

Título: En Búsqueda de la Identidad del Diseño Gráfico Mexicano.

Autor: Carlos Manuel González Manjarrez

*Información:
CG Diseño*

cgonzalez@cgdesign.com.mx

Ponencia Escrita

Resumen

La situación actual del diseño gráfico en México se encuentra confusa en una identidad que lo identifique a nivel mundial. Debido a la influencia de varios factores como la globalización y el imperialismo cultural.

En la presente investigación se pretende identificar los elementos necesarios para conceptualizar una identidad nacional basado en reflexiones de Carlos Monsiváis. Siendo a través de el uso y caducidad de expresiones, señales y representaciones en la reproducción y comunicación social para entender la significación de cultura y los diversos estudios culturales.

A partir de los elementos: conceptuales, visuales, de relación y prácticos según Bruno Munari relacionaré al diseño gráfico mexicano como representación cultural. Mediante encuestas a diseñadores gráficos y no diseñadores que tengan que ver con la creación de la imagen.

La metodología se desarrolló mediante la recolección de datos a través de encuestas a 44 sujetos y 16 entrevistas a profundidad con diseñadores gráficos y no diseñadores para reconocer la identidad mexicana y su relación con los elementos de diseño.

Detectando los resultados anteriores, se generó una interpretación de resultados que me permitió concluir en posibles elementos que puedan identificar el manejo de símbolos existentes o enriquecer el significado en su uso para proponer una identidad gráfica mexicana.

Palabras clave

Identidad, diseño gráfico, México, símbolos

Introducción

Después de haber tenido la oportunidad de representar a México en el concurso internacional de diseño gráfico, convocado por el International Design Center (Idcn): Nagoya Design Do! 2002 (1), cuyo tema fue el poder de la fragilidad, en Nagoya, Japón. Obtuve el premio de plata en la categoría de diseño visual entre 1767 diseñadores de 62 países.

Al representar a México y hablar con los demás diseñadores ganadores del resto del mundo, me di cuenta que no lograron identificar nuestra identidad en el diseño gráfico. A mi regreso a México, tuve una entrevista al respecto con el Periódico El Universal, en su sección de cultura.(2)

Mis reflexiones en ese momento fueron contundentes: el diseño carece de identidad. Pero profundizando posteriormente, me dije: qué fácil es criticar, sin antes profundizar. A partir de entonces inició una búsqueda, en la cual me encuentro hasta el día de hoy.

Para poder profundizar decidí estudiar una maestría en publicidad en el Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer (CADEC), en la ciudad de México y mi ponencia se basa en la investigación para mi tesis de maestría titulada: En búsqueda de la identidad del diseño gráfico mexicano.

Identidad Mexicana

La influencia de los estereotipos extranjeros afectan la cultura del diseñador mexicano. (Imperialismo Cultural), como por ejemplo el cine: 90% de lo que ve el mexicano en cine es extranjero, con tan sólo 8.7% producido en México. (3)

Para realizar una identidad de diseño mexicano, se tendría que preguntarse lo que entendemos por México hoy siglo XXI en base a sus elementos de diseño y de identidad percibida?.

Como mexicanos, podemos identificarnos ante los demás, mediante diferentes expresiones y señales que previamente han sido implementadas y aceptadas en nuestro pasado y han logrado generar universos que nos identifican.

La búsqueda inicia al preguntarme: ¿Qué es la identidad nacional?.

La identidad es, sinónimo de cultura urbana según Carlos Monsiváis: "En donde lo nacional es el círculo de seguridad, la compensación que transmuta los grandes valores: Patria, historia, religión, habla, costumbres, sensaciones utópicas en dispositivos de la vida cotidiana. La atmósfera de las vaguedades, el reino de las atribuciones.

De existir, la identidad nacional sintetiza las necesidades de adaptación y sobrevivencia, y es algo siempre modificable, una identidad móvil, si esto es posible. Y es que la normatividad en México hace que las expresiones populares que se divulgan como identidad. Así, no hay diferencias perceptibles entre la visión comercial de cultura urbana y la de identidad."(4)

Expresiones y Señales

Saussure nos define a las expresiones como el significado de los datos de referencia que aportamos de un aspecto de la realidad cuando comunicamos y las señales como una alteración energética producida en un material y que pueden distinguirse de las alteraciones en el mismo medio. Teniendo un orden y una cierta duración o capacidad de permanencia en el tiempo.

A partir de entonces vemos cómo en nuestra cultura reproducimos estas señales que han podido prevalecer a través del tiempo, mediante la intervención del diseñador gráfico en los medios impresos o de carácter oral hasta nuestros días.

Teniendo entonces información, puesta en orden, a través de un código operado en niveles de señales que han permitido en sus ciertos fines la comunicación mediante representaciones de identidad nacional.

Elementos para lograr Identidad nacional

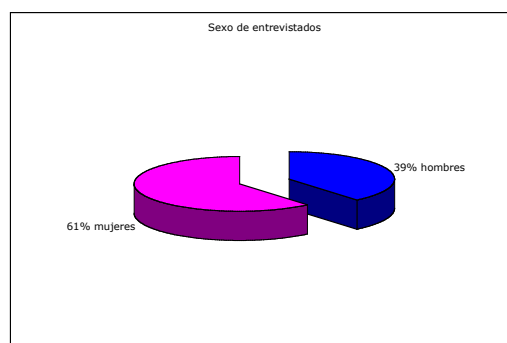
Qué se percibe hoy de nuestra cultura mexicana?. Para lograr identificar lo anterior, me basé a partir de los elementos: conceptuales, visuales, de relación y prácticos según Bruno Munari relacionando al diseño gráfico mexicano como representación cultural.

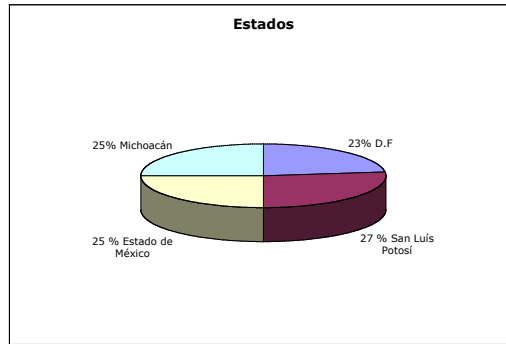
Mediante encuestas a estudiantes de diseño gráfico y no diseñadores que tengan que ver con la creación de la imagen y entrevistas a profundidad con diseñadores gráficos profesionales y no diseñadores.

Detectando los resultados anteriores, se generó una interpretación de resultados que me permitió concluir en posibles elementos que puedan identificar el manejo de símbolos existentes o enriquecer el significado en su uso para generar identidad gráfica mexicana.

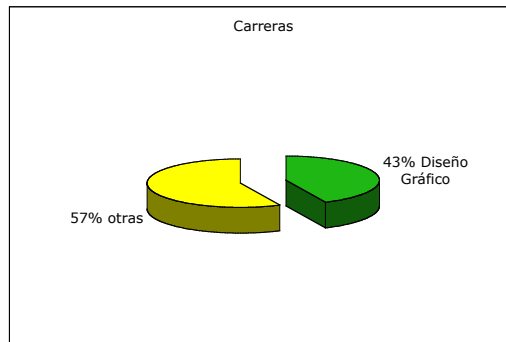
Metodología:

Investigación cuantitativa mediante encuestas a 44 sujetos:





La edad de los encuestados fluctúa entre los 20 y los 61 años con una media de 25 años.



Todos estos sujetos pertenecen a las siguientes universidades, tanto a nivel Licenciatura con Posgrado:

- a.UNUM. Universidad Nuevo Mundo, Campus San Mateo. Edo. México.
- b.ITESM.Tecnológico de Monterrey. Campus San Luis Potosí.
- c.CADEC.Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer. México, D.F.
- d.UNLA.Universidad Latino Americana, Morelia, Michoacán.

2. Investigación cualitativa mediante entrevistas a profundidad:

a.diseñadores gráficos profesionales:

- . Vicente Rojo.Español
- . Rafael López Castro. Mexicano
- . Alejandro Magallanes. Mexicano
- . Renato Aranda. Mexicano
- . Eric Olivares. Mexicano
- . Mauricio Parra. Mexicano
- . Antonio Pérez –Ñiko-. Cubano
- . Cedomir Kostovic. Croata
- . Felipe Taborda. Brasileño
- . Sergio Vega. Boliviano

TOTAL: 10 Entrevistas

b. no diseñadores gráficos

.Carlos Monsiváis: Escritor e Intelectual.

.Manuel Vázquez: Lic. en Periodismo y comunicación colectiva con diplomado en antropología cultural.

.Carlos Alberto Solano: Lic. en Periodismo y comunicación colectiva.

.Fernando Molina: Mtro. en Ciencias de la comunicación, con posgrados en filosofía, análisis cultural, antropología social y psicoanálisis.

.Alessandro Manetti (Italiano): Licenciado en Ciencias sociológicas y políticas internacionales. Director del Instituto Europeo de diseño en Barcelona.

.Renne Wanner.(Suizo): Doctor en Física. Cronista del diseño gráfico internacional.

TOTAL: 6 Entrevistas

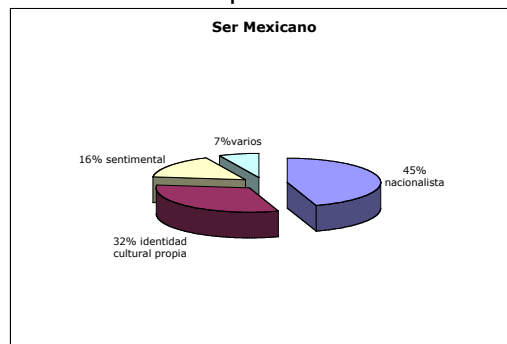
Resultados

Las respuestas de los entrevistados fueron muy diversas y extensas, en donde se seleccionaron aquellas que pudieran explicar mediante sus respuestas el mayor porcentaje de los encuestados.

1. Qué significa ser mexicano para ti?

Rafael López Castro:

No sólo es estar en lo gratuito de lo biológico, sino estar comprometido con el proceso histórico y tener una posición frente a ese proceso histórico.



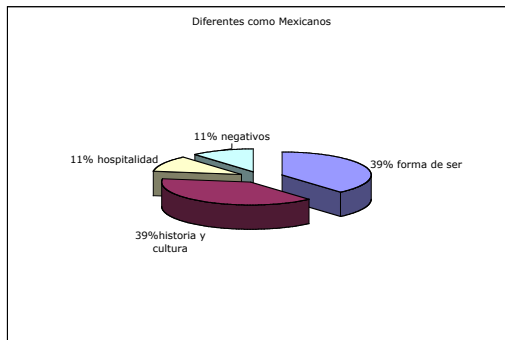
2. Qué crees que nos hace diferentes como Mexicanos?

Visión Mexicana.

Fernando Molina: Somos una gran dosis de afectividad.

Visión extranjera.

Cedomir Kostovich: El mexicano, no trata de hacerte diferente y te trata como si te conociera de siempre.



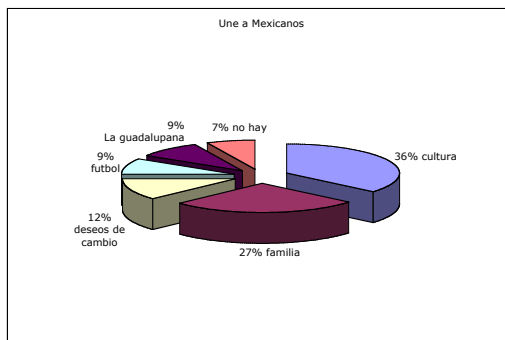
3. Qué sientes que nos une a los Mexicanos?

Visión mexicana.

Molina, Vázquez y Solano: El mexicano se une ante varios sentimientos como: la amistad, la democracia, el paternalismo, las necesidades, la teatralización de las tragedias, la solidaridad o el compromiso reflejado en el muralismo mexicano.

Visión extranjera.

Pérez Ñiko: El mexicano tiene una historia, que desgraciadamente no la tiene presente siempre, solamente cuando se acerca el 16 de septiembre. El mexicano puede hacer una crítica, pero otro que no sea un mexicano no puede hacer una crítica ante un mexicano.



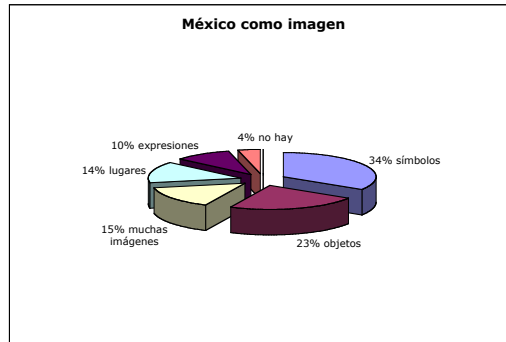
4. Si fuera México una imagen cual sería?

Visión mexicana.

Carlos Monsiváis: El anacronismo que perdura en los mercados mexicanos es debido a la mezcla de los tiempos históricos en una sola imagen. El espacio se comprime. La aglomeración no cambia.

Visión extranjera.

Vicente Rojo: Es una imagen propia, culturalmente muy fuerte, pero siempre está en relación con las demás imágenes culturales, es decir no es única, ni mucho menos es la mejor. Lo que le da riqueza a México es esa variedad de tonos y sonidos y cuanto más se enriquezca esos tonos, entonces México es cada vez un país más rico, pero siempre en relación con los demás.



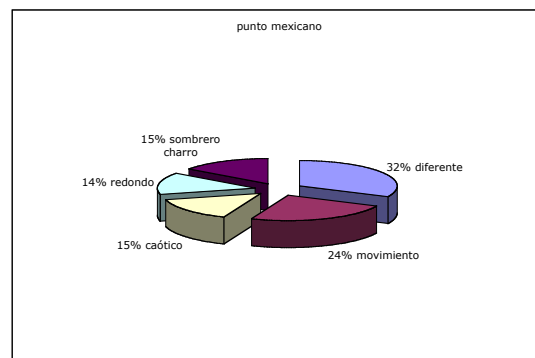
5. Cómo sería un punto mexicano?

Visión mexicana.

Vásquez: Fiesteros, todo lo festejamos, somos mitoteros, de ahí el concepto náhuatl que es mitotl.

Visión extranjera.

Wanner: No nos percibe cómo no uno, sino un conjunto multitudinario, ejemplificado en las calles del Zócalo.



6. Cómo sería una línea mexicana?

Visión mexicana.

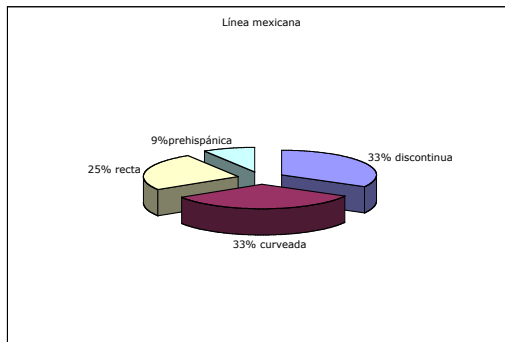
Solano: Discontinuas, ascendentes de izquierda a derecha.

En donde pueden ser como puntos suspensivos según Vázquez porque:

- a. Somos muy enredosos creo que líneas oblicuas, para todo le damos vueltas.
- b. En nuestro discurso muy retóricos.
- c. En nuestras acciones somos demasiado garigoleados.
- d. En nuestra forma de pensar nos empantanamos.
- e. No llegamos a algo de forma recta.

Visión extranjera.

Kostovich: Líneas muy amigables, partiendo de arriba hacia abajo.



7. Qué formas son muy mexicanas?

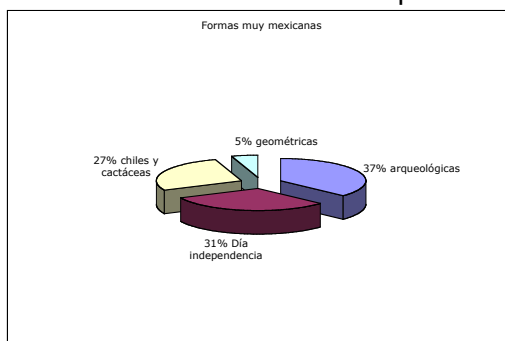
Visión mexicana.

Vásquez: circulares, por que en lo social todo camina en círculo debido a que:

- Nuestras formas de comer y convivir.
- Aún la mesa se mantiene en lo redondo.
- Nuestros juegos infantiles son en la ronda.
- Nuestras reuniones: hacemos la bolita.
- No hay líder, cualquiera toma la batuta.
- Bailamos en círculos, nadie es el que comanda.
- En los diseños de espacios: recordar nuestras plazas.

Visión extranjera.

Wanner y Maneti: nos relacionan más con el chile o las pirámides.



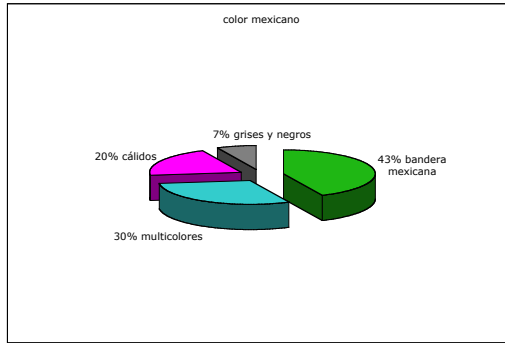
8. De que color son tus formas mexicanas?

Visión mexicana.

Aranda: Tiene que ver más que con la identificación de una paleta mexicana: Son en el cómo se imprime esta paleta. Cómo se utilizan y combinan, tiene que ver también con las posibles combinaciones que nos identifican como mexicanos.

Visión extranjera.

Wanner: Amarillo, verde, rojo, rosa y violeta, compuesto por el rojo y el azul, combinados todos y si fuera estricto pondría el amarillo obscuro.



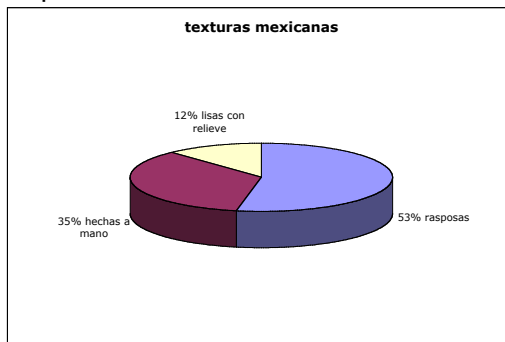
9. Qué textura tienen tus formas mexicanas?

Visión mexicana:

Vásquez: Ríspidas, aglomeradas y suves. Ríspidas, porque Tenemos una especie de cultura del dolor visual, siendo áspero y en bruto y aglomeradas por que un México de espacios vacios no es, según Monsiváis.

Visión extranjera:

Se asocia a nuestra arquitectura prehispánica, comentado por Maneti y Wanner lo asocia a las texturas de las paredes de Teotihuacán.



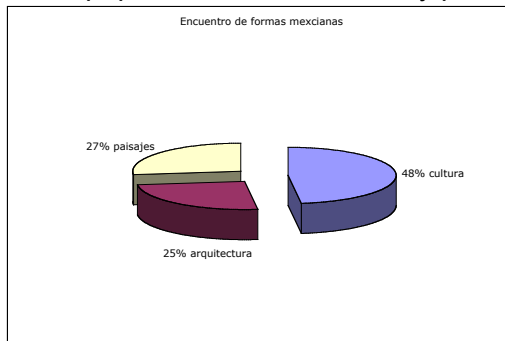
10. En donde encuentras tus formas mexicanas?

Visión mexicana:

Magallanes: Al salir de tu casa según, en cualquier parte de la ciudad o saliendo a cualquier parte de la república Mexicana.

Visión extranjera:

Pérez Níko: En la suavidad del papel de china, recortado y picado.



Conclusiones

La identidad del mexicano se encuentra en su nacionalismo e identidad cultural propia, unido a lo sentimental. Lo que nos hace diferentes como mexicanos son nuestra forma de ser, historia y cultura unido a la hospitalidad, sin olvidar que también puede ser lo negativo.

Lo que sentimos que nos une como mexicanos son la cultura y la familia; además de los deseos de cambio, el futbol y la Guadalupeña también nos unen. Al empezar a ver a México relacionado al diseño, se encontró que si fuera una imagen sería asociado a símbolos, objetos, muchas imágenes en conjunto e incluso lugares y expresiones populares.

Para poder desglosar esta primera imagen se inicia en la representación de cómo sería México si fuera un punto?. Esta respuesta nos hace ver que no somos como los demás, pues nos reconocemos diferentes, en constante movimiento, algo caóticos e incluso con sombrero de charro.

Al pensar en una posible línea mexicana sería discontinua y curvada, algo recta con ciertas características prehispánicas; unidos punto y línea podemos entonces pensar que lo que se crean son formas en donde las muy mexicanas serían arqueológicas o encontradas en las que vemos utilizadas el día de la independencia, seguidas de chiles y cactáceas, con mínimas formas geométricas.

Nuestra paleta de colores de estas formas serían como los de nuestra bandera y multicolores, con predominio a los colores cálidos y con un poco de gris. Teniendo una textura rasposa, hechas a mano, poco lisas en relieve. Pudiéndose encontrar en nuestra cultura, sobre todo en la arquitectura y en los paisajes.

Al integrar los resultados de las encuestas con las respuestas de las entrevistas se puede entender más el por qué de cada porcentaje y si existe algún interés por alguna pregunta en específico se podría tener la posibilidad de profundizar en la respuesta de cada entrevistado; obteniendo así diversos puntos de vista diferentes con variables culturales y profesionales de cada entrevistado.

Espero mediante esta búsqueda abrir un posible camino para los diseñadores gráficos interesados en generar identidad gráfica mexicana. Sin duda, tendremos que valorar y profundizar cada respuesta y experimentar estas posibilidades.

Citas

(1) **Nagoya Design Do!**. (en red) Disponible en: www.idcn.jp/compe/compe2002/index.html

(2) Cevallos M.A. (2002). **El diseño Mexicano carece de Identidad**. Periódico El Universal, Sección Cultura. Martes 31 de Diciembre.2002.

(3) INEGI, **Instituto nacional de Estadística, Geografía e Informática** (en red) Disponible en: www.inegi.gob.mx., México, 24 de noviembre de 2004.

(4) Roger Bartra. **Anatomía del Mexicano**. Plaza y Janés., Fragmento de artículo: La identidad nacional ante el espejo de Carlos Monsiváis. México.2002.



Design Perspectives

Envisioning design for the XXI century

The Rhetorical Genre in Graphic Design

Cristina de Almeida

La Importancia De Las Ayudas Informáticas Para Los Análisis Ergonómicos En El Diseño Industrial. Caso: la implementación de la silla sit-stand para las cajas de supermercado en el estado de Quebec - Canadá

Alvaro Enrique Diaz

Digital Narrative and Collaborative Design in the Chronicles and Legends of Mexico City

Lily Díaz-Kommonen

Jan Tschichold at Penguin Books: A Resurgence of Classical Book Design

Richard Doubleday

Desmitificación de la Cultura de la Falsificación en las Teorías de Diseño en el Siglo XX

Mauricio Duarte

La Administración del Diseño y la Mercadotecnia, ¿ Un Mismo Objetivo?

Julio Frias Peña y Christopher O'Brien

Más allá del diseño

René Galindo G.

En Búsqueda de la Identidad del Diseño Gráfico Mexicano

Carlos Manuel González Manjarrez

Promoting Potential: the dissemination and reception of practitioner-led design research

Lisa Grocott
