

LENGUAJE Y SIGNIFICADO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL. (PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA CARRERA DE COMUNICACIÓN)¹

Andrea Estupiñán Villanueva
Agustín René Solano Andrade
Martha Silvia Torres Hidalgo ()*

Resumen

Se presenta en este documento un extracto de los principales aspectos que aluden al concepto de *Comunicación Visual*, retomando las diversas definiciones, fundamentos, teorías y el contexto socio-histórico en las que surgen éstas. Nuestro propósito es primeramente establecer una diferencia entre dos enfoques específicamente sobre el área de estudio antes mencionada, el primero que partiría desde la perspectiva de la *Comunicación Visual* como objeto-arte-diseño y el segundo desde otro foco que es la comunicación-mensaje-códigos, para continuar después con un contexto de los antecedentes y finalizaremos con algunas consideraciones y reflexiones alusivas al tema. De tal forma, que la reflexión anterior asentó los fundamentos que nos llevaron a hacer una propuesta de lo que sería la materia de *Comunicación Visual* para la disciplina particular de *Comunicación* dentro de una Institución Pública a diferencia de lo que generalmente se oferta y crea confusión por contenidos sustentados en una disciplina diferente como lo es el *Diseño Gráfico*. La metodología es un análisis de contenido de la materia de *Comunicación Visual* ubicada en el nivel básico, de corte cualitativo relacionando los enfoques antes mencionados con los contenidos específicos de cada módulo. Así los resultados nos proporcionaron la dirección para el diseño del programa curricular de la materia de *Comunicación Visual* que se ofertará en una institución Pública a partir del año 2014. Finalmente, sin tratar de ser exhaustivos se presentará un esquema de la materia con sus contenidos y lo más importante con sus relaciones que establezcan congruencia con un perfil de egreso en escuelas de Comunicación Públicas.

Palabras clave: Comunicación, Diseño Gráfico, Comunicación visual, código visual.

Abstract

We report herein an extract synthetically but clear of the main aspects that refer to the concept of Visual Communication, taking up the various definitions, principles, theories and socio-historical context in which you come. Our purpose is first to distinguish between two approaches specifically on the study area mentioned above, the first to depart from the perspective of visual communication as an object-the-art design and the second from another source that is communication-message-codes and continue on with a backdrop of history and the most representative contributions and conclude with some considerations and reflections related to the subject. Thus, the above discussion laid the foundations that led us to make a proposal for what became the field of visual communication for the

particular discipline of Communication in a Public Institution unlike what is generally supply and creates confusion content supported by a different discipline such as graphic design. The methodology is a content analysis of the Visual Communication field located at the basic level of qualitative approaches mentioned above relating to the specific contents of each module. Thus, the results gave us the direction for the design of the curriculum of Visual Communication matter that will be offered in a public institution from 2014. Finally, without attempting to be exhaustive will present an outline of the subject with its content and amount as established relationships with their congruence with a profile of graduates in schools in Public Communication.

Key words: Communication, Graphic Design, Visual communication, Visual code.

Introducción

En la actualidad, dentro de lo que hoy llamamos *la era del conocimiento*, existen muchas disciplinas que empiezan a interceptarse unas con otras en algunas áreas de investigación en las que es difícil marcar o definir sus límites. Este es el caso de la *Comunicación Visual* disciplina que es utilizada tanto en el contexto del *Diseño Gráfico* pero también en el área propia de la *Comunicación*.

El concepto de *Comunicación Visual* aparece frecuentemente como parte de la disciplina del *Diseño Gráfico* pero también dentro de la *Comunicación*. Entonces parece ser una disciplina o herramienta importante en dos áreas muy similares, sin embargo, tienen algunas interpretaciones sutilmente diferentes tanto en un campo como en el otro.

Este fenómeno ha sido del interés de aquellos que tienen la responsabilidad de formar recursos humanos en las áreas mencionadas, así que como parte del Modelo Universitario Minerva (MUM)² se ha implementado la impartición de estas disciplinas de una manera conjunta en lo que se ha denominado como *Comunicación Visual*. La enseñanza de un código que involucra diferentes perspectivas del conocimiento y que por ende, tienen en su haber objetos de estudio específicos; se ha convertido en un eje transversal para aquellos interesados en la producción de mensajes gráficos a través de los diferentes medios de información y comunicación.

La tarea de unir contenidos en beneficio del desarrollo profesional del egresado en estas áreas, ha sido una cuestión compleja puesto que ha requerido de expertos en contenidos,³ y de facilitadores, quienes a partir de sus experiencias en el aula conjuntas con su experiencia profesional, han desarrollado capacidades necesarias para desarrollar los materiales que son necesarios en la preparación profesional de los comunicadores visuales.

Conceptualizaciones sobre Diseño, Comunicación y Comunicación Visual

En el entramado de la *Comunicación Visual* entre dos disciplinas, la *Comunicación* y el *Diseño Gráfico* son dos fenómenos sumamente complejos incapaces de ser restrictivos o

subordinados uno al otro; porque la *Comunicación* no es una función exclusiva del *Diseño Gráfico*, y éste no surgió solamente para satisfacer las demandas comunicacionales. Hablar de comunicación dentro del entramado cultural es hablar de ella como medio para entablar vínculos entre los miembros de una misma cultura o de diferentes culturas. Baldwin y Roberts dicen al respecto: “el diseño es una forma de comunicación; y la comunicación es la base de nuestras relaciones y de nuestra forma de comprender el mundo. [...] A su vez, es un elemento que determina la cohesión social de un grupo.” (2007:12)

El diseño por su parte, para cumplir su característica de estético-funcional, estudia la vida social, intentando comprender tanto las ideologías, carencias, necesidades o debilidades que está presenta. Actividades en común –*Comunicación como Diseño Gráfico*– se utilizan para: productos necesarios y funcionales para el hombre, mensajes persuasivos como campañas políticas y sociales, publicidad, venta de productos o servicios, y mejoras del entorno. “Si no tenemos en cuenta estas cuatro áreas, entonces el diseño se convierte en un elemento únicamente visual y se podría decir que es totalmente irrelevante e interesado”.⁴ (Baldwin y Roberts, 2007:12)

Si se define el *Diseño Gráfico* como la disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente; se puede deducir que el diseñador entonces asume el rol central y las decisiones visuales que se involucran en el proceso de la construcción de estos mensajes, es decir que las premisas de principios estético universales o de caprichos del diseñador ya no pueden aplicarse sin regirse primero dentro de un campo creado entre la realidad actual y la realidad a que se desea arribar después de que el público es estimulado por dichos mensajes. De aquí es importante ver el reto del aspecto visual de las comunicaciones, pero contextualizado dentro del aspecto operativo; en otras palabras, subordinar lo que el diseño debe ser al o lo que debe hacer. (Nigel Cross y Robin Roy, 1999:123)

Mientras que el *Diseño* se enfoca más en la parte operativa, instrumental, la esencia se encuentra en la percepción que determinará la detectabilidad y dicriminabilidad de los mensajes específicamente de los estímulos visuales, los cuales tendrán mayor o menor poder de atracción dependiendo de la eficacia de la funciones del lenguaje visual que a su vez está determinado por ciertos códigos. Es indudable, por lo tanto, desde el enfoque de la *Comunicación* que la producción de comunicaciones visuales no puede ignorar las características específicas del grupo elegido. Esto no implica que las tradicionalmente estimadas nociones de inventiva y calidad visual dejen de tener valor, pero requiere una contextualización de estas nociones dentro de situaciones específicas.

La excelencia de la forma de un mensaje provee fuerza a la comunicación: (1) resulta en una expansión de la experiencia visual del público; (2) refuerza la relación simbólica entre forma y contenido; (3) intensifica la experiencia visual del observador; (4) guía el acto visual en términos de jerarquías y secuencias; (5) confiere valor estético al objeto y genera placer; (6) despierta una sensación de respeto por la habilidad y la inteligencia del autor y (7) conecta al observador con valores culturales que trascienden la estricta función operativa del diseño. (J Frascara, B Meurer, J van Toorn, 2004)

Apuntemos sobre lo anterior: respecto a la excelencia de la forma, en este punto la *Comunicación* está más ligada a la instrumentación del *Diseño Gráfico*, debido a que esta disciplina tiene la responsabilidad de traducir el mensaje en formas puntuales y objetivas en imágenes que facilitarán la comprensión empática del mensaje es decir, le da fuerza de interpretación más que apuntar a la significación del mensaje. Al buscar reforzar la relación simbólica entre forma y contenido, volvemos al área de la *Comunicación*, ya que los códigos se deben a la sociedad que los construye, como un proceso cultural. Retomando significados como acto visual con valor estético y jerárquico del objeto es fenómeno que atañe al *Diseño Gráfico*; mientras que al referirse a un acto cultural que intensifica la experiencia visual es un fenómeno de la disciplina de la *Comunicación*. Conectar al observador con valores culturales que trascienden la estricta función operativa del diseño enfatiza la relación interdisciplinaria entre *Comunicación* y *Diseño*, dando pie a la *Comunicación Visual* como un fenómeno integral multidisciplinar al que apuntamos en este trabajo.

En busca de los lazos genealógicos entre Diseño y Comunicación.

Dos disciplinas se cruzan en su origen desde tiempos remotos como representaciones o expresiones de la realidad del hombre, en donde a esta actividad se le suma también la idea de que expresarse gráficamente y comunicar como necesidad imperante de un hombre social, es lo mismo. Ante esto, dos reflexiones se presentan a continuación, la primera defiende una posición de la expresión como actividad más espontánea, por lo mismo, con diferencias significativas por ser ésta una actividad más libre de sistemáticas. La segunda propuesta, al contrario, destaca el método.

De aquí, como afirma Patricia Trujillo (2010), la expresión investiga su esencia en el sentimiento, en los pensamientos, en las emociones, en el contexto, en el momento, la realidad de la que se nutre, así como la realidad que el propio artista distingue, el *Diseño* se toma de la mano de la *Comunicación* tomando sus raíces en la manera de comunicar mensajes al público, dirigiéndolo hacia un mercado concreto y valiéndose de lo artístico como función estética. Munari (1976) dice al respecto que:

El autodidactismo de los profesionales que la ejercen [la actividad del diseño gráfico], apoyándose en los clásicos conceptos de las Bellas Artes, como legitimación profesional, han creado bastante confusión respecto al concepto de “diseñador-artista” (p.8)

En opinión ligeramente opuesta a Trujillo se presentan la de Ana Moreno (2010), donde ella expone que el diseño, como nueva disciplina, parece que tuviera que encontrar un lugar entre las bellas artes para hacer reconocer su carácter artístico pero, en realidad, un buen producto de diseño, de arquitectura o pintura, no es mejor por el formato, las condiciones o el método de trabajo que ha dado lugar a su producción, sino por el resultado final que con el paso del tiempo es el que —quizá con cierta crueldad y siguiendo el gusto del momento— los considera arte o no, independientemente de la disciplina a la que pertenezca, especialmente a partir de las vanguardias y en las últimas décadas del siglo XX, con la inclusión de las tecnologías en la producción artística que ha dado lugar a un nuevo tipo de arte totalmente reconocido como tal. Desde esta postura, podríamos afirmar que el *Diseño* es el arte del siglo XX.

Entonces se puede deducir que el origen de estas disciplinas se encuentra sustentado en el tronco de lo estético, y por ello su constante referencia a lo artístico; y desde otro lado, del tronco de lo metodológico en tanto se desea una profesionalización de ambas disciplinas.

Todavía queda mucho por poner en común sobre lo anterior, pues existen afirmaciones como las de Press y Cooper (2009) que dicen que:

el proceso de diseño depende de los métodos de comunicación, y donde antes se tenía la idea de que lo visual era el ámbito principal del diseñador en cuanto a comunicación, ahora hay que tener en cuenta todos los métodos de comunicación.
(p.152)

No creemos que el tema esté agotado con las breves reflexiones expuestas, sin embargo, lo más importante es tener en cuenta la manera en que esto se está llevando a la formación de los nuevos recursos humanos en estas áreas y de donde nacen nuestra interrogante básica: ¿en el área de la *Comunicación*, cómo debe estructurarse el contenido de la materia de *comunicación visual* cuando existe una profesión hermana denominada *Diseño gráfico* que se especializa en la materia mencionada?

Análisis de contenido del programa de Comunicación Visual.

Los nuevos modelos enseñanza-aprendizaje en México como en otras partes de Latinoamérica, demandan rediseños orientados a promover el aprendizaje significativo. Los nuevos conocimientos, entonces, tendrán que estar orientados a la movilización de estos hacia el ejercicio profesional que siempre deberá estar alineado a los perfiles de egreso de cada disciplina. (Ramírez, L; Medina, G, 2007)

Como se planteó al inicio de este artículo, el propósito de la investigación fue hacer un análisis cualitativo del contenido del programa de *Comunicación Visual*, con el propósito de alinearlos al perfil de la disciplina de *Comunicación* en lugar de estar dirigido a la disciplina de *Diseño Gráfico*.

El programa de *Comunicación Visual* tenía como objetivo general el siguiente: *El alumno desarrollará y utilizará una metodología del diseño gráfico, acorde con las diversas necesidades de comunicación gráfica, acordes a las condiciones regionales y de la propia identidad nacional.* Como se puede observar desde el objetivo de su planteamiento estaba dirigido a la producción de *Diseño Gráfico* como solución para necesidades de comunicación gráfica respetando el contexto.

Por otro lado, el programa estaba compuesto de seis unidades descritas a continuación:

Unidad 1. *Ámbito de la Comunicación Visual* y su importancia

- 1.1 *Qué es la Comunicación Visual* y su importancia en el mundo actual.
- 1.2 *Ámbito de desarrollo y áreas de aplicación.*
- 1.3 *El Diseño de la Comunicación* hoy en día.

Análisis: En la unidad 1, los contenidos presentaban una introducción al ámbito de la *Comunicación Visual* solo que al entrar en el apartado 1.2 las áreas de desarrollo y aplicación no estaban dirigidas al ámbito de la *Comunicación Visual* que es más general

sino se dirigía a las áreas de aplicación instrumental del *Diseño Gráfico* como son: Identidad Corporativa, Diseño de Cartel, Señalética y Empaque y Embalaje.

Unidad 2. Elementos de la Comunicación Visual

- 2.1 Lenguaje visual
- 2.2 Elementos de diseño:
 - 2.2.1 Conceptuales
 - 2.2.2 Visuales
 - 2.2.3 De relación
 - 2.2.4 Prácticos

Análisis: En la unidad 2, los contenidos estaban dirigidos a la aplicación de combinaciones de los elementos del lenguaje visual para soluciones gráficas, en lugar de la comprensión y conceptualización de los mismos para la construcción de un mensaje.

Unidad 3. Estructura del diseño de la Comunicación Visual

- 3.1 Forma-elementos
- 3.2 Redes
- 3.3 Formatos
- 3.4 Significado más impacto
- 3.5 Materiales

Análisis: En la unidad 3, sus contenidos capacitaban para la instrumentación de los mensajes visuales, en donde se definían estructuras que sustentarían los objetos gráficos. El apartado 3.5 estaba totalmente dirigido al análisis de materiales, por lo tanto, se alejaba del fenómeno la *Comunicación*.

Unidad 4. Diseño de Cartel

- 4.1 Publicidad exterior en todas sus variantes.
- 4.2 Etiquetas e identificadores.

Análisis: En la unidad 4, *Diseño* de Cartel es un área de aplicación del Diseño Gráfico, en esta unidad se desarrollaban habilidades de construcción de objeto gráfico.

Unidad 5. Diseño Tipográfico

- 5.1 Conjunción Letra-mensaje gráfico
- 5.2 Connotación y Denotación de tipos o caracteres

Análisis: En la unidad 5, el *Diseño* Tipográfico es sabido que es un área de especialización en la disciplina de *Diseño Gráfico*, aún más cuando en esta unidad la estrategia de enseñanza era diseñar mensajes en base a elementos tipográficos.

Unidad 6. Bases del proceso completo del diseño gráfico para la comunicación, incluyendo la producción de materiales gráficos

Análisis: En la unidad 6, sus contenidos formaban en la metodología para el proceso de producción de mensajes gráficos, en donde se definían cada fase del *Diseño Gráfico* para un proyecto específico.

Sustento del nuevo programa de comunicación Visual para el área de Comunicación

Los sistemas de comunicación actual, requieren de una nueva visualización, que permitan entender, interiorizar e interpretar la información de una manera más dinámica y activa, de tal manera que comulgue con el constructivismo como parte del modelo a seguir. Por ello, la nueva propuesta de un programa de *Comunicación Visual* para comunicólogos, se sustentaría en una base más teórica y epistemológica del lenguaje visual para aterrizar el conocimiento en la crítica y la evaluación del diseño desde la *Comunicación Visual*, en lugar de la creación de estructuras y de la operatividad del lenguaje visual para productos de *Comunicación Visual*. (www.elgrupo.com.ve)

El enfoque estará centrado en la parte teórica del lenguaje visual y sus códigos como menciona Solano (2010) en su propuesta de los Códigos del Diseño.⁵ El objeto de estudio, para nuestro caso, será el mensaje en sí y sus códigos. No estamos hablando del mensaje-objeto gráfico, pues ese es el caso de un programa dirigido a un perfil de diseñador gráfico.

Siendo la distribución del programa planteada a partir de la *Comunicación* como disciplina y no del *Diseño Gráfico*, primero se busca que se conozcan las unidades de construcción y después se procede al entendimiento de la estructura o composición (que para nuestro caso no será práctico sino puramente conceptual) definida y regida por códigos. Más adelante, por medio de la sintaxis, analizar qué tipo de niveles de abstracción y significación se usan en cada imagen visual. Finalmente se propone como método de evaluación un abecedario visual que interpreta la actuación de cada elemento dentro de sus estructuras y tipo de sintaxis en diferentes estudios de caso de la imagen visual desde una perspectiva metodológica.

De esta forma el programa final de *Comunicación Visual* para el área de *Comunicación* queda definido de la siguiente manera:

Objetivos:

El alumno podrá:

a. Objetivo Educativo.

Comprender la codificación del lenguaje visual, para generar propuestas asertivas comprometidas con el entorno social.

b. Objetivo General:

Reconocer los elementos del lenguaje en la comunicación visual, para la concepción de mensajes significativos.

Unidad 1. Teoría De La Comunicación Visual

Objetivo: Identificar los fundamentos de la Teoría de la Comunicación Visual, para reconocer las funciones de la imagen.

1.1 Principios básicos de la Comunicación Visual.

1.2 Mensaje visual.

1.2 Funciones de la imagen visual.

Unidad 2. Lenguaje Visual

Objetivo: Distinguir los elementos comunicativos del lenguaje visual, contenidos en el mensaje.

2.1 Concepto del lenguaje visual.

2.2 Elementos del lenguaje visual

2.2.1 Conceptuales

- 2.2.2 Visuales
- 2.2.3 De relación
- 2.2.4 Prácticos

Unidad 3. Códigos de la Comunicación Visual

Objetivo: Relacionar los conceptos sobre lenguaje visual para comprender los códigos que soportan el mensaje

- 3.1 Código morfológico.
- 3.2 Código cromático.
- 3.3 Código semio-estético.
- 3.4 Código tipográfico.
- 3.5 Código de imagen

Unidad 4. Sintaxis de la imagen

Objetivo: Reconocer los niveles de sintaxis en el mensaje visual.

- 4.1. Niveles de abstracción.
- 4.2 Niveles de significación.
- 4.3 Clasificación de la imagen.

Unidad 5. Evaluación de la imagen gráfica y su metodología.

Objetivo: Ubicar a la imagen visual contrastando los fundamentos teórico-metodológicos dentro de su entorno social.

- 5.1 Abecedario visual.
- 5.2 Figuras retóricas.
- 5.3 Tipología de la imagen y clasificación.
- 5.4 Metodología

Conclusiones

La conjugación entre el *Diseño Gráfico* y la *Comunicación* refieren a una situación más compleja que el hecho de identificar cuál de ellas es la originaria o la que dirige a la otra. Ubiquemos que lo primero siempre se considera como un motivo, lo segundo, se percibe como una réplica, y lo subsecuente, es decir, lo tercero ya se denomina que es copia. Ambas disciplinas son dependientes, y como tal se complementan. Actualmente, quienes las enseñan o aprenden, deben ser conscientes de la existencia de ambas, incluso, de su cuestión técnica como parte de la profesionalización de una y otra.

Cada una debe solucionar y llenar las carencias de la otra, sin perder la oportunidad de ser complemento y potencia. Estas disciplinas tienden a la atracción en su labor ya que incluyen tanto a la razón como a la sensibilidad a través de la imaginación, ese puente fecundo que aquí también se presenta.

Toda obra de *Comunicación Visual* surge a partir de la necesidad de transmitir un mensaje específico, significativo, para ser consumido a través de una experiencia estética. Un comunicador visual no es sólo un creador de formas, es más un creador de comunicaciones –un proceso más complejo; es un profesional que mediante un método específico (diseño) construye mensajes (comunicación) con medios visuales (grafismos).

Ante la aseveración anterior, lo que queda a la enseñanza de la *Comunicación Visual*, es su continuo perfeccionamiento con base en la adaptación al entorno, a las necesidades que las sociedades van requiriendo de los profesionistas en estas áreas, que tienen en sus manos comunicar diferentes tipos de información a través de códigos que sean reconocibles y empáticos con aquellos a quienes se dirige. Todo comunica, y todo es referente, una imagen no dice más que mil palabras, una imagen dice justo lo que el receptor comprende de ella; el trabajo propio en la Comunicación Visual es que esa lectura sea intencionada, significativa y con una carga estética justa. Esa es la importancia de la *Comunicación Visual*, y es en este sentido que se debe construir al *Comunicador* en dicha materia, para que se inserte en la sociedad con una propuesta innovadora del uso de la *Comunicación*.

Referencias

5° Congreso de la Conferencia Venezolana de Comunicación Social- Comunicación Visual, (2008). [Versión en línea]. Recuperado 2 de junio 2012. Disponible: www.elgrupo.com.ve

Baldwin J. / Roberts L., (2007). *Comunicación Visual, De la teoría a la práctica*, Parramón, Barcelona.

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2006). *Modelo Universitario Minerva (MUM)* Recuperado el 8 de junio de 2012 Disponible: <http://www.minerva.buap.mx/TempMUM3.html>

Frascara, J; B Meurer, B; Toorn, Jan van; Winkler, D (2004). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Ed. Infinito. Buenos Aires.
Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social

Moreno, A (2010) *Arte y Diseño: El parangone del siglo XXI*. Revista DDiseñoP.No. 5, año 11. Enero 2010. [Versión Digital] Disponible: http://www.i-diseno.org/web_ddiseno/ddiseno-5/documento8.htm

Nigel Cross (1999), *Design Research: A Disciplined Conversation*. Design Issues , Vol. 15, No. 2, Design Research (Summer, 1999), pp. 5-10 .Published by: The MIT Press
Article Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/1511837>

Munari Bruno (1976). *Diseño y comunicación visual, Contribución a una metodología didáctica*, Gustavo Gili, Barcelona.

Trujillo Díaz, P (2010) *Conceptos contrapuestos*. Revista DDiseño .No. 5, año 11 Enero 2010. [Versión Digital] Disponible: http://www.i-diseno.org/web_ddiseno/ddiseno-5/documento8.htm Revista DDiseño .No. 5, año 11 Enero 2010

Press M. / Cooper R. (2009). *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*, GG Diseño, Barcelona.

Ramírez, L; Medina, G, (2007). *Educación basada en Competencias y el proyecto TUNING en Europa y Latinoamérica*. [Versión en línea]. Recuperado 10 de junio 2012. Disponible: <http://www.observatorio.org/colaboraciones/2007/TuningEuropayAL-LiberoVictorionoRamirez%2011oct07.pdf>

Solano Andrade Agustín René, (2005). Tesis. *Características del boceto como objeto de diseño (permanencias posmodernas)*, Universidad Iberoamericana, Puebla, México.

Solano Andrade Agustín René, (2010). Cartel “Los Códigos del Diseño”, presentado en el *Ier Coloquio de Investigación: Investigación y Actualidad*; Universidad del Valle de México, Puebla, México.

¹ Cabe mencionar que en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla en la Ciudad de Puebla, México (BUAP) se ha instaurado el nuevo Modelo Universitario Minerva a partir del año 2008, contando con ejes transversales relacionados con las áreas de Formación Humana y Social, Desarrollo de Habilidades del Pensamiento Complejo, Desarrollo de Habilidades en el uso de la Tecnología, la Información y la Comunicación, Lenguas Extranjeras, Educación para la investigación e Innovación y Talento Universitario. BUAP-MUM (2006)

² El MUM tiene como sustento en su filosofía educativa el enfoque constructivista, permitiendo al alumno el auto-aprendizaje a partir de la orientación del maestro que se identifica como un tutor, guía y facilitador de la información.

³ En la BUAP se le denomina Experto de Contenido a aquel docente que domina cierta materia y que por ende se le asigna el diseño curricular de ésta, la redacción de las unidades, y la elección de materiales didácticos, así como de actividades que justifiquen la evaluación que ahora se ha implementado por Competencias.

⁴ Las implicaciones políticas, los temas medioambientales, el impacto social y el efecto de la tecnología son los cuatro factores a los que hacen referencia los autores.

⁵ Agustín René Solano Andrade, en su tesis de maestría (2005) aborda los diferentes *Códigos del Diseño*. Presenta una actualización de dicho trabajo en un cartel para un coloquio en el año 2010.

[*]**Andrea Estupiñán Villanueva:** Nació en Puebla, México. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de las Américas Puebla-México (UDLA-P). Maestra en Comunicación y Diseño Gráfico por la Universidad Iberoamericana. Se ha desarrollado en medios de comunicación masivos impresos, radiofónicos, televisivos y publicitarios en áreas gerenciales, y de producción. En la docencia cuenta con más de 15 años impartiendo diferentes materias en Licenciatura de Diseño Gráfico, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Licenciatura en Periodismo, así como en la Maestría en Comunicación Estratégica, la cual Coordina en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Especializada en marketing social, comunicación estratégica e identidad corporativa. Ha publicado diferentes artículos y capítulos de libro en esas áreas.

E-mail: anesvi02@hotmail.com

Agustín René Solano Andrade nació en Tampico Tamaulipas, México. Realizó la licenciatura en Diseño Industrial e hizo una especialidad en Fotografía, para después incursionar a la Maestría en Diseño y Comunicación de la IBERO Puebla donde se interesó por la docencia del diseño en el área de la metodología. Concluyó la especialidad en Gestión y Diseño de Exposiciones (BUAP) y la Maestría en Estética e Historia del Arte (BUAP Filosofía) lo que reiteró su interés por el museo y el arte. Es pasante de la Maestría en Historia del Arte en la UNAM con la tesis sobre el retablo de Cuautlancingo, Puebla. Su actividad principal es la investigación y la docencia en las teorías del diseño, el arte virreinal (retablo), el arte contemporáneo y el museo de arte, participando en varios congresos nacionales e internacionales con dichas líneas de investigación.

E-mail: agus_solano@hotmail.com

Martha Silvia Torres Hidalgo. Nació en Puebla, México. Doctor en Planeación Estratégica y Dirección y Tecnologías por la Universidad Popular Autónoma de Puebla (UPAEP), Maestría en Administración de la Transformación por la Universidad Iberoamericana (IBERO), docente medio tiempo de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), consultor en la Incubadora de empresas del ITESM, campus Puebla. Director de tesis de licenciatura. Líneas de investigación: Emprendedurismo ético en universitarios, Gestión de la Imagen y Publicidad. Publicaciones recientes: Modelo de Estratégico de Emprendedurismo Ético en Jóvenes Universitarios, Diagnóstico de nivel formativo de escala de valores en estudiantes de comunicación: caso universidades de Puebla.

E-mail: martatohi@yahoo.com.mx