

Este modo de pensar es el que propicia el terreno para el desarrollo de todas las estrategias de publicidad basadas en el valor del objeto y su relación con la pertenencia social. También es la base del Diseño, la operación de diseño consistente en convertir un objeto en un producto y justifica su sentido como generador de un discurso sobre la imagen pública y los modos de gestionarla.

El arte contemporáneo también ha asumido plenamente esta lógica del sentido 'oculto' de las cosas, otorgando a la operación discursiva el verdadero valor de la obra. Dada, Minimalismo, Situacionismo, Pop y demás variaciones del arte conceptual han coincidido en definir lo real de la experiencia artística como un hecho discursivo. Lo que garantiza su circulación en el mercado ya no son los materiales, ni el soporte, ni el medio. El valor estético se desplaza de la obra al discurso, el fundamento artístico de una obra es lo que se dice de ella. Lo real de la obra de arte es el concepto.

Esta idea dio lugar a todo tipo de experiencias artísticas, incluidas obviamente la experimentación con medios electrónicos –obras basadas en la manipulación electrónica de la imagen y el sonido– (Fluxus / J. Cage en adelante), llevando las posibilidades expresivas de los medios a un plano que muchas veces a logrado escapar de la rutina impuesta por la propaganda.

Esta conferencia fue dictada por **Martín Groisman** (Argentina) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Transposiciones didácticas y aprendizaje operacional en la enseñanza de la caligrafía y el diseño gráfico

Rubén Darío Gutiérrez Arias y Fernando Romero Loaiza

En Colombia, la caligrafía desaparece de los currículos hacia los años 30, para dar paso a lo que se denominó en términos generales las asignaturas de lenguaje y escritura, y ésta se relega a una asignatura marginal, o al trabajo anónimo de copistas. En la actualidad, existe gran diversidad de cartillas para niños, las cuales se proponen enseñar las primeras letras a partir de ejercicios de dibujo de aspectos como el mar, la lluvia, las nubes, y luego de ejercicios en cuadernos ferrocarril de líneas y curvas. No hay mayores pretensiones caligráficas en estos textos, ni en general en la formación escritural. Desde perspectivas comunicativas, se supone que la comunicación directa o el desarrollo de actividades discursivas, incluyen el manejo técnico de la escritura. El resultado es bastante desalentador, por un lado, nos encontramos frente al reino de las fuentes de computador; por el otro, la letra *script* es hegemónica, y los estudiantes de educación media y universitaria, no saben escribir con cursivas y su letra es ininteligible.

Aunque puede resultar la discusión sobre la caligrafía, bastante anacrónico o fútil en nuestro medio, cabe y es legítimo realizar tanto un ejercicio conceptual como práctico, que se oriente a pensar las formas de didactización de la formación en caligrafía y a establecer las interfaces entre caligrafía y diseño gráfico en estudiantes de artes y pedagogía infantil. En primer lugar, la reflexión se realiza a partir de un taller desarrollado por un pintor, experto en acuarela, docente de la asignatura de dibujo y expresión, y un psicólogo, investigador en relaciones entre escritura y oralidad; en segundo lugar a partir de las actividades realizadas con estudiantes de estos dos programas. A este respecto, cabe entonces preguntarse, ¿si el camino que se sigue en las experiencias caligráficas personales, son susceptibles de convertirse en una estrategia de enseñanza en la cual se administre un saber escolarizado? ¿Cuál es la didactización que se realiza con el saber *doctus* del calígrafo?

Esta conferencia fue dictada por **Rubén Darío Gutiérrez Arias** y **Fernando Romero Loaiza** (Universidad Tecnológica de Pereira - Colombia) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

El Taller de Diseño. Blended-Learning

Eduardo Hamuy y Osvaldo Zorzano

Antecedentes generales

El Taller de Diseño se ha caracterizado por ser una instancia pedagógica muy dinámica de interacciones presenciales entre el conjunto de participantes: docentes y alumnos. Algunos de los rasgos característicos de la docencia en el Taller de Diseño, el ser participativo, experiencial, sistematizador y propiciador (Montellano, 1999). La fortaleza de la modalidad de taller es su capacidad para generar aprendizajes y la construcción de conocimiento por medio de la experiencia práctica y reflexiva. Acción y reflexión constituyen un espiral dialéctico que los docentes buscamos potenciar. Para Montellano la docencia en el diseño debe desarrollar tres aspectos en la formación de un profesional creativo:

- El desarrollo del pensamiento observador y detector de problemas
- El desarrollo del pensamiento creativo o solucionador de estos problemas y que se expresa en la acción configuradora concreta
- El desarrollo del pensamiento evaluador, donde la acción comprobadora asegure las decisiones en base a la calidad y validez del diseño en cada caso

El taller al cual nos referimos en el relato de esta experiencia es el Taller de Inicio de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad ARCIS, el primero de la línea de talleres de proyectos de diseño gráfico, y consiste en el desarrollo de ejercicios y proyectos que tienen como