

ISSN: 2007-2112

PUBLICACIÓN SEMESTRAL, AÑO 8,
NÚMERO 16/ 2016
REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA
DE LA FACULTAD DEL HÁBITAT DE LA UASLP.
PRECIO EN MÉXICO: \$60.00
EN EL EXTRANJERO: 8.00 USD



H+D

HÁBITAT **MAS** DISEÑO

DIRECTORIO

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Manuel F. Villar Rubio

Rector

Anuar Abraham Kasis Ariceaga

Secretario general

Luz María Nieto Caraveo

Secretaria académica

Fernando Toro Vázquez

Secretario de investigación

Facultad del Hábitat

Daniel Jiménez Anguiano

Director

María Alejandra Cocco Alonso

Secretaría académica

María Elena González Sánchez

Coordinadora del posgrado de la Facultad del Hábitat

Benjamín Fidel Alva Fuentes

Coordinador de Investigación de la Facultad del Hábitat

Ilse Itzell Oliva Herrera

Ismael Posadas Miranda García

Diseño editorial

CEDEM, Centro de Diseño Editorial

Multimedia, Facultad del Hábitat

Ruth Verónica Martínez Loera

Editora

Eulalia Arriaga Hernández

Redacción

Mtra. Ana Luisa Oviedo Abrego

Traducción al Inglés

Mtra. María del Huerto Bettini

Traducción al Portugués

H+D HABITAT MAS DISEÑO, año 8, número 16, Julio-Diciembre 2016, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Álvaro Obregón #64, Centro Histórico, C.P. 78000. San Luis Potosí, S.L.P. A través de la Facultad del Hábitat por medio del Instituto de Investigación y Posgrado del Hábitat. Con dirección en: Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Tel. 448-262481. <http://habitat.uaslp.mx>, Editora responsable: Ruth Verónica Martínez Loera. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2010-120716055100-102, ISSN: 2007-2112. Licitud de Título y Licitud de Contenido: 15577. Registrada en el Catálogo y Directorio LATINDEX ISSN-L 2007-2112 e indexada en: EBSCO México, Inc. S.A. de C.V. Impresa en los Talleres Gráficos Universitarios, Av. Topacio esq. Blv. Río Española s/n, Fracc. Valle Dorado, C.P. 78399, San Luis Potosí, S.L.P. Distribuida por la Facultad del Hábitat con dirección en Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Este número se terminó de imprimir el mes de julio de 2016 con un tiraje de 1000 ejemplares.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, a través de la Facultad del Hábitat.

COLABORADORES EN ESTE NÚMERO

Laura Teresa Gómez Vera

Verónica Zendejas Santín

Antonio González García

Virginia Miranda Gassull

Alfredo Esteves

Víctor Manuel Gutiérrez Sánchez

Marco Tulio Peraza Guzmán

Laura Edith Mendoza Ruiz

Ricardo Carrillo Maciel

Isabel Quintana Ruiz

Andrea Argel Lozano Silva

Azael Pérez Peláez

Miguel Ángel Rubio Toledo

Samuel Roberto Mote Hernández

Ana Isabel Pérez-Gavilán A.

Alejandro Cerecero Alvarado

Alejandro Pérez Cervantes

COMITÉ EDITORIAL Y DE ARBITRAJE

Dr. Félix Beltrán Concepción

Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco

Dra. Luz del Carmen Vilchis Esquivel

Universidad Autónoma de México

Dra. Eugenia María Azevedo Salomao

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Mtra. Guadalupe Gaytán Aguirre

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Dr. Luis Alberto Torres Garibay

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

M.E. Ana Luisa Oviedo Abrego

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Dra. María Elena Molina Ayala

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Dr. Ricardo Villasís Kever

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

MEU. Benjamín Fidel Alva Fuentes

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Mtro. Jorge Aguillón Robles

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Mtra. Norma Alejandra González Vega

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Los artículos publicados en H+D HABITAT MAS DISEÑO son sometidos a un estricto arbitraje de pares ciegos.

TRIADA: DISEÑO, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA EN EL ÁMBITO DE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA

A TRIAD: DESIGN, PROMOTION AND
DISSEMINATION OF CULTURE IN THE MEXICAN
PUBLIC UNIVERSITIES

TRÍADE: DESENHO, PROMOÇÃO E DIVISÃO
DA CULTURA NA UNIVERSIDADE PÚBLICA
NO MÉXICO

ANTONIO GONZÁLEZ GARCÍA

Recibido: 19 de mayo de 2016

Dictaminado: 21 de septiembre de 2016

Aceptado: 30 de octubre de 2016

RESUMEN

Palabras Clave
Cultura; diseño; promoción y
difusión

Partir de una tríada de interrelación en torno a la cultura a través de conceptos como diseño, promoción y difusión, plantea desafíos para los diseñadores gráficos y posibilita diversificar las estrategias de comunicación visual que se realiza en la Universidad Pública en México. Para entender y profundizar en el tema, es necesario pensar la cultura como un elemento primordial e indisoluble de cualquier sociedad, analizarla de manera multidisciplinaria para entender los roles que juega en las sociedades contemporáneas, así como las políticas que se han planteado desde los organismos y áreas encargadas de esta actividad a nivel internacional, nacional y local. Ante la creciente influencia de un mundo globalizado en la vida diaria, retomaremos a Zigmunt Bauman con el concepto de “cultura líquida” como todo lo que se transforma y se diluye en una sociedad de consumo y como esto influye en la percepción que se tiene de esta. Así se analiza el panorama de la difusión de la cultura a través de la comparación de información de tres universidades: la UNAM, la U de G y la UAEM, para poder conocer que están haciendo, será el punto de partida para plantear estrategias que refuercen y potencialicen los diferentes canales de comunicación.

ABSTRACT

Keywords
Culture; design; promotion and
dissemination

Starting from a triad of cultural interrelation through the concepts of design, promotion and dissemination, poses challenges for graphic designers and allows to diversify the strategies of visual communication that are done in public universities in Mexico. In order to understand and expand the subject, it is necessary to think of culture as the main and unbreakable element of any society, thus to analyze it in a multidisciplinary way to understand the roles it plays in contemporary societies, as well as the policies that have emerged from the responsible areas and agencies at international, national and local levels. Faced with the growing influence of a globalized world in everyday life, we look back to Zigmunt Bauman and his concept of "liquid culture" where everything is transformed and diluted in a consumer society and how this influences the perception of it. This way, the outlook of culture dissemination is analyzed through the comparison of information from three universities: the UNAM, the U of G and the UAEM, in order to know what they are doing which becomes the starting point to propose strategies to reinforce and strengthen the different channels of communication.

RESUMO

Palavras-chave:
Cultura; desenho; promoção e
difusão.

Partir de uma tríade de interrelação em torno à cultura através de conceitos como desenho, promoção e difusão, plantea desafios para os desenhistas gráficos e possibilita diversificar as estratégias de comunicação visual que se realizam na universidade pública no México. Para entender e aprofundar no tema e necessário pensar a cultura como um elemento primordial e indissolúvel de qualquer sociedade, analisá-la de maneira multidisciplinar para entender os roles que joga nas sociedades contemporâneas, assim como as políticas que se tem estabelecido desde os organismos e áreas encarregadas desta atividade ao nível internacional, nacional e local. Diante a crescente influência de um mundo globalizado na vida cotidiana retomaremos ao autor Zigmunt Bauman como o conceito de "cultura líquida" como tudo o que transforma e se dilui em uma sociedade de consumo e como isto influi na percepção que se tem desta. Assim se analisa o panorama da difusão da cultura através da cooperação de informação de três universidades: a UNAM, a U de G e a UAEM, para poder conhecer que estão fazendo, serão o ponto da partida para plantear estratégias que reforcem e potencializem os diferentes canais de comunicação.

La interrelación triádica que se da entorno a la cultura: a través de la difusión, la promoción y el diseño; plantea desafíos para los diseñadores gráficos en busca de consolidar estrategias de comunicación visual en el ámbito de la universidad pública en México a través de los diferentes canales con los que disponen; tanto tradicionales: radio, televisión, revistas, periódicos, carteles, e impresos en general, así como por los medios digitales: Internet y sus múltiples aplicaciones, páginas web, blogs, redes sociales, entre otros. La importancia de la difusión de la cultura en la educación radica en la encomienda que tienen las instituciones de educación superior.

En las sociedades contemporáneas hablar de una cultura pura es una utopía, por lo que es necesario buscar otros enfoques para comprender los fenómenos que se dan a su alrededor, se retomará el concepto de cultura líquida de Zygmunt Bauman (2013), la cultura no puede estar aislada en un mundo globalizado, más aún, se nutre de este, se transforma y se diluye de manera constante, esta vulnerabilidad hace necesario dar énfasis en la importancia de la difusión de la cultura para poner al alcance de la población universitaria los bienes de consumo cultural que contribuyan a ampliar su visión del mundo y fortalezcan su identidad. En este sentido no se puede negar el impacto de los adelantos tecnológicos que en las últimas décadas se han desarrollado, así como en consecuencia los hábitos de consumo, esto a contribuido para que la cultura sea vista como un bien de consumo supeditado a las tendencias del mercado:

Hoy la cultura no consiste en prohibiciones sino ofertas, no consiste en normas sino en propuestas. Tal como lo señaló Bourdieu, la cultura hoy se ocupa de ofrecer tentaciones y establecer atracciones, con seducción y señuelos en lugar de reglamentos, con relaciones públicas en lugar de supervisión policial: produciendo, sembrando y plantando nuevos deseos y necesidades en lugar de imponer el deber (Bauman, 2013, p.p. 18-19).

Tomar en cuenta que el mundo está en un constante cambio que va estructurando las condiciones de determinados grupos o poblaciones, y que ante todo esto, la cultura no está exenta a estos cambios, ya que en esta época todo está interrelacionado, más aún ante la creciente influencia de las redes de comunicación a través de la Web 2.0 “se ha convertido en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento” (Fumero, 2007, p. 10). Ante la proliferación del uso de las redes sociales por parte de los universitarios, estas se vuelven un recurso con múltiples posibilidades para difundir la cultura, lo que plantea desafíos para el diseñador gráfico, tanto en el diseño web, como en el replanteamiento en el uso de los medios tradicionales. Se trata de aprovechar al máximo los diferentes medios y contribuir a potenciarlos, para buscar la eficiencia y eficacia comunicativa, contemplando también que no basta con echar mano de todos los recursos y medios disponibles, ya que esto no siempre garantiza que se cumplan los objetivos, para lo cual es necesario plantear estrategias acordes a las particularidades de los diferentes contextos universitarios.

La comunicación visual es sin lugar a dudas el medio más directo y efectivo para la transmisión de mensajes en el ámbito global, de allí la relevancia respecto a su contenido, a la forma y el medio por el cual se transmite un determinado mensaje. El diseño, por lo tanto, ha tenido un papel importante en el desarrollo de la sociedad a través del tiempo y en la actualidad se puede considerar como un factor de bienestar humano, este es uno de los desafíos del diseño, para que desde su ámbito de desempeño y en esta interacción triádica con la promoción y difusión de la cultura, sea un factor determinante en la transmisión de la identidad de los grupos sociales, las comunidades y la sociedad en general. Por lo que ante el panorama contemporáneo de la cultura y el contexto en el que se desarrolla, su función ha cambiado: no consiste en satisfacer necesidades existentes sino en crear necesidades nuevas, mientras se mantienen aquellas que ya están

afianzadas o permanecen insatisfechas (Bauman, 2013). La cultura cada día se vuelve un mercancía disponible para la sociedad. Para entender y profundizar en el tema, es necesario tener en cuenta la cultura como un elemento primordial e indisoluble de cualquier sociedad, analizarla de manera multidisciplinaria posibilita abarcar un espectro más amplio para entender los distintos roles que juega en las sociedades contemporáneas, y como la alta cultura, cultura popular y cultura de masas (Carrera, 2008); van de la mano con las condiciones económicas, sociales y culturales, en las que se desarrollan, y el diálogo o lucha constante en busca de una diferenciación, marcado principalmente por la contraposición de posturas que se hacen más evidentes en división de las clases sociales, así como por su consumo cultural.

Es necesario, por tanto, revisar como los planeamientos de las políticas culturales a nivel mundial desde la Conferencia Mundial de la Educación Superior de la UNESCO en París en 1998, y como expresa las misiones y funciones de la Educación Superior, “preservar, reforzar y fomentar aún más las misiones y valores fundamentales de la educación superior, en particular la misión de contribuir al desarrollo sostenible y el mejoramiento del conjunto de la sociedad” De manera que pueda a través de la difusión de la cultura desde las instituciones públicas de educación superior se hagan las acciones necesarias para “contribuir a comprender, interpretar, preservar, reforzar, fomentar y difundir las culturas nacionales y regionales, internacionales e históricas, en un contexto de pluralismo y diversidad cultural” (UNESCO, 1998). Esto redundará en ofrecer una formación integral de los universitarios, en la cual se valoren y se rescaten las manifestaciones culturales de los diversos grupos que conforman la comunidad universitaria. “La cultura forma parte de nuestro ser y configura nuestra identidad. También contribuye a la erradicación de la pobreza y allana el camino a un desarrollo inclusivo, equitativo y centrado en el ser humano. Sin cultura no hay desarrollo sostenible”. El énfasis que se ha dado a través de la Agenda para el Desarrollo Sostenible 2030 y como los países han respondido ha esto, en especial los países en vías

de desarrollo en el que se encuentra México, y como a través de PND 2013-2018 (Plan Nacional de Desarrollo) las políticas culturales en México se han implementado a través del CONACULTA y en el 2015 con su transformación en la Secretaría de Cultura, el propósito central es dar un mayor impulso a la cultura y que coadyuve a la formación de una ciudadanía capaz de desarrollar plenamente su potencial intelectual, así como colocar a la cultura como un “agente de cambio” que se vincule con las metas nacionales y responda a las necesidades de la diversidad de la sociedad mexicana. Ante el contexto nacional, en donde la educación superior tiene una matrícula alrededor de 3.8 millones de alumnos (ANUIES, 2015), la gran responsabilidad que tienen las instituciones, es contribuir en el fortalecimiento y desarrollo de la sociedad; difundiendo y preservando las manifestaciones culturales del país, además de ofrecer una oferta cultural que favorezca a la reflexión y contribuya a ampliar el bagaje cultural de los universitarios.

Analizar y comparar a tres instituciones de educación superior en México así como la influencia que ejercen sobre amplios sectores de la población, además de que cuentan con un reconocimiento en sus diferentes contextos, se partirá del *QS World University Rankings*® 2015/16 en relación a como son percibidas en México, Latinoamérica y a nivel mundial, así como comparar las áreas culturales de las universidades elegidas: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad de Guadalajara (UdeG) y la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), para esto se revisó la información disponible en las páginas web de las instituciones y las agendas estadísticas respectivas.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Hablar de la cultura y de su difusión, requiere dar crédito a lo que desde las instituciones educativas ha hecho la UNAM, con la responsabilidad de ser la universidad pública de mayor prestigio en México, así como por su contribución a la cultura nacional a lo largo de su historia, además de ser considerada entre las mejores 6 universidades de Latinoamérica (*QS University Rankings: Latin*

America 2015), y 160 a nivel internacional, es una referencia obligada en casi todos los campos del conocimiento, su importancia radica tanto en la infraestructura cultural con que cuenta, así como en la oferta cultural que ofrece, no por nada tiene entre sus espacios culturales, foros con un reconocimiento nacional e internacional. Cuenta para esto con un Consejo de Difusión Cultural que tiene como objetivos fortalecer y articular las tareas, programas y actividades de las dependencias adscritas a la Coordinación de Difusión Cultural, coadyuvar a la articulación de la difusión cultural que realiza la universidad a fin de que contribuya a la formación integral de los universitarios. (<http://www.cultura.unam.mx>). Esto es posible por la participación de la comunidad universitaria en el desarrollo cultural, así como la representatividad activa de un alumno y docente en el consejo de Difusión Cultural, con el fin de dar voz y pluralidad a las diferentes manifestaciones, así como ofrecer una amplia gama de posibilidades artístico culturales que contribuya a la formación integral de los universitarios, como también tiene un acercamiento como amplios sectores de la sociedad. La conjunción de diferentes canales de comunicación y difusión han favorecido para lograr el reconocimiento que tiene, con el uso de la Web, la UNAM ha encontrado el principal canal de difusión de sus eventos culturales. Esto ha obligado a replantear sus usos y sobre todo, dialogar entorno al papel que desempeñan en el tejido social actual.

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Tiene un amplio reconocimiento nacional e internacional, se encuentra entre la 8 universidades de mayor prestigio en México, en 2015 la matrícula en el nivel superior ascendía a 118,665 alumnos, y su influencia abarca a la Zona Metropolitana de Guadalajara y el occidente del país. Esta institución se caracteriza por ser promotora del arte y la cultura, ofreciendo una amplia gama de actividades y eventos culturales. Pero también se ha caracterizado como una institución que busca nuevas alternativas de un modelo de difusión cultura desde la universidad pública que busque estrategias acordes a la realidad del país

para difundir la cultura “basado en los principios de autofinanciamiento, autosustentabilidad, desarrollo de procesos creativos e impacto social, en estrecha colaboración con las instituciones públicas de cultura, la iniciativa privada y el resto de la comunidad.”

Por lo que ante este panorama y con la idea de contribuir en la formación integral de los universitarios crea Cultura UDG, como la instancia de la Universidad de Guadalajara dedicada a la promoción y difusión de la cultura, así como de todas aquellas manifestaciones artísticas. Tiene el compromiso con la comunidad universitaria y con la sociedad en general, de construir espacios que estimulen la creación en todas sus expresiones, generar plataformas de interacción social que propicien el diálogo entre los distintos actores sociales, a través de actividades colectivas que apuesten tanto por el desarrollo, como por la preservación de las manifestaciones artísticas y culturales.

Es de resaltar el esquema de autofinanciamiento cultural a través de la colaboración con instituciones públicas y privadas, a través de la Red Universitaria ha logrado traspasar el ámbito local y nacional, para tener un reconocimiento internacional como una de las principales promotoras del arte y la cultura en México.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Es la institución pública de educación superior de mayor reconocimiento en el Estado de México, con una matrícula de alumnos en el nivel superior de 53,374 (Estadística 911, 2015-2016.), teniendo presencia estratégica en prácticamente todas las zonas del Estado de México, destacando la influencia que ha tenido en el desarrollo social, cultural y económico de la entidad, se ubica en 19 lugar en *ranking* de universidades de México. En el ámbito de la difusión cultural a través de la Secretaría de Difusión Cultural tiene la misión de: Difundir los avances del humanismo, la ciencia, la tecnología, el arte y otras manifestaciones de la cultura. Tiene un amplio reconocimiento estatal, ha hecho esfuerzos por colocarse en el panorama nacional, aún tiene mucho camino que recorrer, sobre todo en la consolidación de proyectos cul-

turales, tanto por el presupuesto asignado para este rubro, como por el alcance de estos, ya que en la actualidad no se tiene referencia de alguno de estos que haya traspasado fronteras.

El acercamiento a estas tres instituciones es una muestra representativa de la cultura en la universidad pública, que permite tener estadísticas actuales que indican la relevancia que tienen, tanto por la matrícula que atienden, la infraestructura con que cuentan, así como de sus programas culturales.

ANÁLISIS COMPARATIVO UNIVERSIDADES PÚBLICAS 2015					
INSTITUCIÓN	MATRÍCULA EN EDUCACIÓN SUPERIOR	INFRAESTRUCTURA CULTURAL	EVENTOS ARTÍSTICO CULTURALES	PROGRAMAS CULTURALES A NIVEL NACIONAL	PROGRAMAS CULTURALES A NIVEL INTERNACIONAL
UNAM	201,206	20 • Antigua Colegio de San Ildefonso • Casa del Lago • CCU Tlatelolco • Foros del CUT • Foro Sor Juana Inés de la C. • MUAC • MUAC ROMA • Museo Experimental Eco • Museo Universitario del Chopo • Teatro Juan Ruiz de Alarcón • Teatro Santa Catalina • Explanada del CCU • Explanada del MUAC • Sala Carlos Chávez • Salas de Cine CU • Salón de Danza • Sala Julián Carrillo • Radio UNAM. • Sala Miguel Covarrubias • Sala Nezhualcóyotl • Sala Miguel Covarrubias	13,565 2015	13 Artes Visuales Cine Conferencias y presentaciones Cursos y talleres Danza Especiales Libros Música Podcast Radio Teatro Televisión Eventos de Otros	2 • Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería • Día Internacional de la Danza • Festival Internacional de Cine de la UNAM
UdeG	118,665	12 • Calle 2 • Centro Cultural Casa Escorza • Centro Cultural Casa Vallarta • Cine Foro • Conciertos en otros espacios universitarios • Foro Alterno • Museo de las Artes • Paraninfo Enrique Díaz de León • Teatro Diana • Teatro Estudio Cavaret • Teatro Experimental de Jalisco • Teatro Vivian Blumenthal	3,882 2014	10 Centro Cultural Casa Escorza Centro Cultural Casa Vallarta Centro Cultural Diana Conciertos Musicales Eventos de literatura Museo de las Artes Papirolas Teatro Estudio Cavaret Teatro Experimental de Jalisco Teatro Vivian Blumenthal	2 • Cultura UDG en Los Angeles • Festival Internacional de Cine
UAEM	55,257	13 • Centro Cultural Casa de las Diligencias • Centro de Actividades Culturales • Casa de Cultura en Tlalpan • Casa de Cultura en Malinalco • Museo Leopoldo Flores • Museo Luis Mario Schneider • Museo de Historia Natural Manuel M. Villada • Museo Meteorológico "Mariano Barcenás" • Museo José María Morelos • Galería Universitaria • Gabinetes de Física y Química y Medicina • Archivo Histórico • Capilla Exenta	4,582 2015	10 Abril Mes de la Lectura Ciclos de cine "Cineclub" Conferencias y seminarios culturales Programa "Arte y Cultura Viva" Funciones de cine performativo Funciones de cine club trotante Funciones de teatro Funciones especiales Giras del elenco artístico Temporada con el Coro de Cámara de la UAEM Temporada con la Compañía de Baile de Salón Antares Temporada con la Orquesta de Cámara de la UAEM	1 • Feria Internacional del Libro del Estado de México

Tabla 1.

Fuentes: Agenda estadística 2015 UNAM, Estadística Institucional 2013-2014 UDG, Agenda estadística UAEM 2015

A manera de conclusión puede decirse que el análisis de las instituciones de educación superior plantea nuevas estrategias de difusión de la cultura, tendientes a incidir de manera directa en los universitarios, el uso del Internet y de las plataformas digitales se a vuelto un recurso indispensable para la comunicación entre la comunidad universitaria. Reforzado por el uso de las redes sociales de la revista *Forbes* (2014), México es el país de America Latina que tiene el mayor porcentaje con un 98.2 de usuarios de Internet, esto se intensificará en las próximas décadas, más aún los jóvenes que están en los primeros años de estudio y las generaciones que ingresarán en esta década se ubica en la generación *millennials* también conocidos como nativos digitales, lo que exige que las acciones o políticas de difusión de la cultura se planten tomándolos en cuenta, estar concientes que aunque estos medios han permeado de manera global y directa, es innegable que existen todavía rezagos tecnológicos en amplios sectores de la población, como se enfrentan desde la universidad pública de cara al futuro. Se requiere la voluntad de las autoridades universitarias, que teniendo en sus manos el futuro de la educación superior, puedan estar abiertos a nuevos planteamientos, así como el uso de la web y las redes sociales están marcando la tendencia y probando en diferentes circunstancias su influencia en amplios sectores de la sociedad, la propuesta es potencializar al máximo su uso, pero sin descuidar los programas culturales tradicionales, más bien impulsarlos con un esquema de interacción con las nuevas tecnologías de la información y abrir la puerta a otras posibilidades.

REFERENCIAS

- Bauman, Z. (2013), *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, México, D.F., Fondo de Cultura Económica.
- Creative Commons Disponible en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/legalcode.es> [Consulta: 18 de marzo de 2016].
- Frascara, J. (2002) *Diseño Gráfico para la gente, Comunicación de masa y cambio social*, Buenos Aires, Argentina. Editorial Infinito.
- Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, México, CONACULTA-ITESO.
- González, C. (2007), *El significado del diseño y la construcción del entorno*, México DF, Editorial Designio.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1998) *Dialéctica de la ilustración, Fragmentos filosóficos*, Valladolid, España. Editorial Trotta.
- http://planeacion.uaemex.mx/docs/AE/2015/AE_2015.pdf [Consulta: 6 de mayo de 2016].
- <http://www.copladi.udg.mx/content/estadistica-institucional-2014-2015/> [Consulta: 5 de mayo de 2016].
- <http://www.cultura.udg.mx/culturaudg.php> [Consulta: 15 de abril de 2016].
- <http://www.cultura.unam.mx/> [Consulta: 15 de abril de 2016].
- <http://www.forbes.com.mx/mexico-primer-lugar-en-penetracion> [Consulta: 23 de abril de 2016].
- <http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2015/> [Consulta: 2 de mayo de 2016].
- Tapia, A. (2004). *El diseño gráfico en el espacio social*, México, DF, Editorial Designio.
- UNESCO. (1982), *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*, México: UNESCO. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/> [Consulta: 30 de marzo de 2015].
- UNESCO. (1998) *Conferencia Mundial sobre la Educación Superior, La educación superior en el siglo XXI, Visión y acción*, París.