



Economía Creativa

ISSN: 2395-8200

economia.creativa@centro.edu.mx

Centro de diseño, cine y televisión

México

Editorial

Economía Creativa, núm. 7, 2017, Mayo-Octubre, pp. 4-5

Centro de diseño, cine y televisión

Ciudad de México, México

DOI: <https://doi.org/10.46840/ec.2017.07.01>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=547569102001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Editorial

En esta nueva entrega de *Economía Creativa* se exploran algunas concurrencias entre la educación y la tecnología, como se verá a continuación. Estas exploraciones no pretenden presentar una fotografía acabada de esta boyante mancuerna, si acaso hacer un guiño que contribuya a continuar la reflexión en torno a la misma.

En *Educación y tecnología: pasado, presente y futuro de una relación compleja*, Lila Pinto nos brinda un marco de lectura para avizorar las múltiples entradas y salidas de este vínculo dialógico, con énfasis en las nuevas capacidades que los docentes deben desarrollar en la era digital.

Por su parte, en *Realidad virtual y realidad aumentada, una instantánea nacional e internacional*, Alejandro Piscitelli antologa una serie de casos en los cuales estos recursos tecnológicos se integran como parte –e incluso como territorio– de la experiencia educativa, para después preguntarse si dichas iniciativas contribuyen o no a hacer más con menos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En *Nuevos códigos para la enseñanza del color. Adoptando el lenguaje de Processing*, Fernanda Márquez presenta los resultados de un caso de adopción de código para la enseñanza del color a nivel universitario, exponiendo los resultados favorables y las dificultades que se enfrentaron a lo largo del proceso.

En *Códec, una metáfora para Google*, Juan Arturo García y Pablo Somonte narran la aventura gracias a la cual realizaron esta pieza experimental encomendada por Google México, sumergiéndose con valentía en un viaje que encadenó el ingenio y la tecnología.

En *Mapa de las industrias creativas en México*, Erika Castañeda y Bianca Garduño describen las tendencias en materia de crecimiento económico y empleo para los egresados de las diversas licenciaturas que actualmente se imparten en Centro de diseño, cine y televisión, abonando a la discusión en materia de Economía creativa y ocupación laboral.

En *Intervenciones urbanas y tejido social en la Ciudad de México*, Beatriz Cruz aborda la urbe como un ente vivo y presenta los resultados de un estudio longitudinal que toma el diseño como fuente de conocimiento capaz de generar un impacto favorable en las ciudades, en este caso en la Unidad Habitacional CTM Culhuacán.

Finalmente, Antonio Alonso cierra el número presentando *Nuevas tecnologías para entender el comportamiento económico*, en el que nos habla de LIONESS, recurso diseñado para crear experimentos de economía del comportamiento que resultará de gran interés para comprender los alcances del diseño conductual contemporáneo.

Agradecemos a cada uno de los colaboradores de este número, incluyendo a los alumnos de Comunicación visual que crearon las ilustraciones de portada e interiores bajo la coordinación del diseñador Alejandro Magallanes.