

La vinculación, objetivo fundamental para las instituciones de educación superior

Actas de Diseño (2013, Julio),
Vol. 15, pp. 237-239. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: octubre 2009
Fecha de aceptación: febrero 2012
Versión final: mayo 2012

Guadalupe Gaytán Aguirre y Leonardo Moreno
Toledano (*)

Resumen: La vinculación entre la formación teórico-práctica de los estudiantes de Diseño y la inserción de éstos en el mercado laboral constituye uno de los más urgentes desafíos que enfrentan en la actualidad las universidades. La carencia de instrumentos de medición que indiquen si la formación académica es suficiente, unido a la inexistencia de una cultura de evaluación de los proyectos de vinculación demanda la realización de nuevas soluciones. La vinculación de la Universidad con el ámbito productivo es un factor axiológicamente positivo, tanto para el desarrollo económico como para el posicionamiento de las instituciones educativas.

Palabras clave: Vinculación - Mercado Laboral - Desarrollo económico - Evaluación - Posicionamiento.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 239]

Uno de los grandes retos de las universidades actualmente es la vinculación entre la formación teórica-práctica de los estudiantes y su inserción en el mercado laboral. Como Universidad debemos hacer frente a las necesidades actuales del estudiante, que en muchas ocasiones requiere de obtener un puesto en el mercado laboral antes de egresar para poder solventar sus estudios. Es por ello que las universidades requieren generar estrategias y acciones con el fin de lograr un equilibrio entre el conocimiento, la práctica y la investigación, que den como resultado estudiantes capaces de integrarse satisfactoriamente en el mercado laboral, incluso antes de egresar de la universidad.

Gabriela Ramos Directora de la Organización para la Cooperación y del Desarrollo Económico (OCDE) en México menciona que:

La educación es un bien imprescindible para el desarrollo de los individuos y de las naciones, ambos se benefician con ella. Para los individuos los beneficios se ven reflejados en la calidad de vida y en los ingresos económicos, para los países el beneficio potencial está en el crecimiento económico y el desarrollo de valores compartidos que apuntalan la cohesión social.

El concepto vinculación se define como la actividad que nos permita sostener una relación. Este término se ha puesto de moda en la última década. Forma parte de la jerga de los especialistas en educación superior para aludir con un nuevo matiz a la misma dimensión que denotan los términos difusión y extensión. No obstante, el uso frecuente y restringido del término lo limita a las relaciones de las instituciones educativas con industrias u otras empresas del llamado sector productivo de la sociedad¹. Debido a las demandas externas y a los contextos de competencia, el rango de las actividades de las instituciones de educación superior se ha ampliado. Tanto el gobierno como el sector empresarial demandan una mayor integración de la actividad académica en la so-

lución de problemas económicos, sociales y culturales, así como una participación frontal del recurso humano de las universidades en los sectores público y privado. Aunado a esto, las instituciones educativas en su afán por cumplir con su función sustantiva de relacionarse con la sociedad y brindar profesionales a la comunidad, buscan en la vinculación un elemento axiológicamente positivo y de "virtud" para la institución².

Justo Sierra, en 1910, introdujo la idea de que la actividad académica de la educación no debería permanecer ajena a las necesidades sociales y a la problemática del país, la extensión de la enseñanza superior y de la investigación hacia la sociedad establecida como uno de los principios básicos de la universidad. A partir de entonces, el quehacer de las instituciones de educación superior adquirió uno de sus compromisos más relevantes: contribuir con sus medios al desarrollo nacional³.

La enseñanza del diseño gráfico es campo fértil en muchos de los aspectos que le intervienen, uno de ellos es la vinculación de estudiantes con el mercado laboral, y con los espacios en los cuales los jóvenes puedan analizar, proponer, probar y comprobar ideas y teorías que contribuyan a dar soporte a nuestra disciplina.

Para el alumno es un choque de emociones el enfrentarse a la realidad social, dejando atrás el cobijo que prodiga la universidad, pocos son aquellos que se confrontan con el campo laboral antes de egresar de la licenciatura. De ahí que incluir un programa de vinculación en las universidades –más allá del ejercicio del servicio social– se presenta necesario para interactuar con el campo de trabajo y así comprometer los contenidos académicos hacia una pertinencia con la demanda social y laboral. No puede concebirse un proyecto académico al margen de la práctica y de la realidad concreta, debido a que es así como se concreta el círculo que le da origen a la demanda de la profesionalización de los servicios que otorga una institución.

Para ser un profesional del diseño gráfico y abrirse campo en el mercado se requiere de una experiencia frontal con

la realidad; una cantidad considerable de estudiantes de diseño no adquieren esta oportunidad sino hasta que egresan y aún con título en mano se ven obstaculizados por la falta de experiencia que demandan las empresas, ya que la rapidez en la entrega de proyectos es el común denominador en las agencias de diseño, esta agilidad mental y de producción se adquiere a través del tiempo y del contacto con el cliente, dificultándose con esto su inserción en el mercado, con esto no pretendemos negar la importancia que juega el conocimiento adquirido hacia el interior de las instituciones, pero es evidente que éste debe ir de acuerdo a el progreso tecnológico y los requerimientos que la práctica exige, además de la necesidad de vincular el trabajo profesional con el entorno y el compromiso social y ambiental.

Si partimos de que el objetivo fundamental de las instituciones de educación superior es el de proveer a la sociedad de profesionales formados íntegramente para convivir en sociedad y poner el conocimiento al servicio de la comunidad, entonces podríamos apuntar a que las instituciones deben establecer vínculos que permitan intercambiar el conocimiento académico y las experiencias sociales consolidando con esto la base estructural formativa; para lograr esto se debe poner al estudiante en contacto con el escenario en el cual se desenvolverá a partir de su egreso de la universidad. Sin embargo, es importante que cada institución educativa precise cual es su compromiso con la comunidad y con el entorno productivo y de esta manera se definan los alcances que se han de obtener a través de la vinculación, ya que la relación universidad - sociedad varía en cada caso.

De esta manera la vinculación incorpora otra función que es la de posicionar a la institución en un contexto social no solo generadora de profesionistas, sino de conocimiento y propuestas útiles al desarrollo, al aceptar el reto de transformación que les impone la realidad actual. Esto influye directamente en la percepción que genera la institución no solo dentro de los muros universitarios sino también al exterior y el prestigio que puede obtener al cumplir cabalmente su compromiso de posicionamiento en un contexto determinado.

Así, la vinculación, además de servir de enlace e instrumento de interacción y beneficio mutuo entre las instituciones de educación superior y los sectores social y productivo, fomenta la pertinencia institucional, favorece el reconocimiento social de la universidad, mejora su imagen y, como consecuencia, el posicionamiento institucional en el entorno al que sirve⁴.

La importancia de incluir en los programas académicos, mecanismos o espacios de vinculación del estudiante con el mercado de trabajo, radica en el conocimiento y reconocimiento que tanto el estudiante pueda tener del medio, como el conocimiento que el empleador tenga sobre el quehacer de la profesión, adjudicándole con esto su justo valor. Ninguna institución que se jacte de ser responsable y seria, puede dejar de lado la relación entre el estudiante –programa académico– y el mercado laboral, la pertinencia del conocimiento que se adquiere y el servicio que se presta. Darle al diseño su merecido espacio dentro de la construcción de las sociedades, sabiendo que este es un ente transformador de ideas, de conductas y por que no decirlo, de conciencias, el diseño

es incluyente en el aspecto humano y social, actor activo dentro del movimiento económico y cultural de un país. “Gracias a la omnipresencia de la comunicación visual, el diseño gráfico es hoy una presencia inevitable, porque en donde hay comunicación hay grafismo”⁵.

En un documento emitido por la Universidad Autónoma e Ciudad Juárez (UACJ) sobre proyectos de ampliación de la oferta educativa, se hace mención a un valor curricular del que no debe prescindir un programa académico para proveer a sus estudiantes de una formación integral con actitud crítica, creativa y participativa, esto es, que los planes de estudio capaciten a los estudiantes para un eficiente desempeño en el mundo profesional. Esto se lleva a cabo incluyendo asignaturas que les permitan desarrollar capacidades, destrezas y actitudes que interactuando con la práctica posibiliten al egresado su desarrollo profesional.

El hecho de que nuestra profesión no sea un área científica no es excusa para no permitir el ensayo-error que proporciona la práctica profesional durante los estudios, no es motivo para privar a los estudiantes del aprendizaje que trae consigo el salir a probar y comprobar el conocimiento brindado intramuros. Este aprendizaje es compartido con el empleador que nunca ha tenido relación directa con el diseñador ni con los procesos de producción del diseño, manteniendo un vínculo entre el desarrollo profesional del estudiante y el crecimiento de las empresas.

En uno de los Congresos académicos realizados por la Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño (Encuadre), Ma. Teresa Olalde Ramos, docente de la Universidad Autónoma Metropolitana hizo una mención importante: “Un oficio solo se aprende ejercitándolo, en donde cada instrumento y cada técnica están inseparablemente unidas por el trabajo productivo y se comprende y aprende en la experiencia de sus efectos transformadores”.

Otro de los motivos por los cuales la vinculación es un ejercicio relevante, es debido a la carencia de instrumentación de medición que nos permitan conocer si la formación obtenida en la universidad fue suficiente o no para enfrentar el reto de la incursión al mercado laboral. En la UACJ los jóvenes egresados llenan una encuesta de seguimiento, la cual, desde nuestro punto de vista no refleja la condición real de su inserción en el mercado, ya que ésta se encuentra orientada a las personas que tienen un empleo, sea este del área del diseño o no. Los programas de vinculación de estudiantes con el mercado laboral permiten que la institución reciba una retroalimentación más objetiva y oportuna por parte de los empleadores, ya que el estudiante puede menguar sus deficiencias en el tiempo que le queda por graduar.

No existe una cultura de la evaluación de los proyectos de vinculación. De allí que la opinión de los empleadores sea una herramienta muy importante para el acercamiento entre el trabajo de los estudiantes y los resultados obtenidos en el sector productivo.

La OCDE de la cual México forma parte, cuenta con el programa para la Evaluación Internacional de los estudiantes el cual fue creado con el objetivo de contar con indicadores confiables sobre el sistema educativo de los países participantes, y mediante el cual se revisa que tan preparados están los jóvenes para hacer frente a los

retos que le encara la sociedad. Cómo menciona Ramos (2003), el programa no evalúa conocimiento, sino que revisa las habilidades y capacidades con las que cuenta el estudiante para hacer frente a diversos problemas y retos. Es por tanto que los instrumentos de vinculación que cada institución educativa implemente a favor de sus estudiantes, es un beneficio global que integra al conocimiento, a la universidad y a la sociedad, esto con repercusiones económicas, sociales y culturales que hacen de una localidad un referente de crecimiento y desarrollo basado en el impulso académico y por lo tanto humano, es éste el único modelo de medición de resultados, el que otorga la realidad concreta de una institución que sirve a su sociedad.

Notas

1. Martínez Rizo, F. (2000). *Nueve retos para la educación superior. Funciones, actores y estructuras*. México: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.
2. Campos, G. y Sánchez Daza G. (2005) La vinculación universitaria: ese oscuro objeto del deseo. *Revista electrónica de investigación educativa*, 7 (2). Consultado el 28 de febrero de 2006 en <http://redie.uabc.mx/vol7no2/contenido-campos.html>
3. Moreno, R. (1998, agosto). *Pasado, presente y futuro del servicio social en la BUAP. Revista Gaceta Universidad*, 9 [Nueva época], pp. 22-28.
4. Alcántar, V. M. y Arcos, J. L. (2004). La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 6 (1). Consultado el 28 de febrero de 2006 en: <http://redie.ens.uabc.mx/vol6no1/contenido-enriquez.html>
5. Satué, Enric, 1992, *Los demiurgos del diseño gráfico*, Madrid España.

Abstract: The entail between the theoretical - practical formation of the students of Design and the insertion of these in labor market constitutes one of the most urgent challenges that face at present the universities. The lack of instruments of measurement that they indicate if the career education is sufficient joined the nonexistence of a culture of evaluation of the projects of entail demands the accomplishment of new solutions. The entail of the University with the productive area is a positive axiological factor, both for the economic development and for the positioning of the educational institutions.

Key words: Entail - Labor market - Economic development - Evaluation - positioning.

Resumo: A vinculação entre a formação teórico-prática dos estudantes de Design e sua inserção no mercado de trabalho constitui um dos mais urgentes desafios enfrentados na atualidade nas universidades. Achar que os instrumentos de medição indicam se a formação acadêmica é suficiente, junto com a inexistência de uma cultura de avaliação dos projetos de vinculação, demanda a realização de novas soluções. A vinculação da Universidade com o âmbito produtivo é um fator axiologicamente positivo, tanto para o desenvolvimento econômico quanto para o posicionamento das instituições educacionais.

Palavras chave: Vinculação - Mercado de Trabalho - Desenvolvimento econômico - Avaliação - Posicionamento.

(* **Guadalupe Gaytán Aguirre.** Jefa del Departamento de Diseño y profesora investigadora. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Chihuahua, México. Leonardo Moreno Toledano. Profesor investigador. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Chihuahua, México.