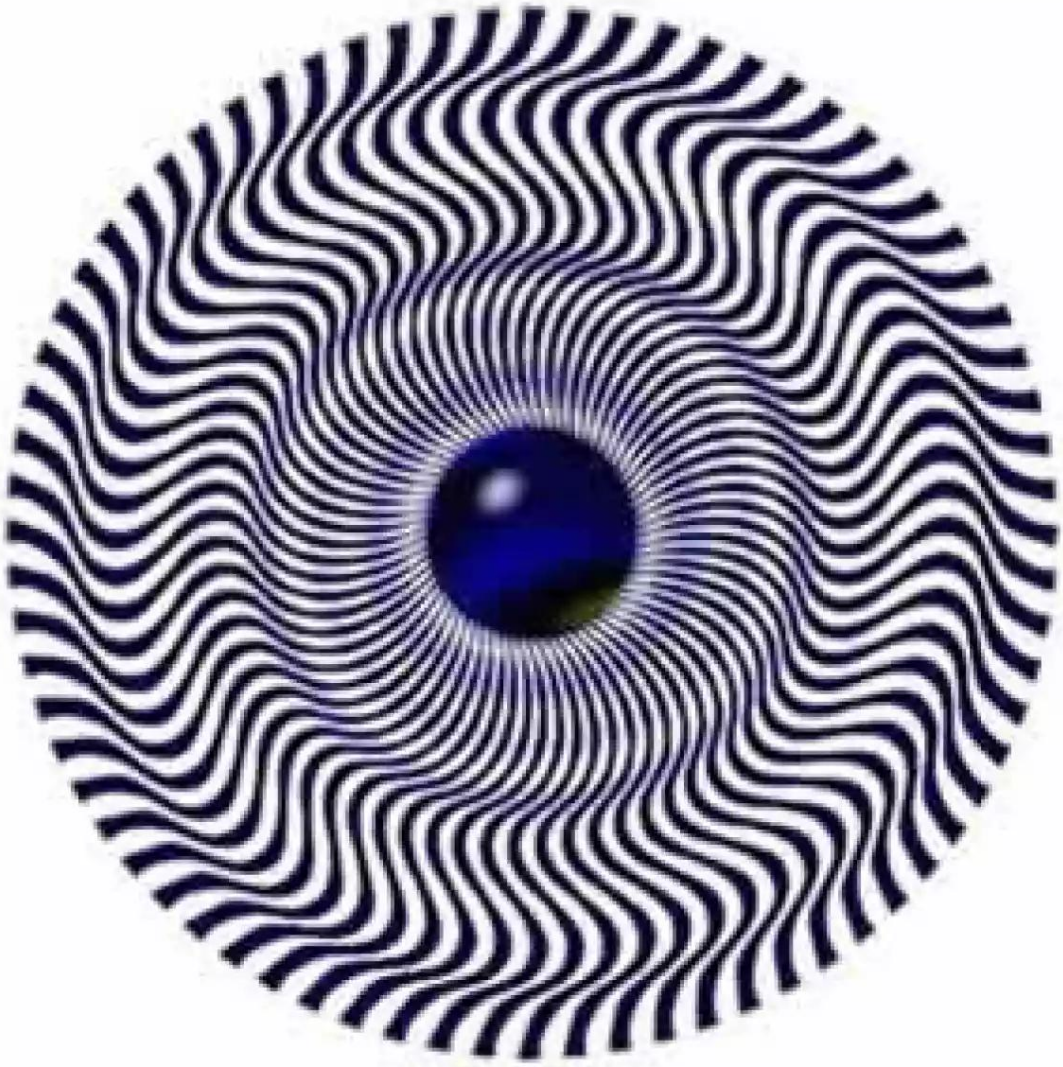
Y la teoría que no llega...

Por Cecilia Salinas

Vuelve a ponerse sobre el tapete la vieja necesidad de construir una teoría del diseño gráfico y del discurso visual, que se demora en aparecer.



> *«El mero ver una cosa nos activa, todo mirar se convierte en un contemplar, y todo pensar en un enlazar, de tal manera que con sólo echar una atenta mirada al mundo teorizamos ya». Johann W. Goethe.*

El quehacer del diseño gráfico debe estar sustentado tanto en su praxis como en el conocimiento del discurso que le es propio: el discurso visual. Al diseñar cualquier tipo de imagen, estamos haciendo uso del lenguaje visual como materia prima de nuestros diseños.

Un mejor conocimiento del lenguaje visual desde el discurso nos permite en primera instancia comprender el discurrir desde la poiésis del discurso hasta sus posibilidades dialógicas o hermenéuticas.

Recordemos que para el diseñador a diferencia del artista, la construcción discursiva debe estar no sólo planeada si no elaborada sobre determinado tipo de mensaje que necesitamos enviar, por lo tanto es importante evitar excedentes de sentido, es decir, debemos procurar un sentido y una coherencia que delimiten nuestro diseño, así como un contexto idóneo.

Aunque estos tres elementos del discurso visual parecieran evidentes: sentido, coherencia y contexto, la realidad es que la mayoría de los diseños que no funcionan es porque no se toma en cuenta a algunos de estos tres elementos o bien no hay una óptima relación entre ellos, entonces más que la construcción de un discurso visual, tenemos un montón de formas y colores que en el mejor de los casos cubren un aspecto estético pero totalmente disfuncional.

Asumo que el estudio de la lingüística puede resultar en ocasiones árido, sin embargo, si reconocemos que trabajamos con el lenguaje visual debemos indagar y estudiar dicha disciplina, pues el estudio del lenguaje le compete a cualquier ciencia o disciplina que tenga como fin comunicar. Quizás este rechazo hacia la lingüística se deba a la acartonada enseñanza de teorías lingüísticas como la de Jakobson o Saussure que son mal mostradas a manera de formulas o esquemas, sin mayor explicación de la importancia del estudio del lenguaje visual en el diseño gráfico.

Asimismo, es importante brindar al diseñador una perspectiva renovada partiendo desde la médula espinal del lenguaje, en su manifestación dialógica: el discurso, posteriormente se podrán utilizar cualquier tipo de teorías lingüísticas pero primero hay que construir los cimientos.

Definición

Para tal efecto propongo esta definición de discurso visual: es la expresión visual que aparece como una construcción sígnico-dialógica con sentido.

Conocer y simultáneamente reconocer la importancia del discurso visual nos permitirá un mejor y mayor conocimiento y comprensión de otras teorías por ejemplo las de vertiente filosófica.

He escuchado a muchos diseñadores y artistas visuales inconformarse por la incursión de otras disciplinas que buscan explicar el fenómeno visual cuando sus autores jamás lo han practicado. Por ejemplo Deleuze (considerado un filósofo respetado y de vanguardia) critica fríamente y con total desconocimiento nuestra profesión.

La teoría que debe construirse

Podemos defendernos también desde una trinchera teórica propia, empecemos por construir una teoría del discurso visual, y contestemos bajo lineamientos teóricos y prácticos a quienes se han encargado de minimizar quizás por ignorancia, quizás por falta de destreza práctica o quizás por simple ceguera, nuestra profesión.

Pero más que por los opresores del diseño gráfico, debemos hacerlo por nosotros, abogar por una solida construcción teórica del diseño gráfico, y no quedarnos apostados sólo en la práctica, un buen comienzo podría estar sustentado en la construcción de una teoría discursiva, regresémosle a nuestra formación académica, a nuestra disciplina un poco de lo mucho que nos ha dado a través de la revalorización de su discurso.

Publicado el 01/12/2010

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/y-la-teoria-que-no-llega