

Yesid Camilo Buitrago López*

Internacionalización del currículo. Diseño Gráfico

Cómo citar:

Buitrago, Y. C. (2022). Internacionalización del currículo. Diseño gráfico *Designia*, 9(2), 9-15.

* Magíster en Pedagogía, Universidad Santo Tomás. Especialista en Entornos Virtuales de Aprendizaje, Instituto de Formación Docente Virtual Educa. Diseñador gráfico, Universidad de Boyacá. Estudiante del Doctorado en Educación de la Universidad Santiago de Cali. Investigador junior y par evaluador reconocido por Minciencias. Integrante de los grupos de investigación XISQUA – Universidad de Boyacá y CIEDUS - Universidad Santiago de Cali. Actualmente, director y docente del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de Boyacá.
E-mail: yesbuitrago@uniboyaca.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3540-1029>

Palabras clave:

Globalización, educación con vocación internacional, enseñanza superior, calidad de la educación, Diseño gráfico.

Key words:

Globalization, international education, higher education, educational administration, Graphic design.

Aproximación a la configuración de globalización e internacionalización en la Educación Superior:

La globalización es comprendida como un fenómeno que marca un sinnúmero de interconexiones de carácter social, político, económico, tecnológico, educativo, entre otras, que ha permitido abrir fronteras como un tipo de “espacio público” para la (re)construcción de mundo y la (inter) conexión entre diferentes actores a nivel local, regional, nacional y global. De ahí que, desde que el internet se ha ido expandiendo cada vez más a nivel mundial, y donde esta herramienta aloja un sinnúmero de datos e información de todos los ámbitos, ha sido fundamental para el desarrollo de servicios, productos, actividades; asimismo, ha permitido favorecer el avance de la sociedad en función del “estudio y acceso a la ciencia, la tecnología y la industria [...] de la vida humana, la cultura, el comercio, las diversiones familiares y, por supuesto, la educación” (Morales Campos, 2004, p. 4).

Por ello, este fenómeno, según Valdés Montecinos (2019), “suele estar asociado con otro término denominado internacionalización, que si bien aparecen de manera obligada en análisis de contexto, tienen desde el punto de vista conceptual diferentes

acepciones” (p. 755). Para Aróstegui & Martínez Rodríguez (2008), la globalización en el contexto educativo “se produce a través de organismos e instituciones mundiales, europeas, iberoamericanas, por medio de prácticas tan habituales como las asesorías y consultorías, amparadas bajo instituciones económicas que producen convocatorias de ayudas financieras y concesiones «expertas»” (p. 16). Como ejemplo se pueden mencionar el Ministerio de Educación (MEN), las Secretarías de Educación, la UNESCO, etc.

En esta misma línea, Burbules & Torres (2001) expresan que la globalización “significa fundamentalmente el surgimiento de instituciones supranacionales, cuyas decisiones determinan y restringen las opciones políticas de cualquier Estado-nación en particular” (p. 14). Es decir, se instauran políticas nacionales e internacionales que restringen muchas veces una interdependencia económica, social, política, educativa... de los países, regiones o instituciones de educación. De otra parte ayudan naturalmente a resolver algunos problemas, por ejemplo en la educación, pero que al mismo tiempo generan otros inconvenientes como la desigualdad y los fracasos escolares –implementación de modelos educativos de otros países con características diferentes a los contextos que los adoptan–.

Por tanto, la internacionalización se trata entonces de “un proceso que ha trascendido desde la visión de movilidad, para dar paso a otras aristas y la profundización de su significado” (Valdés Montecinos, 2019, p. 756). En otros términos, las finalidades de la internacionalización no son “meramente económicas, sino más bien están encaminadas al fomento de la investigación y la capacidad intelectual, a incrementar la comprensión entre culturas distintas y otras metas relacionadas” (Altbach & Knight, 2006, p. 18).

En síntesis, la globalización y la internacionalización en la educación superior ayudarían a “reestructurar a fondo la educación en todos sus niveles, cualificar a los trabajadores, formar profesionales competitivos sin perder de vista la formación humanística” (Guerrero V, 2004, p. 354). En otras palabras, la educación superior colombiana tiene el reto de presentar en el escenario mundial una educación de calidad desde la reinención de la educación, la Universidad, la investigación y la proyección social, sin dejar de lado los retos y aspectos investigativos que se presentan a nivel regional y nacional.

Internacionalización del currículo en Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico, al ser una disciplina que trabaja con la comunicación verbal y no verbal, emerge en América Latina en la década de los sesenta en países como Argentina, México, Brasil, Colombia y otros, que fueron influenciados por dos corrientes internacionales, la primera por la Bauhaus (1930) y la segunda por la escuela ULM (1950). Estas dos corrientes marcaron las bases pedagógicas en la enseñanza de lo que hoy se conoce como Diseño Gráfico. Sin embargo, la Escuela ULM fue capaz de generar una teoría y una praxis de enseñanza del diseño, que sirvió como modelo para las demás

escuelas fundadas a nivel internacional en la década de los años sesenta, gracias a que esta escuela se proyectó como internacional. Como consecuencia, atrajo estudiantes de otros países –la mitad de ellos eran extranjeros, así como los maestros–.

Podría decirse que la internacionalización en el Currículo del Diseño Gráfico empieza desde el momento en que se instauran los primeros programas de Diseño en América Latina influenciados por estas dos escuelas, debido a que, según Leask, el diseño fue capaz de “incorporar dimensiones internacionales, interculturales y globales dentro del contenido del currículo” (Ramírez Valdivia & Latorre Bahamondez, 2019, p. 45). Así, estas escuelas contribuyeron a partir de sus pedagogías, sus métodos y técnicas de enseñanza impartidas en los llamados “talleres de diseño”, un aporte fundamental para la construcción de diversos programas de Diseño Gráfico a nivel mundial –una profesión proyectual y no artística–.

Por otro lado, el Diseño Gráfico en Latinoamérica y Colombia también surgió tras la industrialización como un pensamiento de renovación a causa de la modernidad y la producción; la generación e intención de empresa –con el objetivo de replantear los procesos de producción–; y la generación de nuevos productos, pensados en los procesos industriales y no en la construcción de objetos (Fernández, 2008). En pocas palabras, estas condiciones se referían a entrelazar el pensamiento con la técnica.

Así pues, en Colombia, la industrialización llevó a que los responsables de los diferentes procesos relacionados con la industria gráfica –los impresores– fueran traídos del extranjero por parte de las imprentas, con el fin de elaborar trabajos –más técnicos– o específicos, como bocetar, armar piezas, dibujar y componer. Esto propició que la enseñanza de las artes gráficas, tal como ocurrió con la imprenta de Gutenberg, aportara un resultado más estético en publicaciones, como *El Gráfico de 1910* y *Cromos en 1916*. Estos trabajos contribuyeron a lo que hoy se conoce como diseño editorial en Colombia.

En consecuencia, estos hechos marcaron los comienzos de la enseñanza y la profesionalización del Diseño Gráfico en Colombia en 1963 con el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, que floreció como respuesta a la demanda de la producción gráfica de ese momento. Pero fue la Universidad Nacional, en Bogotá, quien creó un programa denominado *Experto en Diseño Gráfico* con el objetivo de responder a las necesidades del mercado que se presentaba en esos momentos.

En efecto, el Diseño Gráfico en la educación superior colombiana, desde sus inicios, ha tenido como característica constante “la repetición de contenidos y una imitación de las propuestas gráficas foráneas, por ejemplo, la entrada tardía del Art Decó a los impresos locales” (Bermúdez, 2015, p. 106), fenómeno que, a la vista de algunos, puede ser interpretado como internacionalización –copiar o replicar contenidos de otros países con el propósito de ser homologados, sin gestar trabajos interdisciplinarios en torno a la internacionalización–.

Sin embargo, la internacionalización en la educación superior no puede seguir siendo entendida como la réplica de contenidos de planes de estudios de otras instituciones de carácter internacional, o creer que la movilidad docente, estudiantil, e introducción de contenidos en otros idiomas a los programas son síntomas de internacionalización. Al contrario, es necesario comprender que la internacionalización busca “la integración de la dimensión internacional y multicultural en los contenidos y formas de los programas de curso, con la finalidad de formar egresados para actuar profesional y socialmente en un contexto internacional y multicultural” (Valdés Montecinos, 2019, p. 77). Es decir, desde los diferentes programas de Diseño Gráfico, a nivel nacional e internacional, se deberían desarrollar estrategias de internacionalización que permitan superar los problemas asociados al currículo, debido a que actualmente el Diseño Gráfico, en el ámbito disciplinar,

Está desordenado, es impreciso y confuso. Se confirma también que existe una dispersión, incoherencia y una falta de consenso que provoca la invisibilidad del mismo ante la sociedad y las administraciones, tanto a nivel profesional, como económico y como educativo. (González Mardones, 2015, p. 297)

En consecuencia, Arjona (2018) propone que para la disciplina del Diseño Gráfico se debería “reconocer y proponer una estructura de organización profesional que articule los niveles formativos existentes y los conecte con sus desarrollos profesionales y con las responsabilidades asumidas, de forma escalonada y armónica” (p. 7). Esta propuesta va en la misma directriz que Buitrago López (2020) y García Cordero (2020), quienes coinciden en que para la (re)construcción del currículum en Diseño Gráfico se debería converger y cooperar de manera activa, democrática y reflexiva en todos aquellos aspectos que engloban a una comunidad educativa como lo sociopolítico, lo ambiental, lo demográfico, para que los,

(...) actores que hacen parte de una institución educativa y de una sociedad, [...] a través de las múltiples reflexiones y posiciones críticas, respondan al crecimiento, transformación, formación y educación de personas que respondan a un cambio social responsable y consecuente. (Buitrago López, 2020, p. 69)

De esta manera, se podría establecer una profesión organizada, lógica y con ejes que sean coherentes entre los sectores académicos/laborales y profesionales a nivel nacional e internacional.

Por tanto, es esencial reflexionar si, desde los currículos de Diseño Gráfico, se desarrollan competencias necesarias y coherentes en los profesionales para que afronten la incertidumbre y logren tener éxito en el mercado global y la sociedad del siglo XXI o aún se siguen los modelos instaurados en los años sesenta por las escuelas alemanas y rusas –profesionales técnico-operativos–. Para generar dicha reflexión es necesario tener en cuenta que, para la formación integral de los egresados, es fundamental contar con un

plan de internacionalización curricular que sobrepase los problemas planteados por Beelen (2012), los mitos y conceptos erróneos plantados por Hans de Witt (2013) y descritos por Jane Knight en (Ramírez Valdivia & Latorre Bahamóndez, 2019, p. 39:47:48), (ver tabla 1):

Problemas de la internacionalización curricular plantados por Beelen 2012	Mitos de la internacionalización de la educación superior	Conceptos erróneos de la Internacionalización propuestos por Hans de Witt (2013) descritos por Knight (2011)
<ul style="list-style-type: none"> a) falta de recursos económicos; b) limitado interés de los educadores; c) falta de conocimiento de los empleados; d) ausencia de conocimiento de una lengua extranjera; e) falta de visión, políticas y una estrategia internacional; f) falta de tiempo para implementar una estrategia internacional; g) falta de conocimiento de una lengua extranjera por parte de los estudiantes; h) falta de tiempo para dictar clases de lengua. 	<ul style="list-style-type: none"> a) los estudiantes extranjeros como agentes de la internacionalización: «más estudiantes extranjeros en la universidad producirá una cultura y currículum institucional más internacionalizado» (p. 14-15); b) la reputación internacional como un proxy de la calidad: «cuanto más internacional es la universidad, mejor es su reputación» (p. 14-15); c) acuerdos institucionales internacionales: «a mayor cantidad de acuerdos internacionales o asociaciones, la universidad tiene más prestigio y es atractiva por sí misma» (p.14-15); d) acreditación internacional: «cuantas más acreditaciones internacionales tiene la institución, más internacionalizada es y, por ende, es mejor» (p.14-15); e) marca global: «un plan de marketing internacional es el equivalente a un plan de internacionalización» (p.14-15) 	<ul style="list-style-type: none"> a) es educación en inglés; b) se refiere a estudiar en el extranjero; c) equivale a un tema internacional; d) implica tener estudiantes extranjeros; e) puede implementarse exitosamente solo con pocos estudiantes extranjeros en el aula; f) las consecuencias internacionales e interculturales no tienen por qué evaluarse como tales; g) cuantos más acuerdos internacionales tenga una institución, más internacionales; h) la enseñanza superior es internacional por su propia naturaleza; i) la internacionalización es un objetivo en sí misma.

Nota. La tabla presenta los problemas, mitos y conceptos erróneos de la internacionalización.

Tabla 1. Problemas, mitos y conceptos erróneos de la internacionalización.

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de Ramírez Valdivia & Latorre Bahamóndez (2019)

En este orden de ideas, los programas de Diseño Gráfico deben revisar las estrategias de internacionalización que se están adaptando en los procesos de autoevaluación y acreditación, debido a que actualmente se “cree que se están adoptando estrategias de internacionalización apropiadas cuando, en realidad, están adoptando los mitos de aquella” (Ramírez Valdivia & Latorre Bahamóndez, 2019, p. 53).

Por ejemplo, en el Modelo de Acreditación en Alta Calidad en el Factor Internacionalización, característica 33, el Consejo Nacional de Acreditación expresa que, “el Programa Académico deberá demostrar el impacto de la cooperación académica y científica de profesores y estudiantes con otras entidades nacionales y extranjeras, para

el desarrollo de labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión” (CNA 2021). Sin embargo, esta descripción es interpretada como el mito c) expuesto anteriormente, el cual refiere a los acuerdos institucionales internacionales (ver tabla 1). Dicho de otra manera, los programas relacionan el número de proyectos de investigación, de proyección social o extensión elaborados con otras entidades –formalización de acuerdos y resoluciones– con el concepto de internacionalización: entre mayor número de convenios internacionales o afiliaciones a redes internacionales, las universidades logran más prestigio. En efecto, el impacto es interpretado como “cifras”, mas no comprendido como la (re)transformación o aporte al conocimiento desde la internacionalización de la disciplina; no obstante, este problema surge probablemente porque el modelo en sí está diseñado para ser leído e interpretado en números y estadísticas.

Por tanto, las universidades y los programas de Diseño Gráfico a nivel nacional e internacional, están “llamadas a crear conocimiento, a crear y recrear la cultura, a pensar la sociedad y la nación” (Guerrero V, 2004, p. 353), antes de entrar en la dinámica de las políticas gubernamentales que enfocan su objetivo en resultados. Sin embargo, este enfoque en resultados estadísticos y numéricos no tiene en cuenta el impacto que las universidades pueden generar en torno a la (re)construcción de sociedad, país y mundo.

Consideraciones finales

En definitiva, es fundamental concebir la internacionalización curricular como un proceso que permita incorporar diversas dimensiones internacionales en la que se encuentren los contenidos curriculares, los recursos para el aprendizaje, las estrategias pedagógicas, las actividades extracurriculares y la evaluación del aprendizaje. En otras palabras, se debe pensar en una *internacionalización integral*, que busque generar un compromiso con la formación de profesionales integrales –enseñanza, investigación y misiones de servicio en la educación superior– (Ramírez Valdivia & Latorre Bahamóndez, 2019), pero con el liderazgo de diferentes actores como las instituciones de educación superior, del Gobierno nacional, de docentes, estudiantes y demás miembros pertenecientes a la comunidad académica.

Por otro lado, es esencial vislumbrar que, mediante la internacionalización del currículum, el Diseño Gráfico puede lograr reconocimiento a nivel nacional y global de los intereses académicos y la proyección de la profesión. Así, se fortalecerían e incorporarían criterios de internacionalización como los contenidos curriculares, los recursos para el aprendizaje, las estrategias pedagógicas, las actividades extracurriculares y la evaluación del aprendizaje. Esto con el propósito de fortalecer la disciplina y mejorar los recursos físicos, administrativos, organizativos, financieros, humanos y demás, a través de la articulación de procesos formativos que sean coherentes entre la educación superior y la profesión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altbach, P. G., & Knight, J. (2006). Visión panorámica de la internacionalización en la educación superior: motivaciones y realidades. *Perfiles Educativos*, 13-39.
- Arjona, J. d. (2018). Diseño gráfico, el actual paradigma. Retos y realidades. *Grafica*, 6(11), 7-11.
- Aróstegui, J. L., & Martínez Rodríguez, J. B. (2008). *Globalización, Posmodernidad y Educación. La calidad como coartada neoliberal*. Akal, S.A.
- Bermúdez, J. A. (2015). El nacimiento del diseño gráfico en la educación superior bogotana, 1948-1963. *KEPES*, 12(12), 85-112.
- Buitrago López, Y. C. (2020). Reconstrucción del currículo universitario: una reflexión desde el quehacer docente. En R. Rojas Monedero. (Ed.). *Repensar el campo curricular para la transformación educativa* (pp. 57-70). Editorial Universidad Santiago de Cali.
- Burbules, N., & Torres, C. A. (2001). Globalización y educación. *Revista de Educación*, 13-29.
- Fernández, S. B. (2008). *Historia del Diseño de América Latina y el Caribe: Industrialización y Comunicación Visual para la autonomía*. Blucher.
- García Cordero, M. S. (2020). El Currículo desde el paradigma de la complejidad: Universidad de Boyacá. En R. Rojas Monedero. (Ed.). *Repensar el campo curricular para la transformación educativa* (pp. 95-107). Editorial Universidad Santiago de Cali.
- Gonzalez Mardones, S. (2015). *El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones*. [Tesis doctoral, Universitat de Barcelona].
- Guerrero V, L. G. (2004). La Educación en el contexto de la Globalización. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 6(6), 343-354.
- Morales Campos, E. (2004). Internet y sociedad: relación y compromiso de beneficios colectivos e individuales. *Revista Digital Universitaria*, 1-10.
- Ramírez Valdivia, M., & Latorre Bahamóndez, P. (2019). Conceptos generales sobre internacionalización universitaria. En L. Korsunsky. (Ed.). *Internacionalización e integración regional. Percepciones, concepciones y prácticas en las universidades* (p. 508). Editorial EDUCO.
- Valdés Montecinos, M. (2019). Internacionalización del currículo universitario virtual en el contexto de la globalización. *Telos*, 21(3), 754-775.