

DOCTORADO EN DISEÑO

Tesis doctoral
Cuerpo B

Gráficas identificativas en fachadas de microempresas en Tampico.

*Transformaciones culturales y comunicacionales por impacto
comercial, 1994 a 2013.*

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Rebeca Isadora Lozano Castro.
- ▶ Nombre y Apellido del Director | Fernando García Santibáñez Saucedo.
- ▶ Fecha de presentación | 13 de febrero 2018.
- ▶ Línea Temática | Diseño y cultura.



Rebeca Isadora Lozano Castro

Firma y aclaración del autor



DR. FERNANDO GARCÍA-SANTIBÁÑEZ SUCEDO

Firma y aclaración del director de Tesis

DOCTORADO EN DISEÑO

UNIVERSIDAD DE PALERMO

**Gráficas identificativas en fachadas
de micro empresas en Tampico.
Transformaciones culturales y comunicacionales
por impacto comercial, 1994 a 2013.**

Autor: MAG. Rebeca Isadora Lozano Castro.
Director: Dr. Fernando García Santibáñez.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de investigación se realizó con el apoyo material del sistema de becas del Programa para el Desarrollo Profesional Docente, PRODEP, de la Secretaría de Educación Pública en México, en convenio con la Universidad Autónoma de Tamaulipas y la Facultad de Arq., Diseño y Urbanismo (FADU). Tuvo como sede para su desarrollo a la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (UP) en Buenos Aires, Argentina.

Deseo agradecer a todos aquellos que me brindaron apoyo, tiempo, aliento y sobre todo comprensión en los momentos de desesperanza. Primeramente, a Leandro Demartin, esposo, y Luciano Demartin Lozano, hijo pequeño, por haber confiado en mí, caminando juntos en esta aventura que dejó atrás: familiares, amigos, casa, trabajo, entre muchos otros aspectos. Su presencia incondicional cada día, me ayudó a incorporarme a la cultura argentina y sentirme cobijada con el calor de hogar.

A mi hija, Melany Nicole, que forma parte importante de mi ser, pero lamentablemente no se encuentran a mi lado. A mi padre, Luis Lozano Ferral, que siempre estuvo apoyándome a la distancia, aun con su enfermedad y la dificultad que representó separarnos.

A mi director y amigo, Fernando García Santibañez, por su paciencia y generosidad en su lectura, consejos y contribuciones al desarrollo de este trabajo. También a Matías Romani, que en la primera etapa de desarrollo compartió conmigo momentos de conocimiento, consejos y vinculación al Instituto Gino Germani.

A mentores valiosos, José Luis Montesinos y Raúl Sinencio, que me acompañaron compartiendo sus conocimientos, historia y fragmentos de sus

experiencias, aportando valiosas contribuciones al texto. Muy especialmente a mis admirados profesores: Verónica Devalle, Marcos Zangrandi, Verónica Paiva, Ana Cravino, Karen Avenburg y Roxana Ynoub, quienes con sus consejos y experiencia supieron orientarme en este camino del conocimiento. A los profesores Daniel Belinche y José Luis Fernández, que contribuyeron con sus conocimientos teóricos para nutrir la fundamentación de esta investigación.

Algunos profesores consagrados de la comunicación y el diseño, Jorge Frascara, Norberto Chaves y Raúl Belluccia, quienes contribuyeron con fragmentos y experiencias propias. Así como otros protagonistas en este trabajo: Arquitectos, urbanistas, especialistas en conservación del patrimonio histórico, comunicólogos, sociólogos y diseñadores gráficos de Tampico.

Agradezco la disponibilidad por parte de la Secretaría de Turismo del Ayuntamiento de Tampico, especialmente a los Regidores: José Luis Ortiz López y Claudia Moctezuma, por su apoyo de vinculación con micro empresas tradicionales. A mi amiga incondicional, Claudia Lizárraga, quien estuvo dispuesta con contribuciones de campo y localización de empresarios locales.

En otros aspectos no menores, afectivos y emotivos, agradezco a mis hermanas por convicción, Ileana Galindo y Dulce García, a mi tía Susana Lozano y mi suegra Estela Marín, por sus atenciones en la lejanía con México.

ÍNDICE

Introducción	9
Capítulo 1.	
1.1 Antecedentes	15
1.2 Problema de investigación	31
1.2.1 Pregunta	31
1.2.2 Preguntas secundarias	31
1.3 Hipótesis	33
1.4 Objetivo general	34
1.4.1 Objetivos específicos	34
1.5 Periodización	35
1.6 Metodología	36
1.7 Marco teórico general	46
Capítulo 2. Diseño en la ciudad. La teoría discute con el material empírico.	
2.1 Historia. Diseño, Cultura y Sociedad.	52
2.1.1 El capitalismo a partir de hechos sociales y materiales. Tiempo, carácter, rutina, proceso de circulación y demanda.	56
2.1.2 La burguesía mexicana como relato hegemónico. Los intelectuales sin articulación con el pueblo.	60
2.1.3 La historicidad y transposiciones en el discurso del diseño en la ciudad. Modificaciones narrativas y acentuaciones como indicadores de una simplificación reaccionaria ante una época.	69
2.1.4 La tensión entre la cultura del diseño popular y el diseño corporativo.	79
2.1.5 La continuidad y los cambios en la sociedad de consumo con el imaginario de calidad como sinónimo del diseño corporativo desde una visión sociológica.	89
2.2 Ciudad. Superestructura y Estructura: Espacio Urbano y Patrimonio Histórico.	96
2.2.1 Espacio social global. La globalización financiera y la identidad cultura.	99
2.2.2 La interacción entre la globalización y la fragmentación, mediación. La cultura cambia cuando el entorno lo hace.	105
2.2.3 La estrategia del capitalismo moderno (Producción y Consumo): industria publicitaria, técnicas de mercado, distribución y venta. De acuerdo a la " <i>libertad del consumidor</i> " no dejar a un lado	

el trabajo del otro, populismo de mercado.	108
2.2.4 La visualidad del espacio urbano como escenario.	
Fracturas en el discurso (la legibilidad): fisuras, valores contrarios.	113
2.2.5 Las gráficas identificativas en el mundo.	121
2.3 Diseño como fenómeno. Factores de identidad y comunicación sobre el discurso del diseño corporativo en la gráfica identificativa urbana.	131
2.3.1 El diseño corporativo público.	132
2.3.1.1 La gráfica identificativa comercial como relato cultural a través del tiempo. Mirada crítica y análisis de objetos.	141
2.3.1.2 Coherencia en el discurso “cultural-representacional-gráfico” poseedor de significados. El cambio social y cultural del pasado al presente.	148
2.3.2 Toda cultura es híbrida = todo diseño es híbrido. Comprensión desde distintos principios teóricos e ideológicos.	159
Capítulo 3. Agentes concretos que intervienen en el proceso.	
Análisis, resultados y discusión del caso de los marcos teóricos propuestos.	
Caso particular de la ciudad de Tampico.	
3.1 Antecedentes	165
3.1.1 Estructura y superestructura. Tensiones y competencias. Explicación sobre lo social de acuerdo a los procesos de transformación macro-económica que comprende niveles de acumulación práctica y experiencia previa.	167
3.1.2 Espacio social (memoria narrativa cultural-gráfica-colectiva) y espacio público. Descripción de la ciudad desde sus transformaciones a partir del TLC.	172
3.1.3 El diseño tradicional en Tampico como resistencia a modificarse con los cambios del contexto mediático y los diseños que dominan el mercado. La forma en que los habitantes de la ciudad conciben a la gráfica identificativa como relatos de competitividad o calidad.	177
3.2 Transformaciones	182
3.2.1 Tipos de transformaciones culturales documentadas en las gráficas corporativas. Categorización de las narraciones discursivas mediante la <i>teoría del discurso social</i> .	182

3.2.2 El discurso social y los niveles culturales. Huellas de circulación en la producción y reconocimiento.	193
3.2.3 Ordenamientos discursivos sociales. Los géneros y estilos comunicacionales de la cultura masiva en la formación socio-cultural discursiva.	202
3.2.4 Características de la estética global hegemónica en la identidad de la ciudad.	213
3.3 Antropología Urbana	223
3.3.1 Las políticas culturales internacionales (UNESCO y las sociedades de conocimiento con la pluralidad de las culturas), políticas nacionales y políticas públicas locales en la ciudad.	223
3.3.2 El patrimonio histórico y la modernidad en Tampico. Descripción de la ciudad como foco del diseño popular y la nueva estética en las gráficas identificativas que permitieron la competitividad con empresas a nivel global.	231
Conclusiones	262
Lista de referencias bibliográficas	277
Bibliografía	291
Apéndices (índice) de Tablas y Figuras	321
Curriculum Vitae	325

Introducción

El proceso de mercantilización internacional iniciado el 1° de enero de 1994 con la firma del Tratado de Libre Comercio, TLC, para relaciones comerciales y libertad de productos-servicios entre Estados Unidos de América, Canadá y México, generó una transformación del espacio urbano de Tampico y de las costumbres de sus habitantes. Eso dio como resultado el beneficio económico de los grandes inversionistas, pero ocasionó la creación de una imagen de ciudad orientada hacia el exterior, atractiva al turismo y refuncionalizada respecto de su carácter de puerto industrial.

Es así que, a partir de la década de 1990, las administraciones gubernamentales de la ciudad, inspiradas en modelos estadounidenses, adoptaron políticas públicas que posibilitaron transformar su identidad tanto en el aspecto del paisaje urbano como en aspectos socioculturales. Lo anterior dio lugar a situaciones como la convivencia de construcciones modernas con identidades corporativas multinacionales y edificios históricos del siglo XIX adaptados a nuevas gráficas; grandes proyectos urbanísticos como el acceso a la playa Miramar de la colindante ciudad Madero; la remodelación del parque metropolitano en la Laguna del Carpintero; la construcción del Puente Tampico, el Espacio Cultural Metropolitano y el Centro de Convenciones; la rehabilitación de la Aduana Marítima y el rediseño del Canal de la Cortadura.

Simultáneamente, el TLC facilitó la apertura hacia la globalización y produjo cambios en el mercado, la economía, la política, aspectos sociales, culturales, tecnológicos y científicos. Por una parte, eso se percibió por los empresarios como algo positivo por la afluencia económica comercial que se reflejó en el incremento de capital y la inclusión de la ciudad a nivel global, al tener acceso a productos y servicios extranjeros; por otra parte, conllevó procesos de desigualdad social y consumismo (Borja, 2012, párr. 19).

Es evidente que esa convivencia contribuyó para que algunas pequeñas empresas o micro empresas transformen su imagen corporativa, con características estéticas extranjeras, como: formas, colores, tipografías, símbolos, composición visual y materiales

de producción; para permanecer en la competencia comercial generando una tensión entre tradición y modernidad globalizada. Desde el manejo del lenguaje visual hasta el mediático, las gráficas identificativas comerciales o signos visuales corporativos, como códigos visuales autónomos con estilo tradicional transformaron su discurso típico y coloquial. Así como los colores vivos y representativos de la cultura mexicana; las técnicas con acabado artesanal; y la simbología con raíces de la gráfica popular, entre otras, para incorporar tecnología imitando el estilo americano.

Los estudios previos realizados, confirman no haber discutido la evolución histórica de la gráfica identificativa en las fachadas de comercios en México, ni la analizaron por medio un cruce antropológico, sociocultural y comunicacional. En efecto, se llevaron a cabo estudios sobre globalización, pero no desde el diseño identificativo dependiente en ese país o con influencia por una sociedad hegemónica.

Desde luego, en la disciplina del Diseño Gráfico las necesidades y los valores sociales influyen fuertemente los problemas en los que se concentran sus practicantes, los conceptos manejados, tradiciones o hábitos.

Respecto de eso, esta investigación estudia, mediante un análisis evolutivo, la gráfica identificativa ubicada en las fachadas de las micro empresas tradicionales locales, con el objetivo de comprender la relación entre: “la hegemonía ejercida por Estados Unidos y las transformaciones” (Villoro, 2010, p. 171) localizadas en esos diseños. Este proyecto pretende dar cuenta del fenómeno mediante un análisis crítico transdisciplinario.

Tampico, puerto industrial y puerto turístico

La ciudad se encuentra ubicada en la frontera norte de la República Mexicana, dentro del estado de Tamaulipas y cuenta con tres millones de habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015); así como se muestra en la figura 1. Su nombre es de “origen Huasteco que significa *lugar de perros*” (Gallegos, 2016, párr. 1), por la gran cantidad de nutrias o perros de agua que habitaron en las orillas de los ríos Pánuco y Tamesí que circundan el territorio.



Figura 1. Ubicación geográfica. *Mapa de la República Mexicana y mapa del estado de Tamaulipas*. Recuperado en <https://www.google.com.mx/maps/place/Tampico,+Tamps.,+México/@22.2662251,-106.8343319,5z/data=!4m5!3m4!1s0x85d7fd8bfcfe2d1f:0xc3189ac39db089e618m2!3d22.2331041!4d-97.861099?hl=es>

Es reconocida como uno de los puertos industriales e históricos más importantes de México, donde se trasladaron intelectuales, artistas y políticos a nivel nacional e internacional. En Tampico la compra, la venta, el arrendamiento de pozos petroleros y terrenos generó actividades que concentraban un considerable volumen de capital extranjero y mexicano. En el año 1921, se convirtió en el segundo puerto exportador de petróleo del mundo (Ortega de Etienne, 2002, p. 52). En esa época, el comercio fue próspero y las tiendas comerciales vendieron productos provenientes de Francia y España, entre otros países, con las fachadas pintadas a mano de manera espontánea con rotulación gráfica popular.

Lo que se conoce actualmente como Centro Histórico, es uno de los lugares más antiguos de la ciudad, donde sucedió la victoria de las tropas mexicanas sobre el ejército español al final del movimiento de independencia en el año 1829 (Ortega de Etienne, 2012, p. 21). En ese contexto, fueron costumbre los paseos por la *plaza de Armas*, la alimentación de palomas y la visita al muelle para la observación de los buques atrancados (Ruiz Torres, 2011, pp. 52-53). Como parte del paisaje urbano, se establecieron restaurantes, cafeterías y heladerías como el caso de la micro empresa *El Globito* y el *Elite*. La primera, es una

fuentes de sodas con el servicio de malteadas, licuados y bebidas frescas características de la zona. La segunda, una cafetería-heladería y restaurante con gastronomía tradicional de la región huasteca. Tanto *El Globito* como el *Elite* continúan ofreciendo sus servicios, como aparecen en las figuras históricas 2 y 3.



Figura 2. Fachada del restaurante Elite capturada en el año 1955. Fotografía histórica de la Colección Briceño Lara. Red social Facebook, *Tampico antiguo*. Recuperada en https://www.facebook.com/pg/Tampico-Antiguo-749349405198211/posts/?ref=page_internal



Figura 3. MF México en fotos. Fotos antiguas de Tampico, Tamaulipas. Fotografías capturadas en la Plaza de Armas. Recuperado en <http://www.mexicoenfotos.com/antiguas/tamaulipas/tampico>

En el año 1926, la ciudad fue sede de la primera embotelladora de Coca-Cola en México, llamada *La Pureza*, lo que originó una cultura consumista de ese producto más que en otros lugares del país (Ortega de Etienne, 2014, pp. 19-22). Bajo ese proceso de desarrollo que se da en cualquier ciudad del mundo, en Tampico las autoridades federales tomaron la decisión de elevar la promoción nacional e internacional de la ciudad como centro turístico de playa, particularmente en Estados Unidos y Canadá. Para eso se consideró a la mancha urbana que se extiende por tres municipios: Tampico, ciudad Madero y Altamira, considerada como una única zona metropolitana.

En el año 1993, el gobierno del estado de Tamaulipas prestó apoyo en diversas áreas de hotelería, áreas culturales y el rescate de edificaciones del siglo XIX con el objetivo de rehabilitar la fachada urbana del Centro Histórico. En la figura 4 se muestra una vista panorámica de lugar, y en la figura 5 una captura fotográfica de esa rehabilitación.



Figura 4. Centro Histórico de la ciudad de Tampico en el año 1930. Recuperado en <http://www.mexicoenfotos.com/antiguas/tamaulipas/tampico/calle-aduana-MX14396474855487/4>



Figura 5. Rehabilitación del Centro Histórico de la ciudad de Tampico en el año 1995. Recuperada en <file:///Users/rebecalozanocastro/Downloads/centrotampicocopialw8-focus-0-0-628-524.jpg>

Ese mismo año fue declarado zona patrimonial de monumentos históricos y artísticos por el Instituto Nacional de Antropología e Historia de México (INAH). A causa de eso, en el año 1997 se creó el Fideicomiso del Centro Histórico de Tampico (FICEHTAM). Que, con el apoyo del INAH, además de fondos federales asignados por el Gobierno Federal a través de la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, se remodelaron los edificios históricos (Ortega de Etienne, 2014, p. 27). Algunos de los edificios históricos rehabilitados fueron el hotel Sevilla, Correos de Tampico, Telégrafos de Tampico, el hotel Posada del Rey, el Palacio Municipal, la Catedral, el edificio Mercedes y el edificio La Luz,

entre otros. A finales del año 2015, se concretó el proyecto de remodelación del Centro Histórico de la ciudad, actualmente conocido como el *pequeño Nuevo Orleans* mexicano (Ortega de Etienne, 2016, pp. 2-46). Así como se observa en las figuras 6, 7, y 8.



Figura 6. Fotografía de Correos de Tampico en el año 1989. Red social Facebook. *Foto Retro Tampico*. Recuperada en

https://www.facebook.com/pg/FotoRetroTampico/photos/?ref=page_internal



Figura 7. Fotografía de Correos de Tampico en el año 2016. Recuperada en

<http://www.mexicoenfotos.com/mobile/city.php?album=modern&province=tamaulipas&city=tampico&page=6>



Figura 8. Fotografía del edificio La Luz de Tampico en el año 2017. Toma original en la Plaza de la Libertad del Centro Histórico Tampico.