

Marina Garone Gravier

mgarone@iib.unam.mx

mgarone@marinagarone.com

Ens.hist.teor.arte

GARONE GRAVIER, MARINA, "Textos y contextos de una década de diseño gráfico en México (1990-2000)", *Ensayos. Historia y teoría del arte*, Bogotá, D. C., Universidad Nacional de Colombia, 2011, No. 21, pp. 77-120.

RESUMEN

En el presente ensayo se analizarán algunos de los elementos teóricos y discursivos que permiten acercarse a la historia de una década de diseño en México (1990-2000) a partir, primordialmente, de las opiniones de los propios diseñadores y de las publicaciones sobre la materia, tanto libros como revistas. Se analizan además algunos tópicos recurrentes sobre el diseño gráfico mexicano –aspectos de tecnología, identidad y educación– y se describe el comportamiento de la Generación X.

PALABRAS CLAVE

Diseño gráfico, México, 1990-2000, historia, teoría, educación, revistas y libros.

TITLE

Texts and Contexts of a Decade of Mexican Graphic Design (1990-2000)

ABSTRACT

This essay will examine some of the theoretical and discursive elements that allow us to approach the history of a decade of graphic design in Mexico (1990-2000). The text is based primarily on the views of the designers themselves and on publications on the subject, both books and magazines. It also analyses recurrent topics on Mexican graphic design –aspects of technology, identity and education– and describes the role of the so called Generation X.

KEY WORDS

Graphic design, Mexico, 1990-2000, history, theory, education, Mexican magazines, Mexican books.

Afiliación institucional

*Instituto de Investigaciones Bibliográficas.
Universidad Nacional Autónoma
de México (UNAM)*

Diseñadora gráfica de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y doctora en Historia del Arte de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); investigadora del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM y miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México. Autora de *Breve introducción a la tipografía en el mundo del libro antiguo* (Ambifa-BUA P, 2009) y *Muses de la imprenta. La dona i la imprenta en el món del llibre antic* (Museo Diocesano de Barcelona y Asociación de Bibliófilos de Barcelona, 2009). Sus líneas de investigación son 1) historia de la tipografía y el diseño latinoamericano, 2) cultura escrita y lenguas indígenas y 3) relaciones entre diseño y género.

Recibido septiembre 16 de 2011

Aceptado noviembre 1 de 2011

Textos y contextos de una década de diseño gráfico en México (1990-2000)

Marina Garone Gravier

Claves para entender una década de diseño gráfico contemporáneo en México

Si uno se pregunta cuándo comienza el pasado, se hace evidente que dar orden al tiempo, hacer una distinción entre pasado y presente, es un acto arbitrario y complejo. La función de esta distinción es situar a quien escribe y a quien lee en algún “lugar” de la dimensión temporal, lugar de aparente “objetividad”. Pero no se debe perder de vista que el presente está unido por un hilo de continuidad con el pasado. La distinción entre pasado y presente se puede establecer, por ejemplo, con base en el cambio de los modos de vida, de producción y de consumo. Por ello, el conocimiento derivado del pasado constituye, en algunos casos, una crítica al presente.

El diseño es un terreno fértil y un objeto de estudio lleno de retos para quien decida conocer su historia, porque se da en la intersección de distintas áreas y fenómenos como, por ejemplo, el arte y la industria, la creatividad y el comercio, la manufactura y el consumo. Conciérne al estilo y lo utilitario, a los objetos materiales y los deseos y sensaciones humanos; cumple con objetivos tanto ideológicos como económicos y políticos. Está inmerso en el sector público y en la vida privada. Sirve a los ideales más utópicos y a los más destructivos impulsos del hombre. Por eso, uno de los objetivos de la historia del diseño es tener presente cómo se relacionan esos factores en cada acción comunicativa y cada producto de diseño. Pero la historia del diseño no es un campo homogéneo, completo y único; existe una multiplicidad de historias. El pasado nunca podrá reconstruirse en su totalidad; por lo tanto, cada

historia es, por definición, una historia parcial o una simplificación de la situación pasada, y la selección de los hechos que se narran es inevitablemente arbitraria. Este texto no es la excepción; se trata de una propuesta de mirada y una invitación a explorar nuestra profesión.

En este ensayo presentaré algunos conceptos que pueden servirles a quienes decidan estudiar las producciones contemporáneas que se definen bajo el genérico y a veces vago término de *diseño*, sobre todo para analizar los discursos que se elaboraron en México alrededor de los objetos y las imágenes en la última década del siglo xx. Entre estos conceptos podemos mencionar los que tienen que ver con los textos en sí, como, por ejemplo, las biografías y las monografías realizadas a partir del análisis integral de las producciones o mediante entrevistas con los propios autores. Estos géneros contribuyen al conocimiento del diseño a través de sus autores y, sin duda, inciden en los tipos de relatos que se han hecho sobre el diseño. Otro modo de elaborar la narrativa histórica del diseño es describir piezas concretas y sus técnicas, materiales y métodos de producción. Generalmente, ambos tipos de narrativa —la centrada en el autor y la que describe el objeto— se mezclan, aunque no siempre están presentes de la misma forma y en igual proporción.

Dos ejes que se presentan frecuentemente a la hora de definir el diseño son el de lo geográfico y el de lo temporal, con sus respectivas vinculaciones a los aspectos de identidad —local o global— y originalidad —novedad y moda—. Por eso, en el texto se analizará el impacto de los ejes espacio-temporales para ver qué parámetros ofrecen a la hora de analizar la producción y el resultado de los diseños. También se ha buscado describir el papel que desempeñan los factores tecnológicos, económicos y sociales. Todas estas categorías no necesariamente se han aplicado de forma conjunta en el análisis del diseño de México, sino que se plantean como herramientas de carácter general para que cada lector pueda hacer su propia construcción y lectura entre líneas de esas coordenadas; como ellas nos permiten conocer los engranajes que articulan los textos de historia del diseño, algunos de esos conceptos servirán no solamente para entender el diseño de la década de los noventa sino también el de otros momentos históricos de la segunda mitad del siglo xx. En resumen, este texto tiene entre sus objetivos ofrecer un marco teórico de carácter general, compuesto de distintos ejes de análisis, para el estudio crítico del diseño.

El hilo de Ariadna: las fuentes utilizadas en esta investigación

Para elaborar este ensayo, además de recurrir a diversos libros que se irán mencionando en el desarrollo del texto, se analizaron publicaciones periódicas especializadas en diseño y realizadas en México, preponderantemente durante la década de los noventa. Esto me permite cumplir otra de las intenciones del texto: conocer, de primera mano, lo que han expresado los propios diseñadores durante los noventa, dar la palabra a los creadores de una parte importante de la cultura visual mexicana contemporánea. De esta forma podremos analizar cómo se ha generado el discurso interno del diseño en México, cómo se habla de la profesión, cómo se piensa sobre el quehacer y cómo se han abordado en el país algunos

problemas y preocupaciones comunes a los profesionales de la comunicación gráfica de otras partes del mundo. Algunos de esos temas comunes pueden ser 1) la relación entre creatividad y tecnología, 2) los retos económicos y culturales resultado de la globalización —tanto de los procesos como de los lenguajes visuales— y 3) la búsqueda de la inserción y el reconocimiento de la profesión en la cultura nacional y más allá de nuestras fronteras. La lectura de esos textos y la valoración crítica de las opiniones expresadas también ponen de manifiesto algunos temas específicamente locales, como el papel que han cumplido los diseñadores y algunos modelos educativos extranjeros en el planteamiento de la academia local y en el ámbito profesional del diseño o —para decirlo más brevemente— la definición de lo identitario, lo “mexicano”, en el diseño¹.

Elementos para definir el objeto de estudio

Especificar el objeto de estudio y delimitar sus fronteras son las dos primeras cosas que hace cualquier disciplina, principalmente para diferenciarse de áreas preexistentes y colindantes, demarcación que necesariamente presenta cuestionamientos sobre el “adentro” y el “afuera”, así como sobre las relaciones con otras esferas del conocimiento. Las divisiones nunca son nítidas, y presentan una serie de traslapes. Los historiadores del diseño están de acuerdo en considerar la “historia del diseño” su objeto de estudio; pero sobre lo que no hay consenso, ni siquiera entre los propios diseñadores, es qué se entiende por *diseño*. La palabra *diseño* no obtiene sus características solo a partir de su definición pura, sino por contraste con palabras “vecinas” como *arte*, *artesanía* o *comunicación*, por dar unos pocos ejemplos. Por esa proximidad, una definición cerrada del diseño no le sirve ni convence a nadie. Por otro lado, como muchas otras palabras, *diseño* es ambigua y tiene más de un sentido: puede referirse al proceso creativo —la práctica del diseño—, ser el resultado de un proceso —un boceto, modelo o prototipo—, la manufactura de un producto —un bien de consumo— o la apariencia del mismo —un producto “diseñado”—². En un sentido más abstracto, el diseño se puede describir metafóricamente como un quehacer discursivo; por lo tanto, la

¹ Entre 2004 y 2010 se llevaron a cabo entrevistas y se mantuvieron conversaciones con numerosos colegas (Yolanda Garibay, Lourdes Zolezzi, Domingo Noé Martínez, Javier Caballero *Jabo*, Giovanni Tronconi, Gerardo Kloss, Cristóbal Henestrosa, Quique Ollervides, Paco Calles, Gabriel Martínez Meave y Leonardo Vázquez, entre otros); se realizó la revisión de páginas electrónicas (Codigram: <www.codigram.org/codigram.html>, Encuadre: <www.encuadre.org>, Ixopixel. Diseño y comunicación visual en la web: <www.isopixel.net>, Universidad Autónoma Metropolitana: <www.uam.mx>, Universidad Iberoamericana: <www.uia.mx>, <www.portafoliosonline.com>) y se revisaron exhaustivamente varias colecciones de revistas: *a!*, *Dediseño*, *DX*, *Lúdica*, *Matiz* y *México en el Diseño*.

² Marina Garone Gravier, “Las diferencias entre diseño como arte aplicado, como ciencia y como herramienta de comunicación”, en *Antología de diseño 1*, México: Designio, 2001.

labor del diseñador está inmersa en una práctica comunicativa que se puede aplicar tanto a los objetos —visuales o industriales— como a las ideas que revisten³.

Aunque existen muchos textos que han tratado la etimología del concepto *diseño* y los demás factores que contribuyen al esclarecimiento terminológico del nombre de nuestra disciplina, es importante comentar lo que sobre esta materia se ha realizado en México, ya que es a este espacio geográfico al que circunscribimos el análisis. En 2001 se llevó a cabo el congreso de académicos de la Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico (Encuadre), en el que se abordó específicamente la definición disciplinaria. Las memorias resultantes del mismo, tituladas *Reconstrucción del término diseño*⁴, son un conjunto heterogéneo de textos, tanto históricos como teóricos, elaborados por investigadores de varias universidades nacionales y que revelan la vitalidad y la amplitud de la discusión que se dio en la academia mexicana sobre el tema. En estas memorias se advierte el nivel de mestizaje conceptual y el número de corrientes teóricas que surcaban los mares académicos al comienzo del nuevo milenio: semiótica, teoría de los sistemas, teoría del caos y de la complejidad, *marketing*, *social design*, ergonomía y consumo son algunas de las vertientes que se advierten en los ensayos.

Otra razón por la cual las definiciones son, por fuerza, provisionales o pueden hacerse imprecisas con el paso del tiempo es que el lenguaje es un producto dinámico, resultado de los cambios sociales e históricos. El significado de la palabra *diseño* se ha modificado a lo largo del tiempo. Durante el Renacimiento, por ejemplo, el diseño era la base de las artes visuales; de hecho, era sinónimo de *dibujo*, por lo que en muchas ocasiones se lo encuentra haciendo referencia a él. En esa época, la palabra describía una conceptualización que daba como resultado un dibujo, una pintura o una escultura, por lo que el término no estaba reservado para describir una disciplina completa sino una acción de configuración específica⁵.

Muchos textos contienen una definición de diseño en el entendido de que de esta forma queda resuelto cualquier problema epistemológico. Pero ¿cuál es la naturaleza de esas definiciones?, ¿qué toman en cuenta y qué dejan por fuera? Algunas no especifican ningún elemento espacio-temporal; o sea, no dicen dónde y cuándo comienza o se desarrolla el diseño. Otras limitan el diseño a los aspectos que se ven y relacionan así la definición con cuestiones de estilo y apariencia visual y dejan de lado muchas veces las cuestiones relativas a la función y la producción. Otras veces, ni el usuario ni el mercado se mencionan con claridad, por lo cual

³ Marina Garone Gravier, “Breve resumen histórico y análisis de algunas definiciones de diseño”, *Unidad y Diversidad*. Revista interdisciplinaria de divulgación, México: Universidad Intercontinental, vol. 3, núm. 2, jul.-dic. 2003.

⁴ AA. VV., *Reconstrucción del término diseño*, Encuadre y el Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño de la Universidad de Guadalajara, 2002.

⁵ Específicamente sobre la evolución del concepto de *diseño* en diversos textos y contextos, sugiero consultar Ives Zimmerman, *Del diseño*, Barcelona: Gustavo Gili, 1998.

tampoco quedan claros los parámetros de recepción ni cómo está condicionada la toma de decisiones en el diseño. En algunas ocasiones, la presencia misma del diseñador no se enuncia, por lo que el proceso de diseño no tiene responsables aparentes. Y cuando se caracterizan los objetos también se producen imprecisiones, sobre todo en áreas de frontera o novedosas, aún no claramente identificadas, como, por ejemplo, las nuevas tecnologías⁶.

En lo que toca a la interdisciplina se pueden analizar, al menos, un par de interacciones básicas: la que ocurre entre el diseño y otras artes o industrias y la que se relaciona con la síntesis de información de otras disciplinas que utiliza el propio diseño. La interdisciplina se refiere al préstamo de conceptos, teorías y métodos de otras áreas o ciencias para aplicarlos a un ámbito distinto al original⁷. Lo que hay que recordar de los préstamos conceptuales es que los objetos de estudio a que se aplican difieren, por lo que a veces, al cambiar de terreno, los conceptos prestados no guardan su especificidad y utilidad originales. Como ejemplo local de un trabajo planteado sobre bases interdisciplinarias se puede mencionar el libro de Fernando Martín Juez *Hacia una antropología del diseño*⁸, que, aunque se refiere más precisamente a temas de diseño industrial, muestra un excelente maridaje entre diseño y antropología y propone una brecha novedosa en México. Por otro lado, y vinculada más directamente con el diseño gráfico, está la obra *Factores ergonómicos en el diseño. Percepción visual* de Lilia Prado y Rosalío Ávila⁹. Siendo la ergonomía un área pocas veces abordada por los gráficos, este es un ejemplo interesante de analizar pero más aun de aplicar.

¿Diseñadores, objetos o qué?

En torno a la materia de estudio de la historia del diseño

Como inicialmente la historia del diseño giró en torno a los métodos más tradicionales de la historia del arte y de la arquitectura, la construcción del discurso y del conocimiento se centró fuertemente en los maestros y artistas famosos, y entre los géneros de escritura utilizados se destacaron la monografía y la biografía. La monografía se refiere al trabajo de un artista —en este caso, el diseñador— mientras que la biografía toma en cuenta su vida entera; pero en la práctica ambos géneros discursivos pueden superponerse. La razón del éxito de estas formas narrativas del diseño es que el objeto de estudio está, en principio, nítidamente

⁶ Aunque de alcance limitado, puede contribuir a la discusión el texto ya citado de mi autoría “Breve resumen histórico y análisis de algunas definiciones de diseño”.

⁷ Este tema se ha tratado en Marina Garone Gravier, “La tipografía desde la interdisciplina. Tipografía y ergonomía (segunda parte)”, *Unidad y Diversidad*. Revista interdisciplinaria de divulgación, México: Universidad Intercontinental, vol. 3, núm. 2, jul.-dic. 2003, pp. 76-88.

⁸ Fernando Martín Juez, *Hacia una antropología del diseño*, Barcelona: Gedisa, 2002.

⁹ Lilia Prado y Rosalío Ávila, *Factores ergonómicos en el diseño. Percepción visual* [1997], 2a. reimpr., Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2001.

definido porque se circunscribe a una persona concreta: la historia tiene un comienzo, un desarrollo y un final —si el personaje está muerto—; además, el personaje funciona como eje del escrito y catalizador de las acciones, o sea que provee una unidad narrativa clara.

En México se ha publicado un buen número de libros y catálogos que presentan esta estructura. Entre ellos podemos mencionar los siguientes: *Miguel Prieto, diseño gráfico*¹⁰, *Vicente Rojo, diseño gráfico*¹¹, *Rafael López Castro, diseño gráfico*¹², *Luis Almeida, 30 años de diseño gráfico 1970-2000*¹³, *30 años diseñando: Felipe Covarrubias*¹⁴, *Que treinta años no es nada. Carlos Palleiro, diseño gráfico*¹⁵ y *Ñiko carteles*¹⁶. La mayoría de estos libros compendian textos de varios autores con un marcado carácter testimonial y afectivo: escriben los colegas cercanos, en algunos casos los maestros y alumnos del personaje en cuestión y también los clientes y amigos. Una parte de estos libros testimoniales permite trazar una línea de continuidad entre algunos de los maestros y sus aprendices¹⁷.

También se puede encontrar un gran número de artículos acerca de diseñadores y despachos de diseño en publicaciones nacionales especializadas en diseño. En algunas, el tratamiento personalizado de los diseñadores constituye explícitamente una sección de su contenido, como, por ejemplo, Galería en la revista *a!* o Portafolio en *Matiz*, y en otras publicaciones es prácticamente la esencia de la revista, como en *Lúdica*, donde la mayor parte de los artículos de cada número está dedicada a la exhibición del trabajo profesional de diseñadores mexicanos y extranjeros.

Uno de los mayores retos de la biografía y la monografía como géneros literarios al contar la historia del diseño es mantener una postura más o menos crítica y objetiva, ya que quien

¹⁰ AA. VV., *Miguel Prieto, diseño gráfico*, México: Conaculta INBA-UAM-UNAM-Universidad de las Américas-Ediciones Era-Trama Visual-Matriz, 2000.

¹¹ AA. VV., *Vicente Rojo, diseño gráfico*, México: UNAM-Conaculta-Ediciones Era-Trama Visual, 1996. Aunque existen varios artículos y notas sobre la obra de Vicente Rojo, quisiera mencionar el libro de Alberto Blanco *Las estaciones de la vista* (México: Ediciones de Samarcanda, 1999), que presenta la retrospectiva de su labor visual a través de una agradable conversación. Por otro lado, es especialmente curioso el cuaderno *Vicente Rojo para iluminar*, de la colección Letra y Color, coeditado por Ediciones del Ermitaño y la Secretaría de Educación Pública, s.f.

¹² *Rafael López Castro, diseño gráfico*, México: Conaculta-Ciudad de México-INBA-Trama Visual-Redacta-FCE-Imprenta Madero, 1993.

¹³ *Luis Almeida, 30 años de diseño gráfico 1970-2000*, México: Fonca-el autor, 2000.

¹⁴ AA. VV., *30 años diseñando: Felipe Covarrubias*, Guadalajara: Iteso-Poliedro-Trama Visual, 1998.

¹⁵ AA. VV., *Que treinta años no es nada. Carlos Palleiro, diseño gráfico*, México: Gobierno del Distrito Federal, 2000.

¹⁶ *Ñiko carteles*, Universidad Veracruzana-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla-Trama Visual, 1998.

¹⁷ Como ejemplo podemos mencionar la línea constituida por Miguel Prieto, Vicente Rojo, Luis Almeida y Rafael López Castro, una de las genealogías más consolidadas del diseño gráfico mexicano.

escribe tiene dos objetos de estudio —el personaje y su trabajo—, y en general es muy difícil tratar de forma equilibrada ambos contenidos. ¿Qué otros inconvenientes puede tener este género si no se está bien advertido? Pensar que los individuos por sí solos bastan para hacer la historia en general y la historia del diseño en particular, lo que puede llegar a desembocar en la idea del *genio creador*. Por otro lado, la historia de esas personalidades contribuye a conformar un canon —no solo de imágenes sino también de métodos de trabajo—, una cierta idea del diseño que se presenta como exitosa y glamorosa y en que es raro encontrar el recuento de las dificultades y los fracasos por los que alguien tuvo que pasar para llegar a ser reconocido. Las críticas que se han hecho a la biografía y la monografía han impulsado la paulatina aparición de otros enfoques de la narración histórica; por ejemplo, las aproximaciones que incluyen a los usuarios y clientes, o sea las que toman en cuenta cómo se da la recepción del diseño¹⁸. Pero, sin duda, las objeciones no han mermando el uso de esos géneros. En México —y aunque, como lo mencioné, se han publicado libros retrospectivos del trabajo de reconocidos maestros del diseño— quedan muchas monografías y biografías por hacer. Tal vez después de una etapa de construcción de múltiples relatos individuales se haga patente la necesidad de pasar a una narrativa colectiva y sincrónica que, por ejemplo, nos permita, además de conocer el trabajo de individuos específicos, adentrarnos en la labor realizada por generaciones de diseñadores e identificar el modo de trabajo de diversos profesionales dentro de una misma área proyectual¹⁹.

Aunque muchos diseñadores trabajan en más de un sector del diseño a la vez, otros lo hacen solo en una serie definida de objetos o en un campo específico de acción, lo que permite estudiar su trabajo a partir de áreas centrales, relacionadas y marginales; sería el caso, por ejemplo, de un diseñador editorial, que a veces hace ilustración y esporádicamente se dedica a la animación. Pero, al hablar del trabajo de ciertos diseñadores, no funcionan áreas cerradas de acción, ya que ellos se mueven libremente por distintos terrenos. Esa amplitud laboral de algunos diseñadores hace sumamente complejo definir su trabajo pero, sin duda, enriquece la discusión acerca de dónde comienza y dónde termina un sector determinado del diseño.

Otro modo de escritura del diseño son los casos, en que el recuento histórico se hace sobre la base de diseños excepcionales o únicos —aunque, en esencia, todos los diseños son únicos, no hay un único modo de resolver un mismo problema—. Este enfoque da como resultado libros sobre clásicos del diseño u obras escogidas que tienden a convertirse en objetos de culto y sin duda conforman gustos y consolidan cánones. Para el caso del cartel podemos

¹⁸ Es importante mencionar que, si bien la historia del arte ha abordado este tema, desde la disciplina del diseño en México aún no se cuenta con aproximaciones de este tipo.

¹⁹ En este sentido se pueden mencionar las exposiciones, especialmente de carteles, que es el ámbito de diseño que más se ha exhibido en México; asimismo figuraría la publicación de los resultados de concursos como *Quórum* o Premio *a! Diseño*, que desde hace años permiten ver de forma colectiva el trabajo de los diseñadores.



FIGURA 1. Matiz: portada de la revista.



FIGURA 2. Miguel Prieto, diseño gráfico: portada del libro.

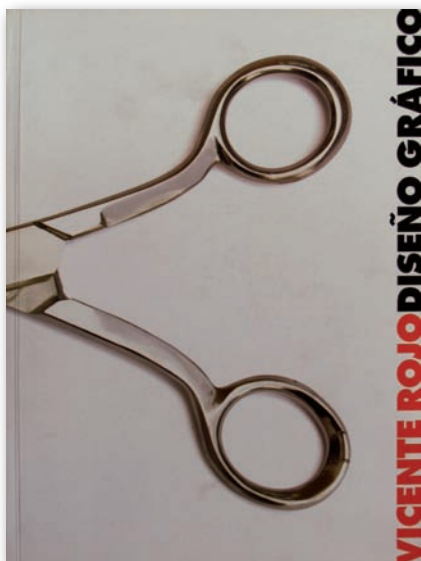


FIGURA 3. Vicente Rojo, diseño gráfico: portada del libro.



FIGURA 4. Rafael López Castro, diseño gráfico: portada del libro.



FIGURA 5. Luis Almeida, *30 años de diseño gráfico 1970-2000*: portada del libro.



FIGURA 6. *30 años diseñando*: Felipe Covarrubias: portada del libro.

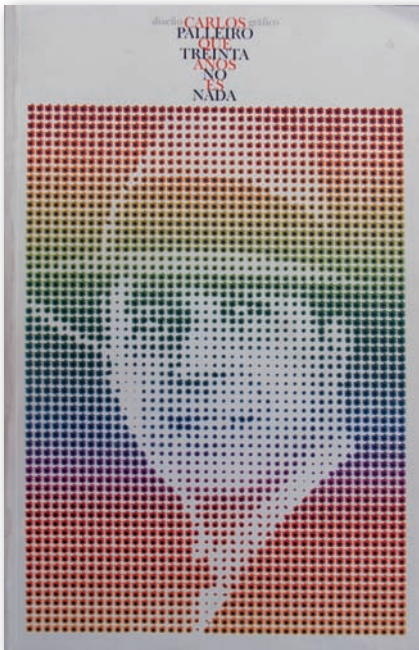


FIGURA 7. *Que treinta años no es nada*. Carlos Palleiro, diseño gráfico: portada del libro.

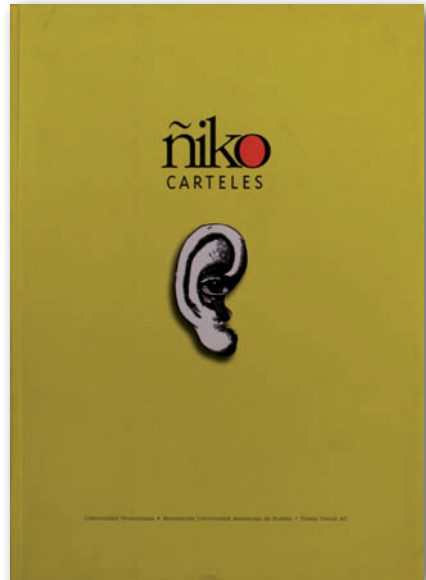


FIGURA 8. *Ñiko carteles*: portada del libro.



FIGURA 9. Revista *a:*:
portada.



FIGURA 10. *Matiz*:
portada de la revista.



FIGURA 11. Revista *Lúdica*:
portada de la revista.

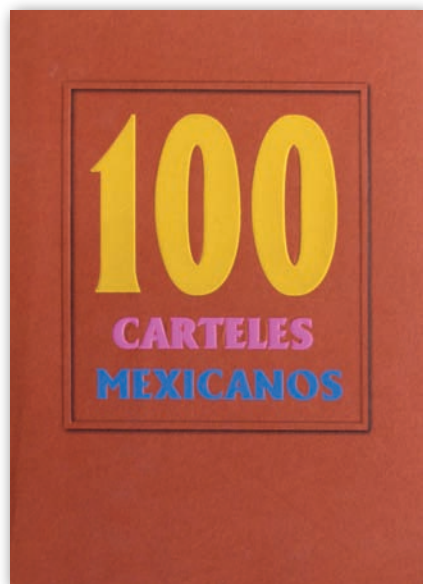


FIGURA 12. *100 carteles mexicanos*:
portada del libro.

mencionar, como ejemplo de este tipo de narrativa, el catálogo *100 carteles mexicanos*, que reúne la obra de 47 diseñadores de distintas generaciones²⁰.

Por otro lado, mientras en algunos recuentos del diseño se pasan por alto los productos anónimos y vernáculos a pretexto de su falta de firma y cuestionando su nivel estético y su calidad, en otros proyectos —influidos, tal vez, por una concepción “antropológica” y cultural— se consideran todos los tipos de objeto “productos de diseño”, sean o no resultado de una actividad profesional y con independencia de los criterios de calidad. En cualquier caso, lo más importante es conocer los criterios que se siguieron para seleccionar las piezas, ya que estas no siempre constituyen una muestra representativa del área del diseño de que se está tratando. Este mismo punto se podría aplicar a las personas: ¿por qué se incluyó en un libro a tal diseñador y no a este otro? Muchas veces, los factores pragmáticos pesan más que los visuales o históricos; la colaboración también puede ser determinante en el resultado de la recopilación de información, y todo eso contribuye a hacer, de las historias, relatos parciales.

Mientras la historia del diseño estudia generalmente a los diseñadores, los procesos y los objetos, otros temas que pueden analizarse son el estilo, el gusto, la gestión de proyectos, el consumo y la recepción de los diseños, la responsabilidad social del diseñador y el papel del cliente en la proyección de los objetos²¹. Otra forma de estudiar a los diseñadores es hacerlo de forma colectiva, o sea como gremio particular y diferenciado, con énfasis en el papel y el desempeño social de la agrupación y sus individuos y en la relación del grupo con la sociedad. Esto implica concebir los colectivos²², despachos o grupos de diseñadores y las empresas y agencias de comunicación gráfica como conglomerados de individualidades que, al conjugarse, generan un modo particular de hacer y entender el diseño.

Sobre las agrupaciones gremiales podemos mencionar al menos tres libros. En 1991 aparece *Diseño mexicano industrial y gráfico*, coeditado por el Colegio de Diseñadores Industrial y Gráfico de México (Codigram) y el Grupo Editorial Iberoamericana²³. En su presentación,

²⁰ AA. VV., *100 carteles mexicanos*, México: SRE-Conaculta-Fonca-Banamex-Trama Visual, 1996.

²¹ El espacio es corto en este ensayo como para explicar por qué sería beneficioso para el diseño el estudio histórico de este manojito de temas; sin embargo, sirva su enumeración para plantear una apretada agenda de nuevas formas de mirar y analizar la profesión que aún no se han explorado en México.

²² Acerca de los colectivos existen algunos textos y, a modo de ejemplo, podemos citar el número 37 de la revista *Complot* (2003), en que se muestra el trabajo de Fakir, Hematoma y Nortec. Sobre este último colectivo existe también un libro, titulado *Paso del Nortec: This is Tijuana*, editado por José Manuel Valenzuela y Devorah Holtz. Acerca de Fakir véanse Javier Caballero, “Fakir: revista-objeto”, *Matiz*, núm. 8, 1997, y Juan José Bustos, “Fakir colectivo”, *a! Diseño*, 2004, 322 pp. Algunos colectivos artificialmente constituidos son los que podemos localizar en la propuesta curatorial de Giovanni Tronconi para la exposición *Diseño Francia-México*, México: Instituto Mexicanos de Cooperación Internacional-SRE-Conaculta-Inba-Troconi Diseñadores, 1999.

²³ AA. VV., *Diseño mexicano industrial y gráfico*, México: Colegio de Diseñadores Industrial y Gráfico de México (Codigram) y Grupo Editorial Iberoamericana.

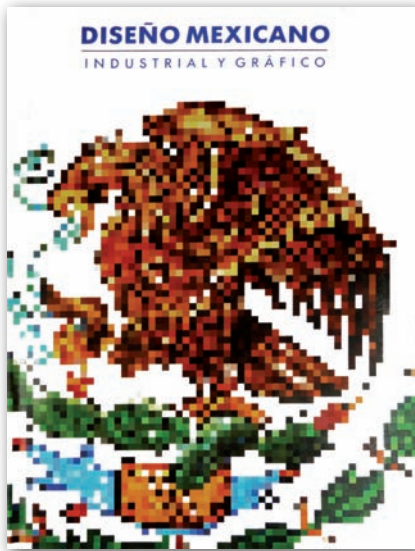


FIGURA 13. *Diseño mexicano industrial y gráfico*: portada del libro.



FIGURA 14. *Diseño gráfico mexicano*: portada del libro.

el diseñador industrial Arturo Domínguez Macouzet declara que el texto es resultado de un esfuerzo conjunto para mostrar el diseño local y que es un libro pionero sobre el tema, no solo en México sino en América Latina. Entre los objetivos de la publicación se planteó propiciar la integración de la industria y el comercio con el diseño. Domínguez Macouzet afirma que “*Diseño mexicano* aparece en el momento justo, donde más que nunca México requiere actualización, modernización y cambio; donde los compromisos políticos y económicos están dirigidos a la adecuación competitiva de los mercados nacionales para acceder con calidad y cantidad a los mercados internacionales”²⁴. Más adelante, Fernando Martín Juez expresa: “El diseño es tecnología transfigurada en objetos y mensajes útiles. Trabajo y fuente de ingresos para la industria y el comercio; una sólida tradición y una herramienta de progreso para México”²⁵. Por último se presenta la breve retrospectiva del diseño profesional en México realizada por Óscar Salinas. En ella se hace el recuento de los hechos que de alguna forma configuraron la actividad agremiada del diseño nacional, entre los que se puede mencionar la creación, en 1971, del Centro de Diseño perteneciente al Instituto Mexicano de Comercio Exterior, donde hubo un departamento específicamente dedicado a la promoción del diseño gráfico. Salinas explica que la labor de ese organismo fue deter-

²⁴ “Presentación”, en *Diseño mexicano industrial y gráfico*, pp. VII-VIII.

²⁵ “El diseño mexicano herramienta de progreso”, en *Diseño mexicano industrial y gráfico*, p. XI.

minante para el veloz surgimiento de escuelas universitarias de diseño en varios estados de la república y promovió la creación de asociaciones de profesionales que culminaron con la fundación del Codigram en 1975. Por último menciona que “los profesionales del diseño empiezan a entender cuál es su participación [...] en este país en proceso de cambio”. La preocupación por el papel que desempeña el diseño en la actividad económica y como motor de transformación está presente en los textos mencionados y sin duda influirá en el modo de presentar la información en los siguientes libros sobre la labor diseñística de México. Pero, a mi modo de ver, lo más importante de estas declaraciones es que son un fiel reflejo de la reacción del gremio ante la inminente apertura comercial de México —por ejemplo, mediante el tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, justamente en la década de los noventa—. A veinte años de la puesta en marcha de ese tratado ha quedado claro que las medidas adoptadas no redundaron en los beneficios que se esperaban para el pueblo mexicano. Sin embargo, importa señalar que esa coyuntura nos permite apreciar la relación directa que existe entre los cambios económicos, productivos y comerciales de un país y los argumentos teóricos y prácticos que se vertebran en las estructuras del diseño local.

Otro libro que presenta la actividad gremial es *Diseño gráfico en México*, editado por Quórum y el Consejo de Diseñadores de México, que apareció en 1997. En él, al igual que en el caso anterior, se compendia el trabajo de una serie de individuos, despachos y agencias para difundirlo entre los posibles usuarios y contratantes de diseño. En palabras de Carmen Cordera Lascurain, los organizadores de la publicación fueron instados, entre otros factores, por “la carrera tecnológica y la globalización de los mercados, a cuya evolución no podemos estar indiferentes”²⁶. Más adelante en el texto introductorio, Cordera Lascurain afirma que “Quorum, definitivamente, es el grupo de profesionales del diseño que mayor impacto tiene en la vida comercial y cultural y que está poco a poco marcando una nueva ruta en este quehacer”²⁷.

Por último —aunque en estricto sentido no es la publicación de una asociación gremial establecida formalmente— debemos mencionar el libro *Diseñadores gráficos mexicanos*, que apareció en 2000²⁸. Este proyecto fue convocado por Eduardo Téllez y Patricia Ordóñez, con la participación de Trama Visual, y se inscribe en el marco del décimo aniversario de la Bienal Internacional del Cartel en México, que organiza Trama Visual. En él se apostó por compendiar una serie de portafolios de diseñadores de varias generaciones, estilos y regiones del país. Además de la exposición de los motivos de los convocantes, se presenta un texto de Jorge L. Nieves Saavedra y Eduardo Juárez Garduño, en el que, de modo sucinto, se

²⁶ Carmen Cordera Lascurain, “Introducción”, en *Diseño gráfico en México*, México: Quórum, Consejo de Diseñadores de México, 1997.

²⁷ Cordera Lascurain, *Diseño gráfico en México*.

²⁸ Eduardo Téllez y Patricia Ordóñez, *Diseñadores gráficos mexicanos*, México: Trama Visual-Tres grupo 3, 2000.

mencionan los nombres y obras que formarían una agenda para la elaboración de la historia del diseño gráfico en México.

También como grupos se pueden estudiar las comunidades académicas y las instituciones de educación. En este sentido, se debe mencionar el estudio pionero de Pilar Maseda Martín *Los inicios de la profesión del diseño en México. Genealogía de sus incidentes*²⁹. En él se trata de manera particular el surgimiento de las escuelas de Diseño y Artesanía del Instituto Nacional de Bellas Artes (1972), de la escuela de Diseño de la Universidad Iberoamericana (en 1968 para la carrera de gráfico) y de las escuelas de Arquitectura y Artes Plásticas (en 1973 para la carrera de gráfico) de la Universidad Nacional Autónoma de México. Lo interesante de su estudio es que estas escuelas se analizan a la luz y como resultado decantado del proyecto de modernidad y en interacción constante con las intenciones nacionalistas de la educación artística posrevolucionaria (1910-1920). De todas maneras, el análisis y las fuentes de su investigación se remontan a más atrás, a la instalación de la Academia de San Carlos (1783), a partir de la cual se dibuja la separación entre gráfica académica y gráfica popular en México.

Otro texto producido en el seno de una comunidad académica y que puede servir de ejemplo de estos relatos institucionales es la *Memoria de la Maestría en Diseño Editorial. Generación 1999-2001*, del Posgrado de la Escuela de Diseño de la Universidad Anáhuac, bajo la coordinación de Tullia Basanni. Según lo expresado en la introducción, con esa publicación se “quieren documentar los conocimientos, habilidades y aptitudes adquiridos por los alumnos durante los dos años de la primera generación del programa”³⁰, y en ella se describen las materias y sus objetivos, contenidos, ejercicios y métodos de enseñanza-aprendizaje. Trabajos de esta naturaleza funcionan como balance interno y permiten revisar y modificar el rumbo educativo, si es necesario, siempre y cuando los esfuerzos no sean aislados.

Este tipo de narrativas institucionales debe cuidarse de no resultar aburrido o convertirse en un recuento de datos burocráticos consignados para lectores más internos que externos. Debe prevalecer en ellos, aunque no es fácil, una cierta objetividad de análisis que permita presentar y entender la gestión interna de las organizaciones y academias. Estudios críticos sobre estos temas son muy importantes, debido a que las instituciones del diseño, tanto educativas como gremiales, son un ámbito donde se generan y posteriormente se difunden tanto las ideas sobre el diseño como los estereotipos acerca de la profesión.

²⁹ Pilar Maseda, *Los inicios de la profesión del diseño en México. Genealogía de sus incidentes*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, INBA-Cenidiap, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2006.

³⁰ Tullia Bassani (coord.), *Memoria de la Maestría en Diseño Editorial. Generación 1999-2001*, México: Posgrado de la Escuela de Diseño de la Universidad Anáhuac.

¿Cuánto dura la historia en los estudios del diseño?

La temporalidad

Son pocos los proyectos que han abordado una historia universal del diseño. Entre ellos podemos mencionar al archiconocido libro de Phillip Meggs *Historia del diseño gráfico*³¹ y también el proyecto en curso del historiador estadounidense Victor Margolin, titulado *World History of Design*³². Pero la mayor parte de los libros de historia del diseño se dedica a estudiar segmentos geográficos y temporales más pequeños. Surge, pues, una pregunta: ¿se deben imponer límites temporales al estudio del diseño, o estos provienen de la naturaleza misma del objeto de estudio? Utilizar unidades de tiempo como las décadas o los siglos para contar la historia es arbitrario: los acontecimientos no suceden realmente de forma fragmentada. También se puede optar por una división en épocas más generales que incluyan aspectos económicos, tecnológicos y políticos como la “era capitalista”, la “revolución industrial” o la “era digital”. Estos recortes pueden variar dependiendo del impacto general de los acontecimientos en todos los ámbitos de la cultura. Como ejemplo de las diversas formas de organización temporal podemos mencionar el catálogo de la exposición *El diseño antes del diseño. Diseño gráfico en México 1920-1960*, que se llevó a cabo en 1991 en el Museo de Arte Carrillo Gil de la Ciudad de México bajo la curaduría del historiador del arte Cuauhtémoc Medina y que fue la primera muestra retrospectiva de diseño gráfico que se hizo en el país. Sobre la misma línea cronológica, recientemente se llevó a cabo otra muestra en Valencia, que rotará entre varias sedes europeas y americanas y que contó también con un catálogo impreso: *México ilustrado, libros, revistas y carteles 1920-1950*³³. La estructura y el guion de esta segunda exposición son semejantes a los de la planeada algunos años antes, aunque se profundizó en algunos temas específicos del quehacer diseñístico del periodo y se ahondó en algunos de los personajes que aún laboran en diseño.

Además de los recuentos históricos de carácter general acerca del diseño, podemos mencionar los libros en homenaje a tres diseñadores gráficos coetáneos —Almeida, Covarrubias y Palleiro—, que compendian tres décadas de la labor de cada uno. En mi opinión, es curiosa la coincidencia de festejar treinta años de labor; estos casos presentan un recorte temporal que no obedece a los festejos tradicionales de veinte, veinticinco o cincuenta años.

Un resultado directo de la selección de un lapso específico es la interrupción de la continuidad histórica o la dificultad para establecer el punto de arranque del relato en las historias del diseño. En México es frecuente encontrar narraciones que se remontan a los aztecas para explicar las características de la disciplina en los años setenta o noventa.

³¹ En México fue publicado por McGraw Hill, y su tercera edición corresponde al año 2000.

³² Revista *DX*, núm. 8, feb.-mar. 2000, p. 41.

³³ AA. VV., *México ilustrado. Libros, revistas y carteles, 1920-1950*, Valencia: Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat (MuVIM), 2010.



FIGURA 15. *México ilustrado, libros, revistas y carteles 1920-1950*: portada del libro.

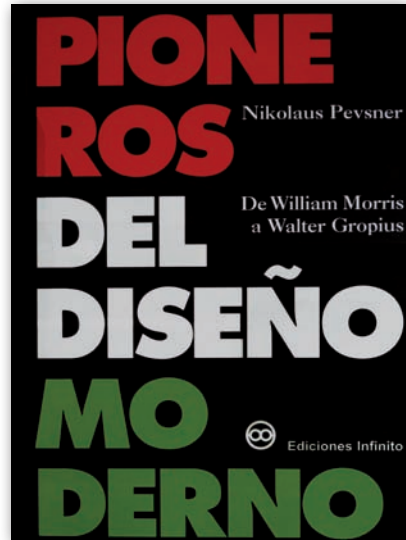


FIGURA 16. *Pioneros del diseño moderno*: portada del libro.

A modo de ejemplo leamos un breve fragmento que figura en los antecedentes del libro *Diseñadores gráficos mexicanos*:

Desde los antiguos mexicanos, por obra de los tlacuilos, dieron expresión plástica en los códices a su historia, sus andanzas y cosmovisión, hasta la época actual, dominada por la información y la electrónica, se ha desplegado, en todas las esferas de la comunicación gráfica, una exuberancia de pigmentos, líneas y trazos, manifestándose, sobre todo, la voluntad de un pueblo, mediante viejas y nuevas formas y significados, la enorme creatividad puesta al servicio de la difusión cultural, las reivindicaciones políticas y sociales, la educación y la comunicación.³⁴

Esta formulación temporal no es exclusiva de ese libro; también está presente en innumerables artículos y tesis de grado y posgrado de diseño en México. En algunos casos, tal planteamiento —a horcajadas entre la búsqueda del origen y la integración del diseño a la estirpe creativa de la visualidad mexicana— puede resultar infructuoso si no da pie a estudios de menor escala en que se localicen y concreten los matices del quehacer diseñístico de una época particular. Por eso —y aunque es claro que se trata de una breve introducción— puede resultar desolador que en un solo párrafo se pase volando sobre más de dos mil años de historia si de lo que se trata con ese recuento es de mostrar la labor de diseñadores que trabajaron en la segunda mitad del siglo xx. Estas manipulaciones argumentativas del eje temporal nos hablan más del estado embrionario de nuestros dispositivos verbales y analíticos de que la profesión en sí.

³⁴ Patricia Ordóñez, *Diseñadores gráficos mexicanos*, México: Trama Visual, 2000, s.p.

Todo tiene una razón: la causalidad

Cada vez que se pretende explicar por qué un diseño es como es o qué motiva su aparición se plantean las condicionantes, causas y determinaciones de su existencia. Pero aun en el caso de dar con una explicación es necesario enunciarlas y ver de qué manera se organizan y concatenan los hechos. La tendencia general de la historia del diseño es la de sistematizar estas explicaciones: en algunos casos, esa organización puede caracterizarse a través del estilo, la tecnología empleada, la ubicación geográfica o la organización social; en otros puede adoptar una estrategia situacional que implica que, aunque trabajan en un tiempo y un lugar y bajo circunstancias particulares, los seres humanos tienen libre albedrío para inventar formas nuevas. Lo anterior permite plantear el tema de la originalidad, la creatividad y la variedad de opciones formales y modos de resolver problemas, o sea hablar sobre el tipo de soluciones gráficas que proponen los diseñadores. Al respecto, Román Esqueda³⁵ y Rodolfo Sierra llevaron a cabo una investigación denominada *El papel de la educación universitaria en el desarrollo de la creatividad del estudiante de diseño gráfico*³⁶, en la que les plantearon a los encuestados resolver dos carteles a partir del enunciado “Juegos Olímpicos de Atenas 2004”, uno sin y otro con restricciones para la solución gráfica. Del estudio se concluyó que “la tendencia a utilizar el mismo tipo de representación en los diversos ejercicios que se plantearon para desarrollar la descripción indica que se trata de selecciones prototípicas, de ‘mejores ejemplos’ o miembros más representativos de la categoría”³⁷. Las soluciones paradigmáticas o típicas son, en general, más frecuentes que las soluciones completamente nuevas o que no tienen un precedente reconocible. Estas soluciones típicas son en las que pensaría casi cualquier persona sin necesidad de haber estudiado diseño gráfico; por lo tanto, la aparición frecuente de estas respuestas en estudiantes de diseño nos habla de lo poco diferenciado que parece su perfil de aptitudes en cuanto a respuestas innovadoras ante los problemas de la comunicación visual.

Las historias del diseño: lo universal y lo local

En muchas ocasiones, la historia del diseño se cuenta a partir de los lugares de procedencia de los objetos, por lo que habría que considerar de qué forma influyen los límites geográficos, las demarcaciones políticas y las identidades nacionales en la construcción de los relatos.

³⁵ Para profundizar en estos temas véase Román Esqueda, *El juego del diseño*, México: Designio-Encuadre, 2003.

³⁶ Los resultados se publicaron en *Revista Encuadre* (vol. 2, núm. 5, oct. 2004). El estudio se llevó a cabo entre estudiantes de escuelas de diseño públicas y privadas de todo el país, así como en escuelas primarias, para contrastar las soluciones por grado de especialización. Participaron 308 alumnos de diseño, una muestra estadísticamente representativa de las escuelas de diseño del país (según ANUIES, las escuelas son 120 y concentran a 18.230 alumnos. Las escuelas afiliadas a *Encuadre* son 43, con 7.670 alumnos). Se administró, además del ejercicio, un cuestionario sobre aspectos sociodemográficos, de hábitos y de perfil sicográfico.

³⁷ Esqueda, *El juego del diseño*, p. 24.

Según Nikolas Pevsner, el conocido autor de *Pioneros del diseño moderno*, la historia del arte estaba determinada por los lugares de origen de los objetos, el espíritu de la época y el temperamento del artista. ¿Podríamos considerar estos factores para la historia del diseño? Por lo que toca al lugar de procedencia de los objetos habría que distinguir entre *identidades* y *países*, dado que en algunos casos no existe una relación unidimensional entre ambos términos. La combinación de esos factores no está dada naturalmente y tiende a sufrir modificaciones constantes. Originalmente, el concepto de *nación* estaba asociado con el de grupo étnico, pero actualmente la mayoría de los países son una mezcla no solo de razas sino también de religiones, lenguajes y culturas³⁸. Por lo tanto, la idea de *identidad nacional* no es homogénea; es una construcción histórica, política e ideológica. Para ejemplificar esto podemos preguntarnos si es posible entender la estética del diseño de Estados Unidos sin los aportes de los italianos, los irlandeses, los orientales y, sin duda, los mexicanos. O, para hablar de algo más cercano, ¿es posible entender el diseño mexicano sin considerar los aportes de las culturas indígenas o de los artistas y corrientes extranjeras que han encontrado cabida en esta tierra?

Las diferencias entre regiones tienen consecuencias pragmáticas en el diseño: en algunos casos, la gente está dispuesta a morir por defender su cultura, su raza o religión; en otros debe migrar y llevar consigo sus usos y costumbres, o se comunica con individuos de otras culturas. Todo aquello permite detectar las diferencias materiales y visuales entre distintas regiones. Estas migraciones imponen un flujo de imágenes y objetos. Sobre este tema se pueden analizar los ejemplos proporcionados en “¡Viva México! La expresión de la identidad gráfica latina en Chicago” del historiador Víctor Margolin, artículo en el que asevera:

Uno de los fenómenos más extraños en la expresión de la identidad mexicana, tanto en Chicago como en México, es la circulación constante de un icono que es visto por muchos como negativo: el mexicano dormido, que refuerza el estereotipo del campesino flojo que duerme todo el día y se olvida de todo lo que sucede a su alrededor.³⁹

El clima, la comida e incluso la luz y el color cambian de una zona a otra; esas diferencias generalmente son más regionales que nacionales y se plasman en una serie de marcadores visuales en los diseños. Para comprobar esto es interesante conocer cómo una cultura es vista por otra. En una entrevista, el diseñador español Álvaro Sorbino comenta: “El cartelismo en México tiene una riqueza brutal. Es muy fácil identificarlas [las pautas] en las paletas cromáticas que se utilizan [...] en las que predominan el rojo, negro, los espacios en blanco”⁴⁰.

Otro español, el diseñador Joan Peypoch, comenta:

³⁸ Sobre los factores que conforman la idea de nación, recomiendo la lectura de E. J. Hobsbawm, “¿Son iguales todas las lenguas? Lenguaje, cultura e identidad nacional”, Paul Barker (comp.), *Vivir como iguales. Apología de la justicia social*, Barcelona: Paidós, 1996, pp. 111-128.

³⁹ *Revista Encuadre*, oct. 2004-abr. 2005, p. 44.

⁴⁰ *Matiz*, núm. 5, 1997, Sección de Portafolios, p. 31.

Una de las cosas que más me llamó la atención cuando recién llegué fue la luz. Su intensidad y su gama eran diferentes a las que conocía. Creía conocer algo sobre teoría del color, pero aquí descubrí maravillosos bordados otomíes [...] también creí saber algo sobre tipografía, pero no era cierto. El esplendor de la *Mexican Gothic* trazada a mano por verdaderos maestros rompió con todos mis esquemas.⁴¹

Sobre cómo ven afuera el diseño de México es interesante conocer la opinión del diseñador José Luis Ortiz (México, 1945), quien trabajó en el programa gráfico de las Olimpiadas del 68 y ha hecho gran parte de su carrera profesional en Nueva York. Él comenta:

Creo que ellos [los norteamericanos] siguen aprendiendo y depurando el concepto que tienen de lo mexicano. Los diseñadores extranjeros se expresan de México con respeto y curiosidad. Sin embargo se refieren a nosotros de una forma romántica del pasado, del México que no somos y del México que yo viví cuando era chico. Ya no somos el indígena cubierto por el sombrero, como las imágenes prehispánicas del libro de Jorge Enciso, ni tampoco el zarape y el nopal, así como tampoco somos lo que el mexicano-americano insiste en representarnos como íconos de Cuauhtémoc y la Virgen de Guadalupe, sin embargo, somos para ellos el pueblo que aún ofrece una aventura.⁴²

Actualmente no podríamos entender el diseño sin pensar en sincretismo, migración, préstamos y adopción de códigos —sean tipográficos, cromáticos, tecnológicos o conceptuales—, y en este proceso de mezcla y fertilidad intervienen los nuevos modos de comunicación⁴³.

En la dinámica del diseño ha habido, a lo largo del tiempo, una ida y vuelta de las concepciones de los propios diseñadores sobre la identidad de los objetos. El movimiento moderno, por ejemplo, con sus personajes e instituciones, impulsó soluciones de carácter internacional que tendían a homogeneizar y estandarizar los objetos proyectados, ánimo que se manifestó tanto en edificios como en tipografías. Estos procesos contribuyeron a la configuración formal de un mercado global en que hoy suele ser difícil encontrar diferencia entre los productos diseñados en un país y los manufacturados en otro. Hoy los diseñadores pueden trabajar en distintos países o regiones al mismo tiempo, y existe mayor acceso a la información, a través no solo de libros y revistas sino también de sitios de Internet que no hace mucho les eran accesibles solo a unos pocos. Lo descrito les permite a los diseñadores conocer el desarrollo de las imágenes gráficas de otros sitios y saber cuáles son las tendencias del diseño que están de moda en otras partes del mundo.

⁴¹ Joan Peypoch, “Diseñadores que sueñan con Barcelona”, *a!*, año 6, núm. 35, feb.-mar. 1998. El mismo autor participó en un libro pionero sobre costos de diseño en México: Joan Peypoch, Daniel Salinas y Sergio Cuevas, *Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México. Guía básica de costos y procedimientos*, México, 1999. Patrocinado por a! Diseño, Expo Diseño, Cuevas Diseño, Manuscrito, Milenio III y Tronix.

⁴² Rafael Pérez Iragorri, “José Luis Ortiz, diseñador”, *a!*, vol. 3, núm. 13, 1993.

⁴³ Sobre los modos en que se ha hablado de diseño mexicano fuera de México merecen especial mención los siguientes artículos: Pierre Ponant, “Hecho en México”, en *Etape Graphique (dossier* realizado con la colaboración de Veronique Ricardoni y Gabriela Gómez-Mont), y “After Matiz. Perspectives on Contemporary Design in Mexico City”, *Step*, Jan.-Feb. 2003.

En la medida en que las empresas se han percatado de esta tendencia globalizadora y homogeneizadora del diseño gráfico, muchos profesionales de la comunicación visual han recurrido a imágenes evocativas y de corte nacionalista para resolver los problemas de identidad de algunos productos. Dado que los mercados están cada vez más fragmentados y reducidos, el reforzamiento de las diferencias pragmáticas entre los diseños se presume una acción deseable.

En México se puede apreciar una amplia gama de marcas que recurren al uso de greclas prehispánicas —que se remontan a las pintaderas y edificios antiguos— o de una paleta cromática encendida como elementos distintivos de la identidad gráfica local⁴⁴. Como ejemplo de estos recursos podemos revisar algunos trabajos compendiados en los libros *Marcas, símbolos y logos de México, 1 y 2*, editados por Eduardo Téllez y Roberto Iturbe en 2000, o la imagen que identificó el pabellón de México en la Exposición de Sevilla en 1992⁴⁵. Además de en las marcas, este fenómeno de “nacionalismo gráfico” también se percibe en otras manifestaciones del diseño, como la tipografía o los carteles. Para estos últimos ámbitos podemos mencionar los casos de las familias tipográficas Mexica y Aztlán, de Martínez Meave; Mexican Gothic, de Peón, y Santo Domingo, de Pablo Robalo⁴⁶, o los carteles —de marcada estética mortuoria— de Bruno López⁴⁷.

Pero acerca de los elementos que reflejan la identidad gráfica mexicana no siempre hay consenso entre los diseñadores. Al respecto podemos mencionar la siguiente clasificación, realizada durante los años noventa por la diseñadora Mónica Peón:

Hace poco me pidieron que definiera ante un proyecto cuál es mi posición ante el diseño gráfico. [...] En México, desde que estaba en la universidad empecé a ver tres caminos que los diseñadores tomaban para encontrar la dichosa “punta” del diseño: el *basileano*: la escuela de Basel, promotora principal del diseño modernista, fue muy importante para darle al diseño gráfico su lugar, pero hoy día, sesenta años después, en México solo ha ayudado a producir (salvo honrosas excepciones) trabajo redundante y estéril. El diseñador se queda como el “técnico en diseño” que usa fórmulas gráficas en vez de usar sus neuronas. El *mexican curios*: [...] son aquellos que ven al pasado remoto de México para fusilarse los símbolos o “tlacuilos”, el famoso “azteca o mayan curios” y las greclas. Otra variante es el “lotería curios”⁴⁸. Los *modernos*: los que tienen como filosofía estar a la moda y creen que la tecnología es la solución. Hacer que su diseño se parezca a las cosas que aparecen en

⁴⁴ Este tema lo he tratado en “Diseño y tipografía que forjaron patria”, en *México ilustrado. Libros, revistas y acarteles, 1920-1950*, Valencia: Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat (MuVIM), 2010, pp. 55-64.

⁴⁵ Lo curioso acerca de este proyecto es que, a pesar de la intención de dar identidad mexicana al diseño, se escogió la tipografía Futura (Paul Renner, Alemania, 1927) para los textos (Revista *a!*, núm. 10, 1993).

⁴⁶ Los trabajos están reseñados en *Matiz*, núm. 9, 1997, y *DX*, núm. 13, 2001.

⁴⁷ “Del tango y otros bailes: el diseño según Bruno López”, *Lúdica*, núm. 8, 2000, y “El cartel en el cine y la sociedad”, *Signo*, núm. 1, mayo 1980.

⁴⁸ La lotería es uno de los juegos más populares en México. Las palabras empleadas —la *catrina* para señalar a la muerte, el *catrín* para designar a un galán, etc.—, así como el tipo de ilustración empleada representan una clara manifestación de la cultura del “mexicano” promedio.

las revistas extranjeras, aunque eso implique copiarlas. [...] Todo el mundo tiene sus influencias pero si queremos que el diseño mexicano trascienda y sea reconocido a nivel internacional, tenemos que ser más críticos con lo que estamos haciendo y no fusilarse todo sin ton ni son.⁴⁹

México durante la década de 1990-2000, breve panorama político y cultural

Las tres definiciones anteriores se entenderán un poco mejor si hacemos un breve recuento de los acontecimientos nacionales de importancia durante la década de los noventa. Desde el punto de vista político, en México se inició esa década con nuevos aires que dejaban atrás el ideario social de la revolución mexicana e inscribían al país en el nuevo modelo económico y social que ya se había establecido en otras latitudes: el neoliberalismo. Esto se vio acelerado y promovido con el fraudulento arribo a la presidencia en 1988 de Carlos Salinas de Gortari, quien desde el primer momento hizo todo lo posible por insertar al país en el circuito de las naciones “modernas”.

La serie de medidas económicas y políticas que aplicó durante su gestión no dejaban lugar a dudas sobre sus intenciones: el sistema bancario, hasta entonces perteneciente a la nación, pasó a manos de particulares y se renegoció la deuda externa; pero la medida que más sobresalió, por su impacto económico y social, fue la firma del tratado de libre comercio (TLC o Nafta) con Estados Unidos y Canadá. De forma paralela se emprendieron acciones de “adelgazamiento” del Estado que, pretendiendo atacar la elephantiasis administrativa y la burocracia estatal, afectaron las prestaciones sociales y algunos beneficios comunitarios.

También en el plano político se le hicieron dos grandes modificaciones a la Constitución nacional mexicana que desvirtuarían su esencia posrevolucionaria: se modificó el artículo 27 —que terminaba con el ejido como una de las modalidades más importantes de repartición y tenencia de la tierra— y, prosiguiendo con un sistemático desdibujamiento de los postulados juaristas, se modificó el artículo 130 y se otorgó personalidad jurídica a las iglesias, especialmente a la católica, que paulatinamente volverían a participar de forma activa en la vida política nacional.

La puesta en marcha del modelo neoliberal dio como resultado el “error de diciembre de 1994” y ocasionó la pérdida de credibilidad de México ante los mercados internacionales de inversión. Esta pérdida de credibilidad tuvo su sangriento correlato político: una serie de asesinatos, entre los que cabe mencionar el del cardenal Posadas, el de Luis Donaldo Colosio —candidato presidencial por el Partido Revolucionario Institucional (PRI)— y el del secretario general del mismo partido, José Francisco Ruiz Massieu, además de la muerte de un gran número de militantes populares y de narcotraficantes.

A mediados de la década —para ser precisos, el 1 de enero de 1994, el mismo día que entraba en vigor el TLC—, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) lanzó sus proclamas desde la selva chiapaneca. En la misma época se creó el Instituto Federal Electoral

⁴⁹ Mónica Peón, “Portafolio. A la guerra solo”, *Matiz*, núm. 4, 1997, p. 20.

(IFE), organismo autónomo que se propuso impedir las irregularidades antidemocráticas usuales en todas las elecciones.

En materia cultural, en octubre de 1990, el poeta Octavio Paz obtuvo el Premio Nobel de Literatura. Un año más tarde se apagaría el pincel de Rufino Tamayo, quien, además de ser un extraordinario muralista, había desarrollado una intensa labor de ilustración para diversos proyectos editoriales. En 1992 se conmemoraron los quinientos años del “encuentro de dos mundos” con manifestaciones que entremezclaron los reclamos por el genocidio y la masacre de las raíces y un ánimo conciliatorio que miraba hacia el futuro. En abril de 1993 murió Mario Moreno, cuyo personaje *Cantinflas* encarnaba mucho de la idiosincrasia nacional.

Volviendo al plano del diseño, durante el periodo 1990-2000 veremos la creciente incorporación al quehacer profesional de las nuevas tecnologías digitales, que, en más de un sentido, cambiaron de forma irreversible el diseño gráfico. Aunque el camino hacia la transformación de las formas de hacer diseño había comenzado en los años ochenta, fue en la década de los noventa cuando las computadoras tuvieron un impacto verdadero en el diseño de México. A partir de ese momento, en las revistas especializadas de nuestro país se contemplaron secciones sobre tecnología —por ejemplo, Adobe Tips en *DX*, Guiarte en *Matiz* y Noticias Computación en *a!*— y se produjo un gran número de artículos sobre el tema, cuyo lenguaje permite reconocer el impacto que tuvieron las nuevas herramientas en el modo de entender y hacer diseño⁵⁰.

Desde ese momento, muchos diseñadores se afiliaron al vértigo visual, al caleidoscopio multicolor; aparecieron la estética del píxel y la apreciación multimedia, y ese nuevo horizonte tecnológico tuvo su impacto en la configuración gremial y el reconocimiento social de la profesión. Al concentrar en un solo trabajador, y casi con un solo instrumento, la labor antes realizada por varios, el diseñador gráfico pasó de ser un eslabón más de la cadena de la comunicación visual a ser el “gran creador”: el temperamental artista moderno que a veces no convive pacíficamente con otros miembros del equipo de trabajo ni, inclusive, con sus clientes. Sin ir más lejos, pensemos en la división tradicional de las labores en el ámbito editorial: linotipistas, tipógrafos, “peistoperos”, diagramadores, negativeros, prensistas. Con la aparición de las computadoras, ¡en muchos casos fueron sustituidos por una salida directa a placa! La autonomía que implicó el manejo de la herramienta hizo que el diseñador cambiara la imagen de sí mismo y que se modificara la que proyectaba. Sobre este tema, el diseñador Leonel Sagahón expresaba lo siguiente en su artículo “Diseño racional y emotivo: la difícil transición”:

La circunstancia del diseño mexicano es particularmente compleja, y el planteamiento que hagamos tendrá que tomar en cuenta nuestra dependencia tecnológica ante el extranjero, la

⁵⁰A manera de ejemplo podemos mencionar los siguientes: Manuel Guerrero, “Atlas, una visión alternativa en internet”, *Matiz*, núm. 2, 1997, y Rubén Pérez, “Macromedia Director 7 Shockwave Internet Studio”, *Lúdica*, núm. 4, 1999.

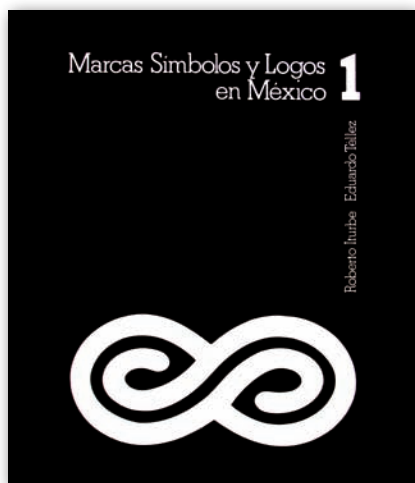


FIGURA 17. *Marcas, símbolos y logos de México:* portada del libro.

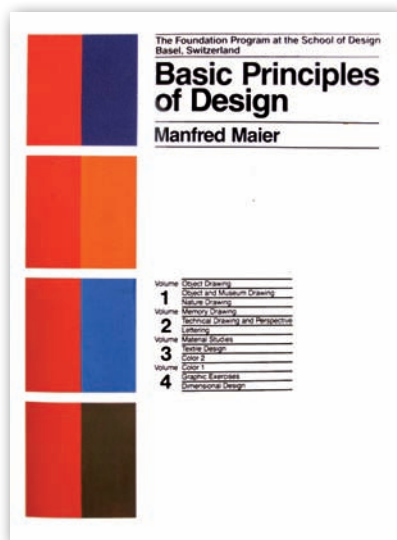


FIGURA 18. *Escuela de Diseño de Basilea:* portada del libro.

coexistencia de los modos de producción modernos con los viejos; la pobreza del mercado de productos y servicios, el conservadurismo de nuestro medio cultural, la desigualdad social y los medios para revertirla.⁵¹

Desde el punto de vista plástico, hemos presenciado un crecimiento heterodoxo de tendencias que mezclan los modelos retrospectivos y las propuestas autóctonas —que a veces tienen implicaciones nacionalistas⁵²— con el más rabioso avance de la manipulación visual. Esto, sin embargo, no ha implicado la erradicación completa de los modos tradicionales de producción en diseño⁵³.

No solo el ámbito de la imagen se ha visto transformado: a partir de la irrupción de la computadora, el diseño de y con letra dejó de ser un coto de pocos. A mediados de los años ochenta y principios de los noventa se crearon en el mundo las primeras fundidoras de

⁵¹ Este texto apareció en *Matiz*, núm. 8, 1997, p. 27. Sobre el mismo tema véanse Tse-Tse, “La mejor página web: contrapropuesta del ciberespacio mexicano”, *Matiz*, núm. 8, 1997, y Pablo Robalo y Éric Martino, “Tecnología vernácula”, *Matiz*, núm. 14, 1998, pp. 16-19.

⁵² Por ejemplo, sobre la tipografía popular se pueden mencionar dos artículos: Miguel Hirata, “La tipografía popular mexicana: hacia una cultura visual cotidiana”, *Matiz*, núm. 9, 1997, y Gürtler, Espinosa y Krayner, “El alma mexicana reflejada a través de su experiencia visual”, *México en el Diseño*, núm. 11, 1992.

⁵³ Sobre este punto se pueden mencionar tres artículos del número 6 de *Matiz* (1997): Ronald Labuz, “Una semblanza del movimiento retro”; Gabriel Sama, “Al rescate del olvido: México y el retro”, y Araceli Zúñiga, “Algunos capítulos de la gráfica popular mexicana”.

tipos digitales. Algunos de los pioneros en ese terreno fueron Émigré (1984), seguido por FontShop (1991) y otros grupos como T26, House Industries, Garage Fronts y Thirstype, por mencionar apenas algunos. Estos proyectos repercutieron en algunos medios impresos mexicanos y sirvieron de referente para el trabajo de despachos de diseño y diseñadores⁵⁴. Pero, según el tipógrafo Peter Bilak, quien en un artículo estudia la tipografía de los noventa, el diseño de las fundidoras fue tan asombrosamente similar entre sí que constituyó una prueba más de que las limitaciones tecnológicas controlaban la profesión⁵⁵. En México se comenzó a desarrollar una amplia gama de trabajos de máxima experimentación digital que comprendía tanto tipografías de *display* como diseño para la composición de texto corrido⁵⁶.

El acceso rápido a una herramienta que agilizaba las tareas y ofrecía una serie de soluciones predefinidas transformó el concepto de *calidad* del diseño, y la gente común se acostumbró a considerar la profusión de recursos tecnológicos un sinónimo de “alto rendimiento”. En algunos casos, al solicitar un diseño, el cliente estimaba que el uso de varias familias tipográficas a la vez significaba buen servicio de diseño y por eso lo exigía. En pocos años se vio una proliferación de tipos de letra que hicieron las delicias de muchas imprentas que, con el encargo del trabajo de impresión, “regalaban” el diseño gráfico⁵⁷. Pero la tecnología pronto mostró su otra cara. El gremio aún no se repone del generalizado “imperio del bit”, que generó una fuerte competencia laboral, inclusive y sobre todo más allá de las fronteras profesionales del diseño. Ante esa situación, los diseñadores como colectivo aún no han sabido articular argumentos convincentes para defender las fuentes de trabajo y la pertinencia social de la profesión.

Este mismo impacto tecnológico, pero en el nivel de la manipulación de imágenes, se apreciaba en la caracterización que los mismos diseñadores hacían de algunos trabajos denominándolos “corelazos” o “fotoshopazos”. En reacción ante el “reinado de la tecnología”, muchos diseñadores manifestaron su oposición y abogaron por ganarse sin ella el respeto y la confianza de sus clientes. Sobre los problemas comunes de la relación diseñador-cliente⁵⁸ —y a modo de ejemplo— podemos citar unas socarronas palabras de Gabriel Martínez Meave,

⁵⁴ Diana Horta y María Teresa Limón, “Type Director Club, por primera vez en México”, *al*, núm. 3, 1993.

⁵⁵ Peter Bilak, “Tipografía de los noventa. La demistificación y re-mistificación”, en <www.typotheque.com>.

⁵⁶ Esta misma evolución creativa se puede percibir en otros países al analizar las diferentes emisiones de la Bienal Latinoamericana de Tipografía, que se lleva a cabo en la región desde 2004. En México, entre aquellas primeras familias tipográficas figuraban Bump, de Peón, y Neocodex, de Martínez Meave, o Enrico, de García Barcha.

⁵⁷ Sobre este tema véase Gabriela Guzmán Sanabria, “Ilegibilidad en el diseño tipográfico moderno. La democratización del diseño tipográfico”, *Matiz*, núm. 12.

⁵⁸ Otros textos que mencionan el problema o facetas del mismo son Dante Escalante, “Como piedras en el zapato”, *al*, núm. 9, 1992, y las opiniones de Enrique Arellano en *al*, núm. 35, 1998.

publicadas en su texto “Quitar o poner: entre lo simple y lo complejo”, que sintetizan lo que los diseñadores deben enfrentar en su trato con los clientes:

La otra vez vino un cliente a mi estudio, supuestamente para supervisar los toques finales de un diseño [...] —no sé pero siento como que le falta algo (dijo). Me aguanté las ganas de darle un zape. Tanta soba para que este tipo me diga que “le falta algo” a mi fantástico diseño.⁵⁹

Como contrapartida de la mencionada “falta de cultura del diseño” de los clientes, leamos la siguiente expresión del grupo Éramos Tantos en una entrevista con Domingo Noé Martínez: “Muchas veces los diseñadores también tenemos prejuicios acerca del cliente, así como subestimamos mucho a las personas”⁶⁰.

Un elemento importante al caracterizar el diseño mexicano de los años noventa es tener en cuenta qué veían y admiraban los diseñadores en ese momento. Eso permite reconocer una serie de nombres que figuraron en las revistas mexicanas como “pioneros” o referentes de un nuevo modo de hacer y entender el diseño gráfico de ese periodo. April Greiman, Rudy Vanderlans, Zuzana Licko, David Carson, Neville Brody, David Hillman, Paula Scher y Abbott Millar desfilaban por las revistas importadas que llegaban a cuentagotas, y eran ensalzados mecánicamente por las publicaciones nacionales en una suerte de difusión de alguna palabra divina. Greiman era egresada de la Escuela de Diseño de Basilea y una de las promotoras de la *New Wave* del diseño californiano; Vanderlans y Licko fueron la pareja promotora de la reconocida revista *Emigré* y de la casa fundidora homónima, en la que experimentaron con las tecnologías de baja resolución para la creación de fuentes tipográficas. Carson fue, sin duda, el *enfant terrible* del diseño de revistas norteamericano, e impugnó las convenciones de legibilidad postuladas por el diseño internacional. Neville Brody, reconocido diseñador de las revistas *The Face* (1981-1986) y *Arena* (1987-1990), usó tipografías mínimas sin decorados en sus trabajos. Más tarde creó con el profesor Wozencroft la revista interactiva *Fuse* (1991)⁶¹.

Por otro lado, Hillman, Scher y Miller son miembros del despacho Pentagram, que tuvo cierto impacto en México, especialmente en proyectos de diseño corporativos y de señalización. En otras áreas del diseño, como el cartel, podemos destacar la influencia de Roman Cieslewich y del ilustrador y cartelista polaco Heri Tomaszewsky. Todos, por distintas

⁵⁹ Gabriel Martínez Meave, “Quitar o poner: entre lo simple y lo complejo”, *Matiz*, núm. 12, pp. 14-18.

⁶⁰ “Éramos tantos: una estética visual de lo cotidiano”, *Matiz*, núm. 10, 1998, p. 25.

⁶¹ Sobre la genealogía de los extranjeros que fueron considerados “líderes” del diseño por los diseñadores mexicanos véanse Mónica y Nacho Peón, “Laurie y P. Scott Makela: palabras+imágenes para negocios+cultura”, *Matiz*, núm. 12, y Nacho Peón, “Estudio Dumbbar: rebeldes con éxito”, *Matiz*, núm. 10, 1998, y “Emigré, evolución de un proyecto”, *Matiz*, núm. 8, 1997. Sobre este último proyecto, Peón dice: “La importancia que Emigré ha adquirido dentro de la comunidad del diseño gráfico como foro de lo ‘nuevo’ o de lo ‘radical’ del diseño ha provocado que muchos profesionistas de valores más conservadores la vean con cierta desconfianza”.

razones y en distintas formas, impactaron el diseño de la década de los noventa en México y tuvieron no pocos “fieles seguidores” e imitadores.

En los textos que, publicados en revistas mexicanas, describían el trabajo de esos diseñadores extranjeros se resaltan las siguientes características y valores: el éxito —sin lugar a dudas—, los clientes y las cuentas importantes —y su internacionalismo—, la consolidación de su nombre y la perdurabilidad de su prestigio, la “libertad” creativa —como si no trabajaran siempre para un cliente—, la irreverencia y la diversión, la organización horizontal de los despachos —varios de estos “popes” argumentaban que el cambio de las estructuras administrativas influye favorablemente en la creatividad—, el trabajo simultáneo en distintas partes del mundo —no solo en el sentido de la descentralización sino también en el de la difusión de esos despachos como marcas—, el uso de nuevas tecnologías —no solo de las computadoras sino, sobre todo, de Internet—, la diversidad de la oferta estilística —que el diseño se firme no equivale a un sello visual identificable—, plantillas de personal integradas por diseñadores de diversas edades pero especialmente jóvenes —en esos despachos parece haber una suerte de relación directa entre la juventud y la creatividad: los mayores ocupan cargos “honorarios”—, pluralidad e intercambio de ideas —aparentemente no se parte de prejuicios y hay una actitud muy abierta para la discusión y el trabajo— y el fomento del intercambio con estudiantes de instituciones educativas del país y del extranjero —parece que estos *internships* (pasantías) facilitan el futuro ingreso del estudiante al mundo laboral—. En México se intentó imitar esos valores a manera de credo creativo; algunos de esos componentes se integraron a los modos profesionales del quehacer diseñístico mexicano, y otros —por ejemplo, la práctica profesional de los estudiantes en despachos establecidos— todavía no se han explorado a gran escala.

El diseño mexicano que se forjó en el exterior

Respecto de las instituciones educativas, durante esa década varias escuelas internacionales tuvieron repercusión en México, ya fuera por los estudiantes mexicanos que tenían la oportunidad de hacer una especialización en el exterior o por los profesores de esas escuelas que venían a dar cursos y seminarios a nuestro país. Asimismo, en las páginas de las revistas mexicanas se dio espacio para comentar proyectos académicos norteamericanos y europeos⁶².

Entre las academias extranjeras hay que mencionar de manera particular la Escuela de Diseño de Basilea, en Suiza. De la mano de maestros como Armin Hofmann, Emil Ruder y, más tarde, Wolfgang Weingart, a través de esta escuela se catapultó el suizo como el estilo

⁶² Escuela de Artes y Oficios de Savannah, *DX*, núm. 1, 1998; Escuela de Artes Visuales de Nueva York, *Matiz*, núm. 10, 1998; Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de Colorado, *Lúdica*, núm. 13, 2002; Elisava (escuela de diseño de Barcelona), *Lúdica*, núm. 12, 2002.

por excelencia del diseño internacional. Esta escuela tiene una estructura asentada en la tradición germana de las academias de artes y oficios, con un modelo educativo organizado a partir de cursos básicos en que se da más importancia a la ejercitación manual que a las asignaturas teóricas e históricas. Este sistema de enseñanza-aprendizaje propicia también el establecimiento de intensos vínculos entre maestros y alumnos-aprendices que resultan en un fuerte *esprit de corps*, no siempre saludable pero indiscutiblemente útil desde el punto de vista de la construcción del imaginario profesional. A esta escuela han asistido por décadas muchos mexicanos que, de regreso al país, incorporan a su práctica profesional y docente las enseñanzas allí recibidas. Sin pretender hacer una lista exhaustiva, entre esos diseñadores podemos mencionar a Ricardo Salas, Tullia Bassani, María González de Cossío, Azul Morris, Mónica Puigferrat, David Kimura y Uziel Karp⁶³.

Asimismo —y además de los mexicanos que han cruzado el Atlántico para asistir a la escuela de Basilea—, una serie de profesores de la misma ha impartido en México cursos de distintas materias: caligrafía, diseño de letra, diseño editorial, dibujo y color. Entre ellos cabe mencionar a Dorothea Flury, André Gürtler, Urs Graf, Peter Olpe, Moritz Zwimpfer y el mismo Weingart⁶⁴.

En esa década, el ideario de Basilea casi no tuvo el contrapeso de otras propuestas académicas internacionales, ya que solo fueron casos aislados los de los diseñadores mexicanos que escogieron otros destinos geográficos y propuestas universitarias distintas de la suiza para complementar su formación. Por lo tanto, entre las escuelas extranjeras, la de Basilea fue la que influyó de manera más decidida en el ámbito educativo nacional, especialmente en el entorno de las universidades privadas, y la que —si bien en menor medida— matizó el ambiente profesional del diseño en México.

⁶³ Para ver un panorama más amplio de la Escuela de Diseño de Basilea, su programa, la producción intelectual de algunos de sus docentes y su relación con la educación del diseño en México sugiero leer los siguientes textos: Manfred Maier, *Basic Principles of Design. The Foundation Program of the School of Design, Basel, Switzerland*, Nueva York: Van Nostrand Reinhold, 1980 (existe una edición en castellano de 1982 de Gustavo Gili); André Gürtler, *Experiments with Letterform and Calligraphy*, Zürich: Niggli-Schule für Gestaltung Basel, 1997; Moritz Zwimpfer, *Elementary Phenomena of Two-Dimensional Perception. A Handbook for Artists and Designers*, Zürich: Niggli, 1994; Antonio Rivera Díaz, “Invitación a Basel. Invitación a la ética”, *Interpreta*, s.f., pp. 35-38, y María González de Cossío, “El diseño gráfico en México”, *tpG*, núm. 65, ago.-sep. 2005, pp. 34-40 (en este texto se habla en un sentido más amplio de la influencia de modelos educativos extranjeros en el ámbito del diseño gráfico mexicano). Para conocer una crítica al modelo educativo de la escuela, recomiendo la lectura de Yves Zimmermann, “Acerca de la pedagogía del diseño gráfico. Una crítica a la Escuela de Basilea”, en *Del diseño*.

⁶⁴ No está de más hacer notar que a la difusión de las ideas y postulados estéticos y filosóficos —por decirlo de algún modo— del estilo suizo internacional contribuyó decididamente el programa editorial de la casa española Gustavo Gili, dado que el director editorial de la colección de diseño, Yves Zimmermann, exalumno a su vez de la Escuela de Diseño de Basilea, publicó textos que encarnan esa corriente. Como ejemplos podemos mencionar Emil Ruder, *Manual de diseño tipográfico*, y Otl Aicher y Martin Krampfer, *Sistemas de signos en la comunicación visual*.

El contexto del diseño en México durante la década de los noventa

Se pueden mencionar varios acontecimientos del diseño en México durante la década de los noventa. La Bienal Internacional del Cartel de México, organizada por Trama Visual, se comenzó a realizar en 1990 y continúa hasta la fecha; esta actividad ha reunido a diseñadores de todo el mundo en una estructura que articula concurso y exposición y que se desarrolla de forma paralela a otras actividades culturales. Estas bienales han tenido temas rectores como, por ejemplo, “El niño y la ecología”, “El encuentro de dos mundos” y “Contra la violencia”, que han captado el interés de los miembros de la comunidad del diseño.

Por otra parte, a raíz del movimiento zapatista, de diversas proclamas populares y del quinto centenario del Descubrimiento de América, se realizaron distintas actividades visuales, entre las que figuran la carpeta de carteles en torno a la Matanza de Acteal, que se llevó a cabo en 1997 bajo la coordinación de Arnulfo Aquino y en la que participaron Luis Almeida, Carlos Gayou, Rafael López Castro, Rocío Mireles, Ricardo Real, Fernando Rodríguez, Gabriela Rodríguez y Vicente Rojo Cama, y la muestra denominada *1968-1998. Por las libertades democráticas*. En esta última, para conmemorar los treinta años de la masacre de Tlatelolco, se realizaron veinte exposiciones simultáneas de trabajos de diseñadores de varias generaciones, motivados por temas como la libertad de expresión, la impunidad y la violencia⁶⁵. También de 1997 son otros proyectos que reflejaban los tiempos políticos que se vivían. En uno de ellos, el grupo formado por Alejandro Magallanes, Manuel Monroy, Leonel Sagahón, Julián Cícero, Ruth Ramírez, Andrea de Luna y Pablo Lavaley⁶⁶ abordó temas como la democracia, el bloqueo a Cuba, la emigración, el sida y la tolerancia.

La vitrina de papel: el diseño mexicano visto a través de las publicaciones periódicas

Durante los años noventa merecen mención explícita diversos emprendimientos editoriales nuevos, sobre todo en lo que toca a la producción de revistas especializadas de diseño, que permitieron mostrar el diseño nacional e internacional desde muy variadas perspectivas y con diversos objetivos. Estas publicaciones tuvieron aciertos y desaciertos, y desde su origen debieron luchar financieramente para sobrevivir. Sobre este punto, uno de los argumentos de los editores es la falta de cultura del diseño que reina en México; esta, por supuesto, no es una opinión exclusivamente suya, ya que no pocos diseñadores la comparten. Pero otra

⁶⁵ Adriana Malvido, “Arnulfo Aquino: existen muchos motivos para pugnar por la democracia”, *La Jomada*, 13 de noviembre de 1998. En este artículo se incluye la lista completa de los participantes, entre los que se encuentran Éric Beltrán, Claire Castillo, Regina Olivares y Leonel Sagahón.

⁶⁶ René Azcuy, “Diseño y nuevos compromisos. Hacia un cartel sin maquillajes”, *Matiz*, núm. 3, 1997.

causa podría ser la ausencia de autocrítica de los propios proyectos editoriales, que se trasluce, por ejemplo, en la dificultad que siempre han tenido para delinear el perfil de sus lectores y diferenciarse lo suficiente de las publicaciones competidoras. En su mayoría, el público al que se han propuesto llegar son estudiantes, despachos, profesionales relacionados con el área del diseño, miembros de la comunidad de las artes gráficas, editores y agencias de publicidad y mercadeo. Además, pocas de estas publicaciones han tenido una distribución regular, lo que también les dificulta llegar a su público objetivo.

En cuanto al contenido, un elemento recurrente de las publicaciones es la muestra de portafolios. En algunos casos notables se han generado explícitamente contenidos textuales de crítica o reflexión, aunque también se ha recurrido a la traducción de textos ya publicados fuera de México. Lo que más se ha publicado son entrevistas. Los comités editoriales varían en número y perfil de sus integrantes, pero la mayoría están compuestos de reconocidos personajes del diseño local e internacional, lo que ha implicado la recurrencia de algunos nombres. Aun con los problemas comerciales usuales y los tropiezos naturales del desarrollo de proyectos de esta naturaleza, el aporte de las publicaciones periódicas sobre diseño ha sido fundamental para la profesión en México, ya que han reflejado el pulso de los gustos, tendencias y logros del diseño mexicano y han constituido una ventana para ver el exterior. En muchos casos, los números monográficos y el énfasis de ciertos artículos centrales constituyen acercamientos únicos al estado del arte de algunas áreas del diseño o funcionan como concisos recuentos históricos de algunos temas como, por ejemplo, cartel⁶⁷, tipografía⁶⁸, ilustración⁶⁹ o escuelas de diseño nacionales⁷⁰. Sin pretender hacer una lista exhaustiva de las publicaciones en el panorama del diseño de México, a continuación se mencionan algunos proyectos que surgieron o estuvieron presentes durante los años noventa.

La revista *a! Diseño* nació en 1991 y desde el año siguiente organizó la Conferencia Internacional *a! Diseño*; en 1996 sumó a sus actividades el premio del mismo nombre, que continúa en la actualidad. Este proyecto editorial fue fundado por los hermanos Rafael y Antonio Pérez Irigorri y cuenta con la coordinación editorial de Francisco Santiago. *a!* se ha convertido en uno de los vehículos más longevos para la difusión impresa del diseño en México. Sin duda, los números cuasimonográficos dedicados, primero, a los premios Quórum y, posteriormente, a los *a! Diseño* son un termómetro de la actividad diseñística de México. La calidad visual de esta revista ha sido siempre muy esmerada.

⁶⁷ Revista *Signo*, núm. 1, mayo 1980; revista *DX*, núm. 8, feb.-mar. 2000.

⁶⁸ *Matiz*, núm. 9, 1997; *DX*, núm. 13, 2001.

⁶⁹ *Matiz*, núm. 13, 1998.

⁷⁰ Sobre este punto, y aunque no fue la única revista que dio espacio a las academias nacionales, merece especial mención la serie de artículos de la revista *Lúdica* que se dedicaron, entre otras instituciones, a la UAM-Azcapotzalco, la Universidad Intercontinental, la Escuela Internacional Gestalt de Diseño y la Facultad del Hábitat (San Luis Potosí).



FIGURA 19. *Bienal Internacional de Cartel de México*: portada del catálogo.

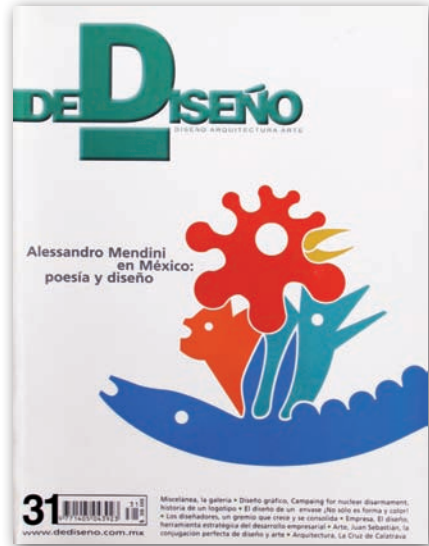


FIGURA 20. *Dediseño*: portada de la revista.



FIGURA 21. *DX*: portada de la revista.

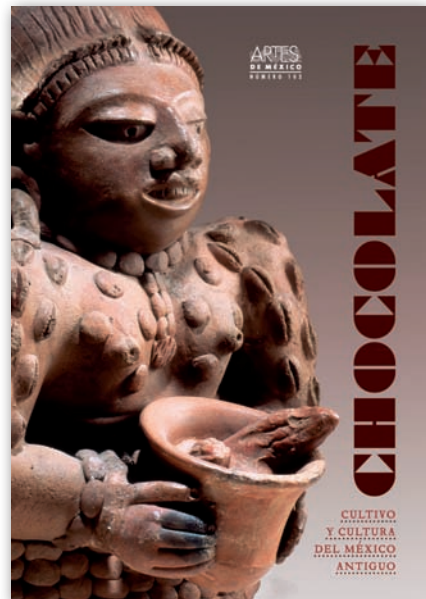


FIGURA 22. *Artes de México*: portada de la revista.

México en el Diseño apareció también por primera vez en 1991 bajo la dirección del diseñador industrial Luis Moreno y con la dirección editorial de Jorge Mañón. Contaba con secciones de exposiciones, entrevistas, galería, portafolio y bolsa de trabajo. Según Mañón, “la revista nace como una inquietud estudiantil acerca del futuro profesional, y por la falta de información generalizada en el gremio en aquel momento”. Se cubrieron temas de diseño tanto gráfico como industrial y arquitectónico⁷¹.

Dediseño estuvo desde 1994 bajo la dirección de Luis Moreno, con la participación de Arturo Acosta como editor asociado y Dante Barrera y Héctor Montes de Oca a cargo de la dirección de arte. Revista de diseño gráfico, arte y arquitectura, durante algún tiempo se incluyó en ella información relativa a los proyectos del Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México y así se dio difusión a lo que pasaba dentro de la academia mexicana, aspecto que se repitió más tarde en otras publicaciones. En *Dediseño* existían diversas secciones, como publicaciones, diseño gráfico e industrial, y una dedicada a las escuelas, así como otra que vinculaba el diseño con aspectos de la industria. Fue la primera revista en México que tuvo una columna especializada en tipografía⁷².

DX. Revista de estudio y experimentación del diseño nació en 1998, dirigida por Arturo Acosta y con Dante Barrera y Héctor Montes de Oca en la dirección de arte. En esta publicación se han tratado temas de diseño gráfico e industrial. En el editorial del primer número —que, al compilar simultáneamente el trabajo del Taller de Gráfica Popular con el *dossier* de la Escuela Bauhaus, planteaba el enfoque local y global que seguiría la publicación—, Arturo Acosta exponía los siguientes propósitos:

Como jóvenes que somos, traemos nuevas ideas e intenciones anotadas en el cuaderno de trabajo [...] La palabra *experimental* nos atrae y sugiere mil caminos [...] el proyecto de una revista que desea ser seria, interesante y de utilidad [...] Lo que buscamos con dichos artículos [...] es rescatar del olvido acontecimientos relevantes del diseño para inmediatamente usarlos a nuestra mejor conveniencia [...] intentamos conciliar el pasado con las posibilidades de futuro, para así encarar el huidizo presente.⁷³

Lúdica. Arte y cultura del diseño apareció de forma bimestral desde 1997. La idea original fue de Xavier Bermúdez y Giovanni Tronconi. Según lo expresado por Tronconi, a partir de la Bienal Internacional del Cartel se comenzó a generar una interesante biblioteca de trabajos de diseñadores de renombre a los que prácticamente nadie tenía acceso; de allí la intención de generar una revista que sirviera de foro para exponerlos y presentar así traba-

⁷¹ Antonio Pérez Iragorri, “D. I. Jorge Mañón Luque. Director Editorial de la revista *México en el Diseño*”, *al*, núm. 13, 1993.

⁷² La columna estuvo coordinada por mí, contó con la colaboración de David Kimura y Laura Esponda y apareció desde el número 32 hasta el 39 (jun. 2001-abr. 2003).

⁷³ Editorial del primer número de *DX. Revista de estudio y experimentación del diseño*, México, 1998.

jos de calidad, procurando no caer en planteamientos sesgados. Al proyecto se convocó a ensayistas y escritores de prestigio y vinculados con el ámbito literario, como, por ejemplo, David Huerta o Carlos García Tort —quien, de hecho, fue jefe de redacción de la revista—. La dirección de arte estuvo a cargo de Eduardo Barrera y la calidad de impresión de la publicación fue siempre excelente. En sus páginas se presentó el trabajo de diseñadores europeos, norteamericanos y asiáticos, así como de mexicanos y de escuelas nacionales de diseño⁷⁴.

La revista *Matiz* apareció en 1997 y fue una producción del estudio Ikarus. Su director fue Álvaro Rego, fundador del Museo Mexicano de Diseño (Mumedi), y la dirección de arte estuvo a cargo de Domingo Noé Martínez; en el desarrollo creativo participaron diseñadores como, por ejemplo, los hermanos Peón y el propio Rego. Al aparecer provocó muy diversas reacciones: algunos la consideraron un coto cerrado, pero que, al mismo tiempo, tenía algo que decir y hacía una apuesta original. Su impacto entre los miembros de la generación de los noventa fue notable: abrió un espacio propositivo y polémico —en lo visual y en el contenido—, con un discurso gráfico que hizo eco a diversas corrientes internacionales y que a la vez traspasó las fronteras mexicanas para lograr reconocimiento fuera del país. Algo que la caracterizó fue que en breve tiempo se convirtió, en sí misma, en tema de conversación y sus ejemplares se hicieron objetos de culto entre los jóvenes estudiantes y profesionales del diseño. Entre sus números se pueden mencionar, como ejemplo de su ambiciosa propuesta, el que presentó un “manifiesto tipográfico mexicano” y el que reseñó el trabajo de varias diseñadoras locales.

Las preocupaciones del diseñador mexicano de los años noventa

¿Qué preocupaciones manifestaban los diseñadores mexicanos durante los años noventa? ¿De qué hablaban y cómo hablaban acerca de la profesión? Algunos temas recurrentes en el análisis del diseño gráfico realizado por los propios diseñadores se pueden englobar en los siguientes binomios: analógicos vs. digitales, tecnócratas vs. autodidactas y locales (mexicanos) vs. mundiales.

Analógicos vs. digitales, o el papel de la tecnología⁷⁵

El empleo de computadoras en el diseño es un aspecto que ha contribuido a ensanchar la brecha generacional, al menos de manera conceptual. Este tema aparece recurrentemente

⁷⁴ Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, por Miguel Hirata (núm. 2, 1998); la Internacional Gestalt, Veracruz, por Joel Olivares y Antonio Pérez Níko (núm. 7, 2000); la Facultad del Hábitat (San Luis Potosí), por Teresa Palau, (núm. 9, 2000), o la Universidad Intercontinental, por Antonio Rivera (núm. 4, 1999).

⁷⁵ Sobre este tema hay abundante bibliografía, pero quiero mencionar dos libros de un mismo autor que circularon en México y, en alguna medida, fueron acicate de las discusiones: Otl Aicher, *Analógico y digital*, Barcelona: Gustavo Gili, trad. del alemán Yves Zimmermann, colección Hipótesis, 2001, y *El mundo como proyecto*, México: Gustavo Gili, trad. del inglés Joaquín Chamorro Mielke, 1994.

en las discusiones entre colegas, pero en la práctica profesional no hay indicios reales de diferencias en el manejo de estos medios según la generación de que se trate. Es un hecho que las filias y las fobias tienen relación más o menos directa con el tipo de soporte en que se trabaje o el área de diseño que se aborde, de modo que puede no ser igual el grado de vinculación técnica que tiene con la computadora un diseñador que trabaja en medios interactivos que el que realiza carteles. Al respecto, Luis Rodríguez, el reconocido diseñador que por mucho tiempo fue director de arte de *Artes de México*, comenta: “En el diseño, la computadora es una suerte de lápiz, *cutter*, papel y plumones sofisticadísimos, que juntos permiten hacer visibles algunas ideas. Pero solo es eso, una herramienta compleja. La creatividad siempre depende de quien le ponga la mano encima”⁷⁶.

Esta discusión encierra la dicotomía natural/artificial, a su vez hermanada con otras duplas conflictivas del diseño: espontáneo/construido, original/copia, intuitivo/aprendido. Sobre esta última dupla, los integrantes de *Éramos Tantos* se expresan así: “[El trabajo requiere] un proceso creativo y de análisis muy directo. Es un proceso muy lúcido y más intuitivo. Es un proceso que excluye todo tipo de análisis teórico excesivo; mucho más arriesgado, eso sí, pero creo que si imponemos nuestro trabajo como expertos, la gente terminará por asimilarlo”⁷⁷.

Tecnócratas vs. autodidactas, o el papel de la educación universitaria

Un elemento más o menos común a los miembros de la generación de los noventa es que la gran mayoría recibió una educación formal en el área de diseño gráfico; así, para bien o para mal, la escuela se convierte en la piedra angular de su definición profesional, a diferencia de lo sucedido con generaciones previas. A la capacitación en áreas manuales y de talleres se agregan materias de índole teórica, histórica e incluso administrativa y de gestión. Estos contenidos contribuyen a la construcción de un cierto discurso que, aunque no siempre es usado por estos diseñadores en su práctica profesional, se filtra en sus expresiones e incluso en la forma de vender su trabajo y ubicarse en el mercado.

En México, la oferta universitaria y, por lo tanto, los perfiles académicos son muy amplios y diversos; prueba de ello han sido los prejuicios recíprocos sobre lo que define a las escuelas públicas y privadas. Al respecto, Tullia Basanni, de la Universidad Anáhuac del Norte, comenta: “Un proyecto educativo tendría que responder a la demanda del mercado laboral y ser coherente con la ideología y los propósitos de la institución que lo propone. Pero en nuestra sociedad actual hasta los programas de estudios son productos comerciales y recreativos”⁷⁸.

⁷⁶ Luis Rodríguez, “Confesión de oficio”, *Matiz*, núm. 8, 1997, p. 18.

⁷⁷ Entrevista de Domingo Noé Martínez, “*Éramos tantos*: una estética visual de lo cotidiano”, *Matiz*, núm. 10, 1998, p. 26.

⁷⁸ Tullia Bassani, “El diseño gráfico como experiencia de vida”, *Matiz*, núm. 12, p. 10.

Uziel Karp, también de la Universidad Anáhuac del Norte, responde así a la pregunta sobre cuáles son las diferencias entre escuelas públicas y privadas: “En las escuelas públicas hay deficiencia en el aspecto tipográfico; en las escuelas privadas hay deficiencia por la improvisación. El diseño necesita de ideas rápidas y agudas”⁷⁹.

Por su parte, Rafael Quintana, de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, explica sobre el mismo punto:

Creo que en las universidades públicas existe una mayor búsqueda por parte de los alumnos. En las universidades privadas también hay este tipo de personas, pero en las públicas tienen un compromiso mayor consigo mismos. En las escuelas privadas, como hay más recursos, los alumnos tienen posibilidades de viajar más y por lo tanto poseen una cultura visual más extensa.⁸⁰

Pero, en muchos casos, tanto las universidades públicas como las privadas enfrentan problemas comunes como, por ejemplo, el perfil de los docentes que laboran en ellas. Al respecto encontramos la siguiente opinión de Basanni:

En las escuelas de diseño, que últimamente crecen como hongos, la mayoría de los docentes son egresados de las mismas, donde aprenden a diseñar, no a enseñar, y se dedican a la docencia como segunda opción de trabajo no porque tengan vocación. Si además añadimos que el trabajo docente no es ni considerado ni remunerado, nos encontramos con el mismo diseñador impartiendo diferentes asignaturas en diferentes instituciones como un profesional en toda la vida.⁸¹

En el mismo conjunto de artículos sobre educación, Jaime Vielma, de la Universidad Autónoma Metropolitana, comenta su propia experiencia:

Es terrible que la universidad no te prepara para el fracaso, para el desempleo^[82] [...] estuve dos años desempleado hasta que un buen día visité a un maestro; me invitó a dar clases y tomé la alternativa [...] muchos de nosotros nos diversificamos, estamos en diferentes lados para así satisfacer las necesidades que tenemos como humanos y profesionistas.⁸³

Rafael Quintana opina nuevamente: “Trabajar y dar clases es básico para tu desarrollo profesional, para poder transmitir lo que está pasando y tratar de profesionalizar al alumno. Si tú trabajas, tienes ciertos estándares de calidad en cuestión de trabajos escolares”⁸⁴.

Por último, Uziel Karp aborda en su texto un tema polémico:

A veces pienso que los diseñadores deberíamos tener una licencia para ejercer al igual que los médicos, pues a pesar de que no es vital, el diseñador tiene la responsabilidad de dar respuesta a

⁷⁹ Uziel Karp, “La calidad de respuesta”, *Matiz*, núm. 12.

⁸⁰ Rafael Quintana, “Enseñar y aprender por amor a tu arte”, *Matiz*, núm. 12.

⁸¹ Bassani, “El diseño gráfico como experiencia de vida”, *Matiz*, núm. 12, pp. 10-11.

⁸² Sobre la diferencia entre escuela y mundo laboral, o entre el “afuera” y el “adentro” de la universidad, véase Mario Balcázar, “Héroes de diseño”, *Matiz*, núm. 10, 1998.

⁸³ Jaime Vielma, “La docencia o la fuente de la eterna juventud”, *Matiz*, núm. 10, 1998.

⁸⁴ Rafael Quintana, “Enseñar y aprender por amor a tu arte”, *Matiz*, núm. 10, 1998.

necesidades y transmitir mensajes. El problema es que el diseño puede caer en manos de alguien que todavía no está preparado.

En efecto, esa licencia existe y es la cédula profesional; pero hasta el momento no tiene uso generalizado entre los diseñadores mexicanos y tampoco es exigida por los usuarios y clientes del diseño. Al respecto, el Colegio de Diseñadores Gráficos e Industriales de México (Codigram) especifica en la sección III de su código de ética —que aborda las responsabilidades del diseñador con el cliente—: el diseñador “debe especificar y demostrar sus estudios universitarios de Licenciatura y en su caso los de Postgrado que haya llevado a cabo. Asimismo, bajo solicitud del Cliente deber mostrar su cédula profesional y credencial de membresía al Codigram”⁸⁵.

Ante lo relacionado con la formación profesional en diseño existe una organización que ha procurado garantizar los estándares de calidad educativa y nivelar el panorama escolar. Se trata de la Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico (Encuadre), que se originó en los años noventa⁸⁶. Encuadre es una entidad que agrupa hoy más de cuarenta escuelas de enseñanza superior en diseño gráfico y disciplinas afines, tanto públicas como privadas, de veinte estados de la república. Su intención ha sido promover el desarrollo de la calidad académica de la enseñanza y la investigación del diseño y discutir colectivamente los problemas que afectan a las escuelas de diseño. Cada año, de forma simultánea al congreso académico, se realiza el encuentro nacional de afiliados, y también se convoca a diversas reuniones regionales en las que se llevan a cabo labores de acreditación, análisis estadístico de información, asesorías y programas editoriales y actualización de la Red Nacional de Profesores e Investigadores.

Locales vs. mundiales, o los polos de la identidad gráfica nacional

Muchos factores intervienen en la conformación de la identidad de los objetos y mensajes visuales, tanto de los que proponen los propios diseñadores —el sello que les imprimen a sus trabajos— como de los que la gente nativa o foránea ve en ellos. Por lo tanto, la atribución de significados e intenciones a los objetos de diseño no es terreno exclusivo de quien los hace. Esta relación entre lo que uno desea que su diseño “expresé” y lo que los demás ven se ha manifestado diversamente a lo largo del tiempo según las necesidades de reflejar modernidad y tradición, ruptura y continuidad. Cómo ser uno, no traicionarse, estar en evolución y renovarse, ha sido un reto constante para los diseñadores de México. Pero

⁸⁵ La información referida a Codigram se puede consultar en <www.codigram.org/codigram.html>. El código de ética se creó de forma compatible con las normas de las sociedades internacionales de diseño ICSID e ICOGRADA y se concibió específicamente para interactuar con el contexto mexicano.

⁸⁶ Información detallada sobre esta asociación se puede encontrar en <www.encuadre.org>, así como en la revista del mismo nombre.



FIGURA 23. Universidad Anáhuac: logotipo de la escuela.



E N A P
ESCUELA
NACIONAL
DE ARTES
PLÁSTICAS

FIGURA 24. Escuela Nacional de Artes Plásticas: logotipo de la escuela.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

FIGURA 25. Universidad Autónoma Metropolitana: logotipo de la escuela.



FIGURA 26. Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico (Encuadre): logotipo.

¿cómo se construyen la identidad de los objetos y de los discursos visuales y su pertenencia a una cultura determinada en un escenario mundializado como el que ocupamos actualmente?

La apariencia de las cosas contribuye a la definición de su identidad. Una foto, por ejemplo, puede ser suficiente para atribuir la pertenencia de un objeto a una cultura dada, por lo menos de manera aproximada; lo mismo pasa cuando vemos un cartel o la portada de un libro. Esto sucede porque hay ciertos rasgos visuales que funcionan como disparadores de conexiones y favorecen el aprendizaje de ciertas nociones de identidad, aunque es conveniente aclarar que este grupo de rasgos no es estable, evoluciona en el tiempo y cambia de una cultura a otra. La disposición de estas claves visuales determina la identidad y el significado de los diseños o —lo que es lo mismo— permite su categorización. El significado se aprende cuando se establecen esas conexiones, proceso en que intervienen tres factores: 1) el carácter evocativo de las conexiones, 2) el juicio comparativo entre nociones y 3) la valoración del significado evocado. Se pueden identificar dos tipos de conexiones. Las conexiones primarias disparan el reconocimiento de la categoría a la cual pertenece el objeto percibido. Estas categorías se basan en estereotipos culturalmente aceptados. Las conexiones secundarias contribuyen a la creación de subclases, o sea al reconocimiento de la variedad, y por lo tanto permiten detectar la excepción. Es importante destacar que, a



FIGURA 27. Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico: portada de la revista.

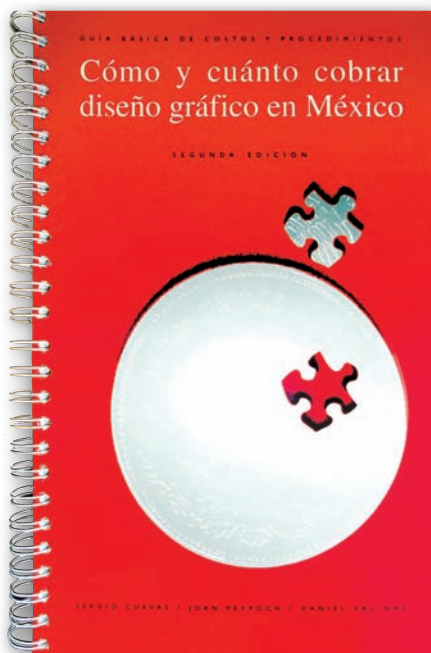


FIGURA 28. *Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México*: portada del libro.

partir de los vínculos que establece el objeto con su entorno cultural, se generan relaciones secundarias. En consecuencia, el grado de transmisibilidad y comunicabilidad de los conceptos empleados en los diseños depende de las claves visuales que se escojan para su representación⁸⁷.

Si analizamos con cuidado el proceso descrito, nos daremos cuenta de que es casi imposible obtener objetos puros de una determinada cultura, ya que continuamente se establecen relaciones interculturales para la creación de mensajes. Actualmente, estas relaciones interculturales están alentadas por la introducción de nuevas tecnologías en los procesos productivos, los cruces de información entre regiones, la creciente migración humana y los intercambios comerciales, fenómenos —todos— muy presentes en el diseño contemporáneo.

La discusión sobre lo local y lo mundial, sobre el nacionalismo de las manifestaciones artísticas en contraposición a la imagen uniformante del diseño internacional, no es nueva

⁸⁷ Estas ideas presentan las relaciones y deudas que el diseño tiene con la semiótica, la antropología y los estudios biomédicos de percepción y ergonomía visual, así como con la cultura visual y los estudios de identidad. Algunos de los conceptos expuestos sobre la identidad de los objetos se han desarrollado más ampliamente en Uday Athavankar, "Challenges to Designers in the Traditional Cultures", *Formdiskurs* 3-II, 1997, pp. 69-81.

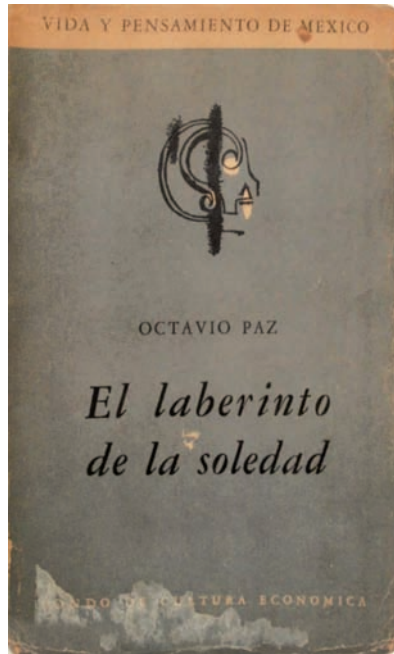


FIGURA 29. *El laberinto de la soledad*: portada del libro.

en México ni se ha dado exclusivamente en el diseño gráfico. Desde José Vasconcelos y su “raza cósmica” hasta Octavio Paz y su *Laberinto de la soledad* ha existido una gran preocupación por ensamblar armónicamente el pasado indígena con el presente. Al mismo tiempo, desde la revolución mexicana —e incluso antes, con el porfiriato—, se ha sentido la necesidad de poner al día y sintonizar el país con lo que ocurre en otras latitudes. Las críticas que se le hicieron en México al modernismo que comenzó a verse impreso en todos lados, que se edificó y armó por doquier, eran que esos diseños terminaban siendo un conjunto de clichés desarraigados. Pero el mayor reproche que se le hizo a esa corriente internacional fue su supuesta incapacidad de emocionar. Sobre la capacidad emotiva que encierran los objetos de diseño se ha centrado una parte importante de la discusión entre el estilo internacional y las gráficas popular y local⁸⁸. Sobre la emotividad del diseño, Leonel Sagahón comenta:

La posmodernidad puso en evidencia la crisis de este modelo [el del movimiento moderno], la contraposición de lo global y lo regional, la cultura de las supercomunicaciones y la vigencia de los medios impresos. [...] A la pretensión de objetividad, universalidad e imparcialidad, opusieron

⁸⁸ Sobre este punto se pueden revisar los siguientes artículos: Érica García, “Cómo atrapar a un lector: diseño editorial”, *Matiz*, núm. 8, 1997, y Domingo Noé Martínez, “Éramos tantos: una estética visual de lo cotidiano”, *Matiz*, núm. 10, 1998.

soluciones intuitivas, expresivas y emocionales, reivindicando lo subjetivo. A los valores estéticos de belleza y simplicidad, opusieron una estética de lo barroco, chueco y feo. Las posibilidades de las computadoras los llevaron a diseñar alfabetos inspirados más en la cultura vernácula y regional que en la universalidad moderna. Estos nuevos diseñadores apuestan por una mayor elocuencia a través de la emoción que de la precisión, y ven riqueza en la ambigüedad. De hecho, la dificultad de lectura es una intención que encierra una actitud ante la vida.⁸⁹

Como vimos en el planteamiento teórico, una de las razones para usar imágenes anónimas o de la cultura popular en los trabajos profesionales de diseño podría ser que permiten una mayor “velocidad” en el desciframiento de los mensajes y generan un gran apego en quienes las miran. De esta forma refuerzan los paradigmas de la identidad gráfica local como si fueran espejos en que nos reflejamos. Sin embargo —y como lo han expresado distintos diseñadores—, su uso puede entrañar el riesgo de caer en estereotipos y clichés nacionalistas. Por contrapartida, hay toda una generación de diseños completamente mundializados —carteles, logotipos, libros, etc.— de los que no podríamos decir con certeza si se han hecho en México, Estados Unidos o Inglaterra. Esa fascinación por las imágenes sin fronteras, por la internacionalización del diseño y la construcción de comunidades profesionales sin límites geográficos, tampoco es nueva⁹⁰. Este vaivén entre lo local y lo mundial es descrito por varios jóvenes diseñadores; como ejemplo citemos a Gabriel Martínez Meave, quien se expresa del siguiente modo:

El impulso por poner y poner hasta la saciedad y luego la reacción de quitar y quitar y volver a lo esencial. Esto se refleja en nuestro trabajo diario como diseñadores, al igual que en toda la historia de la cultura. Ahí tenemos toda la larga serie de “estilos” históricos: desde el románico hasta el posmodernismo, desde el gótico hasta la Bauhaus. Si nos fijamos, podemos vislumbrar en esto una especie de patrón de ida y vuelta, un mecanismo de “acción y reacción”: cada nuevo estilo es una especie de protesta contra el anterior. Existen épocas con tendencias “ponedoras” [...] seguidas por épocas con tendencias “quitadoras”. Y si analizamos un poco más el diseño de los últimos años, podemos ver que este vaivén se acelera [...] Algo curioso es que estas tendencias parecen también estar relacionadas con algunos estilos nacionales [...] la estética mexicana, tanto precolombina como colonial y actual, tiene una cierta tendencia al barroquismo, a la complicación y al rebuscamiento [...] ¿cómo conciliar nuestra mexicana tendencia hacia la fantasía y la profusión con la aplastante lógica bauhausiana que predomina en nuestras escuelas de diseño?, ¿cómo ligar nuestra riquísima gráfica “tercermundista” con la limpieza y moderación de los diseños “primermundistas”?⁹¹

Por su parte, en el artículo “Pueblo chico, diseño grande. Nacionalismo vs. globalización”, Ana Soto expone las siguientes ideas:

⁸⁹ Leonel Sagahón, “Diseño racional y emotivo: la difícil transición”, *Matiz*, núm. 8, 1997, pp. 25-26.

⁹⁰ Al respecto sugiero leer Nikolauz Pevsner, *Los orígenes de la arquitectura y el diseño modernos*, Barcelona: Destino, 1992, y Reyner Banham, *Teoría y diseño en la primera era de la máquina*, Barcelona: Paidós, 1985.

⁹¹ Martínez Meave, “Quitar o poner: entre lo simple y lo complejo”, *Matiz*, núm. 12, pp. 16-17.

Mientras la nación-estado se hace pequeña y el mundo se vuelve cada vez más uno solo, la tendencia apunta hacia el regionalismo, hacia el rescate de los vínculos simbólicos y emocionales. No es de extrañar que ante la monocultura planetaria de matriz anglosajona surjan las mismas respuestas [...] la recuperación de la iconografía del mexicano: nopales, magueyes, vírgenes de Guadalupe, en sus graffitis, murales, fanzines, y demás expresiones visuales. [...] Quizá el camino sea un diseño globalizador capaz de llevar muy lejos nuestras raíces culturales.⁹²

Curiosamente, y en contraste, en el mismo número de *Matiz*, Jorge Fitz Ocampo ofrece una explicación del rediseño de las sucursales de Bancomer en la que, al hablar de la selección tipográfica, comenta: “Se tomó la decisión de usar la Helvética en vez de la Univers, por ser la tipografía más legible en señalización”. Y en otro artículo del mismo número de la revista, titulado “Rediseño de un código visual. Santo y seña del aeropuerto”, se dice: “La tipografía empleada fue la Helvética, misma que la original propuesta en el manual, por sus características de legibilidad y sencillez —fundamentales en el lenguaje señalético— así como su fácil identificación por parte del usuario como letra conocida”. Estos ejemplos contrastados son solo una mínima muestra de que las tendencias localistas e internacionalistas pueden convivir en nuestra gráfica nacional e inclusive en la labor de un mismo diseñador.

Como el tema de la identidad puede contemplarse desde tantos puntos de vista como personas hay, creo que también es pertinente abordarlo a partir de un conjunto de voces. Presento en seguida una breve selección de opiniones de diseñadores de distintas generaciones, recopiladas por Iris Salgado Duarte en su tesis de maestría *No todos los carteles son bonitos*⁹³, ya que en sus comentarios se puede apreciar cómo ha entendido cada uno la pertenencia a una cultura y cómo se relaciona esta con su trabajo. A veces, la *identidad* está vinculada o se la confunde con conceptos como el *nacionalismo*, el *chovinismo*, la *xenofobia* o el *malinchismo*. Por eso considero importante reflexionar sobre ella sin fanatismo. Estos temas y los puntos de vista que generan también permiten conocer cuál es el espacio para la tolerancia entre los diseñadores de México.

Luis Almeida:

En la gráfica tenemos un pasado, tenemos una historia, y es una de las partes para muchos de nuestros nuevos diseñadores olvidada, porque no la conocen; entonces, están de alguna manera descubriendo el hilo negro, están dando pasos inciertos, y este lenguaje internacional o lenguaje universal ha permeado, y ha hecho que muchos de los mensajes se confundan y que los jóvenes busquen más una identidad internacional que una identidad nacional.⁹⁴

⁹² Ana Soto, “Pueblo chico, diseño grande. Nacionalismo vs. globalización”, *Matiz*, núm. 5, 1997, pp. 8-9.

⁹³ Iris Salgado Duarte, *No todos los carteles son bonitos* [tesis de maestría Escuela de Diseño del INBA], México: Conaculta-INBA, 2001.

⁹⁴ Salgado Duarte, *No todos los carteles son bonitos*, p. 46.

Éric Olivares:

A muchos de los diseñadores jóvenes nos toca valernos de lo que está a nuestro alcance, somos producto de una mezcla de culturas, de un ámbito donde nos invade la tecnología y una serie de vivencias quizás no desligadas de lo que es la cultura del mismo país [...] Respecto a la identidad [...] considero el hecho de que va creándose y regenerándose lo que se va produciendo; esta identidad está vinculada con una pluridentidad, esta identidad, en el diseño, es mundial.⁹⁵

Leonel Sagahón:

Yo creo que a pesar de los esfuerzos, de las intenciones manifiestas, no de los diseñadores sino de la cultura oficial, la identidad del diseño [...] se ha dado sola y no es en los clichés, no es en la retórica de un discurso nacionalista, pintoresco o folclorista, donde ha estado eso; la identidad es una consecuencia de cada uno de los diseñadores. [...] Qué tan mexicano puede ser un diseño [...] depende de qué tan mexicano sea el que lo diseña; dicho en otras palabras: es cómo se plantea el diseñador ser consecuente con su vida regional, a veces urbana, a veces rural, que aborda un problema de diseño [...] es ahí donde realmente se ha plasmado, de forma casi casual, la identidad mexicana de un diseño. En cuanto al tema de la tradición, yo creo que hay mucho de esa identidad en lo que se pudiera rescatar de generaciones anteriores, del diseño, digamos académico, que no es lo mismo que el diseño popular [...] nosotros retomamos en mucho lo que se hizo antes y también planteamos rupturas.⁹⁶

Rafael López Castro:

La identidad [en el cartel] solamente es dada por la cultura del país en donde surge, buscando este lenguaje universal de la gráfica; al referirnos a nuestra propia cultura, y exigir estos espejos pulidos por cada uno de los diseñadores, dejamos que se vea la cultura de nuestro país y esto es lo que le da identidad.⁹⁷

Germán Montalvo:

Respecto a la identidad del diseño gráfico universal, no podemos hablar de una identidad del diseño mexicano tan marcada propiamente en la parte gráfica, podemos hablar de una identidad gráfica aplicada sobre todo a los objetos artesanales; o sea, hay una cultura popular que tiene esa gran identidad; creo que en diseño gráfico contemporáneo no existe una corriente definida que diga que hay una identidad, pero no creo que sea necesario; tampoco creo que necesitemos estar todo el tiempo cuestionando sobre si hay ausencia de identidad en el diseño; yo creo que la identidad la hace el estilo, la disciplina, la consistencia del mismo diseñador gráfico que puede ser uruguayo, que puede ser cubano, portugués, mexicano.⁹⁸

Gabriela Guzmán Sanabria:

México cuenta con una base pictórica e iconográfica sólida para la elaboración de un lenguaje visual más común a todos, que para nosotros sea legible, aunque para otros países no lo sea. El

⁹⁵ Salgado Duarte, *No todos los carteles son bonitos*, p. 55.

⁹⁶ Salgado Duarte, *No todos los carteles son bonitos*, pp. 52-53.

⁹⁷ Salgado Duarte, *No todos los carteles son bonitos*, p. 54.

⁹⁸ Salgado Duarte, *No todos los carteles son bonitos*, p. 56.

mexicano, en general, está acostumbrado a la simbología, a la composición barroca, al miedo al vacío, a lo figurativo, más que a lo abstracto, y al apego a muchos clichés de nuestra idiosincrasia. Cualquier diseñador que quiera criticar esta tradición y modificarla tiene primero que analizar todos estos aspectos. Se dará cuenta de que hay mucha tela de dónde cortar y que desperdiciar esta riqueza no sería nada más una pena sino un error.⁹⁹

Conclusiones preliminares

Según el *Diccionario* de la Real Academia Española, se entienden por *generación*

1. la acción y efecto de engendrar; 2. la casta, género o especie; 3. el conjunto de todos los vivientes coetáneos (la *generación* presente, la *generación* futura); [...] 5. el conjunto de personas que, por haber nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, se comporta de manera afín o comparable en algunos sentidos (la *generación* juvenil o la del 98).

Este último es el sentido en que se ha usado el concepto de *generación* en este texto. La razón de su amplitud y cierta vaguedad es que no es posible enumerar una serie fija de atributos visuales que hayan usado los diseñadores de una generación específica, aunque sí es posible encontrar algunas recurrencias o un “aire” común. Por contrapartida, es posible describir los elementos temporales y culturales, o sea establecer fechas de nacimiento, formación universitaria e inicio de la vida laboral.

Como comenta la diseñadora Iris Salgado, los jóvenes diseñadores de la generación de los noventa, es decir los nacidos entre 1965 y 1975 aproximadamente, no solo comparten un rango de edad sino que también han experimentado “tiempos, historia, contextos, músicas, modas, cine, lecturas o no lecturas [...] caricaturas en la infancia”¹⁰⁰. En términos generales, los diseñadores de esa generación estuvieron expuestos desde niños a los primeros juegos de video y a estímulos televisivos que les permitieron tener contacto temprano con una nueva estética de la imagen en movimiento.

Como se dijo, la formación profesional de esta generación es principalmente académico-universitaria; hay egresados de escuelas públicas y privadas, lo que contribuyó a conformar un lenguaje teórico y conceptual y unas capacidades técnicas específicas, identificadas por el público como *diseño gráfico*. Asimismo, su paso por las escuelas los enfrentó a distintos modos de entender el diseño. En algunos casos tomaron clases con maestros que nunca habían ejercido la profesión de diseñadores, con lo que se planteó una clara diferencia entre el perfil del diseñador que, además de su ejercicio profesional, es docente y el del diseñador que solo es docente. La mayoría de estos jóvenes complementaron su formación universitaria con cursos, talleres e inclusive posgrados que fortalecerían el currículum personal y paliarían deficiencias escolares.

⁹⁹ Guzmán Sanabria, “Ilegibilidad en el diseño tipográfico moderno”, *Matiz*, núm. 12, pp. 32-37.

¹⁰⁰ Salgado Duarte, *No todos los carteles son bonitos*, p. 71.

Algunos miembros de la generación de los noventa participaron en congresos y exposiciones de temas relacionados con el diseño, lo que les permitió —al menos, en forma germinal— identificarse con sus pares y visualizar a los miembros del gremio. Esto también les permitió ver la trayectoria de reconocidos diseñadores nacionales e internacionales que de algún modo funcionaron como referentes para su propio desarrollo profesional.

Desde el punto de vista tecnológico, los “noventeros” comenzaron a trabajar en un ambiente casi exclusivamente digital. En poco tiempo, el uso de la computadora se convirtió en uno de los elementos de quiebre generacional, y la lucha entre “analógicos” y “digitales” propició no pocas discusiones gremiales. El conflicto se centraba en que, para algunos miembros de generaciones previas, había una relación directamente proporcional entre lo analógico y lo creativo: todo lo que pudieras hacer con tus propias manos sería mejor que lo que hicieras por medio de una máquina. Este argumento iba contra lo digital —que, aparentemente, anulaba ese potencial—.

Si consideramos su “propuesta estilística” —por decirlo de algún modo—, algunos miembros de la generación de los noventa se esforzaron por distanciarse de lo que consideraban una mal entendida identidad local, intentando y muchas veces logrando integrarse a comunidades de pares que habitaban en otras latitudes y compartían un vocabulario visual y una estética más universales, sin dejar de lado los elementos del lenguaje local. Esta actitud de ruptura incipiente también tenía como objetivo distanciarse un poco de las apuestas visuales de generaciones anteriores. De manera complementaria, otros diseñadores de esta misma generación buscaron un discurso netamente mexicanista a través del uso y el reciclaje de ciertos iconos nacionales, aunque también se dio una especie de corte con las generaciones anteriores; pero, en este caso, más que por los temas, por el resultado visual de las propuestas.

Internet les permitió trabajar y comunicarse de otra manera de forma casi simultánea a su egreso de la carrera: establecer contacto con colegas de diversas latitudes y culturas, tener a los otros “aquí nomás” y estar nosotros en otros espacios. Con la irrupción de este medio, la información no tiene ya la organización lineal usual del impreso; hay que aprender a navegar, a seleccionar, a jerarquizar y, más que nunca, a separar la paja del heno. Pero ese acceso tecnológico que tanto les agradó a algunos diseñadores de la generación de los noventa resultó también su talón de Aquiles. Los saberes técnicos se mostraron vulnerables por su veloz caducidad, especialmente a partir de la competencia de las denominadas “escuelas patito”, reconocidas porque prometían —y prometen— diseño gráfico, inglés y computación... ¡en solo seis meses! Este hecho fortaleció la necesidad de saberes conceptuales como elemento diferenciador del ejercicio profesional, lo que tuvo una fuerte repercusión en la explosión de oferta educativa de las escuelas de diseño.

Desde el punto de vista ideológico, esta generación tiene un espectro muy amplio de tendencias, en comparación con las anteriores; para decirlo en otras palabras, entre los diseñadores jóvenes que iniciaron su práctica profesional en los años noventa se pueden encontrar tanto un comprometido activista en pro de los derechos humanos como un comprometido activista en

pro del consumo. Lo que resulta aún más curioso es que, muchas veces, ambas facetas las exhibe un mismo individuo o despacho. De cualquier modo, eso no necesariamente fue malo sino que dio como resultado una amplia gama de propuestas visuales y la diversificación de públicos, usuarios y consumidores del diseño, así como nuevos espacios para el trabajo profesional. Esta propensión a no encasillarse en un solo perfil político y laboral es resultado, entre otras cosas, de que la generación de los noventa se incorporó al mercado laboral cuando se había iniciado un proceso de retroceso y reducción económica en los ámbitos nacional e internacional. Con esto no se quiere decir que los diseñadores de generaciones previas no hayan padecido las mismas dificultades laborales, fruto de las transformaciones del mercado, pero, sin duda, su acomodo y sus propuestas no fueron iguales a los de los jóvenes “recién salidos del cascarón” que empezaban a trabajar en los años noventa. Las perspectivas de egresar de la licenciatura con trabajo de planta se fueron haciendo cada vez más inusuales, a cambio de un incremento del trabajo *freelance* y de una proliferación de minidespachos o empresas unipersonales.

Por último, quienes escogieron el camino de la docencia, orillados por la dificultad de una pronta inserción laboral, la ausencia de plazas universitarias y la casi inexistencia de carreras académicas en el área del diseño, hizo que tampoco la academia se perfilara como un camino laboralmente factible. La abultada y muy rotativa población docente que atiende a centenares de estudiantes mexicanos de diseño tiene por lo regular un pobre perfil de competencias, no solo en relación directa con las materias que dictan sino también por la carencia de una práctica profesional que avale lo que enseñan: son profesores de cartel que no hacen carteles, profesores de diseño editorial que no diseñan publicaciones, profesores de historia del diseño que no investigan, etc. El perfil docente usual se fue moldeando de manera convergente a medida que se forjaba una simulación de competencias académicas¹⁰¹ —profesores que aparentemente investigan, reflexionan y escriben—, de tal modo que, para permanecer en el sistema, la mayoría de los docentes universitarios de los noventa se vieron obligados a realizar una seudoproducción teórica o histórica —según fuera el caso y sin discriminación metodológica alguna— para la que no tenían ni interés ni capacitación específica. Esa situación —que, por desgracia, se ha propagado a otros países de la región— se ha agravado con el aumento de posgrados en diseño y ha resultado en el empobrecimiento y la fragmentación discursiva que aquejan a la disciplina del diseño gráfico en México.

Diez años después de la década que acabamos de analizar no hemos logrado salir completamente del laberinto, es preciso seguir trabajando.

¹⁰¹ La *competencia académica* se define como el conjunto de conocimientos, habilidades, disposiciones y conductas de una persona que la hacen competente para realizar con éxito un trabajo o actividad. Las competencias de un título vienen dadas por sus descriptores y asignaturas, mientras que las atribuciones profesionales vienen dadas por leyes aprobadas a tal efecto. La definición de las competencias de cada disciplina y perfil las establecen usualmente los organismos de educación central —es decir, la Secretaría de Educación Pública, para el caso de México— y el sistema universitario. También el profesorado desarrolla una serie de competencias para cumplir con su función docente y de investigación. Dado el caso, es a esas competencias a las que me refiero en este texto.