

<http://www.proyectofacebook.com.ar/el-proyecto-face-book-y-la-posuniversidad/>
<http://hdl.handle.net/10201/36769>
<http://www.theflippedclassroom.es/>
<http://yoprofesor.ecuadorsap.org/que-es-la-clase-invertida-o-flipped-classroom/>

Abstract: Traditional teaching is expiring because a society that demands college student skills for creativity and originality. The trend marks as important to create the so-called inverted class or flipped classroom, in which the roles and times of teaching and learning are reversed.

Keywords: Inverted class - learning - teaching - creativity.

Resumo: O ensino tradicional está expirando devido a uma sociedade que demanda do estudante universitário concorrências para a criatividade e a originalidade. A tendência marca como importante a criação da chamada classe investida ou flipped classroom, na que se investem os papéis e os tempos do processo de ensino e aprendizagem.

Palavras chave: classe investida - aprendizagem - ensino - criatividade.

(*) **Laura Banfi:** Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires). Especialización en Periodismo. Profesora de la Universidad de Palermo en el Área de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación.

¿Qué enseñar cuando empiezan a aprender?

Pilar Diez Urbicain (*)

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: noviembre 2014
Versión final: marzo 2015

Resumen: La materia Taller de Producción 1, es el primer eslabón en la cadena de aprendizaje de la morfología de los objetos y forma parte de unos de los ejes más importantes dentro de la carrera de Diseño Industrial, junto con Diseño y Tecnología. Como nivel inicial, el desafío es introducir a los alumnos en el estudio de las formas y la comprensión de las entidades que la componen, donde su objetivo principal es capacitarlos en el análisis y producción de formas, abarcando su realidad geométrica, constructiva y conceptual. ¿Cómo transitar este aprendizaje que explora las diferentes dimensiones de la forma, conectado el plano (2d), y el espacio (3d)?

Palabras clave: morfología - Diseño Industrial - espacio - volumen.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 93]

Introducción

En principio nos ubicaremos en el plan de estudios de la carrera Diseño Industrial, área diseño de objetos y productos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. La materia Taller de Producción 1 se encuentra dentro del eje central de la carrera, formando parte, junto con Diseño y Tecnología, de los pilares más importantes en su cronograma de estudios. Esta materia es el primer eslabón en la cadena de los Talleres de Producción, donde el objetivo general de esta área es el conocimiento exhaustivo de la forma, tanto desde su plano geométrico, como constructivo, así como en la percepción de la forma con todas las cualidades que la hacen tangible como son: el color, las texturas y los materiales.

Estas morfologías contemplan el análisis de todos los elementos que intervienen en la generación de las formas volumétricas, tanto desde su clasificación en los diferentes tipos de superficies, sus distintos modos de construcción, como en las variadas operaciones que se aplican para la transformación de los volúmenes: escala, sustracción, adición, intersección, composición.

El conocimiento y análisis de la forma es fundamental

para que los futuros diseñadores exploren el espacio tridimensional, entendiendo y controlando todas sus variables constructivas. De este modo podrán proponer nuevas morfologías.

Todos estos temas me llevan a cuestionarme: ¿Cómo introducir a los alumnos de nivel inicial, en el conocimiento de la forma, siendo ésta tan amplia? ¿Cómo comenzar a entender el espacio?

Empezar por el principio

Ante estos interrogantes, planteo como punto de partida el sentido más simple de la forma que define Roberto Doberti en su libro *Morfología*: "...los objetos que nos rodean tienen una determinada y objetiva disposición en el espacio; tal disposición es su forma. La forma es así una propiedad de los objetos."... "Dada esta disposición espacial, el hecho de nominarla, de realizar un registro gráfico, supone ineludiblemente una interpretación, descripción, comunicación, clasificación de sus elementos y por consiguiente la posibilidad de aprehenderla." Denominaremos Morfología, a la disciplina que estudia la forma y los elementos que en ella intervienen. Asimismo, Wicius Wong en su libro *Fundamentos del diseño bi*

y *tri dimensional*, puntualiza estos elementos conceptuales de diseño, y los clasifica en: punto, línea, lámina, y volumen.

Es así como comenzamos el curso, definiendo y clasificando la forma en un primer nivel, y realizamos un paralelismo con las diferentes tipologías de objetos / productos. Clasificándolos en lineales, laminares y volumétricos, analizando las características y variables del lenguaje formal de cada uno de los grupos.

Determinamos las nociones de generatriz y directriz de la forma y realizamos un primer acercamiento al reconocimiento de ambas entidades en productos. Entender e identificar estas dos variables en la concepción de la forma es el objetivo fundamental de la materia.

Avanzamos en la cursada, realizando una breve introducción a las diferentes tipologías de superficies, determinando una clasificación según sus modos de generación (superficies generadas por traslación, superficies generadas por rotación y superficies regladas alabeadas). A partir de la intersección de planos con algunas de las superficies vistas definimos y realizamos el reconocimiento de líneas planas, entendiendo y analizando la obtención de cada una de ellas, cuáles son sus atributos y variables específicas.

En la construcción y dibujos de las mismas se realiza una distinción entre estructura abstracta y concreta y se destacan los elementos que las relacionan.

En el siguiente paso, los alumnos deben alcanzar una metodología de dibujo y representación de las dos dimensiones, haciendo hincapié en la precisión, prolijidad y proporción para una correcta comunicación de las curvas planas. Al mismo tiempo deben adquirir conocimientos específicos de geometría, asimilando y reconociendo los elementos que describen a la forma y su lenguaje específico como módulos, proporción, aristas, medianas, diagonales, tangencias y puntos de inflexión. Avanzamos con el próximo ejercicio donde los alumnos deben diseñar nuevas curvas utilizando porciones de las curvas planas vistas en la instancia anterior.

Las curvas definidas por el alumno deben ser tanto abiertas como cerradas y el modo de combinarlas será realizando empalmes continuos y discontinuos, respetando elementos significativos de relación entre la estructura abstracta y la concreta. (Tangencias, puntos de inflexión, proporción, escala).

Aquí los alumnos, comienzan un proceso lúdico y creativo. Si bien el trabajo debe apoyarse en una construcción precisa y respetando una metodología de dibujo específico. Los alumnos logran proponer diferentes alternativas para el diseño de sus curvas planas. Una vez seleccionadas un par de curvas por alumno, deben realizar operaciones de transformación y tener más de una variable por curva.

Los alumnos terminan el ejercicio, entregando paneles con las curvas diseñadas, donde deben prestar especial atención a las propuestas de materialidad y color. La evaluación del trabajo abarca proceso, diseño, materialidad, elementos de concreción y presentación.

De lo abstracto a lo concreto

Una vez superada y aprehendida esta primera etapa exhaustiva, comenzamos la etapa final de la cursada anali-

zando las operaciones simples de simetría como traslación, rotación, escala y reflexión especular y el modo en que estas composiciones se aplican a las formas y como pueden utilizarse en la generación de superficies y volúmenes. A partir de una línea plana diseñada por los alumnos; generar una entidad volumétrica.

Para lo cual deberán definir una directriz, tanto su forma como la ubicación en la generatriz seleccionada. La ubicación de la directriz debe realizarse en puntos criteriosos dados por la estructura concreta o abstracta. Y como mínimo deben utilizar dos de las operaciones de simetría vistas.

Como cierre de un proceso de comprensión y de relación entre las diferentes entidades plantearán el volumen como la generación sistemática de una lámina, entendiendo y aplicando las diferencias entre generatriz y directriz. La búsqueda debe ser enteramente formal, sin ocuparse de otros aspectos que interviene en el diseño de objetos (función - usos - tecnológicos).

El trabajo final contempla el cierre de todos los temas vistos a lo largo de la cursada: Generatriz, directriz, curvas planas, estructura abstracta y concreta, tangencias, empalmes continuos y discontinuos, color, simetría y composiciones formales.

Las variables para llevar a cabo la maquetas que representen sus diseños serán tres: volumétrico, generación por placas o generación por láminas. En cualquiera de los casos deben distinguir las entidades generatriz y eje director. Utilizarán diferentes criterios para la aplicación de color en el modelo tridimensional.

A la maqueta lo acompañarán las láminas correspondientes que ayuden a comprender y comunicar los procesos utilizados en la generación del volumen.

De este modo, se culmina la cursada, cuyo fin es que los alumnos adquieran las herramientas básicas y específicas que les permita conocer las formas, analizarlas y así producir nuevas.

Que exploren las tres dimensiones desde su aspecto representativo, comunicacional y sobre todo el aspecto constructivo. Hacer de este conocimiento algo tangible a través de superficies espaciales y maquetas volumétricas.

Conclusiones

Como conclusión diremos que el objetivo final de la materia Taller de Producción 1 es introducir a los alumnos en el conocimiento de la forma y el espacio, atravesando un proceso de aprendizaje que abarca desde las dos dimensiones hasta las tres dimensiones.

Identificar, analizar y manejar los elementos que componen a la figura. Comprender las variables que intervienen en la configuración de un volumen. Dominarlas, poder representarlas y comunicarlas.

Pensando en este proceso, es que diagramamos los contenidos de Taller de Producción 1

A continuación los detalles:

1. Línea, lámina, volumen
2. Propiedades de la forma
3. Estructura abstracta y concreta
4. Definición de líneas planas y construcción a partir de su combinación
5. Generación de la forma: generatrices y directrices

6. Definición de volúmenes: características y propiedades
7. Simetría, rotación, traslación
8. Superficies volumétricas

Es importante pensar trabajos prácticos que los entusiasmen e inspiren, ayudarlos a transitar este proceso de aprendizaje tan específico y exhaustivo. Que entiendan que adquiriendo el conocimiento adecuado son ellos quienes controlan la forma y su intervención en el espacio.

La figura es simplemente inmaterial, y aunque quizás no se pueda ver o tocar, sí es susceptible de representar. Así, con el conocimiento de la figura, el diseñador se vale de la lectura morfológica (un proceso de comprensión y comunicación de la forma) para concebir formas que se puedan materializar y producir en serie.

Referencias bibliográficas

- Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño Bi y Tridimensional*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Doberti, R. (1999). *Morfología de superficies*. Buenos Aires: Carrera de Diseño Industrial, FADU, UBA.
- Munari, B. (1987). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili

Abstract: Matter Production Workshop 1 is the first link in the learning chain morphology of objects and part of one of the most important axes in the career of Industrial Design, Design and Technology.

As an initial level, the challenge is to introduce students to the study of forms and understanding of the entities that compose it, where its main objective is to train them in the analysis and production of forms, ranging geometric, constructive and conceptual reality. How to navigate this learning that explores the different dimensions of how connected the plane (2D) and space (3D)?

Keywords: Morphology - Industrial design - space - Volume

Resumo: A matéria Oficina de Produção 1, é a primeiro eslabão na cadeia de aprendizagem da morfologia de os objetos e faz parte de uns dos eixos mais importantes dentro da carreira de Design Industrial, junto com Design e Tecnologia.

Como nível inicial, o desafio é introduzir aos alunos no estudo das formas e o entendimento das entidades que a compõem, onde seu objetivo principal é treiná-los na análise e produção de formas, abarcando sua realidade geométrica, construtiva e conceptual. ¿Como transitar esta aprendizagem que explora as diferentes dimensões da forma, ligado o plano (2d), e o espaço (3d)?

Palavras chave: Morfología - Design Industrial - espaço - volume.

(¹) **Pilar Diez Urbicain.** Diseñadora Industrial (Universidad de Buenos Aires, 1999). Profesora de la Universidad de Palermo en el Área de Diseño de Objetos y Productos de la Facultad de Diseño y Comunicación.

El Alcance Ético de la Publicidad

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: noviembre 2014
Versión final: marzo 2015

Ariel A. Khalil (¹)

Resumen: Se afirma que los individuos estamos expuestos a más de 6000 estímulos en promedio de publicidad en forma diaria. Sin embargo, no hay necesidad de asustarse, menos del 3% de esa cifra aproximadamente, se llega a captar por nuestras mentes. De todas maneras, semejante profusión de comunicaciones comerciales no puede ni debe ser tomada como una masa informe de mensajes plagados de inocencia.

Palabras clave: publicidad – ética – mensaje publicitario – agencia de publicidad

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 93]

Los publicitarios sabemos y conocemos en forma precisa cuál es el propósito fundamental de cualquier mensaje publicitario: Vender.

Emitir un mensaje, en definitiva, es un acto humano. En el modelo de comunicación publicitaria, se identifican dos tipos diferentes de emisores: El emisor responsable y el emisor técnico. El primero se refiere a la empresa anunciante, mientras que el segundo tiene que ver con la agencia o empresa publicitaria que el cliente contrata para emitir su publicidad. En definitiva, se mire de un lado u otro, se trata de personas.

Al mencionar al Emisor Responsable se refiere a que en el caso de presentarse algún problema con la emisión de la publicidad, ya sea de tipo moral, ofensiva u otra figura similar, es la misma empresa la que tendrá que responder ante las leyes vigentes.

Si tenemos en cuenta que en el presente proceso actúan hombres, personas, en definitiva seres humanos, la cuestión comienza a tornarse más compleja. Paralelamente, se puede afirmar que cada ser cuenta con un bagaje de tipo ético que se va forjando a lo largo de su vida.