



EL ACERCAMIENTO A PROYECTOS PROFESIONALES DENTRO DEL AULA DEL DISEÑO GRÁFICO Y DE INFORMACIÓN

Autores:

Mtra. María de los Ángeles Lichtle García de Acevedo
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
angeles.lichtle@yahoo.com.mx

Dra. Sonia Gisella Aguirre Narváez
Universidad de las Américas-Puebla
sonia.aguirre@udlap.mx

Mtra. Norma Elena Castrezana Guerrero
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
elencore@yahoo.com.mx

RESUMEN

En México las condiciones laborales, en términos generales, no son las más favorables, pero en el ámbito del diseño gráfico se acentúa esta situación ya que el mercado busca siempre personas con experiencia profesional. Dentro de esta perspectiva es necesario que el diseñador gráfico y de información posea esa práctica profesional para ubicarse en un puesto de trabajo y desempeñarlo de forma exitosa.

Lo que esta investigación busca, es analizar esta ausencia de experiencia profesional de los alumnos universitarios, ya que como estudiantes no poseen esa valiosa habilidad y, lo importante, es plantear cómo pueden adquirirla desde el aula para lograr insertarse de manera adecuada en el mercado laboral.

La realidad es que en algunas universidades y centros de enseñanza de diseño se hace énfasis en que los estudiantes gestionen la creación de objetos originales, innovadores y con ciertas características que los docentes plantean. No obstante, en la mayoría de las ocasiones los proyectos solicitados son ficticios. Incluso, en el proceso de diseño no siempre se involucra la figura de un cliente y, de hecho, se pone más atención a la estética que a la función del objeto.

En ese contexto se puede afirmar que, por lo observado, también es frecuente que se pierda la visión sobre la consecuencia del diseño propuesto, en su reproducción ya sea impresa o digital. Se pierde de vista el cómo hacer llegar lo diseñado al usuario y cómo éste lo podrá visualizar de manera adecuada.

PALABRAS CLAVE

Experiencia profesional - diseño gráfico - proyectos - docencia - aula

ABSTRACT

In Mexico working conditions, in general terms, are not the most favorable, but in the field of graphic design is accentuated this situation since the market always looks for people with professional experience. Within this perspective, it is necessary that the graphic and information designer has that professional to placed in a job and perform it successfully. What this research sought, is to analyze this absence of professional experience of college students, as students do not possess that valuable ability and, it is importantly to consider how you can acquire it from classroom to be inserted properly into the labour market.

The reality is that in some universities and schools of design make emphasis in which students manage the creation of original, innovative objects and with certain characteristics posed by teachers. However, in the majority of cases the projects are fictitious. Even in the process of designing the figure of a client that are not always involved and, in fact, gives more attention to aesthetics as to the function of the object. In this context, it is also common that vision on the result or consequence of the proposed design, its reproduction is lost either printed or in digital source. The student loses sight of how to get the intended design to the user and how it can be displayed properly.

Uno de los objetivos de las instituciones de educación superior es egresar profesionales integrales, capaces de ejercer su profesión de manera ética, generando los recursos económicos necesarios para vivir dignamente de ella. Buscan que sus egresados se inserten exitosamente en el mundo laboral, pero a veces no se generan las condiciones o se les dan las herramientas necesarias a los estudiantes para que esto suceda.

Cedillo (2013) afirma que el profesionalismo radica en la conjunción de virtudes, valores, aptitudes y actitudes en una sola persona, que le permite la realización eficaz y eficiente de lo que ejecuta. A su vez, debe estar conformado por un perfil académico profesional que le permita insertarse en el contexto económico de la mejor manera.

ICOGRADA en su Design Education Manifiesto 2011 establece que el diseñador debe tener una sensibilidad intelectual y las destrezas que son alimentadas a través de la experiencia profesional y el entrenamiento docente, para crear diseños e imágenes para su reproducción por los diferentes medios de la comunicación visual. ...crea mensajes para una comunidad de diversos clientes y usuarios, no solamente interpretando sus necesidades sino, incluso, ofreciendo soluciones profesionalmente apropiadas... (ICOGRADA. 2011).

En la enseñanza del diseño gráfico y de información a nivel universitario se generan proyectos enfocados en el desarrollo de competencias entre los estudiantes. Sin embargo, no todos los académicos vinculan esta acción con el campo profesional, por lo que muchos de los proyectos son ficticios y no se toma en cuenta al usuario, las condiciones de uso, la función primordial del objeto diseñado, la manera de reproducirlo, el contexto social, político y económico, así como los costos, los soportes y, mucho menos, las necesidades de un cliente real. Más aún, dichos proyectos carecen del elemento más importante que se centra en la investigación

teniendo como base los datos duros y la información real. En ese contexto, no se involucra a un cliente en el proceso de diseño y es de esperar que el proceso quede incompleto o se omitan detalles importantes que hacen la diferencia entre una propuesta viable y otra sin futuro.

A veces la metodología no es la adecuada. En ese sentido, el estudiante omite pasos importantes, no investiga adecuadamente, no tiene clara la necesidad del proyecto, el proceso conceptual es pobre, se boceta muy poco y solo se hace una propuesta que debe funcionar a la primera.

Uno de los principales problemas a los que se puede llegar a enfrentar el universitario es que no conoce al usuario o cree que todos piensan como él y tienen las mismas preferencias, es decir, diseña o genera propuestas para él mismo, intentando satisfacer sus necesidades creadoras o artísticas con lo que se pierde la objetividad. En ocasiones tiene una compulsión creativa y hace las cosas por hacerlas, sin una reflexión, fijándose más en lo estético que en lo funcional, además de que desarrolla propuestas basadas en su intuición, sin fundamento teórico y difíciles de sustentar con datos duros producto de la investigación que no existió. Desafortunadamente y dada su reducida experiencia en estos ejercicios el estudiante no involucra los procesos tecnológicos adecuados para la reproducción del objeto diseñado, es decir, llega a un dummy pero no estuvo consciente de los recursos reales para poder llevar su diseño a una adecuada producción.

En términos generales, las fallas que se generan en la elaboración de un proyecto pueden ser muchas; a veces por omisión del estudiante que busca la manera fácil de cumplir con uno de tantos proyectos que tiene que entregar, otras por que el profesor al tener muchos estudiantes o por que el periodo del curso es corto y no tiene el tiempo de revisar a detalle cada entrega y empieza a permitir los errores frecuentes que encontramos.

Si aunado a todo lo anterior, el docente no domina la materia que imparte, no posee la experiencia profesional mínima y nunca ha desarrollado los proyectos que pretende que sus alumnos elaboren, es muy probable que todo se quede a nivel hipotético. En ese sentido, los resultados serán pobres siendo ésta una problemática que atañe tanto a docentes, como alumnos y a los mismos responsables de los programas académicos que no están revisando lo que sucede en sus aulas ni el tipo de alumno que pretenden egresar.

Rugarcía (en Herrera, 2012) puntualiza que el ambiente educativo universitario nacional está plagado de una serie de mitos que lo afectan y lo rigen. Uno de estos mitos (“decir es lo mismo que enseñar”) muestra que actualmente la práctica de la docencia, así como los planteamientos de los programas, se enfocan en “enseñar” (mostrar, dar señales) y se descuida el aprendizaje por parte del alumno. “No existe enseñanza si no hay aprendizaje”, por lo que este mito ha perjudicado significativamente el proceso de enseñanza y aprendizaje: “La responsabilidad fundamental del maestro es que sus alumnos aprendan”, por lo que es necesario asegurarse de que esto suceda (Rugarcía 1994, p.20).

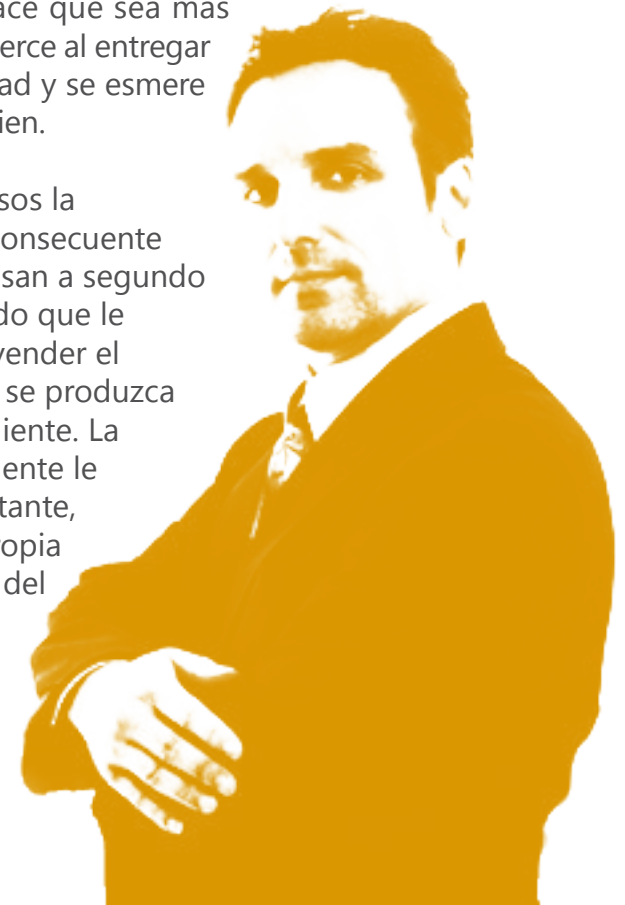
Para ser diseñador hay que atreverse a diseñar y solo diseñando en contextos lo más cercanos a la realidad es como se aprende. La experiencia del ensayo y error es lo que da las pautas para modelar al futuro profesionalista y es desde el aula donde se debe empezar, en donde los docentes -sean académicos o tengan o no la experiencia profesional necesaria- están obligados a generar estrategias que vinculen al estudiante con el ejercicio profesional y sean cuidadosos con el proceso de enseñanza aprendizaje. Es necesario que revisen todo el proceso de diseño de manera integral y no solo lo que atañe a su curso o materia, ello con el propósito de que el estudiante comprenda la consecuencia del diseño y de lo diseñado y se haga responsable de su aprendizaje también.

CÓMO VINCULAR AL AULA CON LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Ante lo expuesto, es responsabilidad de las instituciones educativas preparar a sus alumnos para que se enfrenten a la vida laboral de la mejor manera y no esperar a que egresen para sufrir los reveses propios del novato o principiante. Y aunque se entiende que es difícil simular la realidad profesional en el salón de clases, lo que los docentes deben buscar es acercar lo más posible al estudiante con lo que va a ser su futuro profesional inmediato, preparándolos para que logren insertarse en el mundo laboral.

Aplicar ciertas estrategias por parte de los docentes en el aula para vincular al estudiante con proyectos y clientes en situaciones reales favorece:

- El compromiso que adquiere el alumno con una persona ajena a clase (cliente) a quien no conoce como al docente, hace que sea más formal, se esfuerce al entregar algo con calidad y se esmere para quedar bien.
- En muchos casos la evaluación y consecuente calificación pasan a segundo término, debido que le importa más vender el proyecto, que se produzca y ganarse al cliente. La opinión del cliente le es muy importante, así como la propia funcionalidad del
- proyecto.



Con estas prácticas se implementa lo aprendido en clase y se fomenta la investigación. Lo compromete más con su formación, vincula conocimientos y entiende que lo que se pide de un proyecto no obedece a un capricho del maestro, ya tiene un sustento real, con una visión distinta.

- ◉ Se apropia del conocimiento (Echeverri. 2005) de mejor manera cuando lo experimenta y ve que funciona lo aprendido en el transcurso de la licenciatura. La mejor recompensa para un alumno es ver su idea materializada.
- ◉ Se involucra al cliente en el proceso de diseño, por lo que las decisiones no solamente son unilaterales como sucede en un proyecto ficticio.

Aunque emular el campo laboral en el salón de clases puede ser solo un simulacro, permite al estudiante darse una idea más certera de lo que le espera fuera de la universidad, es una experiencia didáctica significativa que le ayudará a adquirir esas competencias que el campo profesional pide cada vez más.

La competencia para diseñar experiencias de aprendizaje significativas y auto reguladas que produzcan una comprensión duradera en los alumnos, es una competencia clave que define a los docentes, pues sin ella no pueden enfrentarse al quehacer diario de su tarea de manera adecuada ya que es un elemento básico para el logro de una enseñanza eficaz (Del Moral. 2012).

Es en el proceso de aprendizaje en el que el alumno requiere vivencias, experiencias y conocimientos que se adquieren dentro y fuera del salón de clases. Los docentes como formadores tienen sus propios métodos que implementan para lograr resultados satisfactorios y que el tránsito del alumno a la vida profesional sea lo más amigable posible.

Debe ser una meta medible el hecho de que el proceso enseñanza - aprendizaje sea lo más cercano a la realidad

donde el estudiante se insertará de manera exitosa. Está claro que nunca el trabajo en el salón de clases será igual al que se desarrollará en el interior de un empresa, por eso es fundamental que esta realidad sea conocida por el estudiante y que los docentes tengan experiencia laboral en la materia que imparten al alumno.

Reflexionar sobre la ficción del salón de clases, con proyectos hipotéticos en comparación con la realidad que exige el mercado es un tema que tiene muchas vertientes. El estudiante necesita experimentar y tener sus propias vivencias para entender la complejidad del mundo laboral donde no hay cabida a proyectos mediocres o con errores imperdonables para quien se dice profesional.

Es algo difícil para los alumnos egresar y conseguir trabajo, pero así deberá ser en su momento y su porvenir laboral dependerá de los esfuerzos realizados como estudiantes. Esto lo comprenderán en su totalidad hasta que les rechacen un proyecto, no les den una cuenta, cuando sus errores u omisiones les cuesten dinero o cuando por falta de una correcta planeación terminen poniendo dinero para solventar el proyecto del cliente. El aprendizaje muchas veces está en el ensayo-error donde nadie más que ellos mismos serán los responsables del servicio que ofrezcan.

Cuando el docente que ya ha transitado este camino, transmite su experiencia a sus alumnos y los acerca a la vida profesional por medio de ejercicios o dinámicas en clase, con la búsqueda temprana de clientes o con distintas estrategias para lograr este fin, consideramos que es algo no solo destacable sino profesional. El mayor desafío para el docente es el concientizar al alumno a pensar en la consecuencia del diseño y de los servicios que ofrece. Es obvio que hay niveles y programas de asignatura (PA) que se desarrollan para generar esta vinculación, por lo que desde la dirección del programa de estudios y desde las academias se debe hacer una cuidada selección de los PA y proyectos que se presten

a esta práctica.

En la universidad se les dan las bases teóricas, metodológicas, técnicas y conceptuales para egresar y forjarse un camino. No obstante, es complejo pensar que egresen con toda la experiencia del profesional que ya tiene años en el campo laboral. Sin embargo, un objetivo sí deben perseguir las instituciones educativas y éste debe centrarse en mostrar que existe una realidad mucho más compleja de la que se desarrolla en las aulas.

Siempre habrá una brecha entre lo académico y el ejercicio profesional. El más grande reto para el docente está en concientizar al alumno en que su estancia en la universidad es la mejor oportunidad que tienen para indagar, asesorarse y hacer preguntas, para hacerse conscientes de sus debilidades y tratar de fortalecerlas, para reflexionar, potencializar sus habilidades y desarrollar otras, para ser crítico y autocrítico, y para hacerse responsable de sus procesos, de su formación y la apropiación del conocimiento.

Calles (2014) afirma que las instituciones tienen que preocuparse por desarrollar en sus estudiantes estrategias de autoaprendizaje y autoformación, que seguramente no serán perceptibles a corto plazo, sino en el contexto de la práctica profesional, años después de su estancia universitaria. No es lo mismo aprender a diseñar que diseñar. Tenemos muy poco tiempo para ello. Y Castro (2014) asegura que nuestra labor docente, consiste en elaborar –con base en ciertas metodologías– las estrategias que le dejen claro al alumno que en el diseño, como en todas las disciplinas, existen protocolos que se deben tomar en cuenta para el fracaso o el éxito en el campo profesional.

Cuanto antes comprenda el alumno cómo se ejerce profesionalmente el diseño, más rápido dejará de soñar en un mundo ideal que no existe. Entenderá la diferencia entre lo ideal, lo real y lo posible. Aprenderá a diferenciar

entre necesidades y gustos, a la manera de justificar o argumentar un proyecto ante un cliente, tomar en cuenta las necesidades del mismo y del usuario y no pensar en las propias.

Desarrollará, también, habilidades para poner una distancia emocional entre el proyecto y el cliente. Como menciona Morgan (2006) “si un diseñador no puede desvincularse emocionalmente del trabajo, su capacidad para solucionar un problema de diseño podría resultar limitada”.

Y, de la misma forma, entenderá que si un proyecto falla, no es el alumno que como persona falló, sino la propuesta. Lo importante es estudiar las causas por las que el proyecto falló para no repetirlo (Grafiscopio. 2012).

La tolerancia al fracaso o a la frustración es importante, esto implica reponerse pronto o seguir funcionando igual de bien cuando las cosas no resultan como se esperan, implica madurez personal y profesional. Muchos



alumnos quieren que la primera propuesta funcione, no aceptan un NO como respuesta, la evaluación baja de su proyecto es culpa de otros y no reconocen errores.

En el mundo laboral se trabaja bajo presión y en situaciones de crisis no se debe desmoronar a la primera. Por caer bien o no perder el trabajo a veces se aceptan condiciones ridículas por parte de los clientes, pero si nunca el alumno ha tratado a ninguno, cómo saber qué es lo correcto en estos casos. Lo mismo sucede cuando se trata con clientes abusivos o prepotentes; cómo saber qué se debe aceptar o hasta dónde llegar si no tiene la guía de alguien para aclarar sus dudas, que en este caso sería el docente que en el aula lo dirige en sus primeros proyectos reales y le da las guías o pautas para tener un primer encuentro adecuado y de ahí implementar estas pautas en un futuro profesional.

CONCLUSIONES

En el caso de los estudiantes de diseño, en general, aprenden la teoría, adquieren los conocimientos y desarrollan las habilidades para elaborar proyectos de calidad, pero dentro de sus clases no siempre se les enseña cómo asimilar el aspecto profesional de la disciplina, en cómo actuar una vez que los compañeros de clase ya son colegas, las tareas se vuelven proyectos reales y el profesor ahora es jefe.

“La formación de profesionales competentes y comprometidos con el desarrollo social constituye hoy día una misión esencial de la Educación Superior Contemporánea” (UNESCO, 1998).

Es en el plano profesional donde el egresado se da cuenta de la importancia de un acento o falta de ortografía, un pixel fuera de sitio o un error al salvar un archivo, genera implicaciones, costos monetarios y lo que en la universidad pareciera un detalle insignificante que el maestro pasó por alto, actualmente puede representar perder el trabajo o ser despedido. El cambio

de mentalidad es difícil y a veces el empezar a trabajar con clientes reales en proyectos profesionales, donde el tiempo y los recursos son limitados, el nivel de estrés es alto y no hay vacaciones o quien te pague o apoye económicamente es complicado y algo para lo que en ocasiones no se preparó al alumno.

En el terreno laboral, los trabajos en equipo universitarios ahora se vuelven proyectos multidisciplinarios donde las relaciones públicas son básicas. Más aún, las exposiciones de clase ante compañeros ahora se realizan ante clientes que en la mayoría de veces son muy exigentes y conocedores de sus necesidades. La puntualidad es muy importante, sinónimo de respeto y responsabilidad, y cualquier error por mínimo que sea implica costos monetarios que se tienen que resarcir.

El lenguaje verbal, no verbal y el escrito cobran gran importancia para la exposición de proyectos, para la redacción de un presupuesto o ir a solicitar un trabajo. Pareciera una obviedad que el profesional debe contar con las habilidades comunicacionales antes mencionadas, pero no siempre es así, y eso también determina el éxito profesional y significa un diferenciador competitivo importante. Es de ahí que una universidad con estándares de calidad debe formar profesionales comprometidos, exigentes con su trabajo, que busquen la mejora continua, con pensamiento crítico y reflexivo y a su vez tengan las herramientas mentales para poder afrontar cualquier situación y resolución de problemas.

Según la Revista Forbes, en México existen 332 universidades donde se imparte la licenciatura en diseño gráfico. Sin embargo, solo algunas son las que ofrecen un plan de estudios acorde a las necesidades del mercado laboral. Según datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) se estima que son aproximadamente 42 mil 987 estudiantes los que cursan la carrera, mientras que el 24.4% de los diseñadores trabajan de forma independiente (Forbes Staff. 2014).

El estudiante o el recién egresado tiene que entender que no existe la empresa, el cliente, el proveedor o el proyecto perfecto. Debe saber administrar y optimizar lo mejor posible todos los recursos a su alcance para lograr los mejores resultados de cada situación que emprenda, de ahí la relevancia de la gestión, la administración de proyectos y el acercamiento del estudiante al ejercicio profesional.

El conocer todas las áreas del diseño, tener principios éticos, dominar la tecnología y las técnicas tradicionales, no es suficiente, si no se sabe gestionar y administrar correctamente un proyecto, cotizarlo y darle el justo valor, así como tener estrategias para venderlo, argumentos sólidos, ser buen vendedor, saber resolver las necesidades de los usuarios, mostrar las cualidades de un buen proyecto y demostrar la relación costo-beneficio.

Es en el último punto donde toma relevancia lo que menciona Ramírez Tuero (2014) en su artículo sobre Docencia y Gestión del diseño; explica que el docente es la persona clave para incorporar en los alumnos los conocimientos de una buena gestión. No habla solo de quien dicta la materia o quien entiende o ha leído sobre el tema. Todos los docentes tienen que conocer y tener la experiencia en gestión para poder integrarla en el plan de clase, porque la gestión se puede aplicar desde diferentes puntos. Se le da la prioridad a la conceptualización pero no se le da importancia a la gestión del diseño completo. El alumno muchas veces propone cosas que no sabe en realidad cómo se podrían llevar a cabo en términos legales, de producción y mucho

m e -

nos económicos. Así, no llega a dimensionar todo el proceso de gestión de su propuesta creativa (Ramírez T. 2014).

El diseño es una profesión donde la actitud y conocimientos del profesional determinan en gran parte su éxito. El dominio del quehacer y de su proceso metodológico hacen que un proyecto sea rentable y los clientes deben entender al diseño como negocio y no como un pasatiempo donde se puede regatear o pagar lo mínimo posible, pero es aquí donde el alumno a veces ingenuo o inexperto y después profesionalista debe mostrar sus capacidades y competencias entendiendo estas últimas como el conjunto de conocimientos, habilidades, disposiciones y conductas que posee una persona que le permiten la realización exitosa de una actividad (Rodríguez y Feliú, 1996).

La disciplina del diseño es una forma de vida, existe con o sin una computadora, requiere de capacidad cognitiva, es un proceso de negociación, una necesidad, tiene un valor y es necesario a nivel personal y empresarial. El mercado actual requiere del diseño y es difícil deslindarlo de todo lo que existe y de la intervención humana. Es por ello que se valora en muchos sectores y quien no lo hace, simplemente no tiene idea de su significado.

Está en el profesional del diseño en general, el abrirse paso en un mercado competido, usando todas las herramientas aprendidas para lograr insertarse adecuadamente, lograr resultados y vivir de una profesión que es apasionante y digna. Es el docente también quien juega un rol importante para que lo anterior se pueda dar. Los alumnos no podrán integrar estos conocimientos, habilidades y competencias de manera independiente sin alguien que los guíe en el camino del aprendizaje dentro del aula y desarrollando proyectos reales para que el alumno se enfrente a la realidad de la profesión y con clientes exigentes.

No se puede entender esta carrera desde el ámbito universitario hasta que el alumno compruebe por si mismo de que es capaz; desde que desarrolle un proyecto hasta sus últimas consecuencias, comprenderá la importancia de sus actos creativos y se hará más responsable de sus propios procesos y decisiones.

INEM (1995) citado por González M.V. (2002), refiere lo siguiente: "las competencias profesionales definen el ejercicio eficaz de las capacidades que permiten el desempeño de una ocupación, respecto a los niveles requeridos en el empleo. Es algo más que el conocimiento técnico que hace referencia al saber y al saber-hacer". Por lo que no basta con únicamente el saber para el alumno, sino el saber hacer, y hacerlo bien, pero si no se experimenta con una realidad, y solo se parte siempre de proyectos hipotéticos, esto último va a resultar muy difícil.

González V. (2003) quiere decir que un profesional es competente no sólo porque manifieste conductas que expresen la existencia de conocimientos y habilidades que le permiten resolver adecuadamente los problemas profesionales, sino también porque siente y reflexiona acerca de la necesidad y el compromiso de actuar en correspondencia con sus conocimientos, habilidades motivos y valores, con flexibilidad, dedicación y perseverancia, en la solución de los problemas que de él

demanda la práctica profesional.

Competencia profesional es el resultado de un proceso de educación de la personalidad para el desempeño profesional eficiente y responsable que no culmina con el egreso del estudiante de un centro de formación profesional sino que lo acompaña durante el proceso de su desarrollo en el ejercicio de la profesión. Es así como este tipo de competencia *se construye de forma individual por los sujetos en el proceso de su formación y desarrollo profesional*. Ello implica la necesidad de lograr por parte del docente una atención diferenciada en el proceso de educación de la competencia profesional en los centros de formación profesional y en los centros laborales (González, V. 2003).

Es entonces que en el proceso de formación del estudiante, el docente debe asumir un rol orientador y esto solo se logrará en la medida que exista un acercamiento a la parte profesionalizante de la disciplina en cuestión que es el diseño y que este docente orientador posea la experiencia profesional para poder llevarlo a cabo.



GLOSARIO

ACTITUDES. Tendencias o disposiciones de ánimo, positivas o negativas adquiridas por los individuos para percibir de un modo determinado una persona, un objeto, suceso o situación, que se manifiesta exteriormente hacia el entorno que los rodea y permite actuar consistentemente frente a ello.

APTITUD. Capacidad del individuo para realizar actividades intelectuales y físicas con relativa facilidad, a partir de los conocimientos y experiencias adquiridas. Cualidades innatas de un individuo. Todas aquellas que no tuvimos que aprender para saber hacer, aunque algunas de ellas no han sido desarrollada.

COMPETENCIA. Conjunto de conocimientos, habilidades, disposiciones y conductas que posee una persona que le permiten la realización exitosa de una actividad.

COMPETENCIA LABORAL. Es una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. Es la capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de habilidades, destrezas y actitudes; estas son necesarias pero no suficientes por sí mismas para un desempeño efectivo.

EFICACIA. Capacidad para determinar los objetivos adecuados "hacer lo indicado".

EFICIENCIA. Capacidad para reducir al mínimo los recursos usados para alcanzar los objetivos de la organización. "hacer las cosa bien".

ESTRATEGIA. Esquema que contiene la determinación de los objetivos o propósitos de largo plazo de la empresa y los cursos de acción a seguir. Es la manera de organizar los recursos.

PLANEACIÓN. Se enfoca al diseño de un futuro deseado o ideal.

PROCEDIMIENTO. Forma específica para desarrollar una actividad o proceso. El procedimiento puede ser oral, gráfico, escrito, documentado, etc.

PROCESO. Es el conjunto ordenado de etapas con características de acción concatenada, dinámica y progresiva, que concluyan con la obtención de un resultado. Es la acción que ayuda a definir el plan a seguir y agiliza la aplicación y el entendimiento de los procedimientos.

FUENTES DE CONSULTA

Calles F. (2014). Comentario sobre el artículo de Balcázar M. Cuando la calificación no importa. Recuperado 6 de abril de 2015.(en línea) Dirección URL: <http://foroalfa.org/articulos/cuando-la-calificacion-no-importa>

Castro (2014). Comentario sobre el artículo de Balcázar M. Cuando la calificación no importa. Recuperado 6 de abril de 2015.(en línea) Dirección URL: <http://foroalfa.org/articulos/cuando-la-calificacion-no-importa>

Cedillo. A. (2013). Profesionalismo. Definición Recuperado 4 de mayo de 2015.(en línea) Dirección URL: <http://educaciontab.blogspot.mx/2013/08/el-profesionalismo.html>

Del Moral C. (2012). Conocimiento didáctico general para el diseño y desarrollo de experiencias de aprendizaje significativas en la formación del profesorado. Revista curricular y formación del profesorado. VOL. 16, N° 2. Universidad de Granada. España

Forbes Staff. (2014). Diseño gráfico, ¿carrera prometedora?. Revista Forbes, México. en línea 25 abril 2014 Recuperado 4 de mayo de 2015.(en línea) Dirección URL: <http://www.forbes.com.mx/sites/cual-es-el-panorama-del-diseno-grafico-en-mexico/>

Grafiscopio. (2012). Creativos: cómo manejar el factor emocional. Recuperado 2 de junio de 2015.(en línea) Dirección URL:<http://www.grafiscopio.com/author/grafiscopio/>

González V. (2003). ¿Qué significa ser un profesional competente?. Reflexiones desde una perspectiva psicológica. Universidad de La Habana, Cuba. Revista Iberoamericana de Educación.

González M. V. (2002). "La orientación profesional en la

educación superior. Una alternativa teórico-metodológica para la formación de profesionales competentes". Ponencia. 3era Convención Internacional de Educación Superior. Universidad 2002. Cuba.

Herrera L.C. y Neve G. (2012). Laboratorio de diseño en el currículo de diseño gráfico sustentado en el aprendizaje situado y la metacognición. XI Congreso Nacional de Investigación Educativa / 2. Currículum / Ponencia. Recuperado 15 de junio de 2015.(en línea) Dirección URL: http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v11/docs/area_02/0143.p

ICOGRADA (2011). Design Education Manifiesto 2011 Recuperado 13 de junio de 2015.(en línea) Dirección URL: http://www.ico-d.org/database/files/library/IcogradaEducationManifiesto_2011.pdf

Ramírez T. J. (2014). Docencia y gestión del diseño gráfico. Foroalfa. Recuperado 12 de junio de 2015.(en línea) Dirección URL: <http://foroalfa.org/articulos/docencia-y-gestion-del-diseno-grafico>

Rugarcía T, A. (1994). Hacia el mejoramiento de la educación Universitaria, Puebla, México:

Lupus Magister, Universidad Iberoamericana Golfo Centro.

Feliú P. y Rodríguez N. (1996). "Manual descriptivo y de aplicación de la prueba de estilo gerencial" (PEG01) PsicoConsult.

UNESCO (1998). Declaración mundial sobre la educación superior en el S. XXI. Recuperado 13 de junio de 2015. (en línea) Dirección URL: http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm