

Complejidad, clave en la transición del diseño gráfico de la práctica profesional a la disciplina intelectual

Complexity, key in the transition from graphic design, from professional practice to intellectual discipline.

Arodi Morales Holguín*

Profesor Investigador de tiempo completo de la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de Sonora, adscrito al departamento de Arquitectura y Diseño. Doctor en Arquitectura, Diseño y Urbanismo por la UAEM (ex becario CONACYT), Maestro en Administración por la Universidad de Sonora, Master en Publicidad y Marketing por el instituto Iteap, Licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad del Noroeste.

Resumen

El Diseño Gráfico es ejercido en la práctica y entendido, según su base epistémica, como una experiencia gráfico-visual, realidad que ha establecido límites en torno a éste, restringiendo sus alcances, impidiéndole desplegar todo su potencial y evolucionar hacia una disciplina intelectual. Dichas limitantes son producto de la base epistemológica de la linealidad; frente a ello, el paradigma gnoseológico de la complejidad irrumpe como una oportunidad para transformar al diseño, permitiéndole desplegar toda su capacidad y posibilidades, llevándolo a convertirse en una disciplina intelectual, tanto en el campo profesional como el académico.

Palabras clave: Diseño Gráfico, complejidad, linealidad, epistemología, Bauhaus.

Abstract

Graphic Design is exercised in practice and understood as epistemic base, as a graphic-visual experience, reality has set limits around it, restricting its scope, preventing their full potential and evolve into an intellectual discipline. These limitations are the result of the epistemological basis of linearity; In comparison, the epistemological paradigm of complexity breaks as an opportunity to transform the design, allowing you to display his ability and possibilities, leading him to become an intellectual discipline, both in the professional field as academic.

Keywords: Graphic design, complexity, linearity, epistemology, Bauhaus.

*Bld. Luis Encinas y Rosales S/N, Col. Centro, Hermosillo, Sonora, México. (662) 259-21-00 y 259-22-00.
redeshmo@gmail.com

Antecedentes.

El Diseño Gráfico es una disciplina aún muy joven a pesar que sus antecedentes, los cuales se remontan a las primeras etapas de la comunicación humana, con origen en el hombre primitivo; así, hablar de los antecedentes del Diseño Gráfico, es hablar de uno de los fenómenos más extraordinarios que nos define como especie, donde la imagen viene a ser el elemento preponderante; código que define la comunicación humana desde sus primeras etapas, ante la ausencia de un sistema de escritura.

Desde el nacimiento de la era industrial, la imagen gráfica iría perfeccionándose como sistema comunicativo hasta alcanzar, gracias al empuje del desarrollo industrial y el comercio, un momento de vertiginoso desarrollo. El factor clave para que ello aconteciera sería el nacimiento de la denominada marca moderna, surgida a partir del nombre registrado en el año de 1870 (Costa, J., 2004, p. 78).

Este momento coyuntural de gran impacto, impulsado por el boom comercial y los nuevos paradigmas socioculturales, provocaría una transición sin precedente en el contexto de la comunicación gráfica. Este nuevo e influyente fenómeno comunicativo, a pesar de su presencia, aún no era claramente definido; y con una interpretación heterogénea, se centraba en definiciones como arte, creatividad, expresión e ilustración, entre otras; e igualmente no contaba con especialistas pues bien podía ser desarrollado por arquitectos, artistas plásticos, dibujantes y otros actores.

Dicho fenómeno sería identificado y abordado en la Bauhaus; allí Herbert Bayer, director del taller de tipografía y publicidad de la escuela, sería el responsable de crear las condiciones de una nueva profesión, el Diseño Gráfico; aunque el primero en definir el término fue William Addison Dwiggins en 1922 (Bayer, H., 1981). Ello le daría identidad a dicho fenómeno y un rostro al actor responsable de desarrollarlo, surgiendo así del Diseño Gráfico como área de estudio en la Bauhaus.

El Diseño Gráfico después de la Bauhaus.

El boom comercial experimentado a partir de la década de los cincuenta, transformaría a la sociedad en múltiples aspectos; la necesidad cada vez mayor por

los nuevos productos que surgían día con día, llevaría al Diseño Gráfico a experimentar una transfiguración. Durante las décadas de los sesenta y setenta emergería un verdadero interés por los estudios comunicativos, llevando a campos como el Diseño, a ser abordados por primera vez en lo teórico, experimentando en los ochentas una palpable producción en el escenario teórico-científico (Capriotti, P., 2009).

El estudio epistemológico del Diseño Gráfico cuenta con escasas décadas, en la que se ha logrado establecer una significativa, aunque debe reconocerse, incipiente base conceptual; base que es aún débil y discutible.

La base epistemológica que define al Diseño Gráfico se ha instituido a partir de la raíz de la linealidad, estructura de pensamiento que ha envuelto al Diseño desde su mismo nacimiento en la Bauhaus. Y es dicha linealidad, la que ha permitido consolidar la base teórica que en la actualidad le da sustento al Diseño Gráfico, y que le ha impedido trascender como una verdadera disciplina intelectual, impidiéndole incluso, como sostiene Bennett (2003), alcanzar un verdadero reconocimiento, destacando además que "si la práctica del diseño pretende emerger como una profesión reconocida, debe superar las barreras intelectuales limitadas por el modelo Bauhaus" (Bennett, A., 2003, p. 52).

Pero ¿qué significa esto?, la respuesta se encuentra en comprender la linealidad y sus limitantes gnoseológicas, así como las posibles rutas que podrían llevar al Diseño a experimentar una verdadera evolución, que la lleven de su esencia práctico-profesional al contexto intelectual.

Para Chaves, N. (1997), el diseño enmarca dos vertientes, tanto en su formación como en su práctica, por un lado la del diseño como arte aplicado y por otro como técnica de comunicación.

Wong, W. (2002) por su parte, destaca que un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, tanto en un mensaje como un producto, destacando que su creación debe ser tanto estética como funcional.

Para Laing, S. (2008, p. 3) "el diseño como una disciplina se ocupa de la creación de la comunicación visual efectiva, mientras se trabaja dentro de las limitaciones y restricciones impuestas por el proyecto en particular", envolviendo para ello diversos

elementos como texturas, métodos de producción y sus resultados: estilos, modas, tendencias, diseños, imposiciones tipográficas, muestras e imágenes, entre otros.

La postura de Cheng, P. & Do, E. (2011, p. 53) señala que los "diseñadores a menudo hablan de lluvia de ideas o el proceso de ideación para encontrar imágenes o conceptos que se pueden adoptar en sus ideas de diseño".

Por su parte Frascara, J. (2000, p. 19) plantea que diseño gráfico 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".

Al analizar las definiciones anteriores, así como otras propuestas que, aunque no aparecen aquí, en esencia circundan los mismos conceptos, nos llevan a entender al Diseño Gráfico como idea, técnica, expresión visual, creación, comunicación visual, entre otras, desarrollada bajo límites y restricciones bien definidos. Esta visión evidencia las barreras intelectuales limitadas por el modelo Bauhaus, que son verdaderas limitantes epistemológicas producto de la linealidad cartesiana.

Hoy en día el Diseño Gráfico parece enfrentar dos problemas de cara a convertirse en una disciplina intelectual, que lo lleven a superar las restricciones que lo limitan a ser concebido meramente como práctica profesional. Primeramente, el diseño a pesar de haber experimentado en sus inicios como estudio teórico cierto desarrollo, éste no ha mostrado una verdadera evolución, pues se ha mantenido dentro de una perspectiva equivalente, siendo restringidos los intentos por romper dicha inercia.

En concordancia con Devalle, V. (2008), la base conceptual que define al Diseño Gráfico es incipiente, la cual se puede encontrar, aunque de manera débil y siempre sujeta a discusión, por lo que resulta inaplazable la expansión de su base epistémica, buscando para ello abordar nuevas posturas y visiones, así como extendiéndose e interrelacionándose con otras esferas del saber, con el objetivo de expandir y robustecer su fenomenología.

Doberti, R. (2006) identifica que disciplinas como el diseño no ajustan en las categorías del pensar de occidente, lo cual atribuye por un lado al imaginario imperante tanto en las universidades como en el inconsciente colectivo, y por otro lado, a la falta



Figura 1. Logotipo de la Bauhaus.

Fuente: https://www.bauhaus100.de/bh100/export/sites/default/de/damals/werke/grafik-typografie/plakat-zur-bauhaus-ausstellung-in-weimar-1923/109_268_bauhausausstellung_weimar_1923_0.jpg_1186904616.jpg

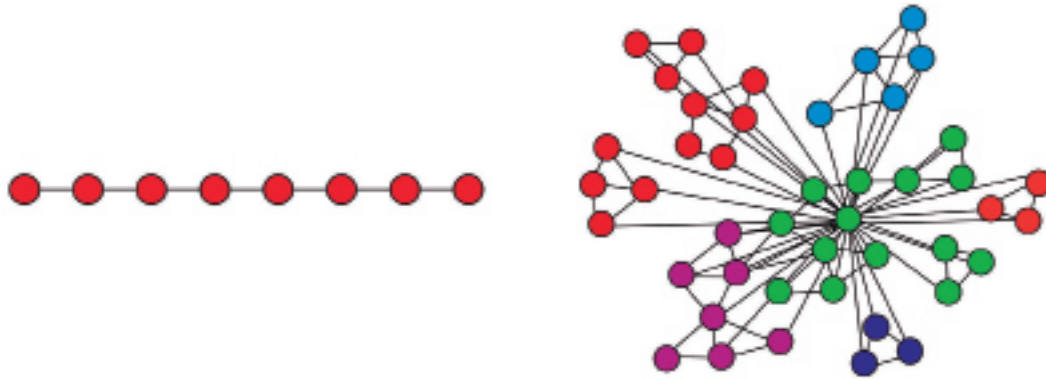


Imagen 2. Estructura lineal frente a la estructura compleja. Fuente: elaboración propia.

de interés de los mismos diseñadores. A ello agregaríamos la visión epistemológica como elemento fundamental.

En segunda instancia, superar la herencia cartesiana, aquella que ha definido el enfoque epistemológico en la ciencia desde el siglo XVII y que impregnó la Bauhaus y consecuentemente la esencia del Diseño Gráfico, concentrando sus habilidades casi exclusivamente en el contexto visual (Bennett, A., 2003), realidad que ha limitado tanto su episteme como condicionado su evolución.

Lo anterior nos lleva al cuestionamiento de ¿cómo romper dicha inercia?. Consideramos que el Diseño Gráfico puede aspirar a convertirse en una disciplina intelectual; sin embargo, para ello se requeriría superar la inercia de la linealidad, transitando hacia la complejidad, llave que le permitiría evolucionar del ejercicio práctico a la intelectualidad, sin que ello signifique la cancelación de lo primero, sino enriquecerlo.

Complejidad en el Diseño Gráfico.

Para comprender la complejidad y su efecto como elemento detonante, en el Diseño Gráfico contemporáneo, resulta necesario previamente escudriñar el concepto de linealidad.

El pensamiento científico lineal, motor que ha llevado a la civilización a experimentar avances diversos a lo largo de la historia, tiene raíces en la Grecia antigua; sin embargo, esta no siempre ha estado presente como visión gnoseológica. Islas, O. (2015) subraya que en las civilizaciones antiguas se pueden identificar rasgos esenciales correspondientes a la

visión sistémica, visión a través de la cual los antiguos pensadores veían e interpretaban el mundo natural que los rodeaba de manera holística, encontrando ciertos comportamientos, desde los cuales les fue posible predecir acontecimientos y encontrar alternativas a enfermedades y otros problemas; sin embargo en el siglo XVI, una nueva visión centrada en la simplicidad, practicidad y unidisciplinariedad emergía en la búsqueda de rutas simples, estables y objetivas para abordar de una manera más práctica los fenómenos y así acceder de forma más sencilla y rápida a sus posibles soluciones.

En el siglo XVII, René Descartes establece un sistema de pensamiento que definiría la base gnoseológica occidental hasta el día de hoy; base centrada en la disyunción, simplicidad y linealidad (Morin, E., 2004). Dicho sistema de pensamiento simplificador, toma al fenómeno aislándolo de su entorno, estudiándolo no como una unidad o completud, sino como una serie de partes que conforman un todo; para ello divide al fenómeno en segmentos, donde cada uno de dichos segmentos es estudiado considerando sólo sus elementos más relevantes e influyentes, relegando y desdeñando en consecuencia aquellos elementos menos relevantes, para luego sumar los resultados o conjeturas de cada una de éstas, obteniéndose así un resultado final, el conocimiento.

Morin, E. (2004) enfatiza que Descartes formuló ese paradigma, que es desarticulador, al dividir al sujeto pensante y a la cosa extensa; en otras palabras filosofía y ciencia, postulando como principio de verdad, sólo aquellas ideas claras y distintas, disyunción que ha privado a la ciencia de toda posibilidad de conocerse pues los fenómenos de la vida raramente

siguen un orden perfecto, principio cardinal del pensamiento simplificador o lineal.

El orden perfecto y las soluciones prácticas buscado a través de la simplificación, nos ha llevado a una inteligencia ciega, que "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" (Morin, E., 2004, p. 31). Es por ello que la linealidad ha llevado al conocimiento, a experimentar una falta de asociaciones entre los elementos heterogéneos, evitando así su engranaje y por ende su estudio.

La episteme del Diseño Gráfico se ha construido a partir del paradigma de la simplificación. La estructuración del conocimiento en su seno es lineal; sus procesos siempre siguen el principio de cadenas causales donde los fenómenos siguen un comportamiento secuencial de estructura lineal, donde es necesario pasar secuencialmente del paso uno al dos y del dos al tres consecutivamente, a lo largo de toda la cadena hasta el eslabón final, para llegar al producto o resultado. Ejemplo de ello es la construcción de una marca gráfica, en la cual, el proceso sigue siempre pasos básicos y subsecuentes de los cuales podemos destacar el problema, el cliente, la idea, la creatividad, la proyección y la solución o aplicación.

El Diseño Gráfico en cualquiera de sus cuatro áreas generales, reconocidas así por diversos autores, entre ellos Tena, D. (2005), Diseño Editorial, Publicitario, de Imagen Corporativa o Digital, sigue un principio lineal, careciendo de una visión más allá de la establecida; en consecuencia, el profesional se desenvuelve a través de un comportamiento así, donde generalmente retoma la receta que sigue una y otra vez, rígidamente secuencial, para cocinar la solución: el gráfico, solución que finalmente le entregará al cliente. Este principio define la visión del profesional, de los docentes y de la misma didáctica del diseño, lo que ha impedido alcanzar una visión multidisciplinar e interdisciplinar en el diseñador.

El diseño a pesar de autodefinirse como una disciplina creativa, parece evidenciar precisamente en su estructura epistémica y didáctica, la falta de una reestructuración creativa que la revitalice, a diferencia de otras áreas de estudio igualmente creativas como la mercadotecnia y la comunicación, quienes en cambio, sí manifiestan una visión más abierta e

interdisciplinar, acorde a su fenomenología esencialmente sistémica.

La complejidad viene a ser una propuesta antagónica a la simplificación, propuesta emergida en la década de 1960 y sustentada en la teoría de la información, la autoorganización y la cibernética, pero sobre todo en la Teoría General de los Sistemas de Bertalanffy.

Definir complejidad no resulta algo sencillo, la palabra complejo viene del latín *complexus* que significa lo que está tejido; por ello, complejidad viene a ser una interpretación de la realidad similar a una red densa o tejido cargado de nodos o interconexiones, de naturaleza heterogénea y variable, alejada tanto en su forma como en su función de la rigidez o secuencialidad. Aquella que además se interconecta con otros múltiples fenómenos aparentemente incompatibles.

Para Morin, E. (2004, p. 59), complejidad a primera vista, aparece como un fenómeno cuantitativo, reflejado por medio de un número extremo de interacciones e intercambios dados entre un número enorme de unidades en un sistema auto-organizado, pero la complejidad no refiere sólo a interacciones, también a incertidumbres, indeterminaciones y fenómenos aleatorios. Sin embargo la complejidad no se reduce a la incertidumbre, más bien la incertidumbre se encuentra en el seno de los sistemas organizados.

La complejidad está en todas partes; si observamos los fenómenos de la vida, incluyendo a los que envuelve el Diseño Gráfico, se puede identificar en ellos una naturaleza compleja, donde como puntualiza Frago, O. (2009), los fenómenos se interrelacionan en diversos órdenes simultáneamente, dada su naturaleza compleja; la interacción se da con múltiples acontecimientos de la realidad.

En este sentido el Diseño Gráfico, no sólo se limita a tomar el problema del cliente para, a partir de un desarrollo creativo secuencial, proponer un gráfico como solución; el diseño es más que eso, pues los fenómenos que definen a la sociedad del nuevo milenio, caracterizada por una complejidad sin precedentes, la yuxtaposición de fenómenos económicos, tecnológicos y sociales, ha reconfigurado una situación nueva para la organización y la sociedad, que ya no pueden hacer frente a dicha realidad con las mismas herramientas y actitudes utilizadas en el pasado (Costa, J., 2009).

Dicha yuxtaposición resulta evidente en uno de los fenómenos socioculturales de mayor impacto e influencia en la actualidad: el poder, el cual se valoriza actualmente como uno de los activos más importantes a la par de la riqueza; activo que para operar tiene en el Diseño Gráfico uno de sus engranes principales.

El poder "es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder" (Castells, M., 2009, p. 33).

La esencia de poder "está en la capacidad para modelar las mentes, pues la forma en que sentimos y pensamos, determina nuestra manera de actuar, tanto individual como colectivamente" (Castells, M., 2009, p. 24). Hoy en día el poder en gran medida se erige a través de la capacidad para crear y establecer sólidamente imágenes cognitivas en el imaginario colectivo, como intangibles capaces de definir la realidad para cada individuo y la sociedad. Para ello la gestión comunicativa juega un papel estratégico, escenario donde el Diseño Gráfico se desenvuelve. Para Castells, M. (2009, p. 24) "la comunicación es fundamental en esta lucha, ya que es mediante la comunicación como la mente humana interactúa con su entorno social y natural" y opera sustentado en la cultura, la organización y la tecnología de la comunicación, presentes particularmente en cada sociedad. Para ello los mass media se posicionan como herramienta de gran poder y el Diseño Gráfico, a través del manejo visual de elementos, conceptos e ideas, emerge como un detonante del proceso comunicativo y clave en el denso fenómeno que envuelve al poder en la actual sociedad de la información.

A raíz de los más recientes cambios sociales que experimenta la sociedad, Bennett, A. (2003) identifica que ante los problemas de comunicación y los cambios sociales que impactan a múltiples fenómenos como el Diseño Gráfico, actualmente, una solución puede encontrarse en la ampliación del ámbito de aplicación del diseño, al ser considerado como disciplina en lugar de sólo como una práctica profesional; de igual manera más oportunidades pueden surgir de la investigación en Diseño Gráfico, enfocada en los constantes cambios sociales. Sin embargo para que el diseño acceda a convertirse en una disciplina intelectual, una transformación en su postura

gnoseológica viene a ser fundamental. En ese mismo sentido aspirar a conseguir nuevas categorías de diseñadores gráficos, el escenario de la enseñanza es igualmente primordial. De ser así, resulta cardinal incluir la teoría y la investigación en los planes de estudio, basados en una perspectiva teórico-práctica integral.

En la actualidad el Diseño Gráfico tanto en su metodología, como en su ejercicio práctico, su enseñanza y la investigación, continúa sustentándose de manera preponderante en el paradigma de la linealidad. En la enseñanza, escenario principal de legitimación de las ideas viejas o de las renovadas, ha predominado el paradigma de la simplificación en los tres niveles, básico, medio y superior (Fariñas, G., 2006). Remarcarlo es importante ya que desafortunadamente, la educación escolar va mermando 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 (Fragoso, O., 2009). Por tal motivo un cambio de paradigma en el constructo epistemológico del Diseño Gráfico apremia de manera inaplazable.

Otra muestra de la complejidad que define la realidad del diseño contemporáneo viene a ser el fenómeno de la imagen, elemento medular en la teoría del diseño; fenómeno que ha sido abordado de manera compleja e interdisciplinaria desde otros campos de estudio. En este sentido García, A. (2011) destaca que 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".

La práctica profesional del Diseño Gráfico aborda el fenómeno de la imagen en esencia de manera restringida, principalmente como un fenómeno gráfico-material. Para acceder a visualizar y teorizar a la imagen desde una posición intelectual, el Diseño Gráfico debe transitar hacia un razonamiento complejo, abordándola como un fenómeno cultural multinivel, semejante a una esfera compuesta por un universo sistémico que conjuga elementos tanto materiales e inmateriales ubicados en espacios multinivel, los cuales se interconectan y retroalimentan para en su conjunto darle forma a esa realidad denominada imagen.

Para poder acceder a entender, abordar y estudiar la imagen desde su complejidad, la linealidad resulta ser un enfoque insuficiente; requiere de otro enfoque teórico para acceder a ello; es ahí donde la complejidad emerge como un posible camino, no solo para acceder a una visión integral, también se presenta como el camino que permitiría al Diseño Gráfico transitar de una práctica profesional a una segmentada la disciplina intelectual, que permitiría ver la realidad como es, compleja por esencia.

Para Fariñas, G. (2006), la humanidad, actualmente está ante una de las transiciones epistemológicas más trascendentales, donde la visión de la complejidad, cada vez impregna de manera más profunda el universo del debate científico. Llevar tal visión al Diseño Gráfico, permitiría el enriquecimiento de su base gnoseológica y en consecuencia su robustecimiento, estaríamos sustentados en una conducta multidisciplinar e interdisciplinar y su base epistémica, llevaría al Diseño Gráfico a convertirse en una disciplina intelectual. El nuevo diseñador en consecuencia, alcanzaría una nueva postura reflexiva, capaz de llevarlo a proponer mejores soluciones a los problemas reales a los que se enfrenta.

Conclusión.

El Diseñador Gráfico hoy en día, continúa concibiendo y concentrando su hacer como una experiencia gráfica visual, una práctica aún dominante en el diseño; una realidad que resulta limitada de acuerdo a

los alcances que éste posee. Dicha visión delimita el campo del diseño de forma importante, estableciendo límites que le han impedido transformarse en una disciplina intelectual.

El Diseño Gráfico estudiado desde la linealidad, difícilmente podrá evolucionar más allá del paradigma gráfico-visual. El paradigma de la complejidad, en contraparte, se presenta como una oportunidad a través de la cual, el diseño pueda acceder a una disciplina con apoyo científico, desplegando toda su capacidad y posibilidades, pues su realidad es mucho más amplia que la que regularmente se tiene entendida.

A través de la base epistemológica de la complejidad, el Diseño Gráfico estaría en una posición de desplegar todo su volumen, interconectándose e interrelacionándose con otros fenómenos que lo acompañan y ayudan a explicarse, enriqueciendo su fenomenología, tales como los que nos dan la psicología, la comunicación, la sociología, la mercadotecnia, la neurociencia, entre otras. Ello hace ver al Diseño Gráfico como una realidad mucho más amplia, rica y robusta, caracterizado por un comportamiento sistémico.

La transición del Diseño Gráfico, de la práctica profesional a la disciplina intelectual, tiene en el enfoque epistemológico su punto sustancial; en éste sentido, la complejidad emerge como la llave a través de la cual el diseño logre acceder a ampliarse y transformarse en una verdadera disciplina intelectual, de carácter científico-creativo.

VERSIÓN EN INGLÉS

Background.

Graphic Design is still a very young discipline despite his background, which date back to the early stages of human communication, originating in primitive man; well, talking about the history of graphic design, is talking about one of the most extraordinary phenomena that define us as a species, where the image becomes the dominant element; code that defines human communication from its early stages, in the absence of a writing system.

Since the birth of the industrial era, graphic image communication system would be refined as to reach, thanks to the efforts of industrial development and trade, a time of rapid development. The key factor for this to befall would be the birth of the so-called modern brand, which emerged from the name registered in 1870 (Costa, J., 2004, p. 78).

This moment of great impact, driven by the commercial boom and new cultural paradigms, cause an unprecedented transition in the context of graphic communication. This new and influential communicative phenomenon, despite its presence, was not clearly defined; and a heterogeneous interpretation, focused on definitions as art, creativity, expression and illustration, among others; and also it lacked specialists as well could be developed by architects, artists, designers and other actors.

This phenomenon would be identified and addressed at the Bauhaus; there Herbert Bayer, director of typography and publicity workshop school, would be responsible for creating the conditions for a new profession, Graphic Design; although the first to define the term was William Addison Dwiggins in 1922 (Bayer, H., 1981). That would give identity to this phenomenon and a face to the actor responsible of developing and emerging Graphic Design as an area of study at the Bauhaus.

Graphic Design after the Bauhaus.

The commercial boom experienced since the fifties, transform society in many ways; increasing by new products emerging every day necessity, lead to Graphic Design experience a transfiguration. During

the decades of the sixties and seventies emerge a real interest in communication studies, leading to fields such as design, to be addressed first in theory, experimenting in the eighties a palpable production in the theoretical and scientific scenario (Capriotti, P., 2009).

The epistemological study of Graphic Design has a few decades, which has managed to establish a significant, although it must be recognized, emerging conceptual base; base is still weak and debatable.

The epistemological basis defines Graphic design has been established from the root of linearity, structure of thought that has enveloped the design since its birth in the Bauhaus. And is this linearity, which has consolidated the theoretical basis which currently gives support to Graphic Design, and has prevented him transcend as a true intellectual discipline, preventing him even as Bennett (2003) argues, to achieve a true recognition, while stressing that "if design practice aims to emerge as a recognized profession, must overcome the intellectual barriers limited by the Bauhaus model" (Bennett, A., 2003, p. 52).

But what does this mean?, the answer lies in understanding the linearity and epistemological limitations, and possible routes that could lead to the design to experience a true evolution, who wear their practical-professional intellectual context essence.

To Chaves, N. (1997), the design includes two aspects, as well in training and practice, on one hand the design as applied art and other like communication technique.

Wong, W. (2002) for its part, points out that a good design is the best visual expression of the essence of something, as well in a message as a product, noting that its creation must be both aesthetic and functional.

According to Laing, S. (2008, p. 3) "Design as a discipline is concerned with creating effective visual communication while working within the limitations and constraints imposed by the particular project", involving a diversity of elements, as textures, production methods and results: styles, fashions, trends, designs, typographic enforcement samples and images, among others.

Cheng, P. & Do, E. (2011, p. 53) notes that "Designers often speak about their brainstorming or ideation process as finding images or concepts that can be adopted into their design ideas".

Frascara, J. (2000, p. 19) states that, graphic design part is "action to conceive, plan, design and perform visual communications produced by industrial ways and intended to convey specific messages to specific groups."

Analyzing the above definitions, as well as other proposals, though not shown here, essentially surround the same concepts, lead us to understand the Graphic Design as an idea, technique, visual expression, creativity, visual communication, among others, developed under limits and well-defined restrictions. This vision evidence the intellectual barriers limited by the Bauhaus model, which are true epistemological limitations of the Cartesian product linearity.

Today Graphic design seems to face two problems facing to become an intellectual discipline, be taken to overcome the restrictions that limit to be conceived merely as a professional practice. First, the design despite having experienced in its early development as a theoretical study, this has not shown a real evolution, as it has remained within an equivalent perspective, being restricted attempts to break this inertia.

According to Devalle, V. (2008), the conceptual basis defines Graphic design is emerging, which can be found, although weak and always subject to discussion way, so it is urgent to expand its epistemic base, looking for it address new positions and visions, as well as extending and interrelating with other areas of knowledge, with the aim of expanding and strengthening its phenomenology.

Doberti, R. (2006) identifies that disciplines such as design do not fit into the categories of western thinking, which attributes, on the one hand, the prevailing imaginary both in universities and in the collective unconscious, and on the other hand, to the lack of interest of the designers. We would add epistemological view as a fundamental element.

Secondly, overcoming the Cartesian legacy, one that has defined the epistemological approach in science since the seventeenth century and permeated the Bauhaus and consequently the essence of Graphic Design, concentrating their skills almost exclusively on the visual context (Bennett, A., 2003) This reality has limited much its episteme and conditioned its evolution.

This brings us to the question of how to break this inertia? We believe that graphic design can aspire to



Figure 1. Bauhaus Logo

Source: https://www.bauhaus100.de/bh100/export/sites/default/de/damals/werke/grafik-typografie/plakat-zur-bauhaus-ausstellung-in-weimar-1923/109_268_bauhausausstellung_weimar_1923_0.jpg_1186904616.jpg

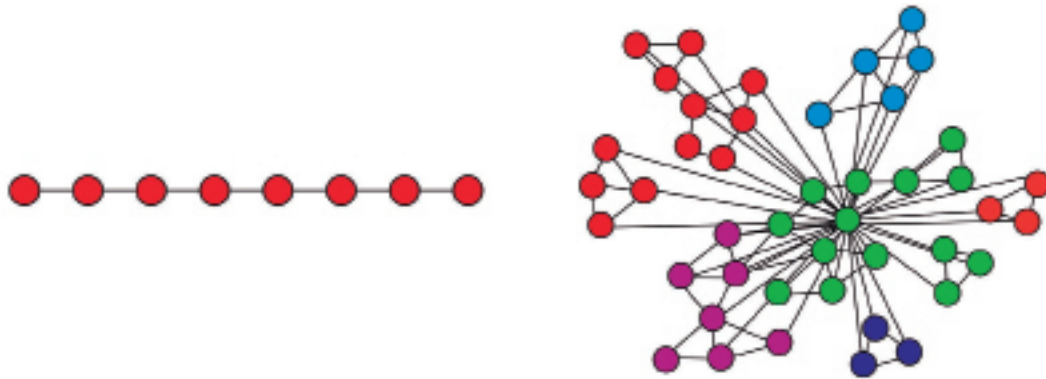


Imagen 2. Estructura lineal frente a la estructura compleja. Fuente: elaboración propia.

become an intellectual discipline; however, this will require overcoming the inertia of linearity, moving towards complexity, key that would allow him evolve from the practical exercise the intelligentsia, without implying the cancellation of the first, but enrich it.

Complexity in Graphic Design.

To understand the complexity and its effect as a trigger element in contemporary graphic design, it must first examine the concept of linearity.

Scientific thinking linear motor which has led to civilization to experience various developments throughout history has roots in ancient Greece; however, this has not always been present as epistemological vision. Islas, O. (2015) emphasizes that in ancient civilizations can be identified corresponding essential features to systemic vision, vision through which the ancient thinkers saw and interpreted the natural world around them holistically, finding certain behaviors, from which they were able to predict events and find alternatives to diseases and other problems; however in the sixteenth century, a new vision focused on simplicity, practicality and unidisciplinarity emerged in the search for simple, stable and objective to address in a more practical phenomena way routes and thus easier access and quickly to potential solutions.

In the seventeenth century, René Descartes establishes a system of thought that define the Western epistemological basis until today; Based centered disjunction, simplicity and linearity (Morin, E., 2004). This system of simplistic thinking, take the phenomenon isolating it from its environment, studying not

as a unit or completeness, but as a series of parts that make a whole; for it divides the phenomenon into segments, wherein each of said segments is studied considering only the most relevant and influential elements, relegating and disdaining consequently those less relevant elements, then add the results or guesses of each of these, thus obtaining a final result, knowledge.

Morin, E. (2004) emphasizes that Descartes made that paradigm, which is disarticulating by dividing the thinking subject and the extended thing; in other words philosophy and science, postulating as a principle of truth, only those clear and distinct ideas, disjunction has deprived science of any possibility of knowing because the phenomena of life rarely follow a perfect order, cardinal principle of simplistic thinking or linear.

The perfect order and practical solutions sought through simplification, has led us to a blind intelligence, which "destroys sets and wholes, isolates all objects in their environments. You cannot conceive the inseparable link between the observer and the thing observed. The key realities are disintegrated" (Morin, E., 2004, p. 31). That is why linearity has led to knowledge, experience a lack of associations between heterogeneous elements, thus avoiding gear and therefore its study.

The episteme of Graphic Design has been built from the paradigm of simplification. The structuring of knowledge within it is linear; processes always follow the principle of causal chains where phenomena follow a sequential behavior of linear structure, which is necessary to pass sequentially from step 1 to 2 and 2 to 3 consecutively along the entire chain

to the end link to get the product or result. One example is the construction of a graphic mark, which, always follow basic process and subsequent steps of which we can highlight the problem, the customer, the idea, creativity, projection and the solution or application.

Graphic Design in any of its four general areas, recognized by several authors, among them Tena, D. (2005), Editorial Design, Advertising, Corporate and Digital Image, follows a linear principle, lacking a vision beyond established; consequently, professional unfolds through such behavior, which usually takes up the recipe that follows and again, rigidly sequential cooking the solution: graphic, solution that will finally deliver to the client. This principle defines the vision of professional teachers and teaching the same design, which has prevented reaching a multidisciplinary and interdisciplinary vision of the designer.

The design despite define themselves as a creative discipline, seems to demonstrate precisely in its epistemological and didactic structure, the lack of a creative restructuring that revitalizes, unlike other areas of study equally creative as marketing and communication, who instead yes they show a more open and interdisciplinary vision, according to its essentially systemic phenomenology.

The complexity becomes an antagonistic approach to simplification proposal emerged in the 1960s and supported by the information theory, cybernetics and self-organization, but especially in the General Systems Theory Bertalanffy.

Define complexity is not something simple, complex word comes from the Latin *complexus* which means what is woven; therefore, complexity becomes an interpretation similar to a dense or tissue loaded nodes or interconnects, heterogeneous network variable nature and reality, far both in form and in function of the stiffness or sequentially. That also interconnects with multiple other seemingly incompatible phenomena.

For Morin, E. (2004, p. 59), complexity at first glance, appears as a quantitative phenomenon, reflected by an extreme number of interactions and exchanges given between a huge number of units in a self-organizing system, but the complexity does not refers only to interactions, also uncertainties, uncertainties and random phenomena. However the

complexity no uncertainty is reduced, rather the uncertainty is within organized systems.

Complexity is everywhere; if we look at the phenomena of life, including wrapping Graphic Design, we can identify in them a complex nature, where as he points Fragoso, O. (2009), the phenomena are interrelated in various orders simultaneously, given its complex nature; the interaction occurs with multiple events of reality.

In this sense, Graphic Design, not just limited to taking the customer's problem to under a sequential creative development, propose a graphic as a solution; the design is more than that, for the phenomena that define the society of the new millennium, characterized by unprecedented complexity, the juxtaposition of economic, technological and social phenomena, has reconfigured a new situation for the organization and society, already they cannot cope with this reality with the same tools and attitudes used in the past (Costa, J., 2009).

Such juxtaposition is evident in one of the cultural phenomena of greater impact and influence today: power, which is currently valued as one of the most important part of wealth assets; asset that has to operate in Graph one of its main gear design.

Power "is the relational capacity allowing a social actor influence asymmetrically in the decisions of other social actors so that the will favor the interests and values of the actor who has the power" (Castells, M., 2009, p. 33).

The essence of power "is the ability to shape minds, because the way we feel and think ourselves determines how we act, both individually and collectively" (Castells, M., 2009, p. 24). Today the power is erected largely through the ability to create and firmly establish cognitive images in the collective imagination, as intangible able to define reality for every individual and society. To do this communicative management plays a strategic role, Graphic Design stage where it operates. For Castells, M. (2009: 24) "communication is essential in this fight, because it is through communication as the human mind interacts with its social and natural environment" and operates sustained in culture, organization and communication technology, particularly present in every society. To do the media are positioned as a tool of great power and Graphic Design, through the visual management of elements, concepts and ideas,

emerges as a trigger of the communication process and key in the dense phenomenon that surrounds the power in today's society of the information.

Following the most recent social changes experienced by society, Bennett, A. (2003) identifies that problems of communication and social changes that impact multiple phenomena such as Graphic Design, currently, a solution can be found in the extension of the scope of application design, being considered as a discipline rather than just as a professional practice; likewise more opportunities can arise from research in Graphic Design, focused on the constant social changes. However to access the design to become an intellectual discipline, a transformation in its epistemological posture becomes fundamental. In the same vein if we are to get new categories of graphic designers, stage of education it is also paramount. If so, it cardinal includes theory and research in the curriculum, based on a comprehensive theoretical and practical perspective.

Today Graphic Design both in its methodology and in its practical exercise, teaching and research, holding himself still predominantly in the paradigm of linearity. In teaching, main stage of legitimation of old ideas or renewed, has dominated the paradigm of simplification at all three levels, basic, intermediate and advanced (Fariñas, G., 2006). Stress it is important because unfortunately, school education is eroding our ability to meet complex way, for this reason are few those who reach adulthood with a real capacity to investigate the world from the breadth of complexity (Fragoso, O., 2009). Therefore a paradigm shift in the epistemological construct Graphic design is short of urgent manner.

Another example of the complexity that defines the reality of contemporary design becomes the phenomenon of the image, core element in design theory; phenomenon that has been addressed in a complex and interdisciplinary way from other fields of study. In this sense Garcia, A. (2011) points out that the images "are also, and as one of the common rhetoric, a central core of communication and contemporary culture, and thus a basic enclave to understand and investigate companies in which we move."

The practice of graphic design addresses the phenomenon of image essentially narrowly, mainly as a graphic-material phenomenon. To access visualize

and theorize the image from an intellectual position, Graphic design should move towards a complex reasoning, approaching it as a multi-cultural phenomenon, like a composed of a systemic universe that combines both tangible and intangible elements located in space sphere multilevel, which interconnect and provide feedback to a whole shape that reality called image.

To access understand, address and study the image from its complexity, linearity approach turns out to be insufficient; It requires another theoretical approach to access it; That's where the complexity emerges as a possible way not only to access a comprehensive view, it is also presented as the way to allow the Graphic design transition from professional practice to a segmented intellectual discipline, which would see reality as it is, complicated by essence.

To Farinas, G. (2006), humanity is currently facing one of the most significant epistemological transitions, where the vision of complexity, increasingly more deeply permeates the universe of scientific debate. Bring that vision to Graphic Design, allow the enrichment of its epistemological basis and accordingly its strengthening, we would be supported by a multidisciplinary and interdisciplinary behavior and epistemic base, lead to Graphic Design to become an intellectual discipline. The new designer therefore reaches a new reflective stance, able to bring it to propose better solutions to the real problems it faces.

Conclusion.

Graphic designer today, continues conceiving and concentrating its done as a graphic visual experience, even dominant practice in the design; a reality that is limited according to the scope that it owns. This vision defines the design field significantly, setting limits that have prevented it to become an intellectual discipline.

The studied from linearity, Graphic Design can hardly evolve beyond the graphic-visual paradigm. The paradigm of complexity, in contrast, is presented as an opportunity through which the design can access a discipline with scientific support, displaying its full capacity and possibilities, because their reality is much broader than regularly it is understood.

Through the epistemological basis of complexity, Graphic Design would be in a position to deploy all

its volume, interconnecting and interrelating with other phenomena that accompany and help explain, enriching its phenomenology, such as those that give us the psychology, communication, sociology, marketing, neuroscience, among others. This one to see Graphic Design as a much broader, rich and robust reality, characterized by a systemic behavior.

The transition of graphic design, professional practice intellectual discipline, has in the epistemological approach its substantial point; in this sense, complexity emerges as the key through which the design achieves access applies and become a true intellectual discipline, scientific and creative character and become a true intellectual discipline, scientific and creative character.

Referencias.

- Bayer, H. (1981, October 3). Oral history interview with Herbert Bayer. Archives of the American Art. Recuperado el 23 de junio de 2014, de <http://www.aaa.si.edu/collections/interviews/oral-history-interview-herbert-bayer-11924>
- Bennett, A. (2003). When negative emotions effect positive change. In Proceedings of the 2003 international conference on Designing pleasurable products and interfaces (DPPI '03), 51-54.
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo: fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Santiago: Andros impresores.
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Costa, J. (2009). Identidad corporativa. México: Trillas.
- Costa, J. (2004). La Imagen de Marca: un fenómeno social. México: Paidós.
- Chaves N. (1997). Arte aplicado o técnica de comunicación: dos vertientes en la práctica del diseño gráfico. En Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- Cheng, P. & Do, E. (2011). What you see is what you design: exploring the influence of inspiration images in designers' ideation. Proceedings of the Second Conference on Creativity and Innovation in Design, 53-60.
- Devalle, V. (2008). Historia y conceptos en el Diseño Gráfico. El Caso del Diseño Gráfico en la Argentina. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle. 8 (29), pp. 47-54.
- Doberti, R. (2006, 16 de abril). La cuarta posición. ForoAlfa. Recuperado el 11 de diciembre de 2016, de: <https://foroalfa.org/articulos/la-cuarta-posicion>
- Fariñas, G. (2006). Desarrollando el pensamiento complejo. Tiempo de Educar. 7 (13), 99-121.
- Fragoso, O. (2009). El giro del diseño: transdisciplina y complejidad. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle. 8 (31), 97-107.
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación. Buenos Aires: Infinito-biblioteca del diseño y artes visuales.
- García, A. (ed.). (2011). Filosofía de la imagen. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Islas, O. (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica. Palabra Clave, 18(), 1057-1083.
- Laing, S. (2008). Applying graphic design terms to image tagging. Proceedings of the 2008 international conference on Content-based image and video retrieval (CIVR '08), 3-7.
- Leal, I. (2010). La gráfica como sistema (desde la perspectiva de Lotman). Actas de Diseño, 4 (8), 197-203.
- Morin, E. (2004). Introducción al pensamiento complejo. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Tena, D. (2005). Diseño gráfico y comunicación. Madrid: Pearson.
- Wong, W. (2002). Fundamentos del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.