

Silveira, José Euzébio Costa. Investigación de Metodología de Ensino de Geometria Descritiva: uma experiência com estudantes de arquitetura e urbanismo. In: XVIII Simpósio Nacional de Geometria Descritiva e Desenho Técnico, 18º. 2007, Curitiba. Anais do Graphica 2007. Curitiba: Graphica 2007, 2007. p. 77.

Soares, Cláudio C. P. Desenho, Representação e os Processos de Produção. In: 5º Encontro Regional de Expressão Gráfica, 5º. 2006, Salvador. Anais do EREG 2006. Salvador: EREG 2006 (2006). p. 111-126.

**Abstract:** This paper presents the study about the discipline called Solids' Geometry, a degree of Digital & Virtual Design, using graphical program 3D Studio Max teaching the concepts inherent to the study of three-dimensional space. This way, the study intent to show the importance of teaching geometry for courses in the areas of Architecture and Design, noting that the student who starts nowadays university faces a profound lack of basic content related to the discipline of geometry that should be taught in elementary and high school.

**Key word:** Geometry - 3D programs - Design - Education - Three-dimensional

**Resumo:** Este artigo apresenta o trabalho desenvolvido na disciplina de Geometria dos Sólidos, do curso superior de Design Digital, na aplicação do programa gráfico 3D Studio Max para o ensino dos conceitos próprios ao estudo do espaço tridimensional. Ao longo do trabalho é apresentada a importância do ensino da Geometria para cursos das áreas de Arquitetura, Engenharia, Artes e Design, constatando que o aluno que chega à universidade nos dias de hoje enfrenta uma profunda carência dos conteúdos básicos inerentes à disciplina de geometria que deveriam ser ministrados no ensino fundamental e médio.

**Palavras-chave:** Geometria - Programas 3D - Design - Ensino - Tridimensional

(\*) **Marly de Menezes Gonçalves.** Arquitecta. Professora Faculdade Santa Marcelina FASM; IED-SP. Brasil.

## Co56. Programas Ejecutivos en Diseño y Comunicación. Del campo profesional al campus universitario. ¿El huevo o la gallina?

María Elena Onofre (\*)

Fecha de recepción: abril 2010  
Fecha de aceptación: septiembre 2010  
Versión final: diciembre 2010

**Resumen:** Los Programas Ejecutivos en Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo surgen como una respuesta al singular desafío académico de formar a los actores del cambio en el mismo momento en el que el cambio se produce. El objetivo inicial de los Programas Ejecutivos es encausar un nuevo modelo formativo que identifique y transmita las plataformas conceptuales de las nuevas tendencias en Diseño y Comunicación de la mano de los máximos referentes profesionales en cada disciplina. Basados en la innovación, la creatividad y la cultura del proyecto, los programas presentan las visiones innovadoras de prestigiosos profesionales y expertos, que llevan al ámbito académico la pasión por lo que hacen.

**Palabras Clave:** Programas ejecutivos - Diseño y Comunicación - Visión Global - Innovación - Creatividad - Tecnología

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 103-104]

Desde luego, el impacto generado por el mundo digital es equivalente al de la revolución industrial; no mayor, pero sí equivalente. La diferencia, que magnifica la situación actual, es que el industrialismo se desarrolló durante muchas generaciones, mientras que el cambio digital se está llevando a cabo en sólo una generación y media o dos.

Bill Gates, 2006 International Consumer Electronics Show (CES)

Las señales que caracterizan al escenario dominado por las tecnologías de la información y de la comunicación, ejercen una presión constante y sostenida sobre el modelo de aproximación de las instituciones académicas al campo de aplicación de los contenidos y soluciones que provee al ámbito profesional.

En este escenario dominarlo por la ubicuidad, la comunicación multidireccional, los públicos *multitasking* y participativos con posibilidad real de intervenir y modificar los mensajes, la dinámica institucional debería adoptar, si no en todas, en las más innovadoras de sus propuestas formativas, el ritmo que demanda una sociedad dominada por el vértigo del descarte.

Tenemos la necesidad de estar continuamente informados sobre múltiples temas y esto nos obliga a recargar de significado no solo los objetos de consumo sino aquello que hacemos como profesionales.

Sabemos que está en la esencia de todo lo que incorporamos como nuevo el límite impuesto por lo efímero y el descarte.

Para abordar el planteo de nuevas áreas o disciplinas formativas alineadas con este contexto la Facultad de

Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo utilizó metodologías de investigación tradicionales y particularmente observatorios de tendencias que interpretan las señales semánticas, sociológicas y antropológicas de la sociedad de consumo.

La observación, el análisis y la interpretación de diferentes esferas de la realidad permiten trazar tendencias emergentes instalando nuevos temas y nuevos paradigmas en las áreas de interés general y particular.

Más que nunca las nociones conceptuales se encuentran en constante evolución. El paradigma vigente propone una sociedad con proyectos ecológicamente sostenibles, socialmente aceptados, económicamente viables y por último técnicamente factibles.

Para detectar las necesidades formativas de la sociedad actual se tienen en cuenta en primer lugar las características del contexto global, luego las manifestaciones culturales teñidas por esas características y por último los sistemas particulares (en este caso el educativo).

En un entorno de influenciadores, fanáticos y detractores, *buzzers* y contenidos que intentan ser relevantes al menos por un momento, se plantea el ADN de este nuevo modelo formativo pensado para públicos locales y latinoamericanos.

## La propuesta

### Objetivo primario de los Programas Ejecutivos en Diseño y comunicación

Encausar un nuevo modelo formativo que identifique y transmita las plataformas conceptuales de las nuevas tendencias en Diseño y Comunicación, de la mano de los máximos referentes profesionales de cada temática.

### ADN

Basados en la innovación, la creatividad, la exploración y la cultura del proyecto, los programas presentan las visiones innovadoras de prestigiosos profesionales y expertos en cada área del diseño y la comunicación, quienes llevan al ámbito académico la pasión por lo que hacen. Los Programas Ejecutivos DC están destinados a estudiantes avanzados de las áreas de diseño y comunicación, a profesionales que deseen profundizar competencias específicas en su campo de actividad y a instituciones académicas interesadas en completar la formación de sus estudiantes y docentes.

En Buenos Aires, la usina creativa: provocativa, expresiva y cosmopolita, Buenos Aires moviliza, estimula y nutre a los talentos creativos.

### Áreas de desarrollo

Diseño, Moda, Comunicación Interactiva, Publicidad, Audiovisual, Relaciones Públicas, Eventos, Espectáculos.

### Modalidades

a) Clínicas intensivas de capacitación: tres jornadas intensivas de 8 hs de clase.

- Plantean una inmersión profunda en un tema emergente.
- Ofrecen la visión profesional de distintos expertos sobre la temática abordada
- Para profesionales en actividad.

b) Seminarios Profesionales: espacios de capacitación de doce horas, cuatro clases semanales de tres horas. Se concentran en un tema tratado en profundidad.

c) Cursos Extensivos: requieren mayor carga horaria por la temática que abordan y por la estrategia pedagógica. Ej. 6 seminarios de cuatro clases cada uno.

### Oferta académica para la primera fase de implantación (dieciocho meses):

- Clínicas: Creatividad. Un latido, una idea. Creatividad, cápsula de ideas. Web 3.0, la Web semántica. SEO - SEM. Marketing digital, *branding* horizontal. Usabilidad, diseño centrado en el usuario. Coolhunting, *trend research*. *Netbusiness*, negocios en red. *Mobile*, el futuro de la Web es *Mobile*. *Branding*, clínica de marcas. Emprendedores, negocios en diseño. Lujo, tendencias, creatividad y negocios. *Trendy arts*, *live urban*, *live social*. SMM, *social media Marketing*. Espectáculos, *Management* para emprendedores en artes escénicas. Seis actores, seis experiencias metodológicas. Visiones, pronósticos de consumo en diseño. Crisis, gestión de crisis en las organizaciones. Interiorismo, espacio Living.

- Cursos extensivos: Comunicar la Moda. Espacio Opera

- Algunos de los Seminarios Profesionales: Asesoramiento en imagen personal e imagen ejecutiva, Dirección y gestión de empresas de moda, Editorial y fotografía de moda, Estilismo de moda, Pasarela, *Smart textil*, *Trend research* y *Concepts brief*, *Visual merchandising*, *Personal Shopper*, Comunicación interna, la gestión de intangibles, *Media coaching*, RSE, Diseño de espacios efímeros, Diseño de momentos, *Management* musical, Contenidos interactivos, Arquitectura de la información, creatividad online, *Interactive branding*, Planificación digital, Fotografía publicitaria, Planeamiento estratégico, *Retail*, Diseño sustentable, Espacio interior, perímetro privado, Gestión de proyectos de Diseño, Caracterización y efectos especiales, *Coaching collision*, laboratorio de guión. Guión multimedia e interactivo. Ver [www.palermo.edu/programasejecutivosdc](http://www.palermo.edu/programasejecutivosdc)

**Abstract:** Executive Programs in Design and Communication of the University of Palermo appear as an answer to the singular academic challenge to prepare the actors of the change in the same moment where the change is produced. The beginning object of the Executive Programs is to prosecute a new formative model which identifies and transmits the concept platforms of the new tendencies in Design and Communication by the hand of the maximum relating professionals in each discipline. Based in innovation, creativity and the culture of the project, programs show the innovate vision of prestigious professionals and experts, that place nearer to the academic extent the passion for what they do.

**Key words:** Executive Programs - Design and Communication - Global Vision - Innovation - Creativity - Technology

**Resumo:** Os Programas Executivos em Design e Comunicação da Universidade de Palermo nascem como uma resposta ao singular desafio acadêmico de formar os atores da mudança no mesmo momento em que a mudança acontece. O objetivo inicial dos Programas Executivos é encaminhar um novo modelo formativo que identifique e transmita as plataformas conceituais das novas tendências em Design e Comunicação da mão dos maiores referentes profissionais em cada disciplina. Baseados na inovação, a criatividade e a cultura do projeto, os programas apresentam as visões inovadoras de pres-

tigiosos profissionais e expertos, que levam ao âmbito acadêmico a paixão pelo que fazem.

**Palavras-Chave:** Programas executivos - Design e Comunicação - Visão Global - Inovação - Criatividade - Tecnologia

(\*) **María Elena Onofre.** Docente y Coordinadora General de Programas Ejecutivos DyC de Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Argentina.

## Co23. Pensamiento Paralelo en la educación del diseño

Fecha de recepción: abril 2010

Fecha de aceptación: septiembre 2010

Versión final: diciembre 2010

Andrés Felipe Roldan García (\*)

**Resumen:** El proceso de diseño implica generar nuevos e innovadores productos que puedan cada vez satisfacer de una mejor manera las expectativas de los consumidores, las técnicas del doctor de Bono son una herramienta práctica para incentivar la creatividad en los procesos de aprendizaje del diseño. Los planteamientos metodológicos y los modelos pedagógicos de las instituciones de educación superior facilitan o dificultan estos procesos creativos, para lo cual la universidad debe adoptar estrategias basadas en el sujeto educable y las posiciones constructivistas que transforman el aula de clase en un espacio para la construcción del conocimiento donde la sinergia es la clave del conocimiento.

**Palabras Clave:** Innovación - Conocimiento - Creatividad - Pensamiento paralelo - Aprendizaje Metodología y pedagogía

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 108-109]

“En un mundo en cambio acelerado, donde ya no basta aprender la cultura elaborada y se demandan por todas partes respuestas nuevas a problemas urgentes, es lógico que la capacidad de innovación sea un recurso humano imprescindible”. (R. Marín y S. de la Torre, 1991)

La innovación, idea que potencia los resultados no comunes hacia una utilidad en el mercado, que hace parte del pensamiento divergente y da validez a las respuestas que no son convencionales, ha sido el motor de desarrollo de múltiples empresas a nivel mundial, haciéndolas más competitivas en el mercado al permitirle ofrecer nuevos productos y servicios, transformando pensamientos, modificando estructuras organizacionales y representando económicamente diferencias significativas entre países. La innovación es el camino al futuro, por medio de ella se establece el enlace entre las expectativas de hoy y las necesidades del mañana.

Los jóvenes profesionales de Colombia son el resultado de la interiorización de los componentes cognitivos obtenidos dentro del proceso de formación, comprendido por la educación básica, la educación secundaria y la educación superior, siendo las dos primeras generalmente el resultado de modelos conductistas de acumulación de conocimientos, que tienen como premisa la identificación y la apropiación del mismo y cohibiendo la capacidad propositiva de los estudiantes.

Recae entonces sobre la educación superior la responsabilidad de brindar las herramientas que desarrollan la capacidad propositiva de los estudiantes, buscando la articulación pedagógica que permita llegar más allá de la identificación y apropiación de los conocimientos y llevando los límites del proceso educativo hacia la interiorización de los mismos, este proceso le permite a los profesionales desarrollar el pensamiento divergente, pilar de la innovación comercial y gestor de nuevos conocimientos.

Las circunstancias económicas de la actualidad hacen que la educación superior sea una necesidad más apremiante de lo que nunca ha sido para los países en desarrollo<sup>1</sup>.

La educación superior en Colombia se encuentra sujeta al paradigma de las ciencias exactas y las respuestas medibles, de los cálculos y las proyecciones esperadas, planteamiento que difiere del desarrollo y se centra en resultados, cohibiendo el potencial creativo de nuestros jóvenes emprendedores, promulgando las respuestas comunes y el pensamiento convergente, este proceso educativo está basado en respuestas predeterminadas que disminuyen la capacidad propositiva de quienes acceden a nuestra dinámica social, cohibiendo las características actitudinales de las personas creativas.

Las personas creativas se caracterizan por su capacidad de asumir riesgos. Hay gente inteligente que no llega a hacer nada porque teme verse rechazada. En cambio,