

ARGUMENTACIÓN RETÓRICA EN LOS DISEÑOS

Tatiana Berríos de Jesús
Diseño de la Comunicación Gráfica



“Lo más importante de la retórica y de cualquier teoría es que los diseñadores la hagan suya... que se apropien de la retórica, de las ciencias cognitivas y que diseñen desde otra perspectiva”, señaló Román Esqueda al comentar los trabajos del seminario *Teoría y práctica de la argumentación retórica en el campo de los diseños* que impartió en la sala de seminarios del Edificio de Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM Xochimilco. El objetivo fue desarrollar una investigación conjunta sobre los alcances y límites de los conceptos de la retórica para los diseños y áreas vinculadas con la comunicación (diseño de la comunicación gráfica, diseño industrial, planeación territorial, arquitectura, comunicación).

Con el objeto de dar a conocer la importante utilización de la retórica en los diseños entrevistamos a Román Esqueda.

Tatiana Berríos —¿Qué piensa sobre la manera de entender y proyectar sin tener en cuenta el ámbito de la retórica?

Román Esqueda —Es válido y puede tener resultados positivos, porque la tradición del diseño siempre ha sido sin la retórica, sin embargo, tiene sus limitaciones.

Hay diferentes ámbitos en el diseño; el más informal se da con instituciones o empresas que no tienen procesos formales de comunicación; por ejemplo, un museo no tiene necesariamente un proceso formal de comunicación que implique conocer al usuario, saber qué piensa, conocer sus expectativas y saber cómo persuadirlo de que vaya a la siguiente exposición, eso se da por hecho. Entonces se encarga un diseño que represente la próxima exposición sin tener claro cuál es el objetivo retórico persuasivo.

Ese es un ámbito que varía en una cultura diseñística comunicacional informal.

12

doce

“...de cada cien diseños que evaluamos producidos sin retórica, 85% sale mal evaluado...”

“...se tiene que acabar la división entre teoría y práctica...”

En los ámbitos más formales el diseño pasa por procesos muy específicos que incluyen desde la programación del proyecto hasta la evaluación con muestras de usuario de las propuestas de diseño, eso se da mucho en ámbitos más institucionales y mercadológicos. Ahí es difícil diseñar sin un proceso como la retórica y seguramente es más complicado. En mi experiencia profesional, de cada 100 diseños que evaluamos producidos sin la retórica, que son la mayoría, 85% sale mal evaluado; eso nos da una idea de los límites de diseñar sin retórica y sin fundamentos que te aseguren el objetivo persuasivo de los sujetos. Esos serían los dos ámbitos importantes, y el tercero sería la educación: cómo explicar algo que no sabes explicar, ahí su nivel de complicación.

TB —¿Cuáles son las ciencias cognitivas y por qué son importantes en el trabajo del diseñador gráfico?

RE —Las ciencias cognitivas son un desarrollo independiente que reúnen varias cosas (las ciencias cognitivas siempre se dice en plural), reúnen a especialistas de diferentes ámbitos que están interesados en conocer cómo funciona la mente. Uno de esos ámbitos son las neurociencias, que experimentan con el cerebro; la lingüística, que trata de entender en la mente cómo se dan los significados de las palabras, de los conceptos, cómo se estructuran los significados de las acciones, etcétera; otro sería la antropología, cómo percibe al mundo un grupo social específico de una comunidad específica y a partir de esos conocimientos sacar inferencias de cómo funciona la mente en general; la filosofía, sabemos que desde Platón o antes siempre ha habido una tradición filosófica de qué es la mente, cómo funciona, etcétera y la psicología cognitiva. Otra disciplina puede ser la retórica, para saber cómo se persuade a la gente, qué procesos mentales se fijan cuando uno es persuadido.

Por ejemplo, tienes un cartel o haces un cartel, las ciencias cognitivas te ayudarán a entender cómo ve el usuario un cartel, qué procesos mentales ve, cómo percibe las diferentes partes del cartel, cómo reestructura el mensaje en su mente y qué pasa en su mente cuando el cartel lo persuade. Eso es importante porque si comprendemos esos procesos; entonces vas a diseñar carteles más adecuados.

Román Esqueda



**ENTREVISTA
A ROMÁN ESQUEDA**

“...lo más importante es que se apropien de la retórica, de las ciencias cognitivas y que diseñen desde otra perspectiva”

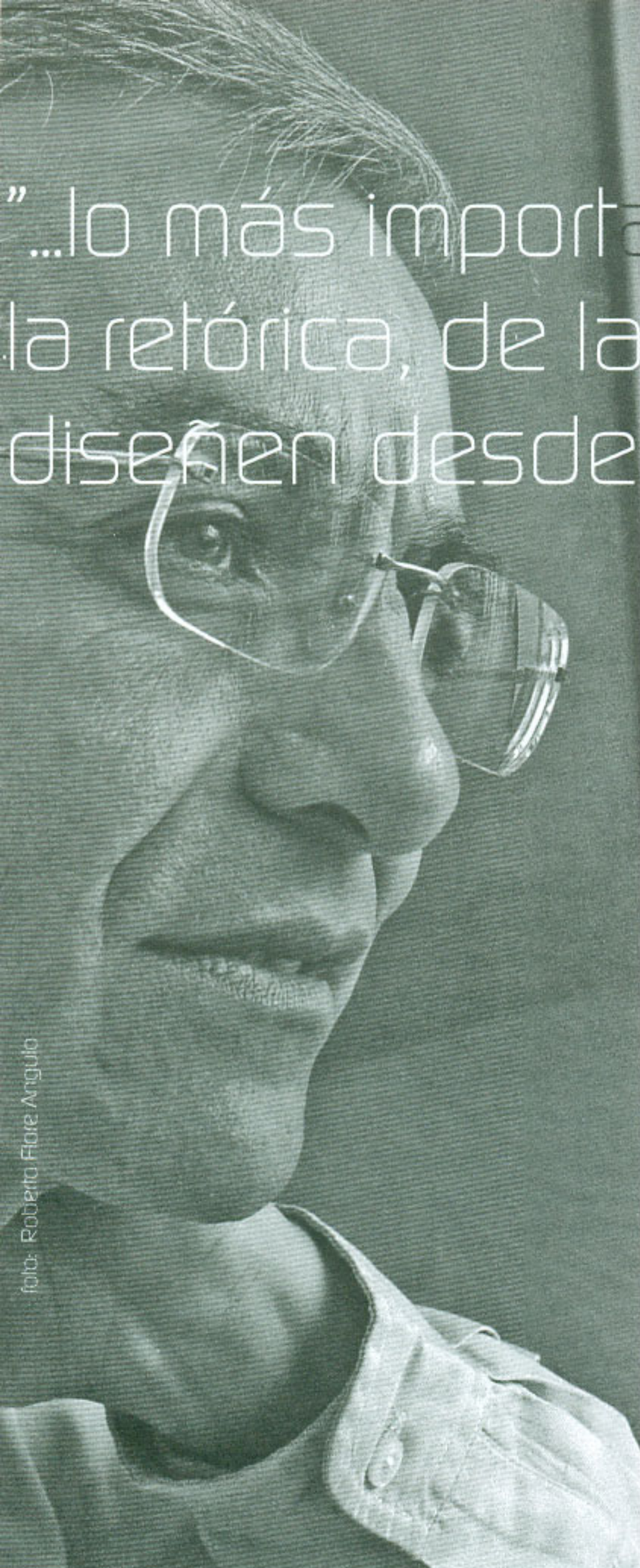


foto: Roberto Flores Angulo

Román Esqueda

TB —¿Cómo se logra la relación de estos campos de estudio con la comunicación gráfica?

RE —Aquí en la UAM somos pioneros en tratar de establecer esos vínculos porque no hay mucho escrito: la teoría de la comunicación y la comunicación en general no se han vinculado formalmente. Hay algunos esfuerzos en investigación de mercados en Estados Unidos y en Inglaterra, pero aún no existe algo específicamente.

TB —¿Qué sugerencias aportaría al programa de estudios?

RE —No lo conozco, pero sé que se esfuerzan por incorporar elementos de retórica al programa de estudios. Me parece que lo más importante de la retórica y de cualquier teoría es que los diseñadores la hagan suya, no tanto que los teóricos vengan desde afuera del diseño a hacer el tratamiento que es la fase en la que estamos ahora, sino que estos planteamientos los hagan suyos las diferentes áreas de diseño, la gente de diseño industrial, gráfico, arquitectónico, etcétera; que se apropien de la retórica, de las ciencias cognitivas y que diseñen desde otra perspectiva. Por esto, lo que siempre he tratado de plantear es que se tiene que acabar la división entre teoría y práctica, es decir, toda la práctica del diseño tiene que estar dirigida u orientada por una teoría, no puede haber práctica sin teoría y una teoría sola que no tiene aplicaciones para la práctica, se vuelve totalmente estéril.

TB —¿Qué reflexiones le deja la experiencia de conducir el seminario Teoría y práctica de la argumentación retórica en el campo de los diseños este año en CyAD Xochimilco?

RE —Más que reflexiones me ha dejado mucho entusiasmo. Los proyectos presentados por los participantes son como un manifiesto de interés sobre la retórica y las diferentes aplicaciones que se pueden derivar de ella. Una reflexión sería que esta respuesta implica el grado de apertura que hay y también de búsqueda que se puede generar en los participantes. Yo creo que la UAM permitió esa situación.