

Retórica y diseño: la experiencia brasileña

Por Alejandro Tapia

Brasil muestra cómo el auge del diseño radica en su conexión con la cultura y en la vinculación no prejuiciada entre teoría y práctica.

Este texto vinculará al diseño brasileño con la retórica, debido a la facultad que éste ha tenido para reposicionar la profesión en su entorno cultural de una forma significativa. La retórica debe ser entendida como la habilidad de descubrir los lugares de pensamiento que mueven a una colectividad a alcanzar sus objetivos y proyectarlos a la vida cotidiana de los ciudadanos de una forma asequible y práctica.

En el pasado, por ejemplo en la colonización de América, este principio abarcaba las palabras, las imágenes, los modelos arquitectónicos y urbanos, y justo por ello tendríamos que pensarla como una disciplina relevante en el diseño. Sin embargo en el mundo hispanoamericano la profesión del diseño ha estado desde el principio desvinculada de la retórica, lo que ha supuesto también su desarticulación con las demás disciplinas relacionadas con la cultura, por lo que el diseño se mantiene en realidad como una disciplina ajena a los asuntos decisivos de los países. Por ello los debates sobre el diseño en el mundo hispanoamericano siguen siendo sumamente pobres, pues se mueven circularmente en torno a la tradición formalista en la que éste se inscribió en nuestra academia, o bien se le concibe como una actividad muy sofisticada de servicio pero que no puede proponerse metas mayores.

Observemos por ejemplo cómo, entre nosotros, el diseño se discute desde el diseño, con el diseño y para el diseño, haciendo que sus discusiones sean siempre poco fértiles. Y nos hemos acostumbrado a ello de la misma forma en que lo hacemos con, por ejemplo, la televisión, a la que concebimos como intrínsecamente pobre y a la que no podemos pedirle más. Justo la mirada retórica obliga a preguntarse si tal cosa es así inevitablemente, o son las civilizaciones las que construyen su entorno de esa manera, de modo que también dicho escenario pueda ser re-diseñado.

Observando pues este estado de cosas, y ante el hecho de que en el mundo hispánico parece no existir todavía, pese a numerosos y valiosos esfuerzos, un proyecto intelectual lo suficientemente sólido como para insertar al diseño de manera vital en la actividad no sólo económica sino social y cultural de nuestros países, decidimos voltear la mirada a uno de nuestros vecinos latinoamericanos donde las cosas podrían estarse dando de otra manera. Mirar el diseño brasileño y su respaldo académico y profesional fue algo que nos sugirieran, alguna vez, visitando nuestro país, colegas como Richard Buchanan y [Victor Margolin](#), editores de la revista «Design Issues» y prolijos teorizadores de nuestro campo. Y en efecto, los últimos eventos que hemos realizado en nuestra Universidad han contado con diseñadores brasileños, cuyas exposiciones han enriquecido nuestro campo, abierto otras

investigaciones y permitido vislumbrar otros escenarios, experiencia que se ha vuelto también proyecto de trabajo a partir de visitar también los lugares donde se hace y se piensa al diseño en aquel país.

Nadie desconoce ya que el diseño brasileño vive un auge significativo. Podemos mirar este auge como resultado de una fecunda actividad retórica, es decir, porque el diseño se asume como una actividad relacionada con la cultura, con el estudio de la condición civilizatoria en la que se mueven sus proyectos y para postular unas colocaciones conceptuales propias frente al mundo y para su gente. En su libro «*O Efêmero e o Paródico, crônicas e ensaios sobre design*», Claudio Ferlauto, profesor de la Universidad de Sao Paulo, señala la necesidad de formar a los diseñadores en función del conocimiento de las habilidades retóricas, pues el diseñador debe enfrentar la capacidad de disponer sus lenguajes estimulando la percepción de lo que es necesario ver, lo no sabido también, lo que implica la habilidad de saber utilizar las metáforas, las ironías, las metonimias.

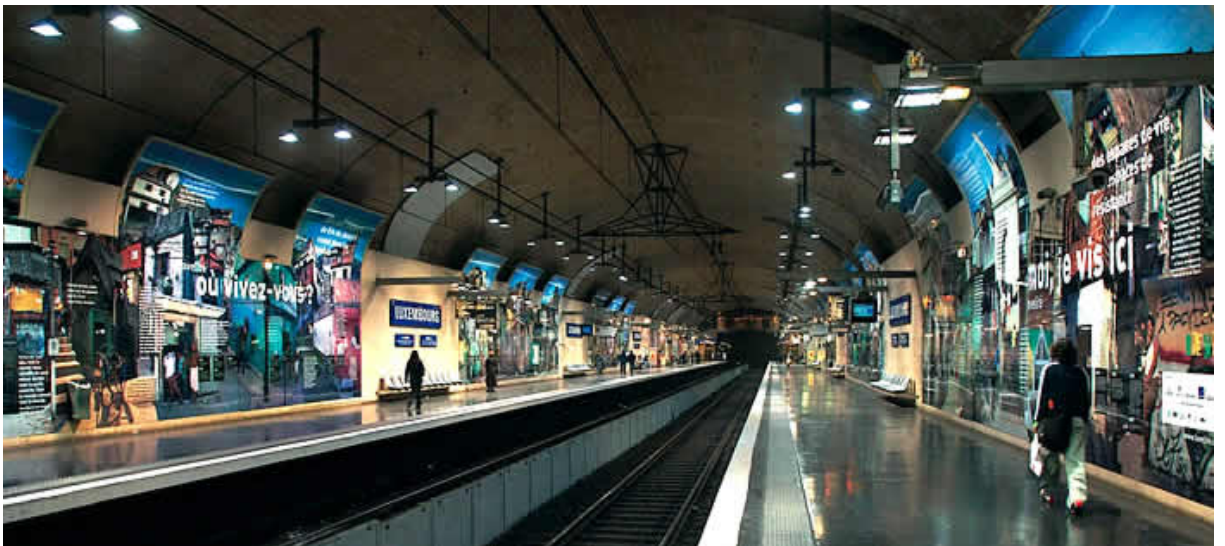
En el 2008 la Universidad de Sao Paulo celebraba un seminario sobre «*Metáforas da rua*», un espacio para estudiar cómo las disposiciones retóricas actúan en el espacio urbano, siendo indispensable conocerlas para actuar sobre su planeación. A su vez André Stolarsky, uno de los más importantes diseñadores gráficos de Rio, y traductor al portugués de ese libro fundamental de la auténtica retórica tipográfica como es «*The elements of Typographic Style*» de Robert Bringhurst, muestra cómo la tipografía y el diseño pueden emplearse metafóricamente en la pantalla para «ver» conceptos (más que tecnología en sí) y así llevar a cabo uno de sus postulados, el de que, al hacer diseño, se tiene que saber que «el público sabe lo que quiere, y también quiere lo que no sabe».

Stolarsky dio una buena muestra de ello en el Congreso realizado en Aguascalientes en 2007 por la Asociación de Escuelas Mexicanas (Encuadre). Y sus proyectos hablan de esta posición donde el movimiento cultural del país se hace ver a través del diseño, con una alta calidad gráfica: el diseño del CD «*A Pessoa e para o que nasce*» (sobre tres ciegas nordestinas que hacen su propia música) o los empaques para los productos agrícolas de las familias rurales. André mostró también el trabajo de otros diseñadores brasileños donde la habilidad retórica resalta por su audacia para comprender los escenarios. Uno de ellos es la ambientación realizada por sus colegas para la empresa Nokia, donde los finlandeses tuvieron que negociar en un espacio hecho a la manera de un mercado local, sabiendo así que en Brasil la idea de mercado tiene condiciones particulares para la globalizar. Mostramos aquí esa escenografía, donde los visitantes se sintieron además muy cómodos y relajaron sus posturas en la negociación. «Nadie nos ha tratado tan adecuadamente» decían.



Guía Marketing Promocional, MG. Ambiente informal para aproximar a una empresa con sus clientes, año 2003.

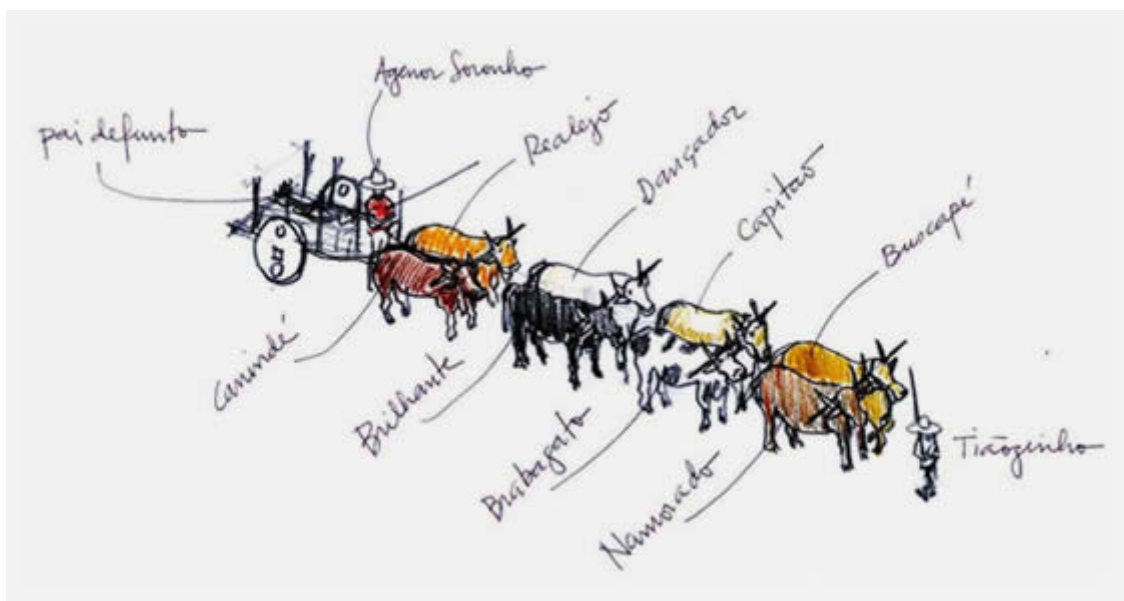
O bien conocimos el diseño hecho para el metro de París, en la Semana de Brasil en Francia, donde los parisinos se confrontaban con la vida de una «favela» al salir del vagón.



Paula Delecave, Favelité, Collage para representar una favela en la estación del metro Luxenbourg, en París, año 2005.

La índole del diseño brasileño tiene este carácter porque su matriz de producción no está desvinculada de la reflexión teórica y académica. Brasil cuenta ya con varias maestrías y

doctorados en diseño, existen tesis en línea, así como hay también varias editoriales especializadas o seminarios de estudio en el conjunto de las Universidades de todo el territorio. El diseño se hace ahí para postular un punto de vista propio, competitivo, que se procura sus propios elementos para relacionarse con el mundo. El punto fundamental es que el país tiene un proyecto cultural y político más amplio que el propio diseño, que lo envuelve y lo conduce a afinar sus propios marcos de referencia conceptuales, lo que lo lleva a tener que respaldar su pensamiento con una fuerte combinación entre teoría y práctica. Por supuesto que este proyecto del país tiene bases históricas, está dibujado en los trabajos de historiadores, antropólogos, literatos, filósofos, humanistas y críticos sociales que han trazado la dirección de lo que hay que hacer para ganar autonomía frente a las directrices trazadas por la cultura occidental, como sucede en las obras de Luis da Cámara Cascudo, Darcy Ribeyro, Sergio Buarque de Holanda, Guimarães Rosa o Milton Santos, en los que se perfila una manera estimulante de confrontar el propio futuro del país. Una línea de trabajo plenamente constituida es por ejemplo la que articula a la literatura con el diseño. Tuvimos de ello una experiencia muy significativa al visitar el Sertón, en el estado de Minas Gerais, gracias a la invitación del arquitecto Luis Antonio Jorge, de la USP. Luis Antonio ha trabajado la literatura de João Guimarães Rosa para realizar proyectos arquitectónicos como el de la Casa de la Cultura del Sertón, una arquitectura que está basada en el carro de bueyes que figura en un cuento de G. Rosa. La casa no sólo da un fuerte sentido de pertenencia a sus habitantes, sino que se sincroniza con otras actividades como la de los «*Contadores de Estórias*», y se combina con el conjunto de las actividades de la población rural del lugar: la música, la comunicación visual, los productos culinarios, el teatro, el trabajo y la administración local. Aquello genera una sofisticada articulación que da por resultado una suerte de imagen de identidad no corporativa, pues está basada en la literatura y no en el marketing urbano. Veamos algunas imágenes de ello que recopilamos mientras hacíamos un video en el lugar.



El carro de bueyes descrito en G. Rosa, dibujo de Luis. A. Jorge



Artesanía rosiana; Interior y exterior de la Casa de la Cultura, homenajeando al Morro que da nombre al cuento y una de las Contadoras de Estórias Miguilim.

Lo destacable de esta experiencia es que un abordaje erudito de la literatura produce un diseño sumamente efectivo para la población, y que coloca al interior de Brasil como una matriz relevante para dar identidad al país. En Sao Paulo, ya dentro de la esfera urbana, esta matriz del interior seco y rural del Sertón ha motivado también obras de diseño arquitectónico como el centro cultural SESC Pompeia, uno de los más visitados por la población.



Lina do Bardi, SESC-Fábrica Pomepia, Sao Paulo.

La vertiente entre literatura y diseño también estuvo presente en el curso que Rafael Cardoso impartiera en nuestra Universidad en 2008, «Diseño para un mundo complejo». Cardoso ha sido un editor y estudioso de los textos de un inhabitual teorizador del diseño como Vilém Flússer, y su exposición establecía siempre analogías, bastante provechosas, con textos de Machado de Assís o Marcel Proust. Sin duda la afluencia constante entre una investigación teórica y las decisiones prácticas son lo que ha dado al diseño brasileño el carácter que tiene hoy como uno de los elementos vitales de la vida cultural y económica del país. Por ello no sólo el Ministerio de Economía aprobó unas Políticas de Diseño que ofrecen un gran interés para Latinoamérica, sino que el Propio Ministerio de Cultura incluye al diseño como uno de sus ámbitos programáticos.

La paradoja en el caso brasileño es que a pesar de una historia sumamente problemática y llena de violencia, la conexión entre diseño y cultura se ha vuelto fértil y ampliamente movilizadora del país, ahí donde no parecía posible hasta hace pocas décadas. Y eso concuerda con la definición de Retórica que da un autor como Donald Bryan, quien dice:

La Retórica es el método, el órgano de los principios para decidir mejor las cuestiones que son indecibles, para arribar a soluciones ante los problemas que son irresolubles, para instituir un método en esas fases vitales de la actividad humana donde no existe un método inherente a la materia de la que se ocupa una decisión. El arte de resolver éste tipo de problemas es la Retórica.

El diseño brasileño es un buen caso para observar este principio, mirando también la

fertilidad que para su causa tiene mantener una relación viva con las disciplinas humanísticas. Latinoamérica tendría que incluir esta experiencia en su reflexión.

Publicado el 06/08/2009



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/retorica-y-diseno-la-experiencia-brasilena>

