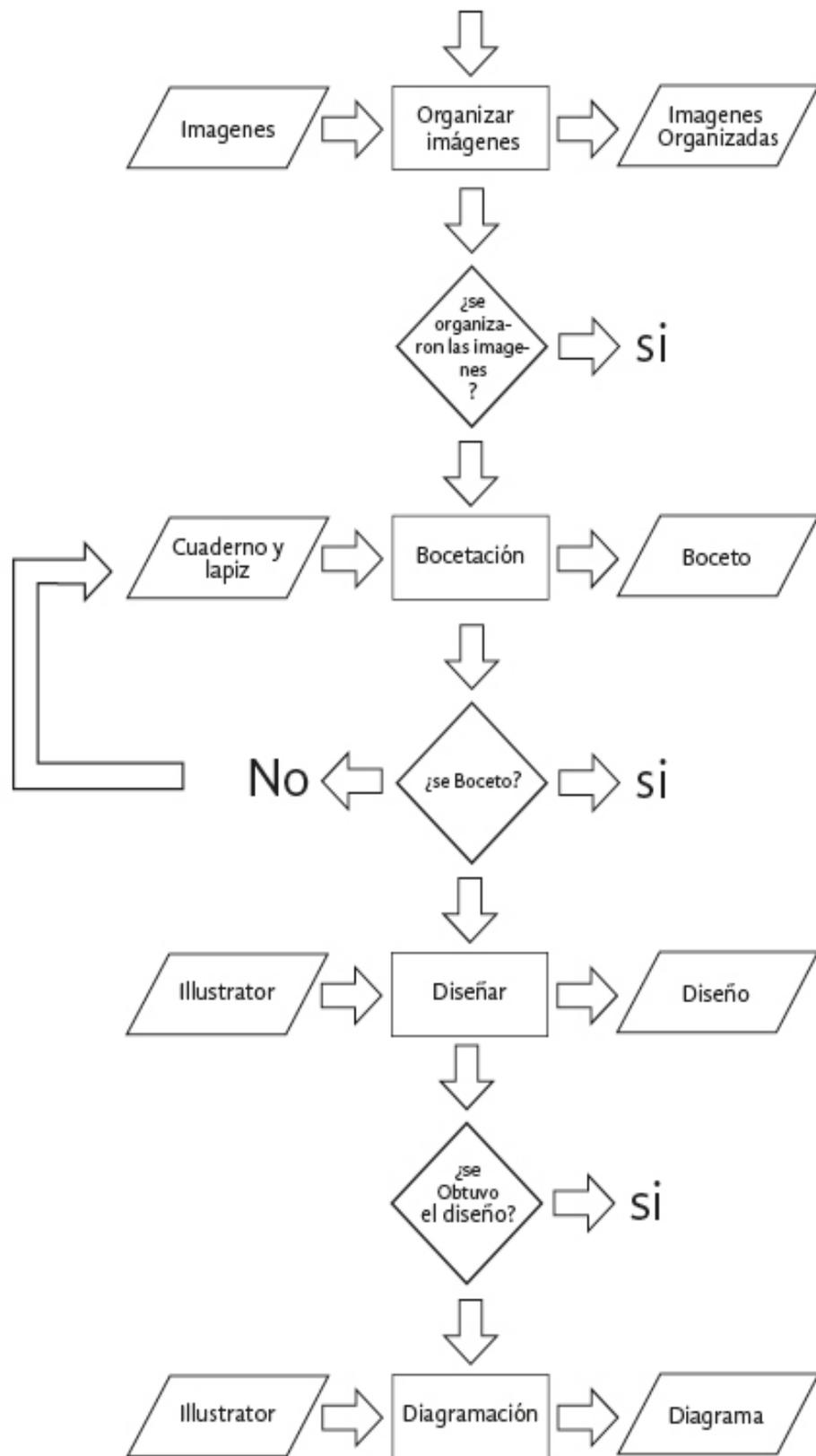
La información será entregada en el manual de la siguiente forma: la página estará dividida en 2 partes iguales, donde estará la información escrita con su respectiva imagen que evoque al texto de cada una.

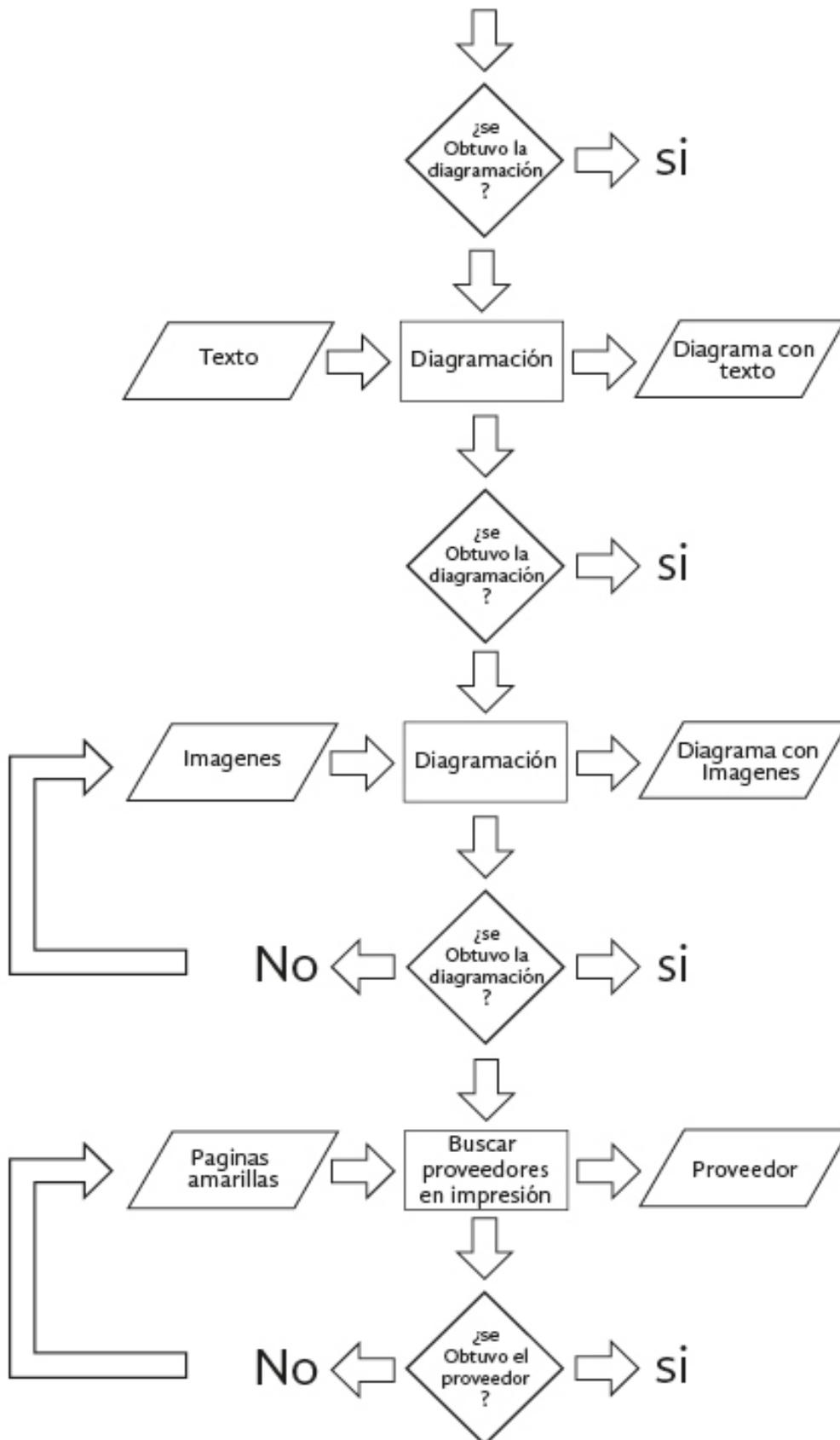
Proceso de Fabricación

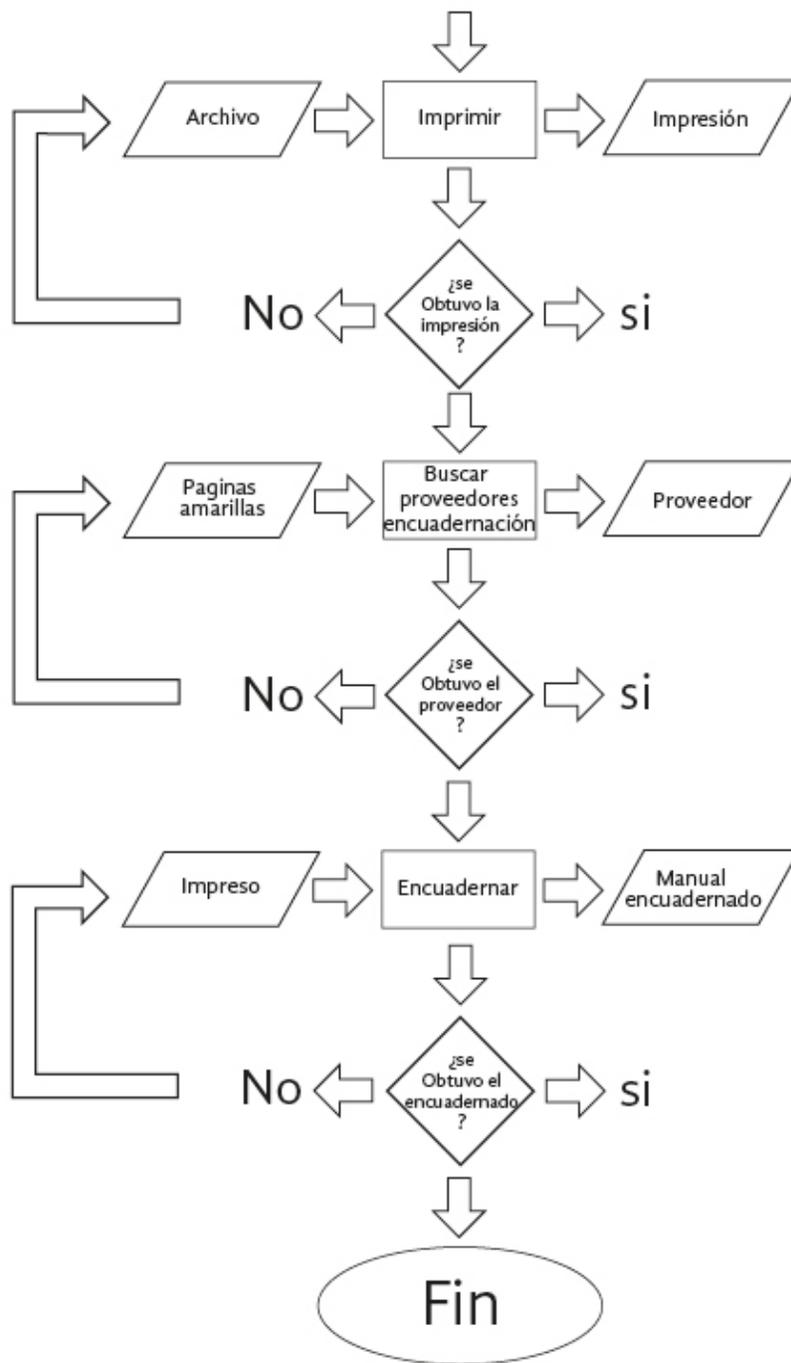
Por medio de un diagrama de flujo se explicara el paso a paso que se llevara a cabo para la elaboración del manual: 1 recolección de información, 2 organizar la información, 3 recolecciones de imágenes, 4 organizar imágenes, 5 bocetación 6 diseño, 7 diagramación, 8 agregar texto, 9 agregar imágenes, 11 buscar proveedores en impresión, 12 imprimir, 13 recoger impresión, 14 buscar proveedores en encuadernación, 15 llevar impresión a encuadernar, 16 recoger manual.

Elaboracion manual kinesica









Descripción de la Propuesta:

En el diagrama de flujo anterior se muestra de forma gráfica como se llevara a cabo la realización del producto final de la investigación, que dio como resultado un manual de conceptos básicos sobre la kinésica, y la comunicación corporal. Este proceso se realiza de forma vertical, en el cual se muestra con un ovalo cuando se quiere representar el inicio al proceso y al finalizarlo, los pasos o acciones por medio un rectángulo, las materias primas que ingresan al proceso son mostradas por medio de un paralelogramo, las preguntas si se ha cumplido con el paso a paso se evidenciara por medio de un losango o romboide, y las flechas dan a entender la dirección por la cual está transitando el proceso.

Implementación

En el proceso de investigación se determinó que para poder llevar a cabo el proyecto es necesario determinar la herramienta más adecuada para dar apoyo a la ejecución del mismo. Se tendrá en cuenta la “encuesta de observación con respuestas cerradas” las cuales aportaran información fidedigna sobre la percepción que tiene la población objeto de estudio sobre la comunicación corporal y su importancia. No obstante se debe Determinar qué información queremos hallar por medio de:

Cuál es el objetivo de la información a recolectar.

- Determinar el nivel de conciencia que hay sobre la comunicación corporal en la población objeto de estudio y la importancia de conocerla de forma estructurada.
- Cuáles son los datos más relevantes que deseamos obtener
- Detectar si hay un conocimiento previo sobre el tema.
 - Que alcances tiene la percepción de los estudiantes hacia la comunicación corporal.
 - Que interpretación personal da cada persona a los procesos comunicativos por medio de la gesticulación que se divisan en las imágenes.
 - Detectar la falta de estructuración en la interpretación personal.
 - Revelar el nivel de interés en la población objeto de estudio en conocer sobre la comunicación corporal de forma sistematizada por medio de la kinésica.
 - Determinar si la población creen que pueden aplicar la kinésica en sus trabajos gráficos.

El diseño del cuestionario se realizara por medio de una hoja tamaño carta en la cual el encuestado encontrara dos partes:

Parte 1: En esta sección se encontraran 8 preguntas, donde se solicita al estudiante que conteste si está de acuerdo o en desacuerdo con las interrogaciones que se plantean, de esta forma se tendrá una mejor apreciación y resultados al tabular.

Las preguntas que se realizaran son:

- 1 ¿Sabe que es la Kinésica?
- 2 ¿Sabe que es la comunicación corporal?
- 3 ¿Sabe lo que las personas quieren decir con la expresión corporal?
- 4 ¿Qué importancia tiene la comunicación corporal para usted?
- 5 ¿Qué importancia tiene la comunicación verbal?
- 6 ¿Cuál de las dos es más importante para usted? marque con una X
- 7 ¿Le gustaría ampliar sus conocimientos sobre la comunicación corporal?
- 8 ¿Se podría utilizar la comunicación corporal en su ejercicio profesional?

Parte 2: Está compuesta por medio de imágenes sugestivas, ricas en gesticulación y comunicación corporal, donde se muestren situaciones cotidianas, (ambientes de colaboración, ambientes de confrontación, ambientes de indiferencia) abiertas a la interpretación personal. En este apartado el encuestado tendrá en sus manos un cuestionario, donde podrá marcar con una x lo que está percibiendo a medida que se van mostrando las imágenes.

Las preguntas realizadas son:

Imagen 1: Marque con una x lo que considera que esta sucediendo en la imagen que ve.

Colaboración

Confrontación

Indiferencia

Imagen 2: Marque con una x lo que considera que está sucediendo en la imagen que ve.

Colaboración

Confrontación

Indiferencia

Imagen 3: Marque con una x lo que considera que está sucediendo en la imagen que ve.

Colaboración

Confrontación

Indiferencia

Esta información será presentada al encuestado por medio del diseño final. He aquí una vista preliminar del arte final que será presentado a los encuestados.

Uniminuto

Corporación universitaria
Minuto de los

La kinesica como medio publicitario

Estudio de conciencia de los estudiantes acerca de la comunicación corporal.
El objetivo de este cuestionario es revelar el nivel de conciencia y conocimientos que los estudiantes de Comunicación gráfica tienen sobre la comunicación corporal y la importancia que podría desempeñar en sus trabajos gráficos.

parte 1

Con la afirmación si, o no, por favor conteste las siguientes preguntas.

1 ¿Sabe que es la Kinésica?

Si No

2 ¿Sabe que es la comunicación corporal?

Si No

3 ¿Sabe lo que las personas dicen por medio de su expresión corporal?

Si No

4 Que importancia tiene la comunicación corporal para usted?

Alta Media Baja

5 Que importancia tiene la comunicación verbal para usted?

Alta Media Baja

6 Cual de las dos es mas importante para usted? marque con una X

Comunicación corporal Comunicación verbal

7 Le gustaría ampliar sus conocimientos sobre la comunicación corporal?

Si No

8 ¿Se podría utilizar la comunicación corporal en su ejercicio profesional?

Si No

parte 2

Conteste las preguntas de acuerdo a lo que percibe en cada imagen

Imagen 1:

Marque con una x lo que considera que esta sucediendo en la imagen que ve.

- Colaboración
- Confrontación
- Indiferencia

Imagen 2:

Marque con una x lo que considera que esta sucediendo en la imagen que ve.

- Colaboración
- Confrontación
- Indiferencia

Imagen 3:

Marque con una x lo que considera que esta sucediendo en la imagen que ve.

- Colaboración
- Confrontación
- Indiferencia

Gracias por su colaboración

Las imágenes a las cuales será sometido el encuestado son:

Imagen 1



En esta imagen se evidencia un entorno de colaboración, fue seleccionada con el ánimo de verificar si la persona que la está divisoando es consciente de lo que está sucediendo.

Imagen 2



Por medio de este cuadro se evidencia un entorno de confrontación, fue seleccionada con el propósito de comprobar si la persona que la está viendo le es claro lo que está sucediendo.

Imagen 3.



Aquí se da a conocer un entorno de indiferencia, fue elegida con el fin de verificar si el encuestado es consciente de lo que está pasando.

Análisis y depuración de la información

Una vez hecho el diseño de la entrevista se realizó una prueba preliminar para determinar si cumple con los requerimientos para la recolección de la información deseada, seguido de esto se llevó a cabo las respectivas correcciones para proceder con aplicación de la encuesta. Este proceso se efectuó en las instalaciones de la universidad, donde se pidió a los estudiantes de comunicación gráfica si querían participar en un cuestionario con el fin de determinar los conocimientos que tienen de la kinésica y la comunicación corporal.

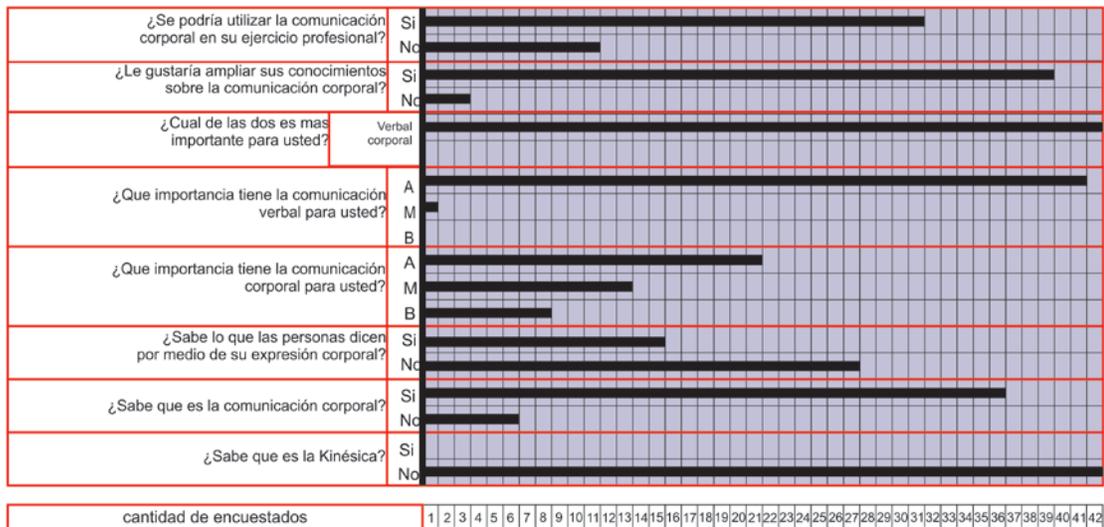
Esta fase se efectuó en un lapso de 2 días, en un horario de 6:00 pm a 9: 30 pm donde se entrevistaron un total de 42 estudiantes de la carrera comunicación gráfica.

El único principio que se tuvo en cuenta al momento de seleccionar a las personas a entrevistar es que fuesen estudiantes de comunicación gráfica, debido a que factores como sexo o raza o religión etc. no interfieren en la información que se desea recolectar.

Ya con la encuesta recolectada se procedió a hacer el análisis y depuración de la información, la cual será mostrada por medio de las siguientes graficas que hace referencia a la primera parte de la encuesta:

Grafica 1.

Gráfica sobre la implementación de la encuesta.



Parte 1.

Por medio de la anterior grafica se pudo determinar que las respuestas tuvieron el siguiente comportamiento:

Pregunta 1

¿Sabe que es la Kinésica?

De las 42 personas encuestadas, 42 personas contestaron que no sabían que era la kinésica

Pregunta 2

¿Sabe que es la comunicación corporal?

De las 42 personas encuestadas, 6 contestaron que no sabían sobre el tema, y 36 si sabían a que hace referencia la comunicación corporal. Total 42 respuestas.

Pregunta 3

¿Sabe lo que las personas dicen por medio de su expresión corporal?

De las 42 personas encuestadas, 27 contestaron que no sabían sobre el tema, y 15 si sabían a que hace referencia la expresión corporal. Total 42 respuestas

Pregunta 4

¿Qué importancia tiene la comunicación corporal para usted?

De las 42 personas encuestadas, 21 contesto alta, 13 contesto medio, 8 contesto baja. Total 42 respuestas

Pregunta 5

¿Qué importancia tiene la comunicación verbal para usted?

De las 42 personas encuestadas, 1 contestaron que no tiene importancia el tema, y 41 si reconocen la importancia de la comunicación corporal. Total 42 respuestas

Pregunta 6

¿Cuál de las dos es más importante para usted la comunicación verbal o corporal?

De las 42 personas encuestadas, 42 contestaron que la verbal. Total 42 respuestas

Pregunta 7

¿Le gustaría ampliar sus conocimientos sobre la comunicación corporal?

De las 42 personas encuestadas, 3 contestaron que no desean ampliar conocimientos sobre la comunicación corporal, y 39 si desean conocer sobre el tema. Total 42 respuestas

Pregunta 8

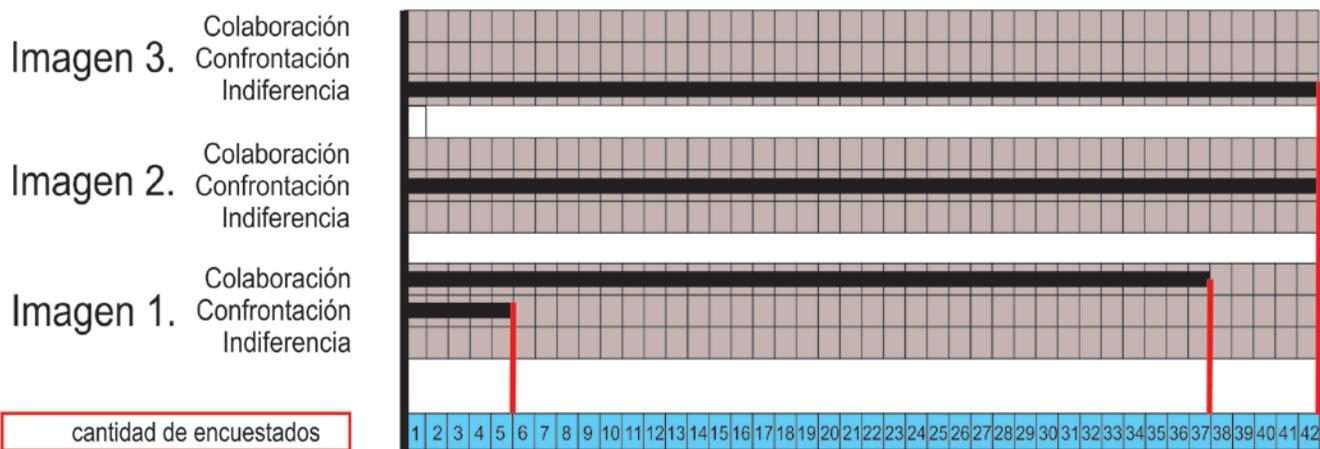
¿Se podría utilizar la comunicación corporal en su ejercicio profesional?

De las 42 personas encuestadas, 11 contestaron que no desean aplicar la comunicación corporal a su ejercicio profesional, y 31 si desean aplicar este conocimiento a su carrera profesional. Total 42 respuestas.

Resultado.

Por medio de la depuración de la información podemos determinar que los encuestados no saben que es la kinésica, si saben que es la comunicación corporal y verbal, pero consideran que la comunicación verbal debe prevalecer por encima de la corporal, por ende se evidencia que no hay conciencia de su importancia que según la investigación realizada desempeña un papel determinante en el ejercicio comunicativo. Adicional a esto se puede ver como los estudiantes presentan interés en conocer sobre el tema y consideran que si podrían llegar a usarlo en su desempeño profesional.

Gráfica sobre la implementación de la encuesta.



Parte 2.

Por medio de la anterior grafica se pudo determinar que las respuestas tuvieron el siguiente comportamiento:

Imagen 1. De las 42 personas encuestadas 5 contestaron que había un entorno de confrontación, y 37 encuestados consideraron que había un ambiente de colaboración.

Imagen 2. De las 42 personas encuestadas 42 contestaron que había un entorno de confrontación.

Imagen 3. De las 42 personas encuestadas 42 contestaron que había un entorno de indiferencia.

Resultado

Por medio de la depuración de la información de la segunda parte de la encuesta, se llegó a la conclusión que los estudiantes encuestados son conscientes de lo que está sucediendo en los escenarios que fueron expuestos, esto determina y da fiabilidad al hecho que las personas encuestadas entienden que es lo que está pasando en determinados escenarios sin la necesidad de recurrir a la escritura o una explicaciones previas. Esta interpretación es personal e individual, pero al momento de verificar la información por medio de la encuesta se puede evidenciar que las respuestas coinciden en gran medida i las imágenes fueron más claras para el encuestado.

Conclusiones

Como resultado de la investigación presentada, es posible concluir que la comunicación corporal estudiada por medio de la ciencia de la kinésica, tiene una vital importancia en los procesos comunicativos, los cuales pueden ser utilizados por los estudiantes de comunicación gráfica de la corporación universitaria minuto de dios en su ejercicio profesional. Por medio de este trabajo se pudo evidenciar la falta de conciencia y conocimiento sistematizado que hay en la población objeto de estudio sobre este tema; esta información fue tomada por medio del método de la encuesta la cual permite recolectar el detalle sobre los conocimientos previos que había en el tema en los estudiantes, y el interés que tenían cada uno de los encuestados.

La propuesta para solucionar esta problemática es el producto del trabajo que se realizó, en el cual se pudo determinar que la forma práctica y adecuada para poder entregar este conocimiento a los estudiantes es por medio de un manual de conceptos básicos sobre la comunicación corporal y la ciencia de la kinésica; el cual estará disponible en las instalaciones de la biblioteca, para todo aquel que desea conocer el tema. El producto está fundamentado en la línea de investigación: “investigación en la Educación, transformación social e Innovación”, ya que funciona como instructivo el cual entrega información y enriquecimiento conceptual y teórico sobre los avances que se ha alcanzado en la ciencia de la kinésica con el ánimo de transformar el pensamiento y los conceptos que cada uno de los estudiantes tiene sobre lo que conoce como comunicación corporal.

Este proceso trajo consigo varias ventajas, como tener un conocimiento avanzado sobre el tema de la comunicación corporal por medio del estudio de la kinésica, la experiencia de haber realizado un proyecto de grado con todas las partes que lo componen, el

conocimiento de las herramientas de recolección y la implementación de las mismas, el desarrollar un producto comunicativo que de seguro aportara a los estudiantes de la corporación universitaria minuto de dios, las habilidades al momento que se debe realizar una presentación y sustentación del proyecto de grado; pero de igual forma presenta dificultades o desventajas, como poder saber de forma concreta si la comunidad grafica le dará el uso adecuado al manual que resulto como producto de la investigación, como saber si los profesores de la corporación trataran de incentivar el estudio de la comunicación corporal por medio del manual que tendrán para su disposición en la biblioteca.

De igual forma es grato saber que a pesar de las dificultades que se presentaron en todo el proceso, se pudo dar cumplimiento a las actividades que conllevaba el objetivo general de la investigación y por ende sus objetivos específicos, ya que se deseaba entregar una forma de ampliar las competencias de los comunicadores gráficos de la corporación universitaria minuto de dios por medio de la kinésica y la comunicación corporal. Se pudo determinar el nivel de conciencia que los estudiantes tenían hacia la comunicación corporal y su importancia por medio de la herramienta de recolección de información que este caso trataba de la encuesta de observación, como resultado a este proceso se obtuvo un producto en forma de manual que los estudiantes podrán emplear como recurso teórico y conceptual, el cual aumentara sus competencias profesionales por medio de la comunicación corporal desde la kinésica.

Bibliografía

Hermida, J. (Diciembre de 2010) *Hablar sin palabras*. Editorial: Temas de Hoy.

Lillo, J. (Diciembre de 2011) *El cuerpo habla*. Madrid España. Editorial CR EAL TI E.

Wolfe, G. (2005) *¡MIRA!: el lenguaje corporal en la pintura*. Recuperado el 19/11/2014 de <https://es.scribd.com/search?query=EL+LENGUAJE+CORPORAL+EN+LA+PINTURA>

Alcalde, C. (Santiago de Chile – 2009) “*CONCIENCIA CORPORAL Y DESARROLLO DEL LENGUAJE: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA IMPRESCINDIBLE*”

<http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/123456789/528/1/Tesis%20tpdif10.pdf>

Eneried, L. (Bogotá, Colombia, 2011) *EL LENGUAJE CORPORAL Y LA COMUNICACIÓN Una mirada desde la Educación Física*.

<http://www.bdigital.unal.edu.co/6419/1/868169.2011.pdf>

Montávez, M. (2012 Córdoba España) *La expresión corporal en la realidad educativa*.

<http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/6310/9788469512753.pdf?sequence=1>

