Design
*Arts*
Médias

# Entretien avec Raymond Regalado

Iara Angomas

2026-06-15

L'entretien qui suit a été réalisé par courrier électronique le 9 avril 2026, en espagnol, puis traduit. Raymond Regalado, graphiste, a accepté de répondre à nos questions dans le cadre d'une enquête concernant l'habilité et l'espace public.

# 1. Formation et situation professionnelle

**Iara Angomas**[1] **:** Bonjour. Je vous remercie de m'accorder de votre temps pour réaliser notre enquête sur l'habitabilité et l'espace public. Notre entretien, qui va porter sur l'habitabilité et l'espace public, comporte six volets. Pourriez-vous tout d'abord indiquer quelle a été votre formation et nous décrire la structure (université, école, entreprise...) dans laquelle vous travaillez à présent ?

**Raymond Regalado :** Raymond Regalado Diplômé en publicité, option design, de l'Université autonome de Saint-Domingue (UASD) République Dominicaine. Graphiste dans une agence de publicité.

# 2. Habitabilité du monde et finalité du design

**I.A :** Notre enquête porte sur l'habitabilité du monde et l'espace public. Elle se fonde sur l'idée que le design aurait à améliorer le caractère habitable du monde et que, pour y parvenir, il devrait favoriser la rencontre, l'échange, les débats visant le bien commun en aménageant ou en investissant des lieux. Votre pratique du design est-elle orientée vers cette double finalité ? Pouvez-vous donner des exemples de projets pour montrer en quoi c'est le cas ? Ou expliquer en quoi cette double finalité vous est étrangère?

**R.R :** Au cours de ma carrière de graphiste, je n'ai pas eu l'occasion, personnellement, de travailler sur des projets axés sur l'habitat et l'espace public. Malgré cela, j'ai eu l'occasion de m'intéresser à des projets de ce type et j'en ai analysé d'autres (comme les identités de pays : le Pérou et la République dominicaine).

Même si je ne suis pas familier avec ce sujet dans la pratique, j'ai une bonne compréhension théorique de l'objectif de l'intervention du design. Tout comme en architecture, où le design est important pour la cohabitation des personnes, l'interaction et l'ordre public, ainsi que pour la perception des espaces et leur utilisation finale, la publicité et le design graphique contribuent également à ces objectifs.

Des espaces harmonieux qui intègrent la consommation individuelle, la jouissance et l'utilisation des lieux, sans nuire à l'esthétique ni envahir ces espaces par une pollution visuelle, favorisent considérablement la cohabitation et la manière dont les personnes s'approprient l'espace public. Il est également possible d'intégrer des points d'expérience de marques (plus connus sous le nom d'activations de marque, très utilisés lors d'événements publics et privés où les marques rencontrent leurs consommateurs et/ou consommateurs potentiels) afin d'éveiller la curiosité des personnes et de stimuler la circulation dans la vie en communauté, en encourageant, par ailleurs, la préservation et le respect de l'espace public et de ses usagers, étant donné que l'être humain associe l'esthétique et la fonctionnalité au statut social.

De même, la publicité, tout comme dans le domaine du tourisme, a pour objectif de promouvoir l'utilisation, l'entretien et le développement des lieux utiles, ainsi que de sensibiliser à la protection de l'écosystème qui conditionne l'habitabilité et l'utilité des espaces publics.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-02 22:58:25, depuis le 216.73.217.73

# 3. Habitabilités

**I.A :** Dans notre réflexion, l'espace public est avant tout compris comme « sphère politique » et « lieu concret » où des discussions peuvent s'engager entre les personnes. Mais ce primat social et politique de l'habitabilité ne recouvre pas tous les sens possibles de cette notion. Notre réflexion se situe entre une compréhension poétique du concept et une saisie plus écologique. Comment comprenez-vous l'habitabilité ? Pourriez-vous illustrer votre compréhension de l'habitabilité en donnant des exemples de projets ?

**R.R :** L'habitabilité, c'est l'harmonie, la solidarité et l'étreinte des communautés face à la rencontre humaine en un lieu et à un moment propices. C'est une invitation à faire connaissance et à partager nos intérêts et nos idées avec les autres, tout en respectant l'univers de chaque individu.

Un projet qui, à mon sens, intègre assez bien cette idée générale que je tire de l'habitabilité est l'un de ceux que j'ai mentionnés précédemment : l'identité [visuelle] du Pérou. Il s'agit d'une identité très humaine qui invite, par sa personnalité et sa chaleur, à découvrir et à apprécier ce que ce pays a à offrir au monde, en mettant en valeur la beauté de sa culture, ses réserves naturelles et l'écotourisme.

# 4. Les lieux et les publics des espaces publics

**I.A :** Tout au long de l'histoire de nos sociétés occidentales, les « lieux » de ces échanges ont changé en fonction « des publics », des personnes engagées dans l'échange. Les communs ou les espaces numériques de discussions d'aujourd'hui, pour nous en tenir à deux exemples, semblent bien loin des Salons du XVIII$^{e}$ siècle !
De votre point de vue, quels sont aujourd'hui ces lieux et quel rôle le design peut-il jouer ?

**R.R :** Je peux affirmer que les réseaux sociaux et certains jeux vidéo dominent la vie en société aujourd'hui, et ce d'autant plus depuis la crise de 2020. Les centres commerciaux, quant à eux, ont occupé une place centrale à une certaine époque en tant qu'espaces de rencontre et de vie en société, au-delà de la simple consommation. Bien qu'ils soient aujourd'hui moins fréquentés, ils restent des lieux physiques de rencontre très prisés pour les rassemblements populaires. Le design, dans ces deux secteurs (physique et numérique), est essentiel pour guider, orienter, inciter à la consommation, décorer, communiquer et créer un contexte. Dans tous les cas, il fait partie de l'expérience globale du public et offre un espace à chaque individu.

# 5. Les sources

**I.A :** Pour finir, une question sur « les sources » de l'habitabilité et de l'espace public. Nous, nous nous sommes fondés sur une lecture critique de Jürgen Habermas. Y a-t-il des références — designers et/ou architectes théoriciens, poètes, romanciers, cinéastes, etc. — qui accompagnent votre pratique du design?

**R.R :** Dans ma pratique de designer, et je pense que c'est également le cas pour beaucoup d'autres, je suis très conscient de l'impact du design sur l'espace public et ses usagers. C'est pourquoi je m'efforce toujours, dans la mesure du possible, d'adapter mes créations aux supports auxquels elles sont destinées et à leur emplacement, en recherchant une intégration harmonieuse entre le design et l'espace.

Cela m'amène à penser que la principale influence dans ma pratique, si je dois en citer une, réside dans les lois de la Gestalt, qui s'intéressent à la manière dont l'esprit organise la perception visuelle dans son ensemble. Elles ont été proposées principalement par Max Wertheimer au début du XX$^{e}$ siècle en Allemagne. Ses théories ont été développées en collaboration avec Wolfgang Köhler et Kurt Koffka, établissant des principes fondamentaux tels que la loi de la bonne forme, la

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-02 22:58:25, depuis le 216.73.217.73

proximité, la similitude et la fermeture.

# 6. Conclusion

**I.A :** Y a-t-il un point sur lequel vous souhaitez revenir ? Un autre que vous souhaitez aborder ?

**R.R :** Il est intéressant de voir comment les espaces publics, la publicité et la vie sociale peuvent coexister harmonieusement sans s'empiéter les uns sur les autres, sans se perturber mutuellement ni exercer une forme de monopole; au contraire, ils offrent une expérience unique et particulière. C'est comparable à ce qui se passe dans le domaine numérique avec la conception de la publicité native, qui veille toujours à préserver l'expérience utilisateur et l'esthétique de l'interface.

**I.A :** Encore merci pour le temps que vous m’avez accordé.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-02 22:58:25, depuis le 216.73.217.73

1. Iara Angomas est étudiante en Master 2 « Design, Arts, Médias », promotion 2025-2026, à Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

© La revue DAM
téléchargé le 2026-11-02 22:58:25, depuis le 216.73.217.73