

El diseño gráfico latinoamericano

Amparo León Cascón

Si Latinoamérica¹ en muchas de sus áreas es una gran desconocida para los países vecinos que la componen, para el resto de los americanos y para los europeos, incluidos los españoles –que, además, compartimos lengua, historia y cultura–, en el diseño gráfico esto se acentúa aún más. Teniendo en cuenta el lugar tan relativamente incipiente en que se encuentra la teoría y crítica del diseño gráfico en todo el mundo, esto no es de extrañar, lo que no implica que deje de ser motivo de preocupación, muy al contrario.

Revisando la bibliografía existente puede percatarse de que resulta escasa y muy actual. En este momento es cuando se le está dando un marco teórico y referencial al diseño gráfico en países como Estados Unidos, México, Brasil y algunos de los europeos, siendo prácticamente inexistente en lo que respecta a otras zonas como el resto del mundo latino; lo que no implica que no se esté realizando un diseño gráfico de calidad.

Aunque, en honor a la verdad, hay que puntualizar que hoy en día la valoración del producto de imagen latinoamericano tiene tanto defensores como detractores. Entre los primeros se encuentra el norteamericano Andrew Kner, jurado del Primer Certamen de Diseño Gráfico para América Latina y el Caribe, celebrado en 1995: «... mis amigos de América Latina me habían dicho repetidamente que no debería esperar mucho; que el área, gráficamente hablando, estaba un poco atrasada. Nada podría estar más alejado de la realidad. Quizá en cantidad, pero no en calidad. Quizá la profesión deba seguir batallando por la estatura que alcanza en los Estados Unidos, pero el mejor trabajo... podría competir con el mejor trabajo de Europa o de los Estados Unidos»². Para Martín Solomón, otro de los jurados, las obras presentadas «... reflejaron un nivel elevado, no sólo en relación con su impac-

¹ No vamos a entrar aquí en disquisiciones terminológicas en el uso de vocablos diferentes como Hispanoamérica o Iberoamérica para lo que los propios habitantes de Centroamérica, Caribe y Suramérica, genéricamente designan como América Latina o Latinoamérica. Así pues, utilizaremos cualquiera de ellos, aunque más profusamente los dos últimos, por ser las voces de uso más generalizado en esa área.

² Diego Vainesman et al., *El mejor diseño gráfico en América Latina y Caribe, n.º 1*, Ed. Punto Sur Inc (RC Publications, Inc), New York, 1995, p. 4.

to gráfico y técnicas de producción sino también en su desarrollo creativo [...] el diseño mantuvo su independencia con el lenguaje»³.

Sin embargo, entre los contrarios se encuentra José Korn Bruzzone quien afirma que el diseño en Hispanoamérica no ha alcanzado el perfeccionamiento que los países desarrollados requieren; para revalidarlo introduce la siguiente frase de Gui Bonsiepe: «El subdesarrollo y la dependencia ya no son suficiente argumento para su justificación»⁴. A su vez, Korn plantea una propuesta: «la que pasa por la institucionalización, integración, cooperación e intercambio del diseño latinoamericano... [ya que] la información relativa al área del diseño, en el más amplio sentido del término que circula por todo el mundo latino es escasa, no por ausencia de ella, sino más bien por una falta de organización y coordinación de cuerpos profesionales, empresariales y académicos»⁵. Parece olvidar que precisamente el tercermundismo está marcado por la falta de institucionalización, de integración, de conciencia de región y de la disposición de recursos para su potenciación; al margen del nuevo colonialismo o su consecuencia directa, la transculturización.

Sea cual fuere la opinión que alente el lector, en lo que sí convendrá es en que existe un profundo desconocimiento por parte de Europa y Estados Unidos del diseño de áreas más desfavorecidas, como se demuestra en las escasas referencias al diseño hispanoamericano en publicaciones y eventos especializados. Un ejemplo de ello se pudo encontrar en Madrid, en la Feria de Arte Contemporáneo, ARCO, en su edición de 1997, precisamente dedicada a Latinoamérica, donde, habiendo sido invitadas treinta y dos galerías de arte de esta región, no se dedicó siquiera un *stand* exterior (institucional) o de publicaciones al diseño iberoamericano.

Del mismo modo, también es cierto que en la última década el progreso del diseño gráfico en Hispanoamérica, y en particular en el Caribe, ha sido desigual. No obstante, los problemas son análogos para cada uno de los países que lo integran. En general se puede proclamar que las diferencias de grado en el diseño de imágenes de Latinoamérica con respecto al de Europa o Estados Unidos se resumen en su enseñanza, el ejercicio profesional, el grado de importancia al diseño como factor de prosperidad, el cliente y el usuario.

³ *Ibíd.*, p. 20.

⁴ *Gui Bonsiepe: «Design e Identidade cultural de periferia». Simposio de IFG/ULM. Alemania; mencionado por José Korn Bruzzone en «Globalización del diseño. El mejor diseño de Latinoamérica» incluido en Diego Vainesman et al., El mejor diseño gráfico en América Latina y Caribe... Op. cit., p. 6.*

⁵ *José Korn Bruzzone: Ibíd.*, p. 6.

Globalización. Centro-periferia

Se puede observar que la concordancia entre la producción gráfica latinoamericana y la europea es evidente; parte de lo que hoy se está elaborando en imagen por ejemplo en la República Dominicana tiene mucho que ver con lo que se presenta en Europa, en este o en otro momento. Se está llevando a cabo una globalización de estilos y maneras, consecuencia de los rápidos cambios en la tecnología, en la comunicación y de la aplicación de la liberalización en las políticas económicas en el ámbito mundial.

La renombrada, querida y temida globalización no deja de ser una noción contradictoria. Defendida por unos como imprescindible para un mayor entendimiento, necesaria para una mejor cooperación internacional tras fijar unos mismos criterios, es definida por otros como un sistema radial tendido desde los centros de poder más diversificados, y de distinta escala, hacia sus zonas económicas múltiples y altamente diversificadas, como un tejido tramado sobre los ejes Norte y Sur con consecuencias negativas de pérdidas de identidad, al frenar la progresión de tendencias localistas que respondan de una manera más adecuada a las realidades nacionales.

Aplicada a la realización creativa sugiere el planteamiento de aquello que la teoría del arte intenta establecer, no sin pocas polémicas ante la avalancha de tendencias, de movimientos que surgen, se solapan y se desvanecen, de individualidades con aureolas, a través de dos de las corrientes imperantes: por un lado la internacionalización del arte y su posible consecuencia, la nueva colonización artística por parte de Europa y Norteamérica hacia el resto del mundo; y por otro lado el rescate de las contradicciones o diferencias que son las que hacen mover la creatividad, la diversidad en lo regional, lo nacional, lo local y lo individual. Posturas que se encuentran y se desencuentran en un mismo entorno geográfico como el latinoamericano.

Es la internacionalización del arte la que se logra eliminando discordancias con las tendencias internacionales imperantes para establecer «un código que proviene de un consenso social que tolera sólo un cierto margen de innovación»⁶ como sostiene Saúl Yurkievich. Además del hecho de que, cada vez más, se están rompiendo los estereotipos de pueblo, nación o nacionalidad o el mito de la nación única (hay veces que se olvida que la mayoría de la población en algunos países no participan del Estado y que

⁶ Saul Yurkievich: «El arte de una sociedad en transformación», incluido en *Damián Bayón, América Latina en sus artes, Siglo Veintiuno Editores & UNESCO, México, 1980, p. 174.*

se tiene en cuenta a un ciudadano medio, de cánones prototípicos), está la coyuntura de que la América hispana en concreto es una región heterogénea por su gran extensión geográfica y por la compleja y propia realidad de cada uno de los países que la integran. Existen múltiples historias del arte latinoamericano, y no una sola.

Sea como fuere, lo cierto es que esta globalización crea espacios intermedios⁷, zonas de silencio desconectadas entre sí o conectadas indirectamente por vía de las macrometrópolis, surgiendo el controvertido concepto de periferia⁸.

Al considerar las concepciones de diseño gráfico y periferia bajo la observación de la lectura que impone la instalación de la noción de globalización, se advierte que la interrelación de estas categorías pone de manifiesto una tensión que las une tanto como las separa. El diseño gráfico latinoamericano se muestra entonces como un territorio surcado por caminos con una dirección única pero de sentidos opuestos que interesa recorrer. Aparecen así profundos dislocamientos que sugieren por detrás del telón que homogeneiza mundialmente las miradas, que permite, y que coloniza por diversos medios, todos los intentos de inaugurar otros caminos con relación a los modos de leer, de saber y de imaginar.

Estos medios no son otros que las vías de divulgación, las redes de comunicación, los canales de difusión interesada o interesante para el mercado y para las multinacionales que se benefician de él, el proceso de dominación de unas u otras tendencias instaurado, muchas veces, por los criterios de una crítica mediatizada por los sistemas de poder, siempre al servicio de los países más desarrollados que al fin y al cabo son los que cuentan con los mecanismos de prestigio y el respaldo de los inversores (banqueros, comerciantes...).

Mecanismos de prestigio en los que se han convertido la presencia en exposiciones internacionales⁹, el disfrute de becas en el exterior, la apari-

⁷ *La pluralización, la de las grandes instituciones con potentes presupuestos no es tal; ya que no son multirraciales ni tan abiertas. Todas suelen tener propuestas intermedias, para una clase media.*

⁸ *Polémico porque hay muchos críticos de arte que se niegan a aceptar que la periferia exista, dado el desarrollo tecnológico y de los medios de comunicación. Parecen olvidar que no todos los artífices o el público en general pueden tener acceso a los mismos. Por buscar una postura intermedia se podría sostener que no existe una sola periferia, sino muchas periferias; establecidas a partir de diversos criterios y distintos centros de creación y difusión (Nueva York con respecto a España, y dentro de ésta, y refiriéndonos siempre al diseño gráfico, Barcelona con relación a cualquier ciudad española de menos de trescientos mil habitantes, por buscar un ejemplo).*

⁹ *Federico Moráis en su libro Artes plásticas en la América Latina: del trance a lo transitorio (Ed. Casa de las Américas, La Habana, 1990) realiza un interesante estudio sobre la repercusión de las grandes exposiciones internacionales sobre el arte mundial. Refiriéndose concreta-*

ción en prensa especializada, la crítica¹⁰, que hacen de la emigración una condición implacable para acceder al mercado de la producción visual, para formarse en contacto directo con las fuentes y con la actualidad productiva, para acceder a un profesionalismo que se recompensa con la solvencia económica y la adecuada difusión, al estar más acorde con lo internacional. Éxodo a zonas de mayor actividad económica, de conexiones y servicios: ciudades globales. Manifestaciones de una nueva estructuración cultural.

Si se parte del hecho de que el avance cultural y por ende, el artístico es proporcional al desarrollo económico y al político, para seguir con el planteamiento al agregar que la América de habla hispana es considerada como periferia con respecto a los centros mundiales de decisión en cualquiera de los terrenos, si se profundiza un poco más y se exploran los ecos de las tendencias promovidas desde Europa y recogidas por muchos de los artífices que producen y difunden sus obras en ese continente, se llega a la conclusión de que realmente sí existe esa imposición estética proveniente de unas realidades diferentes. Modos de ver, formas de vida que han sido extrapolados desde Europa o Estados Unidos. Es por ello por lo que se enlaza con la idea del neocolonialismo cultural, causa o efecto de esa internacionalización del arte. Desde la más pura objetividad habría que indicar que más bien es causa, considerando no sólo el hecho de que es evidente que son esos intereses monetariamente cuantiosos los que mueven el mundo del arte en general sino también las «recompensas espirituales» de la imposición cultural.

Por otra parte, sin embargo, esa asistencia norteamericana o europea tan en entredicho siempre aporta algo nuevo por mínimo o equivocado que sea, ya en forma, ya en medios, y esa es la contribución que está aprovechando Latinoamérica. Citando a Ferreira Guillar «Lo nuevo es para nosotros, contradictoriamente, la libertad y la sumisión. Por eso mismo es que la lucha por lo nuevo en el mundo subdesarrollado es una lucha descolonizadora». Es en lo nuevo, en lo diferente, lo que sirve de comparación al proceso que ya se está llevando a cabo: una nueva adecuación de las identidades de cada país, también en el Caribe, fruto tal vez de la evolución de todo proceso cultural en la que hay dos momentos, uno de homogeneización, donde se centraliza globalmente y el segundo donde se fomenta la heterogeneidad

mente a las bienales de Kassel, París y São Paulo, va indicando un análisis estadístico de las corrientes que en cada una de ellas se consagran o se desvanecen, las secciones, los temas, la manera de representar, los países seleccionados, y como, en definitiva, se van imponiendo tendencias, soportes, medios de expresión y maneras de colonización cultural.

¹⁰ *Crítica del diseño sometida en ocasiones a la coincidencia con la reputación internacional del divo que ha sido elevado por mecanismos de marketing a la categoría de incuestionable; y que, efectivamente se convierte en incuestionado a no ser por críticos, diseñadores o por independientes a los que tildarán de originales o provocadores.*