

**ESTRATEGIAS EDUCOMUNICACIONALES PARA EL PROCESO DE ENSEÑANZA DE
DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA DENTRO DE LA FORMACIÓN DEL COMUNICADOR Y
DEL PUBLICISTA EN LAS CARRERAS TECNOLÓGICAS**

**EDUCOMMUNICATION STRATEGIES FOR THE TEACHING PROCESS OF GRAPHIC
DESIGN AND MULTIMEDIA WITHIN THE TRAINING OF COMMUNICATORS AND
ADVERTISERS IN TECHNOLOGICAL CAREERS**

Cynthia Icaza Cárdenas, Ph.D. (c)

 <https://orcid.org/0000-0002-3756-9351>

Instituto Superior Tecnológico ARGOS (Daule, Ecuador)
cicaza@tecnologicoargos.edu.ec

Christian Riquero Pincay, Ph.D. (c)

 <https://orcid.org/0000-0002-5528-2696>

Instituto Superior Tecnológico Crecermas – ISTE (Nueva Loja, Ecuador)
christianriquero@istec.edu.ec

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Recibido: 14 de noviembre de 2023

Aceptado: 1 de diciembre de 2023

RESUMEN

Esta investigación presenta estrategias de educomunicación para el proceso de enseñanza aprendizaje dentro de las carreras tecnológicas, también busca analizar la formación y la inclusión de la asignatura de diseño gráfico publicitario en las carreras técnicas y tecnológicas del comunicador y publicista. Se realizó una revisión práctica y bibliográfica de las mallas curriculares y los perfiles de egreso de los tecnológicos seleccionados. El proceso realizado tuvo como objetivo descubrir y contextualizar la importancia que tiene el adquirir conocimientos básicos de cómo crear piezas gráficas como una solución a la necesidad comunicacional que tiene la sociedad y las empresas para lograr informar y persuadir al mercado, ya que un diseño gráfico bien empleado puede mejorar el engagement de la marca y hacerlo más atractivo a las interacciones. Además, se definen las habilidades y destrezas que deben desarrollar el perfil profesional del comunicador y del publicista en la era digital, con el fin de llegar a un público determinado. Se propuso establecer una estrategia educomunicativa audiovisual y de imagen



tanto teórica práctica llamado autoaprendizaje que van acorde a las necesidades de los estudiantes y exigencia del actual campo laboral, lo cual consiste en la realización de productos comunicacionales con la participación conjunta de estudiantes y docentes, donde se utilicen herramientas tecnológicas y pedagógicas.

Palabras claves: Educomunicación, enseñanza, aprendizaje, estrategias educativas, diseño gráfico, competencias

ABSTRACT

This research presents educommunication strategies for the teaching-learning process within technological careers. It also seeks to analyze the training and inclusion of the subject of advertising graphic design in technical and technological careers for communicators and advertisers. A practical and bibliographic review of the curriculum and graduation profiles of selected technological institutions was carried out. The objective of the process was to discover and contextualize the importance of acquiring basic knowledge of how to create graphic pieces as a solution to the communication needs of society and businesses to inform and persuade the market. A well-executed graphic design can enhance brand engagement and make it more attractive to interactions. Additionally, we will define the skills and abilities that the professional profile of communicators and advertisers should develop in the digital age to reach a specific audience. It was proposed to establish an audiovisual and image educommunicative strategy, both theoretical and practical, called self-learning, which aligns with the needs of students and the requirements of the current job market. This involves the creation of communicational products through joint participation of students and teachers, utilizing technological and pedagogical tools.

Keywords: Educommunication, Teaching, Learning, Educational Strategies, Graphic Design, Competencies

INTRODUCCIÓN

La educomunicación es una práctica vinculada a dos actividades tanto la educativa y la comunicacional. La autora Lema Yungán (2020) considera que este es un “estilo educativo que es empleado a partir de nuevos lenguajes comunicativos surgidos en la sociedad tecnocientífica que da lugar a la transversalidad y convergencia que tiene los planes de estudios universitarios”, además Lara (2001) menciona que en América Latina motiva al uso de la Educomunicación como un campo para la transformación e intervención social que pretende la

gestión de conocimiento”. La misión que tiene la educomunicación en la actualidad debe entenderse como “una serie de estrategias para lograr una mayor calidad educativa, con el propósito de fomentar el aprendizaje de los alumnos a través de instrumentos relacionados con la comunicación rompiendo un poco con la didáctica educativa tradicional” (Padilla y Prettel, 2018).

La comunicación es el motor del aprendizaje continuo de quienes se educan con la intención de expresarse, escribir y producir contenidos gráficos, audiovisuales, radiofónicos o escritos, permitiendo un camino a la apropiación en cuanto al aprendizaje y conocimiento, ya que educarse significa participar e involucrarse en una red de diversas interacciones comunicativas. Chiappe Laverde y Arias Vallejo (2016) señala que “la educación es por excelencia un fenómeno comunicativo”.

En la educación, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y el uso de diversas estrategias comunicacionales pueden promover la integración grupal, valorando su pluralidad. Para Agued Hernando y Pérez (2012) señala que la principal razón de utilizar los medios audiovisuales como estrategias educomunicacionales empieza porque “transmite de forma continua modelos y pautas de comportamiento, al mismo tiempo nuevas estructuras narrativas y formas de contar historias a través del storytelling, de la organizar la información y de los datos que implica unos contenidos y formas de interpretar”. Concordando con Bonilla García y Pérez (2018) considera que la educomunicación es un “reto para el desarrollo de las destrezas y habilidades necesarias en la llamada Sociedad de la Información y Conocimiento y para lograr esto es necesario ser competente en la parte digital y tener mediáticamente una participación activa”.

Importancia del diseño gráfico en la formación del comunicador y del publicista

El diseño gráfico se ha convertido en una disciplina crucial dentro del campo de la comunicación y la publicidad porque permite tener la capacidad de crear contenidos visuales efectivos y atractivos para llegar al público. Una manera de contextualizar y definir al diseño según autores Montes, Vozmediano y Vizcaíno, Laorga (2015) como aquel “mensaje producido con una gran variedad de recursos tanto textuales, icónicos y plásticos que busca resolver un problema comunicativo de una manera eficaz”.

En cuanto a las habilidades blandas que debe adquirir un profesional para poder diseñar y transmitir una comunicación visual están relacionadas a la creatividad, la curiosidad y observación, a las habilidades de comunicación y gestión del tiempo. Las estrategias

educacionales se relacionan de manera significativa con el diseño gráfico porque integra tanto la educación para lograr conseguir un aprendizaje efectivo y significativo. Estas estrategias son esenciales para enseñar al alumnado no sólo las habilidades técnicas sino también la comprensión de conceptos fundamentales y la capacidad de comunicar de manera efectiva por medio de elementos visuales. González (2011), afirma que la iniciativa de tener esta asignatura es “enseñar a los estudiantes estrategias metacognitivas para que concienticen sobre el proceso de aprendizaje de las artes visuales”.

Estas derivan diversas competencias profesionales:

- Diagnosticar los problemas y las necesidades de comunicación visual que tiene la sociedad.
- Crear estrategias que den soluciones a los problemas de comunicación visual que están relacionados con el diseño gráfico, la comunicación y la publicidad.
- Diseñar mensajes visuales pertinentes y significativos.
- Especificar y dirigir los procesos de producción de mensajes visuales en diversos entornos tradicionales, digitales y medios.
- Gestionar proyectos sobre diseño gráfico que den respuesta a diversas necesidades y demandas que tiene la sociedad.

Agentes dinámicos en el proceso de enseñanza del diseño gráfico

Los procesos de enseñanza -aprendizaje son los procedimientos en los cuales se transfieren conocimientos sobre determinadas asignaturas, en la actualidad estos procedimientos buscan una mayor eficiencia por medio de diversas estrategias educacionales. En Ecuador en los últimos años se utilizan diferentes técnicas de enseñanza — aprendizaje de manera empírica en las instituciones de Educación Superior por lo que es necesario profundizar en el tema y conocer qué proyectos y recursos pueden ayudarnos a lograr mejorar la calidad de enseñanza.

Los modelos de enseñanza planteados por el autor Mazzeo (2015) tiene dos principios:

- La enseñanza desde un carácter operativo donde se busca introducir al alumno dentro del campo disciplinar transmitiendo su propio conocimiento y experiencia.
- La enseñanza de aprender basada en el aprendizaje de una serie de teorías que regulan la práctica profesional, como la comunicación, la historia del arte y diseño, la psicología de la percepción humana o la tecnología puede mejorar el perfil de egreso tanto del comunicador como del publicista.

El docente al momento de impartir sus clases afronta una serie de conflictos en el aula que van desde buscar la forma de captar el interés y atención del estudiante, mediante el uso de los recursos didácticos que promueve la interacción y reflexión, hasta la actualización permanente de conocimientos y desarrollo de destrezas.

La asignatura de diseño gráfico se caracteriza por ser una profesión que necesita tener argumentos teóricos que sirva como antecedentes y punto de partida a la práctica. Este tipo de enseñanza busca generar una educación basada en la creación, innovación, desde la investigación como eje fundamental para el desarrollo de competencias y habilidades en los estudiantes, de esa manera los institutos de Educación Superior promueven y solidifican el fomento de elementos críticos para la comprensión de conocimientos, poniendo en marcha los procesos cognitivos como la abstracción, el análisis de la realidad con el objetivo de enviar un mensaje y provocar el deseo de compra y de conocimiento en la audiencia. Para Marín (2008), la figura del profesor es pieza clave dentro de la “formación de los profesionales de más alto nivel”.

La realidad que viven actualmente los comunicadores, publicistas y los diseñadores en el campo laboral en toda América Latina obliga a plantear reformular el plan de estudio debido a la innovación constantes, a los cambios en la web social, el incremento de usuarios y la transformación digital de las empresas y organizaciones es por esta razón que deben adquirir competencias, herramientas que sirvan durante su desempeño laboral.

La educomunicación se enfoca en la integración de la educación y la comunicación promoviendo un aprendizaje activo y significativo. Dentro del contexto de la enseñanza del diseño gráfico, la educomunicación se convierte en un enfoque valioso que permite la comprensión y la aplicación de conceptos de diseño gráfico. La educomunicación busca que el conocimiento se apropie tanto del profesor como del alumno, ya que esto genera un buen clima de trabajo dentro del aula de clases, en el cual se perciben la expresión, la autocrítica y la reflexión como forma de manifestar el conocimiento.

Una estrategia fundamental para los estudiantes de comunicación y de marketing digital es el uso de plataformas digitales como YouTube y crear proyectos de diseño gráfico dirigida para los cibermedios o plataformas digitales, estos deben llevarse como un recurso para aplicarse en las aulas de clases. El autor Ignacio Palomar (2017) considera que los medios tradicionales de enseñanza deben completarse con la tecnología de la información comunicación TIC y con los medios de comunicación porque estos son un “recurso pedagógico porque ofrecen un aprendizaje interesante, atractivo que mejora los procesos de enseñanza y aprendizaje”.

El estudio busca examinar el estado actual de las prácticas formativas en la asignatura de diseño gráfico dentro de las carreras técnicas y tecnológicas relacionadas al área de la comunicación y a la mercadotecnia para esto es necesario plantearse una estrategia educocomunicativa basada en proyecto que consiste en la elaboración de materiales gráficos en colaboración con los alumnos de diferentes disciplinas como son los de marketing, publicidad y periodismo así fomentar equipos multidisciplinarios.

El perfil del nuevo comunicador y publicista digital

El comunicador y el publicista deben de ser un diseñador nato, que sepa usar estrategias comunicacionales, tácticas, conocimientos, habilidades y competencias para desempeñar su rol dentro de la industria y de las organizaciones. Tanto los profesionales de comunicación y de publicidad requieren saber realizar las siguientes tareas, según lo expresado por Tena Parera (2017) "creatividad, arte, diseño gráfico, tratamiento digital de imágenes, creación de piezas, ilustración y fotografía, técnicas de comunicación publicitarias, lenguajes formales, dominio de programas digital".

Los objetivos que se han planteado en este estudio son:

- Determinar cómo incide la asignatura de diseño gráfico en la formación del comunicador y publicista.
- Identificar los conocimientos teóricos y prácticos que tienen los alumnos sobre el diseño gráfico y multimedia.
- Diagnosticar las dificultades que tienen los futuros profesionales del marketing y de la comunicación dentro de la asignatura de diseño gráfico.
- Determinar las técnicas y los programas adecuados para la formación del publicista y del comunicador.

Las hipótesis de esta investigación son:

- Los estudiantes cuentan con las competencias académicas laborales para desempeñarse en varios cambios.
- Los profesores conceden igual importancia tanto al aprendizaje teórico como práctico.
- Existe una alta valoración de conocimientos tecnológicos conocido como las Tecnología de la información y comunicación TIC.

MATERIALES Y MÉTODOS

El tipo de investigación aplicada fue exploratoria porque se documentó, se comparó los planes de estudio que se encuentra el sitio web del Instituto Tecnológico Argos y del Instituto de Televisión ITV y esto nos permitió conocer la problemática, por medio también de la observación y de las encuestas realizadas a estudiantes de comunicación y marketing de la ciudad de Guayaquil para tener una respuesta y propuesta factible con una metodología adecuada.

Para Hernández Sampieri (2017) indica que la investigación exploratoria “se realiza para conocer el tema el cual se abordó”. En esta investigación se aplicó un enfoque cualitativo y cuantitativo porque se utilizaron tabulaciones y gráficos orientados a la identificación de las causas y explicación de los aspectos a mejorar dentro de la formación académica que debe recibir el comunicador y el publicista. En cambio, en la parte cualitativa se identificaron las circunstancias que inciden en la problemática, ya que estas responden a las necesidades de los estudiantes con el fin de mejorar la preparación académica de las llamadas carreras del futuro.

Las metodologías aplicadas están basadas en tres principios básicos como son: describir la realidad en la que nos encontramos, explorar los fenómenos y tratar de ofrecer una explicación que dé lugar a la comprensión del lugar. Las técnicas de investigación que se utilizaron son la observación, investigación documental.

Las carreras que ofertan el Instituto Superior Tecnológico Argos y el Instituto de Televisión ITV que están relacionadas a la comunicación y al marketing digital con un pequeño enfoque en el diseño audiovisual y gráfico son:

Tabla 1.

Instituciones de Educación Superior y carreras que ofertan

Institución educativa	Carreras
Instituto Superior Tecnológico Argos	Comunicación y Relaciones Públicas Marketing Digital y Comercio electrónico
Instituto Universitario de Televisión ITV	Producción y Dirección Audiovisual: con gestión en contenidos digitales. Comunicación para tv relaciones públicas y estrategias digitales Marketing y Comunicación Digital

Para la recolección de datos primarios se aplicó encuestas por google forms a 200 estudiantes de la ciudad de Guayaquil elegidos de manera aleatoria mediante preguntas específicas, también se realizó una ficha de observación para recolectar datos referentes a la problemática.

Las asignaturas que están relacionadas a la creación de contenido audiovisuales y de imagen son:

- **Instituto Universitario de Televisión ITV** dentro de la carrera de **Marketing y Comunicación Digital** se le imparten asignaturas como: Introducción al marketing, Redacción creativa, Comunicación 2.0, Diseño y Diagramación, Marketing digital, Estrategia de Comunicación Digital I y II, Planning y Social Media. Según el perfil de egreso estas asignaturas van a permitir investigar e identificar varias opciones empresariales, determinar y crear planes, estrategias y campañas de marketing y comunicación digital para fidelizar a los clientes.

En cambio, en la carrera de **Producción y Dirección Audiovisual** en el **ITV** con la mención en gestión de contenido digitales ve asignaturas como: Realización Audiovisual y Cinematográfica, Animación y efectos digitales, Marketing Digital,

Estrategia de comunicación digital I y II, según el perfil de egreso estos futuros profesionales salen dominando el manejo y operación de todos los equipos necesarios para la pre producción, producción y postproducción de contenidos audiovisuales de calidad como son la cámara, luces, micrófonos, consolas. unidades móviles y software.

- **Instituto Superior Tecnológico Argos** dentro de la carrera de **Comunicación y Relaciones Públicas** ven asignaturas como: Marketing, Fundamentos de la publicidad, Introducción al periodismo, Diseño Gráfico I. El perfil de egreso de esta carrera permite poder trabajar en el ámbito empresarial, en entidades públicas o privadas para eso se le imparte una formación teórica - práctica sólida amplia, diversificada y actualizada.

En cambio, en la carrera de **Marketing Digital y Comercio electrónico en el Instituto Superior Tecnológico Argos** se ven asignaturas como: Marketing, Fundamentos de la publicidad, Diseño Gráfico I y II, Marketing Digital y Social Media, Marketing International y Métricas de marketing.

Esta información que es de acceso público porque se encuentra dentro de los sitios web nos permitió conocer los criterios y plasmar la necesidad académica que tienen estos futuros profesionales tanto en el área de la comunicación y el marketing para poder consolidar su preparación. Al adquirir estos conocimientos los futuros profesionales de la República del Ecuador pueden desempeñarse en muchas áreas como fotógrafo, comunicador organizacional, periodista, ilustrador, director de arte, publicista, mercadólogo, director de los departamentos de diseño publicitario y de comunicación así poder ser un profesional íntegro.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez realizada las encuestas a los estudiantes de comunicación y marketing de la ciudad de Guayaquil para esto se utilizando las diferentes técnicas de recolección de datos e información en lo cual se obtuvo los siguientes datos:

¿Cree usted que es importante poseer dentro de la academia los conocimientos teóricos y prácticos sobre las herramientas tecnológicas de Diseño gráfico?

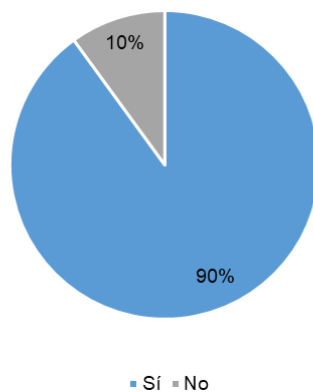
Tabla 2.

Importancia de tener conocimiento teórico - práctico en Diseño Gráfico

ítem	Valoración	F	%
1	Sí	180	90%
2	No	20	10%
	Total	200	100%

Figura 1.

Importancia de tener conocimiento teórico - práctico en Diseño Gráfico



¿Qué aspectos del Aprendizaje Basado en Proyectos en diseño gráfico consideras más beneficiosos para tu aprendizaje?

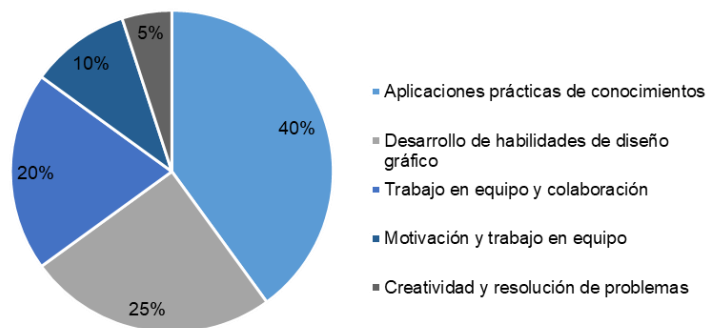
Tabla 3.

Beneficios del aprendizaje basado en proyectos

ítem	Valoración	F	%
1	Aplicaciones prácticas de conocimientos	8	40%
2	Desarrollo de habilidades de diseño gráfico	50	25%
3	Trabajo en equipo y colaboración	40	20%
4	Motivación y trabajo en equipo	20	10%
5	Creatividad y resolución de problemas	10	5%
Total		200	100%

Figura 2.

Beneficios del aprendizaje basado en proyectos



¿Cuáles tipos de programas te gustaría que enseñe el docente dentro de la asignatura de diseño gráfico?

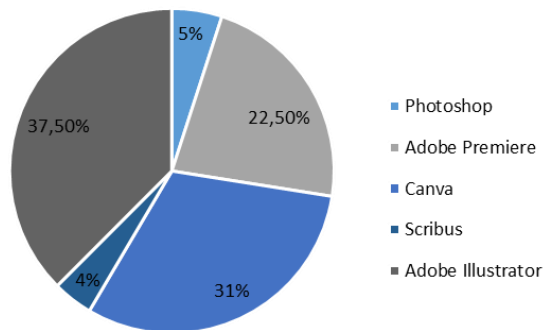
Tabla 4.

Programas que le gustaría aprender dentro de la asignatura de Diseño Gráfico

ítem	Valoración	F	%
1	Photoshop	10	5%
2	Adobe Premiere	45	22,50%
3	Canva	62	31%
4	Scribus	8	4%
5	Adobe Illustrator	75	37,50%
Total		200	100%

Figura 3.

Programas que le gustaría aprender dentro de la asignatura de Diseño Gráfico



¿Qué nivel de conocimiento ha adquirido en la asignatura de diseño gráfico?

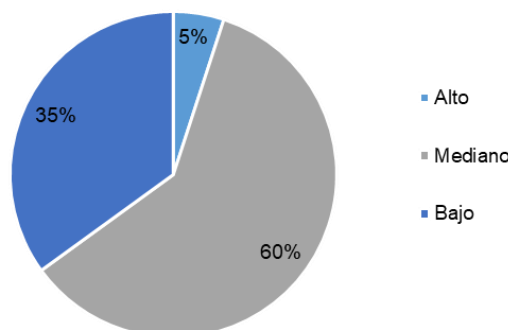
Tabla 5.

Nivel de conocimiento en Diseño Gráfico

ítem	Valoración	F	%
1	Alto	10	5%
2	Mediano	120	60%
3	Bajo	70	35%
	Total	200	100%

Figura 4.

Nivel de conocimiento en Diseño Gráfico



DISCUSIÓN

Uno de los datos más importante que se obtuvo es que el 90% de los encuestados consideran que es importante que dentro del plan de estudio se imparta la asignatura de Diseño gráfico y Multimedia con programas profesionales como el paquete de adobe para aprender tanto la parte gráfica y audiovisual, en nuestro análisis al plan de estudio establecido en la página web pudimos comprobar que solo el Instituto Superior Tecnológico Argos brinda esa posibilidad que tiene como fin fortalecer la formación tanto del comunicador y del publicista.

Entre los aspectos relevantes que destacan la muestra seleccionada son que el 40% considera que los proyectos basados en aprendizaje ayudan implementar prácticas de conocimiento teórico y práctico y a ser más creativos al momento de diseñar, seguido por el 20% piensan que esto le permitiría trabajar en equipo con grupos interdisciplinarios. Para Larner y Mergendoller (2010) este aprendizaje basado en proyectos es un “método sistemático que permite a los estudiantes adquirir conocimientos a través del proceso de investigación estructurado por medio de cuestiones complejas y auténticas que se plasman en el desarrollo de tareas y productos”, esta teoría es respaldada por Kokotsaki, Menzies y Wiggins (2016) cree que este tipo de metodología está centrada en “el aprendizaje activo caracterizado por la autonomía del alumno, investigaciones constructivas, consecución de objetivos, colaboración, comunicación, reflexión mediante prácticas relacionadas con el mundo real”.

Otros de los datos obtenidos que se debe resaltar, es que el 5% considera que tiene un nivel de conocimiento alto, el 60% medio y el 35% bajo, aunque en la mayoría de los alumnos dominan Canva y Adobe Premiere les gustaría aprender Adobe Illustrator, en esa parte el Instituto Universitario de Televisión ITV debería incluir esa asignatura dentro del syllabus.

En los que concuerda los estudiantes es que se deberían implementar diversas estrategias educacionales donde se utilicen software y aplicaciones con inteligencia artificial actualizado que sirvan para crear proyectos donde tengan la oportunidad de desarrollar líneas gráficas, diseño de identidad corporativa, envases y etiquetas de productos, manual de marca, revistas y periódicos que sirva para fortalecer la comunicación interna y externas de las empresas. Una de las limitaciones que he encontrado es la falta de investigaciones previas con referencia a este estudio. Se sugiere seguir ampliando la investigación.

CONCLUSIONES

La enseñanza de diseño gráfico dentro de las carreras de técnicas y tecnológicas surgió de la necesidad y la demanda de la población y del sector productivo de la ciudad de Guayaquil. Concluyendo que las asignaturas, áreas y unidades de estudio deben estructurarse de manera progresiva, desde los fundamentos teóricos y prácticos para que nos permita desarrollar proyectos en lo que se construyan mensajes gráficos y audiovisuales dirigidos para la audiencia, por lo que se sugiere un rediseño curricular en los planes de estudios, donde se le agreguen asignaturas como diseño de información, identidad y de señalética entre otras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agued, Hernando, y Pérez. (2012). Pantallas en la sociedad audiovisual: educomunicación y nuevas competencias. *Comunicação e Sociedade* ,1(21), 217- 229.
- Bonilla, M., García, R., y Pérez M. (2018). La educomunicación como reto para la educación inclusiva. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 7(1), 66- 85.
- Chiappe Laverde, A., y Arias Vallejo, V. (2016). La Educomunicación en entornos digitales: un análisis desde los intercambios de información. *Opción. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 462.
- González, M. (2011). Estilos de aprendizaje, su influencia para aprender a aprender. *Revista Estilos de aprendizaje* 7(7). Recuperado de http://www.uned.es/revistaestilosdeaprendizaje/numero_7/articulos/lsr_7_articulo_12.pdf
- Kokotsaki, D., Menzies, V., & Wiggins, A. (2016). Project-based learning: a review of the literature. *Improving Schools*, 19(3), 267–277. <https://doi.org/10.1177/1365480216659733> Publisher's
- Lara, E. C. (2001). El paradigma latinoamericano de la Educomunicación: El campo para la intervención social. *Metacomunicación, Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales*, 117-128.
- Larmer, J; Mergendoller, J.R. (2010). 8 essentials for Project based learning. Buck Institute for Education. Recuperado de http://campbellusdsteam.weebly.com/uploads/3/1/0/31010003/8_essentials_for_pbl.pdf
- Larmer, J; Mergendoller, J.R. (2010). The main course, not dessert. Buck Institute for Education. Recuperado de https://my.pblworks.org/resource/document/main_course_not_dessert
- Lema Yungán, J. I. (2020). La Educomunicación y el proceso de enseñanza aprendizaje en la Unidad" Hispano América" de la Ciudad de Ambato (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social).
- Marín, V. (2008). El proceso de aprender a enseñar del profesor universitario principiante. *El Guiniguada*. 17(1), 113-124.

- Mazzeo, C (2017). Diseño y sistema. Bajo la punta del iceberg. Buenos Aires: Infinito.
- Mazzeo, C. (2007). La enseñanza de las disciplinas proyectuales: hacia la construcción de una didáctica para la enseñanza superior. Buenos Aires: Nobuko.
- Mazzeo, C. (2015). ¿Qué dice del diseño la enseñanza del diseño? Buenos Aires: Infinito.
- Vozmediano, M. y Vizcaíno-Laorga, R. (2015). Diseño gráfico publicitario. Principios fundamentales para el análisis y la elaboración de mensajes visuales. Madrid: Ommpress.
- Pablo Ramos, CIESPAL, en su participación como Conferencista en el Seminario Internacional sobre el "Rol Social de la televisión y programación para la niñez y la adolescencia", Quito 12 de mayo del 2009.
- Palomar Reverte, I. (2017). Animar a leer con los cibermedios deportivos. Una propuesta didáctica para 6º curso de Educación Primaria. (TRABAJO FIN DE GRADO). Universidad de Valladolid
- Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. Avances en psicología, 23(1), 9-17.
- Tena Parera, Daniel. «Estado Estético y Propiedad Intelectual e industrial del diseño». *Gráfica*, 2017, Vol. 5, n.º 10, pp. 71-73, <https://raco.cat/index.php/Grafica/article/view/329341>.
- Tena-Parera, D. Diseño gráfico publicitario (2017) Editorial Síntesis. Madrid