

social, el problema del signo, fuente de innumerables equívocos, el estatuto de la imagen –territorio donde reina impune una inconmensurable, en homenaje a Thomas Kuhn, polisemia– y la telaraña conceptual que rodea la problemática del llamado “Lenguaje Visual” –que el autor niega tajantemente, proponiendo a cambio una serie ordenada de “lenguajes” visuales, claramente discernibles, que subordinados al Lenguaje (verbal) intentan dar cuenta del universo visual en el cual nuestro *Homo Videns*, ahora trasmutado en *Homo informaticus* intenta sobrevivir– todo lo cual excluya cualquier referencia a una presunta alfabetidad visual.

Se examinan también problemas específicos como la anunciada muerte de la Marca, antaño prestigiosa especialidad del Diseño gráfico, a manos de las técnicas de la *Task force Emotional Branding* y sus románticas apelaciones a que la noble tarea del diseñador debe estar a generar en el consumidor un amor sin límites a “la Marca”, con apelaciones poco científicas a mecanismos químico-neurológicos; a la escasa experimentación que se observa en la práctica del Diseño– y las consecuencias negativas que todo esto acarrea a la irrenunciable misión que en el proceso de Enseñanza / Aprendizaje todo docente debe –o debería– soportar.

El “resto del mundo”, los países centrales, dominantes, desarrollados o como cada uno quiera denominarlos, aparece en el relato de la experiencia del Constructivismo soviético de la década del 20 y en la deconstrucción que el autor intenta de algunos de los mitos de la extinta Bauhaus –cuyo fantasma aún asola las aulas universitarias. Nuestra América –para mencionar a José Martí– cierra esta intervención puesto que aquí estamos como representantes del linaje del Latinaje, especie que durante siglos ha vivido tratando de parecerse prolijamente a la “imagen” que el espejo –y aquí no puede no estar presente Jacques Lacan– europeo o norteamericano interesadamente le devuelve.

¿No habrá llegado ya la hora de romper el espejo en el cual nos hemos alienado y tratar de ser lo que somos, a pesar de todo?

Túpac Amaru, Simón Bolívar, José Gervasio de Artigas, Benito Juárez, José Martí, Rubén Darío, Augusto César Sandino, César Vallejo, Salvador Allende e innumerables otros están de nuestro lado.

En esta Latinoamérica del Bicentenario, otro diseño es posible.

**Abstract:** Design conceptual foundations are shown to the watcher eyes as a no man’s land, a territory successively occupied, and demolished, due to different doctrinarian armies that have ruined –from the “art histories” to the deconstructive vanguards, going through the psychoanalysis, Gestalt theory, the semiology, the marketing and the hermeneutist. The result is able to be seen: the theory misery, the constant repetition of empty formulas, and the lack of an own thought firmly sitting in our Latin-American situation. *Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño* that is introduced in this act is a modest attempt to begin to end this situation.

**Key words:** Conceptual foundations - Design Theory - Teaching - Epistemology - Tran discipline

**Resumo:** Os fundamentos conceptuais do Design aparecem perante os olhos do observador como uma terra de ninguém, território sucessivamente ocupado, e arrasado, por diferentes exércitos doutrinários que o devastaram –desde as “histórias da arte” até as vanguardas deconstrutivistas, passando pela psicanálise, a teoria da Gestalt, a semiologia, o marketing e a hermenêutica–. El resultado está à vista: a miséria da teoria, a repetição ritual de fórmulas vazias, a ausência de pensamento próprio firmemente assentado em nossa situação latino-americana. *Terra de ninguém. Uma modesta introdução ao estudo do Design*, que se apresenta nesse ato, é um modesto intento de começar a dar um fim a essa situação.

**Palavras-Chave:** Fundamentos conceptuais - Teoria do Design - Docência - Epistemologia - Transdisciplina

(\*) **Gustavo Valdés de León.** Docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Argentina.

## Co28. Enseñar a pensar creativamente

Lina María Zapata (\*)

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

**Resumen:** Enseñar al estudiante a imaginar sin que ese aprendizaje sea sesgado o emulado en exceso del proceso propio del profesor sí que es un reto. Enseñar en el área de la creatividad implica enfrentarse a los retos de la subjetividad de muchos de los procesos de la mente humana. Transitar de lo netamente técnico al estudio profundo de los procesos mentales para desarrollar procesos creativos será un insumo determinante en el fortalecimiento de los currículos de los pregrados del área creativa y en la forma de desarrollar estrategias de Comunicación Persuasiva para ser innovadores y cada vez más efectivos en el ámbito publicitario.

**Palabras Clave:** Creatividad - Mente - Técnica y Teoría - Currícula - Comunicación persuasiva - Publicidad

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 119]