

encore celle de la pop music) mais il n'ouvrira à rien de musical, à aucun procès subjectif. Il ne peut que demander sa répétition, sa répétition indéfinie. En ce sens, s'il engage le corps, il ouvre nécessairement à la transe plutôt qu'à la musique". [Nicolas, op. cit]

Es interesante notar que la oposición entre gestos huella y gestos corporales puede relacionarse con la polaridad establecida por JJ Nattiez en 'El combate de Chronos y Orfeo' entre un tiempo reversible, representado por Orfeo, en el que la música se constituye en una "máquina de suprimir el tiempo" (según la definición de Levi Strauss), y la noción de un tiempo irreversible, representado por Chronos y caracterizado "por la vuelta de los actores a escena" y "el retorno de la temporalidad, de la historicidad y de la linealidad discursiva en la concepción y la escucha de las obras musicales" [Nattiez, 1993, p.12⁴]. El antagonismo entre estas dos concepciones de la gestualidad musical implica a la vez el antagonismo entre la concepción de la música entendida en tanto obra trascendente y la concepción de la música en tanto evento sujeto al vaivén y las impurezas del paso del tiempo.

Notas

1. En francés en el original
2. Ver [Nicolas, 1995]
3. "El gesto musical remite a un concepto holístico básico, donde los componentes armónico, melódico, rítmico y métrico junto con las indicaciones de tempo, articulaciones y dinámica interactúan en un todo indivisible" [Balderrabano, 2002, p.189] .
4. la traducción de nuestra.

* IIESMUMD. Universidad de Morón. Argentina.

Desarrollo metodológico de la asignatura Taller de Diseño para la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad de Antofagasta - Chile (a119)

Evelyn Jeannette Hirsch Martínez* e Isaías Alexis Castillo Guerra**

La carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad de Antofagasta cuenta en su malla con 8 talleres semestrales de carácter teórico práctico cuyo principal objetivo es ser punto de reunión de los conocimientos adquiridos en áreas colaterales a él, haciendo uso de una metodología de Diseño, lo que permite planear, organizar y proyectar el diseño desde una perspectiva creativa, propiciando instancias para que los alumnos den respuesta a problemas de comunicación visual contingentes, entregando soluciones visuales de alto nivel. Los alumnos desarrollan su trabajo en ambientes colaborativos, los que propician el aprendizaje significativo creando un cúmulo de conocimientos en constante evolución.

Los talleres de primer año son asignaturas de iniciación que entregan a los alumnos los fundamentos teórico prácticos necesarios para desarrollar ejercicios en temáticas que abordan los conceptos de la bi y tri

dimensión, ejercitando la creatividad en la búsqueda de nuevas soluciones experimentales, en estructuras modulares, leyes de simetrías y percepción, permitiéndose intervenir el entorno. El segundo semestre se aborda la temática tipografía trabajando en la creación y aplicación de las mismas en proyectos de baja complejidad.

Hacia el segundo año el enfoque se dirige principalmente hacia el trabajo del volumen y la tridimensión a través de la realización de proyectos que permiten al alumno generar piezas publicitarias de carácter tridimensional y sus respectivas aplicaciones. En este nivel se trabaja además con metodologías proyectuales que permiten imbuirse en la creación de logotipos y sus aplicaciones en soluciones visuales en etiquetas, envases, display y embalaje.

En la segunda mitad de la carrera los alumnos se abocan al trabajo de análisis y creación de señalética, la que apunta a concretar el diseño específico de pictogramas para programas de señalética aplicables en el entorno arquitectónico inmediato y el diseño de imagen e identidad corporativa para empresas e instituciones, los que regularmente se concretan como trabajos profesionales.

En la última etapa de formación - en el cuarto año - los estudiantes están capacitados en forma integral para dar respuesta a nivel profesional a los requerimientos establecidos por el medio, desarrollando proyectos gráficos reales y en colaboración con instituciones públicas y privadas, los que son coordinados a través del cuerpo académico responsable de las cátedras respectivas.

El proceso metodológico que acogen los talleres de diseño de la carrera impartida por la Universidad de Antofagasta se ha visto fortalecido a través de sus 31 de existencia, acogiendo en sus distintos niveles los avances y actualizaciones que el medio impone, quedando demostrado en la buena acogida de nuestros alumnos en el ámbito laboral.

* Diseñador Gráfico Publicitario. Mg. en Investigación Educativa. Académico Universidad de Antofagasta. Chile.

** Diseñador Gráfico Publicitario. Mg. en Investigación Educativa. Académico Universidad de Antofagasta. Chile.

El diseño en la gestión de marca (a120)

Jorge Andrés Arboleda G.*

Introducción

El diseño no puede ser carta de salvación de un aviso de una marca. "Póngale una letricia bonita y ya... eso no es si no ponerle un fondo y listo..." quizás esto sea el pan de cada día de los que trabajamos en el mundo de la comunicación y sobre todo gráfica, en donde le queremos soltar al diseño toda la responsabilidad de una identidad de marca.