



LA COMUNICACIÓN Y SU PROCESO

Docente: Andrés Rocha



Introducción a la Imagen Digital

La comunicación es uno de los logros que la humanidad ha tenido como uno de sus grandes elementos para evolucionar. Ahora, no resulta algo sorprendente ni nada alarmante el hecho de que la comunicación permite que las fronteras se rompan y logremos llegar a lugares que jamás habíamos imaginado a partir de la comunicación y todo esto se da gracias a los avances tecnológicos alcanzados en los últimos tiempos.

Podemos acceder a información que puede ocurrir en cualquier lugar y momento del mundo. Las noticias nos permiten estar informados sobre lo que sucede a nuestro alrededor y la comunicación es la base para lograr ese resultado. Los celulares, las teleconferencias, y luego de la pandemia las teleconferencias, han logrado que podamos seguir en contacto con el otro. todos estos medios nos facilitan la comunicación y la logran ejecutar a gran velocidad Manuel Calviño en su libro actos de comunicación dice que “una fibra óptica Qué puede transportar 200 veces más información que un cable coaxial; los repetidores de fibra óptica pueden estar separados entre sí a más de 100 km de distancia, frente a aproximadamente 1.5 km en los sistemas eléctricos tradicionales; un puede; las redes de fibra óptica son capaces de albergar 500 canales de televisión, pueden recetar 34,000 líneas telefónicas de ida y vuelta” (Calviño , 2004:158).

Citamos ahora al autor Dorflies quién habla sobre el desarrollo tecnológico algunos años atrás, él nos dicen “dice el peligro se cuando los

instrumentos técnicos dividen el ego humano, o sea, cuando la técnica se torna autosuficiente o se adueña del hombre en lugar de dejarse adueñar por él”. (Dorflies,1969:34 citado por Calviño M., 2004). Y es que una de las paradojas de este siglo es que pese a que nos podemos comunicar de manera muy compleja, existen evidencias de que la efectividad en términos de accesibilidad y velocidad ha sacrificado de alguna forma la efectividad de la comunicación interpersonal, la comunicación que después de la pandemia, nos ha llevado a utilizar pantalla para mantener nuestra comunicación.

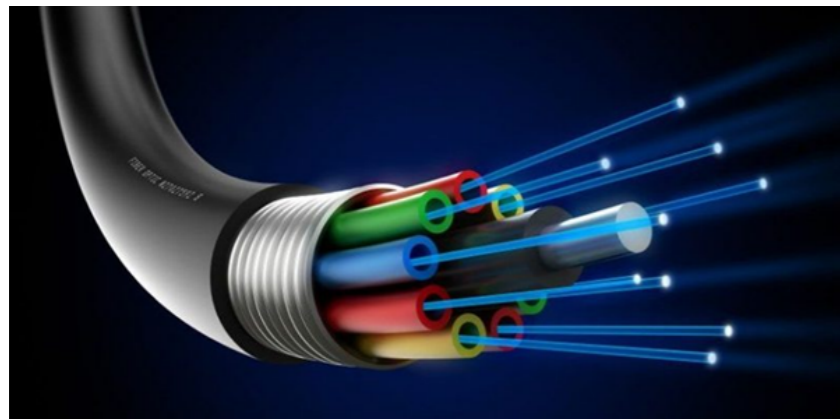


Figura 1: <https://concepto.de/wp-content/uploads/2018/02/fibra-optica-e1519650864676.jpg>

Cuando hablamos de comunicación interpersonal decimos que contamos con más de un participante, los cuales tienen cierta cercanía que les permite interactuar intercambiando un mensaje de ida y vuelta, lo cual permite no solamente interrelacionarse sino que el flujo de la información, tanto desde el punto de vista lingüístico como visual, se constituye en un proceso básico en el cual nosotros llegamos a intervenir en la vida del otro de forma activa, si se trata de video o pasiva si nos referimos a contenido que él pueda consultar posteriormente. Entre los participantes de esta comunicación entendido como un proceso, no tiene existir un previa ni lazos que afecten esa transferencia de información entre los dos actores del proceso. Las relaciones interpersonales pueden manifestarse en diferentes niveles. no comunicativo con nivel en sí mismo una profunda comunicación interpersonal, podemos saludar a las personas al empezar el día ¿cómo amanece? o ¿cómo se encuentra?, podemos hablar del clima o podemos hablar de la situación del lugar en el cual estamos en ese momento, esto no constituye un problema de comunicación.



[https://img1.wsimg.com/isteam/ip/04f04140-9949-4ec7-b391-73194d207c79/Dise%C3%B1o%20sin%20t%C3%ADtulo%20\(2\)-0001.png](https://img1.wsimg.com/isteam/ip/04f04140-9949-4ec7-b391-73194d207c79/Dise%C3%B1o%20sin%20t%C3%ADtulo%20(2)-0001.png)

El Empresarial contemporáneo impone grandes desafíos día a día. Estamos ante un fenómeno de globalización cada vez más fuerte y que rige nuestras vidas. Estamos, luego de 2 años de encierro, sometidos a una innovación tecnológica que cada vez nos sorprende en términos de las nuevas maneras a través de las cuales nos podemos comunicar en la actualidad con las personas... cada vez son más las empresas que ofrecen servicios de comunicación y mayores las alternativas que tenemos para poder comunicarnos. Pero también



surge un inconveniente, y es que esa misma innovación y evolución de la tecnología representa una inestabilidad, en cada uno de los seres humanos que las utilizamos.

En la actualidad Cómo dice Gordillo (2005) “ en el mundo, la información y la tecnología cambian rápidamente pero la esencia de la persona, de su interrelación, de hacerse responsable de sus actos, de en y de interpretarse por su propio crecimiento profesional tiene un carácter más permanente...”.

En alguna medida, todos tenemos la habilidad de comunicarnos con el otro, desde el diseño, el proceso que se lleva a cabo para comunicar involucra diferentes elementos de un proceso que desde Aristóteles fue propuesto como toda una ciencia de la comunicación y que nos ha permitido continuar evolucionando.

Luego de entender el contexto de la comunicación que interrelaciona a los actores de ese proceso, vamos a conocer etimológicamente cual es el origen de la palabra comunicación. proviene del latín *communicare*, que se traduce como “poner en común, compartir algo”. Y, ¿qué entendemos por algo compartido?... es una información que se transmite de un lugar a otro. Entonces, podríamos decir que el proceso comunicativo se desarrolla a través de la emisión de señales que pueden ser de diferentes tipos, como sonidos, gestos, señas, que en general tienen la intención de dar a conocer un mensaje.

Como Dirían Martínez y Nosnik, la comunicación es “ un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, ya sea una opinión, actitud o conducta” (1988:28).

Sin embargo, existen múltiples perspectivas posibles con respecto al tema en mención. La comunicación ha interesado, desde el principio de la historia, a diferentes personajes con diferentes maneras de entender, comprender y aplicar la comunicación. Desde la primera parte del siglo 20 hasta nuestros días, la teoría de la comunicación se ha ido construyendo desde miradas muy diferentes. Por ejemplo, en 1948 los matemáticos Shannon y Weaver, propusieron una teoría matemática de la comunicación pensada a partir de la teoría cibernética. Según ellos, la información es un producto vinculado a la cantidad de datos existentes en un mensaje. Así, su propuesta teórica permite estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio. La idea fundamental de esta teoría de la información, afirma que debe ser transmitida con la ayuda de un canal.

En este sentido, un modelo matemático planteado por estos 2 autores nos permite comprender de una manera clara los siete elementos básicos de este proceso: (fuente, entendiendo que ésta, es el origen de dónde proviene el proceso mismo de comunicación) emisor, codificación, mensaje, medio, decodificación, receptor retroalimentación. La acción de todos los componentes produce efectos derivados en su combinación en una situación comunicativa particular, el mensaje del emisor afecta, como respuesta al contenido del mensaje, o actitudes diferentes del receptor. De esta manera, empezamos a comprender que el diseño como parte de un proceso de comunicación está influenciando de manera directa el comportamiento de todas aquellas personas que tienen contacto con un producto final de diseño, lo cual, implica que el profesional en diseño gráfico, investigue y construya un perfil detallado del receptor de su mensaje para que éste, comprenda la intención del diseñador gráfico como un actor en el proceso de comunicación.

Quién → dijo qué → por qué canal → a quién → con qué efectos
(emisor) (mensaje) (código y canal) (receptor) (feedback)

<https://secitgu.eco.catedras.unc.edu.ar/files/Quiendi-joque-01.png>

Para entender de mejor manera cada uno de los componentes de este proceso vamos a hacer un recorrido por cada uno de ellos.

En la gráfica anterior no aparece la fuente, pero se constituye en un factor clave en el proceso de comunicación ya que diferentes autores lo definen como un pensamiento o una idea que da inicio a ese proceso. Cuando definimos la fuente, decimos que al ser el origen, es un actor importante dentro del proceso de comunicación. En un ejemplo aplicado al diseño gráfico, esa fuente está representada por la empresa o el cliente que contacta a un diseñador gráfico para que realice unas piezas específicas. Ese es el origen... esa es la fuente.

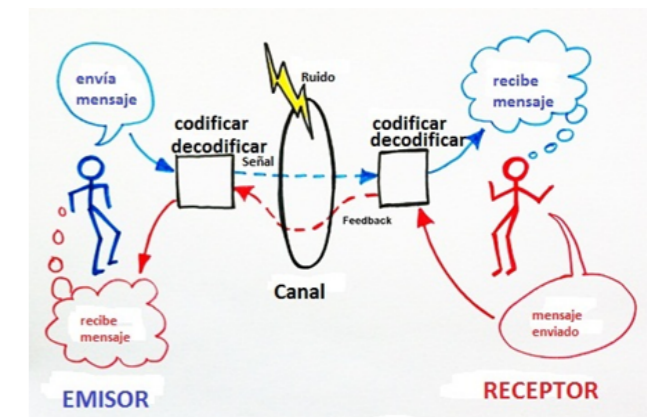
Luego, aparece el siguiente componente del proceso de comunicación que es el emisor. Éste es en el ejemplo que se acaba de plantear la persona encargada de crear el mensaje, incluyendo los componentes lingüísticos y visuales. El emisor se encarga de encontrar todos los códigos del receptor para poder crear una pieza gráfica que cumpla con el objetivo planteado inicialmente. Esta codificación permite encontrar información clave para llevar a cabo la adecuada construcción del mensaje que será diseñado posteriormente.

Después de esto, inicia la creación de un mensaje para ese producto de diseño que se está realizando. También el conocimiento del receptor, permite establecer cuales son los canales ideales para que podamos llevar ese mensaje a través de un medio al que el cliente va a tener acceso. Y como resultado de este trabajo previo de investigación, se hallarán posibles barreras en la comunicación y que como

profesionales en diseño gráfico, se deben tener en cuenta para evitar al máximo que el ruido afecta la comprensión de ese mensaje.

Cuando este mensaje ha sido enviado y ha sido creado con el conocimiento de las posibles barreras, el receptor inicia un proceso de decodificación, el cual consiste en la interpretación de la información que el emisor ha creado para él. El receptor se convierte en el personaje clave de todo este proceso, ya que es a quién se debe estudiar inicialmente y el destino final de todo el proceso de comunicación, específicamente en términos de diseño gráfico.

Luego de que el receptor ha recibido el mensaje a través de un canal determinado previamente, debe generar una respuesta tanto al emisor como a la fuente, que permitirá determinar si fue efectivo o no toda la construcción, elaboración y comprensión del mensaje. a este último se denomina retroalimentación.



<https://www.losrecursoshumanos.com/wp-content/uploads/2016/02/proceso-de-comunicacion-humana-1.jpg>

Y para complementar todo el proceso que se lleva a cabo para lograr la comunicación desde el diseño gráfico, debemos tener muy en cuenta el contexto en el cual se presenta esta situación de comunicación. Cuando nos referimos al contexto, es el entorno en el cual se desarrolla todo el proceso de comunicación en sí mismo.



<https://radiogeahome.files.wordpress.com/2020/08/elementos-de-la-comunicacoc81n.png?w=713>

PASOS PARA QUE SE DE LA COMUNICACIÓN

Para que la comunicación ocurra se hace necesario que algunos pasos básicos se lleven a cabo de la siguiente manera:

- * La intención comunicativa, se requiere de uno o varios emisores que quieran enviar el mensaje y de una fuente que es el origen primario de esa intención de comunicar.
- * Al codificar el mensaje, el emisor prepara el tipo de comunicación que va a emplear, ya sea verbal, no verbal, escrita o visual.
- * La transmisión del mensaje implica la utilización de medios adecuados al código empleado en el mensaje. Por ejemplo un correo electrónico, un mensaje escrito, una nota de voz, una llamada o una conversación con alguien de quién podemos identificar un lenguaje no verbal, etc.
- * Para que el mensaje puede ser recibido, el receptor debe sentirse identificado con los códigos de la información enviada. por ejemplo enviar una carta a alguien que no sabe leer o que tiene una condición visual que lo impida. en este caso la comunicación no tendrá lugar

y quién se hace responsable de este hecho es el emisor, ya que desconoció las condiciones que tenía el receptor.

* Y por último, la interpretación del mensaje involucra una serie de elementos Cómo el entorno en el cual se encuentra el receptor. Entre estos factores se encuentra el biológico, psicológico, emocional o sociocultural; elementos que pueden afectar la comprensión e interpretación de lo que inicialmente el emisor quería comunicar.

Estas son algunas de las características que este proceso de comunicación debe tener en cuenta

para lograr que el objetivo se cumpla. La comunicación es un proceso dinámico en el cual los roles se pueden intercambiar pero siempre debe estar claro quién envía la información y a quién se le envía, de Qué es la retroalimentación o feedback pueda ser un elemento para evaluar si la información cumplió con el objetivo. Este proceso además, sirve para reafirmar una organización social, ya que el individuo puede expresarse y transmitir un mensaje influyendo en la interacción de los grupos sociales que comparten un código en común.



<https://radiogeahome.files.wordpress.com/2020/08/29c2ef4c55a0ddb8e59be09bb8095e8f.jpg>

FUNCIONES COMUNICATIVAS

En este proceso de comunicación se define cuatro funciones básicas:

1. Informativa. El mensaje transmite una información objetiva soportada en datos que deben ser de fácil verificación. Por ejemplo las noticias, los artículos de prensa o la información periodística que se transmite a través de la radio.
2. Persuasiva. Se trata de convencer a quién recibe el mensaje o cambiar de alguna manera su conducta con una finalidad específica y determinada previamente. Por ejemplo, la propaganda política y la publicidad están dentro de esta función comunicacional.
3. Formativa. En esta función se transmite un mensaje que genere un conocimiento nuevo en

el receptor, y que es que lo pueda incorporar a su conocimiento y sistema de creencias. Por ejemplo, este curso de semiótica para diseño gráfico en modalidad virtual busca, a través de un entorno educativo, cumplir la función de aportar conocimiento y experiencia al estudiante.

4. Entretenimiento. Son mensajes creados y pensados para que el receptor disfrute de todo el proceso que tanto fuente como emisor desea transmitir. Por ejemplo, la música, las películas, la televisión por demanda, los libros, los podcast de contenido enfocado a esta función, que han tenido un gran desarrollo durante la época de encierro, y que se han convertido en un medio de llevar entretenimiento a las personas con un fácil acceso a ese mensaje.



EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Desde principios del Siglo XXI, hemos venido viviendo una serie de cambios principalmente en la manera en la que se da la direccionalidad de la comunicación. En el siglo anterior, la comunicación era unidireccional, es decir, que solamente el emisor generaba la comunicación en una sola vía, eliminando del proceso la retroalimentación. Las organizaciones se centraron en utilizar medios masivos de comunicación como la televisión, la radio o la prensa. En este proceso se emitió un mensaje a los consumidores (RECEPTORES) en el cual el rol de cada uno de ellos era pasivo. Con la llegada de la web 2.0 a principios de este siglo, la tecnología ha logrado que la comunicación sea más social y participativa. Las redes sociales toman un rol muy importante Dentro de este proceso de transmisión de mensajes, los blogs también empezaron a tener una relevancia importante para generar una conexión comunicativa y por ende, nuevas formas de comunicarnos entre las personas. por tanto, la comunicación pasó a ser bidireccional creando una conversación con el receptor, restableciendo la retroalimentación o feedback como un elemento vital dentro de todos los procesos comunicativos.

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación tuvo dos grandes teoría sobre las cuales se estructuró definieron diferentes corrientes de pensamiento. Estas son la sistémica y la funcionalista.

SISTÉMICA

Bajo este enfoque la comunicación se define como el “ conjunto de elementos de interacción en dónde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos” (Marc y Picard, 1992, p. 39).

Esta teoría rompe con la visión que anteriormente menciona Vamos como unidireccional o lineal, para proponer que en la comunicación existe Un nivel de contenido y un nivel de comunicación. también que es imposible no comunicarse, qué la naturaleza de una relación se establece en función de la puntuación que los participantes hagan de las frecuencias comunicacionales. Es decir, la naturaleza de la comunicación consiste en la interpretación de los mensajes intercambiados y la forma en que estos influyen en una relación comunicativa establecida. Existen dos modalidades de comunicación: la digital, que define el qué se dice; y la analógica, que es el cómo se

dice (gestos, tono de voz, lenguaje no verbal, entre otros). La comunicación puede ser simétrica y complementaria.

Simétrica, porque existe cierta igualdad en el comportamiento complementario por qué corresponde a un proceso comunicativo en el que se intercambian distintos tipos de comportamiento y conducta convirtiéndose así en complementaria y determinando un nivel de superioridad o de inferioridad dependiendo de las circunstancias en la que se establezca este proceso.

FUNCIONALISTA

Está corriente se origina en In-

glaterra en los años 30 y propone un esquema representativo en el cual emisor- mensaje- código y canal- receptor- feedback son la base sobre la cual se soporta. Se basa en la interacción que las instituciones y sus procesos comunicativos generan en la sociedad sobre la cual generan influencia, dando un orden a éste grupo social. De esta manera, desarrolla que la comunicación y/o “manipulación” se basa en la adhesión a las instituciones a través de las emociones. El enfoque de esta teoría se centra en las relaciones que genera la comunicación y la forma como se transfieren mensajes que permiten que se creen diferentes perspectivas en la expresión pública de los receptores.

COMUNICACIÓN VISUAL

Conociendo los elementos básicos del proceso de comunicación y sus diferentes enfoques, es necesario conocer en qué consiste la comunicación visual y la manera de aplicarla dentro de un ejercicio de diseño gráfico. Ejemplificando un poco la comprensión de esta comunicación visual, al crearse un aviso en Facebook Ads se pueden buscar dos tipos de reacciones, que sigan el perfil o que visitan una página web. de esta manera entendemos que la comunicación tiene un objetivo que debe estar planteado desde el comienzo del proceso de diseño y no esperar el resultado para poder tomar decisiones. Otro ejemplo, es una pieza que informa sobre un evento en el cual se

comunica su fecha, lugar y algunos procesos de compra. aquí los elementos gráficos son las claves para lograr incentivar una reacción en el receptor como lo son el color, la tipografía, las imágenes y demás componentes visuales que lograrán que este aviso logre su objetivo.

Al entender esto, encontramos que uno de los principales elementos que se deben establecer desde un comienzo es el planteamiento de un objetivo frente a lo que se va a diseñar. Éste, será determinado bajo una investigación previa de cada uno de los componentes del proceso de comunicación.



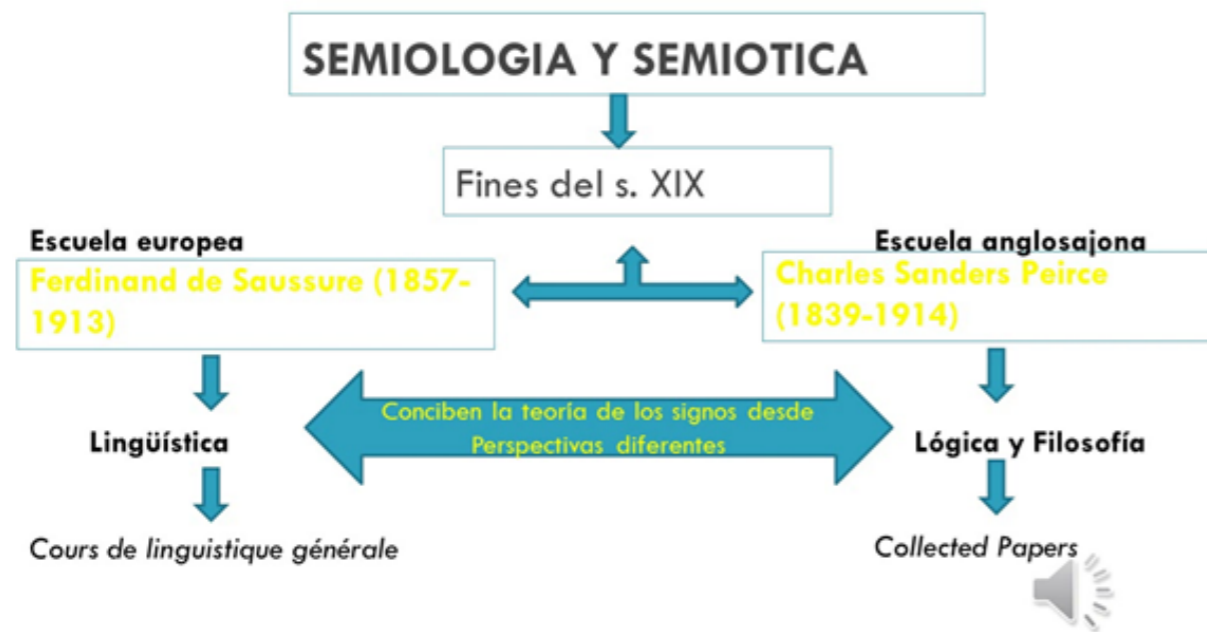
<https://rosaleon.es/wp-content/uploads/2016/10/IN-FOGRAFIAcomunicacionVisual.jpg>



TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Luego de comprender la comunicación desde una perspectiva más precisa y sus aplicaciones en el diseño, incluso desde lo visual, se definirán conceptos claves de la asignatura, como son los de semiología y semiótica. Con esto iniciaremos un abordaje cada vez más profundo en la relación que existe entre los componentes básicos de comunicación visual y la referencia de qué códigos deben estar presentes en el proceso de creación, conceptualización y desarrollo gráfico.

<https://i.ytimg.com/vi/l1wix8WVfc4/maxresdefault.jpg>



¿Por qué cuando vemos una persona en la cima de una montaña, asociamos esa imagen con éxito?, o ¿por qué un color está asociado con una emoción o un tipo de expresión? y ¿cómo atribuimos un significado o un sentido a una expresión cultural que se da en un lugar diferente a dónde vivimos nosotros?. La respuesta a este tipo de preguntas puede darse desde la semiología o la semiótica, uno de los componentes de conocimiento que forman parte de la teoría de la comunicación.

Al finalizar el siglo XIX, dos grandes pensadores y profesionales de la comunicación, cada cual ajeno al trabajo del otro, crearon algo llamado la teoría general de los signos. Uno de ellos hablaba en Estados Unidos sobre un término denominado semiótica en sus artículos entre 1867 y 1869. Él era Charles Sanders Peirce, lógico y filósofo nacido en 1839 en Cambridge, Massachusetts.

Por su parte, en Suiza el lingüista Ferdinand de Saussure (1857-1913), mencionaba el término sociología desde aproximadamente en el año de 1894, sin embargo, sus ideas solo vieron la luz en una publicación póstuma en 1916.

Entonces la semiótica era de Peirce y la semiología de Saussure. El problema no sé centro en cómo llamar a cada una de ellas, sino que entendían distinta el Septo fundamental designó. A

pesar de esto, la comunidad científica reconoce estas dos teorías como fundamentales abordando un mismo fenómeno desde perspectivas diferentes. Actualmente, se reconocen con nombres sinónimos pero ambas abordan la teoría general de los signos.

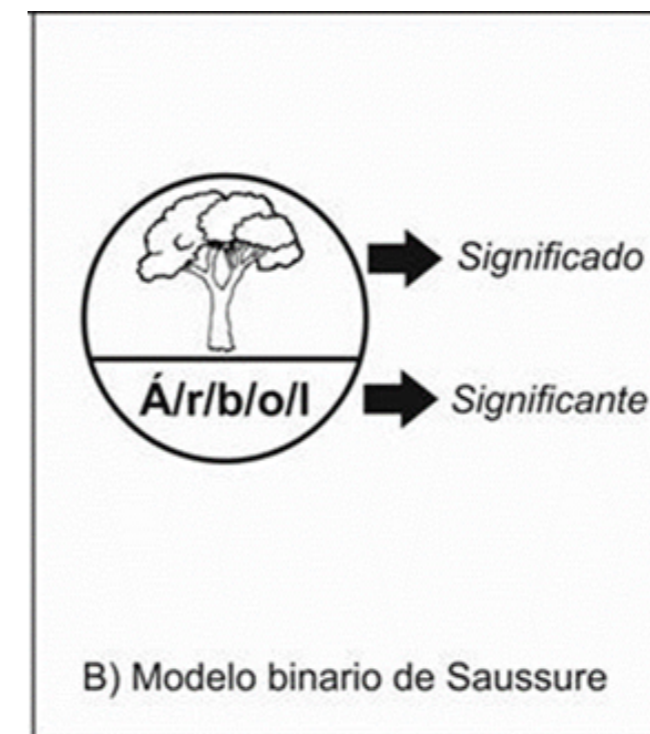
El lingüista Saussure y el filósofo Peirce, llamaron la atención de los teóricos de la comunicación sobre el hecho de que el objeto del lenguaje y del pensamiento era el mismo: el sentido y el signo. Cada uno desde su orilla, formuló lo que se podría denominar una "ciencia general del sentido" o lo que cada uno llamó semiología, en la escuela Europea y semiótica en la anglosajona.

SEMILOGÍA

Para Ferdinand de Saussure, el concepto de semiología aparece de su necesidad de conocer la estructura del lenguaje, no solamente de las lenguas naturales, parte del objeto de estudio de la lingüística, si no de otros sistemas de significación que posteriormente permitirían que se desarrollara el llamado estructuralismo. HolaEl lenguaje

de la moda, el cinematográfico, el publicitario, de diseño especialmente constituyen un sistema y como tal obedece a una serie de categorías teóricas entre las cuales están el signo, significado denotativo y connotativo, sintagma y paradigma.

De esta manera, la semiología propone entender el signo a través de una comparación con las dos caras de la moneda: una es el significado, concepto al que se refiere el significante, que es la imagen acústica de la palabra que nombra ese concepto (Saussure, 1982, p. 103).



http://modelosyteoriasdecomunicacion.weebly.com/uploads/7/2/0/6/72067015/a5_orig.png

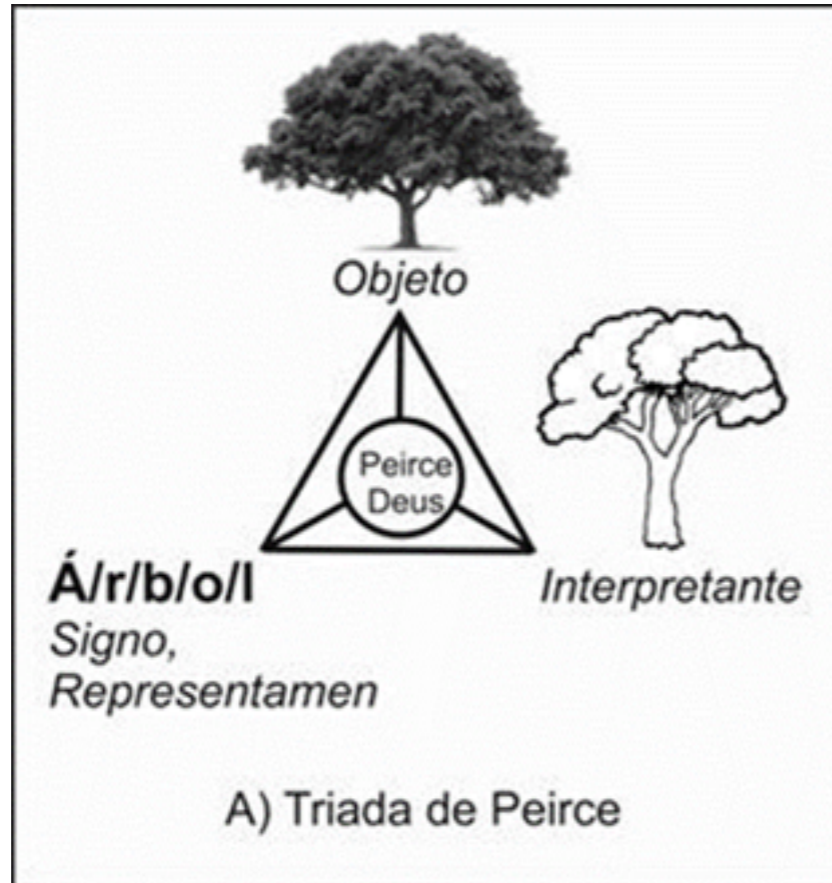
SEMIÓTICA

El enfoque de esta asignatura, es la semiótica, formulada por C.S. Peirce quien es considerado el padre de ésta. La semiótica propuesta por este filósofo americano proporciona una teoría general y completa del significado y la representación. Para él, todo lo que existe es signo, en cuanto que tiene la capacidad de ser representado, de mediar y llevar ante la mente una idea. Parte de la convicción de que la significación es una forma que interrelaciona tres elementos básicos: signo, objeto e interpretación.

Se definirá el signo, como parte esencial de la construcción conceptual de la semiótica por parte de Peirce pero se verá en la siguiente semana con más profundidad. El signo representado es algo que está por algo, para alguien en algún aspecto de su vida. Se dirige a alguien creando en su mente un signo equivalente o

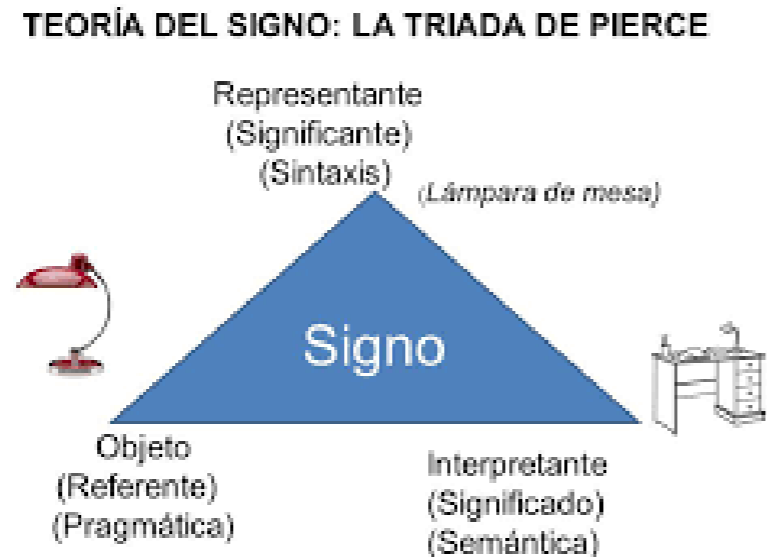


quizá algo mucho más elaborado. A este signo Peirce lo denominó interpretante del primer signo y éste, existe gracias al objeto. en la gráfica se puede ver de una manera más clara que interrelación tiene entre ellos y qué representa cada uno.



http://modelosyteoriasdecomunicacion.weebly.com/uploads/7/2/0/6/72067015/a5_orig.png

En este ejemplo vemos como el objeto, un árbol, se aplica para entender cada uno de los componentes de esa tríada que propone Peirce. La evolución que ha tenido este modelo de 3 componentes, transforma el nombre pero no su aplicación Dentro de este mismo esquema.



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQouMRyU-HDoZ7REL-n7aZWsG_ThclJND84NSA6usqp=CAU

En esta última gráfica podemos observar como los diferentes componentes van cambiando de nombre a medida que se van incorporando nuevos elementos. inicialmente hablábamos de objeto, signo e interpretación. Acá se puede observar como el objeto está asociado con el referente, el representante con el significante y el interpretante con el significado. Los términos que aparecen complementando esta relación se verán más adelante en el curso de semiótica.

Peirce define de forma clásica el signo como algo que está presente como referencia en la mente del receptor, denomina interpretante, qué a su vez es un nuevo signo al que el objeto da lugar en la mente del que usa el signo y supone una intermediación entre signo y objeto, como se muestra en la gráfica. cuando el signo tiene la capacidad reproducir pensamientos interpretantes, es decir darle un significado propio, es un cumplido, de lo contrario dejaría de cumplirse esta relación triádica que propone Peirce. Si la lámpara no significará nada para el receptor, no tendría ninguna funcionalidad la propuesta que realiza este autor sobre la importancia de la semiótica y la relación entre los otros dos componentes el objeto o referente y el representante o significante. Este último, se entiende como parte de la descripción o estructura física de lo que el receptor tiene en su mente como referente. La lámpara es un objeto que puede dar luz para trabajar, para leer, para sentirse acompañado o cualquier otro significado que la persona le pueda dar en su mente de acuerdo a su propia experiencia.

A este proceso fue lo que el considerado padre de la semiótica denominó como un proceso llamado semiosis. El pensamiento frente a un signo es interpretado y lleva a un pensamiento siguiente, es decir, a un proceso nuevo de semiosis en la cual los tres componentes hacen presencia y así mismo, la semiosis se vuelve un proceso infinito que se va encadenando cada vez que aparecen nuevos referentes en este proceso. La imaginación es la que interviene para que todos estos elementos tengan interrelación y se logre entender como el pensamiento a través del diseño logra expresar lo que el receptor decodifica para poder retroalimentar de la forma en la que el emisor tiene como objetivo comunicar.

A continuación y para finalizar esta segunda semana, este cuadro explica cuáles son las principales diferencias entre semiología y semiótica.



https://static.docsity.com/documents_first_pages/2021/09/23/681625a-c1ead1c33dd8babe4239f90f.png



Derechos reservados 2022 © - UCC: Concepto de diseño / Andrés Rocha: Material de Apoyo y Contenido de Ambientes Digitales Institucionales.

Corporación Universitaria Taller Cinco Centro de Diseño - Vigilado MinEducación