



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

**“SINCRETISMO Y SÍNTESIS EN LA OBRA DE IKKO TANAKA Y
VICENTE ROJO: LA IDENTIDAD EN EL DISEÑO Y
LA COMUNICACIÓN VISUAL”.**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO Y
COMUNICACIÓN VISUAL**

P R E S E N T A:

PERLA MARINA DÍAZ GRAJALES

ASESOR: L.A.V. HÉCTOR RAÚL MORALES MEJÍA

CUAUTITLÁN IZCALLI, EDO. DE MÉX. 2005

m. 345752



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

U. N. A. M.

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLAN



Departamento de
Exámenes Profesionales

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
PRESENTE

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijares
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS:

Sincretismo y síntesis en la obra de Ikko Tanaka y Vicente Rojo:
La identidad en el diseño y la comunicación visual.

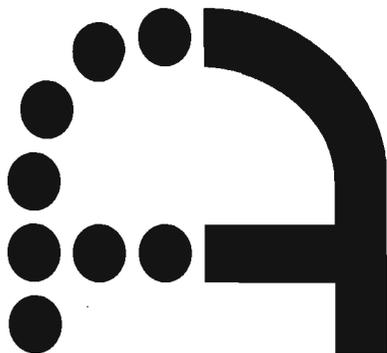
que presenta la pasante: Perla Marina Díaz Grajales
con número de cuenta: 09957355-7 para obtener el título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 5 de Noviembre de 2004.

PRESIDENTE	<u>L.D.C.G. Verónica Piña Morales</u>	
VOCAL	<u>L.A.V. Héctor Morales Mejía</u>	
SECRETARIO	<u>L.D.G. Aurora Muñoz Bonilla</u>	
PRIMER SUPLENTE	<u>L.D.G. Luis Oropeza López</u>	
SEGUNDO SUPLENTE	<u>L.D.G. Rocío Bravo González</u>	



GRADECIMIENTOS

A mis padres por toda la confianza, enseñanzas y el apoyo incondicional que siempre me han brindado.

A mis hermanos por todos sus consejos.

A Nubia y Yunuen por ser mis grandes compañeras.

A Nuvia y Almendra por todas las vivencias.

A Nasheli por estar conmigo en esta etapa; por ser una gran amiga.

A mi asesor Héctor Raúl Morales Mejía por su paciencia.

A las profesoras Verónica Piña Morales y Marina Pérez Vázquez por toda su ayuda.

A todos mis sinodales por brindarme un poco de su valioso tiempo.

Al maestro Miguel Hirata Kitahara que no forma parte de esta institución pero que sin su valiosa ayuda no habría sido posible completar esta investigación.

A la Fundación Japón en México.

Al director general de la revista cultural Archipiélago Carlos Véjar Pérez Rubio y a su editora Virginia Salvatierra.

"Lo verdaderamente importante y donde reside nuestra responsabilidad como comunicadores sociales está en los fines".

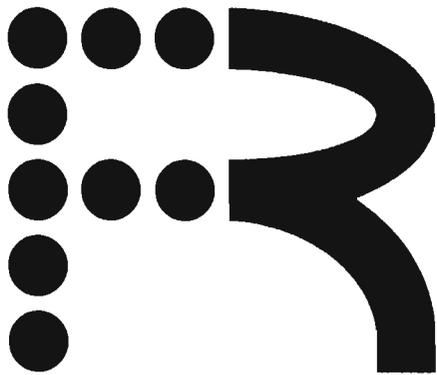
Fátima Fernández



NDICE

RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 1 BREVE HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO	12
1.1 Breve historia del diseño gráfico	13
1.2 Diseño gráfico en latinoamérica	17
1.2.1 Diseño gráfico en México	18
1.3 Diseño gráfico en el sudeste asiático	19
1.3.1 Diseño gráfico en Japón	21
CAPÍTULO 2 IKKO TANAKA Y VICENTE ROJO	23
2.1 Ikko Tanaka	24
2.2 Vicente Rojo	28
CAPÍTULO 3 SINCRETISMO Y SÍNTESIS	37
3.1 Síntesis	38
3.1.1 Orígenes del vocablo	38
3.1.2 Significado	38
3.2 Sincretismo	38
3.2.1 Orígenes del vocablo	38
3.2.2 Significado	39
3.3 Sincretismo en la antigüedad	39
3.3.1 Antigua Grecia	39

3.3.2 Sincretismo en Roma	40
3.3.3 Sincretismo en la Cristiandad	41
3.4 Rol social y político del sincretismo	42
3.5 Sincretismo y religiones modernas	42
3.5.1 Sincretismo religioso en México	43
3.5.1.1 Sincretismo en el arte popular mexicano	51
3.5.2 Sincretismo religioso en Japón	52
3.5.2.1 Orígenes religiosos en el Japón	52
3.5.2.2 Características religiosas	57
CAPÍTULO 4 CULTURA, GLOBALIZACIÓN, HIBRIDACIÓN	60
4.1 Orígenes del vocablo cultura	61
4.2 Cultura y sus significados	63
4.3 Globalización	65
4.4 Hibridación	69
CAPÍTULO 5 LA IDENTIDAD DEL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO	73
5.1 Identidad	74
5.2 Contexto e identidad cultural	75
5.3 Diseño y tecnología	76
5.4 Culturas híbridas y diseño	80
5.5 Problemática de la identidad en el diseño y la comunicación visual mexicana	83
CONCLUSIONES	88
ANEXO	93
BIBLIOGRAFÍA	108



RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación se centra en el establecimiento de los vínculos entre sincretismo y síntesis como factores de identidad en el ámbito del diseño y la comunicación visual. Para este fin se emplearon dos autores representativos de culturas distintas; Ikko Tanka y Vicente Rojo.

Se explica el término sincretismo y síntesis y su relación dentro de la esfera social para llegar a su conexión con el diseño y la comunicación visual.

La investigación consta de cinco capítulos, sus conclusiones y un anexo, en donde se presenta un análisis iconológico realizado a cuatro carteles (dos de cada autor).

En el capítulo 1 se narra, de manera breve, la historia del diseño gráfico, así como su nacimiento y desarrollo en las regiones de Latinoamérica y el sudeste asiático.

El capítulo 2 permite conocer quienes son Ikko Tanaka y Vicente Rojo, revisando su trayectoria y analizando sus particulares visiones mediante cuadros comparativos.

Dentro del capítulo 3 se trata lo referente al sincretismo y la síntesis. Orí-

genes, definición e identificación en las sociedades mexicana y japonesa.

El capítulo 4 proporciona los elementos necesarios para comprender y vincular a la cultura, globalización e hibridación con el concepto de identidad.

Para finalizar, en el último capítulo se recogen los anteriores conceptos ligándolos a la problemática de la identidad del diseño en México. El análisis iconológico presentado en el apartado anexo, tiene la finalidad de exponer como los elementos sincréticos influenciaron la obra de cada autor.

INTRODUCCIÓN

El diseño de la comunicación visual es parte de la historia y de la cultura. La historia se crea cotidianamente; es nuestra vida, memoria, y futuro. Estudiando y aprendiendo de la historia podemos ver los orígenes de las prácticas culturales y los valores de un país. Las naciones desarrollan un vocabulario del diseño único y distintivo. Mientras que es útil estudiar y ser influenciados por diseños de diferentes países, sin una identidad nacional, el diseño carece de autenticidad.

La originalidad se convierte en un prerequisite vital para los diseñadores; si un diseño no la presenta puede decirse que no es bueno; pero un diseño verdaderamente único y original es producto de una era, región y medio social. Diseño es el resultado de cambios continuos y mejoras del desarrollo cultural, es un barómetro del subconsciente y deliberado deseo humano por una vida mejor, es una herramienta de comunicación en la era moderna. Los humanos despliegan a través de una gran capacidad la creatividad, por tanto el desarrollo del diseño es un comportamiento típico de un movimiento cultural y de un crecimiento.

La búsqueda de la identidad es un tema que ha ocupado y caracterizado la reflexión y el debate que sobre los problemas culturales han hecho los intelectuales. Como elemento conformador de la identidad el sincretismo nos enfrenta

ante el reto de entender lo diverso, Ikko Tanaka y Vicente Rojo fueron el mejor vehículo para ubicar el sincretismo y la síntesis dentro del ámbito del diseño llevando a develar la gran problemática que surge al referirse a un diseño con identidad.

Por lo que el motivo de este trabajo es indagar el problema que presenta hablar de una identidad mexicana del diseño. México es un país multiétnico y multicultural con el reto de construir una nación en donde se encuentren incluidos los diferentes elementos, se debe enfrentar entonces haciendo uso de la complejidad que implica todo tipo de procesos. Innegable es, que la hibridación cultural y la globalización forman parte de nuestro contexto social inmediato que de manera creciente está condicionando el quehacer cotidiano de las personas, las empresas, las instituciones y aún el Estado.

BREVE

HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO



1.1 BREVE HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico es una forma de comunicación visual. Se ocupa de transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, medios digitales, audiovisuales, etc. No comienza a identificarse como tal hasta finales del siglo XIX, pero se le encuentra latente en las pinturas rupestres del paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a.C.

El ser humano ha tenido invariablemente la necesidad de comunicarse con sus semejantes, pudiéndose afirmar que si el hombre es el ser más avanzado de la naturaleza, se debe en gran parte a la facilidad para hacer partícipe a los demás sus ideas.

Las primeras formas comunicativas surgieron de elementos visuales. Antes de que desarrollaran capacidades de expresión mediante el lenguaje hablado, los hombres utilizaron su cuerpo para comunicar estados de ánimo, deseos e inquietudes a través de ademanes, expresiones y signos; con el tiempo adquirieron la condición de "lenguaje" al convertirse en modelos de comunicación.

Aunque el lenguaje hablado pasaría a ser el medio de intercambio de información más directo, el lenguaje visual siguió teniendo un importante peso en las relaciones comunicativas, sobre todo, a partir del uso de diversos materiales y soportes. Así lo demuestran multitud de dibujos en piedra y pinturas rupestres en las que se representan elementos naturales, actividades cotidianas y diferentes signos artificiales con significado propio. (Fig. 1)

La representación de ideas mediante grafos* experimentó su mayor avance con la aparición de los lenguajes escritos, que permitieron expresar cadenas estructuradas de pensamientos mediante un conjunto de elementos gráficos de significado propio dispuestos según una estructura definida, capaces de transmitir mensajes entendibles por la comunidad.

* Del griego *gráphein*, escribir.



Fig. 1



Fig. 2

Estos lenguajes escritos se basaban en la representación de elementos tomados de la naturaleza, a los que se les asignaba una interpretación particular, o bien, en un conjunto artificial de símbolos inventados: los alfabetos. Cada uno de estos signos aislados tenían a veces un significado incierto, pero unido a otros, permitían representar gráficamente el lenguaje hablado por cada pueblo o cultura. (Fig.2 pág. ant.)

Como soporte físico se utilizó inicialmente la piedra, posteriormente se buscaron otros tipos de materiales que permitieran una mayor facilidad de uso y una mayor portabilidad, como los papiros o los pergaminos. (Fig.3) También se empezaron a usar diferentes tipos de pigmentos naturales para realzar el colorido y la expresividad en las obras escritas y composiciones artísticas. Se ubicaron los diferentes elementos textuales y gráficos de forma armoniosa y equilibrada, destacando un mayor poder comunicativo, claridad y belleza. Estos componentes se distinguen en la confección de los incunables medievales elaborados en los monasterios, donde queda de manifiesto la importancia de la "forma" para transmitir un mensaje. (Fig.4)

El libro de Kells¹ es un hermoso y temprano ejemplo de diseño gráfico, incluso aceptable para los estándares actuales. Se trata de una Biblia manuscrita profusamente ilustrada, realizada por monjes irlandeses del siglo IX.

La introducción de los tipos móviles por Gutenberg hizo los libros más baratos de producir, aumentando su difusión. Los primeros libros impresos (incunables) marcaron el modelo a seguir hasta el siglo XX. (Fig.5 pág. sig.) El diseño gráfico de esta época se conoce como Estilo Antiguo (especialmente la tipografía que estos primeros impresores usaron) o Humanista, como la escuela filosófica predominante de la época. Tras Gutenberg, el diseño gráfico experimentó una evolución gradual, sin cambios significativos, hasta que a finales del siglo XIX, particularmente en Gran Bretaña, se hizo un esfuerzo por crear una división clara entre las bellas artes y las artes aplicadas.

Pronto empezaron a aparecer imprentas en las que se reproducían todo tipo de obras, cada vez más elaboradas. Se implementaron nuevos materiales como soporte, flamantes tintas e inéditos tipos de letras; trayendo consigo la aparición de unos profesionales especializados en su manejo: los tipógrafos y cajistas. Podríamos ca-



Fig.3



Fig.4

talogarlos, tal vez, como los primeros diseñadores gráficos, ya que se encargaban de componer y maquetar los diferentes elementos presentes en la obra de manera que resultara lógica, clara, armoniosa y bella.

Otro gran impulsor del desarrollo del diseño gráfico fue la Revolución Industrial. Surgieron las fábricas y la economía de mercado, un gran número de personas se desplazó a las ciudades a trabajar, aumentaron las tiendas y los comercios y empezó la competitividad entre empresas por hacerse con una parte del mercado. Con ello apareció y se desarrolló una nueva técnica comercial: la publicidad, encargada de hacer llegar a los consumidores mensajes específicos que les convencieran de que un producto dado era mejor que otros análogos. (Fig.6)

El desarrollo de la publicidad trajo consigo un avance paralelo del diseño gráfico y de los soportes de comunicación. Había que convencer al público de las ventajas de un producto o marca, y para ello nada mejor que mensajes concisos, cargados de componentes psicológicos, con diseños cada vez más elaborados, que se hacían llegar al mayor número posible de personas. El cómo se transmitía la información llegó incluso a superar en importancia a la misma información transmitida. No se trataba de presentar mensajes visuales bellos, sino efectivos, que vendieran, y para ello no se dudó en realizar grandes inversiones, haciendo posible un gran avance en las técnicas de diseño y la aparición de profesionales dedicados exclusivamente a desarrollarlas y ponerlas en práctica: los diseñadores gráficos.

El diseño de principios del siglo XX, al igual que las bellas artes del mismo período, fue una reacción contra la decadencia de la tipografía y el diseño de fines del siglo XIX. El símbolo de la tipografía moderna es el falto de serifa (también llamado palo seco) inspirada por los tipos industriales de finales del siglo XIX. Destacan Edward Johnston, autor de la tipografía para el Metro de Londres, y Eric Gill. A mediados del siglo aparecen las computadoras, máquinas inicialmente destinadas a un grupo reducido de técnicos y especialistas, que con la aparición de la computadora personal extiende su uso en todos los ambientes y grupos sociales.

La computadora es útil porque permite el uso de programas informáticos capaces de realizar multitud de tareas. Pero estos programas tienen una estructura interna muy compleja que



Fig.5



Fig.6

la mayoría de las veces va más allá de los conocimientos que poseen los usuarios. Se crea entonces, un elemento intermedio denominado "Interfaz de Usuario", cuya misión era aislar a éste, de las consideraciones técnicas y procesos internos de los programas permitiéndole realizar de una forma mas "amigable" sus tareas. (Fig.7)

En sus principios, estos programas se manejaban de forma textual, con instrucciones crípticas, que dificultaban enormemente la resolución de tareas. Surge así, la "Interfaz de Usuario Gráfica" o GUI por sus siglas en inglés.

La labor de diseñar estas GUI correspondió inicialmente a los mismos programadores que desarrollaban las aplicaciones, pero pronto se vio que el concepto de interface no se correspondía con la que necesitaban los usuarios finales. Hacía falta profesionales del diseño que se encargaran de concebir las interfases.

Durante el siglo XX, los medios de comunicación aportaron con su desarrollo tecnológico un mayor control del proceso gráfico a los diseñadores.

El surgimiento de Internet (red de computadoras conectadas globalmente) presenta un nuevo desafío, como el caso del protocolo de distribución de información WorldWideWeb (W.W.W.), acelerando la evolución del diseño gráfico a nivel mundial. Las páginas web son documentos electrónicos con enlaces de hipertexto o hipermedia que posibilitan la navegación virtual por las informaciones disponibles en Internet. Hasta 1993 la labor de crear páginas web estuvo reservada a los técnicos en informática que sabían manejar las etiquetas códigos HTML (Hypertext Markup Language/Lenguaje de Marcas de Hipertexto), necesarios para la composición de los elementos de presentación visual, y por este motivo las páginas presentaban fondo gris, texto y alguna decoración.

Con la incorporación de nuevas tecnologías y la llegada de los primeros editores HTML, la web posee ahora mucho más colorido en sus fondos y también diferentes texturas, botones, barras y una infinidad de íconos. La W.W.W. es un nuevo y complejo campo para el diseño gráfico, permitiendo múltiples posibilidades como incrustar imágenes, (fijas o animadas) video, fotos, gráficos y textos en un ambiente interactivo. Dreamweaver y Front Page son reconocidos programas para la realización de páginas web. (Fig.8)

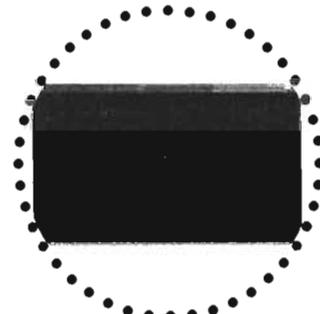


Fig.7



Fig.8

1.2 DISEÑO GRÁFICO EN LATINOAMÉRICA

El diseño gráfico latinoamericano constantemente desafía la mezcla de las culturas con las que se originó. Elementos tomados de Europa, raíces indígenas nativas e influencias occidentales modernas se encuentran entremezclados de una manera creativa.

En Cuba se disponía de una larga tradición en diseño gráfico aplicado al consumo, probablemente la más antigua de Latinoamérica, antes de mediar el siglo XIX disponía de talleres litográficos y de una práctica aceptable en el procedimiento inventado en Alemania, acercando por primera vez a un país sudamericano a uno de los países más desarrollados de la vieja Europa. La historia del diseño cubano en litografía la escribió Francisco Murtra, la de la tipografía José Mora y la del cartelismo (y por extensión, de todo el diseño gráfico) Félix Beltrán. (Fig.9)

Colombia es uno de los países con mayor tradición histórica en el campo de las artes gráficas, la obra impresa más antigua del país data del siglo XVII. La figura colombiana más relevante es David Consuegra (Fig.10) quien fundó un grupo en la Universidad de Bogotá brindando su experiencia y talento. Otros representantes del diseño en Colombia son Marta Granados, Antonio Grass y Dicken Castro.

El primer periódico editado en Venezuela en 1808, marca los orígenes de la imprenta en este país. Un grupo de diseñadores y artistas tuvo la iniciativa de mejorar el diseño en los sellos de la Administración de Correos, con la consiguiente mejora a la calidad del diseño nacional. Cabe destacar a Gerd Leufert quien se estableció en Caracas y fue autor de 26 sellos para la Administración de Correos y es calificado como el padre del diseño gráfico venezolano. Y M.F. Nedo es el segundo pionero moderno del diseño venezolano quien inició su larga e intensa colaboración con Gerd Leufert en la agencia de publicidad McCann Erickson.

En Perú el verdadero pionero del diseño gráfico moderno es Claude Dieterich (1930), quien después de trabajar en París en diversas



Fig.9



Fig.10

agencias de publicidad y en el diseño de revistas, se establece en Lima implementando las influencias europeas en el diseño gráfico contemporáneo de América Latina. (Fig.11)

La tipografía llega tarde a Brasil, a pesar de esto el establecimiento de las sucursales de las grandes agencias de publicidad americanas, que coincide con el primer gran desarrollo industrial y mercantil del país, permite la introducción de las más modernas formas de producción industrial, con lo que los brasileños aprenden a diseñar anuncios publicitarios en 1940. El origen del diseño gráfico brasileño puede determinarse por medio de los pioneros Aloisio Sergio Magalhaes y Alexandre Wollner. En 1962 se inauguró en Río de Janeiro la primera Escuela Superior de diseño Industrial, la cual ha contado con profesores de altísimo nivel como Gui Bonsieppe.

En Argentina prevalece una fuerte influencia francesa, los mejores cartelistas argentinos de la historia son Arnaldi y Valerian Guillard. En los años sesenta este país era la primera potencia de América Latina en la edición de libros y otros materiales de lectura como por ejemplo, los diarios. Sin embargo, la ilustración es la especialidad en la que los argentinos han tenido mayor proyección, destacándose Castagnino, Sabat, Quino, Mordillo y Tomás Maldonado.

1.2.1 DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO

El primitivo diseño gráfico se remonta a los códices; (Fig.12) no obstante el desarrollo de las artes gráficas en México comienza gracias al grabado. El italiano Juan Pablos instaure la primera imprenta en la época colonial (1539).

Fray Juan de Zumárraga es el autor del primer libro impreso en América, casi doscientos años antes de la famosa Biblia de Gutenberg de América Latina impresa en Argentina. Durante el siglo XVIII se ocuparon básicamente de reproducir imagerie religiosa, poco después en 1830, la litografía se ocupó también de esos menesteres añadiendo sátiras de costumbres y caricaturas políticas en periódicos similares a los europeos. Manuel Toussaint² refiere que la introducción de la litografía se debe al escritor de comedias Manuel Eduardo de Gorostiza. Él, ayudó al italiano Claudio Linati a obtener los fondos para establecer su taller en México (1825)



Fig. 11



Fig. 12

a cambio de enseñar esta técnica gratuitamente. Su breve estancia en nuestro país dejó huellas. Sus discípulos José Gracida e Ignacio Serrano fueron los encargados de difundir esta técnica que tuvo una mayor propagación en comparación con la del huecograbado.

"[...] La obra del insigne xilógrafo José Guadalupe Posada, por ejemplo, hay que enmarcarla en la historia del diseño gráfico. Por varias razones [...] José Guadalupe Posada, solo, fue capaz de hacer una producción casi tan abundante y variada como lo fue la francesa [...]"³ (Fig. 13)

Otros artistas gráficos de gran relevancia además de José Guadalupe Posada, fueron: Leopoldo Méndez (fundador del Taller de la Gráfica Popular), Francisco Díaz de León y Gabriel Fernández Ledesma (se empeñaron en crear un estilo mexicano en el libro y en el cartel), Miguel Prieto (su trabajo más destacado fue México en la Cultura suplemento dominical del diario Novedades), Vicente Rojo (junto con otros exiliados españoles fundan la imprenta madero), entre otros. En la década de los 60's surge el despacho de diseño Cartón y papel.

En el ámbito institucional de la enseñanza del diseño en 1935 don Manuel Rodríguez Lozano instaura la carrera de Técnico en Dibujo Publicitario en la Academia de San Carlos; No es sino hasta 1968 cuando se otorga reconocimiento oficial a nivel licenciatura a la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad Iberoamericana. En 1973 la Universidad Nacional Autónoma de México eleva a rango de Licenciatura el antiguo programa de Técnico en Dibujo Publicitario.

1.3 DISEÑO GRÁFICO EN EL SUDESTE ASIÁTICO

La historia del diseño gráfico en China parte de las muchas innovaciones que aportaron: la caligrafía, el papel y la imprenta. La caligrafía es un antiguo sistema de escritura puramente visual desprovisto de alfabeto. Inicialmente desarrollaron los sustantivos comunes, después se agregaron caracteres que expresaban los sentimientos, colores, etc. Estos caracteres se conocen como logogramas,⁴ (Fig. 14) no tienen rela-



Fig. 13

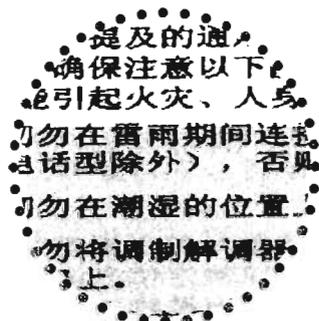


Fig. 14

ción con el lenguaje hablado porque nunca se separaron en signos silábicos. Por ello los diferentes dialectos que se hablan en China se escriben con los mismos logogramas. Los japoneses los adoptaron para su lenguaje escrito.

El proceso de fabricación del papel inventado por los chinos cambió hasta el siglo XIX, en Inglaterra donde se mecanizó su producción, además se incorporó el uso del almidón o la gelatina para endurecer y fortalecer el papel.

La imprenta fue la más grande de las invenciones en la historia de la humanidad. Inventada por los chinos quienes realizaron una impresión en relieve. Un alquimista chino llamado Pi Sheng fue quien desarrolló el concepto de tipo móvil pero su uso nunca se generalizó en Asia, debido a los miles de caracteres que conforman sus sistemas de lenguaje. (Fig. 15)

Vietnam experimentó una dramática transformación a mitad de la década de los 90's. El austero régimen soviético fue cambiado por una sociedad vibrante y dinámica. Sin embargo, la vieja tendencia y la nueva mente abierta coexistían confortablemente. El diseño gráfico tiene una larga historia en Vietnam. Todo el dinero circulante desde la India hasta China fue diseñado e impreso en Vietnam. El país es célebre por sus excelentes diseños de estampillas, propaganda, carteles, publicaciones finas y excelente calidad fotográfica. Después de que el país abrió sus puertas al crecimiento económico, fue inevitable la rápida acogida a las agencias de publicidad. (Fig. 16)

El diseño gráfico en Tailandia no podría ser muy diferente, es una sociedad en la que todo se acepta. Con una población multicultural (mezcla de chinos e hindúes) el sentido del humor y la ironía permean la publicidad. Tailandia es conocida como la tierra de la alegría. Esto se refleja en la publicidad y el diseño. Su entorno despreocupado y animoso se evidencia en las tiendas cuyos nombres aluden a su carácter. (Smaller & Better Design, Blind Co.) Los diseñadores se inspiran en ese sentido del humor para crear sus propuestas.

Al igual que en Vietnam, la industria de la publicidad se impone; gran cantidad de diseñadores gráficos apoyan a los directores de arte.

El campo es altamente competitivo. Tailandia ha experimentado una revolución en la industria fílmica y un boom en la musical, de modo que los diseñadores se han ocupado en trabajar

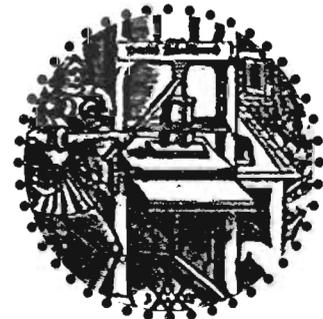


Fig. 15



Fig. 16

para dichas áreas. Irónicamente, el diseño gráfico de más calidad está vinculado en forma directa con las crisis financieras.

Las Filipinas es un país que pasa desapercibido por parte de sus vecinos países, esto es debido a su ubicación geográfica y a que se ha proclamado como la única nación cristiana de Asia. No obstante la población indígena del sur es musulmana.

Nuevamente la industria de la publicidad impera. El consumismo es lo que ha logrado un florecimiento del diseño gráfico. Como características inherentes en los Filipinos encontramos el gusto por las artes y la música llevándolos a producir excelentes trabajos en diversos ámbitos artísticos. Desgraciadamente es una sociedad que no reconoce el trabajo del diseño gráfico. Muchos diseñadores emigran a los Estados Unidos para prepararse más o al Medio Oriente para trabajar. En años recientes, los diseñadores web se han desarrollado activamente.

La Historia del diseño gráfico en Corea empieza cuando en los 70's el desarrollo económico y comercial provoca un boom de la publicidad. Antes de esta etapa, el diseño se consideraba solo como simples ilustraciones. Las universidades empiezan a atender la demanda creciente por diseñadores que fueron catalogados como un sinónimo de publicistas. Es hasta los 80's cuando el rol del diseño toma forma. (Fig.17)

En estos países, como en muchos otros, se encuentran grandes obstáculos para el desarrollo del diseño gráfico. Los clientes no comprenden la diferencia entre los servicios ofrecidos por las agencias de publicidad y las agencias de diseño. La tecnología avanza rápidamente pero los clientes no tienen la comprensión ni el entendimiento por lo que el diseño permanece muy limitado. Se carece del conocimiento hacia los derechos de autor. Y muchos diseñadores luchan contra las tendencias de occidente tratando de rescatar un diseño más autóctono.

1.3.1 DISEÑO GRÁFICO EN JAPÓN

Se puede establecer un origen primigenio del diseño en los escudos familiares japoneses llamados monsho (Fig. 18) que fueron utilizados para identificar las posesiones familiares, en el siglo X (tradicción que continuó y se modificó hasta nuestros días). El Ukiyo-e o estampa japonesa (siglos XVII y segunda mitad del XIX); escuela de pintura que evolucionó a una de graba-

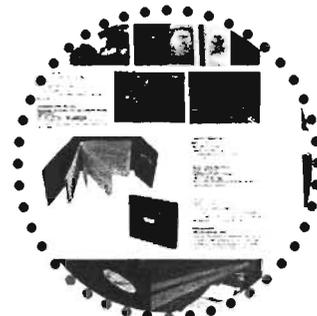


Fig.17



Fig.18

do sobre madera. Su nombre significa "Pintura del mundo flotante", o bien pintura de la vida que cambia. Su base era la captación del momento. Existieron diversas escuelas (Torii, Haronubu, etc.) y géneros (mujeres bellas (Fig. 19), flores y pájaros, etc.) Los artistas mas destacados fueron Haronobu, Kiyonaga, Hiroshige, Utamaro y Hokusai.

Después de un lapso de casi dos siglos sin algún hecho notable en el siglo XIX se establece la publicidad promovida por dos compañías cigarreras. Ya en el siglo XX se erige la primera agencia de publicidad Japan Telegram and News Agency.

El diseño gráfico en Japón se consideró como tal a partir de la contratación de un extranjero (Raymond Loewy) para elaborar una cajetilla de cigarrillos llamados "Peace" (1952) durante el período de la posguerra.

Destacados diseñadores japoneses han sido Yusaku Kamekura (autor del logotipo de la empresa Nikon), Hideo Mukai (introdujo la línea Prince Skyline para Nissan), Kazumasa Nagai (diseñó el símbolo olímpico Sapporo 1972), Ikko Tanaka (desarrolló la imagen corporativa de las tiendas Seibu Saison), Tadanori Yokoo (co-fundador del Nipon Design Center), Shigeo Fukuda (su estilo es juego e ilusión visual) entre muchos otros.



Fig. 19

NOTAS AL CAPÍTULO I

¹ <http://en.wikipedia.org>

² Toussaint, A. Resumen gráfico de la historia del arte en México. Ed. Gustavo Gili, México, 1986, p. 132.

³ Satué, Enric. El Diseño Gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días. Ed. Alianza, Madrid España, 1992, p. 43.

⁴ Meggs, Philip. Historia del diseño gráfico. Ed. Mc Graw Hill, México, 2000, p. 17.



IKKO TANAKA Y

VICENTE ROJO



2.1 IKKO TANAKA

Actualmente el diseño gráfico japonés se reconoce por la calidad y propuesta de sus creadores. Han desarrollado conceptos y estilos propios con ideas tan variadas como sus personalidades. Lo más relevante de su trabajo es la búsqueda de la autenticidad.

Pertenece a la generación de diseñadores japoneses contemporáneos encontramos a Ikko Tanaka. (Fig.20) Su obra gráfica es reconocida por estar impregnada del arte tradicional japonés, conjuntando ideas provenientes de oriente y occidente sin abandonar el principio de identidad.

Nace el 13 de enero de 1930 en Nara, Japón. Realizó estudios de diseño textil en la ciudad de Kyoto. Debido a la crisis después de la segunda guerra mundial es despedido; abandonando este oficio. Ingresó en el periódico Sankei de la ciudad de Osaka como asistente de escenografía. En 1953 realiza uno de sus carteles más famosos titulado: orquesta típica Canaro. (Fig.21) Pero es hasta 1958 que el trabajo de Ikko Tanaka se reconoce internacionalmente con la serie de carteles para el teatro Noh. (Fig.22 sig. pág.)

Su mayor influencia más allá de la Bauhaus, el constructivismo y el Art Nouveau ha sido el arte tradicional japonés; principalmente el Ukiyoe, Rin-pa*, y el budismo Zen (empleado en la ceremonia del té), el teatro Noh y el Kabuki. Para poder establecer y comprender los "lineamientos" que se encuentran presentes en sus carteles (y en la totalidad de su obra) es necesario hablar de la personalidad de Tanaka, de su manera de ver el diseño en la vida cotidiana.

Ikko Tanaka fue un hombre de múltiples talentos orientados siempre a la creación artística; para él era de suma importancia —una suerte

* *Rin-pa* o *Rimpa* (Kourin-ha o Escuela de Korin): Estilo pictórico iniciado en el Japón por Koetsu Hon-ami (1558-1637), gran artista del siglo XVII. Dicho estilo, caracterizado por lo decorativo y los colores vivos, fue revivido en el siglo XVIII por Korin Ogata (1658-1716) y su hermano y discípulo Kenzan Ogata (1663-1743) Korin se distinguió también en el arte de la caligrafía y del laqueado y su estilo fue imitado por muchos de sus discípulos.



Fig.20



Fig.21

de reto- lograr que sus creaciones se tornaran masivas. Alcanzar una comunicación que fuese mas allá de ser algo puramente artístico, sino mas bien, utilitario (su aceptación por los principios de la Bauhaus). Con la reapertura hacia occidente por parte de Japón, llegaron a él los conocimientos acerca de lo que sucedía en Europa respecto de movimientos y escuelas artísticas. Un atributo de la cultura japonesa es el saber fundir sus tradiciones, ideas y costumbres con las procedentes de occidente. Su filosofía de vida es en parte responsable de ello; cuando esta armonía se vio amenazada, no dudó en rechazarla. A pesar del legado histórico japonés, se consideran un pueblo de "tolerancia", bien en las artes como en la naturaleza. Prueba fehaciente es la diversidad religiosa que profesan sus habitantes. Tienden a la simplicidad y al minimalismo con creaciones que refieren depuración, finura y belleza. Suponen al espíritu y al infinito en una sola entidad que deriva en una simplicidad intuitiva y una simbólica. Para Tanaka el diseño de la comunicación visual es reconocido desde la antigüedad, "[...]como ejemplos de este diseño incipiente, se encuentran los carteles hechos por pintores japoneses después de la segunda guerra mundial".¹

El diseño regía la vida de Tanaka en una forma categórica. Siendo determinante en ella, la misma se regía "por y para el diseño" –afirmaba-. Sin embargo refería que su trabajo era un producto que respondía las necesidades del cliente. Tenía su propio estilo aunque él no lo llamaba de esa manera. Sabía muy bien la diferencia entre lo que es un trabajo puramente artístico de lo que es un diseño. Sin embargo el diseño de la comunicación visual es una actividad de dos caras. Una artística y la otra lucrativa. Artística porque se trabaja tomando las referencias de la expresión que proporcionan las artes; lucrativa por que se realiza para alguien más y es ahí donde las ganancias se hacen presentes. No obstante y por muy contradictorio que parezca, Tanaka buscó eliminar esa delgada línea que separa el arte del diseño. Tal vez para la ideología occidental sea algo complejo de comprender. Primeramente se debe remontar a los antecedentes históricos del arte de Japón. Para quienes el "arte" nunca dejó de lado la utilidad en la vida diaria, o sea que lo artesanal y lo decorativo se empleaba por ejemplo en la ceremonia tradicional del té. Estos principios mucho tiempo después fueron los impulsores de la Bauhaus. Así desde épocas muy antiguas existe un dicho que declara: "Las artes ayudan a la vida". Ello explica porque la dualidad en el pensamiento de Tanaka, su propia cultura nunca ha visto al

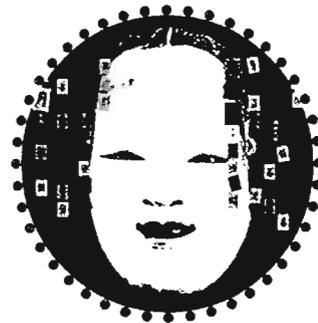


Fig.22

arte y al diseño tan separados a pesar de saber que una actividad es lucrativa y la otra no.

La sociedad japonesa ha integrado siempre las artes en menor o mayor grado a la producción de objetos. En consecuencia las grandes empresas apoyan al diseño no solo porque representa mejores ganancias, sino porque lo consideran una actividad encargada de difundir la cultura. Esas compañías como el grupo Seibu Saison* poseen y sostienen reconocidos teatros y museos. Incluso sus tiendas departamentales auspician y exponen ahí mismo diseño, arte académico y popular tanto antiguo como moderno y no solo de oriente sino también de occidente.** También financian todo tipo de publicaciones encaminadas a difundir la cultura japonesa y mundial. Es por ello que en Japón el diseñador goza de un cierto status (no tanto al referente económico) sino al de ser considerada una profesión de suma importancia, algo que en México no se da de igual forma. Debido a esto Tanaka junto con otros diseñadores y bajo el auspicio de una importante compañía abrió la galería gráfica giza (ggg) un espacio gratuito en donde se exponen trabajos de diseñadores locales reconocidos mundialmente y de diseñadores extranjeros. (Fig.23)

Ikko Tanaka refería que sus obras son una fusión de lo "artístico", "lo artesanal" y lo "decorativo" pero enfocado hacia lo moderno. Otro aspecto importante de la obra gráfica de oriente es que no se pretende comunicar el todo. No como sucede en occidente en donde el mensaje es totalmente directo y revelador. Ya que para ellos la comunicación funciona mediante el principio de la resonancia; en el cual el receptor es el encargado de completar el mensaje. Ello se pone de manifiesto en las corrientes estilísticas orientales, donde la resonancia es:

- *Reciprocidad.* Proveniente de la relación experiencia-percepción que se da entre emisor y receptor.
- *Ritmo vital.* Que son continuidades y discontinuidades, pautas y pulsos formales que indican estados de ánimo y sentido.

* Cadena de tiendas departamentales muy famosa en todo Japón.

** Si bien en Japón existen múltiples galerías y espacios destinados al diseño donde se pueden conocer diversas perspectivas y propuestas México cuenta con la Galería Mexicana de Diseño, donde se puede encontrar diseño industrial, de la comunicación visual, automotriz, textil y de moda.



Fig.23

- *Reticencia y sugestión.* Es decir, la estructura de la obra, sus trazos y espacios (ocupados o no) como pistas de significación.
- *Fragmentación.* Indica el todo con una sola parte.
- *Vacuidad.* El espacio vacío como generador o complemento de la forma representada.²

Su obra es una mezcla, una fusión que buscaba integrar las influencias extranjeras con las nacionales. Hacía uso de las formas y de los planos como núcleo de su trabajo. Aunque no todas sus obras se consideran iguales; para su elaboración empleaba una estructura en red, planos vibrantes llenos de color y diversos tipos de contraste: el cálido-frío, el de un solo color contra otro, el de color en sí mismo, así como las diferentes gamas de los colores análogos. En sus creaciones proyecta tensión, tanto de discontinuidad y continuidad, una mezcla de delicadeza y articulación, de lirismo y de rectitud, de sensibilidad e intelectualidad. Su "táctica" para trabajar si es que así se puede llamar consistía en capturar una imagen acorde al sentimiento o percepción. Evaluando el tema también desde un punto de vista intelectual, él quería que sus obras fuesen frescas e inéditas, lográndolo mediante un apego del tema a tratar para poder trascenderlo.

Sería sumamente pretencioso decir que es él más grande diseñador del Japón; existen otros diseñadores igualmente importantes por los trabajos que han realizado. No obstante la sensibilidad de Tanaka logró que su obra gráfica y su cultura tradicional fueran conocidas en diferentes partes del orbe, incluido México. Logró contradecir la estética del diseño oriental y el occidental y sus "combinaciones" no cayeron nunca en el llamado japonismo* ni tampoco en una falsedad de lo que es propiamente occidental. Al contrario extrajo lo que consideró lo mejor de cada una de ellas obteniendo un diseño lleno de vitalidad.

La occidentalización no provocó que Tanaka dejara de lado su riqueza cultural como sucedió

— — — — —
 * *Japonismo.* Es una invención específicamente europea, de la que sobre todo Alemania y Francia se disputarían el origen. Consiste en la utilización, para dar un ambiente de evasión, exotismo y elegancia de objetos japoneses.

en algunas generaciones de diseñadores japoneses quienes al ver lo que era el mundo occidental decidieron abandonar sus raíces por considerarlas antiguas y propias de eras pasadas.

Su primer cartel impreso en 1953 lo llevó a evaluar distintos aspectos del diseño. Prestaba atención no solo al tema, sino a la tipografía, al modo de comunicar, etc. Se refería al diseño comparándolo con la gastronomía, decía que en ambos era igualmente importante el proceso y el resultado, no por que se necesite de una receta para crearlos sino porque su elaboración debe ser muy cuidadosa, pensada en función del espectador y con los requerimientos necesarios, ni más ni menos. En ambas se permite experimentar y si el resultado es satisfactorio el impacto en el público será mayor. Así, ese proceso será bueno en la medida en que alcance el objetivo deseado en el consumidor/espectador.

Ikko Tanaka utilizaba los adelantos tecnológicos pero solo como una herramienta más, no les confería "el poder creador". Esto es la computadora a quien la mayoría de la gente considera que es lo que hace a un diseñador, concepto totalmente erróneo.

VICENTE ROJO

Pocos exponentes mexicanos han logrado proyectar un diseño representativo del ámbito nacional; Vicente Rojo es uno de ellos. (Fig.24) Contemporáneo de Tanaka, comparten la idea de un diseño auténtico y bien elaborado que anime el disfrute sensorial. Nacido en Barcelona, España en 1932. Su infancia transcurrió en un entorno de guerra. Comenzó sus estudios de escultura y cerámica (1946) en la Escuela Elemental del Trabajo. Para 1949 llega a México con tan solo 17 años y obtiene la nacionalidad mexicana. Él refiere que aprendió el diseño gráfico al lado de Miguel Prieto, tipógrafo y pintor quien fue el encargado de desarrollar el moderno diseño de la comunicación visual en México. (Fig.25)

Es importante señalar que su formación artística y su posterior apasionamiento por el diseño de la comunicación visual han llevado a que Vicente Rojo sea uno de los diseñadores mexicanos más reconocidos. Su desarrollo en el campo del diseño editorial, ha sido fundamental en nuestro país.



Fig.24



Fig.25

Ha dedicado su vida a la creación artística no sólo como diseñador, también como pintor y escultor. Son famosas sus series de pintura: "Señales" (Fig.26) y su trabajo editorial. (Fig.27) Esa ha sido su necesidad vital, la conjunción de ambas profesiones. Dos pasiones en un corazón. Vicente Rojo es un trabajador incansable, ha expuesto numerosas veces sus pinturas y esculturas dentro y fuera de nuestro país; tanto individual como colectivamente. Actualmente se mantiene fuerte en la escena del diseño de la comunicación visual mexicano.

Resulta un tanto peculiar hablar de "lineamientos" en la obra de Vicente Rojo, pues este tuvo una formación de vida y no de academia; no obstante se encuentran presentes. Sus aptitudes artísticas aparecieron desde temprana edad (cuatro años) nunca se imaginó pintor o diseñador. Por aquellos años, ser zurdo no era bien visto así que ello junto al ambiente político español contribuyó a que su infancia y adolescencia transcurriera en tonos grises.³

Al llegar a México Vicente Rojo renace y se acerca al arte y a la cultura. Lo adopta como su país de origen, aprende su cultura y la hace propia. Se puede afirmar que Rojo es un artista en todo el sentido de la palabra; ello es resultado de su forma de pensar, de actuar, de su visión ante la vida y principalmente de su vocación de comunicador. Dicha comunicación se ha llevado a cabo mediante la pintura y el diseño. Así, con la pintura ha expresado sus sentimientos, su muy particular forma de ver el entorno que lo rodea y mediante el diseño ha logrado expresarse con y para los demás. Su vida gira en torno de las artes. Se ha desempeñado como pintor, escultor, escenógrafo, editor y diseñador. Ha sabido diferenciar muy bien el trabajo de una y otra profesión.

El arte para Rojo es: "Una posible salvación para el mundo"⁴ considera que si cada hombre se volviera un artista, un imaginador, un creador independientemente del área en la que se desempeñe se podrían evitar muchos conflictos. Aunque para ello se debe tener —en un particular punto de vista— cierta sensibilidad.

El arte ofrece un punto de vista único y personal del autor que se vuelve útil en la medida en que la gente lo entienda, de modo que rescate para sí lo que es provechoso a sus emociones. El diseño en cambio no transmite del todo la visión del creador, este es un intermediario entre el mensaje y el receptor. Comunica una idea general para una masa; sin embargo el diseñador deja en sus trabajos su estilo una especie



Fig.26



Fig.27

de visión de las cosas muy a su manera, como un "sello" que lo hace distinguirse de entre los demás; pero sin plasmar del todo sus gustos o visiones respecto al tema.

Para Vicente Rojo el diseño debe de aprenderse en el ambiente de la práctica y no en las aulas, sin que esto se confunda con los ahora llamados técnicos en diseño gráfico que solo hacen uso de la computadora sin analizar el contexto social, ni el público al que le será transmitido el mensaje. El diseñador para Vicente Rojo debe "saber de todo" y solo podrá crear algo si conoce a fondo lo que tiene a cargo y lo que se encuentra a su alrededor. Además debe ser una persona que tenga los pies en la tierra. Referente a que el diseño debe aprenderse en la práctica y no en las aulas, se debe a que considera innecesario permanecer cuatro o cinco años en las escuelas. Con un año bastaría, refiere. Sobre todo si se fomentara el hábito de la lectura y el de la cultura. Tal vez este punto de vista sea así por el gran maestro que tuvo (Miguel Prieto) quien le enseñó todo eso al mismo tiempo de realizarlo pero no de una manera virtual como en las escuelas, sino como trabajos 100% reales; y por la época, en la que no existía una carrera como tal y por lo tanto no se exigía el título universitario que respaldara dichos conocimientos. En tiempos actuales es muy común que cualquier persona se autotitule diseñador solo por saber utilizar ciertos programas de computadora y dibujar bien. De modo que el estudio en las aulas si es importante como forjador de profesionales en el área, contribuyendo al desarrollo del país.

Una gran problemática sobre este punto radica que en México las fuentes de empleo están más abiertas para quienes son técnicos. Es un sistema complejo ya que por un lado existen numerosas escuelas privadas que no capacitan adecuadamente y por el otro el hábito de la lectura y el acercamiento a la cultura no son fomentados en los niños y aun menos en los jóvenes. De modo que si se dejará al libre albedrío no se llegaría a ningún desarrollo del área.

Vicente Rojo considera al diseño una actividad lucrativa y artística. Lucrativa porque se vive de ella, sin embargo no se debe sobre valorar, es decir se debe notar claramente el fin del diseño, el resultado no que este quede por encima del mensaje que transmita. Y artística porque es una expresión, una manifestación propia de cada cultura y de cada individuo. Resulta irónico encontrar que ciertas corrientes de vanguardia no ejercieran una marcada influencia en él a pesar de conocerlas y de que sí se vislumbren rasgos de las mismas en sus obras. Él se autodefine

como hombre libre y su manera de expresarse a estado marcada por las circunstancias que ha vivido. A pesar de su gusto por las formas básicas no estaba influido directamente por los principios del constructivismo, aunque comparte con ellos el sentido dichas formas; es decir, estas como expresión del esqueleto o estructura de lo que se quiere representar y no por el sentido de utilidad, no lo maneja de la misma manera. Hay en su trabajo; principalmente en la pintura algo de figurativismo, abstraccionismo y expresionismo. Tanto en su pintura como en su diseño, sus influencias son variadas pese a no considerarse simpatizante de ningún movimiento de vanguardia. Del diseño tomó prestadas las formas básicas que recrea en su pintura a modo de esqueleto. Su principal influencia ha sido la cultura popular mexicana, sus tradiciones y su colorido.

El color ha sido de suma importancia en su vida (desde su infancia, él y su familia eran nombrados como "rojos" por simpatizar con las ideas comunistas, además de ser ese mismo adjetivo su apellido). Refiere que un color por sí solo no existe, se da únicamente cuando se le coloca junto a otro.

Su manera de ser, sencilla y honesta se ve reflejada en su trabajo, sin embargo para él la vida es efímera. No cree en la existencia de ningún dios, afirma que cada individuo es dueño de su vida y de su destino, de sus pensamientos y de sus acciones. Su obra es entonces una fusión, desde el punto de vista cultural mexicano; que es en sí mismo un mestizaje. Ha rescatado lo tradicional volviéndolo actual, ha producido algo novedoso.

Respecto a lo que llamamos su pasado cultural, los autores presentan fuertes influencias; Rojo, por ejemplo, del mestizaje que origina al mexicano. Y Tanaka de la filosofía y el modo de ver la vida al "estilo oriental".

Para ellos su pasado cultural enriqueció sus trabajos permitiéndoles presentar tanto un estilo propio así como la cultura de la que son partícipes. Ello se responde de la siguiente manera: primero siendo conscientes de que el producto del diseño de la comunicación visual es el de informar masivamente y que a diferencia del arte no puede presentar exclusivamente los sentimientos del autor. Segundo no se dejaron arrastrar por las llamadas modas ni por los modelos arquetípicos de sus respectivas sociedades.

En el primer cuadro (en la siguiente página) se muestra una cronología comparativa entre ambos autores; el segundo expone la filosofía del diseño que cada uno tiene y que sin saberlo comparten.

CRONOLOGÍA COMPARATIVA

DÉCADAS	IKKO TANAKA	VICENTE ROJO
	<p>Estudia diseño textil, Ingresa en el departamento de diseño de Kanebo Ltd.</p> <p>Forma el grupo "Club A" junto con otros diseñadores.</p> <p>Trabaja para Light publicity.</p> <p>Comienza la serie de carteles Sankei Kanze Noh.</p> <p>Diseño de la publicidad de Tokyo Rayon Co., Ltd</p>	<p>Realiza estudios de escultura, cerámica y de grabado.</p> <p>Asistente de Miguel Prieto en el INBA. Funda la revista Artes de México.</p> <p>Jefe de la Oficina de Ediciones del INBA.</p> <p>Colabora con la imprenta Madero.</p> <p>Diseñador gráfico de la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM.</p> <p>Director artístico de México en la Cultura.</p> <p>Primera exposición de Pintura.</p> <p>Cofundador de Ediciones Era.</p>
	<p>Creación de Nippon Design Center, Inc. Tokio.</p> <p>Director creativo, de Toyota Automobile Sales Co., Ltd., Tokio.</p> <p>Crea el estudio de Diseño Ikko Tanaka en Tokio.</p> <p>Colabora en el diseño de medallas y emblemas para los Juegos Olímpicos de Tokio.</p> <p>Diseña la cajetilla de cigarros "Long Peace" para la Japan Tobacco Corp.</p> <p>Es director creativo de la película "El mundo de Hanae Mori" diseñadora de modas.</p>	<p>Cofundador y director artístico de la revista La Cultura en México.</p> <p>Comienza su serie de pinturas Señales.</p> <p>Diseño gráfico de la Revista de Bellas Artes, INBA.</p> <p>Dibujos para Discos visuales de Octavio Paz.</p>

DÉCADAS	IKKO TANAKA	VICENTE ROJO
<p>70s</p>	<p>Creación del estudio tipográfico "Off Design" de Tokio, que diseña tipografía tanto japonesa como latina.</p> <p>Colabora con el diseño de la revista Taiyo (El Sol) dedicado a la escuela o estilo Rin-pa.</p> <p>Director creativo de la cadena de tiendas departamentales del Grupo Sibú (hoy Siebu Saison), Miembro del jurado JAGDA Se constituye como empresa corporativa el Estudio de Diseño Ikko Tanaka.</p> <p>Exposición individual "Serigrafías de Ikko Tanaka" en Kyoto, Japón.</p>	<p>Comienza su serie de pinturas Negaciones.</p> <p>Crea tipografías para la revista Plural y para las librerías del Fondo de Cultura Económica.</p> <p>Diseño gráfico de la revista Artes Visuales, del Museo de Arte Moderno, INBA.</p> <p>Comienza su serie de pinturas Recuerdos.</p> <p>Crea el diseño de la Gaceta del Fondo de Cultura Económica.</p>
<p>80s</p>	<p>Director artístico del evento sobre la moda llamado "Los seis mejores".</p> <p>Director artístico de la compañía Star Ballet Dancers, Aoyama Tower may, Tokio.</p> <p>Premiado por el diseño del emblema de la Tsukuba Science EXPO'85.</p> <p>Director artístico de la exposición "El arte popular del periodo Edo".</p> <p>Miembro del comité de planificación de la Galería ggg (Ginza Graphic Gallery).</p> <p>Exposición individual "El diseño de Ikko Tanaka".</p>	<p>Comienza su serie de pinturas y esculturas México bajo la lluvia.</p> <p>Realiza diseños para libros de El Colegio Nacional, Artífice de Ediciones, UNAM.</p> <p>Diseño gráfico de la revista México en el arte, INBA.</p> <p>Carpeta Lluvias de noviembre, poemas de David Huerta.</p> <p>Diseño gráfico del diario La Jornada.</p> <p>Diseño gráfico para el Homenaje Nacional a Rufino Tamayo.</p> <p>Carpeta Lluvias de papel, poema de Álvaro Mutis.</p> <p>Comienza su serie de pinturas y esculturas Escenarios.</p> <p>Diseña el logotipo del museo José Luis Cuevas.</p>

DÉCADAS	IKKO TANAKA	VICENTE ROJO
	<p>Planea y participa en la exposición "Los 100 mejores carteles del Japón".</p> <p>Organiza la exposición "La estampa japonesa 91" en Nagoya, Japón.</p> <p>Gana el Primer Premio en la Competencia Internacional del Símbolo de Marca, "La Frontera de Tokio", realizada en Tokio.</p> <p>Exposición individual "Obra gráfica de Ikko Tanaka" en Kanazawa, Japón.</p> <p>Conferencista de la II Conferencia Internacional de Diseño Gráfico Acapulco 94, Acapulco, Guerrero, México.</p> <p>Exposición individual "Ikko Tanaka, el arte del cartel japonés", en el Centro Cultural/Arte Contemporáneo, A.C., México, D.F., México.</p> <p>Fallece en enero de 2002</p>	<p>Preside el jurado internacional de la Primera Bienal Internacional del Cartel en México.</p> <p>Recibe el Premio Nacional de Arte y el Premio México de Diseño.</p> <p>Realiza una escultura de 7.5 metros de altura para el vestíbulo del Auditorio Nacional, México D.F.</p> <p>Recibe el premio de Excelencia en Diseño Gráfico que otorga la asociación internacional ICOGRADA.</p> <p>Es designado Creador Emérito por el Sistema Nacional de Creadores de Arte.</p> <p>Recibe la Medalla de Oro al Merito de las Bellas Artes, España.</p> <p>Realiza murales con azulejo en la estación Juárez 2 del tren ligero de Guadalajara.</p>

FILOSOFÍA DEL DISEÑO

IKKO TANAKA	VICENTE ROJO
Arte: Manifestación para sí mismo útil en la vida diaria. Capturación de la imagen acorde al sentimiento.	Arte: Punto único, personal. Útil si se le comprende y se vuelve provechoso a las emociones.
Diseño: Comunicación completada por el receptor. Calidad y claridad de la comunicación.	Diseño: Intermediario entre mensaje y receptor. Comunica una idea general a una masa.
Preferían la composición a la producción de objetos.	
El diseño:	El diseño:
Debe estar en contacto con la civilización	Mexicano tiene las raíces propias del arte mexicano.
No se trata de decir: "Quiero hacer esto". Se debe primero hablar con el cliente, conocer sus necesidades, conocer el tema.	Existe un proceso; se debe conocer el tema. Para ello se necesita información cultural, del medio político, conocer a quien va dirigido. Se debe pedir al cliente toda la información posible.
Buscaba integrar las influencias extranjeras con las nacionales.	Buscaba un equilibrio del texto con el diseño.
Hacía uso de los planos, estructuras en red, contrastes de color.	Empleo de una geometría rigurosa, en el sentido de los detalles. Reinventarse diariamente.
Tolerante, simplista, influido por el constructivismo, art nouveau, Bauhaus, ukiyo-e, Kabuki, ceremonia del té.	Influjo del constructivismo y la Bauhaus. Para obtener nuevos ejes y proporciones, mayor plasticidad. Arte tradicional mexicano.
Riqueza formal, herencia cultural, refinada sensibilidad.	Orden y aventura

Profundizó en el estudio de las formas simbólicas tradicionales comprendiendo su sentido y transmutándolo en su diseño.	Promueve el cambio en la concepción del libro y del cartel trascendiendo su función de información para obtener objetos bellos en sí mismos.
Acentuación de los espacios vacíos (como en la música), caligrafías generadoras de atmósferas e imágenes naturales.	La solidaridad con el espectador se da mediante una renuncia de la apreciación fácil.
Combinación de formas, simbólicas y alegóricas.	Nuevas armonías visuales que modifiquen el acercamiento a la lectura.
Utilizó los adelantos tecnológicos como una herramienta, sin conferirles el poder creador.	Obtención de resultados con muy pocos recursos tecnológicos.

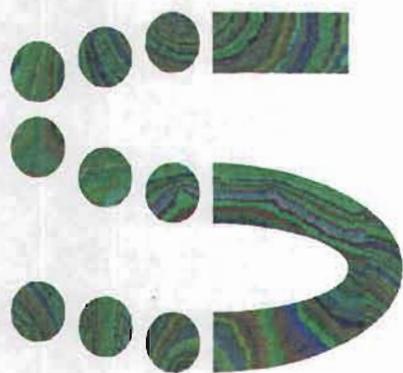
NOTAS AL CAPÍTULO

¹ Entrevista tomada de la tesis Hirasawa Oosegui Claudia Yukari. Explorar las raíces culturales del diseño con identidad japonesa Universidad Iberoamericana, México, 1993.

² Citado por Raúl Hernández Valdez en la revista. Casa del tiempo Homenaje póstumo a Ikko Tanaka. De Recionero Luis, Textos de estética tavisita, Barcelona, Barral, 1975 pp.33-57.

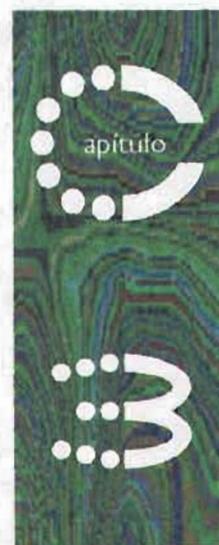
³ Cherem, S. Silvia. "Vicente Rojo: Medio siglo de recuerdos y escenarios". Reforma (México, D.F.), entrevista, 14 de Noviembre de 1999., retrieved vía Internet, http://www.criticarte.com/Vicente_Rojo_Medio_siglo_de_recuerdos.htm

⁴ art. cit.



INCRETISMO

Y SÍNTESIS



3.1 SÍNTESIS

3.1.1 ORÍGENES DEL VOCABLO

Proviene del latín *synthesis* y este del griego *synthesis*. Donde *syn*: "unión" y *thesis* "colocar". Por tanto, "colocar juntamente, hacer una composición".¹ Composición de un todo por la reunión de sus partes.

3.1.2 SIGNIFICADO

"Una combinación tal de ideas, fuerzas o factores, variados y diversos, que lleguen a formar un todo coherente o armónico. Operación mental mediante la cual se construye un sistema".²

3.2 SINCRETISMO

3.2.1 ORÍGENES DEL VOCABLO

La palabra sincretismo proviene del latín *syncretismus*, que a su vez proviene de la voz griega (*synkretismos*) cuyo significado alude a la coalición de dos adversarios contra un tercero. De *syn*: "en conjunto" y *cretus* pasado participio de *creocere*, que significa crecer. Surgiendo posteriormente como aglutinar y acumular.³

El término toma lugar en el ensayo de Plutarco "Amor Fraternal" de su *Moralía*. Expone un ejemplo de cómo los Cretenses reconciliaron sus diferencias estableciendo una alianza con sus agresores. Y a eso se le llamo sincretismo. Sin embargo, no existe otro ejemplo durante esa época. Hoy no se emplea con ese sentido. Fue hasta con Erasmo de Rotterdam quien lo usa en su *Adagio*, publicado en el verano de 1517-1518, que designó la consistencia no conformista del término, con todo y las diferencias de opiniones religiosas. En la carta a Felipe Melancthon,

fecha en abril 22 de 1519, Erasmo citaba específicamente a los Cretenses de Plutarco, como un ejemplo del adagio: "La muralla más poderosa es la unión".

3.2.2 SIGNIFICADO

Se llama sincretismo al intento de unificar situaciones, opiniones o creencias opuestas de varias escuelas de pensamiento a fin de lograr una nueva síntesis. En algunas circunstancias no siempre ocurre una fusión total; pese a la combinación de los elementos diversos, pueden ser perfectamente identificables los rasgos de uno y otro.

Este término es frecuentemente usado para referirse a fusiones religiosas o de movimientos simbólicos tradicionales. Es común encontrarlo en la literatura, música, artes figurativas y otras expresiones culturales.

El sincretismo se entiende como un fenómeno complejo de cambio cultural que tiene elementos de confrontación violenta pero también de creatividad cultural.

En lenguaje sencillo sincretismo es una nueva síntesis elaborada a partir de dos elementos contrarios. No obstante la disciplina que adopte dicho término y la definición que le otorgue, el sincretismo es una "fusión" o "combinación" de elementos aparentemente alejados y sin nada que ver entre sí, esto es opuestos.

3.3 SINCRETISMO EN LA ANTIGUEDAD

3.3.1 ANTIGUA GRECIA

El sincretismo fue un aspecto esencial en el paganismo griego. La cultura Helenista en la época siguiente de Alejandro Magno fue sincrética, fundamentalmente por la mezcla de los Persas, Otomanos y Egipcios (y eventualmente los Etruscos-Romanos) que en conjunto fueron los

elementos de la formulación Helenística. El dios egipcio Amón se desarrolló como un helenizado "Zeus Ammon" (Fig.28) después de que Alejandro el Grande partió hacia el desierto a buscar el oráculo en Siwa.

Estas identificaciones resultaron del hábito helénico de asemejar dioses de mitologías heterogéneas con la propia. Cuando los proto-griegos arribaron por primera vez a su territorio, procedentes del Egeo, hacia los principios del segundo milenio, encontraron divinidades y semidiosas, todas asociadas con importantes características de la naturaleza: montañas, grutas, manantiales contaban con una deidad venerada localmente. Los incontables epítetos de los dioses del Olimpo reflejaban su carácter sincrético; "Zeus Molossos" era adorado en la isla de Dodona (donde se ubicaba el segundo oráculo más importante después de Delfos). Aparentemente gran cantidad de mitos es el resultado de los intentos por explicar los oscuros epítetos dados en la época.

3.3.2 SINCRETISMO EN ROMA

Los Romanos, identificados como herederos de una civilización muy similar, equipararon las deidades griegas con figuras similares en la tradición Etrusca-Romana, aunque las prácticas de culto no eran fielmente copiadas de sus contrapartes. Los dioses sincréticos del periodo Helenista encontraron gran aceptación en Roma: Serapio, Isis, Mitra. Cibele era, esencialmente, una diosa sincrética. (Fig.29) El dios griego Dionisio fue importado a Roma como Baco, y el dios otomano Sabazios fue convertido en Sabasio.

La correspondencia varía: Júpiter, quizá era más adecuado para Zeus que Diana con Artemisa. Ares no necesariamente era igual a Marte. Los dioses otomanos como Cibele fueron físicamente traídos a Roma desde Pessinos, centro de la cultura Otomana, en su piedra original arcaica. Una vez establecida en Roma como la madre suprema, le fue otorgada una imagen icónica matriarcal que había sido desarrollada en la ciudad griega de Pérgamo. De igual modo, cuando los Romanos encontraron a los Celtas y a los Teutones, entremezclaron sus dioses del norte con los propios, surgiendo "Apolo Succello" (el buen destructor) y "Marte Thinsu" (Marte del cónclave guerrero). El escritor romano Tácito en su obra "Germania" menciona a los ado-



Fig.28



Fig.29

radores teutónicos de Hércules y Mercurio. Algunos investigadores modernos concuerdan que Hércules fue, muy probablemente, Thor; mientras que Mercurio se convirtió en Odín.

3.3.3 SINCRETISMO EN LA CRISTIANDAD

El incipiente cristianismo claramente incorporó muchos elementos paganos. Todos los estudiosos del tema coinciden que el sincretismo, en un principio, se etiquetaba como controversial. El sincretismo no estaba sobre la mesa cuando el cristianismo se dividió en los ritos orientales y occidentales (protestantes y católicos) provocados por el gran cisma. Sin embargo, se aludió en la reforma protestante con las lecturas que realizó Erasmo Desiderio de la obra de Plutarco.

En 1615 David Pareus de Heidelberg^{*} incitó a los cristianos a un "sincretismo pío" para oponerse al anticristo; pero pocos protestantes del siglo XVII discutieron los compromisos que podría traer una reconciliación con la Iglesia Católica. El luterano G. Calisen "Calixto" (1586-1656) fue ridiculizado por Calovio (1612-1685) debido a su propuesta de "sincretismo".

Las modernas celebraciones de Navidad (originada en las fiestas paganas yule^{**}) y el halloween son relativamente ejemplos de un cristianismo sincrético tardío. (Fig. 30 Samhain dios pagano).

El catolicismo Romano de Centro y Sudamérica está integrado por gran cantidad de elementos derivados de las culturas indígenas propias de la región.



Fig.30

^{*} Nacido en Alemania (1548-1622) Estudió un doctorado en divinidad y encabezó la reforma protestante.

^{**} Es una celebración alemana pre-Cristiana del invierno. Actualmente es una de las festividades del octavo sol de los sabbats (descansar) Neopaganos. Conmemoran la muerte del rey Holly, simboliza la terminación del viejo año y la llegada del sol.

3.4 ROL SOCIAL Y POLÍTICO DEL SINCRETISMO

El sincretismo abierto en las creencias populares es un signo de aceptación cultural de una tradición previa o impuesta. No obstante la "otra" cultura sobrevive infiltrada, fuera de la autoridad de lo sincrético.

A través de la historia algunos movimientos religiosos han adoptado el sincretismo, a pesar de que otros lo han reprobado, por devaluar su precioso y genuino rango. Un ejemplo de quienes lo han adoptado son el hinduismo, el shintoísmo y el budismo; y quienes lo han rechazado son el judaísmo y el islamismo.

El sincretismo, idealmente, tendería a facilitar la coexistencia y la interacción constructiva entre diferentes culturas.

3.5 SINCRETISMO Y RELIGIONES MODERNAS

Recientemente se desarrollaron sistemas religiosos que exhiben un marcado sincretismo. Religiones del nuevo mundo como candomblé*, vudú, santería, las cuales comparten variados elementos y deidades provenientes del África; así como santos e imagerie del catolicismo romano. Algunas sectas como la candomblé han incorporado también dioses nativos de América. La tendencia umbanda entremezcla deidades africanas con las creencias espiritistas de Alan kardec. Algunos ejemplos de un moderno sincretismo son: el misticismo, el ocultismo, la teosofía y el new age.

Citando al antropólogo Félix Báez Jorge: "El examen de las manifestaciones sincréticas implica definir los elementos culturales conservados y adaptados, además de los que se perdie-

* Es una religión Afro-Americana practicada en el Brasil. Llegó al Brasil proveniente de África, por los sacerdotes entre 549 y 1888.

ron o fueron rechazados por las sociedades interactuantes. [...] Es necesario subrayar la necesidad de utilizar el concepto de sincretismo vinculado al de religiosidad popular [...].⁴

3.5.1 SINCRETISMO RELIGIOSO EN MÉXICO

El sincretismo en la cultura mexicana surge en el periodo colonial. Después de la invasión se va produciendo una nueva realidad, una conquista no solo corporal, también espiritual, (Fig.31) por medio de la violencia física y simbólica. Según Gonzalo Aguirre Beltrán⁴, se da "una colisión frontal entre dos sistemas ideológicos que contemplan diversa, opuestamente el trato con lo sobrenatural". Los españoles se comportaron de forma intolerante frente a la supervivencia del culto a los dioses prehispánicos. Se suscitó, entonces, una devastación violenta de templos y dioses, se calificaron como falsas y supersticiosas las creencias indias y se exigió de los nativos acoger los signos y símbolos propios de la religión occidental y desconocidos para ellos.⁵ El sincretismo religioso en México nace en ese entonces; los soldados españoles que llegaron a territorio americano conquistaron a sus habitantes en poco más de dos años. Sus armas, la enemistad entre los pueblos mesoamericanos y la creencia de éstos de que los conquistadores anunciaban el retorno del dios Quetzalcóatl, favorecieron la empresa bélica. Sin embargo, la conquista religiosa, aunque igualmente dolorosa y humillante para los indígenas, fue mucho más larga y a decir de varios investigadores no resultó tan exitosa pues nunca se logró un dominio total del alma indígena, sino un sincretismo religioso con fuertes elementos prehispánicos.

Por ello, aunque fuera de manera clandestina, los indígenas siguieron adorando a sus dioses de piedra y jade, cuyas pequeñas figuras ocultaban detrás de las imágenes occidentales. Además, los mismos evangelizadores, para que los naturales comprendieran más claramente la nueva religión, se valieron de similitudes o referencias que sin duda confundieron a los nuevos católicos. Todo ello devino en un proceso de acultu-



Fig.31

⁴ Antropólogo mexicano considerado uno de los más polémicos tanto por su obra como por su acción. Se le considera constructor del indigenismo mexicano que rebasó fronteras, y bajo cuyas ideas crecieron y se formaron varias generaciones de antropólogos del país y de América Latina.

ración que, según Aguirre Beltrán, es el proceso de cambio que emerge del contacto de grupos que participan de culturas distintas. Se caracteriza por el desarrollo continuado de un conflicto de fuerzas, entre formas de vida de sentido opuesto, que tienden a su total identificación y se manifiesta objetivamente, en su existencia a niveles variados de contradicción.⁶

Para que lo anterior sea comprendido mas claramente se explicará la lógica y dinámica del sincretismo. Se parte de que la reconfiguración religiosa en México que tuvo lugar a partir del siglo XVI debe entenderse a partir de tres raíces culturales y un contexto. Estas tres raíces son: la indígena, la europea y la negra (africana). El contexto fue la confrontación de violencia en que se encontraron y se cruzaron estas tres raíces culturales.

Actualmente los medios de comunicación y el lenguaje común disparan como una cuchillada o tiro de gracia la palabra *indio*, evocando que las relaciones asimétricas de violencia entre las diversas identidades componentes de nuestra sociedad no se ha superado. Por lo que este contexto no fue algo temporal, sino que ha acompañado la cristalización del resultado posterior todavía en este siglo XXI.

De esta forma, la creación de nuevas identificaciones en la sociedad resultante se atribuye en mayor peso, a la moderna adhesión religiosa fortalecida por la asimilación sincrética del mundo antiguo mexicano, que a las endebles estructuras políticas imperantes. La moderna adhesión religiosa se refiere a lo que era moderno a comienzos del siglo XVI. Era moderno, en términos culturales, el cristianismo que pasó a estas tierras y el sistema político que se impuso, era moderna la economía impuesta. Un historiador y sociólogo, Immanuel Wallerstein, (Fig. 32) sostiene que es en el siglo XVI cuando se configura por primera vez el sistema mundo, quizás el embrión de lo que hoy llamamos globalización. Esto es, a partir de la toma de conciencia de los grandes descubrimientos de finales del siglo XV y comienzos del siglo XVI de que el mundo era un "mercado". A eso Wallerstein le llamó sistema mundo; una concepción del orbe como unidad. Porque hasta antes existían muchos mundos mas o menos inconexos; China, la India, Japón, Europa, el mundo Islámico, etc. La conciencia de todo eso está articulada y puede ser reconectada a partir del "simple" intercambio de mercancías.



Fig.32

Ese concepto de un mundo y de una religión que venía armada de una cosmovisión y una forma muy peculiar y excluyente de interpretar el mundo era lo moderno. Y eso moderno con la nueva fuerza de la religión adoptada en el futuro es lo que dio forma a la identidad mexicana. La nueva síntesis no fue el proyecto de los conquistadores, pero tampoco el resultado de la nostalgia de los vencidos. Fue una composición genial que les permitió sobrevivir en las condiciones dadas a las que tenían que responder.

Después de lo anterior se entiende por sincretismo religioso el proceso que lleva a una nueva síntesis simbólica funcional dentro de una religión, a partir de la fusión de elementos provenientes de dos sistemas religiosos distintos y previos.

En términos académicos y algo más abstractos es: coexistencia ambigua y temporal, (ambigua porque es fusión de dos cosas que en principio se originaron en sistemas religiosos diversos y ahí se encuentran y se fusionan, por eso arrastra durante un tiempo cierta carga de ambigüedad) dentro de un coherente patrón religioso (síntesis simbólica funcional) con elementos provenientes de religiones y contextos diversos.

De ahí que en lenguaje franco, sincretismo sea una nueva síntesis elaborada a partir de dos elementos: uno perteneciente al cristianismo y otro perteneciente a las religiones indígenas prehispánicas que no se superponen, no se disfraza el uno con el otro. Sino que con el paso del tiempo se crea una nueva síntesis; un tercero en discordia (de ahí que el significado etimológico alude a la coalición de dos adversarios contra un tercero) porque esa nueva síntesis desde la identidad indígena es una traición y desde la identidad religiosa será una idolatría. Es una nueva síntesis ambigua pero nueva, que responde a recientes necesidades. ¿Cuáles? Las de conservar algo de la identidad prehispánica aunque sean jirones y por otro lado aceptar elementos de la nueva propuesta religiosa.

De modo que el proceso dialéctico de la conquista no se entiende si se parte del hecho: los buenos eran unos y los malos otros. Se debe entender que en cada guerrero de Hernán Cortés había algo místico y en cada fraile había algo de conquistador; de lo contrario no se captará el dinamismo de la conquista. El guerrero más ambicioso estaba convencido que si no cristia-

nizaban a los indios, no obtendrían la salvación; esto no es una suerte de engaño para justificar su codicia de oro, pero además creía desde su cosmovisión que esos pueblos necesitaban ser redimidos y bautizados. Así era la lógica de entonces, no la de ahora. Tampoco entenderá el proceso de la conquista quien no comprenda que los tlaxcaltecas carecían de alguna ninguna razón de agradecimiento para con los aztecas. Por ello se asociaron con los primeros que aparecieron y que creyeron más fuertes para cobrar venganza de los que los sometían.

No se entiende el proceso sino se comprende que lo prehispánico no carecía de dialéctica (oposición tlaxcaltecas-aztecas) la liberación por parte de los pueblos oprimidos de pagar tributo. Y no se entenderá también si se desconoce la dialéctica de los conquistadores. Hacendados, encomenderos, militares contra la visión mística de los primeros frailes que veían virtudes en la población indígena; pensaron en refundar el cristianismo sin los vicios y lastres del cristianismo europeo. Quien simplifique y solo vea en los frailes los buenos y en los guerreros los perversos estará deformando la realidad. De igual modo quien solo vea la sociedad prehispánica como la sociedad paradisiaca donde todos vivían en paz como hermanos, también está deformando la historia. Todo es más complejo y más rico.

En ese contexto de confrontación el sincretismo pretendió: Salvar lo que se pudiera de la identidad anterior; el culto a Tláloc, el modo de tratar a los muertos, la convicción de la vida de ultratumba que hoy día marca en una buena medida la identidad mexicana, es decir, el día de muertos. Y tomar un poco de la segunda propuesta religiosa. *La identidad viene siendo entonces el comprenderse a sí mismo dentro del nuevo contexto, es el sentido del mundo.*

A un comienzo, todo ello se aceptó con disimulo, fue una superposición, una sustitución de lo adorado. Los indígenas no eran hipócritas, sino sabios; apostaban a sobrevivir. Si eran castigados por seguir subiendo al cerro a adorar a sus dioses, no lo eran si al subir adoraban la cruz. Entonces la sabiduría que apuesta a sobrevivir no va mal encaminada.

La lógica de los indios de mitad del siglo XVI es: *no es lo uno ó lo otro, sino es lo uno y lo otro.* Si Tláloc siempre ha logrado la lluvia que origina la cosecha, no tiene porque olvidársele; de igual modo que la misa del domingo para es-

tar bien con el nuevo dios. Lo que contradice la lógica escolástica del misionero, pues fue educado bajo el principio de contradicción que bajo la lógica de Aristóteles refiere: una cosa no puede ser a la vez ella misma y su contraria como aseguraban los indios.

Actualmente la mayoría de las culturas se mueven por el criterio de lo válido o lo no válido. El misionero juzgaba a partir del criterio de lo verdadero, lo que estaba escrito por el credo cristiano; todo lo demás era falso. Como Tláloc no aparecía en el credo era falso. Por lo que el indio reconstruía el raciocinio: todo lo que ayuda a vivir tiene valor. Es otra lógica; el sincretismo se construye desde es lógica, una visión del mundo distinta en donde lo uno y lo otro pueden convivir. Por lo que el sincretismo es incluyente y la ortodoxia excluyente.

La fusión de ambas cosas que al comienzo fue una superposición y no una síntesis les permitió conservar algo de la identidad antigua e ir incorporando versadamente algo de lo nuevo. Pasadas dos o tres generaciones, aunado al trabajo educativo de los misioneros, se produjo una creación de nuevas síntesis, donde ya no era esconder al ídolo debajo de la cruz o detrás de los altares, sino la creación de entes cualitativamente diferentes. Como el encuentro entre la Tonantzin (Fig. 33) y la Guadalupe, (Fig. 34) entre Quetzalcóatl y Santo Tomás, produciéndose como consecuencia una nueva síntesis.

La Virgen es un ejemplo del sincretismo religioso en la identidad nacional. Todo mexicano es guadalupano hasta que se demuestre lo contrario: "El guadalupanismo intenta ser manejado por la jerarquía católica, como un elemento que define a la identidad nacional. Es una estrategia que han seguido las religiones, digamos de estado en algunos países y en otros países las religiones mayoritarias. Se busca definir la identidad nacional a través de la creencia o la veneración a un símbolo. Quien no se une a esas expresiones de fervor popular, puede ser excluido, no es católico ni es nacionalista".*

La Virgen apareció en el Tepeyac, lugar sagrado para los aztecas donde probablemente

* Dicho por Jorge Erdely, investigador en teología, quien está estudiando un posdoctorado en la Universidad de Oxford y es autor de varios libros, entre ellos Pastores que abusan.



Fig.33



Fig.34

rendían culto a su diosa de la fertilidad Tonantzin. La Virgen de Guadalupe personifica la identidad nacional de los mexicanos, tal vez es: "La única cosa que los mexicanos comparten de nacimiento".⁷ Es un símbolo de esperanza y salvación. Representa la inclusión de la religión y las etnias por el bien de una nueva vida. En el marco antropológico es el nacimiento de la teología cristiana. Constituye el aspecto femenino de dios, que estuvo ausente durante la conquista. "Ella es la madre de América".⁸

Y por medio de ella los mexicanos restauran su dignidad. "Para las mujeres indígenas, ella es la siempre Virgen María, pura y nunca tocada por las manos de los conquistadores españoles. Igualmente la honra del mexicano es restaurada puesto que nunca más sufrirán la impotencia de ver a sus mujeres/esposas violadas. En este sentido, la virginidad de la Guadalupeana simboliza: "Una rehabilitación completa de la afrenta sufrida".⁹

La celebración de los Días de Muertos (Fig. 35) también es producto de un sincretismo religioso. Contiene dos raíces: la indígena y la española. Conjunta elementos de ambas; sin embargo, esta celebración es una práctica social que se transforma con el fluir del tiempo. Asimismo, los contrastes de las localidades donde se llevan a cabo marcan particularidades distintivas y de identidad. Quizás el origen de la ceremonia de ofrendar a los muertos se ubique en China y Egipto, de donde los árabes retoman y llevan a la Península Ibérica en el siglo VIII a.C. durante la dominación mora. Luego de muchas guerras y largos procesos de unificación entre los pequeños reinos de la península, así como de resistencia a las invasiones de visigodos y árabes, se logró la unidad y el establecimiento de la religión católica a finales del siglo XV. Precisamente, aunque no exentos de la influencia árabe, los ritos funerarios que se desarrollaron en la península se inscribían en los marcos del catolicismo; en las fechas de Todos Santos y Fieles Difuntos, consideradas como de culto a los muertos, se realizaban diversas actividades en las regiones de España.

George M. Foster¹⁰ refiere que en Cataluña "se ofrendaba una flor pequeña y amarilla, la



Fig.35

¹⁰ Antropólogo 1974, profesor emérito de la Universidad de California en Berkeley Autor de más de 20 libros y más de 200 artículos sobre México, América Latina y antropología aplicada.

siempreviva", que recuerda al cempasúchil mexicano. En gran parte del norte de España (provincias vascongadas, norte de Castilla la Vieja, y Aragón), se llevaban a la misa ofrendas de trigo o de pan y vino para que recibieran la bendición, o se ponían directamente en las fosas. Parece que la costumbre no fue común en el sur y hoy día casi ha desaparecido en el norte. La creencia de que las almas de los muertos regresan a la tierra para compartir estos alimentos apenas se conserva hoy, aunque tal pensamiento se encontraba antaño tan firmemente arraigado en Asturias que, por ejemplo en Proaza, poca gente dormía la víspera de las benditas ánimas. La mayor parte de la gente no ocupaba sus camas para que las almas de sus parientes fallecidos pudieran descansar, si así lo deseaban, la noche de su visita a la tierra. La actividad tradicional de la víspera de los santos difuntos es la de doblar las campanas durante toda la noche. Los muchachos que las tocan, y en ocasiones los adultos, se calientan alrededor de una fogata, tuestan castañas y beben vino. En muchas aldeas del norte y del centro de España, los jóvenes van de casa en casa, pidiendo limosnas para los muertos, orando a veces por las almas de los difuntos de cada hogar donde hacen su petición. Las limosnas, en especie o en efectivo, se las entregan al cura, de quien esperan que les ofrezca, a su vez, la colación nocturna.

En Aragón, se alumbraba a los muertos con velas y se comían los "huesos de santo", que eran dulces de mazapán en forma de tibias. Otra ofrenda de alimentos era el "pan de ánimas", como se le llama en Segovia, claro antecedente del "pan de muerto" que se consume actualmente en México. (Fig.36) Aunque el culto a los muertos español no alcanzó las dimensiones rituales, místicas y de toda índole que tenía en otras culturas, como en la sociedad mexicana por ejemplo, evidenciaba la importancia de la muerte en la vida cotidiana, hecho que se percibe nítidamente en el arte de la época.

Los conquistadores y colonos de la Nueva España provenían de casi todas las regiones de la metrópoli hispana, por lo que la diversidad de ritos en el culto europeo a los muertos, enriqueció el sincretismo novohispano. Tales costumbres tuvieron una amplia aceptación por parte de los nativos, al encontrar en ellas elementos semejantes a diversas prácticas prehispánicas. Esto ayudó a los evangelizadores españoles a implantar las ideas cristianas en los indígenas conquistados.



Fig.36

Al llegar los españoles a Mesoamérica, encontraron naciones con un ancestral culto a los muertos. Los hallazgos arqueológicos lo registran hacia el año 1350 a.C., en Tlatilco y Tlapacoya, con entierros flexionados, tumbas de lajas, materiales asociados y ofrendas suntuosas con posibles sacrificios humanos que infieren una conducta de tipo religiosa.

A lo largo de las 18 veintenas del año azteca se hacían varias celebraciones a los muertos. Algunos ejemplos de ello son: Izcalli "renacimiento". En este mes, narra Sahagún se celebraba el Huauhquiltamalqualiztli fiesta en la que se comían tamales en todas las casas y ofrendaban un tamal sobre cada una de las tumbas de sus difuntos, para después consumirlos ellos. Queucholli "cuello de hule". Que coincidía con la fecha de la religión católica, en noviembre. Por otro lado, destacaban otras dos festividades: Tlaxochimaco o Miccailhuitontli, es decir, fiesta pequeña de los muertos o fiesta de los pequeños muertos, y la otra, Xócotl Uetzi, también nombrada Hueymiccailhuitl, la fiesta grande de los muertos. La tarea de conversión católica propició que los diversos ritos del culto a los difuntos se concentraran en los dos días de la religión dominante, por ello la celebración de los difuntos se estableció en México el primero y dos de noviembre; el día primero destinado a la fiesta de los niños, y luego la de los adultos muertos, como en la tradición antigua.

Fuera de estas dos grandes celebraciones se rendía culto a los difuntos en otras ocasiones, aunque en cada una se celebraba a diferentes clases de ánimas. En la concepción mesoamericana del mundo, la existencia del ser después de la muerte no dependía de la manera en que se había vivido (como en la religión cristiana) sino de la circunstancia en que se había muerto.

El sincretismo de esta fiesta es palpable, sobre todo en las piezas que integran una ofrenda, aunque también puede apreciarse en tradiciones que fueron parte de los ritos europeos del siglo XVI y que encontraron eco en las costumbres prehispánicas como el ofrendar regalos a los muertos, el visitar los panteones para compartir con los difuntos su efímero regreso y el trato especial a los niños fallecidos.

El protestantismo fue introducido a México por misioneros europeos y estadounidenses a comienzos del siglo XIX. El número de mexicanos pentecostales ha aumentado en los últi-

mos años. La Iglesia del segundo día de los santos, fue introducida a México por los mormones quienes escaparon de los Estados Unidos debido a la discriminación; no obstante han ganado un importante número de seguidores. Pero también existen otras religiones, aproximadamente 60,000 Judfos viven en México, así como budistas y musulmanes.

3.5.1.1 SINCRETISMO EN EL ARTE POPULAR MEXICANO

Las manifestaciones artísticas populares de México en torno a la muerte, tienen sus raíces en la época prehispánica. El hombre precolombino creó, en la necesidad de encontrar una respuesta a este fenómeno natural, dioses y ritos del más allá en un intento de trascender la vida terrenal. Así que la muerte fue entendida como parte del ciclo de la vida, expresado en sus leyendas, mitos y reafirmado en los relatos de los cronistas. Esta ideología de dualidad vida-muerte, quedó plasmada en su producción plástica, tanto en la cerámica, la escultura y la pintura, como en los códices en los que el tema de la muerte fue central y recurrente.

Un nuevo concepto de la muerte llegó a México con la conquista española y fue inculcado a través de la educación religiosa. La idea occidental era de un profundo temor a ella y de horror ante la posibilidad de caer en el infierno. Producto del sincretismo, el arte popular mexicano expone a la muerte sin el pánico occidental y desprovista de la gravedad prehispánica, en un mundo de formas y colores donde esqueletos y calaveras adquieren un carácter cotidiano en las vestiduras de personajes populares cargados de sátira y buen humor. (Fig. 37)

En el arte popular se ha dado una gran riqueza en la producción de motivos mortuorios como parte de nuestra tradición de preparar altares y cenas para recordar a los familiares difuntos. Así, los artesanos de México elaboran un sinnfín de calaveras y esqueletos realizados en dulce, barro, papel y cartón, para festejar el dos de noviembre.

Por otra parte las máscaras, (Fig.38) consideradas un objeto artístico y cultural presente a todo lo largo de la historia de la humanidad, están presentes en México. La máscara ha sido un vehículo primordial para la expresión y la representación del ser mexicano a lo largo de los siglos.



Fig.37



Fig.38

A través de la construcción de máscaras que representan dioses, demonios, animales, seres fantásticos, personajes históricos, santos, hombres y mujeres comunes; los mexicanos de ayer y hoy buscan respuestas a su compleja identidad.

Las máscaras mexicanas, como un espejo atroz y maravilloso en el que se refleja los mil rostros de la historia mexicana, explican al país desde su más profunda condición. Son un registro valioso del paso tiempo y en su creación se mezclan las diversas tradiciones y herencias culturales que conforman los mexicanos. Mientras que las sociedades prehispánicas fabricaban máscaras principalmente con fines funerarios y rituales, con la llegada de los europeos y la Conquista los indígenas incorporaron a sus máscaras los nuevos dogmas religiosos del cristianismo, para garantizar de algún modo la continuación de sus propias creencias. Detrás de la máscara de un santo, o un demonio del imaginario católico europeo, el indígena mexicano resguardó su propia visión del mundo y le incorporó características únicas. De esta manera, la máscara cumplió por vía doble su función histórica: como objeto para la representación artística de un enfoque particular del mundo, y como resguardo que esconde una realidad detrás de otra.

Este fenómeno de sincretismo explica la mayor parte de las festividades carnavalescas de México, en donde las máscaras juegan un papel fundamental. No sólo la tradición prehispánica y europea se incorporaron en este proceso, también es posible advertir supervivencias de elementos africanos y árabes. Así por ejemplo, las máscaras que se utilizan para el carnaval de moros y cristianos es una transposición que viajó desde el sur de España y que en cada pequeño pueblo de México adquirió una particularidad propia.

3.5.2 SINCRETISMO RELIGIOSO EN EL JAPÓN

3.5.2.1 ORÍGENES RELIGIOSOS EN EL JAPÓN

La vida religiosa en Japón tiene una larga historia caracterizada por la interacción entre las diferentes tradiciones religiosas. Muchas de las creencias y prácticas tradicionales japonesas comienzan de costumbres prehistóricas, y la mayor parte de éstas forman el núcleo central del shintoísmo, considerada la religión nati-

va. El budismo indio y las contribuciones confucianas y taoístas de China, así como el cristianismo occidental, fueron importaciones filosóficas que tuvieron lugar en momentos diferentes, y que han ejercido una influencia biunívoca con el shintoísmo.

El período neolítico japonés se conoce como período *Jomon* que significa: "Huella de cuerda". Por la multitud de vasijas encontradas ricamente adornadas, se les denominó decoradas con cuerdas (*jo-mon*). Los primitivos pobladores eran cazadores, recolectores y pescadores. En esa época el culto de enterrar a los muertos era inhumando el cuerpo en una vasija; como en otras culturas hay vestigios que demuestran su veneración a la fertilidad, y donde celebraron ritos por la pesca.

La leyenda mitológica (*Kojiki, Nihon shoki*) narra la creación del territorio japonés como:

"Al principio solo había caos, el aire puro ascendió, y el turbio bajó, formando el cielo y la tierra. Los dioses Izanagui e Izanami (Fig.39) removieron el mar con un bastón salpicando algunas gotas que al caer formaron una isla, en la cual yacieron juntos. El fruto de esta unión fue un niño sin manos ni pies, producto de la seducción de la diosa sobre su cónyuge. Lanzaron al niño tullido al agua en un bote de caña. Más tarde, la diosa Izanami dio a luz a las islas del país primero, el dios de la casa, el de los ríos, el del viento, el de los árboles, el de la montaña, el de los campos, y el del fuego, muriendo su madre en el parto debido al calor que éste desprendía. El triste y furioso dios Izanagui, mató a su último hijo en venganza, antes de bajar al mundo de los muertos a pedir a la diosa que volviese a la vida, descubriendo que ésta se había tornado una horrible criatura tras ingerir los alimentos del no-mundo. Izanagui huyó espantado, y su esposa lo persiguió, ante lo cual el dios desencantado le declaró la separación.

De vuelta al mundo de los vivos, el dios se purificó en agua, naciendo de su ojo derecho la diosa sol Amaterasu, (Fig. 40) y de su ojo izquierdo el dios luna. Cuando se lavó la nariz, vio la luz Susano-oh, que sería dios de los mares. Este último echaba de menos a su madre, secando con su llanto los montes verdes, y vaciando mares y ríos. En su furia, subió al cielo a visitar a su hermana haciendo temblar la tierra a su paso. La diosa sol lo recibió con sus huestes en armas. Susano-oh y su hermana combatieron, saliendo el amo de los mares vencedor, y aumentando con esto su arrogancia. Aunque



Fig.39



Fig.40

la diosa perdonó todas las afrentas, Susano-oh lanzó la piel de un caballo desollado en la estancia donde su hermana cosía un vestido junto a sus sacerdotisas. Esto mató del espanto a una de éstas últimas, por lo que la diosa decidió ocultarse en una cueva celestial, haciéndose la oscuridad en el mundo.

El resto de los dioses después de un largo debate, idearon un alboroto y un reclamo para hacer salir a la más benigna de todas las diosas de su cueva. Una vez ésta asomó la cabeza para ver lo que ocurría, los demás la ataron con una cuerda y tiraron hacia fuera hasta que salió, volviendo la luz al mundo. Susano-oh fue capturado y exiliado al cielo.

La suprema diosa solar, o Amaterasu, quiso que el primer país fuese gobernado por su hijo, por lo que mandó en sucesivos intentos a los suyos, hasta llegar a Ninigui, su nieto, que bajó a la tierra con tres tesoros: un espejo de bronce, una espada de hierro, y una piedra preciosa. Ninigui se casaría con la hermosa Konohana-sakuyahime. Con su unión se iniciaría el linaje de los emperadores de la tierra del sol naciente, cuyos tesoros serán hasta nuestros días los objetos que trajo Ninigui consigo".¹⁰

En los primeros momentos del desarrollo cultural japonés la vida y las creencias emanaban del cultivo del arroz. Los ritos religiosos se organizaban y desarrollaban en torno a los cambios estacionales. Se veneraba a los espíritus ancestrales a los que se consideraba directamente responsables de la fertilidad de los campos. Cuando a partir del siglo VI la desarrollada cultura China penetró en Japón ejerció una gran influencia, no sólo sobre las clases altas, sino también la gente del pueblo. Entre los elementos culturales importados de China llegó el budismo (Fig.41) y los japoneses lo aceptaron e integraron en su vida diaria y en sus creencias. Utilizaron rituales budistas para venerar a sus antepasados y emparentaron divinidades budistas con dioses shintoístas, bajo la teoría de que los *kami*, o dioses nativos del shintoísmo son encarnaciones o manifestaciones (*suijaku*) de las divinidades budistas su prototipo original. (Fig.42) Así, cuando en el siglo VII el budismo ganó mayor aceptación las deidades shintoístas locales se convirtieron en protectoras del budismo y sus templos. Al mismo tiempo, también las ideas confucianas fueron recogidas y utilizadas, en esta ocasión para reforzar y justificar la lealtad al emperador.



Fig.41



Fig.42

Alrededor del siglo VIII, (período *Azuka*) los mitos y las tradiciones locales fueron unificados en torno a la creación de Japón y la descendencia divina del emperador, Amaterasu, tal y como quedó reflejado en el *Kojiki* (712) y *Nihon shoki* (720), las dos crónicas históricas más antiguas de Japón. Esta iniciativa estuvo condicionada por la necesidad de hacer frente al organizado corpus de creencias budistas. A partir de este momento muchos altares shintoístas que tenían un origen familiar, por su carácter de culto ancestral, se desarrollaron convirtiéndose en importantes altares de referencia en la zona, expandiéndose incluso hasta ramificarse en otros territorios.

Los templos budistas también se multiplicaron, creándose una gran red de monasterios, que solía cubrir de forma prioritaria los servicios funerarios de los japoneses. (Fig.43)

Entre el 800 y el 1400 se desarrollaron numerosas sectas budistas y escuelas shintoístas. Durante el período *Heian* el emperador envió a dos monjes a China para imbuirse de sus conocimientos y avances. Como resultado, ambos volvieron con el ánimo de fundar las dos sectas budistas que más importancia tendrían dentro de la historia japonesa a partir de este período: el budismo *tendai*, y el budismo *shingon*; este último significa "palabras verdaderas", despertando un especial interés sobre la nobleza nipona. Enfoca sus prácticas en los misterios del cuerpo, la palabra y la mente. Uno de los factores que hicieron esta variante del budismo tan relevante, fue su plena comunión con el shintoísmo clásico, ya que por ejemplo su objeto de veneración, Buda *Vairocana*, era idéntico a la diosa del sol shinto, Amaterasu.

Posteriormente en el período *Kamakura* surge el budismo *Zen*, culto fundado por un monje indio llamado *Dharma*, que apreciaba el conocimiento y la revelación sin necesidad de palabras, libros o imágenes de Buda, sino a través de actos y hechos físicos.

El arte tuvo un gran esplendor a lo largo del período *Muromachi*, en esta época se iniciaron estilos y formas que continuaron hasta nuestros días. *Yoshimitsu* convirtió el teatro popular conocido como *Noh*, que más tarde se transformaría en el famoso *Kabuki*, (Fig.44) forma artística reconocida entre todas las clases. Japón tuvo su primer contacto con el cristianismo en el siglo XVI traído desde Portugal por misioneros.

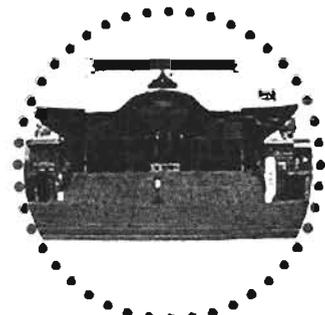


Fig.43



Fig.44

En 1549 llegó a Kyushu San Francisco Xavier, (Fig.44) uno de los misioneros jesuitas más connotados. Permaneció en esa ciudad por dos años convirtiendo cientos de Japoneses al cristianismo. A pesar del éxito obtenido en su misión, tuvo grandes dificultades con el Idioma, al que consideró: "Una invención del demonio para retardar la propagación del cristianismo".¹¹

En el período *Edo* (1600-1868) los templos budistas se vieron muy alienados por el poder del estado, y se obligó a que cada familia estuviera inscrita en un templo como medida inquisitorial sobre la población para controlar aquellos que se habían adherido al cristianismo. Para viajar, casarse, o cambiar de residencia, era necesario presentar el certificado del templo correspondiente en el que se estaba registrado. Este sistema de control religioso se denominó sistema *terauke*. Durante este mismo período histórico, el confucionismo (Fig.45) se convirtió en la filosofía que soportaba el sistema político y social del estado. El régimen del emperador Tokugawa Iyasu adoptó una política aislacionista que duró más de doscientos años. Esto dio como resultado el desarrollo de una cultura sumamente hedonista, que disfrutaba gozando de los pocos placeres que la vida les ofrecía; representaba el disfrute de los sentidos: comer, beber, ir al teatro y hacerse acompañar de hermosas mujeres. Surgen las danzas Kabuki; y el teatro Noh se vuelve propio de las clases altas. El término Kabuki significaba "de moda", siendo tema de inspiración para los artistas del *ukiyo-e*, todo un arte que manifestaba los acontecimientos sociales de aquella época. En el año de 1580 había ya cerca de 150 000 cristianos en Japón, de modo que el shogunato Tokugawa lo prohibió.

Con la Restauración *Meiji* de 1868, el shintoísmo se convirtió en la bandera de aquellos defensores del emperador como el único con poder legítimo para regir al país, por su condición de descendencia divina. El gobierno prohibió entonces la fusión de prácticas religiosas budistas y shintoístas, y ordenó retirar las imágenes budistas que habían ido colocándose en los santuarios shintoístas con el paso de los siglos. Las doctrinas shintoístas fueron entonces enseñadas en las escuelas, cobrando un marcado tinte nacionalista. Aunque teóricamente existía libertad religiosa desde la promulgación de la constitución de 1889, en la práctica, el gobierno

¹¹ v. supra, p.21 para explicación más detallada



Fig.44



Fig.45

ejercía un fortísimo control que hacía realmente imposible la organización de grupos religiosos y la propagación de otro credo.

Con la ocupación de los aliados (1945-1952) esta libertad teórica se convirtió en una realidad. El resultado fue la proliferación de centenares de nuevas religiones, especialmente budistas y cristianas. Hoy el estado japonés es aconfesional, y por ello en el artículo 20 de la constitución de la posguerra se contemplaba que a cualquier institución de carácter estatal le estaba vedado implicarse en la educación religiosa. Pero el sincretismo religioso forma parte del Japón, su cultura y sus estados de ánimo, es un espejo de la tolerancia cultural.

Actualmente un dos por ciento de las escuelas japonesas son privadas y están afiliadas a organizaciones religiosas. De ellas, dos tercios están en manos de religiosos cristianos. Algo menos del 4% de la población profesa el cristianismo, representado en Japón por el protestantismo, el catolicismo y la Iglesia ortodoxa griega.

3.5.2.2 CARACTERÍSTICAS RELIGIOSAS

En las creencias religiosas japonesas no hay un solo y único dios que clama ser el verdadero, y tampoco hay un libro sagrado, no hay un día semanal especialmente dedicado a la veneración de la deidad; y los códigos morales están más vinculados con la vida familiar, que a un corpus organizado de preceptos. Estos códigos no están asociados directamente con la divinidad, sino que más bien, son imperfecciones humanas que hay que superar.

Esta apertura y flexibilidad invita a contemplar el mundo de las creencias desde varios puntos de vista; y es esta pluralidad de enfoques la que hace pensar al japonés que no hay una sola creencia válida, que nadie tiene la verdad de forma exclusiva y, por tanto, cualquier persona puede sentirse inclinada a seguir al mismo tiempo más de una tradición religiosa.

Las características más sobresalientes de la religión japonesa podrían resumirse en siete puntos:

1. Interacción entre distintas tradiciones religiosas.
2. Íntima relación existente entre el hombre, los dioses y la sacralidad de la naturaleza.

3. La gran importancia de la familia y los antepasados.
4. La purificación como principio básico de la vida religiosa.
5. Los festivales como uno de los pilares de las celebraciones religiosas.
6. La vida diaria como eje religioso, muy directamente relacionado con cada aspecto de la vida económica y social.
7. Directa relación existente entre religión y estado.

La cultura japonesa conserva y toma ventaja de los diferentes saberes. Adopta lo mejor del extranjero, y es probablemente una de las grandezas de ese país. Para demostrar el proceso sincrético describiremos como se manifiesta en la celebración del matrimonio. En tiempos recientes las parejas japonesas han introducido varios elementos occidentales a las bodas. Muchas parejas eligen casarse en iglesias católicas y las novias usan vestidos blancos, a pesar de que los contrayentes no profesan esa religión. Otros rituales relacionados tales como: intercambiar los anillos, partir el pastel de bodas, y los viajes de luna de miel, han sido adoptados.

Todo ello forma parte de la conciencia diferenciada que los japoneses tienen de sí mismos: al mismo tiempo que aceptan lo foráneo, lo transforman, pensando que si no lo hacen, las nuevas influencias no pueden adaptarse al país. Esto les hace ser receptivos ante otras realidades, pero siempre con su propio sello. Al tiempo que seleccionan dichas influencias posiblemente en mayor grado que otros países.

NOTAS AL CAPÍTULO 3

¹ Maurer, Eugenio. Los tseltales: Paganos o cristianos?: su religión, sincretismo o síntesis?, Centro de Estudios Educativos, 1984, p.137.

² Petit Littré citado en Maurer, 1984, p.137.

³ en <http://en.wikipedia.org>

⁴ Félix, Báez Jorge. "Los disfraces de los dioses. Sincretismo y religiosidad". Archipiélago revista cultural de nuestra América (México, D.F.), mayo de 1995, núm. 1, p. 45-49.

⁵ Aguirre, Beltrán Gonzalo. El proceso de aulturación en México. Ed. Comunidad, 1970, p.151

⁶ Citado en Nutini, H. y Barry L. Isaac. Los pueblos de habla náhuatl de la región de Puebla y Tlaxcala, INI-SEP, 1974, p.433 retrieved vía Internet, www.uatx.mx

⁷ Bourhart, M. Louise, The Cult of the Virgin of Guadalupe in Mexico. South and Meso-American Native Spirituality. Ed. SCM Press, New York, 1993, p.220.

⁸ González, Dorado Antonio. De María Conquistadora a María Liberadora., retrieved vía Internet, 28/May/2003, <http://www.servicioskoinonia.org/>

⁹ Elizondo, Virgilio. Mary and the Poor: A Model of Evangelising Ecumenism. Ed. Concillium, 168, 1983, p.62.

¹⁰ en <http://dreamers.com>

¹¹ B. Reiber. Dollarwise Guide to Japan. Frommer's, New York, 1987, p. 37.



GLOBALIZACIÓN

HIBRIDACIÓN



Explicados los orígenes y definiciones de los conceptos sincretismo y síntesis para completar el entramado del concepto identidad deben abordarse los términos cultura, globalización e hibridación.

4.1 ORÍGENES DEL VOCABLO CULTURA

La palabra cultura proviene de la palabra *cultūra*, Latín (L), cuya última palabra trazable es *colere*, L. *Colere* tenía un amplio rango de significados: habitar, cultivar, proteger, honrar con adoración. Eventualmente, algunos de estos significados se separaron, aunque sobreponiéndose ocasionalmente en los sustantivos derivados. Así, "habitar" se convirtió en *colonus*, L. de colonia. "Honrar con adoración" se desarrolló en *cultus*, L. de culto. Cultura tomó el significado principal de cultivo o tendencia a (cultivarse), aunque con el significado subsidiario medieval de honor y adoración. Por ejemplo, en inglés cultura como "adoración" en Caxton* (1483) -La forma francesa de cultura fue *couture*- francés antiguo- la que se ha desarrollado en su propio significado especializado y más tarde *culture*, la que para el siglo XV temprano pasó al inglés. Por lo tanto, el significado primario fue labranza: la tendencia al crecimiento natural.

En castellano la palabra cultura estuvo largamente asociada a las labores de la labranza de la tierra, significando *cultivo* (1515); por extensión, cuando se reconocía que una persona sabía mucho se decía que era "cultivada". Según una fuente, es solo en el siglo XX que el idioma castellano comenzó a usar la palabra cultura con el sentido que a nosotros nos preocupa y habría sido tomada del alemán *kulturrell*. Si bien es posible pensar que nuestra preocupación por conocer el concepto "cultura" desde las ciencias sociales proviene más bien de la fuerte influencia que el saber norteamericano ha tenido sobre nuestra propia cultura hacia las décadas de los 50's y 60's.

En resumen:

* William Caxton, (1422-1491) fue el primer impresor inglés.

- "Honrar con adoración" se convirtió en culto (hacer crecer la fe interior, lo que brota del alma).
- "Habitar un lugar" se convirtió en colono (el surgir de la gente en un lugar no habitado antes).
- "Cultivar la tierra" se convirtió en cultivar (hacer brotar al reino vegetal, como en "agricultura", agrícola, etc.).
- Mientras que, "lo que brota del ser humano" se convirtió en cultura.

El concepto de "cultura" en las ciencias sociales se le define según la disciplina. Raymond Williams* las clasifica como la acepción sociológica, la antropológica y la estética o humanista denominada así por G. N. Fischer**, agregando una cuarta acepción, la psicoanalítica.

Concepto sociológico

Se entiende como: "El concepto abstracto que describe procesos de desarrollo intelectual, espiritual y estéticos" del acontecer humano, incluyendo la ciencia y la tecnología, como cuando se habla del desarrollo cultural de un pueblo o país; Fischer refiere que para la concepción sociológica la cultura se define como: "El progreso intelectual y social del hombre en general, de las colectividades, de la humanidad". En general se usa el concepto de cultura en su acepción sociológica, cuando el hablante se refiere a la suma de conocimientos compartidos por una sociedad y que utiliza en forma práctica o guarda en la mente de sus intelectuales. Es decir, al total de conocimientos que posee acerca del mundo o del universo, incluyendo todas las artes, las ciencias exactas (matemáticas, física, química, etc.) las ciencias humanas (economía, psicología, sociología, antropología, etc.) y filosofía. Teniendo presente que por mucho que ese pueblo o sociedad sepa del universo, siempre hay áreas de conocimiento que no posee o desconoce.

Concepto antropológico

La cultura es el sustantivo común "que indica una forma particular de vida, de gente, de un

— — — —
* Estudió gramática inglesa. Su obra es de gran importancia en la revisión de la idea de cultura desde el punto de vista del marxismo (materialismo cultural).

** Estudiosos de la psicología social.

período, o de un grupo humano". Como en la expresión: -la cultura maya-. Ligado a la apreciación y análisis de elementos tales como valores, costumbres, normas, estilos de vida, formas o implementos materiales, la organización social, etc. Se podría decir que a diferencia del concepto sociológico, aprecia el presente mirando hacia el pasado que le dio forma, porque cualquiera de los elementos de la cultura nombrados, provienen de las tradiciones del pasado, con sus mitos y leyendas y sus costumbres de tiempos lejanos. El concepto antropológico de cultura permite apreciar variedades de culturas particulares: como la cultura de una región particular, la cultura del poblador, del campesino; cultura de crianza, de la mujer, de los jóvenes, cultura universitaria, culturas étnicas, etc.

Concepto estético

Sustantivo común y abstracto que según Williams: "Describe trabajos y práctica de actividades intelectuales y específicamente artísticas, como en cultura musical, literatura, pintura y escultura, teatro y cine". Se trata de un concepto de cultura que considera que esta se acrecienta en la medida que se eleva hacia las manifestaciones más altas del espíritu y la creatividad humana en las bellas artes. A lo anterior habría que agregar que los viajes también aportarían al permitir conocimiento de otros pueblos y costumbres. Esta forma de conceptualizar la cultura pertenece definitivamente a la Europa refinada del siglo XIX.

Concepto psicoanalista

Para el psicoanálisis, la cultura esta constituida por todas aquellas presiones intrapsíquicas, de origen social o colectiva, que constriñen la libre expresión del ego y repercutiendo en la personalidad y hasta posiblemente en traumas psíquicos. A ello agregamos que uno se da cuenta que hay un punto en que la cultura se enraza con la psiquis al presenciar la forma enconada en que se defienden posiciones personales que no son otra cosa que posiciones culturales, lo mismo que las situaciones de depresiones profundas debidas al shock cultural que se le produce inicialmente a la persona que se va a vivir a una cultura que no es la propia.



**CULTURA Y SUS
SIGNIFICADOS**

Múltiples antropólogos han formulado definiciones sobre el término cultura. Ha sido uno de los términos más difíciles de definir a través de los tiempos. Las definiciones formuladas hasta la década de los 50's, hacían referencia a la cultura como algo que se encontraba fuera de la mente del hombre es decir, como normas de conducta que regían el comportamiento y no como algo que emerge del interior del hombre.

Posteriormente Ward Goodenough*, formuló un concepto de cultura lingüístico y lo trasladó al interior de la mente. "Es lo que uno debe conocer (saber o creer) para comportarse aceptablemente de acuerdo a las normas de los demás".

Actualmente el concepto formulado por Clifford Geertz** se sustenta como la red o trama de sentidos con que se le otorgan significados a los fenómenos o eventos de la vida cotidiana para un grupo humano determinado. Conocer la cultura de los jóvenes universitarios, por ejemplo, se está refiriendo al sentido que tiene la vida universitaria para estos jóvenes. "Sentido" es interpretado como un entramado de significados vividos y actuados dentro de una comunidad determinada. Al entender el sentido como un conjunto de significados (como conjunto semiótico), es posible seguir el hilo geertziano y comprender que la cultura universitaria del ejemplo, se refiere a un conjunto de significados que involucran un orden o jerarquía de significados (la sintaxis semiótica): a la cabeza se encuentra el Rector, luego los directores de carreras, profesores, etc. Este orden de significados, no siempre es el que aparece explícitamente, por ejemplo, en nuestro esquema universitario las secretarías de carreras pueden estar más arriba que muchos jefes en los significados mentales, porque son más importantes para el estudiante que muchos directores que nunca se ven. Este orden de los significados es el orden que cada pueblo o grupo humano le da a sus significantes.

* Principal exponente de la Semiótica de la Cultura.

** Antropólogo, se le ha considerado como el creador de la llamada "Antropología simbólica". La cual se centra en las diferentes maneras en las que la gente entiende su alrededor, así como las acciones de los demás miembros de su sociedad. Todas estas interpretaciones se establecen por medio de símbolos y procesos, como por ejemplo los rituales.

Estos conjunto de significados cobran vida como tales en las vivencias y relaciones del universitario con las demás personas y con su ambiente (la pragmática semiótica).

Finalmente y del mismo modo, cada grupo humano posee un significado para cada cosa del hacer y del quehacer (la semántica semiótica), de manera que esos significados tienen sólo las connotaciones que ese grupo humano particular les da, pudiendo ser parecidos a los de otro grupo, pero nunca todos los significados iguales en su completa totalidad. De manera que finalmente la cultura de cada grupo humano es como su huella digital cultural.

"La cultura, por lo tanto, es dinámica y se transforma constantemente para ajustarse a los cambios de la realidad, y para transfigurar la realidad misma".*

4.3 GLOBALIZACIÓN

Actualmente se escucha por todas partes hablar del fenómeno de la globalización, incluso, hay quienes también se refieren a una "glocalización". Y se discute si de ellas derivan las culturas híbridas. Diversos estudiosos como Néstor García Canclini**, Antonio Cornejo Polar***, entre otros, refieren una necesaria identificación de cada concepto para el mejor entendimiento.

Existe más de una línea para definir el término globalización. Al escucharlo se le relacio-

* Guillermo Bonfil Batalla (1935-1991), etnólogo y antropólogo mexicano, formado por los creadores de la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Autor de: "El México Profundo, una civilización negada".

** Nestor García Canclini, en su búsqueda por interpretar las culturas latinoamericanas, ha realizado un tránsito desde la comprensión de las lógicas de las culturas populares, la recepción y consumo de bienes simbólicos, la "hibridación cultural" hasta los impactos de la globalización en estos procesos. Así mismo ha estudiado la formulación y la importancia de las políticas culturales su proceso de conformación y el rol que juegan los medios masivos de comunicación.

*** Peruano, Doctor en Letras. Crítico literario.

na con las acepciones de colonialismo, imperialismo, neocolonialismo y neoimperialismo. Puede decirse que comparte elementos de ellos, pero no es exactamente un generador de estos.

Las ideas de poscolonialismo e imperialismo son adecuadas para Asia y África. Colonialismo es la ocupación político militar en un territorio de un pueblo subordinado. Las sociedades latinoamericanas dejaron de ser colonias hace dos siglos, con excepción de Puerto Rico. Desde entonces su condición socioeconómica y cultural debe ser explicada como parte de la modernidad y de la posición subalterna dentro de las desigualdades del mundo actual.

Imperialismo se define como una época donde los países centrales ejercían su poder en forma directa desde una capital hacia cada país subordinado, por medio del control de los intercambios económicos, obligando al país dependiente a vender sus materias primas al imperio, debiéndole comprar la mayoría de sus manufacturas. Entonces la influencia del país dominante sobre las instituciones políticas y los medios de información de la sociedad subordinada apoyaban la dependencia económica, sin necesidad de ocupación militar y control político directo como la relación colonial, salvo en crisis de la hegemonía.

Situaciones de tipo colonial e imperialista persisten en la globalización, pero la economía se ha transnacionalizado. Esto es, grandes empresas, incluidas las culturales, se asientan en varios países y controlan los mercados desde muchos centros simultáneamente a través de redes, más que ocupando territorios. Diríamos que en vez de sustituir las culturas nacionales por la de países imperiales, se producen complejos intercambios entre unas y otras.

Según García Canclini: "La globalización se desarrolla en la segunda mitad del siglo XX, cuando la convergencia de procesos económicos, financieros, comunicacionales y migratorios acentúa la interdependencia entre casi todas las sociedades y genera nuevos flujos y estructuras de interconexión supranacionales". Con esta definición, Canclini descarta que la globalización sea una expansión del capitalismo europeo iniciado en los siglos XVI y XVII. No se debe confundir con la internacionalización y la transnacionalización. La primera, refiere Canclini,

es la actividad económica mas allá de las fronteras nacionales; comenzada en el siglo XVI por los europeos hacia América, Asia y África con la subsiguiente colonización. La expansión de la religión cristiana y de la lengua española, inglesa y francesa, entre otras manifestaciones, completaron ese proceso económico. Con la posterior independencia de los países colonizadores se logró cierto desarrollo autónomo exportando materias primas. La nueva apertura económica controlada por los Estados nación consiguió mediante la aplicación de impuestos encarecer los bienes importados.

La segunda se inició a principios del siglo XX, cuando una parte de la economía empezó a depender de empresas multinacionales que realizaron actividades productivas y comerciales en varios países. Su poder económico, su escala de acción, mayor que la de los Estados, les permitió desenvolverse con relativa independencia de las leyes nacionales.

De modo que la globalización puede verse, entonces, como el resultado de estos dos procesos y presenta las siguientes características:

- a. Desarrollo tecnológico (informático y satelital) contribuyendo a una desterritorialización de la producción. (Empresas como Ford y Peugeot producen sus coches en muchos países; cadenas de comida rápida se adaptan a estilos locales).
- b. Formación de una cultura internacional popular. Donde se comparte un imaginario multilocal, conformado por ídolos hollywoodenses, música pop y diseños de ropa.
- c. Los puntos anteriores generan una intensificación "de las dependencias recíprocas".¹
- d. La integración de productores y consumidores a escala global vuelve obsoletas gran número de restricciones aduanales, leyes de protección a la industria, pero acentúa la competitividad entre todas las sociedades y obliga a reducir costos.
- e. La interconexión transnacional se ve favorecida por la pérdida de empleos y su generación en otras regiones, asociado a los flujos migratorios.

Otra visión de la globalización es la de ser una expansión del capitalismo posindustrial y de las comunicaciones masivas, mediante la cual se

unificarán empresas productivas, sistemas financieros, regímenes de información y entretenimiento. Como ejemplo señalaremos la megafusión entre Time Warner con América On Line para conformar una gran empresa multimedia que abarca agencias de televisión, cine, información e Internet.

Ante tales poderes concentrados la pregunta surge: ¿Qué pueden hacer los consumidores si se van a producir para todos los mismos contenidos, tanto noticiosos, como de entretenimiento? Esto nos lleva a pensar que la globalización es una "máquina estratificante" (Lawrence Grossberg*) que opera no para borrar las diferencias, sino para reordenarlas con el fin de producir nuevas fronteras no territoriales. Las estrategias globales y políticas de las empresas producen máquinas segregantes y dispersadoras; las migraciones masivas, mercados informales, etc. En el campo cultural no solo predomina la mercantilización y uniformación de bienes y mensajes, es más una tensión entre las directrices homogenizadoras y comerciales de la globalización en un extremo, y en el otro, la valoración del arte y la informática como instancias para continuar o renovar las diferencias simbólicas.

También existe la postura de que la globalización no se opone a las culturas locales; un ejemplo de ello sería la variedad de opciones en la televisión de paga Latinoamericana, donde se combinan canales nacionales, de Estados Unidos, España y de América Latina. Se hablaría entonces de una glocalización; término acuñado por los japoneses para designar una convivencia de procesos de comunicación global y procesos de comunicación local. La ceremonia de apertura de los juegos olímpicos de Nagano 98 es un buen ejemplo de glocalización; para su armado se combinó una bella y sugestiva localización con una máxima globalización. Debido a la globalización la sensación de pertenencia a determinada zona puede sentirse en escenarios lejanos. (Ulf Hannerz**)

— — — —

* Principal exponente sobre estudios culturales en los Estados Unidos. Su trabajo se centró en la globalización, y en los modernos fundamentos sobre la teoría de la cultura.

** Catedrático de antropología social en la Universidad de Estocolmo, Suecia. Sus investigaciones versan sobre los procesos culturales transnacionales.

Muchas organizaciones son al mismo tiempo globales y locales; la estrategia de mercadotecnia de algunas de ellas se vuelve integral. Se refieren a ello con el lema: "Think global, act local".* Ese diseño de estrategias integrales con criterios locales constituye un elemento básico de las grandes agencias de publicidad como Leo Burnett Company, la sexta firma mundial y la más grande de Estados Unidos. Está cimentada en un crecimiento de 50 por ciento clientes globales y 50 por ciento regionales. "No estamos hablando sólo de clientes grandes, pues la atención a clientes medianos y pequeños es otro aspecto importante del negocio, de esa manera manejamos una marca pequeña de botanas, como Toritos de Venezuela. En el caso de clientes regionales tenemos el ejemplo de Bimbo, compañía productora de pan de origen mexicano, que ha extendido sus operaciones a varios países de Latinoamérica".²

III. HIBRIDACIÓN

Se debe desechar la idea del híbrido en el sentido biológico, puesto que conlleva a pensar en la infertilidad (vg. mula) creencia del siglo XIX, cuando la idea de hibridación era vista con desconfianza por suponer que perjudicaría el desarrollo social. Fue Mendel* quien mostró los beneficios producidos por cruces genéticos en botánica para aprovechar características de ciertas células en plantas distintas, a fin de mejorar su crecimiento, resistencia, etc. En ciencias sociales no es raro encontrar muchas nociones como esta. Tal es el caso del concepto biológico de reproducción adaptado para referirse a lo social, económico y cultural; empleado, principalmente, por el sociólogo francés Pierre Bourdieu a manera de explicar procesos simbólicos, capital cultural y mercados lingüísticos. El sentido no gira en cómo se dio el proceso adaptativo de los términos de una disciplina a otra, sino en cómo permiten entender mejor, algo carente de explicación.

* Lema creado por el canadiense Hazel Henderson considerado un futurista a comienzos de los años 70's. Años más tarde la idea se hizo popular conocida como "el efecto mariposa" en el que las acciones locales conllevan grandes efectos globales; el mensaje lleva a pensar acerca de las consecuencias de nuestras acciones y de nuestro deber dando por hecho que irán aumentando globalmente.

* Gregor Johan Mendel, iniciador de los experimentos genéticos.

Gracias a las aportaciones de investigadores como: Bajtín*, Bhabha** en la construcción lingüística; y Papastergiadis*** en lo social; el concepto de hibridación ha logrado salir del entorno biológico. Ahora se le identifica con múltiples alianzas fecundas, por ejemplo: El imaginario precolombino con el novohispano; las culturas étnicas nacionales con las de las metrópolis. (Bhabha)

Citando a García Canclini, la hibridación consiste en: "Procesos culturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas".³ Como ejemplo se tiene el uso del denominado spanglish, creado en las comunidades latinas de Estados Unidos y extendido ahora por la Internet a todo el mundo. Actualmente se debate si puede ser aceptado y enseñado en las escuelas; pero no debe olvidarse que el español y el inglés provienen del latín, árabe y lenguas precolombinas; de modo que todo ello se puede describir como ciclos de hibridación. El ejemplo anterior constituye uno entre un mar de hibridaciones. Teniendo que de formas heterogéneas* se pasa a otras más homogéneas,** y luego a otras respectivamente más heterogéneas sin que ninguna sea plenamente pura (Brian Stross***). Se pueden situar dentro del concepto de híbrido hechos tan variados como la combinación de: deidades africanas, figuras indígenas y santos católicos en el umbanda brasileño; los casamientos mestizos; collages publicitarios de bebidas asociándolas con monumentos históricos etc.

* Enfatiza fundamentalmente lo social-ideológico y lleva al orden de la literatura la cuestión del híbrido como fenómeno lingüístico.

** Homi K. Bhabha. Antropólogo, Indian postmodernist and postcolonial theoretician.

*** Nikos Papastergiadis, profesor adjunto en la Universidad de Melbourne. Investigador y escritor sobre la teoría cultural, migración y globalización.

* Heterogeneidad cultural indica una pluralidad cultural y una existencia de diversas culturas, ya sea dentro de un estado nación o entre varias naciones.

** Homogeneización remite a la uniformidad y la regularidad, eliminando las particularidades. Existiendo para las versiones que se tienen de la globalización tanto si se ve optimistamente la idea global y armónica, como si se le ve negativamente con la estandarización que habla de una macdonalización.

*** Antropólogo estadounidense, especializado en lingüística, lenguaje prehistórico y cambios culturales, lenguaje olmeca, iconografía, simbolismo y visión global.

Según la definición de Canclini, el proceso de fusión de las estructuras o prácticas sociales discretas se obtiene de un modo no planeado, resultado de flujos migratorios, intercambios económicos o comunicacionales; surge de la creatividad individual o colectiva. No sólo se le encuentra en la vida diaria y en los desarrollos tecnológicos, también en las artes. Esos procesos o ciclos de hibridación buscan una reconversión; una capacitación profesional para reinsertarse en nuevas condiciones de producción y mercado. Por reconversión se entiende las estrategias que un diseñador utiliza para convertirse en, digamos, pintor; de igual forma, cómo los migrantes campesinos adaptan sus saberes para trabajar y consumir en las ciudades; ó en cómo vinculan sus artesanías con usos modernos para interesar a compradores urbanos. Igualmente los obreros que modifican su cultura laboral ante la tecnología; los movimientos indígenas que reinsertan sus demandas en discursos ecológicos o en la política transnacional aprendiendo a comunicarlas por radio, televisión e Internet.

Conocer el concepto de hibridación lleva a pensar en donde quedan las acepciones de mestizaje y sincretismo. El mestizaje es formado por fusiones raciales; producto de los colonizadores españoles y portugueses, posteriormente de ingleses y franceses con indígenas americanos, añadiéndose los esclavos africanos. Hoy se conoce que la población indígena representa menos de un 10 por ciento de los habitantes de América Latina, y son minorías las comunidades de origen europeo que no se han mezclado con los nativos. Las fusiones entre unos y otros obliga a la referencia de mestizaje en su sentido biológico y cultural. Su definición antropológica lo explica como diseño de formas de convivencia multifuncional moderna, condicionadas por el mestizaje biológico.

Hablar de mezclas religiosas a fusiones más complejas de creencias, es hablar de sincretismo. Dada por la intensificación de las migraciones y la difusión transcontinental de creencias y rituales en el último siglo aumentando algunas veces la tolerancia hacia ellas, como en el caso de Japón. En países como Brasil, Cuba, Haití y Estados Unidos es frecuente observar la doble o triple pertenencia religiosa, por ejemplo, ser católico y participar en ritos judíos o una ceremonia new age.

Pero el sincretismo en un sentido más amplio alude también a una adhesión simultánea a varios sistemas de creencias, no sólo religiosas;

como ejemplificación los trabajos realizados por Ikko Tanaka y Vicente Rojo. También se presenta en quienes recurren a la medicina indígena u oriental para la cura de enfermedades o a rituales católicos o pentecostales: “El uso sincrético de estos recursos para la salud suele ir junto con fusiones musicales y de formas multiculturales de organización social, como ocurre en la santería cubana, el vudú haitiano y el candomblé brasileño”.⁴

Por hibridación se entienden mezclas no sólo de elementos étnicos o religiosos, sino con productos de alta tecnología y procesos sociales modernos. Es algo que nos remite a aquello que pertenece a diferentes ámbitos al mismo tiempo. Margarita Zires*, al igual que Canclini, precisa que no hay culturas sin hibridar.

NOTAS AL CAPÍTULO

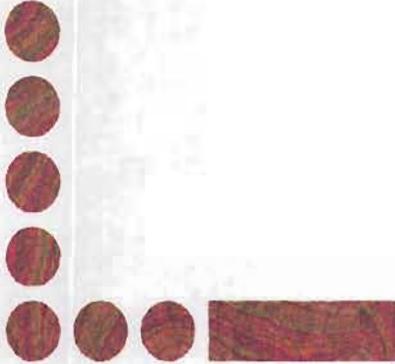
¹ Beck, Ulrich. ¿Qué es la globalización?: Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. ed. Paidós, Barcelona, 1998.

² James Oates, presidente mundial de Leo Burnett, Diario El Nacional, Caracas, miércoles 7 de enero de 1998, Economía, D/10. Citado en Glocalización e hibridación cultural Carlos Colina, 1997

³ García, Canclini Néstor. La globalización: ¿Productora de culturas híbridas? Ed. Grijalbo, México, 1989.

⁴ Rowe, William y Schelling. Vivian Memory and modernity, Verso, Inglaterra, 1991.

* Margarita Zires Roldán, mexicana. Doctora en Lenguas y Culturas en América Latina, Universidad de Frankfurt, Alemania. Investigadora Nacional SNI-SEP. Área de Comunicación y Política.



A IDENTIDAD
DEL DISEÑO Y LA
COMUNICACIÓN VISUAL
EN EL MUNDO
CONTEMPORÁNEO



5.1 IDENTIDAD

Tradicionalmente el concepto de identidad (Latín *identitas*) se define como: "Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracteriza frente a los demás", y "conciencia de una persona que tiene de ser ella misma y distinta las demás".¹

Resulta pertinente plantear de manera breve algunas reflexiones que, desde la antropología, trataron el tema de la identidad; concepto que, si bien se asoció inicialmente al estudio de las poblaciones no occidentales, ha cambiado a lo largo del tiempo. La antropología física se encargó de este tema centrándose en el conocimiento de las "diferencias" establecidas a partir de los supuestos tipos raciales. Otra vertiente se encuentra en las iniciales descripciones relacionadas con los viajeros occidentales enfrentados a la diversidad de tipos físicos y a las múltiples variantes de tipo cultural de los pueblos con los que entraban en contacto. Con la aparición de la etnografía moderna, se profundizó el estudio de la diversidad cultural con el apoyo en descripciones sistemáticas realizadas por antropólogos profesionales que realizaron sus estudios a través de la observación participante como metodología fundamental.

De esta manera, se realizaron un sinnúmero de investigaciones en las que las particularidades de los grupos humanos fueron asociadas al parentesco, la descendencia común y un poco más tarde a la diversidad lingüística. Conceptos como los de tribu, clan y los variados sistemas clasificatorios de parentesco se asociaron más recientemente a los de etnia y etnicidad, que ocupan un lugar cada vez más importante en los estudios de los etnólogos y antropólogos sociales. Las particularidades de las diferentes formas de conceptualización que la antropología ha realizado para el estudio de identidad y de los procesos identitarios, independientemente del inevitable esquematismo de lo enunciado, se encuentran relacionadas con el carácter histórico de disciplina. El actual interés por este tipo de investigaciones es resultado del contexto más amplio en el que se desenvuelven las pesquisas antropológicas, situadas en los profundos cambios experimentados por nuestro planeta. La globalización, la transnacionalización

de sistemas económicos, el fin del mundo bipolar, la amplitud, desplazamientos migratorios, los procesos de expansión, industrias culturales, los procesos de modernización, crisis sociales y de las identidades, frente a los veloces profundos procesos de cambio, son parte de las inquietudes de la antropología y de otras disciplinas sociales.

CONTEXTO E IDENTIDAD CULTURAL

El contexto cultural en que viven y se desenvuelven los seres humanos proporcionan conjuntos de significados que se usan constante y cotidianamente, asociándolos de la forma en que permita comunicarse mejor entre sí, de esa manera y el cómo comparten los mismos contextos significantes puede entenderse lo que otros dicen; contrariamente, cuando se intenta comunicar o interactuar con personas que no comparten los mismos contextos significantes, se crean malentendidos, confusiones y hasta conflictos. También puede decirse que cuanto más lejano o desconocido se hace el contexto del "otro" con se establece la comunicación, más aumentan las posibilidades de no entender exactamente lo que se comunican mutuamente.

Todo lo anterior conlleva a explicar el concepto de identidad cultural. *El contexto cultural* lo conforman las diferencias entre formas culturales. La cultura es la red de significados, que tienen existencia en el medio de una geografía, un clima, su historia y el conjunto de procesos productivos en que se da la existencia de tal cultura. Otorgándole algunas características propias al grupo humano que debe adaptarse y acomodarse a la geografía: bosque, zona montañosa, etc., y a las características particulares del clima: húmedo, seco, cálido, frío, lluvioso, etc.

Ligando los hechos pasados y sus significados, a las cosas y fenómenos del presente, dándole un nuevo sentido cargado de significados y valores, o proyectándonos al futuro imaginario; proporcionando el marco temporal a la vida cotidiana, se encuentra la historia. El idioma que tenemos, los nombres de lugares y de personas

adquieren más significado cuando se redescubre su pasado histórico. Los elementos del contexto cultural entregan su aporte connotativo al significado común de las cosas en la vida cotidiana, estableciendo lo que se valora y con ello las normas de convivencia, de modo que cada lugar tiene una identidad cultural que no es igual a ninguna otra, aunque pueda haber similitud entre ellas.

Todos estos procesos llevan a revalorar la idea de identidad, ya que hablar de hibridación obliga a eliminar el énfasis de establecer identidades puras o auténticas. Si bien existen los aborígenes en el Amazonas, son identidades locales autocontenidas. Sin idea de lo que es la sociedad actual y mucho menos de lo que es globalización, la cuestión es que tanto siguen siendo puras, no en el sentido biológico sino en el social.

Hablar de Identidad remite, como hemos señalado, a la cultura, por ello se dice que en el plano cultural la identidad no es permanente. Definirla solo por un proceso de rasgos (lengua, tradiciones, determinadas conductas estereotipadas) tiende a separar las prácticas de la historia de mezclas en que se formaron, teniendo como consecuencia una absolutización del término. Desde el punto de vista de los procesos de hibridación Ulf Hannerz refiere: "No es posible referirse a la identidad como solo la esencia de rasgos fijos". "La identidad debe entenderse ahora como heterogeneidad e hibridación cultural".² En México por ejemplo donde los indígenas mestizados con los colonizadores blancos, al emigrar a Estados Unidos para encontrar fuentes de empleo se "chicanizaron" volviendo a México con otras ideas; algunos adquirieron un nivel educativo y otros enriquecieron su patrimonio cultural con saberes y recursos estéticos de varios países. Investigar procesos culturales favorece la manera de conocer cómo se producen las hibridaciones.



DISEÑO Y TEC- NOLOGÍA

"Los tres estadios históricos, el del pergamino, el del papel y el del silicio ofrecen así diferencias radicales, teniendo en cuenta sus respectivas temporalidades, los soportes materia-

les que utilizan, y sus mecanismos de creación y de transmisión. El pergamino es el soporte de la edad de la oralidad, de la memoria viva, del diálogo. El papel es el soporte de la edad de la acumulación, de la apropiación. El silicio es el soporte del pensamiento ayudado por la computadora, de la artificialidad y de la industrialización".³

Sin embargo, el paso de una tecnología a otra no opera como una simple sustitución. Las tecnologías se acumulan y se mezclan. La hibridación es un proceso fundamental de su historia. Los cambios de soporte también traen consigo cambios sociales e ideológicos fundamentales. El siglo XVI en Europa es un ejemplo de estos cambios de paradigma tecnológico, con sus consecuencias religiosas, epistemológicas, ideológicas, etc. Con el libro llegan, al comienzo de dicho siglo, la difusión del conocimiento, encerrado hasta esta época en los monasterios. Este progreso técnico trae consigo en Europa la reivindicación del acceso directo y libre del individuo a la Biblia, sin pasar por el clero, el deseo de traducir los textos sagrados, sin referirse a la autoridad de Roma. A partir de estos conflictos se desarrollará la Reforma, como movimiento contra el monopolio de la Iglesia católica, la cual quería perpetuarse como única mediación entre el hombre y el conocimiento. Las consecuencias culturales de la oposición entre la cultura católica y la cultura protestante siguen teniendo repercusiones importantes hasta nuestros días.

El cambio tecnológico no se limita a la técnica. Implica la cultura, las formas de representación del mundo, la relación que el hombre quiere construir con este mundo (el saber), e incluso hasta la forma de su religión.

El uso de los medios para la transmisión del conocimiento implica una traducción de las informaciones, de los datos, en formas y/o formatos que sean aceptados por dichos medios.

A fines de los años 1990, los progresos en la ingeniería de programas se combinan con una concentración a nivel mundial de los grupos de telecomunicaciones, de informática y de los audiovisuales. El Internet es un medio de comunicación y de información, su creación como instrumento estratégico del Pentágono, y su desarrollo ulterior en el campo de la investigación, preceden las declaraciones de Al Gore, candidato a la vice-presidencia de Estados Unidos en 1992, quien inventa la metáfora de las autopis-

tas de la información. Esta representación esconde el hecho fundamental de que la información no existe en sí, sino a través de procesos complejos, los cuales implican entre otros fenómenos:

- La in-formación, (uno tiene que dar una forma a los datos),
- la mediación (uno no tiene acceso a los datos directamente, de la misma manera que el noticiero no permite el acceso al evento sino a la representación del evento),
- la mass mediación (puede compararse el supuesto papel de mass media del Internet en el futuro y el papel actual de la televisión: los dos representan los intereses en juego de grupos económicos mundiales),
- y una apropiación de la tecnología y de la máquina por parte de los usuarios.

Las ilusiones que permite el Internet son:

- La ilusión de la ubicuidad (la cual ya la permite el teléfono),
- la ilusión de la realidad (confusión entre el mensaje y el mundo), que crea el audiovisual (cinema, televisión),
- la ilusión que produce la velocidad (proveniente de los progresos en el campo de la conmutación).

De estas ilusiones, de origen técnico, nacen las representaciones de la aldea global (vecindad mundial), y la del mundo virtual, expresión que mezcla supuestamente lo real y lo que no existe, y la de la transparencia (todo es in-mediató, como si no existiera un medio).

Con la globalización y los modernos adelantos tecnológicos es inevitable preguntarse hacia donde irá el diseño en un futuro. No es una pregunta fácil, sobre todo con el boom del Internet. ¿Lo digital imperará o existirá un balance entre los medios tradicionales de comunicación? La idea de culturas híbridas nos permite circunscribir los productos tecno-culturales multimedia y digitales dentro de ellas y la participación de las nuevas tecnologías. Según Canclini, las combinaciones multimedia y su conexión con la informática relativizan la separación tradicional y mezclan las estrategias de los campos que unen; por ejemplo de las artes, la

producción editorial y la audiovisual. Las producciones culturales multimedia combinan diversos textos nuevos y transforman los tradicionales. Sin embargo, dicha transformación ha venido ocurriendo desde hace tiempo cuando surgieron las primeras tecnologías de reproducción. Dichas transformaciones originan un deslizamiento y entrelace de lo culto y lo popular. Uno de los principales factores asociados con la cultura popular es el uso de imágenes de todo tipo: grabados, pinturas, fotografías, comics, símbolos gráficos, hasta un tipo de letra mayor de 12 puntos y escritura de molde (script).

"Las imágenes, han sido el libro de los pobres". En ellas se "producía un discurso accesible a las masas"⁴ y, por lo tanto, era necesario seleccionar y censurar con más cuidado su contenido. La imagen como producto cultural es transformada y utilizada de diversas formas de acuerdo a los intereses y gustos de cada grupo social o político. Unos toman lo que otros usan para participar en la dinámica social, cultural y económica y para inscribirse como parte de un grupo o como diferencia. En este proceso de desplazamiento de sentidos, la imagen se transfigura en un contenido, que hace referencia a diversos sistemas simbólicos. Por ejemplo el caso de la virgen de Guadalupe, cuya imagen es utilizada de variadas formas, de acuerdo al grupo y tiempo de apropiación; la imagen del Che Guevara utilizada para representar la idea de revolución, rebelión, cambio e inconformidad, además, paradójicamente, explotada hasta en anuncios comerciales de comida rápida mexicana en los Estados Unidos. En este tenor surge la preocupación por el destino del libro tanto como objeto (objeto de diseño) y como obra literaria. Debido no sólo a la explosión de los medios de comunicación, sino a la aparición y proliferación de productos multimedia disponibles a través de cd-roms y páginas de hipertexto en el "WorldWideWeb".

La tecnología electrónica sólo representa nuevas formas de escribir y leer. José María Díez⁵, por ejemplo, dice que el libro, como medio tradicional de cultura, puede llegar a sucumbir en la época moderna; pero concluye que el libro no desaparecerá, sino que alterará "su forma externa, su elaboración, su sistema de distribu-

⁴ José María Díez Borque, catedrático de Literatura Española de la Universidad Complutense de Madrid, gran experto de las grandes obras del Siglo de Oro español.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

ción y sus características internas". En la actualidad, por ejemplo, las nuevas tecnologías ofrecen libros multimedia en cd-roms y los más recientes libros electrónicos o e-books. Sobre el diseño mexicano en este ámbito existe un buen ejemplo titulado *La ley del amor* (1995) de la escritora Laura Esquivel, un producto cultural literario diferente y posmoderno a través de la combinación de texto, imágenes y música. Es una novela que incluye un disco compacto con la música que acompaña la lectura del texto. Leer, ver y oír es la consigna de esta narrativa. Interesante como referencia para los diseñadores, pero el énfasis de todo esto en relación con el diseño radica en que el diseñador como ser social debe documentarse, debe leer para conocer su entorno y lo que le rodea con la finalidad de comunicar mejor a través de sus diseños.

5.4 CULTURAS HÍBRIDAS Y DISEÑO

De lo expuesto hasta ahora se infiere que las culturas híbridas existen desde antes de la globalización, y que México y Japón son un claro ejemplo. Si bien Japón lo es de distinta manera, los procesos híbridos están presentes en todos los ámbitos de su vida. La duda sobre el sincretismo era un sinónimo de lo híbrido quedó despejada puesto que la respuesta es negativa; éste (el sincretismo) es una forma de hibridación.

Si se parte de la premisa de que no existen culturas sin hibridar, el diseño, al formar parte de la sociedad esta sujeto a este proceso que es ineludible.

Tanto en México como en Japón el diseño se ha desarrollado mediante las influencias del arte tradicional, de los movimientos de vanguardia, del ámbito social y económico; constituyendo en sí mismo un proceso híbrido. Se puede afirmar que el diseño proviene de los ciclos culturales de hibridación y su fin es establecer un canal de comunicación.

Cuando se habla de identidad en el diseño, según lo expuesto párrafos atrás, es pertinente hablar de un origen, aún cuando la identidad social está en permanente cambio. Esta identidad (la del diseño) funciona de la misma mane-

ra, se vuelve una síntesis. Tanaka y Rojo son una muestra visual de lo anterior. Su trabajo es claramente reconocido. No se está hablando de que el diseño de la comunicación visual sea igual en todas las naciones debido a la globalización; si bien comparte una estructura y un fin que no cambia, cada región le imprime (o al menos en teoría) un sello particular derivado de sus tradiciones locales. Pero lo correcto sería referirse a ellos como diseños híbridos en su sentido más amplio. Aunque aún no se puede precisar si de verdad existe un diseño propiamente mexicano, surge la pregunta: ¿A quienes se dirigen los diseñadores mexicanos? Dejando a un lado el diseño publicitario que se sabe va encaminado a la sugestión de adquirir bienes materiales o inmateriales, fungiendo como escape a la realidad; el diseño mexicano entendido como todas las manifestaciones que se pueden observar en las calles y comercios, va encaminado a la marginalidad, la delincuencia, las protestas, a lo cotidiano. De modo que es agresivo y categórico. Un interesante ejemplo lo constituye el libro titulado: "Sensacional de diseño mexicano", de Juan Carlos Mena. En esta obra se presentan ejemplos visuales. Para el autor las imágenes que mejor hablan de nuestro país y el mexicano son las que inundan las calles de la ciudad. "Existe un diseño que verdaderamente comunica el sentir de los mexicanos, sin que pase por la academia y nosotros (los especialistas) estamos fuera de esa forma de comunicación. En este libro se plasma y se documenta esa manera de hacer diseño".⁵ Si bien el diseño tiene diversos campos de acción, la búsqueda de identidad no debe encaminarse únicamente a lo producido comercialmente, debe integrarse a lo social, educacional y cultural para poder encontrar una respuesta a la identidad. Puesto que reducirlo solamente a íconos como el nopal y las grecas sería un ejercicio reduccionista muy pobre, debe valorarse lo social para poder integrar lo tradicional. De los genios creadores, debe aprenderse el hambre por innovar y sobre todo su comprensión del entorno social, y contexto cultural.

En contraste, Japón es una nación que proclama realizar diseño por y para los japoneses; esto es, con identidad. Se auto-reconocen como una cultura híbrida puesto que su signo distintivo lo constituye su adaptabilidad; su capacidad de asimilación. La adaptabilidad se halla en el origen de la sabiduría japonesa. Los japoneses no han ideado mucho. Se sirvieron de los inventos de los chinos, primero, y de los occidentales después. La historia de las islas del Japón se halla sumergida en la oscuridad y su desarrollo se ve compensado por su admirable capacidad de

adaptabilidad. Eso pasó con la China del siglo III a.C. que llevó sus conocimientos milenarios a unos habitantes sumidos en situación poco menos que salvaje en el archipiélago del Japón. En pocos años asimilaron la escritura ideográfica china y todos los sistemas de su cultura y la religión budista, que llegará a unirse a las creencias menos estructuradas del shintoísmo local, originando con el confucionismo, un peculiar ensamble de creencias; un sincretismo. La influencia de China en las artes del Japón es evidente y abiertamente reconocida. Pero todas las artes, al llegar al archipiélago, eran siempre modificadas tanto en la interpretación como en concepto y la ejecución, debido a una idiosincrasia y concepto de la estética muy diferente al chino. Los japoneses, conscientes de su condición frente al gigante vecino, supieron orillar lo que de majestuoso y gigantesco contenía el arte chino, para lograr una señal de sencillez y delicadeza en sus obras mundialmente reconocidas.

La paradoja que aparece en Japón puede advertirse con la permanencia de la herencia de las imágenes del grabado del siglo XVIII en los conceptos y realización del diseño de las imágenes en el Japón actual. Es significativo cómo puede permanecer ese espíritu con el desarrollo de una imagen en un tiempo contemporáneo. Y es esa capacidad de adaptabilidad con la que los japoneses han sabido unir lo antiguo y tradicional con lo más nuevo e innovador. El hecho de que no sólo Ikko Tanaka haya producido con la misma fuerza icónica moderna envuelta en una atmósfera tecnológica es una evidencia de la asociación del pasado y el presente que los japoneses son capaces de realizar.

Sin embargo, los japoneses tampoco están libres de problemáticas, Keizo Matsu⁶ refiere: "Hay una extendida falta de calidad en el diseño gráfico cuando lo que prevalece es la captación del potencial consumidor aún a sabiendas que lo que se realiza es basura".⁶ Muchos diseñadores japoneses trabajan con el fin de elevar la calidad del diseño difundido en las ciudades del Japón.

Pensando nuevamente en el entorno mexicano; conviven las fuerzas que quieren recuperar lo identificativo de la estética mexicana indí-

— — — —

⁶ Originario de Hiroshima Japón, graduado de la Universidad de Osaka, estableció el despacho de diseño Hundred Design Inc. Fue jurado en el evento "Diseño Gráfico Chino 96".

gena, y por otro lado las fuerzas que promueven la actualización y modernización. El diseño mexicano debería encontrar el equilibrio entre su pasado y su presente sabiendo recoger lo esencial de su tradición milenaria cultural y proyectarse hacia los nuevos planteamientos.

5.5 PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIDAD EN EL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL MEXICANA

Como se ha señalado el establecimiento de una identidad esta ligada al proceso sintético enmarcado dentro de la hibridación cultural. Así al hablar de un diseño auténtico y original se esta haciendo referencia a un grupo de componentes con características únicas que lo distingan de otros, es la concepción de algo novedoso, entendido como un balance entre sensibilidad e Intelectualidad que debe expresar ideas dentro de un contexto determinado. Para cual el diseñador debe volver propio el conocimiento y con el proyectar algo diferente. De otro modo el diseño sería mera casualidad y no es esa su intención, por eso el conocer la historia y retomarla permite tomar nuevos puntos de partida.

En nuestro país el proceso de construcción de identidad en el diseño no se ha concretado por los factores que a continuación se indican.

Sin duda alguna, desde un marco de referencia exterior, la imaginería visual que de México se tiene, puede ser considerada como una de las mas estereotipadas del mundo. Elementos como el sombrero, el calendario azteca, las pirámides, los mariachis, el tequila etc. reflejan una imagen de país perpetuamente posicionado en el pasado; con un futuro aun por inventar. Estos componentes vernáculos y folklóricos siguen estando presentes en el campo del marketing cuando de vender a México se trata.

El estudio formal del diseño gráfico es un fenómeno relativamente reciente en América Latina, comenzando en pocos países en 1950. El regreso de graduados Latinoamericanos junto

con inmigrantes europeos de instituciones de diseño en Europa, especialmente La Bauhaus, y escuelas de diseño en Ulm, Basel y Zurich, juega un papel primordial influenciando la enseñanza del diseño en la región. Esta primera ola de diseñadores, educadores, arquitectos y artistas europeos inmigraron durante y después de la Segunda Guerra Mundial y desempeñaron un papel importante al traer la estética modernista a la región. Los modelos educacionales europeos tuvieron que ser adaptados para el contexto Latinoamericano, el cual estaba basado en un modelo tradicional.

En nuestro país el detonador importante en la conformación del estudio formal del diseño es la celebración de los juegos olímpicos de 1968; posteriormente es en el sexenio echeverrista donde el estado otorga un impulso notable:

En 1971, como uno de los pasos importantes del gobierno del presidente Luis Echeverría Álvarez, se funda el IMCE, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, con el objetivo de impulsar las exportaciones del país. Para esto, antes era necesario elevar la calidad de los productos, por lo que se establece la fundación dentro de esta institución, del CENTRO DE DISEÑO, organismo que a partir de sus tres departamentos: Diseño Gráfico, Ferias y Exposiciones y Promoción del Diseño, impulsó al diseño en todas sus manifestaciones, a lo largo y ancho del país y con las naciones relacionadas comercialmente con México.

Con este fin, se contó con la colaboración de los primeros egresados del diseño y la entusiasta participación de los profesionales en otras materias que habían decidido desarrollarse en el campo del diseño. El resultado a corto plazo, fue la difusión y aplicación de esta actividad creativa en un ámbito muy amplio ya que se trabajó lo mismo en el diseño industrial que en el gráfico, del vestido, de exposiciones, y aún en el área de las artesanías. La labor de este organismo fue determinante para que surgieran rápidamente un buen número de escuelas universitarias de diseño tanto en el Distrito Federal, como en ciudades como Guadalajara, Monterrey, San Luis Potosí o León, multiplicándose en pocos años los servicios de diseño a casi todo el país.

A partir de la promoción del Centro de Diseño, surgen una serie de asociaciones que representan durante algunos años a los profesionales en activo, hasta culminar en la fundación en el año de 1975 del CODIGRAM, Cole-

gio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, A.C., organismo oficial del gremio, cuyo primer consejo directivo fundador es presidido por el D.I. Juan Gómez Gallardo Latapí.

Dentro de un ambiente donde mucho estaba por hacerse, el joven gremio de diseñadores se propuso la tarea de vincularse con su medio de trabajo y los profesionales del diseño a nivel internacional, logrando la sede para organizar el evento de trabajo Interdesign 78/México, que reunió a representantes de varios países que laboraron conjuntamente hasta concluir un proyecto pensado para su aplicación en naciones en vías de desarrollo. Durante esta década, se produce un movimiento importante en la promoción del diseño por parte de instituciones gubernamentales, que se refleja en las actividades del IMEE (Instituto Mexicano de Envase y Embalaje), IMAI (Instituto Mexicano de Asistencia a la Industria) y LANFI (Laboratorios Nacionales de Fomento Industrial) que ofrecen sus servicios en el área de envase y embalaje; el FONACOT (Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores) que promueve el diseño y la fabricación de bienes para los trabajadores; y el CENAPRO (Centro Nacional para la Productividad) que auspicia el desarrollo y la experimentación en el campo de la ergonomía con objeto de generar un mayor confort para los usuarios y operarios durante el trabajo y el consumo de los productos.⁷

Con la inserción de México en el contexto globalizado (apertura comercial, tratados de libre comercio, asentamiento de consorcios extranjeros) los diseñadores gráficos han comenzado a jugar un papel cada vez más importante en la economía nacional, trabajando en áreas de identidad corporativa, mercadeo y estrategias para ubicación de productos, ayudando así a los productos y servicios a competir dentro de un mercado internacional.

Desde luego que uno de los factores creadores de identidad en el diseño es la calidad educativa que reciben durante su formación los futuros profesionales; sin embargo, el fenómeno de la masificación a nivel profesional, aunado al surgimiento de cursos para aprender diseño gráfico en una categoría técnica, retrasa el avance de la profesión por colocarse como una carrera seria y de gran aporte social. Según datos de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES)⁸

existen 234 programas registrados de licenciatura en diseño gráfico y afines. La asociación Encuadre* refiere que el número de escuelas con cierto prestigio no pasan de 50 y que existirían 185 escuelas cuya calidad no pueden conocer ni garantizar con objetividad por ningún medio.⁹

Durante los años noventa, se produjo una explosión demográfica de cursos para aprender diseño gráfico que la mayoría de las veces se reducen al diseño web y al manejo de programas como photoshop.

Las universidades privadas, al contar con mejor infraestructura digital, incorporaron el aprendizaje de estos cursos en sus programas. Lo que no se percibió es la gran diferencia entre la formación de un operador de programa y un diseñador que proyecta.

Gui Bonsiepe de la UDLA escribe: "Nos hace falta un discurso en diseño gráfico. Mientras que nosotros no produzcamos este discurso el diseño no puede sobrepasar su aislamiento y desenvolverse en su pleno potencial en la sociedad [...] Los diseñadores no irán más allá de un rol de simples personas toleradas para ser llamadas cuando se necesita un trabajo rápido de visualización o cuando una intervención cosmética es necesitada. Hasta no producir este discurso el diseño no puede constituirse como un dominio fundamental que es indispensable para la política del desarrollo científico, tecnológico e industrial que pretenda ser efectivo. Diseño gráfico no puede ser reducido a visualización [...] El desafío de hoy en día es la creación de estructuras que no solo visualicen la información sino que la estructuren. La razón histórica por este déficit de un discurso de diseño se debe a que la educación en diseño ha sido orientada a la destreza, similar a una manualidad. Por supuesto que la destreza es necesaria pero no es suficiente".¹⁰

* Asociación Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico (afiliado a ICOGRADA).

¹ en <http://www.rae.es/>

² Goldberg, David Theo. Introduction: Multicultural Conditions, en Multiculturalism: A Critical Reader, D.T. Goldberg ed., Basil Blackwell, Cambridge, Mass. and Oxford. 1994 Citado en: García Cancellini Néstor. La globalización: ¿Productora de culturas híbridas?

³ "Educación, identidad cultural y multimedia" en Cuadernos de la cátedra UNESCO. UIA, México, 1998.

⁴ Barbero, Martín Jesús. De los medios a las mediaciones. Ed. Gustavo Gili, México, 1987.

⁵ Mena, Juan Carlos. "Sensacional de diseño mexicano". El economista (México, D.F.), 27 de jul. de 2004.

⁶ Lizalde, Eduardo. El cartel japonés contemporáneo. Siete creadores. Biblioteca México, 1998.

⁷ Oscar Salinas-Flores "El Diseño Profesional en México: Una Breve Retrospectiva".

⁸ Anuario de Estadísticas. México, ANUIES.

⁹ en http://www.encuadre.org/historia_res.html

¹⁰ Gui Bonsiepe, Master's Degree Programme in Design Theory Documentos del programa de diseño de la Universidad de las Américas (12 de diciembre de 1997).

ONCLUSIONES

El sincretismo cultural parece estar en la base de toda sociedad, sin embargo, éste sólo arriba a su máxima expresión en América. El sincretismo es la esencia cultural del continente americano; por el contrario Japón, situado en el extremo del aislamiento cultural al abrirse a occidente, adaptó los procesos culturales americanos. Las civilizaciones toman y asimilan caracteres que le son extraños produciendo nuevas síntesis; es decir, se generan cuando la capacidad de asimilación se estabiliza consiguiendo una especie de equilibrio en el que se comienzan a desarrollar potencialidades propias independientemente de las influencias externas.

Se puede hablar de sincretismo y síntesis en el ámbito del diseño y la comunicación visual porque son elementos de hibridación. No son formas de composición, sino elementos distinguibles en los procesos del diseño por medio del análisis social*. Si todas las culturas están constituidas por ciclos híbridos, el diseño como una disciplina social es también producto de ellos. No debe olvidarse que el objetivo del diseño es la comunicación a través de mensajes visuales; por lo que se torna ilógico concebirlo fuera de lo social. De ser así, hablaríamos de técnica, no de diseño. Por consiguiente, los profesionales en el área no deben conformarse con saber dominarla, sino que deben partir de una base teórica bien fundamentada; a la par de conocer las teorías de la comunicación, puesto que se está hablando de transmitir mensajes visuales, deben ser conscientes de su entorno en muchos sentidos debe existir un complemento sino cual sería el sentido de estudiar la carrera si se pueden tomar cursos de paquetería de cómputo, clases de dibujo, etc. Todo comunicador debe estar consciente de que toda comunicación incluye procesos cognitivos y emotivos, así como también

— — — —

* Lema creado por el canadiense Hazel Henderson considerado un futurista a comienzos de los años 70's. Años más tarde la idea se hizo popular conocida como "el efecto mariposa" en el que las acciones locales conllevan grandes efectos globales; el mensaje lleva a pensar acerca de las consecuencias de nuestras acciones y de nuestro deber dando por hecho que irán aumentando globalmente.

información a nivel denotativo y connotativo. Lo estético es siempre comunicacional y merece tratamiento aparte.

Fue el proceso sincrético en el que se desarrollaron Ikko Tanaka y Vicente Rojo lo que les permitió lograr una nueva síntesis en sus trabajos, es decir, lograron encontrar una identidad de su diseño. Esta investigación permitió develar la gran dificultad imperante en México sobre este tema; el resultado demuestra que a pesar de ser un país con un gran pasado cultural no se ha conseguido tener una identidad del diseño mexicano, la síntesis que se generó posterior al período revolucionario no ha dado el resultado esperado, y eso se debe a diversos factores: primeramente a que el diseño institucionalizado es joven en México por lo que aun falta mucho camino que recorrer, se debe lograr una mejor enseñanza para poder crear un discurso; el problema fundamental está en las escuelas que solo informan, preparan al diseñador como un técnico.

El diseño de la comunicación visual es parte inherente de lo social y lo político, en sus logros y fracasos esta íntimamente vinculado con las políticas económicas y sociales tanto en la práctica profesional como en la enseñanza. En este sentido la pobre educación de la sociedad contribuye a que el trabajo desempeñado por el diseño sea menospreciado; no se ha logrado aprender ni aprehender.

Otro elemento importante en la cuestión que es hablar de una identidad del diseño mexicano es el modo en que México continúa vendiéndose en el exterior; (turismo) mediante una imagería visual estereotipada, de modo que el diseñador se constriñe en el ámbito estatal a los lineamientos que designe el estado. Hablar de globalización es referirse a "un mercado global", en el que México participa atrayendo turistas ofreciéndoles todos los beneficios de una magnífica glocalización, pero con las grandes comodidades que brindan los productos de la globalización. Esa glocalización al reconocer a las culturas locales permite explotar en el diseño representación gráfica única. Dicho modo de vender a México hace que la identidad del diseño no pueda generar la nueva síntesis, se continúa atrapado en las imágenes folklóricas, las grecas, que desde luego son parte de México pero lo cierto es que nadie vive descansando con un gran sombrero bajo la sombra de un cacto.

Cada profesión vive en un discurso y es justamente la debilidad del discurso de diseño una de las causas para que la profesión esté fuera de los centros de poder de la sociedad. La masificación que en los últimos años se ha estado dando en el diseño no solo atrae al perfil de estudiantes equivocado porque se piensa que es una carrera "fácil" y de moda, sino que hace creer ser diseñador a todo aquel usuario de "CorelDRAW". Se debe tener muy claro que el diseño de la comunicación visual no es la representación de nuestros sentimientos, miedos, alegrías o temores en sus expresiones más puras; es ante todo un trabajo. El diseñador es un camaleón que se adapta a las necesidades de los medios, no los medios a sus gustos o creencias; y por lo tanto su trabajo está basado en el mercado.

Un gran inconveniente es también, el no poder definir acertadamente lo que hace un diseñador. Siempre se tiene más claro a lo que se dedica un dentista, un abogado, un carnicero, etc. A pesar de que los productos del diseño nos rodean, (libros, señales, etc.) no se logra una correcta comprensión. Tales elaboraciones no siempre son realizadas por diseñadores, del mismo modo que los problemas de salud no siempre son tratados por médicos, a veces se recurre a la autoprescripción, fe, entre otras cosas. Eso no disminuye la importancia de los problemas, ni la necesidad de contar con médicos. Pero ellos al igual que otros profesionales precisan de libros, formularios, etc. Incluyendo los envases que contienen los alimentos deben presentar gráficamente información eficiente y atractiva.

Por ello el diseñador de la comunicación visual trabaja en la interpretación, ordenamiento y presentación visual de los mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Un diseñador de textos no solo ordena tipografía, sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza y la economía de los mensajes. Este trabajo, más allá de la estética, tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación.

El título de diseñador gráfico ha contribuido a la vaguedad que sufre el entendimiento de la profesión. A pesar de ser mejor que artista gráfico, aun hace un énfasis desmedido en lo gráfico-físico desatendiendo el aspecto más esencial de la profesión, que no es el de crear meras formas sino el de crear comunicaciones por medio de formas. Por este motivo el término

diseñador gráfico es lo más aceptado para la profesión, pero el título más apropiado y descriptivo es diseñador de la comunicación visual, ya que en este caso están presentes los tres elementos necesarios para definir la actividad:

- Método o proyección = Diseño
- Objetivo = Comunicar
- Campo = Visual

El diseñador de la comunicación visual es el profesional que mediante un método específico, construye mensajes visuales. Para ello debe entenderse el proceso de comunicación como un acto en el cual el receptor construye el significado final. El elemento gráfico diseñado no constituye la totalidad del mensaje, sino que éste es relativamente incierto hasta que el receptor lo establece mediante su intervención. En este acto tienen lugar aceptaciones y rechazos que facilitan o dificultan la recepción y la retención de los mensajes y que también afectan la relación del receptor con el emisor en forma más o menos duradera. Toda comunicación en diseño de la comunicación visual incluye una fuente, un sumario transmisor, un medio, un código, una forma, un tema y un receptor.

La lectura de textos parece distante de la formación del diseño. Pero ella es imprescindible para contrarrestar la tendencia hacia la afasia y la falta de competencia de articulación de los estudiantes de diseño. El diseñador produce/posibilita nuevas experiencias en la vida cotidiana de la sociedad, experiencias en el manejo de productos, signos y servicios, incluidas experiencias estéticas que a su vez están sometidas a una dinámica sociocultural.

La identidad mexicana es muy compleja y de igual forma la identidad del diseño, no necesariamente estará en peligro si se toma conciencia de que se pueden asimilar elementos de fuera, extraños, novedosos; pero la identidad existente debe entonces reeditar su propia identidad para no ser solo una copia, es algo así como funciona el organismo: si se come un jitomate por la mañana, no se tendrá la piel roja por la tarde, el organismo asimila lo que le es necesario de él y eso no cambia a la persona continua siendo ella misma.

Ikko Tanaka y Vicente Rojo compartían los

mismos ideales sobre el diseño, (debe comunicar eficazmente y debe ser agradable a la vista). Ambos fueron el mejor vehículo para esta investigación pues por pertenecer a países y culturas tan alejadas se logró una comparativa interesante que permitió esclarecer cómo es percibido el diseño de la comunicación visual en México.

Si aun existe duda sobre el cuestionamiento a la utilidad que puede representar este tipo de análisis, se debe recordar que el proceso de investigación no debe estar peleado con la actividad proyectual, por el contrario es un complemento que brinda mejor comprensión del entorno teniendo como consecuencia una mejor proyección de la información. No se debe olvidar que los conceptos adecuados abren el camino para las prácticas adecuadas.

Indudablemente, mientras no se le dedique un espacio al análisis conceptual que permita comprender al diseño como una profesión vinculada con la sociedad, que está en busca de una nueva síntesis que nadie toma en cuenta no se podrá encontrar la verdadera identidad de un diseño de la comunicación visual nacional. Para ello baste ver que el mismo proceso en el Japón ha establecido un rumbo promisorio en su diseño.

Análisis iconológico

Los carteles elegidos para este trabajo son cuatro. Tres se clasifican como figurativos y uno como abstracto. Es conveniente puntualizar que su explicación parte de los siguientes lineamientos:

- Ficha Técnica
- Análisis Formal
- Iconología

Clasificados como carteles culturales y artísticos. Estos tipos de carteles, considerados para muchos estudiosos casi obras de arte, son ante todo un objeto de comunicación, de significación que puede ser tomado desde dos enfoques metodológicos: el de la semiótica y el de la iconología. La semiótica trata de acometer un análisis de la estructura semántica, o sea, cómo se articulan los diferentes signos estéticos para construir un discurso. La iconología, que en cierto modo incluye esta pretensión de la semiótica, es fundamentalmente una hermenéutica, es decir una interpretación comprensiva de la obra teniendo presente que ésta, como fenómeno humanístico, no puede ser sometida, como el fenómeno natural a un tratamiento exacto y generalizante. Es decir, todos los sujetos de una misma especie animal como por ejemplo los gatos, disponen de los mismos órganos, un mismo tipo de aparato digestivo etc. Pero en el fenómeno artístico no es posible hacer esta generalización, por lo que se impone una comprensión interpretativa. La iconología aspira a comprender la obra, en este caso el cartel; en su totalidad, implicando su condición histórica. Para el cartel abstracto no puede tomarse como base a la iconología puesto que la misma alude a la representación de cosas morales o naturales o bien a la figura o apariencia de personas. Para ello se empleará la interpretación de las figuras abstractas en el contexto del diseñador.

ORIENTE:

Se basa en el principio de:
agua y madera.

Busca:

Cómo trascender.

Estética Oriental:

sobria

OCCIDENTE:

Se basa en el principio de:
piedra y metal.

Busca:

Cómo hacer perdurar.

Estética Occidental:

decorativa.

IKKO TANAKA Y SUS CARTELES

Ficha Técnica

Título del cartel: Nihon Buyo (Danza Japonesa)

Año: 1981

Técnica: Offset

Medidas: 1030 x 728mm

Realizado para: Asian Performing Arts Institute, UCLA

Descripción

Su formato es vertical, lo mismo que la imagen. Presenta la forma de una mujer japonesa tradicional, así como los rasgos de su vestimenta, peinado y adornos característicos; uno en la parte superior derecha y el otro sobre su frente.

Análisis Formal

Elementos que lo integran:

- *Tipo de cartel.* Informativo, cultural y artístico.
- *Funciones del cartel.* Informativa ya que comunica el lugar donde serán presentadas las exhibiciones de danza dentro de la Universidad; ambiental, debido a su contexto urbano. Es un elemento decorativo dentro de su contexto. Creativa, porque es innovador y supone una base en el movimiento constructivista además de estética.
- *Tipo de composición.* Se distingue la estática; por estar centrada en la forma que no presenta signo de movilidad.
- *Equilibrio y simetría.* Su equilibrio es también estático lo cual va ligado a la simetría que hay en la misma.



- *Signo.* Es un signo de formas relativas y compuestas. Primero porque de inmediato se reconoce a la geisha y segundo no puede pasar desapercibido que la misma está conformada mediante formas básicas que juntas producen la forma compuesta. Hay en ella múltiples colores. De proporción armónica ya que el peso de la imagen ocupa todo el formato, por ello no se ve cargado hacia ningún extremo.
- *Código icónico.* La imagen es terminante, logra captar la mirada de manera rápida y en ello influye el color; las formas geométricas con las que está elaborada contribuyen a que sea recordada con mayor facilidad por la mente. No obstante es un cartel muy figurativo por ser un reflejo de una geisha real. A ello también se le denomina denotación. La connotación por otra parte está supeditada a la información e interpretación que el espectador le otorgue.
- *Código tipográfico.* Como su nombre lo indica es el texto, que en este caso además de informar refuerza la imagen, la amplía.
- *Código cromático.* Resulta muy vasto, ayuda a retener la atención de quien lo observa. Es también un refuerzo de la imagen. Existe un contraste de color en sí mismo y por lo tanto es connotativo en su vertiente simbólica. Porque representan valores de una realidad no visible.

Ficha Técnica

Título del cartel: (Dai sankai Tokio kokusai hanga biennial ten) III Bienal Internacional de la Estampa de Tokio.

Año: 1962

Técnica: Offset

Medidas: 1030 x 728mm

Realizado para: Museo Nacional de Arte Moderno.

Descripción

Imagen vertical sobre fondo negro, simboliza la representación de un actor de teatro. En un primer plano se puede observar un texto informativo.

Análisis Formal

Elementos que lo integran:

- *Tipo de cartel.* Al igual que los otros carteles, este es de tipo informativo, cultural y artístico. Muestra una constante en el trabajo de Tanaka, el uso del contraste de color. Expresa la retención de un instante que describe perfectamente el tema (redundancia) en este caso la estampa o grabado japonés. El rostro y su expresión, evocan el recuerdo de los actores del teatro Kabuki, muy comúnmente representados en las estampas del Periodo Edo*.
- *Funciones del cartel.* Contiene cuatro funciones del cartel. Informativa, ambiental, creativa y estética.
- *Tipo de composición.* En sus elementos compositivos se le cataloga como clásico por centrarse en la forma y excluir todo tipo de ambigüedad. Presenta lo

* v. supra, p. 56 para explicación más detallada.



10月6日 11月11日 開催 券委 主催 国立近代美術館 読売新聞社

que ellos denominan resonancia⁴. La proporción es armónica puesto que ocupa todo el formato, obligando a que el espectador no centre su mirada en un punto específico. Tiene impregnada la filosofía oriental, es simple, depurado y al mismo tiempo sobrio. Pareciera estar elaborado bajo la técnica llamada *scrath*⁵.

- *Equilibrio*. Estático.
- *Signo*. De forma absoluta debido a que es producto de una abstracción intelectual.
- *Código icónico*. Dentro del nivel de código icónico se aprecia: una imagen figurativa que atrapa la mirada, engancha al espectador de modo que asegura la lectura del texto, (código tipográfico) aunque para un occidental sin conocimientos del idioma este refuerzo se pierde, a menos que tenga la posibilidad de traducirlo.
- *Código tipográfico*. Para que ello no suceda en este caso, dicha cita refiere lo siguiente:
 - “Tercera Bienal Internacional
de exposición de grabado en Tokio
1962
Museo Nacional de Arte Moderno”
“6 de Octubre a 11 de Noviembre
Bajo los auspicios del Museo Nacional de Arte Moderno y el periódico Yomiuri”
- *Código cromático*. Triple contraste, el de figura fondo, el de color caliente-frío y el claro-oscuro. Representados en los rasgos que conforman al personaje. Ese manejo de oposiciones transmite una gran fuerza y enorme peso visual. De modo que el contraste de color caliente-frío se observa debajo y el claro oscuro parece estar encima por la unión de los colores con el fondo negro.

⁴ v. supra, p. 26 para mayor explicación.

⁵ De raspar o arañar, consiste en aplicar varios colores que servirán como fondo de lo representado, colocando sobre estos una capa de pintura negra para luego rasparla a modo que los colores aparezcan.

Iconología

En ambos carteles se parte de dos ideas generales: la primera tiene sentido en la unificación no solo de las formas sino de toda una filosofía de vida como lo es la oriental. Por ejemplo su tendencia a valorar la representación de la forma altamente simbólica y no a una plasmación realista, la naturaleza es muy importante para ellos, intentan captar la belleza interna y no la externa.

La segunda está dada por el sentido de la religiosidad en torno a las actividades diarias, incluidos los signos y símbolos propios. Ligado al pensamiento budista que pone énfasis en la vida como un constante cambio. De ahí se derivan pensamientos estéticos como *aware*, apreciación de lo efímero con tristeza; *wabi*, simplicidad; *sabi*, tranquilidad. Que encierran un concepto general de perecedero. Se puede hablar también de un Tanakismo^o; partiendo del factor artístico tradicionalista y también simbólico. El primer cartel y muchas otras obras de Tanaka están directamente influenciadas del arte tradicional y del budismo Zen. A diferencia de Vicente Rojo, Ikko Tanaka está más consciente del concepto de religiosidad ya que forma parte de esa herencia histórica que rige la vida de los orientales. Un ejemplo es el concepto de simplicidad el cual tiene su raíz en los pensamientos filosóficos shintoístas y budistas como una mimesis^{**} poniendo especial énfasis en la representación simbólica. Los artistas japoneses no intentan reproducir fotográficamente la realidad, el misterio de la naturaleza nunca podrá ser copiado; es una constante en los carteles de Tanaka.

Tanaka rescata sus tradiciones para hacerlas presentes en la comunicación gráfica. No quiere decir que se dedique a conservar y transmitir el arte tradicional en su sentido literal, sino llevarlo a su mundo para retransmitirlo en los mensajes visuales. Existe en la manera de manifestar el tema, esto es, de la captación del momento que estará visible en el cartel.

La diagramación sobre la que está construi-

— — — —

^o Chermayeff, Ivan Doctor en artes plásticas, título honorario otorgado por la Galería de Arte Corcovan de Washington, D.C. y la Universidad de Artes de Filadelfia.

^{**} Imitación que se hace de una persona, tanto en sus gestos y manera de hablar.

do el cartel Danza Japonesa transmite una sensación de sensualidad; notablemente constructivista la imagen está apenas reforzada con un breve texto cumpliendo acertadamente su función informativa, los colores empleados son vibrantes. El contraste de color en sí mismo expresa la vida bulliciosa; la concordancia de dichos colores: rojo, azul, verde, rojo-violáceo, blanco y negro permite expresar esa presencia de un ser joven, sensual y reflexivo a la vez; incluso el degradado del rojo al blanco le da ese toque vivaz y juvenil.

El color de fondo recrea una atmósfera de naturaleza, como la de las casas elaboradas con maderas; se puede apreciar al equilibrio estático en las formas y en la imagen. Las formas geométricas hacen alusión a su peinado (considerado como símbolo de la belleza durante el período Edo), a los adornos (el círculo azul y al rectángulo púrpura), indican que la mujer ahí representada era admirada y bonita. En su rostro se observa la representación del maquillaje típico de la época y en sus ojos se puede apreciar la referencia de la bandera japonesa, es decir, el círculo rojo sobre el fondo blanco; incluso el semicírculo negro que está sobre éste pudiera aludir a los tradicionales abanicos.

Este cartel marcó una etapa muy importante para el diseño de Tanaka, logró internacionalizar un concepto de diseño muy nipón; en una intención de total convivencia entre el diseño occidental y el arte tradicional japonés. Su explicación parte del pensamiento oriental que busca hacer perdurar y lograr trascender pero más allá de lo físico es decir, no solo apreciar el cartel como algo visible y tangible, sino en transmitir el "alma del mensaje" a través de las épocas. En concordancia con lo anterior su opinión acerca del futuro en el diseño era: "Probablemente el diseño del siglo XXI se encuentre en una etapa de reflexión sobre la medida de los seres humanos y la medida de nuestra alma frente a la tecnología diversificada".¹

En ambos carteles la calidad estética enfatiza una linealidad, color brillante y una integración de la imagen con el texto.

VICENTE ROJOY SUS CARTELES

Ficha Técnica

Título del cartel: Picasso

Año: 1961

Técnica: Serigrafía

Medidas: 750 x 537

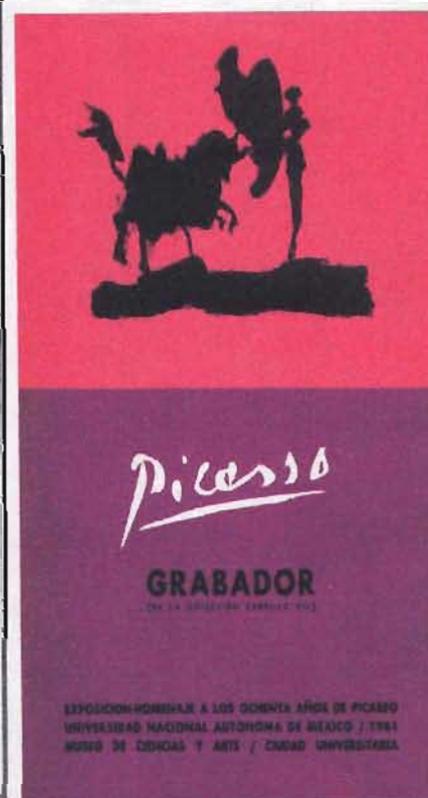
Realizado para: Museo de Ciencias y Arte, UNAM

Descripción

Expuesto en formato vertical, dividido de manera horizontal en dos partes representadas con distintos colores, la primera de ellas muestra la figura de un torero en un momento de provocación para el toro; en la segunda se observa el nombre de Picasso, el título de la exposición, el lugar y fecha de la misma.

Análisis Formal

- *Tipo de cartel.* Informativo, cultural y artístico.
- *Funciones del cartel.* Función informativa, puesto que se está comunicando un evento; ambiental, porque fuera del contexto para el cual fue creado es decorativo; creativa, puesto que maneja la representación de la figura del torero y del toro como si fuera una caligrafía y estética puesto que no es un cartel comercial.
- *Composición.* Dinámica, observada por el contraste de color, está bien equilibrada y se le ve como una unidad. Esa sensación de justa proporción de las formas se describe como un equilibrio dinámico, que es la equivalencia no solo entre figuras, sino también de su relación con el espacio formato.



- *Equilibrio.* Dinámico, descrito por la sensación de justa proporción de las figuras. Que es la equivalencia no solo entre figuras, sino también de su relación con el espacio formato.
- *Signo.* El signo que percibimos dentro del cartel es de formas relativas, aquellas que imitan las ya existentes; así como de formas absolutas que en este caso son las letras. El signo, expuesto ya en el primer apartado puede ser positivo o negativo, ello es: positivo, cuando se le percibe como ocupante de un espacio; negativo, cuando se percibe como un espacio en blanco rodeado por un espacio ocupado. Aquí el signo es negativo puesto que hay un color de fondo que prevalece.
- *Código icónico.* Referente a la imagen la cual cumple perfectamente su función de atraer la mirada. Explicándose en el siguiente orden: signo icónico: torero y toro, ello se denomina denotación. La connotación es pues la interpretación dada por cada observador. Es sumamente figurativa.
- *Código tipográfico.* El código tipográfico se encuentra como la parte explicativa, que va de la mano a la imagen. Se convierte en un refuerzo de la misma ante el espectador. Por ser breve se capta de manera rápida y la fuente tipográfica es legible.
- *Código cromático.* Nos muestra un contraste de figura fondo y un contraste de color cualitativo, observado en los dos colores de fondo que dividen al cartel; es un mismo color pero adicionado de blanco y negro. El contraste de figura fondo se aprecia en ambas mitades, el empleo de color blanco en el nombre de Picasso, hace que resalte sobre el fondo y es al mismo tiempo un contraste de color frío. Forma parte del color connotativo por ser simbólico ya que impacta en nuestros sentidos y en nuestra mente evocándonos diferentes sensaciones.

Ficha Técnica

Título del cartel: Vicente Rojo 20 pinturas

Año: 1969

Técnica: Serigrafía

Medidas: 110 x 600mm

Realizado para: Museo de Artes Plásticas, Universidad Veracruzana.

Descripción

De formato horizontal, fondo azul. Muestra un triángulo de color morado en el centro del cartel; bajo este se encuentra un texto explicativo.

Análisis Formal

- *Tipo de cartel.* Abstracto, fue realizado con motivo de la presentación de sus pinturas señales.
- *Funciones del cartel.* Informativa, creativa y estética.
- *Composición.* Pertenece a la denominada clásica.
- *Equilibrio y simetría.* Son estáticos.
- *Signo.* Presenta una forma simple; que ocupa todo el ancho del espacio formato logrando captar la mirada en dicho signo. Se da una relación de figura fondo ya que es el único elemento existente. Por ser de tipo abstracto la forma representada puede evocar diferentes cosas si no se le ubica dentro del contexto para la cual fue creada.
- *Texto.* Meramente informativo.
- *Color.* Los colores empleados son fríos.

Iconología

Ambos carteles de Vicente Rojo expresan características de todos sus trabajos: "No bus-



quemos raíces indígenas, nos nutren aun cuando las olvidemos".² Sus creaciones son tan solo una forma de fusionar lo remoto, pero propio; con lo actual, pero ajeno. Vicente Rojo a diferencia de Ikko Tanaka no ve su vida en un entorno religioso, mas bien retoma la religiosidad en las manifestaciones artísticas del pueblo mexicano. Comparte con el pueblo el sentido del color y lo que para ellos representa. De modo que un punto observable en sus composiciones es esa manifestación de tonalidades que propone; los contrastes y las formas que siempre reflejan elementos populares, sin olvidar el tratamiento de los temas sus trabajos no son nada improvisados hacen notar el pasado indígena como un recordatorio de identidad, tomando prestados los colores y formas recurrentes conservando ese sentido de vitalidad pero en un contexto distinto, moderno que implica reconocer imagen y significado dentro de un vasto universo de diseños.

Los trabajos de Rojo están compuestos de un simbolismo³ proveniente de lo religioso; no se habla de los símbolos propios de la religión sino de su uso. El símbolo es una convención de tipo social establecido por el hombre, tal simbolismo está representado por el color y las formas, se condiciona al estilo propio al punto de partida en el diseño que logra hacerlo notar convirtiéndose en algo válido para todo aquel que se empape de la cultura; pero en específico para que los diseñadores lo adopten con plena conciencia y logren transmitirlo de manera efectiva como un mensaje.

Ambos carteles son una muestra del manejo de color y de formas aplicadas en determinado contexto. El primero fue elaborado con motivo de la exposición homenaje festejo de los ochenta años de Picasso como artista; debe comprenderse que la tauromaquia era para Picasso un tema fascinante. Sus obras se caracterizan por estar centradas en el momento en que se produce la muerte del toro o la cogida del torero; efecto que Vicente Rojo logra captar de forma contundente representando no sólo el tema sino

³ Una tendencia artística que empezó a manifestarse en la literatura (Stéphane Mallarmé, Maurice Maeterlinck), música (Claude Debussy, Erik Satie) y las artes plásticas entre 1880 y 1890. En la que los objetos de la realidad son "símbolos" de una realidad más profunda, que se revela como un sonido acompañante del color, de la forma visual y de la forma acústica en ellos; poniendo al ser humano en contacto con esa realidad interior.

al pintor quien se identificaba con la figura del toro o bien la del minotauro. De las obras de Picasso la de tauromaquia es probablemente una de las más populares. Este cartel por lo tanto contiene una gran carga de connotaciones.

El cartel de Rojo refleja una época, un estilo de trabajo más artesanal muy cerca de los talleres gráficos y de las tintas; marca una pauta dentro del diseño de cartel mexicano un antes y después de Vicente Rojo; su interés va mucho más allá del reconocimiento público lo fundamental se centra en destacar el tema para el cual crea sus carteles.

Es un reflejo de la época, son los años sesenta el período en que el diseño gráfico en México comienza a tomar gran fuerza existe un legado de los grandes grabadores como José Guadalupe Posada, muralistas como Diego Rivera, artistas como Leopoldo Méndez, entre muchos otros. Surgen las primeras escuelas de diseño en la Universidad Nacional Autónoma de México y en la Universidad Iberoamericana; se comienza una identificación del diseño basado en la repetición de líneas, colores brillantes y puros.

Por otra parte la pintura para Vicente Rojo es: "[...]entramar un sistema de elementos específicos que en el mismo gesto de su colocación conforman la imagen [...] pintar entonces comprende el acto total: asimismo, lo pintado (no la pintura) y visibilidad confluyen en un mismo concepto, son conceptos iguales y son una misma unidad".³ La serie "señales", realizada entre 1965 y 1970 gira en torno a la idea de la destrucción de un orden. Basada en formas geométricas que aluden al diseño gráfico en el cual existe un mensaje, una señal. Para sus pinturas Vicente Rojo le pide prestada esa señal al diseño para hacer con ella una figura en el cuadro. Así, el segundo cartel presentado contiene una doble significación la señal remite a la memoria, pasado presente y futuro de Vicente Rojo pero también al concepto de señal vista desde el diseño.

SINCRETISMO Y SÍNTESIS EN EL DISEÑO

Una vez expuesto el significado del sincretismo y de la síntesis así como su relación en el entorno social, se puede afirmar que dentro de los carteles de Tanaka y Rojo ambos conceptos son identificables. Dicha afirmación parte de lo siguiente:

- Toda cultura parece ser una síntesis de culturas que le precedieron o, por lo menos, un producto de la asimilación de influencias externas (hibridación).
- Las artes tradicionales de México y Japón están conformadas por un sincretismo religioso; estos diseñadores argumentan tomar como referencia para su diseño dichas artes.
- Sus creencias como formadoras de su pensamiento también son sincréticas puesto que representan una adhesión simultánea a varios sistemas de ellas, no sólo religiosas.
- El diseño como proceso que se encuentra detrás del resultado visual es también integrante de ciclos híbridos, es una reunión de procesos sincréticos.
- "El cartel como mensaje bi-media (imagen-texto), es fruto de una síntesis mental, de abstracción creativa para transmitir una información concentrada de modo instantáneo y con la máxima eficacia; esto es la mayor expresividad, impacto e inteligibilidad con el menor número de elementos y en el mínimo tiempo de contacto con el receptor. En su esencia el cartel, es exactamente lo contrario de "ruido" (en el sentido de la teoría matemática de la comunicación). Es información pura".⁴
- Buscaron rescatar sus tradiciones (colores, formas, ideología) para integrar las influencias extranjeras con las nacionales, encontrando un equilibrio del texto con el diseño. Hicieron uso de los planos, estructuras en red, contrastes de color; así como del empleo de una geometría rigurosa, en el sentido de los detalles. Se reinventaron diariamente., Ikko Tanaka era tolerante, simplista, influido por el constructivismo, art nouveau, Bauhaus, Ukiyo-e, Kabuki, ceremonia del té; Vicente Rojo muestra un influjo del arte tradicional mexicano (uso del color en las máscaras, festividades, ironía) constructivismo y la Bauhaus para obtener nuevos ejes y proporciones, mayor plasticidad.

El sincretismo como una manifestación en las artes no es nada nuevo además de encontrarse en lo popular también está presente en la arquitectura, música, literatura, expresiones culinarias y en el diseño gráfico.

Sé esta en presencia de un fenómeno sincrético cuando, por un lado, sé es capaz de establecer y reconocer claramente dos o más tendencias en el comportamiento de un fenómeno cualquiera; y luego, en un momento posterior

observar cómo esas tendencias se funden en una sola que presenta características de todas ellas (síntesis). Este tipo de proceso no es exclusivo de las artes, se lleva a cabo en cualquier ámbito de la naturaleza, en cualquier nivel de la escala evolutiva existiendo múltiples evidencias; un compuesto químico presenta características de los elementos que lo conforman, determinado tipo de planta parece ser la síntesis de otras dos, cierta especie animal puede haber heredado comportamientos de otras especies. En el caso de Tanaka y Rojo sus diseños son reflejo de las técnicas de los comunicadores que les precedieron, de sus deseos de transmitir mensajes visuales basados en el rescate de tradiciones.

El sincretismo en los trabajos de los dos autores se halla expuesto de manera inherente; sus creaciones no están realizadas pensando si alguna es más o menos sincrética, son tan solo una forma de fusionar lo remoto pero propio con lo actual pero ajeno.

Hablar de sincretismo y síntesis en el cartel tomando como referencia los trabajos de Tanaka y Rojo es hablar de un proceso de transculturación; existe en ellos un significado visible que comunica en el tiempo no solo el mensaje para el cual fue creado sino que además, pone de manifiesto la riqueza cultural de cada país. Emplearon ambos conceptos como una reinterpretación de su cultura pero sin caer en los estereotipos que el común de las personas tiene sobre México y Japón. Si bien el cartel tiene un carácter efímero uno y otro diseñador logró trascender ese límite espacio-tiempo en cada uno de sus trabajos.

Si el sincretismo produce en el cartel un fenómeno cultural nuevo capaz de darse a entender frente a personas o grupos sociales de otra índole muchas veces no perceptible por ellos, no afecta el proceso de comunicación existente entre el mensaje del cartel y el receptor; el diseño se ve enriquecido al mismo tiempo que retroalimentado. Ayuda a cumplir en el cartel una mejor función de comunicación, esto es, un impacto mayor siempre y cuando se analice detenidamente. En el proceso que se elabora para diseñar un cartel eficaz está implícito el concepto de síntesis, el diseñador debe ser capaz de resumir la información dada por el cliente en imágenes decisivas portadoras de un significado que deberán ser captadas de manera rápida. La síntesis en los trabajos de Vicente Rojo e

Ikko Tanaka engloban todo un proceso cultural; se habla de un sincretismo cultural y estético en el sentido de lo visual.

A todo diseño (no sólo gráfico) que presente las características anteriores se le puede considerar sincrético. Mencionaremos como ejemplo el palacio de las Bellas Artes de la ciudad de México, construido como una forma de significar que la naciente república buscaba vincularse con el pasado prehispánico a modo de reclamarlo, fusionándose tradición y futurismo; no debe confundirse con el eclecticismo, puesto que éste solo representa la existencia de diversos estilos. El sincretismo es algo mas profundo.

NOTAS

¹ Tanaka, Ikko. El arte del cartel japonés. Fundación Cultural Televisa, Centro Cultural Arte Contemporáneo, México, 1995, p.66.

² Cardoza y Aragón, Miguel Ángel Asturias. Casi novela. Ed. Era, México, 1991.

³ González Villarreal, Magda (comp.). Vicente Rojo una revisión. Museo de Arte Moderno, El colegio Nacional, México, 1996, p. 9.

⁴ Costa, Joan. Crisis y crítica de la publicidad. Diseñar el deseo antes que el producto Manifiesto para el Diseño del siglo XXI, retrieved vía Internet, <http://www.joancosta.com>

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, Beltrán Gonzálo, *El proceso de aculturación en México*, ed. Comunidad, s/a.
- Barbero, Martín Jesús, *De los medios a las mediaciones*, ed. Gustavi Gili, México, 1987.
- Barnicoat, John, *Los carteles: su historia y su lenguaje*, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1995.
- Bass, Saul, et. al., *6 Chapters in design*, ed. Chronicle Books, San Francisco, 1997.
- Beck, Ulrich, *¿Qué es la globalización?: Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, ed. Paidós, Barcelona, 1998.
- Braham, Bert, *Manual del Diseñador gráfico*, ed. Celeste, 1991.
- Bourhart, M Louise, *The Cult of the Virgin of Guadalupe in Mexico. South and Meso-American Native Spirituality*, ed. SCM Press, New York, 1993.
- B. Reiber, *Dollarwise Guide to Japan*, ed. Frommer's, New York, 1987.
- Calza, Gian Carlo, *Tanaka Ikko: graphic master*, ed. Phaidon, Londres, 1991.
- Cardoza y Aragón, Miguel Ángel Asturias. *Casi novela*, ed. Era, México, 1991.
- Carulla, Jordi, *El color de la publicidad; The color of advertising: Spanish posters from 1989 to 1940*, ed. Postermil, Barcelona, 2000.
- Cawthorne, Nigel, *El arte de los grabados japoneses*, ed. Edunsa, Barcelona, 1998.
- Colina, Carlos, *Glocalización e hibridación cultural, s/e, s/l*, 1997.
- Donis A., Dondis, *La sintaxis de la imagen*, ed. Gustavo Gili, España, 1995.

- D.C. Holtom, *The Nation faith of Japan*, ed. Keegan Paul, London, 1938.
- Driben, Leila, *Vicente Rojo. El arte de las variaciones sutiles*, ed. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1996.
- Eco, Umberto, *Como se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*, ed. Gedisa, México, 1998.
- Elizondo, Virgilio, *Mary and the Poor: A Model of Evangelising Ecumenism*, ed. Concillium, s/l, 1983.
- Enel, Françoise, *El cartel: lenguaje, funciones, retórica*, s/e, España, 1977.
- Esteve, Botey Francisco, *Historia del grabado*, ed. Labor, Madrid, 1997.
- Fahr, Becker Gabrielle, *Grabados japoneses*, ed. Kolhn B. Taschen, s/l, 1994.
- F. Lee, Sherman, *The genius of Japanese Design*, ed. Kodansha, Japón, 1991.
- Ga. Gutiérrez, Fernando, *Japón y Occidente*, ed. Sevilla, Guadalquivir, 1990.
- García, Canclini Néstor, *La globalización: ¿Productora de culturas híbridas?*, ed. Grijalbo, México, 1989.
- Germani, Fabris, *Fundamentos del proyecto gráfico*, ed. DonBosco, Barcelona, 1975.
- González, Villarreal Magda, (comps.) *Vicente una revisión*, El Colegio Nacional-INBA, México, 1996.
- Guiraud, Pierre, *La semiología*, ed. Siglo XXI, México, 1992.
- Hillier, J, *Japanese colour prints*, ed. Phaidon, Londres, 1994.
- Igarashi, Takenobu, *Rock, scissors, paper: Design, influence, concept, image*, ed. Graphics-sha, Japón, 1991.

- Ikko, Tanaka, et. al, *International graphic design, art & illustration*, ed. Recruit, Tokyo, 1998.
- Costa, Joan, *Crisis y crítica de la publicidad. Diseñar el deseo antes que el producto* Manifiesto para el Diseño del siglo XXI, s.p.i.
- Lizalde, Eduardo, *El cartel japonés contemporáneo. Siete creadores*, Biblioteca México, 1998.
- Maurer, Eugenio. *Los tseitaies: Paganos o cristianos?: su religión, sincretismo o síntesis?*, ed. Centro de Estudios Educativos, s/l, 1984.
- Meggs, Philip, *Historia del diseño gráfico*, ed. Trillas, México, 1991.
- Méndez, Leopoldo, *Dibujos, grabados, pinturas*, ed. Fondo editorial de la plástica mexicana, México, 1984.
- Moles, Abraham, *El afiche en la sociedad urbana*, ed. Paidós, Argentina, 1976.
- ———, et. al., *Grafismo funcional*, ed. Ceac, Barcelona, 1990.
- Monniger, Michel, *Japan Design*, ed. Benedikt Taschen, s/l, 1992.
- Montalvo, German, *Carteles, posters*, ed. Imprenta Madero, México, 1994.
- Müller, Brockman Josef, *Historia de la comunicación visual*, ed. Gustavo Gili, México, 1998.
- Munari, Bruno, *Diseño y comunicación visual*, ed. Gustavo Gili, España, 1990.
- Museo de Arte contemporáneo, Álar y Carmen T. De Carrillo Gil, *Ukiyo-e Estampa japonesa*, Impreso en Artes gráficas panorama, México, 1995.
- Newark, Quentin, *¿Qué es el diseño gráfico?*, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002.

- Nutini, G. Hugo, e Isaac Barry L., *Los pueblos de habla náhuatl de la región de Puebla y Tlaxcala*, INI-SEP, México, 1997.
- Ostier, Janette, *Historia de Arte*, ed. Salvat, Barcelona, 1970.
- Pacheco, Cristina, *La luz del Mundo*, s/e, México, 1981.
- Prieto, Castillo Daniel, *Diseño y comunicación*, UAM-Xochimilco, México, 1987.
- Rosell, I Miralles Eugenia, *Carteles*, ed. Gustavo Gili, México, 1996.
- Rojo, Vicente, *Diseño gráfico*, ed. Era, México, 1996.
- Rowe, William y Schelling, *Vivian Memory and modernity*, ed. Verso, Inglaterra, 1991.
- Salinas, Flores Oscar, *El Diseño Profesional en México: Una Breve Retrospectiva*, s.p.i.
- Satué, Enric, *El diseño grafico desde los orígenes hasta nuestros días*, s/e, España, 1992.
- s/n, *Carteles*, ed. Perea, Madrid, 1990.
- s/n, *Cuadernos de la cátedra UNESCO, Educación, identidad cultural y multimedia*, ed. UIA, México, 1998.
- s/n, *The form. Japanese craft works*, ed. A.G., Tokyo, 1992.
- Sparke, Penny, *Modern Japanese design*, ed. Kodansha, Japón, 1991.
- Tanaka, Ikko, *El arte del cartel japonés*, ed. Fundación Cultural Televisa; Centro Cultural Arte Contemporáneo, México, 1995.
- Tibol, Raquel, *Gráficas y neográficas en México*, ed. SEP-UNAM, México, 1987.
- Toussaint, A., *Resumen Gráfico de la Historia del Arte en México*, ed. Gustavo Gili, México, 1986.

- Vilchis, Luz del Carmen, *Diseño universo de conocimiento, Investigación de proyectos en la comunicación gráfica*, ed. UNAM, México, 1999.
- Wallerstein, Immanuel, *El capitalismo histórico*, ed. Siglo XXI, México, 1988.

TESIS

- Flores, Zúñiga Nadia Erika, *El cartel en México: sus discursos*, Universidad Nacional Autónoma de México, 2002.
- González, Fernández Ana, *Lo Mexicano y sus formas: prospectiva de un diseño gráfico*, Universidad Iberoamericana, 1998.
- González, Gómez Ericka, *El cartel y su historia "cartel y cultura"*, Universidad Nacional Autónoma de México, 2002.
- Hirasawa, Oosegui Claudia, *Explorar las raíces culturales del diseño con identidad japonesa*, Universidad Iberoamericana, 1993.

TESINAS

- Pérez, Ramírez Juan Carlos, *Portafolio de trabajos: Desarrollo de comunicación Visual*, Universidad Iberoamericana, 1995.

HEMEROGRAFÍA

- Anuario de Estadísticas. México, (ANUIES).
- Archipiélago revista cultural de nuestra América.
- Casa del Tiempo, UAM.
- Día Siete.
- DX estudio y experimentación del diseño.
- Economista.
- El universal.
- Lúdica, arte y cultura del diseño.
- Reforma.
- Tierra Adentro.

INTERNET

- <http://www.posterpage.ch/mem/tanaka/tanaka.htm>
- <http://www.galeon.hispavista.com/elartefacto/japón/Pintura/Biblio.htm>
- <http://cvc.cervantes.es/actuclt/rojo/>
- <http://lectura.ilce.edu.mx:3000/sites/círculo/pintura/13/html/sec5.htm>
- <http://www.jornada.unam.mx/1996/nov96/961117/semvilloro.html>
- <http://www.museoblaisten.com/spanish.asp>
- www.joancosta.com
- <http://www.rae.es/>
- http://www.encuadre.org/historia_res.html
- <http://www.en.wikipedia.org>
- <http://www.servicioskoinonia.org>
- <http://www.dreamers.com>
- <http://www.anuies.mx>
- <http://www.ciepac.org>