

EDITORIAL:

DI. Ronald Kapaz– Brasil

¿Por qué viniste?

Una vida, un lenguaje y una travesía

Escribo este breve ensayo por invitación del Dr. Juan Emilio Martínez, Editor Ejecutivo de la Revista Azmanos en ISDi - Instituto Superior de Diseño, Universidad de La Habana, quien amablemente me contactó y me invitó a compartir con la comunidad cubana una perspectiva de alguien que nació, creció y vive en Brasil. Un trayecto de 42 años dedicado a descubrir, explorar, expandir y luchar por la disciplina del Diseño.

Para empezar, es importante destacar el alcance del territorio del Diseño, y cómo nació, se practica y se expande aquí, en tierras brasileñas.

Cuando buscaba mi vocación y mi profesión y elegía en qué disciplina encontrar el ámbito fértil para potencializar mis primeras inquietudes profesionales, entonces (1975) ligado al gusto por diseñar e inventar cosas, elegí la Arquitectura. La idea de Diseño aún no había llegado a Brasil.

Tuve la suerte de asistir a la mejor escuela del país, una escuela pública de la Universidad de São Paulo, FAUUSP - Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de São Paulo. Una escuela inspirada pedagógicamente en la Bauhaus, y en la idea de que un diseñador debe diseñar "del tenedor a la ciudad".

Elegí Diseño Gráfico, a parte de esa formación amplia, donde decíamos que la diferencia entre un Urbanista, un Arquitecto y un Diseñador era de escala: uno trabajaba con el kilómetro, otro con el metro, y el último con el milímetro. Tenía vocación, descubrí, para el milímetro. Para la calibración fina.

En ese momento recién llegaba al país el Diseño Gráfico, como una idea proveniente de Europa para organizar e identificar a las empresas y sus productos a partir de una identidad visual planificada. Una cuestión de identidad visual y estética, entonces.

Después de 42 años, vi nacer y participé activamente en el proceso de evolución y sofisticación de esta disciplina, pasando de lo estético a lo estratégico sin abandonar ninguna de las etapas anteriores, y de este lenguaje tan sofisticado y estructural para la vida del hombre. en la ciudad, para el *homo urbanus*.

Organizar, orientar, clasificar, simplificar, ordenar, jerarquizar, diferenciar, identificar, valorar y personalizar los mensajes que todos consumimos a diario en forma gráfica (señalización vial, diseño de periódicos, packaging, marcas de empresa, alertas, interfaces y mensajes digitales en nuestros ordenadores y móviles...) es una tarea muchas veces, y curiosamente, invisible, que posibilita y ordena la complejidad de la vida en la ciudad.

Why did you come?

A life, a language and a journey

I am writing this brief essay at the invitation of Dr. Juan Emilio Martínez, Executive Editor of Azmanos Magazine at ISDi - Instituto Superior de Diseño, Universidad de La Habana, who kindly contacted me and invited me to share with the Cuban community a perspective of someone who was born, raised and lives in Brazil. A 42-year journey dedicated to discovering, exploring, expanding and fighting for the Design discipline.

To begin with, it is important to highlight the scope of the territory of Design, and how it was born, practiced and expanded here, in Brazilian lands.

When I was looking for my vocation and my profession and I chose in which discipline to find the fertile field to potentialize my first professional concerns, then (1975) linked to the taste for designing and inventing things, I chose Architecture. The Design idea had not yet reached Brazil.

I was lucky enough to attend the best school in the country, a public school of the University of São Paulo, FAUUSP - Faculty of Architecture and Urbanism of the University of São Paulo. A school pedagogically inspired by the Bauhaus, and by the idea that a designer must design "from the fork to the city".

I chose Graphic Design, apart from that broad training, where we said that the difference between an Urban Planner, an Architect and a Designer was one of scale: one worked with the kilometer, another with the meter, and the last with the millimeter. He had a vocation, I discovered, for the millimeter. For fine calibration.

At that time, Graphic Design had just arrived in the country, as an idea from Europe to organize and identify companies and their products based on a planned visual identity. A question of visual and aesthetic identity, then.

After 42 years, I saw the birth and actively participated in the process of evolution and sophistication of this discipline, going from the aesthetic to the strategic without abandoning any of the previous stages, and of this language that is so sophisticated and structural for the life of man. in the city, for *homo urbanus*.

Organize, orient, classify, simplify, order, prioritize, differentiate, identify, value and personalize the messages that we all consume daily in graphic form (road signs, newspaper design, packaging, company brands, alerts, interfaces and digital messages in our computers and mobiles...) is a task many times, and curiously, invisible, that enables and orders the complexity of life in the city.

Today, after experiencing the different stages of maturation of this discipline, which continues to evolve, like any language, I dedicate myself to professionally challenging the status quo of the market and the model based on consumption, which marked the choices and paradigms that brought us to the generalized crisis of values and the planetary impasse we are experiencing.

Hoy, luego de vivir las distintas etapas de maduración de esta disciplina, que sigue evolucionando, como todo lenguaje, me dedico a desafiar profesionalmente el statu quo del mercado y el modelo basado en el consumo, que marcó las elecciones y paradigmas que nos trajeron a la crisis generalizada de valores y al callejón sin salida, planetario, que vivimos.

El modelo capitalista y el libre mercado muestran sus contradicciones intrínsecas -producción y consumo infinitos y recursos finitos- y necesitan ser repensados, en un proceso de evolución y transición, para preservar valores y abandonar excesos y errores, a fin de dar un nuevo diseño a nuestras relaciones, interpersonales y con el ecosistema al que pertenecemos, con más respeto, ética y estética. Diseñar una sociedad buena, bella y justa.

En la práctica, llevando esta reflexión a la cotidianidad, interactuamos hoy con las empresas y corporaciones, los grandes agentes sociales, buscando promover una *pausa reflexiva* en las demandas, que siempre nos llegan en forma de "*necesitamos crecer y multiplicarnos*".

Buscamos iniciar cualquier proyecto leyendo críticamente el contexto, los valores, la visión del mundo y los principios y la cultura corporativa, que son temas generalmente invisibles para la mayoría de los gerentes, preocupados por las metas, el desempeño y, el pragmatismo que se les impone la naturaleza del modelo y del negocio. Y buscamos entender y hacer entender que, en un mundo cada vez más complejo y dinámico, la idea de control y planificación que guiaba a las empresas en sus planes estratégicos necesita ser revisada, actualizada y, eventualmente, sustituida por un nuevo modelo y visión: la inteligencia y sensibilidad para enfrentar escenarios dinámicos anclados en una cultura fuerte, una dirección clara y un diseño de procesos colaborativos (trabajar juntos).

Esta propuesta, y esta visión, que venimos construyendo a lo largo de muchos años, interactuando y observando los dolores y necesidades de los directivos de las empresas, dio origen a lo que llamamos **Diseño de Transición**, el diseño de procesos y de una Cultura de co-laboración. Un nuevo lugar y una nueva capa de complejidad para el Diseño, que evolucionó de una cuestión estética a una plataforma estratégica, sin abandonar sino potenciando la dimensión de lenguaje y de comunicación intrínseca a la disciplina. Y, principalmente, la dimensión crítica y humanista, que da sentido y valor a todo lo que hace el hombre para el hombre, buscando siempre la integración de nuestras dimensiones de Homo Sapiens, Homo Faber y Homo Ludens (ver "Homo Ludens", Johan Huizinga).

Pasé muchos años teniendo que lidiar con la pregunta recurrente, porque importante, "¿cuál es el valor del diseño?".

Hoy me doy cuenta de que el valor del diseño está en el diseño del valor. En nuestra responsabilidad de ayudar a la sociedad en su conjunto, y a las corporaciones en particular, a revisar su regla de valores y buscar un mejor diseño, respondiendo a la gran pregunta que cada uno de nosotros y nuestras empresas también debemos responder: "¿Por qué viniste?"

The capitalist model and the free market show their intrinsic contradictions -infinite production and consumption and finite resources- and need to be rethought, in a process of evolution and transition, to preserve values and abandon excesses and errors, in order to give a new design to our relationships, interpersonal and with the ecosystem to which we belong, with more respect, ethics and aesthetics. Design a good, beautiful and fair society.

In practice, bringing this reflection to everyday life, we interact today with companies and corporations, the large social agents, seeking to promote a reflective pause in the demands, which always come to us in the form of "we need to grow and multiply".

We seek to start any project by critically reading the context, the values, the world view and the corporate principles and culture, which are generally invisible topics for most managers, concerned with goals, performance and pragmatism. dictates the nature of the model and the business. And we seek to understand and make people understand that, in an increasingly complex and dynamic world, the idea of control and planning that guided companies in their strategic plans needs to be reviewed, updated and, eventually, replaced by a new model and vision: the intelligence and sensitivity to face dynamic scenarios anchored in a strong culture, a clear direction and a design of collaborative processes (working together).

This proposal, and this vision, which we have been building over many years, interacting and observing the pains and needs of company managers, gave rise to what we call Transition Design, the design of processes and a Culture of collaboration. A new place and a new layer of complexity for Design, which has evolved from an aesthetic question to a strategic platform, without abandoning but instead enhancing the dimension of language and communication intrinsic to the discipline. And, mainly, the critical and humanistic dimension, which gives meaning and value to everything that man does for man, always seeking the integration of our dimensions of Homo Sapiens, Homo Faber and Homo Ludens (see "Homo Ludens", Johan Huizinga).

I've spent many years grappling with the recurring, because important, question, "what is the value of design?"

Today I realize that the value of design is in the design of value. In our responsibility to help society as a whole, and corporations in particular, to review their rule of values and seek a better design, answering the great question that each one of us and our companies must also answer: "Why what did you come "

¡Deja tu marca!

"*Quien eligió la búsqueda, no puede negarse la travesía...*" Alfredo Bosi*

*PD: Alfredo Bosi es uno de los más grandes escritores brasileños, y vale la pena conocerlo.

Ronald Kapaz, *Playground Lab Design*, April 2022.

Leave your mark!

"Whoever chose the search cannot deny himself the journey..." Alfredo Bosi*

*PS: Alfredo Bosi is one of the greatest Brazilian writers, and it is worth getting to know him.

Ronald Kapaz, *Playground Lab Design*, April 2022.