

\* Licenciada en Artes y Decoradora de Interiores, Facultad de Artes, Universidad Nacional de Tucumán.

\*\* Decoradora de Interiores y Diseñadora de Interiores y Equipamiento, Facultad de Artes, Universidad Nacional de Tucumán.

## Creatividad en el diseño: De la idea al concepto (a013)

Luis Rodrigo Viana Ruiz\*

La ponencia recoge la experiencia docente en el campo académico y profesional, en las áreas de la comunicación, el diseño, la publicidad y la lingüística; brindando una mirada a los procesos creativos desde el pensamiento de diversos autores, relacionándolos y contratándolos.

Se parte del funcionamiento de la mente (Steven Pinker) y su apoyo fundamental en el lenguaje como eje estructurador. Se trabajan tópicos de análisis del discurso Teun A. van Dijk, inteligencia emocional de Howard Garner, los actos de habla (Austin y Searle) y técnicas publicitarias con Luis Bassat.

Se presentan caminos y soluciones creativas que responden a estrategias claramente delimitadas en diseño y publicidad, trabajando el proceso del pensamiento desde el uso del lenguaje escrito y audio visual.

\* Publicista, docente universitario, candidato a magíster en lingüística. Universidad de Medellín - grupo CGP. Colombia.

## Crítica y venganza (a014)

Un análisis de la mini serie en historietas *V for vendetta* bajo la óptica crítica de Theodor Adorno

Artur Rodrigo Itaquí Lopes Filho\*

Pocas corrientes teóricas, de acuerdo a nuestro entendimiento, desarrollaron una crítica de cultura con tanta profundidad y radicalidad como la Teoría Crítica de la Sociedad, con destaque para su más eminente pensador, Theodor Wiesengrund Adorno (1903-1969), siendo reconocido hasta los días actuales por su trabajo en cuestiones que fundamentaron la cultura y la existencia humana en la era moderna, radicalmente marcada por la realidad del mundo capitalista.

Siguiendo la línea de raciocinio defendida por la óptica de este pensador, el mundo moderno presenta en su evolución un inequívoco proceso de degradación (o regresión) intelectual, como reflejo del fracaso y de la transformación sufrida por la razón "esclarecida".

La racionalidad instrumental puebla todos los sectores de la civilización occidental -y de su sistema económico hegemónico- incluyendo un sector que hoy es clave para la ideología capitalista y burguesa, su cultura. De acuerdo con la crítica adorniana, la sociedad busca la total integración de sus individuos y lo hace mo-

dernamente no por métodos de control, opresión o represión, sino por formas persuasivas y de convencimiento de las masas. Esta es la importancia estratégica de ese amplió sector contemporáneo que envuelve la información (erróneamente entendida como "comunicación"), la diversión y el entretenimiento (algo genérica y confusamente mezclado con cierta idea de "cultura").

Escrita en 1988, una historieta presentó en sus páginas una supuesta alusión a tal crítica escrita por Adorno, mostrando el año de 1997 como una decadencia del arte, de la cultura y del intelecto. Los libros, la música, las películas y las más distintas representaciones artísticas habían sido "descartadas" y por muchos olvidadas a favor de una masificación cultural. La mini serie lleva el título "V de venganza" (V for Vendetta), obra escrita por el "crítico" escritor Alan Moore, donde presenta en su narrativa la cazada solitaria de un "vengador" que termina por representar un revolucionario contra una situación vigente, donde su país tarda a marchar ciegamente rumbo a una decadencia intelectual.

Presentar en las páginas de este clásico de las historietas contemporáneas, la crítica social hecha por Theodor Adorno en su obra "Dialéctica del esclarecimiento" (1947), promoviendo así un análisis crítico de la mini serie "V de venganza" es el principal objetivo de la presente comunicación.

\* Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Mestrando em Filosofia, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Porto Alegre, RS, Brasil.

## Cultura > diseño < cultura (a015)

El Caso de Brasil

Elisa Reinhardt Piedras\*

Este trabajo tiene por objetivo estudiar las relaciones establecidas entre el diseño y la cultura de un determinado espacio y tiempo, destacando el papel del profesional de diseño en la formación y crítica cultural de una sociedad.

Con base en las ideas de estudiosos como Faiga Ostrower y Rafael Cardoso Denis, abordamos el diseño, y trabajamos según la metodología interdisciplinaria propuesta por Rita Couto, así como a través del análisis de los aspectos formales, funcionales, metodológicos y simbólicos de los objetos de diseño, discutidos por André villas-Boas.

Proponemos un análisis de la evolución de la cultura y del diseño en Brasil, relacionando hechos históricos de carácter geográfico, político, económico, tecnológico o artístico en una cronología histórica, con el contexto cultural resultante y sus influencias sobre el diseño. Esta relación es ilustrada con imágenes de productos y gráficos diseñados en Brasil desde el siglo XV hasta hoy.

Observamos las intersecciones entre el Brasil colonia y el consumo de productos provenientes de la metrópoli, a pesar de las riquezas del Brasil y de la pluralidad de

la artesanía local; la llegada de la familia real portuguesa en Brasil y independencia del país con la apertura de los puertos y pluralización de las opciones de comercio internacional, liberación de la imprenta en el país a través de la creación de la *Impressão Régia no Rio de Janeiro* y fundación de la *Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional*; el movimiento *Arts and Crafts* y la formación artística del trabajador brasileño con la *Academia Imperial de Belas Artes* y el *Liceu de Artes e Ofícios*; la formación de los Ejércitos Nacionales y la contribución de los armamentos a la industrialización con el *Arsenal de Guerra* y el *Arsenal da Marinha da Corte*, desarrollando proyectos para la producción industrial; las Exposiciones Universales y la brasileña *Exposição Nacional de 1861*, que divulgó diferentes inventos, los primeros proyectos de “máquinas” y tecnologías nacionales para la industrialización.

También observamos el diseño en la urbanización y las primeras fábricas e industrias nacionales, junto a la denominación “*designer*”; la Primera Guerra Mundial y la expansión del parque industrial nacional, popularización y ascensión de valores culturales a través de la tecnología; los movimientos artísticos *Art Nouveau e Art Déco* en la *Bela Época Tropical*, visibles principalmente en el diseño gráfico, que vivenció una expansión del mercado editorial y el surgimiento de nuevas revistas; las vanguardias europeas y la *Semana de Arte Moderna* brasileña, que influyó los proyectos de arquitectura y mobiliario modernista, como en el diseño gráfico, paralelamente a una búsqueda por una identidad brasileña.

Analizamos el diseño hecho durante los gobiernos *populistas* situando el Estado como agente económico, social y cultural, que ofrece oportunidades de trabajo para diseñadores; el período Pos Guerra y el desarrollo industrial, que beneficia el resurgimiento industrial y la inserción del país en la economía internacional, haciendo surgir los estudios de diseño y las primeras escuelas; el contexto contemporáneo del diseño periférico, replanteando el diseño como artículo de lujo y no como calidad de vida, marcado por la falta de un discurso proyectual adecuado para un público multifacético.

A través de las reflexiones y de la observación en el caso de las relaciones entre diseño y cultura en el Brasil, se percibe que las dos disciplinas están más unidas de lo que se supone.

Como resultado de las intersecciones entre el contexto cultural y las iniciativas proyectivas, se materializan los valores de un pueblo y una época, expresando a través de objetos de diseño su identidad.

Además, se puede ver que la actividad proyectiva en Brasil debe conocer y aceptar las condiciones del diseño periférico y, dotada de criticidad y representatividad, designar y construir nuevos caminos para la efectiva contribución de su cultura y sus proyectos para la calidad de vida de sus ciudadanos.

\* Publicitaria, Diseñadora y Profesora, Escola de Comunicação Social, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, Brasil.

## La experiencia del “laboratorio experimental de diseño gráfico” de Campos dos Goytacazes, en Río de Janeiro (ao17)

Luiz Cláudio Gonçalves Gomes\*

El Laboratorio Experimental de Diseño Gráfico está preparado para atender cualquier solicitud de servicio en diseño gráfico.

Un equipo interdisciplinario cuida para que los proyectos gráficos sean elaborados a partir de una concepción actual de mercado, basada en preceptos de la psicología del consumidor, del marketing y de la estética funcional.

El Laboratorio Experimental de Diseño Gráfico está equipado material y profesionalmente para atender solicitudes de logotipos, identidades visuales, packagings, señalización, producción editorial y diseño digital.

El objetivo general del Laboratorio Experimental de Diseño Gráfico es la atención técnico-pedagógica, individual y colectiva a la comunidad del Centro Federal de Educação Tecnológica e Campos (Cefet), en lo que se refiere al estudio del lenguaje visual y al uso de la imagen en diferentes niveles, en la búsqueda del fortalecimiento de la complementariedad del conocimiento en el área profesional del diseño gráfico.

Entre los objetivos específicos está ofrecer condiciones materiales a los alumnos de modo que ellos puedan ampliar su aprendizaje fuera del salón de clases, con o sin el acompañamiento directo de profesores. También el enriquecimiento del proceso de enseñanza y del aprendizaje de diseño gráfico posibilitando una atención diferenciada y de calidad al alumno y al profesor. Posibilitar el desarrollo de las actividades de extensión del curso de Diseño Gráfico, tales como: Apoyo a la producción de la revista técnico-científica “Vértices”; apoyo a la producción de la revista artístico-cultural “Cayana”; proyecto y ejecución de piezas gráficas para la demanda interna de Cefet Campos; proyecto y ejecución de piezas gráficas para clientes externos de Cefet Campos; propiciar condiciones favorables de investigación y enseñanza a los profesores y alumnos del curso de Diseño Gráfico; proponer nuevas experiencias de enseñanza, por medio de la elaboración de diseños que integren las asignaturas y los profesores, ampliando el número de alumnos participantes de los programas de monitoría e iniciación científica del curso; capacitar técnicamente profesores y estudiantes en el uso de nuevas tecnologías de enseñanza de diseño, especialmente de diseño gráfico; desarrollar la competencia comunicativa de los estudiantes en las habilidades de la expresión visual-gráfica; promocionar la investigación y el ejercicio práctico en lenguajes visuales y la producción de piezas gráficas reales, propiciando a los alumnos la oportunidad de entrenamiento para futuras prácticas profesionales en este área; propiciar condiciones favorables de investigación y enseñanza; promocionar el intercambio y la cooperación entre instituciones de enseñanza que posean laboratorios de la misma naturaleza y desarrollan proyectos de