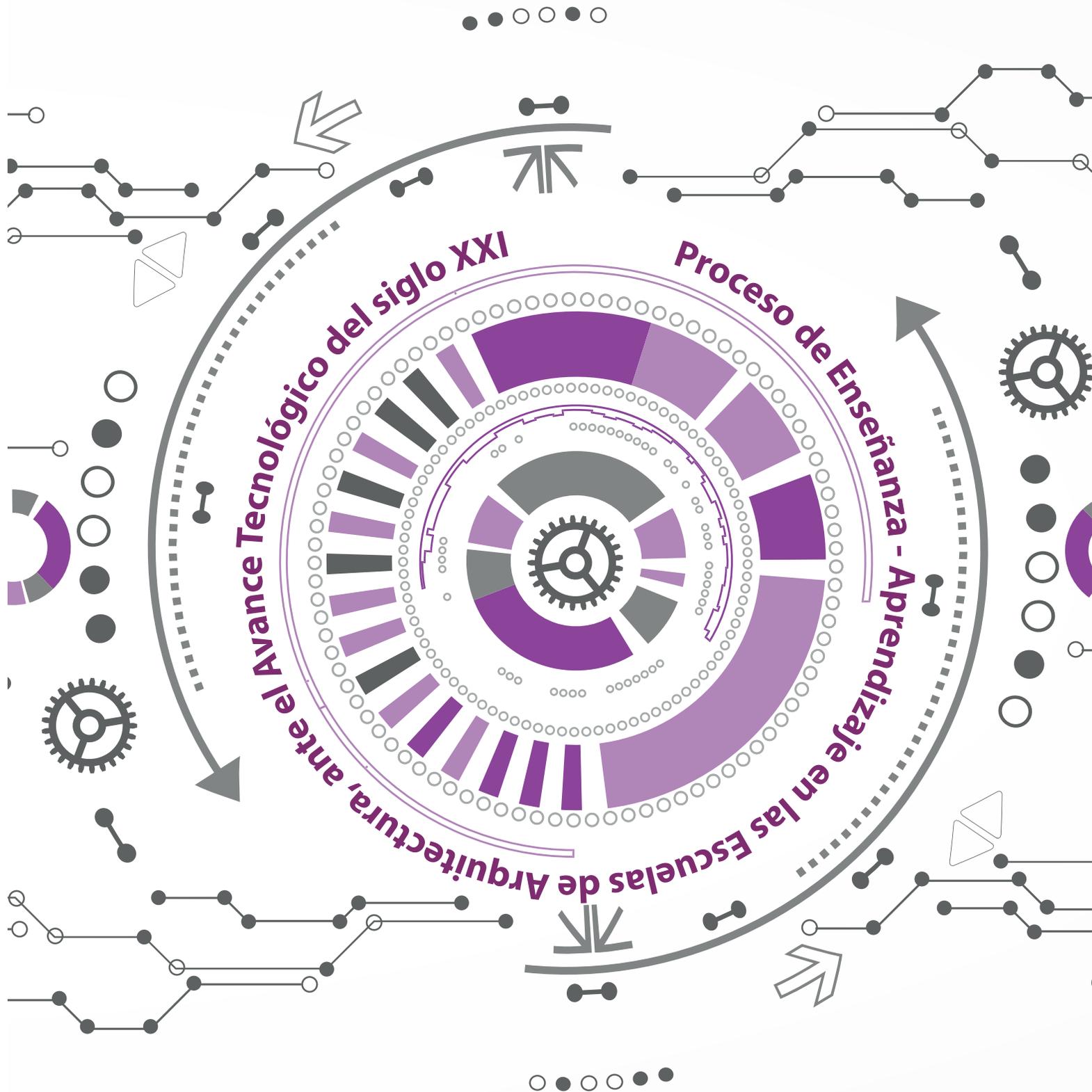


Dr. Anuar A. Kasis Ariceaga
Mtro. Sebastián Carrión Sánchez



Primera edición 2017
ISBN: 978-607-9453-94-7

Proceso de Enseñanza - Aprendizaje en las Escuelas de Arquitectura, ante el Avance Tecnológico del siglo XXI

Asociación de Instituciones de Enseñanza de la Arquitectura de la República Mexicana, A.C.

Página legal.

Presidencia

Dr. Anuar Abraham Kasis Ariceaga.
Facultad del Hábitat / UASLP.

Vicepresidencia Ejecutiva

Mtra. Noemí Parra Buelna.
Instituto Tecnológico de Tijuana.

Vicepresidencia Académica

Arq. Marcos Mazari Hiríart.
Universidad Nacional Autónoma de México.

Presidente del Consejo Consultivo

Arq. Ginés Laucirica Guanche.
Universidad Autónoma de Yucatán.

Vicepresidencia Regional Centro

Mtra. María Dolores del Río López.
Universidad de Guadalajara.

Vicepresidencia Regional Metropolitana

Mtro. Marco Antonio Luna Pichardo.
Universidad Autónoma del Estado de México.

Vicepresidencia Regional Norte

Dra. Elvira Maicotte Panza.
Universidad Autónoma de Cd. Juárez.

Vicepresidencia Regional Noreste

Mtra. Ana Karyna Gómez Pérez.
Universidad de Monterrey.

Vicepresidencia Regional Noroeste

Mtro. Vicente Armando Amaral Ibarra.
Universidad Autónoma de Sinaloa, Campus Culiacán.

Vicepresidencia Regional Pacífico

Mtro. José Luis Jaspeado Escalona.
Universidad de las Américas Puebla.

Vicepresidencia Regional Golfo

Mtro. Arturo Barragán Hermida.
Universidad Cristóbal Colón.

Vicepresidencia Regional Sur

Mtro. Joel Hernández Ruíz.
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca - CU.

Vicepresidencia Regional Este

Arq. Genny María Brito Castillo.
Universidad Modelo.

Reserva de derechos al uso exclusivo:
ISBN 978-607-9453-94-7, otorgado por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.

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, bajo cualquier medio, sin la debida autorización por escrito de los poseedores de los derechos de autor.

Impreso en México / Print in Mexico.

Mayo
2017.

Coordinación de producción y edición:
Arq. Gabriela Alicia Sánchez del Toro.

Diseño gráfico y formación editorial:
DG. Paulo Antonio Tadeo Gaitán.

Compilación a cargo de:

Dr. Anuar Abraham Kasis Ariceága.
Mtro. Sebastián Alejandro Carrión Sánchez.

Arbitraje a cargo de la Comisión Académica de ASINEA integrada por:

- Dr. Adolfo Benito Narvárez Tijerina (UANL)
- Dra. Guadalupe Salazar González (UASLP)
 - Dr. Juan López García (UdG)
- Dra. María Eugenia Azevedo Salomao (UMSNH)
 - Dr. Juan Manuel Márquez Murad (UPAEP)
 - Dra. Blanca Paredes Guerrero (UAY)
 - Dra. Irma Laura Cantú Hinojosa (UANL)
 - Dr. Jesús Victoriano Villar Rubio (UASLP)
 - Dr. Alejandro Acosta Collazo (UAA)
 - Dra. María Teresa Ledezma Elizondo (UANL)
 - Dr. Oswaldo Baeza Herrera (UABC)
 - Dr. Rubén Salvador Roux Gutiérrez (UAT)
- Mtro. Tenoch Huematzin Bravo Padilla (UdG)
- Dr. Jesús Enrique de Hoyos Martínez (UAMEX)
 - Dr. Wilder Álvarez Cisneros (UNAM)
 - Mtro. Jesús Antonio Ley Guing (UABC)
 - Dr. José Adán Espuna Mújica (UAT)
 - Dr. Joel Olivares Ruiz (U. Gestalt)
- Dr. Ricardo Aguayo González (ITESM, Cd. de México)
- Dr. Lucrecia Pérez Echazabal (ITESM, Cd. de México)
 - Mtra. Gloria Patricia Media Serna (UNAM)
 - Dr. José Alejandro Villalobos Pérez (UNAM)
 - Mtro. Ernesto Alva Martínez (UNAM)
 - Dr. Gabriel Gómez Cardona (UI CIU)
 - Mtro. Mario Antonio León Flores (UAY)
- Dra. Catherine Rose Ettingern McEnulty (UMSNH)

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	13
PRÓLOGO.....	15
INTRODUCCIÓN.....	17

MESA 1

Reflexión de la arquitectura.....	19
--	-----------

LOS DILEMAS QUE ENFRENTAN LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA “ARQUITECTURA” ANTE LA INFLUENCIA DE LOS PRODUCTOS GENERADOS POR LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.....

<i>Dr. en Arq. Adrián Baltierra Magaña.....</i>	<i>21</i>
---	-----------

POTENCIACIÓN DE LA CREATIVIDAD: AVANCES TECNOLÓGICOS DE LA NEUROARQUITECTURA IMPLEMENTADOS EN EL AULA.....

<i>Arq. Andrea Mariel Elizondo Solís, Dra. Nora Livia Rivera Herrera.....</i>	<i>27</i>
---	-----------

ALGUNOS ELEMENTOS PARA UNA HISTORIA Y UNA TEORÍA DE LA LABOR DE LA ENSEÑANZA DE LA ARQUITECTURA Y SU RELACIÓN CON LAS ACTUALES TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....

<i>M. en Arq. Y M. en D. I. Héctor García Olvera.....</i>	<i>33</i>
---	-----------

EL SENTIDO DEL DISEÑO ARQUITECTÓNICO. CONOCIMIENTO, PRÁCTICA Y ENSEÑANZA.....
Miguel Hierro Gómez.....

LOS DILEMAS QUE ENFRENTAN LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA “ARQUITECTURA” ANTE LA INFLUENCIA DE LOS PRODUCTOS GENERADOS POR LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN¹.

Dr. en Arq. Adrián Baltierra Magaña
Facultad de Arquitectura / UNAM
Ciudad de México, octubre 2016.

1. LA IDEA TRADICIONAL SOBRE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN DE LA ‘ARQUITECTURA’.

Cuando se revisan los ‘productos mediáticos’² generados por los medios masivos de comunicación sobre la ‘arquitectura’ y los ‘arquitectos/as’ es habitual encontrarse con expresiones que refieren a que las edificaciones que se producen son ‘obra de los arquitectos/as’ con lo que se asume que la ‘arquitectura’ la hacen los ‘arquitectos/as’. De igual modo, lo anterior es reforzado por los propios ‘arquitectos/as’ que hablan con singular alegría de las edificaciones como si fueran “sus obras” como si de ellos dependiera la producción.

La idea tradicional alrededor de los medios masivos de comunicación es considerarlos precisamente ‘medios’, es decir, que los productos que generan como libros, revistas, programas de radio y televisión, películas, páginas de internet, redes sociales, etcétera; constituyen un intermediario entre el público y la ‘arquitectura’ en sí. Tales mensajes se transmiten y llegan a los ‘arquitectos/as’, a quienes contratan a los ‘arquitectos/as’ y de manera cautiva a los estudiantes de ‘arquitectura’ que ven en ese mundo propuesto por los ‘medios’ un modelo aspiracional. Considerar a los medios masivos de comunicación, que tienen como tema la ‘arquitectura’, como simplemente ‘medios’ lleva a suponer de manera ingenua que de lo que hablan, informan y transmiten es de la ‘arquitectura’. Lo que no se reconoce es que “en casi to-

dos los temas del repertorio público, los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, que viene estructurada por las informaciones que dan los periodistas de esos hechos y situaciones”³ (McCombs, 2006, pag.24).

Lo que se llega a consumir a través de los productos generados por los medios masivos de comunicación, de manera visual y textual sobre lo qué es la ‘arquitectura’ y sobre lo que hacen los ‘arquitectos/as’ tiende a considerarse como reflejo de lo que verdaderamente es la ‘arquitectura’ y lo que verdaderamente hacen los ‘arquitectos/as’. Junto con esto, parece que el entendimiento habitual que pesa sobre los medios masivos de comunicación y sus productos supone que su papel es el de exclusivamente informar. Se les considera sólo un medio entre la realidad de lo que pasa con la ‘arquitectura’ y el público en general y especializado.

Pero el rol de los medios masivos de comunicación, al formar parte del debate social, implica pensar que “ya no es aceptable que pueda existir un narrador omnisciente de la novela de la realidad. Así, la idea de que los medios puedan ser objetivos y neutrales entra en crisis” (Schulliaker, 2014, pag. 9). Por lo que contrario a la comprensión ingenua sobre el papel que tienen los medios masivos de comunicación, ahora se comprende que han dejado de tener el papel de intermediarios. En otras palabras, han dejado de ser entendidos como ‘medios’.

Como se ha señalado, en un primer mo-

¹ Las reflexiones realizadas para el presente ensayo se apoyan en la tesis doctoral. Baltierra Magaña, Adrián. (2011). La construcción mediática de lo arquitectónico. Análisis de los mecanismos de mistificación arquitectónica en los medios masivos de comunicación. (Tesis doctoral inédita). Programa de Maestría y Doctorado, Facultad de Arquitectura. UNAM.

² La noción de ‘productos mediáticos’ refiere a lo que John Thompson señala cuando dice que los ‘medios de comunicación’ evocan a “un grupo más específico de instituciones y productos: pensamos en libros, periódicos, programas de radio y de televisión, películas, cassettes, discos compactos y otras cosas” (Thompson, 1998, pag. 44).

³ McCombs, Maxwell (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Ediciones Paidós, Barcelona. 1998, Pag. 23