

De la imagen gráfica a la representación cultural, una mirada desde la complejidad y la teoría sociocultural

Paola Guadalupe Gracia Olivas ^(*)

Arodi Morales-Holguín ^(**)

Resumen: El presente artículo busca abordar algunas de las relaciones teóricas entre imagen gráfica y representación cultural, partiendo de la perspectiva compleja entre diseño y comunicación, así como de algunas teorías socioculturales que aportan tanto al campo del diseño como al de la cultura. Es importante entender la complejidad como un espacio de generación de conocimiento, pero también como una estrategia que nos ha permitido romper con el canon científico y proponer nuevos métodos para el estudio de fenómenos emergentes. Uno de los principales cambios que han dado lugar a lo que conocemos como complejidad tiene que ver con el salto de la modernidad a la posmodernidad. Además, la visión plural concibe al diseño como parte activa de un discurso ideológico, el cual tiene una función bidireccional en la cultura, por lo que no escapa de las desigualdades culturales que se manifiestan a través de los discursos estéticos, aquellos que no solo responden a una lógica visual, sino también económica, política y social. Por tanto, analizan algunas de las principales posturas socioculturales y contextuales como perspectivas capaces de aportar a los estudios del diseño, partiendo de una metodología teórica-crítica, concluyendo en un modelo integrador que busca colaborar en la reconstrucción de la relación entre imagen-representación y representación-cultura, como la clave integradora que nos invita a concebir el diseño como una herramienta de resistencia frente a las representaciones predominantes.

Palabras clave: Clave: Cultura, Diseño, Complejidad, Representación, Imagen

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 126]

^(*) Doctora y Maestra en Ciencias Sociales por la Universidad de Sonora, Licenciada en Diseño Gráfico por la Universidad del Valle de México. Actualmente es becaria de Estancias Posdoctorales por México en el Departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad de Sonora. Investigación sobre interdisciplina, diseño, cultura digital, representaciones y género.

^(**) Profesor Investigador de Tiempo Completo Departamento de Arquitectura y Diseño, Universidad de Sonora. Doctor en Arquitectura, Diseño y Urbanismo (UAEM), con Maestría en Administración, Máster en Publicidad y Marketing y Licenciado en Diseño Gráfico. Es reconocido por el Sistema Nacional de Investigadores de México (Nivel 1). Es Editor responsable de la Revista Mundo Arquitectura Diseño gráfico y Urbanismo

(MADGU) de la Universidad de Sonora. Forma parte del comité científico de revistas de investigación y programas de posgrado en México y el extranjero. En el campo profesional ha dirigido un despacho de diseño por más de 15 años. Se desarrolla en la línea de Investigación: Estudios sobre diseño.

Introducción

A través de este texto se busca trazar una ruta teórica que enmarque algunos elementos clave en la comprensión de cómo las imágenes-representaciones forman parte de un entramado sociocultural, político y radicalmente contextual, el cual solo puede ser analizado desde la complejidad. Por lo tanto, se asume que tanto la representación como la imagen gráfica funcionan como elementos de un sistema complejo. Partiendo de la importancia de adoptar una perspectiva compleja y contextual para abordar los fenómenos socioculturales que atraviesan campos creativos, con la intención de acercarnos a una visión decolonizadora que cuestione los enfoques dominantes. Uno de los propósitos de la complejidad es generar nuevas propuestas epistemológicas y metodológicas, lo cual converge con perspectivas que consideran el estudio de la cultura como un campo alterno o “de lo otro”, respondiendo de manera activa a las apuestas latinoamericanas y del sur global (Morin, 2003; Hall, 1997).

Uno de los principales factores que propiciaron transformaciones socioculturales desde finales del siglo XX y principios del XXI tiene que ver con la implementación de nuevas tecnologías y con un salto de la modernidad a la posmodernidad, lo cual trajo consigo una diversificación de contenidos y la descentralización de los medios de comunicación. Este proceso de lo moderno a lo hipermoderno se trata de una mutación sociológica global que está en curso, una creación histórica próxima a lo que Castoriadis denomina —significación imaginaria central— (Lipovetsky, 2000). Apuntando a una sociedad más flexible e interconectada, la cual fue llamada sociedad red y, a su vez, sociedad de la información (Castells, 1999), hasta dar lugar a la era digital. Estos acontecimientos son clave para comprender también los cambios en la significación y la carga simbólica de las imágenes.

Lo antes mencionado influye en la estetización del mundo y tiene que ver con un nuevo culto a los deseos (hedonismo) y una expansión de la diversidad, lo cual se ve reflejado en la multiplicación de las propuestas artísticas y gráficas. Además, los medios digitales han contribuido al cambio en las formas de consumo y de internalización de la realidad en todas las esferas de la vida. Podemos ver cómo algunos movimientos, como el pop art, fueron punto de partida para entender las diferencias entre el diseño de élite y el diseño popular. Se debe destacar la importancia de una perspectiva compleja (Morin, 2003; Morales y Franco, 2016) para comprender las relaciones culturales y contextuales relacionadas con el poder y las estructuras que sostienen las principales formas de representación cultural y visual en nuestra sociedad (Foucault, 1983; Gramsci, 1981; Hall y Mellino, 2011). Además, se hace evidente la importancia de concebir la imagen gráfica como portadora de simbolismo y discursos ideológicos (Barthes, 1986), tal como ocurre con las representaciones populares y las representaciones alternas en el diseño (Canclini, 1990).

En relación a los antecedentes de investigación, en el contexto latinoamericano se relacionan cultura y diseño a partir del estudio de caso de colectivos en Colombia y México. Los autores retoman la idea del diseño popular como respuesta al diseño formal y como herramienta de resistencia frente a las prácticas o imágenes hegemónicas, tanto dentro como fuera de internet. Ejemplos de ello son imágenes como los memes o los carteles de protesta, los cuales se posicionan como manifestaciones gráficas que forman parte del universo de las prácticas discursivas en el diseño gráfico (Betancourt, 2020; Leroux, 2023; Pérez, 2020). El análisis presentado se fundamenta en un enfoque teórico-crítico desde una perspectiva compleja. Se rescatan algunos textos clave en relación con la cultura y el análisis del poder dentro del discurso visual del diseño gráfico, estableciendo un diálogo entre la perspectiva semiótica propuesta por Barthes (1986) y la sociocultural que apuesta por el contextualismo (Hall y Mellino, 2011; Canclini, 1990). A partir de esta revisión, se propone un modelo de integración entre imagen-representación y cultura para aproximarnos a comprender el papel del diseño en la reproducción o resistencia a los discursos predominantes. Desde este análisis conceptual, se contribuye a la reflexión teórica en el campo del diseño y la comunicación, considerándolos como cruces fundamentales para comprender su influencia en la cultura, apoyándonos en un enfoque sistémico, pues los aportes de los estudios socioculturales de autores como Stuart Hall y García Canclini resultan fundamentales para construir una perspectiva más crítica en este ámbito.

De la lógica disciplinar a la complejidad

Las disciplinas son instituciones de producción del conocimiento, las cuales desestructuran y desarmen los componentes de un todo que representa a los sistemas complejos, pero sin aislarlos o reducirlos; su evolución y bifurcación da lugar al pluralismo, por lo cual ha sido necesario el surgimiento de nuevas maneras de organizar el conocimiento; algunas teorías argumentan que las divisiones son mecanismos naturales, pero no divisiones lineales (Morales-Holguín, 2024; Unesco, 2010). En esa búsqueda de ir más allá de lo disciplinar, surge la complejidad como campo para abordar problemas emergentes, los cuales nunca son lineales ni estáticos, esta perspectiva ha sido abordada desde la teoría de sistemas. Como menciona Morín (2003), la complejidad tiene que ver con desarticular la ciencia clásica y reduccionista, y abrazar el caos natural de la mente humana. Por su parte, Morales y Franco (2016, p.147) mencionan que “el principio parcelario de la linealidad impedía estudiar los fenómenos en su totalidad, dando lugar a callejones sin salida”, por lo que los cambios tecnológicos y sociales que ha traído consigo el salto de la virtualidad a la era digital, ha demandado ir más allá de los procesos lineales, es decir considerar la inclusión de nuevos métodos y nuevas apuestas epistemológicas, como es el caso de las metodologías digitales, para el estudio de fenómenos que ocurren dentro y fuera de internet, los cuales están sumamente ligados a la visualidad y al consumo constante de imágenes, por lo que actualmente es difícil hablar de imágenes gráficas o diseño sin tomar en cuenta el contexto digital (Hine, 2020; Castells, 1999).

El campo de estudio de la cultura y el diseño, desde una perspectiva compleja

Los estudios socioculturales representan un campo propio de la transdisciplina y a su vez de la complejidad, ya que han sido objeto de estudio del contextualismo radical, para el cual el nivel de abstracción es el contexto; según Hall y Mellino (2011), estos surgen contaminándose con otros campos, mientras que a su vez éstos contaminan a las otras disciplinas de manera orgánica, ya que han seguido un curso natural. El planteamiento de este autor impulsa la idea del campo de la cultura como un campo complejo o plural, por lo que partiremos de esta idea para conectar los estudios culturales con la producción gráfica.

Aportando a esta perspectiva Morales-Holguín (2024, p.349) menciona que: “El diseño, al ser un engranaje dentro del universo sociocultural propio de nuestro mundo, no escapa a esta realidad, por lo que, de acuerdo con las características del entorno, exige nuevos paradigmas de acción apoyados en una perspectiva integral”, esto nos permite cuestionar tanto los métodos como los procesos individuales y colectivos inmersos en el diseño y la producción de imágenes y sus significados como parte de un todo sociocultural.

Para Gramsci (1981), la representación corresponde a un terreno ideológico, ya que los significados que se construyen responden a relaciones de poder, a esto podemos llamarle hegemonía cultural y se establece a partir de todo lo que es visible, nombrable y legítimo dentro de una sociedad, por lo que la producción simbólica no es producto del azar, sino que responde a estructuras donde ciertos discursos son visibles mientras otros quedan silenciados. Foucault (1988) nos propone que para entender las relaciones de poder es necesario comprender las formas de resistencia y sus disociaciones, existen algunos puntos en común como son las luchas sociales y transversales, el estatus de los individuos, e incluso los privilegios del conocimiento dado por la ciencia predominante. Así mismo Foucault (1983) hace énfasis en el papel que la normalización y el disciplinamiento tienen frente a la representación, pues considera que la representación se convierte en un dispositivo de vigilancia y delimita los márgenes de lo pensable y no pensable dentro del orden discursivo (visible y no visible).

Las imágenes y los discursos para Hall y Mellino (2011), son la clave en la construcción de identidad, ya que definen qué sujetos tienen agencia y quiénes son representados a partir de estereotipos que devienen de las mismas estructuras de poder. En este sentido, la representación es un acto político, un espacio donde se disputa la construcción de lo social y de los individuos. Hall, coincide con Gramsci y Foucault en la relación entre cultura y poder, este autor no se adscribe a ninguna tradición en particular, ni se compromete con ningún pensamiento estricto, en cambio, es cómplice del culturalismo y el pluralismo, y por consiguiente del campo de la complejidad, rompiendo con el reduccionismo con el que se solía estudiar la cultura (Lafont, 2015).

Imagen – representación

Sobre la imagen, Morales y Franco (2016) nos recuerdan que, como una simple manifestación mimética o figurativa fiel a la realidad, ha tenido una evolución a lo largo de la historia, complejizando tanto su definición como la comprensión de su función social, lo cual ha demandado la intervención de otros campos disciplinares para tener un acercamiento a los fenómenos que parten de la generación de imágenes. Podemos decir entonces, que los productos visuales generan significado gracias a su iconicidad, pero también a su carga simbólica. En este sentido, Barthes (1986, p. 197) señala que “la imagen es re-presentación”, estableciendo tres niveles de significación: el mensaje denotado, que es lo que se ve literalmente en la imagen; el mensaje connotado, que integra valores y significados culturales implícitos en su interpretación; y el mensaje lingüístico, que refuerza el sentido mediante un texto complementario.

Por lo anterior, ninguna imagen puede ser universal ni absoluta, su interpretación va a depender del contexto sociocultural del espectador y de la capacidad de éste para decodificar los signos que la componen, reforzando ideologías y construcciones simbólicas, pero su significado y sus formas de interpretación no son fijas ni están inherentemente sujetas a la cultura, sino que negocian, se resignifican y deconstruyen constantemente (Barthes, 1986). García Canclini (2003), afirma que si existe una relación entre el orden social y las prácticas culturales no es precisamente por la influencia aislada de la publicidad o de las imágenes, sino que éstas forman parte de un entramado complejo que se instala en nuestro sistema de valores y creencias constituidos desde la infancia.

El diseño como discurso ideológico mediado por la tecnología

Por ideología entendemos el conjunto de creencias y valores que giran en torno a lo que es considerado como realidad por determinado grupo, es decir se trata de un sistema complejo que enlaza las prácticas grupales, que van desde lo económico, lo político, lo científico, lo cultural, lo tecnológico, lo moral o religioso; en este sistema intervienen las concepciones preexistentes de las instituciones, pero como no es un sistema estático, este se ve sujeto a constantes transformaciones (Ortiz, 2018). En este sentido, si la ideología está compuesta por sujeto, ideología y práctica; es posible considerar el diseño no solo como una práctica técnica o estética, sino como un hecho cultural que comunica y moldea subjetividades, mientras que a su vez es generado por individuos ó colectivos que poseen un sistema de creencias y prácticas culturales.

Para 1990 García Canclini hace un bosquejo de lo popular como aquello que es excluido, contraponiendo el concepto de alta cultura con el de cultura popular; pues se considera que son los sectores populares los que se encuentran al final de los procesos estéticos, lo que conlleva a estos sectores a reproducir las ideologías de los dominadores; a pesar de esto algunas producciones culturales que transcurren en los márgenes terminan siendo formas de resistencia y de adaptación ante las desigualdades.

Gracias a los recursos tecnológicos del presente, algunas de esas representaciones gráficas; como por ejemplo en México: los chicanos, los barrios peligrosos, las centrales de abastos, los colectivos de mujeres, la comunidad LGBTQ+, se vuelven productores de estilos que generan iconografía popular, y gracias a internet, estas representaciones tienen un alcance global. Por lo tanto, si pensamos en el diseño como una práctica que no solo se hace en las grandes agencias o estudios especializados, sino también desde los sectores populares, podemos entenderlo como una herramienta de significación y de apropiación cultural (Canclini, 1990). Desde mediados de los dos mil, la diversificación de contenidos y el auge de los medios digitales impulsó a todas las personas conectadas a asumir una postura estética frente al mundo (Castells, 2015), ya que, gracias al internet y los contenidos colaborativos, cualquier persona podía generar y compartir contenido en redes sociales, sin necesidad de ser profesional del diseño. Con la llegada de aplicaciones de diseño en los teléfonos móviles, así como la inteligencia artificial, el diseño se ha vuelto parte de la vida cotidiana, permitiendo que cualquier persona tenga la posibilidad de crear imágenes y mensajes visuales; esto también ha impactado en la forma, espacio y tiempo en que se consume y reproduce el contenido visual, y por ende cómo se constituyen las representaciones culturales, apareciendo nuevas expresiones como es el meme, los reels ó las historias, por citar un ejemplo.

Imagen-representación en el diseño alterno, casos de estudio en América Latina

Las imágenes visuales no son inocentes, sino que construyen y reproducen identidades desde posiciones de poder (Betancourt, 2020). Vivimos rodeados de imágenes que constantemente dictan cómo deberíamos ser, vernos o actuar, y muchas veces estas responden a las narrativas impuestas por las culturas dominantes. Sin embargo, surgen iniciativas que buscan disputar estos significados desde los márgenes. Ejemplo de ello es el trabajo del colectivo *Colombia-Popular de lujo*, que investiga las imágenes producidas fuera de las agencias de publicidad, visibilizando sectores históricamente subestimados en el diseño gráfico. De manera similar, en México, colectivos como *Lapiztola* en Oaxaca y *La Guillotina*, han transformado la gráfica en una herramienta de resistencia, apropiándose del espacio público para denunciar injusticias y a su vez difundirlas a través de las redes sociales. Estas imágenes no solo comunican, sino que dialogan con los cuerpos que las ven y con los lugares donde se colocan, activando significados que cruzan lo político, lo emocional y lo comunitario (Ortiz, 2023).

La digitalización ha descentralizado algunas prácticas, pero ha colocado otras en el centro. Redes sociales y plataformas colaborativas permiten que diversas expresiones gráficas circulen más allá de su lugar de origen, amplificando su impacto. En este sentido, Pérez (2020) analiza el meme no solo como una imagen humorística, sino como un dispositivo discursivo que comunica, genera sentido y actúa como crítica social, formando un nuevo lenguaje visual construido desde la cotidianidad y la identificación sociopolítica de sus consumidores y creadores. Desde esta perspectiva, el diseño gráfico alterno no solo responde a criterios estéticos, sino que forma parte de un engranaje cultural que interroga las estructuras de poder, reformula los discursos visuales y promueve la participación de todas y todos.

Metodología

El análisis del presente trabajo se basa en una metodología teórico-crítica, la cual busca reflexionar en torno a las relaciones de poder, significado y representación implicadas en las manifestaciones gráficas. Este enfoque, sustentado con autores como Theodor Adorno (Tarr, 2017) y Antonio Gramsci (1981), se orienta hacia la crítica de las estructuras ideológicas y culturales que legitiman determinadas prácticas discursivas y excluyen otras. Asimismo, se nutre de las aportaciones de Michel Foucault (1983), quien analiza la relación entre poder y conocimiento. Este enfoque metodológico se complementa con la perspectiva compleja de Edgar Morin (2003), quien plantea la necesidad de superar el reduccionismo disciplinar para abordar fenómenos culturales en su totalidad, así mismo se puede considerar que este enfoque metodológico puede aportar a las investigaciones de diseño. Para fines de este trabajo, y con el objetivo de generar una discusión que entrelace las ideas principales del apartado teórico, se busca responder a las siguientes preguntas:

- ¿De qué forma las teorías socioculturales pueden aportar a las prácticas del diseño?
- ¿Cuáles son las principales contradicciones internas del diseño en su papel como herramienta de resistencia y a su vez de reproducción de la hegemonía?
- ¿Cuáles son las posibles relaciones entre la era digital, la descentralización y la homogenización cultural?

Discusión

El diseño gráfico se encuentra atravesado por una tensión fundamental: por un lado, puede ser entendido como una herramienta de resistencia que facilita el cuestionar, subvertir y reconfigurar las narrativas hegemónicas; por otro, puede funcionar como un mecanismo que reproduce dichas estructuras de poder al participar en la difusión de discursos legitimados por sistemas dominantes. Esta contradicción se evidencia particularmente en la manera en que la producción visual se utiliza tanto para consolidar identidades alternativas como para reforzar imaginarios impuestos por la cultura dominante. Gramsci (1981) señala que la hegemonía cultural opera a través de consensos que se construyen en el terreno ideológico, en donde ciertas representaciones se legitiman mientras otras se invisibilizan o tergiversan. Esto sugiere que el diseño, al ser un dispositivo ideológico, puede operar tanto en favor de las estructuras hegemónicas como en contra de ellas, dependiendo del uso que se le dé y del contexto en el que se produzca. Foucault (1983) profundiza en este análisis al problematizar la relación entre poder, saber y representación, destacando que las imágenes no sólo comunican, sino que disciplinan y normalizan a partir de lo que hacen visible o no, dentro de un régimen discursivo. Esta perspectiva resulta clave para entender cómo el diseño puede actuar como un dispositivo de control o como un espacio de disidencia, según la posición que ocupe dentro del entramado cultural. Sin embargo, como advierte Hall (1997), esta dinámica no se reduce a un esquema dicotómico entre opresión y resistencia, sino que se caracteriza por ser un proceso complejo en el cual los significados son negociados, resignificados y disputados constantemente.

Desde esta perspectiva, es necesario considerar cómo las teorías socioculturales pueden abonar a las prácticas del diseño, especialmente aquellas que buscan cuestionar las narrativas dominantes y abrir espacio para representaciones alternativas. La obra de García Canclini (1990) resulta relevante al destacar la capacidad del arte popular y otras manifestaciones gráficas para resistir, reapropiarse de los símbolos y generar discursos contrahegemónicos. Asimismo, las aportaciones de Barthes (1986) sobre la construcción del significado mediante la iconicidad, la connotación y la carga simbólica permiten identificar cómo el diseño comunica ideas complejas que no se reducen a su dimensión estética. Barthes problematiza la ilusión de la transparencia de la imagen y muestra cómo esta opera como un vehículo ideológico que puede ser resignificado desde las prácticas cotidianas y desde la creación popular.

Para acercarnos a una explicación de estas relaciones, se propone un modelo complejo (ver *Figura 1*), en el cual se señala a la imagen-representación como clave integradora entre el campo del diseño, que apunta hacia la semiótica del diseño como la subdisciplina que permite entender los significados de las imágenes, y el campo de los estudios culturales como subdisciplina de la comunicación; esto permite comprender los procesos visuales más allá de su naturaleza estética. Esta naturaleza interactúa de manera compleja, bidireccional y circular.

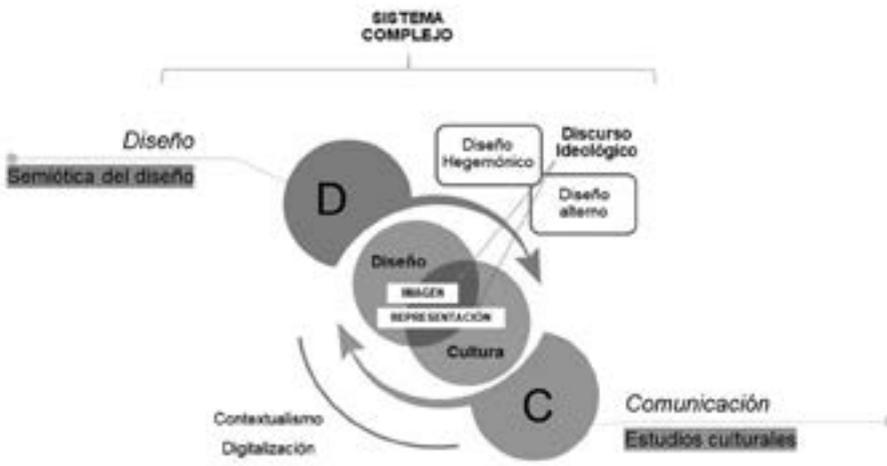


Figura 1. La imagen y la representación como claves integradoras entre cultura y diseño
 Elaboración: propia

El modelo aquí presentado tiene una estructura sistémica, ya que no se limita a establecer relaciones lineales o unívocas entre conceptos, sino que propone una red de posibles interacciones dinámicas y múltiples niveles de análisis que se entrelazan de manera no jerár-

quica. La complejidad radica en la forma en que se integran las disciplinas, como el diseño, la semiótica y los estudios culturales, para abordar fenómenos visuales que operan simultáneamente en los planos simbólico, comunicativo, social y tecnológico. Este enfoque busca dar cuenta de la multiplicidad de factores que intervienen en la producción, circulación y recepción de las imágenes, reconociendo que los procesos culturales no son estáticos ni homogéneos, sino que están sujetos a tensiones, negociaciones y transformaciones constantes. En esta intención de explicar la posible integración y funcionamiento de estos constructos desde la complejidad, resaltan categorías como el contextualismo y la digitalización, las cuales dotan de un sentido dinámico y en constante cambio a los procesos culturales del diseño. Por otra parte, se señalan dos categorías: el diseño hegemónico y el diseño alterno, como categorías que se yuxtaponen y, a su vez, se alimentan mutuamente, dando lugar a diversas narrativas culturales que se entrelazan tanto con las ideologías dominantes como con las resistencias visuales.

Este tejido teórico encuentra en la perspectiva compleja de Morin (2003) un punto de encuentro que permite articular las diversas líneas de pensamiento presentadas. La complejidad, al rechazar el reduccionismo y apostar por un pensamiento plural, ofrece una vía para analizar el diseño no como un fenómeno aislado, sino como un proceso cultural que se relaciona con prácticas sociales, políticas y tecnológicas. De acuerdo con Morin (2003), comprender el diseño desde la complejidad implica reconocer sus múltiples dimensiones y las relaciones dinámicas que establece con su entorno, lo cual resulta esencial para abordar las contradicciones que surgen de su doble función como herramienta de resistencia y dispositivo de hegemonía.

Las metodologías complejas y transdisciplinarias proporcionan un marco para evidenciar la participación del diseño en el sistema de representación cultural, como menciona Morales-Holguín (2024) la complejidad y lo sistémico, viene a ser el estudio de una ciencia alternativa a los modelos reduccionistas, entendiéndose por reduccionismo aquello que busca simplificar el pensamiento y análisis de los fenómenos, por lo tanto simplificar el quehacer del diseño sería negar que los límites del diseño gráfico van más allá de las prácticas académicas o profesionales, pues las prácticas de diseño de personas no profesionales, generan nuevos estilos, nuevas corrientes informales, que aportan al universo del diseño gráfico y a las representaciones culturales.

Una de las apuestas metodológicas del diseño va encaminada a proponer un análisis que no se limite a su aspecto técnico o formal, sino que considere sus implicaciones simbólicas e ideológicas. Esto es especialmente relevante en contextos latinoamericanos, donde la producción gráfica ha funcionado tanto como un mecanismo de opresión como un medio de resistencia y construcción identitaria. A su vez, la digitalización y la diversificación de los medios de producción gráfica han generado nuevas tensiones en torno al diseño como práctica cultural. Mientras que autores como Castells (2015) celebran el potencial democratizador de la red, otros advierten sobre los riesgos de la homogenización cultural y el control algorítmico que limitan las posibilidades de producción crítica e independiente (Reguillo, 2017). Este panorama evidencia la necesidad de un análisis crítico que aborde el diseño desde su complejidad y contemple su participación tanto en la consolidación de discursos dominantes como en la creación de nuevas epistemologías visuales.

Conclusión

La relación entre imagen y representación cultural implica un proceso de construcción bidireccional mediante el cual las y los sujetos que llevan a cabo prácticas creativas forman parte activa del entramado cultural, desde el lugar donde se sitúan generan discursos visuales que responden a la internalización de representaciones culturales, y a su vez estos productos visuales se vuelven parte de un sistema cultural complejo que genera significado. Las narrativas socio culturales no sólo han sido mediadas por imágenes, sino que también las imágenes han sido mediadas por estas narrativas, configurando un entramado simbólico donde la representación juega un papel central. La imagen no es un reflejo pasivo de la realidad, sino una construcción que incorpora significados y valores culturales. Así, los discursos visuales han sido herramientas clave para reforzar o desafiar ideologías dominantes; en este sentido, las representaciones gráficas no son neutras, sino que forman parte de una lucha simbólica en la que ciertos discursos son legitimados mientras otros son borrados o tergiversados. Esto cobra especial relevancia en Latinoamérica, donde la visualidad ha sido un campo de disputa entre hegemonía y resistencia, sin embargo, la digitalización de la vida cotidiana, ha permitido visibilizar aquellas representaciones gráficas que se encontraban al margen.

El enfoque complejo-sistémico aporta a los estudios de diseño y cultura en América Latina una perspectiva que permite abordar la interconexión entre fenómenos visuales, sociales y tecnológicos. Como señala Morín (2003), la complejidad es un enfoque que rechaza la fragmentación disciplinar para abrazar la interdependencia de los elementos que configuran la realidad. En el campo del diseño, esta perspectiva permite entenderlo no solo como un acto técnico o estético, sino como un proceso de producción de significado en constante negociación con el contexto sociocultural. A través del estudio de las representaciones visuales en América Latina, se puede evidenciar cómo el diseño ha funcionado como un dispositivo de reproducción de discursos hegemónicos, pero también como una herramienta para la contestación y la emergencia de nuevas epistemologías visuales. Colectivos y artistas han utilizado el diseño como un medio para visibilizar identidades disidentes, resignificar espacios urbanos y generar formas de comunicación alternativas, lo que evidencia el potencial del diseño en la construcción de nuevas narrativas.

En el caso de México, las representaciones gráficas que se encuentran al margen de las agencias de publicidad han adquirido un protagonismo significativo gracias a la descentralización de los medios y al auge de las plataformas digitales. Estas expresiones, lejos de responder a los parámetros establecidos por las grandes industrias del diseño, se han posicionado como formas de resistencia que reconfiguran la visualidad contemporánea. El diseño gráfico en el espacio público se ha convertido en un acto político, en el que las imágenes dialogan con los cuerpos, los territorios y las memorias colectivas. Desde los murales y carteles de colectivos urbanos hasta los memes y la gráfica digital, estas representaciones han logrado disputar espacios simbólicos y generar nuevas narrativas en torno a la identidad, la cultura y la justicia social. La digitalización ha permitido que estas expresiones trasciendan lo local y resuenen alrededor del mundo, lo que ha potenciado su impacto y ha reconfigurado las dinámicas de producción y consumo de imágenes.

Referencias

- Barthes, R. (1986). Retórica de la imagen. En *Lo obvio y lo obtuso* (pp. 29–47). Seix Barral.
- Betancourt Ruiz, M. X. (2020). La imagen visual de la identidad, entre resistencias y representaciones hegemónicas. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, (79), 50–74. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi79.3676>
- Castells, M. (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). Siglo XXI.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet* (Vol. 1). Alianza Editorial.
- Foucault, M. (1983). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (1988). El sujeto y el poder. *Revista Mexicana de Sociología*, 50(3), 3–20. <https://www.jstor.org/stable/3540551>
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (2003). Quién habla y en qué lugar: Sujetos simulados e interculturalidad. *Estudios de Literatura Brasileira Contemporânea*, (22), 15–37. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4845937.pdf>
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel*. Ediciones Era.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Sage.
- Hall, S., & Mellino, M. (2011). *La cultura y el poder*. Amorrortu.
- Hine, C. (2020). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003085348>
- Lafont, E. C. (2015). Significados, identidades y estudios culturales: Una introducción al pensamiento de Stuart Hall. *Razón y Palabra*, (92), 1–32. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199543036055>
- Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío* (Vol. 10). Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2016). *De la ligereza*. Anagrama.
- Morales-Holguín, A. (2024). Pensar y hacer diseño desde una perspectiva sistémica del mundo. En *Diseño moviendo al mundo* (p. 349).
- Morales-Holguín, A., & Franco, L. M. (2016). Pensar y hacer diseño desde una perspectiva sistémica del mundo. En *Representación y expresión para todos* (pp. 137–147).
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo* (2.ª ed.). Gedisa.
- Ortiz-Leroux, J. G. (2023). Gráfica de protesta: PuntosB, Lapiztola y La Guillotina. Un análisis entre el cuerpo y el espacio en la imagen de protesta. *Revista de Estudios Visuales Latinoamericanos*, 5(2), 101–120.
- Pérez, C. G. (2023). El meme en internet como un discurso particular: Esbozos de una conceptualización. En *Interacciones semióticas entre el diseño, el arte y la cultura* (pp. 70–85).
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. NED Ediciones.
- Tarr, Z. (2017). *The Frankfurt School: The critical theories of Max Horkheimer and Theodor W. Adorno*. Routledge.

UNESCO & Consejo Internacional de Ciencias Sociales. (2010). Informe sobre las ciencias sociales en el mundo 2010: Las brechas del conocimiento. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000188050>

Abstract: This paper explores the theoretical relationships between graphic imagery and cultural representation, based on a complex perspective that bridges design and communication, as well as sociocultural theories that contribute to both design and cultural studies. Complexity is understood not only as a framework for the generation of knowledge but also as a strategic approach that challenges the scientific canon and enables the development of new methods for studying emerging phenomena. One of the fundamental transformations driving the emergence of complexity is the transition from modernity to postmodernity. In this regard, the pluralistic view considers design as an active component of ideological discourses, performing a bidirectional function within culture and also reflecting cultural inequalities expressed through aesthetic discourses. These discourses are shaped by visual logic while simultaneously engaging with economic, political, and social frameworks. Consequently, the article engages with sociocultural and contextual perspectives that serve as relevant theoretical inputs for design research, employing a theoretical-critical methodology. It concludes with the proposal of an integrative model that seeks to reconstruct the relationships between image and cultural representation, positioning design as a tool for resistance against dominant narratives.

Keywords: Culture, Design, Complexity, Representation, Image.

Resumo: Este artigo propõe-se a examinar algumas das relações teóricas entre imagem gráfica e representação cultural, com base na perspectiva complexa entre design e comunicação, assim como em teorias socioculturais que contribuem tanto para o campo do design quanto para o da cultura. A complexidade é compreendida não apenas como um espaço de geração de conhecimento, mas também como uma estratégia metodológica que permite romper com o cânone científico e propor novas abordagens para o estudo de fenômenos emergentes. Uma das principais transformações que dão origem à noção contemporânea de complexidade está relacionada à transição da modernidade para a pós-modernidade. Nesse contexto, a visão pluralista considera o design como parte ativa de um discurso ideológico, exercendo uma função bidirecional na cultura e refletindo desigualdades culturais expressas por meio de discursos estéticos—discursos que não se restringem à lógica visual, mas envolvem também dimensões econômicas, políticas e sociais. Assim, analisam-se as principais abordagens socioculturais e contextuais como perspectivas relevantes para os estudos do design, fundamentadas em uma metodologia teórico-crítica. O artigo conclui com a proposta de um modelo integrador que visa reconstruir a relação entre imagem e representação, bem como entre representação e cultura, posicionando o design como uma ferramenta de resistência diante das representações culturais dominantes.

Palavras-chave: Cultura, Design, Complexidade, Representação, Imagem

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
