

Comunicaciones en Congreso.

Nuevas miradas de la enseñanza del Diseño Gráfico en México.

New views of teaching of Graphic Design in Mexico.

Autores:

Dr. Marco Antonio Bonilla Pérez,

Docente,

Benemérita Universidad Autónoma De Puebla.

Dra. María de los Ángeles Lichtle García De Acevedo,

Docente de tiempo completo,

Benemérita Universidad Autónoma De Puebla.

Introducción

La educación en México ha prevalecido a lo largo de los años, desde el México independiente: su periodo de la enseñanza libre, comprende de 1821 a 1856; La pedagogía del movimiento de Reforma de 1857 a 1917; La corriente revolucionaria y la educación socialista de 1917 a 1940; La educación al servicio de la unidad nacional de 1940-1982; y El periodo de la crisis y la necesidad de la modernización educativa de 1982-1997 (Melgar, 1994). Desde la promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, específicamente en el artículo 3° (Melgar, 1994), define los conceptos como democracia, nación y el sentido de lo social, además de los criterios que deben orientar la educación impartida por el Estado —Federación, estados y Municipios— así como por los particulares, y por las universidades y las instituciones educativas superiores autónomas que adoptaron los gobiernos emanados de la Revolución mexicana original sobre el artículo tercero, así como sus diversas reformas que se han impuesto desde el año 1934, pasando por 1946, 1979, 1992 hasta 1993. De acuerdo con la estructura del sistema educativo mexicano, los niveles que se concentran van desde la educación básica en donde son considerados el preescolar, la primaria y la secundaria; de ahí se

generan otros tipos de educación como la indígena, programas compensatorios y de la educación para adultos. Y pasando a otro nivel se encuentra la educación media superior, educación superior, educación tecnológica, educación normal y educación especial (SEP, 1997). En el campo del diseño gráfico se ha tenido una vertiente un poco desalentada en la educación que corresponde al nivel superior o en el nivel mediosuperior, sin embargo, por la situación actual que se vive en nuestro país y por ser de una categoría de subdesarrollado, desde múltiples perspectivas diagnósticas e interpretativas, los aportes enfatizan a la reflexión sobre los objetos disciplinares, las representaciones y expectativas del diseño como carrera con sus diferentes especificidades y en los niveles en que se imparte. A lo largo de los años, dentro de mi experiencia laboral y docente en diversas instituciones educativas, específicamente en la ciudad de Puebla, he percibido inconsistencia y desconocimiento en los diseñadores gráficos sobre diversas áreas que competen a esta disciplina. Muchas de estas situaciones, son ocasionadas por la formación o deformación y enfoque que recibieron esos jóvenes en las universidades sobre lo que debe ser el diseño gráfico.

La aseveración anterior, surge de la reiterada y prominente deficiencia en el desempeño laboral de los diversos aspirantes a puestos de trabajo con estos requerimientos. El principal obstáculo encontrado, es que la formación académica, vigente se emite desde una perspectiva que pretende “hacer arte”. Tendencia que fue iniciado con la primera escuela de diseño en el mundo, la Bauhaus en Alemania. Sin embargo, la realidad laboral y comercial en la ciudad de Puebla y otros estados de México, como CDMX, Guadalajara, y Monterrey, y muy probablemente en el resto del país y desde un enfoque en países subdesarrollados o en América Latina, requiere que se dé un enfoque basado en la comunicación gráfica estratégica o detección y comprensión de las necesidades en su contexto, que permita establecer un proceso eficiente en este sentido para lograr la fidelidad en la transmisión de un mensaje y su correcto entendimiento de una forma estratégica y no meramente técnica o estética.

La revisión y el análisis sobre esta situación anterior, va a permitir formar estudiantes que les permita ser conscientes de necesidades o problemáticas de la sociedad, así como el desarrollo económico, cultural y social de un país, y a su vez una evolución y desarrollo de México y ser reconoci-

da como una potencia mundial.

Así como México requiere una reforma en su sistema educativo en los niveles básico y media superior, con la finalidad de abatir la pobreza, reducir los niveles de desigualdad, romper con las condiciones en los grupos y las familias de menores ingresos o grupos vulnerables, del mismo modo en la igualdad y desarrollo de la economía del conocimiento, incrementar la competitividad, a través del uso de las tecnologías y los lenguajes del mundo; esto implica que las instituciones educativas de todo el país cuenten con la infraestructura y el equipamiento necesarios para tener una formación integral que incluya la práctica deportiva, las actividades culturales, sociales y artísticas.- Se requiere tener un campo de visión más amplio en las áreas o campos de acción del diseño gráfico, donde existe desconocimiento o poca cultura sobre la valorización del trabajo de un diseñador gráfico, y que es escasamente remunerado, y mucho de ello se ve reflejado en su aprecio en nuestro país, por la poca o nula relevancia por parte de la legislación educativa en México, además de considerarlo como un gasto dentro de la cultura empresarial, más que una inversión a largo plazo para un negocio.

Se pretende permear sobre las nuevas reformas educativas, estableciendocuáles son las ventajas y desventajas en el proceso educativo en el diseño gráfico y como desde la parte legislativa se pueden implementar reglas en las universidades y otros tipos de instituciones educativas superiores o medio superior, y conocer bien los principios y objetivos generales de la educación, basado en los instrumentos jurídicos que se encuentran en el país desde el artículo 3° y 73° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley General de Educación como los principales instrumentos legales y jurídicos que regulan al sistema educativo y establecen los fundamentos de la educación nacional. Leyes y otras normas fundamentales relativas a la educación, como es la administración y gestión de la educación básica federalizada y la estructura del sistema educativo, que nos permite tener un contexto global del desarrollo educativo en México y eso significa que nos queda mucho por cambiar en nuestro país, para que como docentes o profesionistas del diseño gráfico podemos contribuir en el desarrollo educativo y su mejora específicamente en áreas del diseño gráfico.

Metodología.

El enfoque metodológico es de carácter cualitativo debido a que se utiliza la recolección y el análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación de un caso o situación. Bajo un tipo de investigación-acción, en donde se busca responder a preguntas sobre problemáticas o situaciones de un grupo o comunidad o cambios, que en este caso es sobre la enseñanza del diseño gráfico en México. Se proporciona información sobre diagnóstico de problemáticas sociales, políticas, laborales, económicas, etc., y de naturaleza colectiva. Y categorías sobre las causas y consecuencias de esas problemáticas y que necesita resolverse y se pretende lograr un cambio (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).



Desarrollo: Problemas actuales en la formación educativa del diseñador gráfico.

La formación que reciben los estudiantes de diseño gráfico ha forjado a muchos nuevos diseñadores; pero se ha centrado en un estilo, en alguna corriente artística, tendencia o moda, transformando al diseño en un campo de auto-expresión y placer estético o no cubren necesidades o problemas actuales de una sociedad. Más cercano a la sensibilidad visual, la estética de lo bello, la habilidad artística y al refinamiento, que son componentes esenciales en la formación del diseñador para el desarrollo de un estilo personal o estético; pero no siempre generan habilidades que permitan elaborar mensajes visuales eficaces de un modo estratégico, en función del receptor y una necesidad específica (Frascara, 2004). El diseñador es el responsable del desarrollo de una estrategia de comunicación gráfica, bajo un diagnóstico de la situación actual de la necesidad o problema planteado, utilizando códigos visuales, como el cromático, tipográfico, fotográfico, morfológico, audiográfico, y videográfico (Vilchis, 2016a), y yo agregaría el tactigráfico; al implementar diversas acciones de apoyo destinadas a alcanzar el objetivo

trazado; a través del estudio del receptor y de la evaluación de la efectividad de la comunicación. Es el único camino, que permite ajustar los componentes que intervienen en el proceso comunicativo gráfico para alcanzar el efecto deseado.

El diseñador gráfico además de tener capacidad técnica, científica y profesional; como elementos esenciales en la formación de un diseñador, debe contar con capacidades de gestión, emprendedor, administrativas, comunicativas, de inteligencia emocional, políticas y sociales; porque no solo basta con hacer una buena propuesta gráfica y tener la habilidad para realizarla, también debe ser parte de una estrategia concebida previamente para cumplir un objetivo o necesidad de comunicación específica (Frascara, 2004). Muchas universidades ponen énfasis en el aspecto estético o compositivo; pero pocas se preocupan por cómo implementar las enseñanzas correspondientes. El diseñar es una actividad intelectual, cultural y social, en donde se tiene

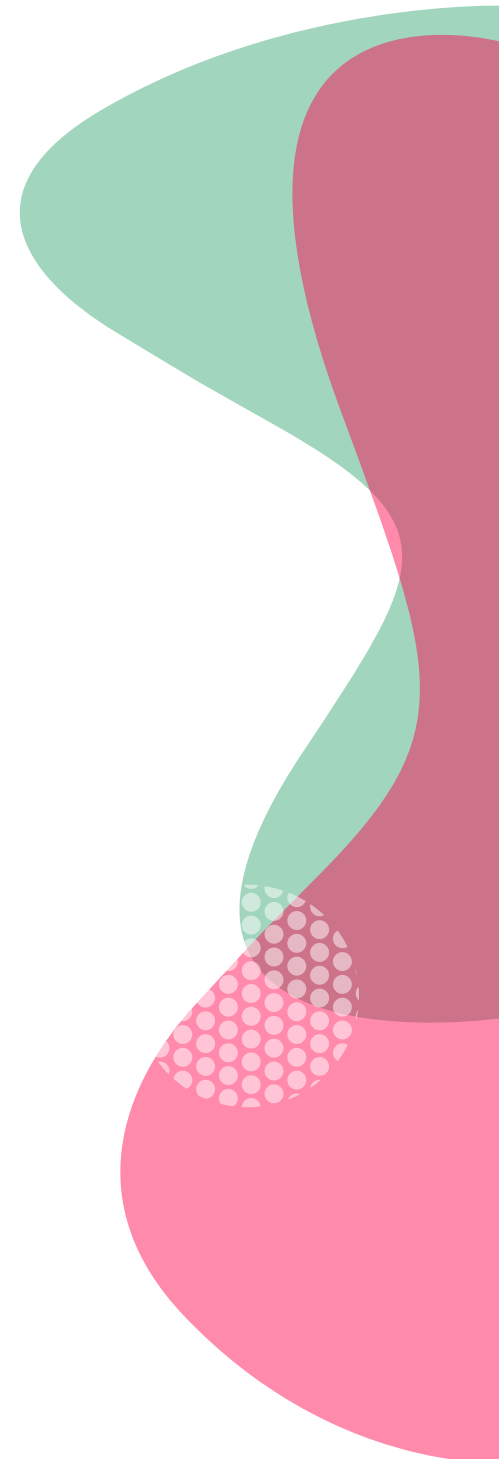
que comprender principalmente el problema de comunicación (Frascara, 2004). Situación que no se debe confundir con el aspecto tecnológico o inteligencia artificial que, pertenece a una jerarquía diferente.

Además, hace un énfasis sobre las circunstancias que enfrenta la formación de un diseñador gráfico (Frascara, 2004, p.28). “La creciente complejidad de la preparación académica y cultural del diseñador, seguramente requerirá algo más que la convergencia de los maestros: una experiencia educacional multidisciplinaria, con una posible variedad de énfasis para enfrentar los requerimientos de áreas diversas y el diferente potencial de los distintos individuos”, esto se puede comprender gracias al surgimiento de la globalización, el internet, la pandemia del 2020, la inteligencia artificial y resolver necesidades que requiere la sociedad en cada contexto o situación.

La globalización, es uno de los fenómenos que atañe el proceso educativo, que surgió a partir de la segunda mitad del siglo XX, otros factores que han desarrollado la educación y su modo de ser, es la invención de la internet, el desarrollo de nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), la pandemia y actualmente el surgimiento de la Inteligencia artificial (IA), el cual se ha acelerado,

generando una visión diferente del mundo y de las relaciones entre naciones e individuos, esto representa una nueva condición social caracterizada por múltiples interconexiones económicas, políticas, culturales, sociales, educativas y ambientales que, al fluir libremente entre los países, hacen que muchas de nuestras actuales barreras y fronteras adquieran una importancia cada vez menor al incrementarse el flujo del comercio, la población y las transacciones financieras (Bonaf, 2009; Rodríguez, 2016). A su vez, esto da por resultado el gran crecimiento de poder de las corporaciones globales que influyen en el campo educativo y el protagonismo de instituciones internacionales según Maldonado (2000), como el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y para Latinoamérica el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Este fenómeno ha impactado al diseño al modificar tanto los recursos productivos y los procesos de enseñanza.

Por otra parte, Tapia (2004), indica que: el proceso de enseñanza a quedado limitado a los asuntos formales y no cognitivos del proceso de



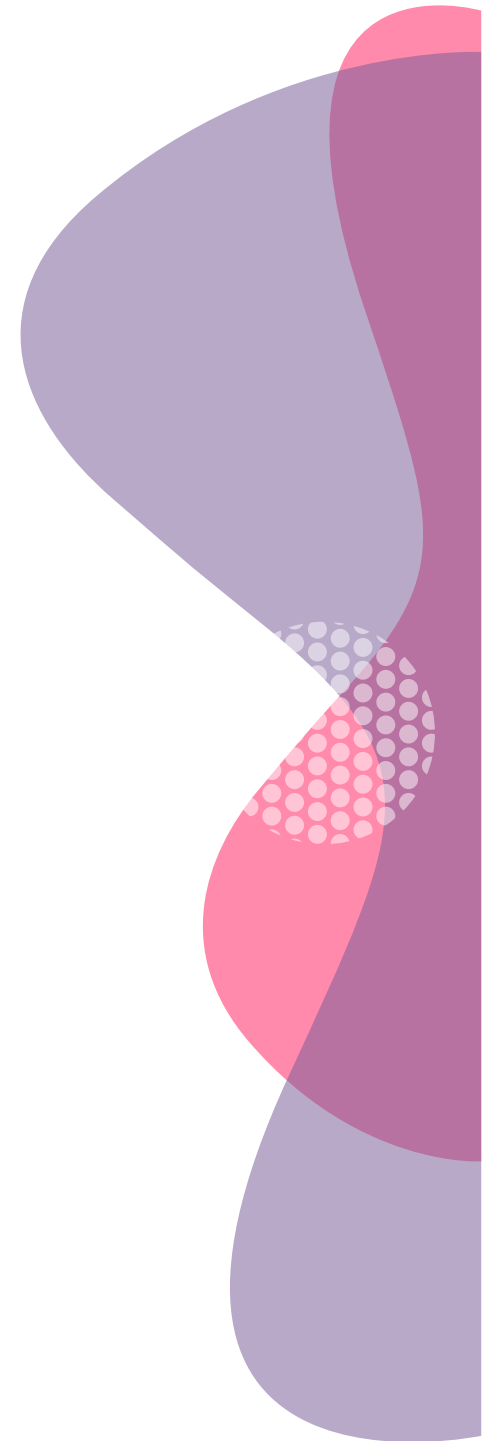
diseño, dando origen al carácter ornamental con el que se ubica normalmente. Esto genera limitaciones en la formación del diseñador, centrándose en las relaciones entre la composición, la estética de la imagen y la percepción. Numerosas instituciones asumieron este modelo de aprendizaje, dejando a un lado el papel que juegan los usuarios en el proceso de construcción de la comunicación gráfica y los procesos de significación de la imagen, dando relevancia a los aspectos relacionados con el consumo y la invención tecnológica, que son inherentes al proceso de diseño, pero que no necesariamente son lo más importante.

El modelo pedagógico del diseño se estableció con una carencia metodológica para su desarrollo, que radica en no incorporar el aspecto del receptor o usuario en el proceso de la comunicación gráfica y a la acción social dentro de sus cimientos. Muchas universidades, sobre la base de la habilidad plástica y técnica, limitan la visión de que también es una disciplina comunicativa. Esto no significa que la percepción, la estética y la composición, no permitan la producción de un mensaje visual; el conocimiento de los medios (imagen, color, tipografía, audio o sonido, el movimiento, etc.) y los procedimientos, produce ventajas competitivas que permiten el desarrollo de planteamientos en el proceso creativo; pero no siempre muestran fidelidad en el

proceso efectivo comunicativo y bajo una estrategia.

No obstante, existen propuestas más modernas sobre la expresión y el análisis estructural del lenguaje visual, situándose hacia una epistemología (Tapia, 2004), del diseño en relación con las características formales del mensaje, al relacionarse con otras disciplinas como la cultura, la estética, la producción, la sociología, la psicología, la antropología, la economía, ciencias de la educación, el marketing, la sociedad del conocimiento (Best, 2016), y recientemente surgieron las neurociencias; que le permitan entrar en un verdadero proceso productivo a través de una estrategia, y que no sólo fomente su parte inventiva, intuitiva, estética o creativa.

En la formación del diseñador gráfico, la mayoría de las escuelas en el mundo, hacen énfasis en la preparación sobre el conocimiento y utilización correcta de los códigos visuales, como el cromático, tipográfico, fotográfico o morfológico, (Serrano, Cardoso & Castrezana, 2011); pero llega a tal grado que, en muchas ocasiones la escuela se cae en el error de exagerar la preparación sobre la sintáctica o sintaxis visual y generar deficiencias en la enseñanza del diseño, porque limitan el proceso educativo, bajo un esquema conceptual con un objetivo definido que tiene



como base la creatividad o la innovación; pero que piensa poco en su receptor o usuario.

El problema se profundiza porque casi siempre el estudiante de diseño gráfico, por la deformación a la que es sometido, no desarrolla habilidades básicas de comunicación en otros contextos, como pueden ser la escritura, la cultura visual, el discurso verbal y no verbal. Y sin estos elementos comunicativos tradicionales, difícilmente se podrán manejar con propiedad discursos visuales efectivos que tienden a ser más abstractos o complejos.

Además, en la enseñanza del diseño gráfico, frecuentemente, se solicita a los alumnos hacer reproducciones de imágenes en serie, exactamente iguales, en diversas técnicas representativas, entonces los estudiantes trabajarán demasiado para lograr un proyecto que al exponerse será indistinguible de los otros. La producción en serie, que en el mundo laboral no tiene cabida o no genera ningún tipo de trascendencia, y que por consecuencia genera frustración en el desarrollo profesional y personal del estudiante; por no saber cómo enfrentar problemas sociales reales y que no aporta en el mercado laboral o en la sociedad por no ser un profesional competitivo y en algunas ocasiones como a mí me ocurrió una vez lo denominan como un “técnico”, o un oficio, más no un ejercicio profesional como un médico o

psicólogo.

Las instituciones que proveen la formación del diseñador gráfico, deben preocuparse por ofrecer una educación integral, que permita el desenvolvimiento acertado en los ámbitos de trabajo y necesidades en los mercados locales, nacionales e internacionales que enfrentan problemas de comunicación gráfica; de acuerdo a las exigencias del mundo globalizado, tomando en cuenta la cultura, los medios disponibles para la educación, la tecnología, la evaluación comunicativa, considerando los particulares perfiles individuales y el desarrollo de los estudiantes a educar (Gardner, citado por Serrano, Cardoso & Castrezana, 2011).

Resaltando algunos de estos aspectos, los diseñadores gráficos, siempre deben tratar de apoyar sus decisiones en información confiable y explicable de manera científica o bajo un método, a través del análisis racional del problema y de la articulación verbal o escrita tanto del caso a solucionar como de la acción propuesta basado en una estrategia; porque éstos serán los elementos de contacto entre el diseñador y un cliente. Creándose una atmosfera de confianza, mediante el uso de un lenguaje conciliador y de entendimiento hacia el cliente y no lleno de

tecnicismos.

Además de la intuición, se requiere de la razón que es el uso educado de las habilidades adquiridas a través de un esfuerzo sostenido por la formación profesional, lo que resulta en la posibilidad de ejecutar decisiones rápidamente y desarrollar acciones cuyos pasos pueden ser seguidos de forma consciente.

Comprendemos que el diseño nació de las habilidades artísticas; pero actualmente por diversos factores, como la globalización, la internet, los mercados, la competitividad, el surgimiento de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), la sociedad y la Inteligencia Artificial (IA), se exige reubicarlas en una dimensión más amplia del saber “hacer diseño”, al considerar el cómo, por qué y para quién se hace un diseño. Por lo que hay que involucrarlo en un proceso más abstracto de planeación, y estrategia social y cultural.

Chaves (citado por Tapia, 2004), expresa que el diseño necesita una aproximación teórica especializada y vinculada con otras disciplinas para comprender su acción social. Comprender es clave para su desarrollo y reconocimiento como disciplina en su campo, que ejerza un valor real social, económico o político.

Andion (citado por Tapia, 2004, p. 20), dice: “el diseñador debe ser capaz de demostrar que existe una diferencia cualitativa de su trabajo respecto al simple hecho de hacer un dibujo o practicar un arte plástico”; además propone que, la construcción de la autoridad en el campo de la comunicación gráfica implica la formación de un capital simbólico reconocido cuya constitución “requiere hacer aceptar unas fronteras, unos confines y otros no. Requiere darse autoridad legítima como institución social para ejercer ciertas actividades como válidas y exclusivas que requieren aranceles de ingreso, y el control de la calidad de su ejercicio” (Andion, citado por Tapia, 2004, p.21). Margolin (citado por Tapia, 2004, p. 22), afirma que “el diseño deberá pasar por una fase de desarrollo, articulado de teorías, debates y temas, sostenidos mediante métodos rigurosos de investigación, y su panorama será entonces similar al ocurrido con la historia del arte, la literatura, la sociología, la antropología y las ciencias políticas, que mediante un mecanismo similar lograron su consolidación”. Los postulados anteriores, no pretenden colocar a la enseñanza del diseño y por consecuencia la formación del diseño en un lugar por debajo de



sus propias exigencias; pero inciden en la legitimidad social de la disciplina en un contexto global y no local, en donde prevalece la estructura didáctica del diseño apoyada en la creatividad y la subjetividad intuitiva en la enseñanza, lo que la hace vulnerable. Es decir, se basa el aprendizaje en la experiencia artística, pero se olvida el conocimiento, los procesos cognitivos, la estrategia en la comunicación y las creencias culturales de la gente; así como, el flujo de ideas que de los modernos medios están emergiendo en la actualidad, como son las redes sociales, los medios digitales, el E-Learning, la inteligencia artificial (IA), etc.

Diversas formas de la pedagogía del diseño surgida por el modelo de la Bauhaus, han sido agotadas, por lo que hay que incorporar nuevos marcos de referencia, como el marketing, la economía social, la ingeniería social, la administración, la ergonomía, la sociología, la psicología, el derecho, la sociedad del conocimiento, el emprendimiento, las neurociencias, entre otras; como aporta el modelo de enseñanza de Ulm (citado por Tapia, 2004; Best, 2016), basado en un proceso de significación social del diseño.

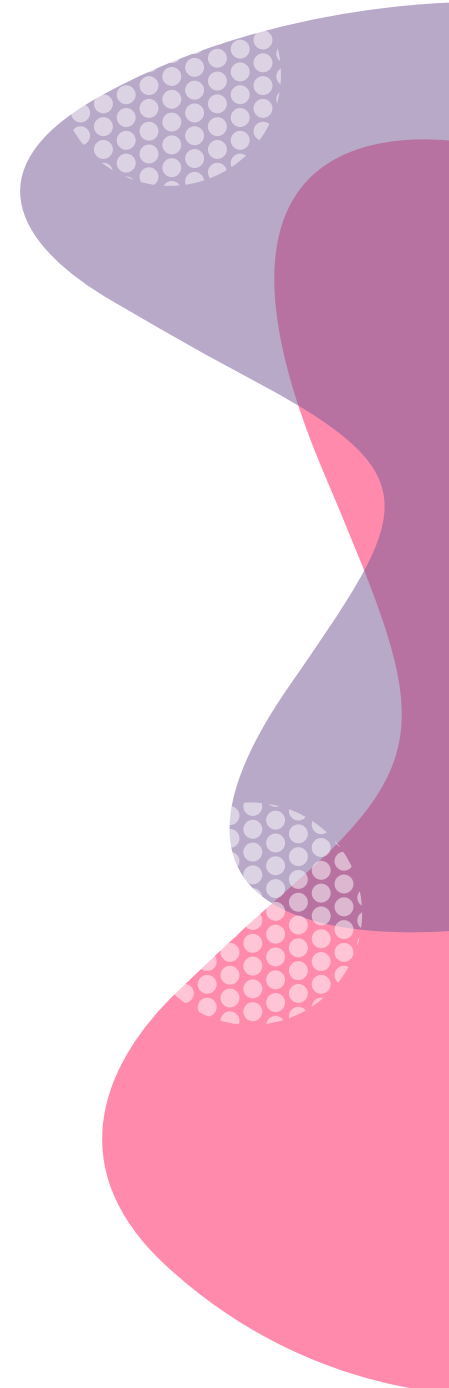
Propuesta que fue una de las primeras en incorporar aspectos semióticos, planteando al diseño como un proceso racional que interpretó el problema del uso y de la acción del diseño como, un problema funcional

que podía reducirse a matrices objetivas cuyos parámetros parecían perfilarse de un modo científico, buscando programar, formalizar, producir y persuadir a los usuarios, dando un nuevo estatus profesional.

El establecimiento correcto de un estudio y la presentación de un proyecto a un cliente (la capacidad para conseguir que se realice un proyecto), forman parte del proceso de diseño, como ocurre al elegir colores de tinta o los tipos de fuentes o desarrollar una imagen a través de una ilustración análoga o digital o capturar una fotografía (Shaughnessy, 2008).

Una de las acepciones de López-León (2016) es que el conocimiento del diseño se enseña de una forma fragmentada en sus elementos o componentes, es decir, no considera a la sociedad en la que se produce el objeto de diseño y de los problemas que a ésta le aquejan. La percepción de un objeto de diseño, no se produce de manera aislada, por lo que convendría cuestionar cómo y cuándo se enseñan los fundamentos básicos del diseño.

Cuando se desarrolla o se implementa un proyecto educativo, se debe comprender lo que es la gestión educativa, que es una disciplina reciente, que inició en los años 60's en los



Estados Unidos, se empezó a hablar los años 70's en el Reino Unido, y en los años 80's en América Latina, que busca como una disciplina aplicar los principios de la gestión al campo de la educación de forma práctica, y no como una disciplina teórica, esto nos permite lograr entender las necesidades de una sociedad o problemática actual, en donde se complementa lo administrativo con lo pedagógico, buscando una educación de calidad centrada en el aprendizaje, respeto a la diversidad y en la participación corporativa en el manejo de la institución (UNESCO-Perú, 2011).

Conocer el proceso de gestión educativa bajo un contexto globalizado, puede ser un punto de partida necesario para su implementación dentro de proyectos de programa educativo de diseño gráfico, con la aplicación de sus cuatro dimensiones de la gestión educativa: la institucional, la pedagógica, la administrativa y la comunitaria; eso permitirá tener un mejor desarrollo en la calidad de los procesos educativos y generar diseñadores gráficos competitivos.

Por lo cual se requiere seguir los procesos de gestión: como la planificación, la ejecución, la evaluación y el monitoreo. Además de la elaboración pertinente de los instrumentos para la gestión educativa, los

proyectos educativos o programas de educación en el diseño gráfico deben consolidarse bajo una estructura sólida y no intuitiva que permita evolucionar en sus procesos y actualizarse de acuerdo con las necesidades de una sociedad, no a gustos, estéticas o tendencias particulares como ha visto actualmente en la educación del diseño en México y en el mundo (UNESCO-Perú, 2011).

Lo anterior debe partir de un diagnóstico, conducido por un estudio interno y externo del contexto en el que se desenvuelve la problemática a resolver sobre las necesidades actuales del diseño gráfico, que son partes esenciales para el desenvolvimiento óptimo y práctico de una propuesta pedagógica y de la gestión que responda a las necesidades y contribuyan al desarrollo económico de un país.

Vilchis (2016), hace una reflexión sobre los procesos de enseñanza en el diseño en México, donde parte de la premisa que la supervisión pedagógica debe fluctuar con personas formadas profesionalmente para conducir el desarrollo de los programas de enseñanza-aprendizaje con base a los avances tecnológicos. Una segunda premisa plantea, es el flujo de significados en

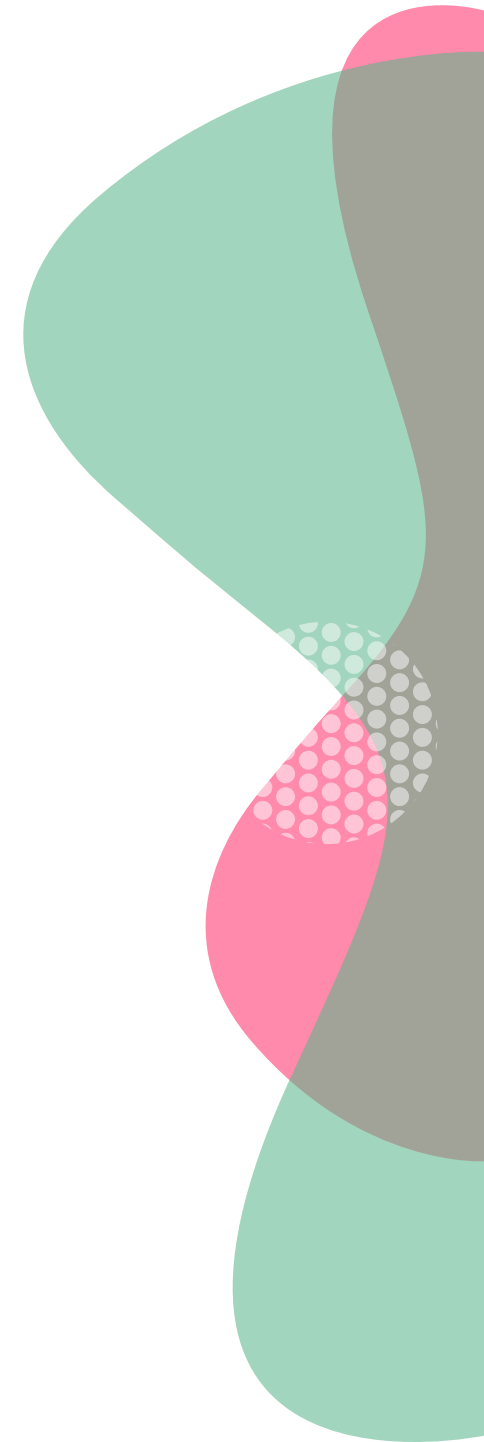
toda recepción que son validados a través de los nuevos medios tecnológicos y la aparente imposibilidad de retirar a un joven de los alcances de la información, se convierte en un peligro latente por su contenido carente en muchas ocasiones por su veracidad, como lo es actualmente la inteligencia artificial (IA). Y la tercera es que el proceso educativo debe considerarse como proyecto cultural-social que involucre a la familia, la sociedad, al Estado y a las instituciones, para propiciar acciones útiles en beneficios de los jóvenes, defendiendo sus derechos o en contra de los abusos que se cometen con los grupos sociales, estableciendo opciones formativas para padres, maestros y sociedad en general para comprender las implicaciones de los accesos a las tecnologías.

Lo anterior, nos permite verter que deben existir diferentes ópticas o enfoque para el desarrollo de un programa educativo, que no solo es unilateral, sino que es un conjunto de componentes y actores sociales que permiten el desempeño óptimo de un estudiante y la forma de integrarse a una sociedad con necesidades particulares.

Conclusiones.

De acuerdo a las diversas variables, carencias, virtudes sobre la enseñanza del diseño gráfico en México, supone visualizar otro enfoque epistemológico sobre el diseño, hace una promesa también de invertir el lugar común de las exigencias interdisciplinarias que se le imponen; preguntarnos, por ejemplo, ir más allá de lo estético, lo técnico u el oficio y si no sería posible descubrir y explicitar qué hay del diseño en las neurociencias, la tecnología, la biología, la antropología, la mercadotecnia, la psicología, la gestión, las artes, las artesanías... si en suma: se pueden encontrar intersecciones del diseño con los diversos modos de pensar y hacer, y resolver problemas en un mundo con necesidades particulares (Foros de Escuela de Diseño, 2008).

En materia de economía y el desarrollo social, el diseño en el ámbito de los negocios se constituye en un proceso de comunicación estratégica que atraviesa la estructura de las organizaciones o empresas y su relación con el contexto social, político, cultural, tecnológico y ecológico (Best, 2016). Es decir que, el diseño no se reduce solamente a la definición del producto final como tradicionalmente se ha entendi-



do. Porque hablar de diseño y de economía es hablar casi de lo mismo, porque el diseño es una industria. En el contexto de nuestro país, es una industria incipiente pero que cada vez se va consolidando más.

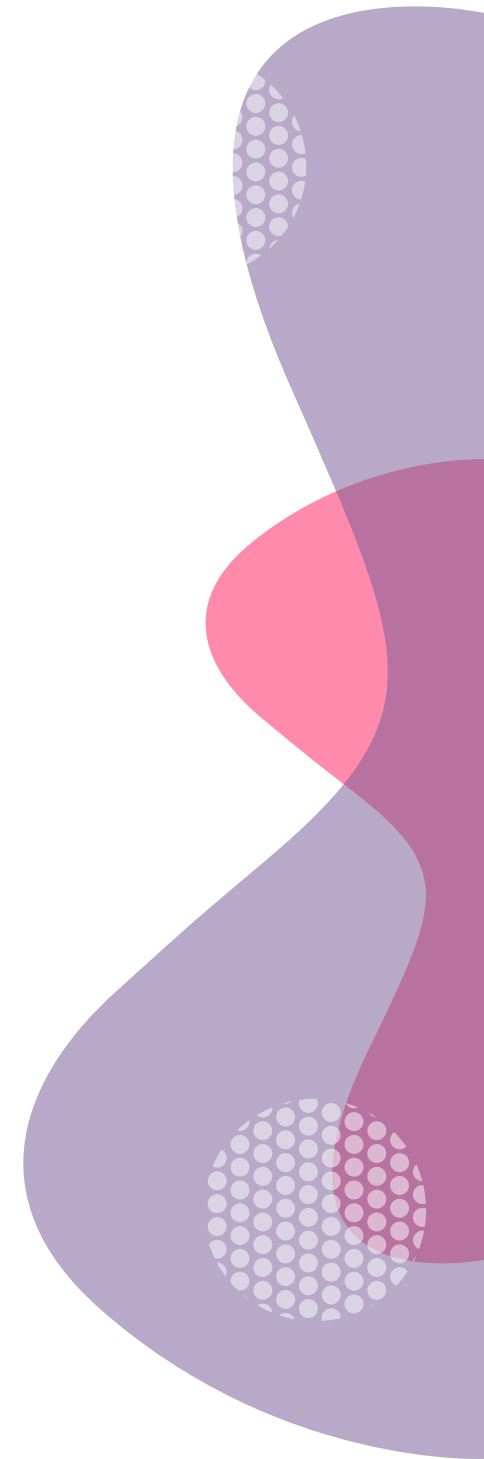
La universidad, la educación, la legislación, los organismos globales son actores fundamentales que, participan como puente para hacer posible los vínculos entre los otros actores sociales y económicos porque provee el capital intelectual y humano que las organizaciones requieren; a través de, la formación de profesionales del diseño con un perfil que permita responder adecuadamente a sus circunstancias particulares de una manera estratégica.

De allí la necesidad de fortalecer la formación de los diseñadores en las áreas de negocios, las neurociencias, los procesos cognitivos, la inteligencia emocional y fortalecer los procesos educativos o un proyecto de educación de diseño en vías de llevarlo a diferentes grupos sociales y traslaparlo como un ente funcional y no meramente estético o artístico; así como también, la formación de los futuros empresarios en áreas del

diseño de manera complementaria, porque entendemos que el camino de vinculación entre empresarios, cooperativas, fundaciones y diseñadores es de doble vía.

La universidad y la educación en nuestro país, es también un actor crítico que mediante las actividades de investigación permite la comprensión de las necesidades y problemas de la realidad y mediante las actividades de extensión hace posible ofrecer modelos o alternativas de solución apropiados. Es así como las instancias de capacitación y promoción del diseño, materializadas en centros, incubadoras, polos y redes son ámbitos para propiciar el pensamiento de diseño dentro del marco de la sociedad y la economía. “El que enseña debe ser docente y profesional del diseño, porque si no se convierte en un círculo vicioso” (Foros de Escuela de Diseño, 2008, p. 52).

En el diseño, no solo se trata de dibujar o pintar o crear objetos o usar un software, sino también de saber cuánto se está dispuesto a pagar por ello y crearla como una disciplina con valor,



desde la educación básica. Es el momento de evolucionar en la enseñanza a través de la multidisciplinariedad para el desarrollo económico del país que con la educación nos permita tener un mejor desenvolvimiento como humanos, como profesionistas y como sociedad para el desarrollo de nuestra calidad de vida.

Es necesario generar programas o proyectos educativos en la enseñanza del diseño gráfico que permitan el mejoramiento y desarrollo de una sociedad tanto en los países subdesarrollados como en nuestro caso, en los grupos vulnerables, así como un análisis de su impacto económico, social, sustentable y cultural; esto nos permitirá la evolución de nuestro país a un primer mundo, para emerger a un contexto global y el único medio es a través de la educación, que podemos mejorar, cambiar y contribuir en el desarrollo desde una óptica multidisciplinaria y bajo procesos de gestión de educación aplicados en la creación de programas con estos enfoques.

Referencias.

- Best, K. (2016). (Trads. M. Arcos & M. Foz) *Management del diseño* (2ª ed.). Parramos Arts&Design.
- Bonal, X. (2009). La educación en tiempos de globalización: ¿quién se beneficia?. *Educ. Soc.*, Campinas, vol. 30, n. 108, pp. 653-671. Disponible en: <http://www.cedes.unicamp.br>
- Foros de Escuela de Diseño. (2008). II Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo" Comunicaciones Académicas Julio y Agosto 2007 En Actas de Di-señoN° 4. Buenos Aires, Argentina: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, pp. 21-66.
- Frascara, J. (2004). *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. (3e. ed.) Buenos Aires: Infinito.
- Gobierno de la República de México. (2014). *Reforma Educativa: Resumen ejecutivo*. México.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. (2015). *Reforma educativa. Marco normativo*. México: INEE.
- López-León, R. (2016). *Las once varas de la teoría del diseño. Retos en la educación del diseño: Reflexiones desde la práctica docente*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Maldonado, A. (2000). Los organismos internacionales y la educación en México. El caso de la educación superior y el Banco Mundial. Vol. XXII, núm. 87, *Perfiles educativos*. pp. 51-75.
- Melgar, M. (1994). *Las reformas al artículo tercero constitucional*. México: UNAM.
- Narro, J. & Moctezuma, D. (s.f.). *Hacia Una reforma del Sistema Educativo Nacional*. UNAM: México.
- Rodríguez, L. (2016). *Docencia en el diseño: fuerzas y tensiones. Retos en la educación del diseño: Reflexiones desde la práctica docente*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- SEP. (1997). *Unidad de Planeación y Evaluación de Políticas Educativa. La Estructura del sistema educativo mexicano*. México: SEP.
- Serrano, M. E., Cardoso, A. J., & Castrezana, N. E. (2011). *Poética visual: relaciones entre las bases teóricas de la enseñanza para el diseño gráfico y el arte*.
- Shaughnessy, A. (2008). (Trad. S. Guiu Navarro) *Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma* (2ª. Ed.). España: Index Book.
- Tapia, A. (2004). *El diseño gráfico en el espacio social*. México: Designio.
- UNESCO-Perú. (2011). *Manual de Gestión para directores de Instituciones Educativas*. UNESCO-Representación en Perú, Ministerio de Educación: Perú.
- Vilchis, L.C. (2016a). *Diseño: universo de conocimiento. Teoría general del Diseño*. (4ª ed.). México: Qartuppi.
- Vilchis, L.C. (2016b). *Modelo Metinad de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)*. [Te-sis doctoral]. México: FAD-UNAM.