

Resumen del artículo

Debate teórico-metodológico sobre diseño gráfico: de la linealidad a la complejidad

Arodi Morales Holguín

Universidad de Sonora
redeshmo@gmail.com

Doctor en Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Profesor
en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de Sonora

Virginia Cabrera Becerra

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
virginia@urbe.com.mx

Profesora investigadora del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

El artículo aborda las limitaciones de algunos referentes de la concepción del diseño gráfico (como orden y linealidad de etapas), elaborados con base en la postura epistémica de la disyunción y la simplicidad; se exploran las posibilidades abiertas para el conocimiento y para el ejercicio del diseño gráfico por la perspectiva del pensamiento complejo que rebasa e integra, al mismo tiempo, las aportaciones de la postura simplista y lineal. Un breve recorrido histórico tanto del ejercicio del diseño como de las miradas epistémicas, colocadas en tensión y complementariedad, son peldaños necesarios para alcanzar el objetivo de delinear las posibilidades abiertas por la entrada en escena del desorden e incertidumbre, conceptos clave del pensamiento complejo, como elementos que permiten comprender las actuales e incipientes expresiones del diseño en general, y por supuesto del diseño gráfico, en su interacción con la sociedad.

Palabras clave:

epistemología, metodología,
linealidad, complejidad, diseño
gráfico.

Keywords:

epistemology, methodology, linearity, complexity, graphic design.

Abstract

The article addresses limitations concerning the conception of graphic design (such as order and linearity of steps), which are based on the epistemic position of the disjunction and simplicity; open possibilities for knowledge and for the exercise of graphic design are explored by the prospect of complex thought that transcends and integrates the same time, contributions from the simplistic and linear position. A brief historical overview concerning design and epistemic views, placed in tension and complementarity, are necessary steps to achieve the objective of outlining the possibilities opened by the arrival on the scene of disorder and uncertainty, key concepts of complex thought as elements that facilitate the understanding of current and emerging expressions of design in general, and of course graphic design, in their interaction with society.

Arodi Morales Holguín

Universidad de Sonora

Virginia Cabrera Becerra

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Debate teórico-metodológico sobre diseño gráfico: de la linealidad a la complejidad

Introducción

El diseño gráfico es una disciplina aún muy joven, cuyo estudio se ha centrado fundamentalmente en su comprensión como ejercicio, ya creador, ya intuitivo, que principalmente ha remitido a la elucidación de las etapas involucradas. Sin embargo, puede afirmarse que la investigación acerca de sus bases epistémicas es prácticamente inexistente. Conforman, por lo tanto, una nueva área del conocimiento aun poco conocida, pero con gran potencial epistemológico, aquella que tiene en la imagen y su gestión su referente base.

El objetivo de las reflexiones que aquí se presentan es el esclarecimiento de las limitaciones y posibilidades que ofrecen a la comprensión y ejercicio del diseño gráfico las vías epistémicas transitadas por la ciencia: la de la disyunción y linealidad por un lado y la de la conjunción y complejidad, por el otro.

El conocimiento de la historia de los procesos es condición básica para la plena comprensión de los hechos en su actualidad; por ello, se realiza en el primer apartado un breve recorrido histórico, si bien, a saltos, destacando los hechos que han conformado hitos en el desarrollo del diseño. Se abordan también los conceptos clave de las dos vías epistémicas y se reflexiona acerca de las implicaciones en el despliegue y comprensión para el diseño gráfico.

Finalmente, se presentan las conclusiones más con el afán de abrir caminos a la investigación y al debate que de cerrar la discusión.

El diseño, los momentos de definición histórica

El hombre primitivo, carente de un sistema de escritura, utilizó un medio extraordinario, propio de los seres humanos, único y de maravilloso valor; la imagen, cuya construcción y trascendencia ha sido de tal envergadura a lo largo de la historia del hombre, que hoy en día la civilización, como en el pasado más remoto, se basa en la imagen en todo lo referente a la comunicación.¹

Dicha actividad se ejerció en los primeros siglos, desde la concepción de la imagen y el arte, principalmente para la diferenciación de objetos a través de marcas, resultado de la acción física de marcar por incisión o por presión sobre superficies como el barro, cuero y piedra, entre otros.²

Por su parte, las primeras manifestaciones publicitarias se pueden encontrar en Egipto, a través de inscripciones hechas en el Valle del Nilo. Para ello el papiro al resultar más barato, manejable y transportable que la piedra, madera o arcilla, fue muy utilizado por este pueblo para su comunicación, así como para su publicidad.³ Actividad publicitaria, que trascendería, se adoptaría y se utilizaría por muchos de los pueblos del mundo antiguo, convirtiéndose en valiosa herramienta en un momento donde el comercio e intercambio, definían el modelo de vida y desarrollo.

Posteriormente, al arribar la sociedad a la Edad Media, el diseño experimentaría grandes transformaciones; etapa caracterizada por nuevas manifestaciones sociales y cambios notables en el entorno cultural. En términos comerciales, los intercambios pasaron de ser productos naturales como granos, ganado, pesca, a productos manufacturados por el surgimiento de los oficios. Ello fue una de las particularidades más destacables de este periodo, que derivó en una nueva manera de ver al mundo.

En el siglo xi surgió la sociedad mercantil, caracterizada por el sistema corporativo, constituido por agrupaciones de artesanos. En esta etapa

1 Joan Costa, *Identidad corporativa* (México: Trillas, 2009).

2 Joan Costa, *La imagen de marca: un fenómeno social* (México: Paidós, 2004), 31.

3 Antonio Checa Godoy, *Historia de la publicidad* (Galicia: Netbiblo, 2007), 3.

se consolidaron los gremios y se desarrollaron los oficios agrupados en los denominados *cuerpos de oficios*, nombrados así, ya que funcionaban como un solo cuerpo.⁴ En el aspecto social se pasó del feudalismo-rural a un contexto político-artesanal, experimentándose una notable evolución sociocultural.

El corporativismo se manejaba dentro de un formato de exclusividad, sin competidores; su producción estaba regida por su marca, la marca de fabricante, la cual era obligatoria dándole a los gremios un fuerte respaldo y a los consumidores garantía de calidad. Momento que sentó las bases para que posteriormente germinara la marca comercial como una realidad que cimentaría el futuro del capitalismo.⁵

Con el surgimiento de la imprenta de Gutenberg, hacia el año de 1440, se comenzaron a aplicar en la estructuración de las páginas impresas los principios básicos de la estética; lo que podría interpretarse como el origen de lo que hoy es conocido como Diseño Editorial. Con ello se experimentaba un nuevo salto histórico.

El fin del corporativismo medieval dejaría atrás los gremios dando paso al liberalismo comercial, impulsando un lento desarrollo industrial. La Revolución Industrial fue uno de los periodos más paradigmáticos en la historia de la humanidad. Un periodo que redefinió tanto el contexto social como el cultural; un episodio de ruptura histórica a partir de la cual emerge el liberalismo económico.

En el nuevo escenario surgiría la marca moderna a partir del nombre registrado o registro de marca;⁶ esto catapultaría a la marca y al diseño gráfico a nuevos niveles, pues las propiedades, calidad y garantía de cada marca era responsabilidad del productor o fabricante que la poseía, creándose así un entorno competitivo tanto extraordinario como paradigmático.

El diseño de empaques y en sí la comunicación visual experimentaron un enorme desarrollo; momento en que se dio la proliferación de imágenes promocionales referente a los nuevos productos y sus marcas y durante el cual emergió la publicidad moderna como una valiosa herramienta, aquella que facilitaba la conquista de los públicos y que propiciaría el incremento de la competencia.⁷

4 Costa, *La imagen*, 54.

5 Costa, *La imagen*, 54.

6 Costa, *La imagen*, 54.

7 Anna Fajukla Payet y David Roca Correa, "El papel del publicitario ante un nuevo contexto tecnológico", *Revista Latina de Comunicación Social* 3:25 (enero de 2000): 0.

En la época moderna el desarrollador de las marcas comerciales y la publicidad, durante el siglo *xix* y principios del *xx*, aun no tenía un rostro o título; ejercicio llevado a cabo por artistas, dibujantes, arquitectos, entre otros; incluso la Bauhaus, máxima casa referente a estudios de diseño a nivel mundial, hasta antes de los años veinte carecía del área de diseño gráfico en su oferta y estructura.

Razón por la cual el paradigmático proyecto de imagen y comunicación visual, desarrollado para la empresa eléctrica alemana AEG en el año de 1908 —considerado el primer desarrollo de lo que hoy conocemos como Imagen Corporativa—⁸ sería creado no por un diseñador gráfico, sino por el arquitecto y diseñador industrial alemán Peter Behrens.

Sería poco después —en la segunda década del siglo *xx*— cuando la disciplina conocida hoy como diseño gráfico surgiría. Herbert Bayer, el diseñador de publicidad más sobresaliente de la Bauhaus, quien dirigió el taller de tipografía y publicidad en la escuela fue el responsable de crear las condiciones de una nueva profesión: el diseño gráfico. Aunque el primero en definir el término fue el diseñador y tipógrafo William Addison Dwiggins en 1922.⁹

Paradójicamente, tres de las cuatro áreas de estudio que actualmente conforman los pilares del diseño gráfico: el diseño publicitario, editorial y el de imagen corporativa, surgirían antes de que la misma disciplina emergiera. La cuarta área que conforma dicho estudio, el diseño digital o diseño web, florecería como consecuencia del estallido de la tecnología digital a finales del siglo *xx*.

Actualmente el diseño gráfico tiene variadas definiciones. Interesa rescatar aquí, por su carácter integral, la que proporciona Frascara, quien señala que es “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”.¹⁰

Sin embargo, desde su surgimiento, el diseño gráfico se mantuvo como una actividad preponderantemente práctica, dominada por el perfil artístico. Un poco más tarde, hacia 1950, las condiciones del entorno comercial lleva-

8 Frank Whitford, *La Bauhaus* (Barcelona: Destino, 1991).

9 Herbert Bayer, “Oral history interview with Herbert Bayer, Oct. 3 1981. Archives of the American Art”, <http://www.aaa.si.edu/collections/interviews/oral-history-interview-herbert-bayer-11924> (consultado el 10 de enero de 2016).

10 Jorge Frascara, *Diseño gráfico y comunicación* (Buenos Aires: Infinito-Biblioteca del Diseño y Artes Visuales, 2000), 19.

ron a la profesionalización de los sistemas de imagen, identificación gráfica y comunicación visual de las empresas. En aquellos días la concepción de las marcas registradas se centró en formas elementales de carácter universal y visualmente únicas;¹¹ el momento era favorable, pues la competencia comercial que enfrentaban las organizaciones era poca y las oportunidades tanto de contender como de posicionarse en el contexto comercial eran enormes.

En la siguiente década, se generó una creciente competencia, una prominente y explosiva expansión en el nivel de vida, así como el desarrollo y crecimiento del marketing como herramienta para la comercialización, y el boom de la televisión como ventana promocional; estos avances tecnológicos permitieron una producción mucho más rápida y de mayor calidad, propiciando cambios culturales que llevaron a la sociedad a la nueva cultura del consumo.

Pero la verdadera transición del diseño gráfico y la comunicación visual se daría durante las décadas de 1960 y 1970, con el surgimiento de un verdadero interés por estudios como el de la comunicación gráfico-visual,¹² lo que propició que para 1980 la producción teórico-científica entrara en franca expansión.

Esta paradigmática transición, fue resultado de un entorno general caracterizado por una creciente complejidad, la cual ha incidido en la necesidad de apuntalar el desarrollo del diseño gráfico como una disciplina con respaldo epistemológico acorde con la complejidad de la realidad, ampliándose así del ejercicio casi exclusivamente gráfico al contexto teórico. De esta manera se transitaría, también, de la imagen artística al estudio de la imagen.

De tal forma, el diseño gráfico arribaría a una nueva etapa, la del inicio del constructo teórico; desarrollo que sólo cuenta con unas cuantas décadas, durante cuyo transcurso se ha logrado establecer una importante aunque incipiente base conceptual; base que se puede encontrar aunque de manera débil y siempre sujeta a discusión.¹³ Una estructura teórica aún demasiado reciente y endeble para un fenómeno que en cuanto a su soporte fundamental, la imagen, ha existido junto al hombre desde sus orígenes más añejos.

11 Philip Meggs, *Historia del diseño gráfico* (México: McGraw Hill, 2000), 369.

12 Paul Capriotti Peri, *Branding corporativo: fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa* (Santiago: Andros Impresores, 2009), 101.

13 Verónica Devalle, "Historia y conceptos en el diseño gráfico. El caso del diseño gráfico en la Argentina", *Revista del Centro de Investigación* (México: Universidad La Salle 8:29 (enero-junio de 2008): 47-54.

Igualmente, el fenómeno de la imagen ha resultado ser un fenómeno difícil de definir, pues apenas comenzamos realmente a explorar su fenomenología, en sí su realidad. Hoy en día nos encontramos apenas iniciando un verdadero debate buscando comprender que es eso que denominamos imagen. Un fenómeno de gran relevancia por su preeminencia para el diseño gráfico, al ser éste un continuo social.

La imagen

Lo que la civilización actual entiende por realidad, por cultura, parece ser más resultado de lo que vemos y no de lo que leemos; donde el poder de las imágenes que abruman y alimentan nuestro imaginario en todo lugar y todo momento es avasallador y directo.

El siglo xx englobaría el significado de la palabra imagen bajo el concepto icónico o material, donde las imágenes eran comprendidas como aquellas que estaban materializadas en fotografías, impresos, textos, arte, cine o televisión. A partir de la década iniciada en 1950, los diversos campos entraron a estudiar este fenómeno, ampliando el concepto a partir de una perspectiva abierta y multifacética.¹⁴

Para García Varas las imágenes “son así mismo, y según una de las retóricas comunes, un núcleo central de la comunicación y la cultura actual, y, de esta forma, un enclave básico para comprender e investigar las sociedades en las que nos movemos”.¹⁵

La imagen, según Rodríguez de la Flor, debe ser concebida desde una dimensión profundamente interdisciplinar, la cual parte del arte y de la literatura, depurándose en imagen y palabra, forma y discurso, letra y trazo, consolidándose en lo visible.¹⁶

A la pregunta ¿qué es una imagen?, William Mitchell encuentra que para ser respondida, se requiere una reflexión extensa sobre los textos y como éstos actúan como imágenes o incorporan la pictórica y viceversa.¹⁷ Texto que puede considerársele como un acompañamiento práctico, que se puede interpretar como iconología aplicada.

14 Jesús María Cortina Izeta, *Identidad, identificación, imagen* (México: Fondo de Cultura Económica, 2006), 75.

15 Ana García Varas, ed., *Filosofía de la imagen* (Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2011), 11.

16 Fernando Rodríguez de la Flor, *Emblemas: lecturas de la imagen simbólica* (Madrid: Alianza Editorial, 1995).

17 W. J. T. Mitchell, *Teoría de la imagen, ensayos sobre representación verbal y visual* (Madrid: Ediciones Akal, 2009), 12.

También señala que “la interacción entre imágenes y texto es constitutiva de la representación en sí: todos los medios son medios mixtos y todas las representaciones son heterogéneas; no existen las artes ‘puramente’ visuales o verbales”.¹⁸ De tal modo, palabra e imagen conforman un binomio necesario, una interrelación entre representaciones visuales y verbales.

En este sentido, el mismo Mitchell subraya que una teoría de la imagen es imprescindible y debería reflexionar sobre la realidad del mundo actual, caracterizada por el espectáculo, donde cada vez más personajes y situaciones emergen como verdaderos shows para el público, es por ello que Mitchell entiende al binomio imágenes-discurso, como la relación entre imagen y poder,¹⁹ donde la imagen se convierte en un medio de poder.

En este sentido Norman denomina a la relación imagen-poder como Storytelling, “una manera distinta de gestionar los relatos para utilizar la narración como una manera de convencer y movilizar la opinión”.²⁰ Un fenómeno sistémico que puede entenderse a partir del uso de historias, conformadas por imagen y retórica, capaces de movilizar opiniones en las masas, actuando así como palanca de poder para quienes la controlan.

Sobre el concepto de imagen, Mitchell destaca que aunque existen muchas definiciones, aún no tenemos una teoría satisfactoria sobre ésta. Para teorizar al respecto, propone la perspectiva del *giro pictorial*, basado en la actual realidad que define al pensamiento contemporáneo, centrado en paradigmas visuales. Escenario donde la influencia de las imágenes se encuentran por todas partes, afectando a la sociedad, las ciencias humanas y en sí a la cultura, redefiniendo de este modo la realidad individual y colectiva.

Respecto al giro pictorial, García Varas plantea que viene a ser la comprensión en toda su amplitud de contextos del significado de la imagen. Además, enfatiza que el significado del giro pictorial se encuentra tanto en cambios de paradigmas como en cambios sociales y tecnológicos.²¹

El giro pictórico busca designar esas relaciones aparentemente ininteligibles pero inmersas en la vida diaria, pues “se trata más bien de un redescubrimiento poslingüístico de la imagen como un complejo juego entre la visualidad, los aparatos, las instituciones, los discursos, los cuerpos y la

18 Mitchell, *Teoría de la imagen*, 12.

19 Mitchell, *Teoría de la imagen*, 13.

20 Salmon Christian, *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes* (Barcelona: Península, 2010), 13.

21 García Varas, *Filosofía*, 18.

22 García Varas, *Filosofía*, 23.

figuralidad”.²² Una influencia de dimensión tal que ha alcanzado a todos los niveles de la cultura, desde los más refinados hasta las producciones más vulgares de los mass media.

Sobre el desafiante y complejo universo de la imagen, basándose en su propuesta, Mitchell concluye categóricamente que,

lo que da sentido al giro pictorial no es que tengamos una forma convincente de hablar de la representación visual que dicte los términos de la teoría cultural, sino que las imágenes (pictures) constituyen un punto singular de fricción y desasosiego que atraviesa transversalmente una gran variedad de campos de investigación intelectual. [...] Apareciendo como un tema de debate fundamental en las ciencias humanas, del mismo modo que ya lo hizo el lenguaje. [...] La manera más fácil de explicar todo esto es decir que, en lo que se suele llamar la era del “espectáculo” (Debord), de la “vigilancia” (Foucault) y de la fabricación extendida de imágenes, aún no sabemos que son las imágenes.²³

23 Mitchell, *Teoría de la imagen*, 21.

Interesante también viene a ser la propuesta de Casanueva y Bolaños, quienes abordan el fenómeno de la imagen desde el denominado *giro visual*, identificando como su principal consecuencia en el contexto de la ciencia, la proliferación del análisis acerca de la relación entre las distintas áreas de la ciencia y el universo de las representaciones visuales.²⁴

24 José Ramón Marcaida, “Reseña sobre Mario Casanueva y Bernardo Bolaños, coords., *El giro pictórico. Epistemología de la imagen*”, *THEORIA. Revista de Teoría, Historia y Fundamentos de la Ciencia* 25:2 (2009): 245-247.

El giro visual es consecuencia de la marcada expansión que ha estado aconteciendo en cuanto al fenómeno de la imagen y cultura visual, la cual apunta a un análisis desde la complejidad, abordando e integrando dicho análisis desde sus representaciones más variadas.

El objetivo de esta propuesta es de carácter epistémico, ya que como puntualiza Marcaida, es una perspectiva todavía inusual en la que se propone el estudio de las representaciones visuales como mecanismo o vehículo determinante en la generación del conocimiento científico.²⁵ Destacando que el aporte más novedoso de esta propuesta radica en enfatizar la pertinencia

25 Marcaida, “Reseña”, 246.

de ampliar la discusión sobre el giro visual en el contexto de la filosofía de la ciencia.²⁶ Una propuesta muy oportuna que contribuye a la etapa germinal de un estudio que vislumbra gran apertura, el cual ya está teniendo impacto en las perspectivas científicas; impacto que seguramente se acrecentará a medida que dicha visión logre consolidar un enfoque metodológico y unos fines concretos, claros, aspectos aun por perfilar, como destaca Marcaida.²⁷

En conclusión, sobre la imagen se puede decir que es un fenómeno altamente dinámico, que trasciende lo material llegando hasta lo inmaterial, transformándose en ambos sentidos de forma indefinida; realidad que impacta de manera transversal a las distintas áreas del conocimiento. Fenómeno que actúa como un sistema abierto altamente dinámico que encierra en su complejidad diversas esferas de naturaleza heterogénea, ubicadas en realidades disímiles y contextos multinivel. Por ello su realidad se encuentra muy lejos de su tradicional concepción, bidimensional y estática. Igualmente, se encuentra aún lejos de alcanzar una verdadera definición.

El devenir histórico sucintamente mostrado sobre el diseño gráfico en sus momentos más significativos, se desplegó bajo el influjo de la perspectiva epistémica derivada del pensamiento cartesiano que desde el siglo xvii ha nutrido el desarrollo de la ciencia con base en las ideas de la disyunción²⁸ y de la linealidad²⁹ de los procesos. De tal forma que la estructura teórica del diseño gráfico se ha construido con base en propuestas metodológicas del pensamiento lineal; propuesta que impregnó igualmente la epistemología del siglo xx, definiendo así las bases teóricas del diseño gráfico.

Con el surgimiento del pensamiento complejo, también de larga data histórica, durante la segunda mitad del siglo xx, las limitaciones del pensamiento de la disyunción y linealidad en la comprensión de la creciente complejidad de la realidad son puestas al descubierto. Complejidad manifiesta en los fenómenos socioculturales contemporáneos ocurridos a partir de la segunda mitad del siglo xx, producto de la ola tecnológica, y el surgimiento de una serie de nuevas realidades sin precedente histórico.

El debate epistémico que se da entre ambos paradigmas —el cartesiano y del pensamiento complejo— trastoca las bases de los constructos teóricos

26 Marcaida, “Reseña”, 246.

27 Marcaida, “Reseña”, 246.

28 Es la acción de separar elementos o realidades inherentes, ligados o referidos intrínsecamente unos a otros.

29 Es un estado de orden constante y estabilidad rígida que define a los fenómenos, caracterizado por la permanencia, constancia, repetición e invariabilidad repetitiva, la cual obedece a una ley. Estado alejado de la dinámica, donde los fenómenos resultan fáciles de controlar y medir.

de las diversas disciplinas y específicamente del campo que nos interesa, el diseño gráfico.

El paradigma de la linealidad, sus implicaciones en el diseño gráfico

Existen diversas elaboraciones acerca del concepto de paradigma, que consideramos como complementarias. Un paradigma constituye una revolución que ha contribuido de manera significativa al desarrollo del mundo científico.³⁰ En otro sentido, un paradigma viene a ser una nueva realidad, conocimiento y ciencia. Es el papel que desempeñan las teorías, las cuales no sólo tienen como limitante la relación de observables y hechos; su función busca tornar inteligibles los hechos, organizarlos, jerarquizarlos y explicarlos, lo que permite el conocimiento.³¹ Por su parte, Edgar Morin destaca sus alcances, al señalar que “lo que afecta a un paradigma, es decir, la clave de todo un sistema de pensamiento, afecta a la vez a la Ontología, a la Metodología, a la Epistemología, a la Lógica, y en consecuencia, a la práctica, a la sociedad, a la política”.³² El mismo autor proporciona una mirada de mayor profundidad al precisar que:

[...] un paradigma contiene, para cualquier discurso que se efectuó bajo su imperio, los conceptos fundamentales o las categorías rectoras de inteligibilidad al mismo tiempo que el tipo de relaciones lógicas de atracción/ repulsión (conjunción, disyunción, implicación, u otras) entre estos conceptos o categorías”.³³

Bajo un enfoque integral, se puede entender al paradigma como un conjunto de ideas o dogmas que explican cómo funciona la realidad.³⁴ El pensamiento científico en Occidente tiene raíces en la antigua Grecia, producto de sus grandes filósofos; un sistema de pensamiento que sería heredado y paulatinamente transformado, pasando por la propuesta geocéntrica (ptolomérica) hasta la heliocéntrica (copernicana), la lógica agustiniana y la de

30 Thomas Kuhn, *La estructura de las revoluciones científicas* (México: Fondo de Cultura Económica, 1971).

31 Rolando García, “Conceptos básicos para el estudio de sistemas complejos”, en *Los problemas del conocimiento y la perspectiva ambiental del desarrollo*, coordinado por E. Leff (México: Siglo XXI Editores, 1986), 45-71; Rolando García, *Sistemas complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria* (Barcelona: Editorial Gedisa, 2008).

32 Edgar Morin, *Introducción al pensamiento complejo* (Barcelona: Editorial Gedisa, 2007), 82.

33 Edgar Morin, *El Método. Las ideas 4* (Madrid: Catedra, 2009), 218.

34 Adolfo Benito Narváez Tijerina, *Etnografía, para la investigación en arquitectura y urbanismo* (San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León, 2011), 19.

Santo Tomás, Descartes y Hegel, hasta el positivismo del siglo xix que se mantuvo vigente buena parte del siglo xx; herencia que hoy en día aún sigue muy viva, ya que las diversas posturas epistémicas mantienen, enriquecidas, ideas sembradas en la cultura griega. Si bien, la perspectiva epistémica que ha guiado, ya sea de manera abierta o subterránea, el pensamiento científico desde el siglo xvii, catapultada sobre todo por Descartes, es aquella identificada como de la disyunción, simplicidad y linealidad.³⁵

Esta concepción epistemológica es así denominada porque básicamente toma al fenómeno y lo divide en partes menores para analizar cada una por separado, considerando para ello sólo los elementos o aspectos más relevantes o principales de cada parte para luego sumar los resultados o conjeturas de cada una de éstas, obteniéndose así un resultado final, el conocimiento.

La consideración del todo como suma de las partes que se señala como propio del pensamiento de Occidente,³⁶ en realidad se aleja de las raíces de este pensamiento al olvidarse del planteamiento aristotélico de que el todo es más que la suma de las partes. Esta última afirmación no sólo es central en la teoría de sistemas complejos, sino que la idea del todo se ha complejizado al afirmarse que es al mismo tiempo más que las partes y menos que las partes.³⁷

A propósito de ello, ¿dónde se encuentran las raíces de la complejidad sistémica como pensamiento? Algunos de sus aspectos más elementales han tenido presencia en el pasado.³⁸ Debe destacarse que aunque éste emerge como paradigma en el siglo xx, su concepción, aunque tanto básica como rudimentaria en su forma y desarrollo, ya había tenido presencia en el pasado.³⁹

Edgar Morin, considerado entre los principales autores del pensamiento complejo, al hablar de la epistemología de la disyunción destaca que Descartes formuló ese paradigma al afirmar la separación del sujeto pensante (*ego cogitans*) y de la cosa extensa (*res extensa*), en otras palabras, entre la filosofía y la ciencia, con ello postularía como principio de verdad sólo a aquellas ideas claras y distintas.⁴⁰ Sólo aquello estructurado bajo un orden constante, de naturaleza controlable y fácil de medir y alejado de la dinámica.

Respecto a este paradigma epistemológico, en la ciencia clásica se enfatiza que el procedimiento analítico depende de dos condiciones: una, que

35 Morin, *Introducción*, 82.

36 Luz María Rivas Montoya, "Exploración sobre las decisiones estratégicas desde el pensamiento complejo", *Universidad & Empresa* 25 (julio-diciembre de 2013): 107-129.

37 Morin, *Introducción*, 121.

38 Octavio Islas, "La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica", *Palabra Clave* 18:4 (diciembre de 2015): 1057-1083.

39 Islas, "La ecología", 1068-1069.

40 René Descartes, *El discurso del método* (Madrid: Colección AUSTRAL ESPASA-CALPE, 2010), 29.

no existan interacciones entre las partes que conforman al fenómeno, o que sean tan débiles que pueden ser desechadas en la investigación. Sólo así es posible deslindar las partes de forma real, lógica y matemática y luego volverlas a juntar. Otra condición se refiere a que el comportamiento de las partes sea lineal, es decir que se sustente en la fórmula causa/efecto; estructura basada en un orden permanente, constancia, repetición, invariabilidad y secuencialidad, lo cual es repetitivo y obedece a una ley.⁴¹

Sólo bajo estas condiciones se logrará la “aditividad”, es decir, que una sola forma de ecuación describa la conducta de las partes y que los procesos parciales puedan ser superpuestos para obtener el proceso total.⁴²

La linealidad se basa en el esquema mecanicista, concepción según la cual todo fenómeno real o, al menos gran parte de ellos, se explican en términos de masa y movimiento local, de vías causales aislables.⁴³ Por lo tanto, la linealidad se reduce a una estructura de pensamiento secuencial, similar a una cadena formada por eslabones, donde el primer eslabón vendría a ser el primer paso del proceso, el cual es necesario ejecutar para acceder al siguiente eslabón y así sucesivamente hasta llegar al eslabón final, el resultado. En este proceso, no es viable llegar al resultado final sin haber cruzado de forma ordenada, repetida e invariable el orden establecido.

Imagen 1. Estructura del pensamiento lineal



En la linealidad el acceso al resultado sólo es posible a través del tránsito secuencial de cada una de las etapas de forma estricta.

Fuente: Elaboración propia.

Esta base metodológica permitió al hombre a través de los siglos, descubrir, formular, proponer y solucionar satisfactoriamente muchos de los problemas que en las diversas etapas históricas la sociedad fue enfrentando.

El paradigma de la linealidad ha fungido como un importante aliado de la ciencia a través de la historia, sin embargo sus limitaciones para continuar

41 Ludwig von Bertalanffy, *Teoría general de los sistemas* (México: Fondo de Cultura Económica, 1986).

42 Bertalanffy, *Teoría general*, 17.

43 Bertalanffy, *Teoría general*, 17.

abordando la creciente complejidad de la realidad son, cada día, puestas en evidencia.

Con base en el método de la disyunción y linealidad el diseño gráfico fue capaz de plasmar por primera vez su gran herencia milenaria integrándola a los postulados más recientes, dando los primeros pasos en la construcción de su marco epistemológico, el cual es muy joven pero con gran proyección de desarrollo y expansión.

En la actualidad el diseño gráfico tanto en su metodología, en su ejercicio práctico, como en su enseñanza, continúa sustentándose de manera preponderante en el paradigma epistémico de la linealidad. En la enseñanza, base fundamental del ejercicio del diseño, la cual constituye escenario principal de legitimación de las ideas viejas o de las renovadas, ha predominado el paradigma de la simplificación o linealidad en los tres niveles, básico, medio y superior.⁴⁴

Desafortunadamente la educación escolar va socavando nuestra capacidad de conocer de manera compleja; por tal motivo, son pocos aquellos que logran llegar a la adultez con una verdadera capacidad de investigar al mundo desde la amplitud de la complejidad.⁴⁵ De tal modo, la epistemología de la complejidad manifiesta la necesidad de una reforma en el pensamiento educativo.⁴⁶

En el contexto práctico del diseño gráfico también aflora la linealidad, ya que uno de sus ejercicios más distintivos, es la creación de signos gráficos de identidad, coloquialmente conocidos como logotipos o marcas. Si se toma la postura de Chaves y Bellucia, quienes señalan que el identificador corporativo o marca es “el signo visual de cualquier tipo (logotipo, símbolo, monograma, mascota, etc.) cuya función específica sea la de individualizar a una entidad”⁴⁷ y ello lo trasladamos a los tres contextos señalados, metodológico, ejercicio práctico y enseñanza, nos encontraremos con la influencia de la linealidad en todas éstas.

La imagen 2 muestra el proceso metodológico para el desarrollo de signos gráficos de identidad, el cual puede tener diversas variantes poco significativas en su orden, se basa en una estructura lineal de seis pasos elemen-

- 44 Gloria Fariñas León, “Desarrollando el pensamiento complejo”, *Tiempo de Educar* 7:13 (enero-junio de 2006): 99-121, especialmente p. 99.
- 45 Olivia Fragozo Susunaga, “El giro del diseño: transdisciplina y complejidad”, *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle* 8:31 (enero-junio de 2009): 97-107.
- 46 José Manuel Juárez y Sonia Comboni Salinas, “Epistemología del pensamiento complejo”, *Reencuentro* 65 (diciembre de 2012): 38-51, especialmente p. 38.
- 47 Norberto Chaves y Raúl Belluccia, *La marca corporativa* (Buenos Aires: Lanús, 2006), 16.

Imagen 2. Proceso metodológico esencial para el desarrollo de signos gráficos de identidad



Tanto en el ejercicio práctico como en el contexto educativo, los procesos metodológicos en los cuales se sustenta el diseño gráfico manifiestan una estructura lineal.

Fuente: Elaboración propia.

tales: el cliente, el producto o servicio del cliente, el mercado, la necesidad particular a resolver (creación de logotipo, publicidad, página web, etc.), la creación del producto o diseño (desarrollo gráfico a base de: formas, color y tipografía) y, por último, la respectiva aplicación del producto o diseño según las necesidades del cliente (etiquetas, empaques, publicidad, etc.), accediendo de esta manera a la solución.

Su ejecución práctica, por consiguiente, también seguiría este proceso lineal en su desarrollo. Al trasladar este procedimiento teórico-práctico a la docencia, su método de enseñanza no escapa de seguir similar proceso basado en la estructura lineal, en la que el orden y precisión son los rasgos fundamentales; excluyentes de otras posibilidades.

Esta visión epistémica y metodológica enfrentó por primera vez, en el paradigmático siglo xx una nueva realidad, la de un entorno diferente y de una complejidad extraordinaria, como nunca en el pasado. Entorno donde

la sociedad experimentaría, al darse la transición entre siglo xx y xxi, un cambio sociocultural sumamente abrupto, estremeciendo todo aquello que se tenía por realidad, producto del arribo de la sociedad a la era de la información, emergiendo la sociedad red⁴⁸ o sociedad de la información. Nuevo contexto, donde las redes digitales e internet contribuyen a redefinir la concepción de realidad, llevando a la sociedad a transitar de un escenario a otro muy distinto; caracterizado este último por un entorno densamente cargado de procesos y factores heterogéneos, transfigurando la realidad en compleja e incluso hipercompleja.

Esta transformación cultural hipercompleja ha develado las limitaciones de la linealidad al evidenciar insuficiencias en su accionar, manifestadas éstas al momento de buscar enfrentar y resolver los problemas más apremiantes. Escenario que muestra la necesidad de nuevas miradas acordes con el tejido complejo, de alta densidad, que conforman la sociedad y la naturaleza; iniciándose así una inevitable transfiguración epistemológica en diversas áreas. Con la visión de la realidad como complejidad, el orden y secuencialidad pierden preponderancia en el estudio de los fenómenos para entrar en escena el desorden y la incertidumbre, sin exiliar al orden, pues éste entra en el juego de desarrollo de la complejidad de los fenómenos según la propuesta de orden-desorden-organización.⁴⁹

En este contexto, el diseño gráfico aún permanece un tanto irresoluto en cuanto a transitar de la linealidad a la complejidad, a pesar de que dicha transición le llevaría a experimentar una expansión extraordinaria, pues avanzaría de un ejercicio secuencial que no permite explorar más allá de restringidos límites, rígidos elementos y predecibles resultados, a un escenario donde las posibilidades y los límites desaparecen, potenciando sus alcances excepcionalmente.

La perspectiva de la complejidad al propiciar una sólida y nutrida interrelación con áreas como el comportamiento, persuasión, comunicación, psicología, economía, marketing, sociología, neurociencia, antropología, estudios culturales y de la conducta, entre muchos otros, llevaría al diseño gráfico a experimentar un enriquecimiento importante en su base epistémica

48 Manuel Castells, *Comunicación y poder* (Madrid: Alianza Editorial, 2009), 24.

49 Edgar Morin, *El método. I. La naturaleza de la naturaleza* (Madrid: Cátedra, 2001), 93.

y en el ejercicio práctico; ruta que permitiría llevar a su actual e incipiente base conceptual a la consolidación. De tal manera, la necesidad de un debate teórico-metodológico para la investigación enfocada al área del diseño gráfico, se entiende perentoria e inaplazable, de cara al encuentro con nuevas rutas epistemológicas como la de la complejidad.

El camino de construcción teórica y despliegue práctico del diseño gráfico, con tales bases epistémicas está prácticamente inexplorado, aunque existen algunas prácticas que pueden ser vinculadas con la nueva mirada, por ejemplo, las obras de David Carson, es posible entenderlas como ruptura e integración, al mismo tiempo, del orden, precisión, nitidez, claridad (conceptos clave de la concepción tradicional) a través de la introducción de sus opuestos: desorden, ilegibilidad, vaguedad, etcétera.

Paradigma de la complejidad, sustento de una nueva visión y práctica del diseño gráfico

El paradigmático siglo xx, un siglo lleno de nuevas realidades como la sobrepoblación y el surgimiento de las metrópolis, megalópolis, tecnópolis, etc., los avances en la búsqueda de cura para las enfermedades que acosan a la sociedad, el entendimiento del funcionamiento de nuestro cerebro y organismo en general, así como el surgimiento de la electrónica y la alta tecnología, entre otros, fueron evidenciando deficiencias en el tradicional método lineal.

Fue esta coyuntura, identificada por Bertalanffy a mediados del siglo xx, la que lo llevó a concluir que la estructura del pensamiento lineal no permitía abordar de manera eficiente los nuevos problemas a los que la humanidad se enfrentaba en el siglo xx,⁵⁰ aquellos sin comparación en toda la historia de la humanidad; ello lo llevó a concluir que era necesario abordar estos nuevos y paradigmáticos fenómenos más allá de sólo sus partes y procesos de forma aislada, desde la fragmentación según el postulado cartesiano. Por el contrario, señaló la necesidad de profundización en el orden oculto que las une con base en sus interacciones:

50 Bertalanffy, *Teoría general*.

[...]es necesario estudiar no sólo partes y procesos aislados, sino también resolver los problemas decisivos hallados en la organización y el orden que los unifica, resultantes de la interacción dinámica de partes y que hacen el diferente comportamiento de éstas cuando se estudian aisladas o dentro del todo.⁵¹

51 Bertalanffy, *Teoría general*, 31.

El problema del mecanicismo, ante la complejidad del nuevo entorno, llevó a pensadores como Bertalanffy a encontrar vacíos en sus investigaciones. Éste concluyó que en el contexto de la biología, área en la que él desarrollaba sus investigaciones, el enfoque mecanicista “parecía desdeñar, si no es que negar activamente, lo que es, ni más ni menos, esencial en los fenómenos de la vida”;⁵² esto lo llevó a abogar por lo que él llamó una *concepción organísmica*, opuesta del pensamiento simplificador, donde los fenómenos ya no se entendieran ni estudiaran de forma lineal o fragmentada, pasando de la separación de las partes y de su análisis aislado para luego al sumarse llegar a una pretendida idea del todo, sino que fueran entendidos como sistema caracterizado por su estructura basada en la interrelacionalidad.

52 Bertalanffy, *Teoría general*, 10.

Al respecto, Morin enfatiza que en el pensamiento tradicional basado en la linealidad, todo conocimiento opera mediante la selección de datos significativos y rechazo de los no significativos, ello ha tenido como consecuencia la mutilación del conocimiento y desfiguración de lo real. Una concepción basada en tres principios: disyunción, reducción y abstracción, conjunto que Morin define como paradigma de la simplificación.⁵³

53 Morin, *Introducción*, 29.

Según el mismo Morin, esta disyunción ha privado a la ciencia de toda posibilidad de conocerse. Se presenta, por tanto, una disyuntiva epistemológica, donde en un extremo se mantiene la ruta tradicional de la linealidad cartesiana y en el otro, la opción de transitar hacia el paradigma de la complejidad.

El paradigma de la complejidad surge en la década posterior a 1960, siendo la propuesta de Bertalanffy, la *Teoría general de los sistemas*, uno de sus principales referentes preliminares.⁵⁴ Tal propuesta sistémica, conforma sólo una de las raíces, depurada y enriquecida, que nutren al pensamiento complejo.

54 Morin, *Introducción*, 24.

La palabra complejo viene del latín *complexus* que significa “lo que esta tejido”; de esta forma, la complejidad puede interpretarse como un denso tejido o red interconectada, conformada por elementos o componentes generalmente heterogéneos, los cuales por su naturaleza asociativa inherente o inseparable, dan forma e identidad al ente, órgano o unidad. La complejidad es, pues, de carácter enredado, enmarañado, inextricable, desordenado, ambiguo, que contiene a la vez orden, desorden y organización. Su objetivo epistemológico se centra en afrontar y abordar lo entramado.

El mundo tiene una naturaleza compleja, de tal forma que los fenómenos se interrelacionan en diversos órdenes simultáneamente; su interacción se da con múltiples acontecimientos de la realidad.⁵⁵

55 Fragoso, “El giro del diseño”.

Según Morin, el conocimiento científico fue concebido durante mucho tiempo, concepción aún vigente en la actualidad, como el encargado de disipar la complejidad a través de revelar el orden simple al que obedece, lo que ha producido más ceguera que luz. Surge entonces la pregunta de ¿cómo encarar la complejidad de un modo no simplificador? Para ello un primer paso imprescindible es resignificar el concepto de complejidad, pues “la palabra complejidad no tiene tras de sí una herencia noble, ya sea filosófica, científica, o epistemológica”.⁵⁶ La palabra complejidad sufre de una pesada tarea semántica, señala dicho autor, ya que es relacionada con confusión, incertidumbre y desorden; definiciones que alejan al concepto de la idea de claridad.

56 Morin, *Introducción*, 21.

Por complejo, el mismo sostiene, debe entenderse todo aquello que no puede resumirse en una palabra maestra o comprimirse en una ley, de tal manera, la complejidad no accede a ser definida de forma simple para luego tomar el lugar de la simplicidad. El ejercicio de reducción de la complejidad, así como de tratar de buscar el orden perfecto en los fenómenos, sólo nos lleva a la inteligencia ciega la cual,

[...] destruye los conjuntos y las totalidades, aísla todos los objetos de sus ambientes. No puede concebir el lazo inseparable entre el observador y la cosa observada. Las realidades claves son desintegradas. [...] La metodolo-

gía dominante produce oscurantismo, ya que en ella no hay interrelación entre los elementos disjuntos del saber, lo que nos aleja de la posibilidad de engranarlos y por ende reflexionar sobre ellos.⁵⁷

57 Morin, *Introducción*, 31.

El conocimiento no se limita a la realidad percibida, pues en ella aleatoriedad, contingencia e incertidumbre juegan un papel estructurante. En la postura clásica la incertidumbre es entendida como una amenaza del entorno, la cual debe ser neutralizada, postura que es resultado de la falta de información.⁵⁸

58 Rivas, “Exploración”.

Bajo el influjo de la concepción epistémica tradicional, el conocimiento ha operado mediante la selección de los datos híper relevantes y rechazo de los considerados no relevantes, de tal forma que el conocimiento ha sido mutilado, presentando ideas parciales de la realidad.

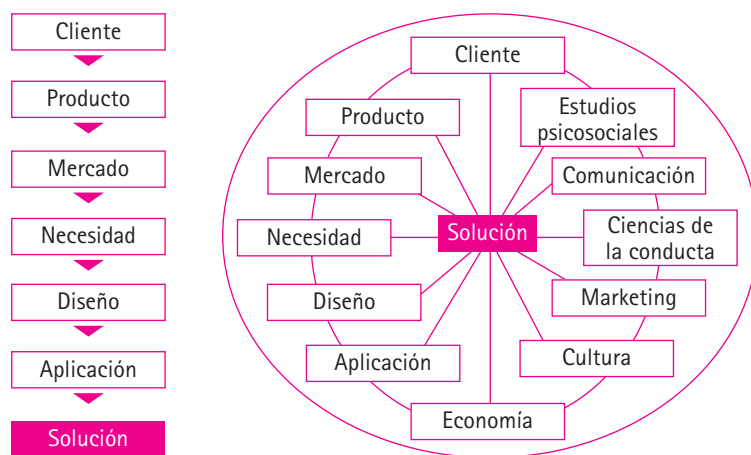
Con base en el pensamiento de la complejidad, tanto los datos híper relevantes, los relevantes, como los no relevantes, se entrelazan en un todo y juegan un papel fundamental en la comprensión orgánica de la realidad. La discriminación de la información que conduce a una selecta y limitada elección de los datos más preponderantes conduce a la mutilación epistemológica; desde la visión compleja se considera que los fenómenos contienen una fuerte estructura interrelacional, que implica una actividad cognitiva interdisciplinar. La elección de componentes y la omisión arbitraria de otros simplemente es inconcebible e insostenible, pues el conocimiento orgánico-integral, de naturaleza circular, es el que propicia aproximaciones a la complejidad de la realidad, por ello se asume que el pensamiento complejo se presenta como la opción más viable.

La perspectiva de la complejidad que entendemos como epistemología de integración circular, busca explorar los fenómenos teniendo como punto de partida el principio de que su comportamiento es mucho más complejo que la suma simple de los comportamientos de sus partes. Comportamiento sistémico interpretado como una estructura que forma un denso tejido, el cual se asemeja a una red, estructura que define al conjunto como

un sistema, donde el centro de su fenomenología se ubica en sus interrelaciones y procesos y no en los componentes individuales que la conforman, pues su fenomenología es siempre mutable, cambiante de acuerdo con el momento y las condiciones del entorno, las cuales influyen en las características internas del sistema, por ello los sistemas se definen como entidades vivas, anulándose así la posibilidad de manifestar una continuidad estática, característica que en cambio define a los fenómenos desde la linealidad.

La disyuntiva epistemológica que encara hoy en día el diseño gráfico, involucra dos rutas contrapuestas, la *epistemología de la fragmentación* frente a la de la *integración circular*; eje principal que motiva el debate de la presente investigación. Disyuntiva que es desplegada en los siguientes ejemplos.

Imagen 3. Comparativo estructural de la linealidad frente a la integración circular



La estructura lineal se basa en un orden riguroso alejado de la flexibilidad, la integración circular sistémica por el contrario se basa en la flexibilidad e intercambio permanente, lo que permite mayores alcances.

Fuente: Elaboración propia.

La perspectiva lineal antes mencionado, ha venido definiendo el constructo epistemológico del diseño gráfico desde su surgimiento como estu-

dio, materializado en el primer esquema (lado izquierdo); diferenciado por seguir un orden secuencial, caracterizado por la rigidez y predicción, con una posibilidad prácticamente nula de expansión, donde los pasos a seguir de cara a alcanzar la solución, tienen un orden preestablecido, orden que resulta muy difícil de ser alterado. En consecuencia, los resultados a los que el proceso metodológico nos lleva son predecibles y sus alcances restringidos; ello, enfatizamos, ha obstaculizado la evolución del diseño gráfico como ejercicio, ya teórico, ya práctico, manifestado en su incipiente base epistémica.

Situación producto de la perspectiva de la linealidad y no de la fenomenología del diseño gráfico, el cual tiene gran potencial dada su capacidad para interrelacionarse con otros procesos y disciplinas, muchos de ellos tenidos tradicionalmente como distantes o incompatibles con el diseño, herencia de la visión cartesiana, aquella que nos ha impedido ver la realidad integral que comprende al diseño gráfico, revelando en cambio sólo una parte de éste.

El segundo diagrama (lado derecho) ilustra el funcionamiento de la integración circular, de naturaleza sistémica, donde el orden de sus elementos internos no es trascendente, pues éstos interactúan entre sí en todo momento de forma aleatoria intercambiando información, produciéndose así un extraordinario enriquecimiento. Conducta alejada de un orden secuencial rígido, como en la linealidad.

En la integración circular, la aleatoriedad define los flujos e información; se puede ejemplificar tomando las primeras etapas del proceso que conduce al desarrollo de un diseño donde los aspectos culturales presentes en la definición de la problemática del cliente o marca con la cual se va a trabajar, tendrá una connotación distinta a la influencia que el factor cultural tendrá al momento de estudiar las características del mercado meta, la competencia que enfrenta el cliente y otra distinta corresponderá al momento de proyectar los modelos de solución.

La agregación de flujos de información producto de la incorporación o interrelación sistémica con otros elementos como son el económico, con-

ductual, psicosocial y marketing, por citar algunos, permiten alcanzar una mayor amplitud y profundidad. Los elementos y flujos a considerar en los procesos de diseño, reflejados algunos de éstos en el diagrama circular, pueden variar de acuerdo con el momento y las características particulares del fenómeno a abordar, buscando el enriquecimiento integral, de cara a la obtención de un mejor producto o resultado final.

En este comportamiento circular los flujos internos, sean éstos de información u otro tipo de flujos, siguen una dinámica difícil de anticipar o predecir, asemejándose así a un organismo vivo. La rigidez, el orden permanente, la constancia, repetición, invariabilidad y la adherencia a rígidas leyes, simplemente no tiene lugar, en cambio sí la libertad y la apertura hacia la totalidad y la integración.

La humanidad, al día de hoy, se encuentra ante una de las transiciones del pensamiento teórico-metodológico más trascendental, pues el enfoque de la complejidad, cada vez se expande más en el contexto del debate científico,⁵⁹ ello lleva a entender el conocimiento cimentado en la discriminación de los datos, como aquel conocimiento fisurado, fracturado y consecuentemente endeble.

El diseño gráfico como disciplina aun joven, se soporta en un marco epistemológico limitado; ello lo ha mantenido bajo una línea un tanto hermética de cara a la complejidad, lo que obliga a los investigadores que abordan estos fenómenos a recurrir necesariamente al apoyo teórico de otras áreas de estudio con mayor bagaje epistemológico, como el caso del marketing, comunicación, psicología, sociología, economía, entre otras. Situación que ha llevado a algunos autores que abordan fenómenos relacionados con la imagen y comunicación visual a encarar las limitaciones de la vieja concepción y explorar el camino de la complejidad e interdisciplinariedad que esta visión conlleva.

En este sentido, el estudio de la identidad, de la imagen y de la comunicación corporativa, necesita actualmente de la concurrencia de una gran variedad de disciplinas sociales y humanas.⁶⁰ Ello, requiere consecuentemente redefinir el estudio en torno a la comunicación visual, lo que la llevaría a la

59 Fariñas, “Desarrollando el pensamiento complejo”.

60 Capriotti, *Branding corporativo*, 17.

readaptación a partir de una perspectiva integral, desde la cual las diversas áreas o esferas que intervienen en ella sean entendidas como engranajes de una misma maquinaria; propuesta que bajo el enfoque científico tradicional, basado en la linealidad, *no es concebible*.

En el nuevo milenio, "el conjunto de fenómenos yuxtapuestos –económicos, tecnológicos y sociales– configuran una situación nueva para la organización, la cual ya no puede hacer frente a esta realidad con las mismas herramientas y actitudes con que se enfrentaba a problemas similares en el pasado".⁶¹

61 Costa, *Identidad corporativa*, 10.

Los valores hegemónicos que respaldaban una racionalidad emancipadora, en la actualidad se marchitan.⁶² En cambio la manifestación de una visión más amplia en el mundo del diseño y la imagen, capaz de conectar diversos niveles conceptuales más allá de una sola óptica, nos permitiría comprender mejor los problemas.⁶³

Todo lo anterior conduce a una visión integral, la de entender a los fenómenos en sus interrelaciones e interdefinibilidad, aunque en primera instancia no sean evidentes, por lo que abordarlos e interpretarlos desde una posición cooperativa nos acercaría a la complejidad de la realidad.

La epistemología del diseño gráfico se cimienta en la concepción lineal, aquella que hemos identificado fundada en la selección de los datos y, por ende, en la parcialidad del conocimiento. Por ello, la investigación en el contexto del diseño gráfico, como en muchos otros campos, se encuentra en la actualidad ante una importante coyuntura, que puede ser una oportunidad. Una disyuntiva que requiere ser comprendida y digerida por los investigadores de esta área.

Este es un debate, que es necesario llevar a cabo y no postergarse, pues sólo a través de él será posible rescatar y desembarazarse al mismo tiempo de la herencia cartesiana, la cual encasilla al diseño gráfico y su enseñanza.

62 Tatiana Sorókina y Bruno Lutz, "La sociedad compleja: el pensamiento científico y la práctica sensitiva", *Argumentos* 24: 67 (México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, septiembre-diciembre de 2011), 7-10.

63 Olivia Fragoso Susunaga, "La imagen del diseño: el laberinto complejo de la transdisciplina", *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle* 9: 35 (México: Universidad La Salle, enero-junio de 2011), 35-42.

Conclusiones

La necesidad de un debate teórico-metodológico sobre el diseño gráfico obedece a la insuficiencia que el pensamiento lineal ha manifestado aproximadamente desde mediados del siglo xx, ante la complejidad de los fenómenos que enfrenta la sociedad contemporánea. A ello, debe agregarse el explosivo desarrollo de las tecnologías y las redes de comunicación, la economía y la cultura del consumo, manifestadas a finales del siglo xx.

Un nuevo contexto que nos traslada a una nueva realidad, signada en cada intersticio por el entramado de procesos y factores heterogéneos que la convierten en compleja e incluso hipercompleja. Una hiperrealidad que ha impactado todos los ámbitos socioculturales, arribando así la sociedad a una nueva estructura de pensamiento en el nuevo milenio.

Estos grandes desarrollos producto de los ciclos sociales, económicos, tecnológicos, científicos y culturales, afectan profundamente al fenómeno de la imagen y la comunicación visual; sin embargo y a pesar de tal necesidad latente e inaplazable, “ésta es una cuestión en la que apenas han profundizado los historiadores y los estudiosos de las comunicaciones visuales”.⁶⁴ Una transición cultural que ineludiblemente debería transfigurar la epistemología en áreas de perfil humanistas como el diseño gráfico.

Este nuevo paradigma sociocultural se da como consecuencia de la aparición de la sociedad de la información, provocando un fuerte impacto y sacudiendo prácticamente todo escenario, dividiendo la historia moderna en un antes y un después.

Esta hiperrealidad nos ha llevado a un nuevo contexto, más complejo; aquel que permite distinguir de forma un poco más clara las limitantes del paradigma de la linealidad cartesiana, emergiendo de una forma más evidente la necesidad de transitar a una nueva estructura de pensamiento en la investigación hoy en día.

El diseño gráfico se encuentra ante la posibilidad de transitar a un nuevo paradigma teórico-metodológico para la investigación; una oportunidad para avanzar de la tradicional *epistemología de la fragmentación* imperante en los estudios,

64 Costa, *La imagen*, 105.

a la epistemología de la conjunción, de la complejidad, de la incertidumbre; visión sistémica que definimos como *epistemología de la integración circular*.

La insuficiencia de las herramientas tradicionales como método frente a los problemas que enfrenta el diseño gráfico, permite concluir que no resultan apropiados para un desarrollo teórico integral; pues respecto a la marca, elemento fundamental de la comunicación visual, ésta no es algo que simplemente se le agrega a un producto o servicio, puesto que no es un elemento estático.⁶⁵ Planteamiento que conduce a comprender la dinámica fenomenológica de la marca, así como la de los otros escenarios del diseño gráfico como realidades complejas; ello nos demanda abordarla desde una perspectiva abierta e interdisciplinar.

En el mismo sentido, el estudio de la imagen y de la comunicación organizacional, necesita de la concurrencia de una gran variedad de disciplinas sociales y humanas;⁶⁶ ello nos obliga a llevar a los estudios pertenecientes al diseño gráfico a la readaptación metodológica dentro de la complejidad del entorno actual, a partir de una perspectiva integral desde la cual las diversas áreas o esferas que se interrelacionan con ella sean entendidas y tenidas como engranajes de una misma maquinaria.

Pero ¿por qué se debe dar tal importancia a estos estudios? La respuesta la da Almagro, al destacar el impacto tan abrumador que la comunicación visual tiene en todos nosotros, pues ésta nos envuelve prácticamente a cada momento de nuestras vidas.⁶⁷ Todos recibimos y percibimos diariamente, queramos o no, alrededor de 800 palabras, 2 000 imágenes y 20 000 estímulos visuales relativos a 500 marcas; por ello, diversos autores han definido a la civilización como “de la imagen”. Ello expone la dimensión e impacto, muchas veces minimizado del diseño gráfico en todos nosotros, capaz de influenciarnos en muchos sentidos, de forma consciente e inconsciente. Una realidad que está ahí y seguramente en el futuro seguirá expandiendo su influencia en la sociedad.

Todo lo anterior conforma un cúmulo fenomenológico tal que, se quiera o no, resulta de suma importancia para la ciencia contemporánea, pues impacta de forma determinante áreas trascendentales como el comportamiento,

65 Costa, *La imagen*, 117.

66 Capriotti, *Branding corporativo*, 17.

67 Andrés Almagro González, “La imagen del deseo. Análisis psicosocial de las representaciones imaginarias en el spot publicitario”, *Athenae Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social* 17 (marzo de 2010): 297-306.

persuasión, creatividad, comunicación, economía y marketing, entre otras; por tal motivo profundizar en el estudio del diseño gráfico y la comunicación visual en su interacción con la sociedad, cada día adquiere mayor relevancia.

El paradigma de la linealidad resulta insuficiente para abordar tan compleja realidad, por ello se considera que se debe transitar al paradigma de la *integración circular* que implica pasar de la disyunción a la integración del conocimiento y de la reducción a la interrelación circular del mismo. La yuxtaposición de los diversos fenómenos, así como la necesidad de ampliarlos e interrelacionarlos, en sí, actuar bajo una posición realmente integral e incluyente, sólo parece accesible a través de la visión de la complejidad, la que entenderíamos viene a ser la ruta capaz de dar solución a esta insuficiencia.

Transitar del paradigma de la linealidad a un nuevo paradigma, el de la complejidad, emerge como una ruta viable para la epistemología en la disciplina del diseño gráfico. Lo que se muestra como algo necesario ante la complejidad del entorno del siglo xx, es llevar al enfoque metodológico del diseño gráfico a una revolución; su objetivo sería explicar cómo funciona la realidad imagen-individuo-sociedad en la actualidad. Para ello resulta conveniente continuar la exploración teórica a través de posibles rutas de investigación, tales como la evidente interrelación teórico-práctica del diseño gráfico con áreas como la sociología, psicología, marketing, neuromarketing y ciencias de la conducta, entre algunas otras.

Resulta factible señalar que la *epistemología de la integración circular*, sería capaz de llevar a los estudios en el diseño gráfico a una ampliación importante, afectando también su ontología, metodología, epistemología, lógica y práctica. Un reto extraordinario, una transición paradigmática con la capacidad de llevarnos de la homogeneidad a la heterogeneidad, permitiéndonos sortear las fisuras y el carácter absoluto que define el enfoque de la linealidad, arribando así a la renovación del conocimiento.

Artículo recibido: 25 de enero de 2016

Aceptado: 1 de junio de 2016