



Una cosa mentale

Entrevista a Rafael Cardoso Denis*

Marco Aurélio Fiochi

Revista *Continuum* de Itaú Cultural

En esta entrevista Rafael Cardoso habla con contundencia sobre el futuro del diseño, el cual, señala, no podrá ser pensado más en la materialidad sino en la experiencia, el uso y la emoción. Habla a su vez de su visión de la historia del diseño, tal como la ha plasmado en sus libros, alejándose de varias convenciones que son comunes en la disciplina, mostrando cómo la comprensión de los orígenes y desarrollo de esta profesión son importantes para comprender sus retos actuales.

Palabras clave: Diseño / Materialidad / Inmaterialidad / Historia / Contemporaneidad.

In this interview Rafael Cardoso talks forcefully about the future of design, which he says may not be thought more from the material point of view but based on experience, use and emotion. Moreover, he talks about his vision on the history of the design, as he had expressed it in his books by moving away from several conventions that are common in the discipline, and by showing how an understanding of the origins and development of the profession is important to unravel the challenges it faces nowadays.

Keywords: Design / Materiality / Immateriality / History / Up-to-datedness.

El diseño del futuro tendrá que aprender a desmaterializarse. Ésta es la opinión del historiador Rafael Cardoso Denis, autor de *Introducción a la historia del diseño*,¹ libro de referencia para el estudio de esa ciencia en Brasil. Para él, el futuro del diseño industrial, al contrario de lo que el sentido común pregona, va más allá del formato digital. “El diseño tiende a alejarse de la materialidad y caminar hacia la experiencia, el uso y la emoción. Cada vez más los objetos de diseño serán inmateriales”. Parafraseando a Leonardo da Vinci, puede decirse que el diseño va a algo muy cercano a su definición clásica del arte: *Una cosa mentale*. Sociólogo de la Universidad Johns Hopkins, en Estados Unidos, y doctor en Historia del Arte de la Universidad de Londres, Denis es profesor en el Departamento de Artes y Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro, y en su tiempo libre, un escritor de ficción –el año pasado publicó la novela *Entre las mujeres*, editada por la Editorial Record–. También coordinó la voluminosa reunión de largos ensayos sobre la producción gráfica nacional, que dio origen al libro *O Design Brasileiro antes do Design*.² En esta entrevista, él retoma personajes y hechos relatados en este libro y señala la importancia de las prácticas sustentables para la creación de objetos. Sobre la importancia del diseño, Denis no titubea: “Sin él, el mundo entraría en colapso”.

* El texto proviene de la entrevista otorgada a la revista *Continuum* (Itaú Cultural, núm. 10, *O desenho das idéias*, mayo de 2008) y realizada por Marco Aurélio Fiochi. La entrevista fue realizada en portugués y el material traducido puede haber sufrido las interferencias propias de la versión en otra lengua, por lo que el contenido puede no ser necesariamente idéntico al de su versión original.

Traducción: Alejandro Tapia.

1. Rafael Cardoso Denis, *Uma introdução à história do design*, Edgard Blücher, São Paulo, 2000.
2. Rafael Cardoso Denis, *O Design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*, Cosac Naify, São Paulo, 2005.

¿Qué es lo que puede y no puede ser considerado diseño?

Estoy en contra de este tipo de clasificación, lo que es y lo que no es. Las cosas pueden ser alguna cosa en un momento y no serlo en otro. El diseño no es diferente de la literatura o la música, por ejemplo. Lo que define el objeto de diseño es mucho más su uso que el propio objeto. Éste puede estar en una situación en la que su dimensión proyectiva es mostrada o no. Hay objetos que son clasificados por el sentido común como típicamente de diseño, pero cuando están dentro de un museo, o detrás de una vitrina, cambian su función. Pasan a tener un uso mucho más próximo al de la obra de arte en un museo. Todo depende del contexto.

¿Qué elementos asocia o identifica como diseño brasileño?

La historia del diseño es una historia de la modernidad, que surgió en el siglo XIX. El diseño es el resultado de la industrialización y nace en un mundo ya –para usar un término actual– globalizado. Es un mundo en el que los intercambios internacionales definen casi todas las relaciones. Así que es muy difícil hablar de diseño brasileño en una forma purista, autóctona. Cualquier diseño, de cualquier parte del mundo, establece intercambios, tiene influencias, especialmente en Brasil, que siempre ha vivido la experiencia de importar cosas y reinventar su realidad. Cuando publiqué el libro *Uma Introdução ao História do Design*, algunas personas me acusaron de no haber hecho una introducción a la historia del diseño en Brasil. Respondí que era imposible escribir este tema, incluso en un nivel introductorio, sin tener en cuenta el resto del mundo, las influencias que teníamos, los intercambios que se produjeron... ¿Cuál es el diseño brasileño? La respuesta es simple: no lo sé.

Es difícil identificar los elementos brasileños, porque todo está antropofágicamente mezclado, revuelto, reprocesado...

Hay ciertos objetos y situaciones que podemos entender como específicos del contexto brasileño. Son ejemplos de respuestas característicamente brasileñas a un desafío mayor, global, que es de diseño en la modernidad, y actualmente en la posmodernidad. Sin embargo, estas respuestas típicamente brasileñas son más una excepción y no una regla. Podríamos decir: un objeto emblemático del diseño



FIGURA 1

brasileño, por sentido común, es la *Silla blanda [Mole Poltrona]*, de Sergio Rodrigues. Todos la citan, ya que el propio Sergio, en el momento en que la proyectó, estaba pensando en las cuestiones de identidad nacional. Era el final de la década de 1950, Brasil se convirtió en el campeón del mundo en el fútbol, estaba la *bossa nova*, Brasilia se estaba construyendo, muchas personas estaban reconsiderando lo que era ser brasileño. Y entonces la *Mole Poltrona* surgió como una manifestación de la identidad brasileña, diseñada específicamente para este propósito. Pero, irónicamente, éste es uno de los objetos de diseño brasileño más aceptado por el lenguaje modernista internacional. Fue galardonado en Italia.

Fue un momento en que, de cierta forma, el diseño venía de la arquitectura. ¿Hoy en día existe una mayor separación, los campos están mejor definidos?

Creo que la división de los campos es una cosa del pasado. Veo que algunos debates sobre lo que es el diseño, qué es la arquitectura, qué es la ingeniería, qué es el arte... Tales debates me parecen corporativistas. Son personas que quieren defender su territorio profesional e impedir que otras personas ejerzan sus ocupaciones. En realidad el diseño, por haber nacido en la modernidad, siempre ha sido un área no sólo internacional, sino también híbrida en términos de interdisciplinariedad. Nunca hubo un diseño puro, el diseño siempre ha sido intercambio. Pero en algún momento de la historia del diseño, que describimos de forma simplificada como modernismo o periodo modernista, el diseño fue

Figura 1

“La Poltrona mole” (silla blanda) de Sergio Rodrigues. Fuente: <http://www.arkpad.com.br/produto/poltrona-mole-e6549>

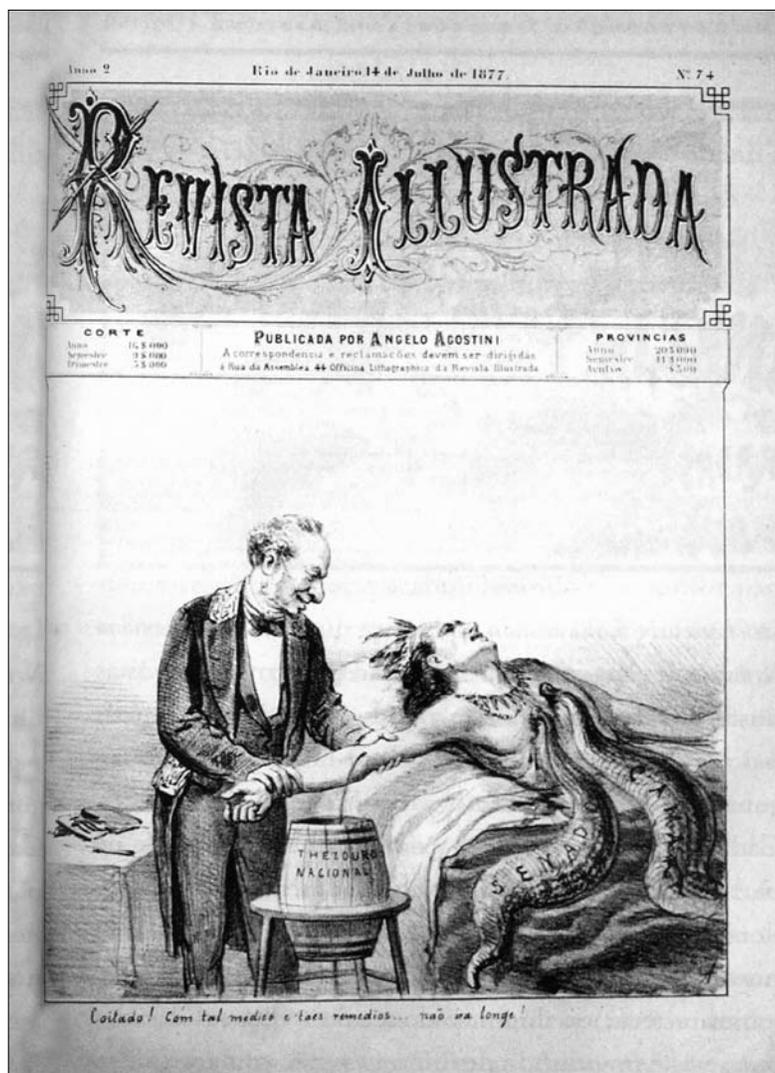


FIGURA 2

Figura 2
 Página de abertura de la *Revista Ilustrada*, dirigida por Angelo Agostini, 1877. Fuente: Rafael Cardoso, *Uma Introdução a História do Design*, 3ra. ed., Blucher, São Paulo, 2008, p. 51.

Figura 3
 Viñeta de J. Carlos. Fuente: <http://www.edukbr.com.br/artemanhas/gifs/jcarlos.jpg>



FIGURA 3

secuestrado por un grupo, el cual lo tomó para sí y determinó: “esto es diseño, aquello no es diseño”, “eso es la arquitectura” o “aquí termina la arquitectura y comienza el diseño”. De hecho, hoy, en la posmodernidad, ya distante de aquel periodo, se puede ver que nunca ha habido esta pureza. Ni en aquella época, cuando esos límites eran establecidos de una manera más rígida. Se trataba más de un discurso que de una práctica. Hoy en día, me doy cuenta de una diferencia: algunos de los mejores arquitectos también son diseñadores, y viceversa. Y hay un enriquecimiento mutuo entre estos dos campos que es histórico y va a continuar.

Usted coordinó el libro *O Design Brasileiro antes do Design*, en el que hay un amplio panorama de la producción gráfica brasileña. ¿Podría contarnos más sobre esa historia?

En la historia del diseño gráfico hay algunos lugares poco conocidos, que datan de la segunda mitad del siglo XIX. Durante ese periodo, se da el comienzo de lo que yo llamo una industria gráfica. Surgen figuras impares que aparecen en la imprenta, en periódicos y también en los libros, como Henry Froes, Angelo Agostini, Machado Julián, que son frecuentemente identificados en la historiografía del arte brasileño como caricaturistas. Las publicaciones comienzan a tener toda una planeación gráfica. Éstos son los inicios de lo que podríamos llamar el diseño gráfico en Brasil. Sin embargo, el diseño gráfico en realidad viene de principios del siglo XX, en las décadas de 1910 y 1920. J. Carlos³ [dibujante, ilustrador y diseñador gráfico de Rio de Janeiro] es un excelente ejemplo. Dirigió cinco revistas a la vez y hacía el diseño gráfico de cada una de ellas, segmentándolas en función del perfil del público lector. Fue director de arte del grupo de *Pimenta de Melo*, uno de los primeros grandes conglomerados de medios de comunicación impresa en el país. De la misma generación de J. Carlos hay figuras emblemáticas como Fernando Correia Dias, uno de los primeros grandes diseñadores del libro en Brasil, quien pensó sobre la estructura

3. Se refiere a José Carlos de Brito e Cunha, caricaturista, ilustrador y diseñador gráfico de Rio de Janeiro que es considerado el gran ilustrador de la vida carioca en la primera mitad del siglo XX.

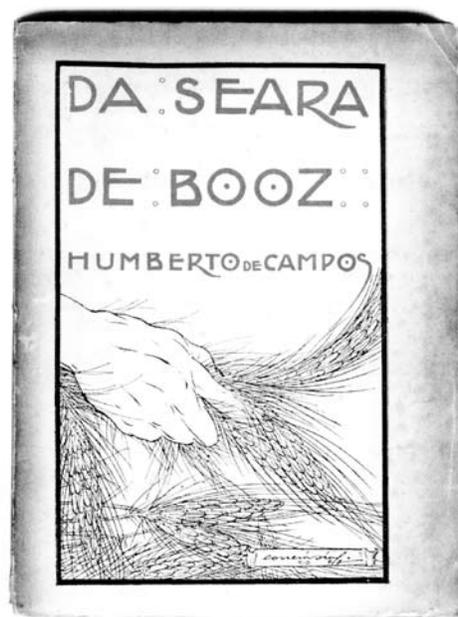


FIGURA 4

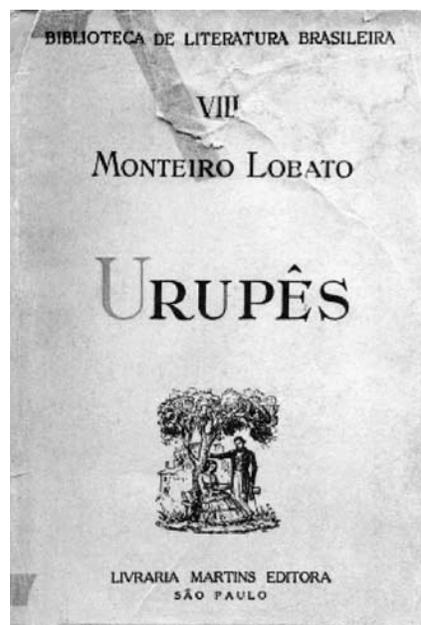


FIGURA 5

del libro, la paginación, la diagramación y, por supuesto, las cubiertas ilustradas, que eran su fuerte. También surgieron profesionales en São Paulo, como Antonio Paim Vieira, que hacía la revista *Garoa*. Él fue uno de los grandes portadistas del libro en la década de 1920. En la década de 1930, Santa Rosa Thomas se convirtió en el padre del diseño del libro en Brasil. Trabajó casi exclusivamente para José Olympio [editor paulista] por un largo tiempo, produciendo cientos de libros, proyectos interesantísimos. No me gusta la palabra “pioneros”, pero es un periodo pionero, las personas experimentaron cosas y buscaron nuevas fórmulas para satisfacer a un público masivo.

Se trata de la creación, en cierto sentido, de la industria cultural en el país...

Creo que sería anacrónico llamar industria cultural a lo que se produjo durante ese periodo, pero sin duda había mucho en común con lo que vemos hoy. Monteiro Lobato es otro gran ejemplo. Él es una figura clave para la historia del libro en Brasil. Además de escritor, era un empresario que supo pensar mercadológicamente al libro como producto. Estos casos demuestran que el diseño gráfico en Brasil se volvió, en ese periodo, una cuestión de industria y de amplios escenarios gráficos. Y eso para mí es la verdadera historia del diseño gráfico. Éste nació mundialmente en las oficinas, en las fábricas, en los talleres gráficos. Y después pasa por una segunda generación, la de los profesionales liberales. Con ellos han sido más visibles los contornos de lo que entendemos por diseño. En la elaboración de carteles, en la década de 1930, surgen figuras como Ary Fagundes, Geraldo Orthof,

Figura 4

Portada de libro realizado en 1917 por el ilustrador Fernando Correia Dias. Fuente: Rafael Cardoso, *op. cit.*, p. 106.

Figura 5

Portada del libro *Urupês*, de Monteiro Lobato, ilustrado por Antonio Paim Vieira, 1943. Fuente: http://4.bp.blogspot.com/_-nfiexLrs0U/THwIGAkVmQI/AAAAAAAAACiQ/cgmXLZXNCI4/s1600/Urupes+capa_paim.jpg

Figura 6

Portada de libro proyectado por Santa Rosa en 1935. La solución de diagramación aquí demostrada, insertando una pequeña ilustración en blanco y negro en una gran área de color liso, enfatizando la tipografía, fue muy utilizada en los proyectos realizados para la Editora José Olympio en la década de 1930. Fuente: Rafael Cardoso, *op. cit.*, p. 139.



FIGURA 6



FIGURA 8



Figura 8
Carteles de Ary Fegundes, fechados a fines de los años treinta y principios de los cuarenta, utilizando el estilo Constructivista. Fuente: Rafael Cardoso, *op. cit.*, p. 142.



FIGURA 9

Figura 9
Estante modular MF 710, proyectado por Geraldo de Barros y fabricado por Unilabor en 1954. Fuente: *Ibid.*, p. 177.

Figura 10
Logotipo de la empresa Metal Leve, creado en 1963 por Alexandre Wollner. Fuente: *Ibid.*, p. 187.



FIGURA 10

Henrique Mirgalowsky. Todo el mundo piensa que el diseño gráfico en Brasil comenzó en la década de 1950 con el arte concreto, con Antonio Maluf, Alexandre Wollner, Geraldo Barros. Yo diría que esto no es un comienzo, es un recomienzo. Como ya lo decía el nombre del grupo: Ruptura. Y eso fue, una ruptura. Para romper es necesario que haya algo preexistente. Es de sentido común decir que el diseño gráfico fue inventado en Brasil en las décadas de 1950, 1960. Esto es absolutamente inaceptable desde una perspectiva histórica. Hay por lo menos cien años de la industria gráfica antes de eso.

¿Qué cambios hay en el diseño en la era digital?

El diseño tiende a alejarse de la materialidad y caminar en dirección de la experiencia, el uso y la emoción. Cada vez más los objetos de diseño serán inmateriales. El diseñador debe aprender a diseñar interacciones. No es suficiente diseñar una taza, por ejemplo. En adelante será necesario el diseño de una situación de consumo de bebidas calientes. Se trata de una experiencia de uso, de sociabilidad, de intercambio de información. Nigel Whiteley [profesor de Lancaster Instituto de Arte Contemporáneo, en el Reino Unido] en su libro *Design for Society*⁴ reflexionó sobre lo que representó para el cine el surgimiento de la televisión, y concluyó que el error de los grandes estudios de Hollywood fue pensar que su producto era la película, la sala de cine, la butaca, las palomitas de maíz, la pantalla... Ése no es el producto del cine, el producto del cine es el entretenimiento.

4. Nigel Whiteley, *Design for Society*, Reaktion Books, Reino Unido, 1993.



FIGURA 11



FIGURA 12

Quien estaba involucrado con la televisión entendió eso, se dio cuenta de que la televisión y el cine eran el mismo producto en dos medios, con estructuras y públicos diferentes. Ellos tenían una visión de futuro, de que la parte inmaterial de lo que hacían, la parte simbólica, emocional, era mucho más importante que la producción de películas. Y ello no es sólo una cuestión psicológica. Por ejemplo, gran parte de lo que se hace actualmente en diseño de experiencia, como se denomina ese tipo de enfoque, se deriva de la ergonomía. Es una cuestión de usabilidad, de economía, y un conjunto de factores.

El tema del calentamiento global ha impuesto una nueva cuestión al diseño, la sustentabilidad. ¿Dicho fenómeno representa un reto para el sector, a través de la creación de productos, metodologías y procesos industriales?

A diferencia de otras áreas, donde la sustentabilidad y el impacto ambiental son discusiones recientes, en el diseño esos son temas bastante antiguos. Es una preocupación que viene desde la década de 1960, con el inicio del movimiento ecologista en las formas en que lo conocemos hoy. En aquel momento, las sociedades del diseño industrial señalaron que el medio ambiente era un tema central para la planificación mundial del diseño. En 1971 fue publicado un libro que influyó en toda una generación de profesionales: *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* [Diseño para el mundo real: ecología humana y cambio social] del diseñador Víctor Papanek. El autor se convirtió en un profeta, un gurú de los jóvenes diseñadores, y su libro es probablemente uno de los pocos *best-sellers* de todos los tiempos en esta área. En él, Papanek habla de la necesidad de llevar

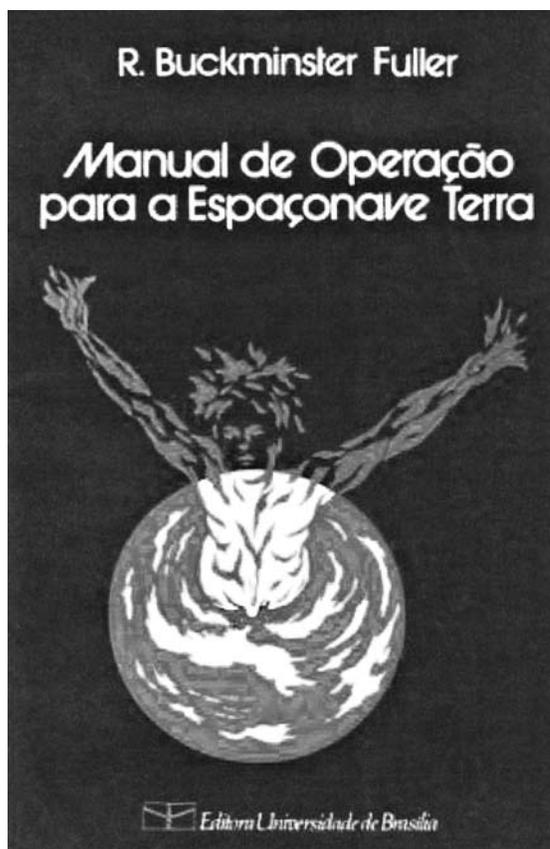


FIGURA 13

Figura 11

Cartel creado por Antônio Maluf para la I Bienal de São Paulo, 1951. Fuente: Rafael Cardoso, *op. cit.*, p. 184.

Figura 12

Portada del libro *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (Diseño para el mundo real: ecología humana y cambio social). Fuente: <http://bookworship.com/?p=1017>

Figura 13

Portada del libro *Manual de Operação para Espaçoave Terra*, de Richard Buckminster Fuller, Editora Universidade de Brasília, Brasília, 1985. Fuente: http://img.skoob.com.br/livros_new/5/135270/MANUAL_DE_OPERACAO_PARA_A_ESPACONAVE_TER_1288233912P.jpg



FIGURA 14

Figura 14
Calentador de
cucuruchos
de cacahuete.
Fuente: Rafael
Cardoso,
op. cit., p. 250.

la baja tecnología al tercer mundo. Fue muy criticado, pero también censurado al proponer, por ejemplo, un televisor de \$10 dólares, del tipo "hágalo usted mismo". Las aportaciones tanto de Papanek junto con las del filósofo y diseñador Buckminster Fuller, otro pensador importantísimo de la década de 1960, con su libro *Manual de Operação da Espaçoave Terra* [Manual de operación de la Espacionave Tierra],⁵ son enormes. El mérito de Fuller fue transmitir sus conceptos de diseño en términos accesibles para el público en general. Todas estas referencias comenzaron a ser una

5. Richard Buckminster Fuller, *op. cit.*

gran carga para los diseñadores en ese periodo, ¡como si tuvieran que salvar el mundo! Dicha idea fue recurrente: el diseñador tenía que pensar todo el tiempo que el resto de la humanidad está destruyendo el mundo y que él era el responsable de asegurar lo que ahora se llama sustentabilidad. Esta carga paralizaba a un estudiante o a un joven diseñador, que quería entonces ponerse a calcular todos los problemas ambientales antes de actuar. Pero esto es algo demasiado pesado para un profesional de veintitantos años. Se trata de un problema global en todos los campos del conocimiento.

Pero que es algo que el diseño puede acompañar, ¿el diseño está contribuyendo a este problema...?

Sí, creo que sería mucho más útil si los jóvenes diseñadores pensarán menos en hacer un producto que va a revolucionar alguna actividad, y se centraran más en cómo este objeto integra un proceso y cuál es su impacto ambiental. Es más importante generar menos residuos en la práctica profesional, desperdiciar menos energía. No sirve mucho crear productos ecológicos si se hace de un modo destructivo, con un impacto ambiental negativo. Tener una acción responsable, que contribuya a la sustentabilidad, a veces es más importante o más productivo que tratar de llegar a conseguir el producto que salve a la humanidad.

Cuando se habla de diseño, siempre se piensa, al igual que a lo largo de la historia, en el diseño ganador, el que logró tener éxito, que se convirtió en un clásico, un estándar a seguir, una referencia. ¿Qué pasa con el diseño "perdedor", por ejemplo, que por problemas diversos no entró en la historiografía del diseño; estos materiales no podrían generar una historia diferente del diseño, una un poco más democrática?

¡Por supuesto! Y esa es la historia del diseño que trato de hacer y sobre la que animo a otras personas a seguirla. No es sólo una cuestión de ideología. Podría aquí invocar a Walter Benjamin y hablar sobre la necesidad de buscar en las líneas de la historia las cosas perdidas, cosas que pudieron haber sido, pero que nunca fueron. Se podría hacer un discurso histórico, ideológico, romántico acerca de la necesidad de justicia a los que fueron vencidos. Pero no hay necesidad de hacer un discurso así tan idealizado, lo que puedo hacer es

algo mucho más práctico: la historia no es evolutiva. Cuando se construyen narrativas históricas evolutivas, lineales, donde una cosa vence a otra, en realidad lo que se está haciendo es embrutecer, se está perdiendo biodiversidad histórica. La importancia de estudiar esa historia olvidada es que aquellas soluciones que se descubrieron en un momento dado sin alcanzar el éxito o no ser bien recibidas, pueden tener su importancia. Cuando coordiné *O Design Brasileiro antes do Design*, me di cuenta que hubo muchas soluciones de diseño gráfico brasileño, en las décadas de 1890 a 1920, que no lograron crecer en su tiempo. Ponerlas en un libro fue una forma de recuperación histórica. El libro fue lanzado en 2005 y desde entonces una serie de lenguajes, soluciones formales y esquemas gráficos que estaban en tal publicación comenzaron a aparecer en el diseño gráfico.

¿Los cursos universitarios dialogan con el mercado?

La enseñanza del diseño está basada en las ideas de una época en la que se pensaba que la profesión era muy fácil de explicar y encuadrar. Por lo tanto, se siguen formando diseñadores para actuar en cosas que ya no existen, y no formando profesionales para hacer frente a lo que realmente hay, que son situaciones muy complejas impuestas por la contemporaneidad. Cada vez más, el diseño se diversifica, se pulveriza, se encuentra fragmentado. Creo que el mercado está más cerca de esa realidad, porque construye a los profesionales que necesita. En la actualidad, hay diseñadores especializados en las cosas más diversas. Se trata de una segmentación que se produce en el mercado. Desafortunadamente, la universidad no satisface plenamente las necesidades del mercado, porque los diseñadores son profesionales, en general, con una formación insuficiente. Yo creo que los programas deben revisarse y hacerse más flexibles para satisfacer las necesidades de un mundo en el que las cosas están cambiando constantemente. El diseño es un área que se abre a muchos aspectos, es uno de los pilares de la "actividad pensante" del mundo de hoy. Es una de las profesiones más importantes y esenciales de la posmodernidad. Sin el diseño, el mundo se derrumba. ¿Cómo un área con esta amplitud puede mantener su unidad? ¿Cómo promover una formación que no sea dispersiva? Es muy difícil.

Me gustaría proponer un ejercicio creativo, libre y divertido, en el que usted señale qué producto aún no se ha creado y dijese porqué, en su opinión, ello no ha sucedido.

¿Le gustaría crearlo, si fuera posible?

Hay un producto que me hace mucha falta, que viene prometiéndose por la ciencia ficción desde hace muchas décadas: la teletransportación. Me parece una fantástica oferta. Desde la película *La mosca* (David Cronenberg, 1986) se tiene una idea visual de la teletransportación, pero no ha sucedido todavía. El día en que teletransportarse sea posible, voy a creer en la tecnología. Hasta entonces, creo que está en deuda con nosotros. Los avances tecnológicos en los últimos 200 años demuestran haber sido insuficientes para resolver los problemas que ella misma creó. El filósofo Vilém Flusser habla de diseño como la creación de obstáculos. Cada vez que usted resuelve un problema crea otro. Cada solución es en realidad un obstáculo. Por supuesto que no estoy negando el avance tecnológico, pero, parafraseando a Marx, es "caer en sus propias contradicciones." El avance tecnológico es incontrolable y, al mismo tiempo, no es un proceso sustentable. La teletransportación es el gran reto justamente por eso. No hay necesidad de materializar, sino más bien desmaterializar. Ese parece ser el camino. No tengo la competencia para inventar nada, pero cuando se crea arte –y yo también soy un escritor– se crean ideas. Las ideas son inmateriales, limpias y sustentables, son capaces de transformar el mundo sin dejar un rastro de destrucción. A veces la dejan, pero la destrucción es también necesaria. Los diseñadores tienden a valorar poco la creación. Hace poco vi un debate en el que la gente negaba que la creación fuese parte del proceso de diseño. Esto me pareció una idea no solo loca, sino peligrosa.