

El México actual y la cultura del diseño

Oscar **Salinas Flores***

Es diseñador industrial y doctor en Teoría e Historia de la arquitectura por la UNAM, donde es profesor e investigador en el Programa de Posgrado en Diseño Industrial. Ha sido miembro del Sistema Nacional de Investigadores, del CONACYT y es autor y coautor de diversos libros y artículos científicos sobre la historia y estudios del Diseño. Ha impartido más de 90 conferencias en México, Argentina, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Guatemala, Uruguay, Panamá, Italia, Turquía, España, Portugal, Finlandia, Inglaterra, Japón, Brasil, Bélgica, Escocia, y China Taiwán. Es miembro permanente del International Committee Board de la International Conference of Design History and Design Studies ICDHS y miembro de diversos comités científicos. Ha sido presidente honorario del Premio Nacional del Diseño: Diseña México. Es director general de la Editorial DESIGNIO, Libros de Diseño, la primera editorial especializada en diseño en México.

Antecedentes

¿Qué se puede decir en estos tiempos sobre la situación del diseño en México? Lo primero que habría que aclarar es a qué nos referimos cuando hablamos sobre lo que se piensa acerca de esta actividad, pues si hablamos del término diseño, definido como una cualidad humana para realizar un plan detallado para la ejecución de una acción o una idea, entonces podemos hablar de una larga lista de cosas que resultan de nuestra aptitud para producir algo, normalmente, ligado a nuestra capacidad creativa y que nos lleva, simplemente, a decir diseño... y después agregamos un número enorme de actividades o cosas que son parte de la vida humana, todas ellas aceptadas y usadas por la gente de manera natural y reconocidas como parte de la cultura material en que habitan.

Sabemos que el siglo XX y el tiempo de la modernidad fueron la cuna del inicio de las disciplinas del diseño, durante este período se estableció un proceso proyectual más allá de la producción artesanal, que posibilitó el desarrollo de productos dotados de una estética y una función práctica llevados al consumo masivo, como nunca antes había sucedido en la historia de la humanidad.

En México, estas nuevas disciplinas se presentaron también como una respuesta a la modernización del país y como un intento de introducir, al diseño gráfico y al casi desconocido diseño industrial, en una sociedad que cambiaba su forma de vida y sus medios de comunicación, ante la influencia de una creciente globalización de la economía. Los cambios generados por las nuevas disciplinas del diseño han llegado hasta nuestros días, en los que la práctica profesional ha experimentado una evolución que muestra una expansión de las áreas donde el diseñador se

desempeña de acuerdo con la demanda de una sociedad que también ha venido modificando su forma y estilo de vida, frente a las transformaciones de un mundo globalizado. La profesión del diseño se ha acostumbrado a congeniar con los altibajos que le impone un entorno marcado por el cambio y por la velocidad a la que avanza —como nunca antes en la historia de la humanidad— estos factores han provocado un continuo proceso de adaptación a las nuevas circunstancias.

Del mismo modo, esto se ha reflejado en un incremento en el número de instituciones educativas que producen programas relacionados con el desarrollo de nuevos productos y servicios, además de que incluyen al diseño como una disciplina proyectual necesaria para la concepción y desarrollo de una cultura material cada vez más compleja y sofisticada.

A las profesiones del diseño industrial y el diseño gráfico, que por años fueron las únicas disciplinas promovidas en México, se han unido nuevos apelativos como: diseño de productos, diseño de servicios, diseño de experiencias, diseño digital, diseño de interiores y varias especialidades más, que junto con el crecimiento en los estudios de posgrado, que año tras año aumentan, orientan a los egresados hacia nuevas posibilidades de desarrollo en la sociedad.

Al revisar las estadísticas que existen en el sistema educativo de México, —no obstante que todavía no contamos con una cifra oficial— encuentro que existen más de 80 programas de educación superior, públicas y privadas, de diseño industrial o de diseño de producto y más de 120 relacionadas con el diseño gráfico.

Asimismo, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha dotado a los diseñadores

de diferentes herramientas para generar los nuevos productos que demanda un mundo cada vez más complejo. Los diseñadores de la comunicación gráfica han tenido que adaptarse, a partir del uso de la computadora y la digitalización, a un proceso de diseño que responde a una nueva forma de vida basada en una sociedad interconectada y con hábitos cada vez más apoyados en un entorno material marcado por la necesidad del cambio y el consumo.

Hoy, la comunicación y la informática ya no sólo se basan en los medios impresos y la televisión, sino también experimentan un crecimiento exponencial a través del uso del internet y los sitios *web*, que a su vez han proporcionado a los diseñadores nuevas herramientas que han transformado la educación en las universidades y han orientado a nuevas especialidades de la disciplina, que antes no existían. Lo mismo sucede con los diseñadores industriales o los diseñadores de producto, que utilizan la digitalización para proyectar, pero también aprovechan los nuevos materiales y los nuevos procesos de producción como la impresión en 3D y la producción con máquinas CNC (de Control Numérico Computarizado) para desarrollar sus proyectos. La sistematización, la robótica, los nuevos materiales derivados de la nanotecnología, el internet de las cosas, la realidad aumentada y los nuevos procesos de digitalización son ejemplos de los avances científicos y tecnológicos, apenas imaginados hace unos años, que ya están presentes, que hemos empezado a utilizar entre nosotros. Si uno recorre las instalaciones de las escuelas de diseño, es claro que la tecnología digital y los equipos para la producción y experimentación son cada vez más y mejores, además de que los estudiantes demuestran

un dominio mayor en el uso de estas herramientas propias del diseñador del siglo XXI.

La actividad profesional del diseño en nuestro entorno

En lo que va del siglo XXI, el diseño ha experimentado una expansión que se ha manifestado en distintos perfiles profesionales y en nuevas capacidades para responder mejor a las demandas de la sociedad, pero ¿cuál es el mercado del diseño que se manifiesta en México? y ¿cuáles son los espacios donde el profesional se desarrolla y se adapta a los medios de los negocios que le permiten una mayor presencia tanto en el ámbito nacional, como en los mercados extranjeros?

Basándome en la información que ofrecen los medios de difusión impresos y electrónicos, en los premios y en las distinciones gremiales, además de mi relación con el desarrollo de la profesión, expongo un rápido repaso de las diferentes actividades en que se han involucrado los perfiles y actividades del diseño identificados en México.

Diseñar para un estilo de vida

Casi cualquier análisis sobre el desempeño de los profesionales del diseño nos muestra que la gran mayoría orienta su trabajo hacia el desarrollo de productos relacionados con el estilo de vida de la gente, que los utiliza y los conserva, generalmente, en su vivienda o en su lugar de trabajo. El diseño para un estilo de vida, además de su fin práctico, despierta una relación afectiva en el usuario con todo aquello que se conecta frecuentemente con la nostalgia, sus gustos, sus aspiraciones y, a fin de cuentas, su cultura.

Si a esto le sumamos que generalmente se utiliza una tecnología intermedia —materiales y procesos de producción— al alcance



▲
Fig. 1

Diseño de interiores
y espacios arquitectó-
nicos por Fray Gabriel
Chávez de la Mora.

de los diseñadores, es comprensible que este tipo de productos sean la base del mayor mercado del diseño en México. Incluso, si observamos la formación de los diseñadores en las instituciones de educación superior, existe un número importante de escuelas que orientan la formación de sus estudiantes hacia este tipo de productos. Es por ello que, en los premios y exhibiciones de diseño en nuestro país, la mayoría de los proyectos que se presentan se han desarrollado de esa manera.

Otro grupo importante de diseñadores, en especial los diseñadores industriales, se han especializado cada vez más en el diseño de interiores arquitectónicos, relacionándose con arquitectos, grupos inmobiliarios y desarrolladores de servicios urbanos, éstos se concentran principalmente en espacios públicos como, restaurantes, comercios, oficinas o centros culturales, de esta manera se consolidan en pocos años, como una fuente de capacidad técnica y creatividad, para un mercado en expansión en diversas ciudades de México. Los diseñadores Rosemary Martínez, Héctor Esrawe y los hermanos Mauricio y Sebastián Lara son un ejemplo de profesionales que han sabido integrar tecnología, identidad cultural e interdisciplinar, para posicionarse en un mercado que anteriormente era dominado solo por arquitectos.

Los diseñadores empresarios

Todavía hace treinta años, la mayoría de los diseñadores se preparaban para ser contratados como empleados en una empresa, pero, hoy, el número de diseñadores emprendedores independientes, que deciden fundar una empresa para comercializar sus diseños, es cada vez mayor. Son diseñadores acostumbrados a transformar obstáculos en oportunidades y a encontrar soluciones para desarrollarse como empresarios. En los últimos años, el número de egresados en México que han optado por trabajar y promoverse como empresarios en pequeñas empresas va en aumento y ya se puede observar su presencia y creciente actividad en el medio comercial y cultural del país.

Si a esto le sumamos que una de las transformaciones más importantes del paso al siglo XXI es la globalización y las oportunidades que brinda a los que quieren conectar su profesión con el mundo, entonces encontramos en el medio del diseño a un número creciente de profesionales que se han vinculado con el entorno empresarial internacional y que han logrado desarrollar productos de consumo masivo, fabricados por su propia empresa para después comercializarlos en mercados globales fuera de México.

Algunos casos son muy conocidos, por ejemplo, el de la marca Pineda Covalín, de los diseñadores Cristina Pineda y Ricardo Covalín, que diseñan, producen y comercializan un gran número de productos a través de más de treinta tiendas propias y más de cien en diversas partes del mundo. Algo parecido sucede con la marca Distroller, de la diseñadora gráfica Amparo Serrano, que creó personajes ligados a la cultura popular, ella tiene una línea de más de 2,500 productos en accesorios relacionados con el estilo de



Fig. 2

Diseño de cerámica por Alberto Díaz de Cossio.

vida, que se venden en México, Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Un caso más es la diseñadora Tanya Moss quien, exitosamente, ha fundado una empresa de joyería que lleva su nombre.

Otros diseñadores empresarios, que conocen bien los mercados y que toman en cuenta los estilos de vida para crear sus productos, han desarrollado proyectos comercializados en el extranjero, como Jorge Diego Etienne, Ariel Rojo, Joel Escalona y Liliana Ovalle, todos ellos profesionales internacionalizados, que junto a Emiliano Godoy, Héctor Esrawe y Ezequiel Farca proyectan, producen y comercializan los productos desde sus propias empresas en un mercado globalizado orientado hacia el estilo de vida de las grandes sociedades de consumo.

El diseñador y la cultura

Si algo se ha conservado e incrementado es la participación de los diseñadores gráficos en el medio de la cultura de México. Son ampliamente conocidos los diseñadores que han destacado en el diseño de carteles, catálogos, periódicos y libros de arte, quienes hoy se consideran emblemáticos en la historia de la cultura nacional del siglo XX, tal es el caso de Rafael López Castro, Germán Montalvo, Alejandro Magallanes, así como Gaby y Luis Rodríguez Valencia. Su labor continúa con una nueva generación que ha incorporado la tecnología digital para generar nuevas posibilidades en el diseño de algunos productos tradicionales, hasta dominar nuevas aplicaciones en infografías, en aplicaciones para dispositivos móviles e incluso en lo que hoy llaman diseño integral, que promueve un conjunto de productos, identidad de marca, difusión e interacción con segmentos de la sociedad que podrían relacionarse con ese servicio.

Otros diseñadores, gráficos e industriales, se han acercado con éxito al medio de la museografía, un área que antes dominaban otros profesionistas, para colaborar en prácticamente todo el proceso de concebir y producir exhibiciones museográficas destinadas a un número de museos y centros culturales cada vez mayor en nuestro país.

Diseño con responsabilidad social

Hasta hace no mucho, cuando hablábamos del diseño socialmente responsable, nos referíamos a los diseñadores que colaboraban en el desarrollo de productos y servicios proyectados para servir a un gran número de ciudadanos. El diseño de un transporte público o el diseño del equipamiento necesario para las instalaciones de un aeropuerto,

como el de la Ciudad de México, son dos ejemplos de los programas de desarrollo en México y han mostrado la capacidad de los diseñadores para servir a miles de usuarios a través de soluciones que tienen como objetivo elevar la calidad de vida del ciudadano.

Además, desde hace algunos años tienen presencia algunos colectivos de diseñadores que han decidido orientar su profesión, para generar una cercana relación con comunidades que requieren la ayuda del sistema social para vivir mejor. Son diseñadores dispuestos a reorientar su vida profesional, concentrándose en lo que podríamos llamar un diseño afectivo, desarrollado con y para los que se benefician con proyectos identificados como colaborativos interdisciplinarios para grupos sociales como artesanos, campesinos o adultos mayores. Entre los más reconocidos, podemos mencionar al Colectivo Tomate, Huaje, Chachacha, Innovando la tradición y Colectivo 10500, grupos que han aprendido como una de sus estrategias principales la obtención de recursos de grupos financieros que otorgan préstamos y financiamiento, gobiernos locales, fondos federales o instituciones humanitarias internacionales para llevar adelante sus proyectos. Otros grupos, como los diseñadores de la comunicación gráfica, se concentran en el desarrollo de proyectos de difusión y promoción con el objetivo de crear conciencia o ayudar a la formación de diversos segmentos de la población.

El diseño y la alta producción

En el sistema productivo del país, son contadas las empresas que impulsan un sistema de innovación que utilice al diseñador profesional que trabaja en equipos interdisciplinarios para concebir y desarrollar nuevos productos para el mercado nacional y, en

ocasiones, para el mercado de exportación. Los mejores ejemplos hasta el momento, son Industrias MABE, que desde hace 70 años desarrolla y comercializa una extensa línea de aparatos electrodomésticos para el hogar, así como HELVEX y URREA, que producen muebles y accesorios para baño, pues solicitan la colaboración de diseñadores dentro y fuera de la compañía. En todas ellas, se ha logrado el objetivo de innovar en el diseño de las nuevas líneas de productos y crecer significativamente al posicionarse como empresas multinacionales con presencia en diversos países.

Los promotores del diseño

En los primeros años de las disciplinas del diseño en México, se presentaron condiciones importantes para impulsar esta profesión. Durante la década de los años setenta, hubo iniciativas específicas del gobierno en turno, que dieron como resultado el primer Centro de Diseño en el país y la fundación de otros organismos que promovieron el diseño de envase y embalaje, el uso de la ergonomía y la aplicación del diseño en proyectos como los nuevos aeropuertos de México o en las empresas paraestatales dependientes del gobierno federal, que en ese momento fueron los organismos que promovieron las nuevas disciplinas del diseño. A esto se sumó el inicio de las organizaciones gremiales como el Instituto Técnico Político de Diseñadores, el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México (CODIGRAM), la Academia Mexicana de Diseño y la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI), que con el paso del tiempo fueron disminuyendo su actividad hasta casi perder toda presencia en el entorno del diseño nacional. Después de esa experiencia, no se volvió a vivir el apoyo del Estado, hasta el inicio de este siglo, en que la expansión del diseño se ha empezado a manifestar con la organización de instituciones académicas, de despachos profesionales y organizaciones gremiales que han asumido la tarea de promover al diseño ante el reducido apoyo del sistema gubernamental.

En el 2007 el gobierno federal fundó ProMéxico, organismo responsable de fortalecer la participación de México en la economía internacional, si bien un destacado grupo de diseñadores como Alejandro Ramírez y Julio Frías fueron claves en el diseño de las actividades de promoción del diseño de ese organismo, es cierto que a inicios del 2019 el gobierno federal decidió cerrarlo por su baja rentabilidad.

En los últimos años se han presentado nuevas organizaciones que han iniciado la promoción y el financiamiento para proyectos de



▲
Fig. 3

Diseño de taburete por Fray Gabriel Chávez de la Mora.

innovación y diseño, como Mexican Innovation and Design (MIND), con sede en Guadalajara, que alberga en sus instalaciones diferentes *clusters* de empresas como industrias creativas de Jalisco, México, Innovación y Diseño, que sostiene al Design Innovation Center (dicenmx) en la misma sede. En el mismo sentido, en 2014 se inició el Programa Puebla, Capital de la Innovación y el Diseño, proyecto por el que en 2015 la ciudad de Puebla fue designada como Ciudad Creativa del Diseño por la UNESCO. Habría que agregar que, en 2008, el diseñador Julio Frías dirigió la creación de la organización gremial Diseña México, integrada por académicos, diseñadores y empresarios que buscaban promocionar el uso del diseño como elemento estratégico de competitividad y que, en 2016, se consolidó con el inicio del Premio Nacional de Diseño: Diseña México.

Algunos de los últimos acontecimientos en la promoción de la cultura del diseño, ha sido el nombramiento de la Ciudad de México como Capital Mundial del Diseño 2018, otorgado por la World Design Organization (WDO), promovido y organizado por el grupo Design Week y también la designación de la Ciudad de México como Ciudad del Diseño en 2018 por la UNESCO. Junto a ellos, hoy se han constituido grupos de profesionales que organizan eventos anuales para la promoción del diseño, como el Abierto Mexicano de Diseño, el Design Week México y el Premio Diseña México, que sin duda hoy son los más importantes, acompañados de otros encuentros como DECODE en Monterrey, Gran Salón México, OFF CDMX, Mextrópolis, y un número importante de eventos organizados por universidades en diversas ciudades del país.



▲

Fig. 4

Diseño de tren ligero por Jorge Gómez Abrams.

La difusión del diseño

Desde los años setenta se han impulsado revistas para difusión del diseño como *Magenta* y *México en el Diseño*, las más antiguas, que en pocos años desaparecieron por la imposibilidad de sostenerlas como empresas independientes. En los años noventa, la revista *Matiz* fundada por Álvaro Rego ocupó un espacio propositivo dentro del gremio del diseño gráfico, sin embargo, hoy en día, la única revista impresa que se ha sostenido en el mercado editorial es *a! Diseño*, que desde 1991 ha impulsado el diseño. Hoy encontramos otras revistas como *México Design*, *Glocal Design Magazine* y hasta hace poco tiempo la revista *CÓDIGO*, además de revistas extranjeras con edición especial preparadas en México, tal es el caso de *Domus* o *Interno*, que tienen presencia en el medio del diseño diversificando su contenido al incluir temas relacionados con los diferentes diseños e incluso la arquitectura. Ante el rápido desarrollo de las redes de internet y la informática, algunas publicaciones han tenido que replantear su medio de comunicación, ofreciendo también una versión digital para consulta en dispositivos electrónicos.

Conclusión

Es innegable que el diseño en México está viviendo una expansión y una diversidad evidente, si revisamos la actividad que los estudiantes y profesionales están llevando a cabo actualmente. En resumen, si analizamos la labor del diseñador en nuestro contexto desde un punto de vista conceptual, encontramos a aquellos que proyectan y desarrollan productos para el estilo de vida del ciudadano; a los que crean para el consumo masivo; a los que buscan soluciones apoyadas en un diseño socialmente responsable; a los que buscan innovar utilizando las nuevas tecnologías que prometen un futuro mejor; a los que colaboran con los medios de difusión y comunicación.

Como podemos ver, el diseñador ha impuesto su presencia en múltiples espacios del desarrollo social en el país y se ha internacionalizado con propuestas para proyectos y negocios, en interrelación con otros profesionales dentro y fuera del país y compitiendo en condiciones similares, gracias al acceso a la nuevas tecnologías y a la información especializada, para obtener premios internacionales de prestigio o contar con productos que son comercializados en mercados internacionales.

Asimismo, como ya lo he dicho, hoy existe un número importante de diseñadores que han orientado su trabajo hacia los ciudadanos y comunidades que requieren la ayuda de la sociedad para vivir mejor, no sólo en México, sino también más allá de nuestras fronteras en una interrelación con otros diseñadores y organizaciones que tienen la posibilidad de ofrecer soluciones apoyados en los recursos, mecanismos y estrategias que logran la respuesta de los sistemas de gobierno.

Al final, debemos aceptar que, en nuestro entorno, la profesión del diseño es heterogénea, versátil y flexible, pues se presenta como una disciplina influida por los cambios de un mundo globalizado que ha impuesto una sociedad de consumo dispuesta a penetrar cada vez más en los gustos y las necesidades del ciudadano. Si el diseñador es una pieza importante en la creación de la cultura material que nos rodea, entonces también debe ser un profesional con la conciencia necesaria para ayudar a construir un mundo mejor. ►