ICONOS

Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura

La influencia de la publicidad de México en los Años 20

ESTUDIOS DE POSGRADO

Que para obtener el Título de Licenciatura de Diseño Digital

PRESENTA:

Carlos Noh-beec Flores Garcia

ASESOR: Dr. Netzahualcoyotl Tiberio Zepeda Prats

Ciudad de México Febrero, 2025

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública
Según Acuerdo No 20080024 de fecha 21 de abril de 2008. Clave 2017

Índice

RESUMEN..... 2
PALABRAS CLAVE..... 3
ABSTRACT..... 3
KEYWORDS.....5
INTRODUCCIÓN..... 5

Capítulo 1.- ¿Cómo es que esta evolución económica da pie a la estética de los años 20?.....7
1.1 Prosperidad económica y "Los Felices Años 20"..... 8
1.2 Contexto histórico y cultural: México en los años 20..... 10
1.3 Fundamentos de la Revolución Mexicana.....11

Capítulo 2.- El gobierno de Álvaro Obregón (1920-1924) y Plutarco Elías Calles (1924-1928)..... 14

Capítulo 3.- Influencia del Art Decó en el Diseño Publicitario..... 15
3.1 Representación Cultural y Nacionalismo en los Anuncios..... 17
3.2 El Art Decó como símbolo de modernidad y progreso.....19
3.3 Características del diseño gráfico Art Decó en México..... 22
3.4 El Art Decó como reflejo de la identidad mexicana moderna..... 25

CONCLUSIONES.....27
FUENTES DE CONSULTA.....29

RESUMEN

Este trabajo analiza la evolución de la publicidad en México durante la década de 1920, un periodo caracterizado por la reconstrucción nacional después de Las Revoluciones Mexicanas. Este momento histórico no sólo implicó cambios políticos y sociales, sino también un esfuerzo por definir una nueva identidad nacional que integrara modernidad y tradición. En este contexto, la publicidad se consolidó como un medio clave para reflejar los valores, aspiraciones y transformaciones de una sociedad en constante cambio.

El Art Decó desempeñó un papel central en esta transformación. Su estética, basada en líneas geométricas, simetría y materiales innovadores, fue adaptada en México para incorporar elementos culturales propios, como símbolos prehispánicos y motivos nacionales. Esta combinación dio lugar a una identidad visual única que equilibraba las influencias internacionales con el orgullo por las raíces mexicanas. Los anuncios no sólo promovieron productos, sino que también narran historias de progreso y modernización, conectando emocionalmente con un público ávido de cambio.

La modernización industrial y el desarrollo tecnológico fueron factores clave en esta evolución. Los avances en la producción permitieron la introducción de nuevos productos, como automóviles y electrodomésticos, que se presentaban como símbolos de un estilo de vida moderno y sofisticado. Además, herramientas como la fotografía aportaron realismo y cercanía a los mensajes publicitarios, haciendo que los consumidores se identificaran con las imágenes de progreso que estos promovieron.

Al mismo tiempo, la publicidad fortaleció el sentido de identidad cultural al integrar referencias a tradiciones y símbolos patrios. Este enfoque permitió que los mensajes comerciales conectaran con las emociones y valores de una sociedad que buscaba definirse en medio de una modernización acelerada.

En conclusión, la publicidad de los años 20 en México fue mucho más que un vehículo para el consumo. Representó un puente entre el pasado y el futuro, combinando elementos tradicionales con avances modernos para construir una narrativa visual que definió los valores de la época. Este legado sigue siendo relevante, demostrando cómo el diseño y la publicidad pueden influir en la identidad cultural de una nación mientras responden a los cambios de su tiempo.

PALABRAS CLAVE

Art Decó, modernización, publicidad, identidad, cultura.

ABSTRACT

This paper analyzes the evolution of advertising in Mexico during the 1920s, a period marked by national reconstruction following the Mexican Revolution. This historical moment not only brought political and social changes but also an effort to define a new national identity that integrated modernity and tradition. In this context, advertising became a key medium for reflecting the values, aspirations, and transformations of a society in constant flux.

Art Deco played a central role in this transformation. Its aesthetic, characterized by geometric lines, symmetry, and innovative materials, was adapted in Mexico to incorporate local cultural elements such as pre-Hispanic symbols and national motifs. This combination resulted in a unique visual identity that balanced international influences with pride in Mexican heritage. Advertisements not only promoted products but also told stories of progress and modernization, creating an emotional connection with an audience eager for change.

Industrial modernization and technological development were crucial factors in this evolution. Advances in production enabled the introduction of new products, such as automobiles and household appliances, which were presented as symbols of a modern and sophisticated lifestyle. Additionally, tools like photography added realism and intimacy to advertising messages, helping consumers identify with the images of progress these campaigns conveyed.

At the same time, advertising reinforced cultural identity by incorporating references to traditions and national symbols. This approach allowed commercial messages to connect with the emotions and values of a society striving to define itself amidst rapid modernization.

In conclusion, advertising in 1920s Mexico was much more than a tool for consumption. It served as a bridge between the past and the future, blending traditional elements with modern advances to build a visual narrative that defined the era's values. This legacy remains relevant,

demonstrating how design and advertising can influence a nation's cultural identity while responding to the changes of its time.

KEYWORDS

Art Deco, Modernization, Advertising, Identity, Culture.

INTRODUCCIÓN

La década de 1920 representó un periodo de transformación profunda en México, marcado por los esfuerzos de reconstrucción tras la Revolución Mexicana (1910-1920). En este contexto, el país se encontraba en una encrucijada entre sus tradiciones culturales y la modernidad que emergía como resultado de la industrialización y la apertura hacia influencias internacionales. Este periodo no sólo redefinió las estructuras políticas y sociales, sino que también impulsó cambios significativos en la forma en que se comunicaban las ideas, los valores y los productos a través de la publicidad. (Fashion History Timeline, 2.)

La publicidad de los años 20 en México fue mucho más que un medio comercial; se convirtió en un reflejo de las aspiraciones de una sociedad que buscaba consolidar una identidad nacional mientras abrazaba los avances tecnológicos y culturales del mundo moderno. Durante esta década, el estilo Art Decó desempeñó un papel crucial en la evolución de los mensajes visuales. Este movimiento, conocido por sus líneas geométricas, ornamentación sofisticada y materiales lujosos, fue adaptado al contexto

mexicano mediante la incorporación de elementos culturales autóctonos, como símbolos prehispánicos y motivos nacionales. Así, los anuncios de la época lograron crear una narrativa visual que equilibraba modernidad y tradición, conectando emocionalmente con un público ávido de cambio.

Además, la modernización industrial y la llegada de nuevas tecnologías, como la electricidad y la fotografía, ampliaron las posibilidades creativas de la publicidad. Los productos que simbolizaban progreso y comodidad, como automóviles, electrodomésticos y textiles, comenzaron a aparecer en los anuncios como aspiraciones de un estilo de vida sofisticado y urbano. Esto permitió que la publicidad no solo promoviera bienes de consumo, sino también ideales de progreso, estatus y modernización, alineándose con las metas de un México en reconstrucción.

Este trabajo tiene como objetivo explorar cómo la publicidad de los años 20 reflejó las transformaciones sociales, culturales y económicas de un México en transición. A través del análisis de los elementos visuales, los mensajes y las estrategias empleadas en los anuncios de la época, se busca identificar cómo estos materiales lograron proyectar una identidad nacional moderna mientras conectaban con las tendencias globales. Asimismo, se examina el impacto del Art Decó y la modernización industrial en la creación de narrativas publicitarias que trascendieron lo comercial para convertirse en herramientas de construcción cultural y social.

En suma, la publicidad de la década de 1920 en México no sólo marcó el inicio de un lenguaje visual más sofisticado, sino que también contribuyó a moldear una sociedad que aspiraba a combinar sus raíces históricas con un

futuro prometedor. Este análisis busca destacar el papel fundamental de la publicidad como un reflejo y catalizador de los cambios que definieron esta etapa crucial en la historia del país.



Imagen 1, Muscillo, A. (2020, 3 enero). Otra vez en los años 20: ¿qué pasó en aquella década dorada del siglo XX? Clarín. <URL>

Capítulo 1.- ¿Cómo es que esta evolución económica da pie a la estética de los años 20?

La evolución económica de los años 1920 tuvo un impacto significativo en la estética de la época, conocida como Art Decó y en menor medida, la transición del modernismo. Esta estética refleja un deseo de progreso, lujo y modernidad, vinculado a las transformaciones sociales y económicas que marcaron la posguerra.

Expansión económica y optimismo social

Tras la Primera Guerra Mundial, muchas economías, particularmente la de Estados Unidos, experimentaron un auge sin precedentes. Este periodo de

prosperidad permitió a las personas adoptar estilos de vida más opulentos y enfocados en el consumo. Esto se reflejó en la estética del Art Decó, que incorporaba materiales lujosos como mármol, cromo y vidrio, y se enfocó en transmitir riqueza y modernidad. La arquitectura, los interiores y los productos de diseño comenzaron a expresar un sentido de progreso y sofisticación que resonaba con las aspiraciones de la época.

Consumismo y publicidad

La prosperidad económica trajo consigo una cultura de consumismo, alimentada por innovaciones en la publicidad. Los anuncios de la época adoptaron los valores visuales del Art Decó, presentando productos como automóviles, electrodomésticos y ropa como símbolos de estatus y modernidad. Este nuevo enfoque en el marketing ayudó a consolidar la estética de los años 20 como un lenguaje universal de progreso y lujo.

Los años 1920 representaron un momento clave en la historia en el que la economía y la estética se entrelazaron de manera única. La prosperidad económica de la época, particularmente en países como Estados Unidos, no solo transformó los estilos de vida, sino que impulsó una visión optimista del futuro que se reflejó claramente en el Art Decó. Este estilo no era solo una expresión artística; era una declaración de progreso, modernidad y lujo. Los materiales sofisticados como el mármol, el cromo y el vidrio, junto con las formas geométricas y limpias, transmitían la sensación de un mundo que avanzaba hacia nuevas alturas.

1.1 Prosperidad económica y "Los Felices Años 20"

La década de 1920, conocida como "Los Felices Años 20", fue un periodo marcado por un auge económico sin precedentes, especialmente en países como Estados Unidos, Francia y otras potencias occidentales. Tras el impacto

devastador de la Primera Guerra Mundial, las economías comenzaron a recuperarse rápidamente, dando paso a una era de prosperidad, consumo masivo y transformaciones sociales que moldearon el estilo de vida de la época.

En Estados Unidos, este periodo estuvo caracterizado por un crecimiento industrial sostenido, impulsado por innovaciones como la producción en masa, la expansión del crédito y el acceso generalizado a la electricidad. Sectores como el automotriz, el de los electrodomésticos y el de la construcción florecieron, marcando el inicio de una cultura de consumo donde los productos no solo eran bienes funcionales, sino símbolos de estatus y modernidad. Este fenómeno no se limitó al ámbito económico; también tuvo un impacto directo en la publicidad, que se convirtió en una herramienta clave para promover el consumo y reforzar las aspiraciones de una sociedad optimista y orientada hacia el futuro.

La publicidad de los años 20 reflejaba este contexto de abundancia y progreso, adoptando un lenguaje visual que exaltaba la sofisticación, la innovación y el lujo. El Art Decó, con su estética geométrica, líneas limpias y uso de materiales lujosos, se convirtió en el vehículo ideal para comunicar estos valores. Los anuncios de automóviles, electrodomésticos y productos de moda no solo destacaban las cualidades técnicas de los bienes, sino que también los presentaban como emblemas de un estilo de vida deseable.

Aunque el término "Los Felices Años 20" evoca imágenes de prosperidad y abundancia, es importante reconocer que este periodo también estuvo marcado por desigualdades sociales y económicas. Mientras que las ciudades experimentaron un desarrollo acelerado, muchos sectores rurales y periféricos quedaron rezagados en los beneficios de esta modernización. Sin

embargo, la narrativa dominante de optimismo y crecimiento fue la que prevaleció en los mensajes publicitarios de la época, ayudando a construir una percepción colectiva de progreso que trascendió fronteras.

Por lo que se puede decir que "Los Felices Años 20" representaron un momento clave en la historia económica y cultural del mundo, cuyo legado se refleja en la estética, los valores y las estrategias de consumo que definieron la publicidad de la época. Este periodo no solo marcó el inicio de una nueva era de modernización y aspiraciones sociales, sino que también sentó las bases para las formas contemporáneas de comunicación y mercadotecnia.

1.2 Contexto histórico y cultural: México en los años 20

La década de 1920 en México fue un periodo de reconstrucción y transformación tras los intensos años de la Revolución Mexicana (1910-1920). Este conflicto no solo marcó un antes y un después en la estructura política y social del país, sino que también sentó las bases para una búsqueda profunda de identidad nacional. El México de los años 20 se encontraba en un punto de inflexión, en el cual las aspiraciones de modernización y progreso convivían con el deseo de mantener vivas las tradiciones y valores culturales que definían al país. (Carruyo, Eliéxer, 3).

En este contexto, los gobiernos de Álvaro Obregón (1920-1924) y Plutarco Elías Calles (1924-1928) desempeñaron un papel crucial en la estabilización del país. A través de reformas agrarias, proyectos educativos y políticas de industrialización, ambos líderes buscaron fortalecer la economía y consolidar una imagen de modernidad. La creación de instituciones educativas, lideradas por figuras como José Vasconcelos, impulsó la alfabetización y

promovió la integración de lo indígena y lo europeo en una visión cultural unificada. Este enfoque no solo impactó en la educación, sino también en las artes y en las formas de comunicación de la época, incluida la publicidad.

La urbanización y el crecimiento económico también tuvieron un impacto significativo en la sociedad mexicana. Ciudades como la de México comenzaron a transformarse en centros de innovación y modernidad. Este cambio trajo consigo una creciente exposición a influencias internacionales, especialmente en términos de diseño, arquitectura y estilo de vida. Sin embargo, lo que diferenciaba a México de otras naciones en este periodo fue su capacidad para integrar estas tendencias globales con elementos propios de su rica herencia cultural, creando una identidad única que resonaba tanto local como internacionalmente.

En mi opinión los años 20 en México fueron una época de intensos cambios y adaptaciones. La búsqueda de una identidad nacional que equilibrara el pasado y el futuro fue el motor de muchas de las transformaciones sociales y culturales de la época. Este contexto histórico y cultural no solo influyó en la forma en que se concebía la modernización, sino que también dejó un legado duradero en la manera en que el país proyectaba su imagen al mundo.

1.3 Fundamentos de la Revolución Mexicana

> *La Revolución Mexicana fue un conflicto complejo que involucró una lucha entre diferentes facciones y sectores de la sociedad mexicana, cada uno con sus propias demandas y objetivos. Al concluir la fase más violenta de la Revolución, México entró en un período de consolidación y reconstrucción.* (Krauze,10).

Álvaro Obregón implementó reformas importantes, especialmente en educación, agricultura y derechos laborales, con la idea de modernizar el país y responder a las demandas sociales que habían motivado la Revolución. Además, el gobierno promovió una visión del Estado que integraba lo moderno con lo autóctono, en un esfuerzo por crear una identidad nacional que uniera a la población después del conflicto.

Se derivan de una serie de causas y demandas acumuladas por décadas. Estas motivaciones abarcaron aspectos sociales, económicos y políticos, que reflejaban el profundo descontento de diversos sectores de la población, especialmente frente al prolongado régimen de Porfirio Díaz.

Desigualdad y concentración de tierras

Durante el porfiriato, la tierra se concentró en manos de unos pocos terratenientes y élites, lo que dejó a la mayoría de los campesinos sin acceso a ella. Los latifundios crecieron mientras los pueblos indígenas y las comunidades rurales perdían sus tierras, provocando una enorme desigualdad económica y social. La reforma agraria[1] fue por tanto uno de los principales objetivos de la Revolución, impulsada por líderes como Emiliano Zapata, quien defendía el lema "Tierra y libertad".

Centralización del poder y falta de democracia

Porfirio Díaz mantuvo el poder de manera casi ininterrumpida por más de 30 años, favoreciendo a una élite política y económica que le era leal. Aunque se mantuvo una fachada democrática, las elecciones fueron manipuladas y no existía una verdadera representatividad para el pueblo mexicano. La falta

[1] La reforma agraria fue una política social y económica que buscó redistribuir las tierras agrícolas, especialmente aquellas en manos de grandes latifundios, a favor de campesinos e indígenas. Este movimiento promovía la justicia social y el acceso equitativo a la tierra, postulando que ésta debía pertenecer a quienes la trabajaban, con el objetivo de reducir la desigualdad, fortalecer la economía rural y garantizar derechos básicos a las comunidades marginadas.

de democracia y el control político centralizado fueron una de las motivaciones principales para figuras como Francisco I. Madero, quien promovía el lema "Sufragio efectivo, no reelección" y aboga por elecciones justas. (Krauze,15).

Falta de acceso a la educación

Durante el régimen de Díaz, la educación era limitada y reservada mayormente para las clases altas, mientras que gran parte de la población era analfabeta y no tenía acceso a la educación. La Revolución también buscó transformar este aspecto, promoviendo la expansión de la educación como un derecho básico para construir una sociedad más igualitaria y mejor informada.

> *La apertura de México a capital extranjero en industrias clave, como la minería, el petróleo y el ferrocarril, generó resentimiento. Empresas estadounidenses y europeas controlaban estos sectores, lo cual limitaba el crecimiento de la economía nacional y generaba descontento entre los mexicanos. La Revolución también tuvo un componente nacionalista que pretendía recuperar la soberanía económica y fortalecer a las empresas y al talento nacional. (*Alan, 2*).*

El movimiento revolucionario tuvo un fuerte componente de justicia social, que se reflejaba en la lucha por reducir las desigualdades sociales y económicas que afectaron a gran parte de la población. Además de la reforma agraria, muchos revolucionarios:

- Emiliano Zapata con su Plan de Ayala, Zapata buscaba justicia social y reforma agraria, enfatizando también los derechos de los campesinos y trabajadores rurales.

- Francisco Villa además de la reforma agraria, Villa promovió los derechos de los trabajadores. Su ejército, conocido como la División del Norte, atrajo a muchos campesinos y trabajadores que se unieron en la búsqueda de una vida más justa.

- Venustiano Carranza aunque inicialmente no era considerado un líder radical, Carranza adoptó algunas de las demandas laborales para ganar apoyo durante la Revolución. Defendieron los derechos laborales, la redistribución de la riqueza y un acceso más equitativo a los recursos.

Capítulo 2.- El gobierno de Álvaro Obregón (1920-1924) y Plutarco Elías Calles (1924-1928)

La década de 1920 representó un periodo clave en la estabilización y modernización de México tras los años convulsos de la Revolución Mexicana. Durante esta etapa, los gobiernos de Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles se destacaron por implementar reformas políticas, económicas y sociales que buscaban reconstruir el país, consolidar el poder del Estado y fomentar una nueva identidad nacional en sintonía con las aspiraciones de progreso y modernización.

Álvaro Obregón (1920-1924)

El gobierno de Álvaro Obregón fue esencial para establecer un equilibrio político tras una década de conflictos armados. Uno de los principales logros de su administración fue la pacificación del país mediante acuerdos con diferentes facciones revolucionarias, lo que permitió enfocar esfuerzos en la reconstrucción económica y social. Vasconcelos promovió una visión de "mestizaje cultural", en la que se integraban elementos indígenas y europeos

para formar una identidad nacional única. Esta perspectiva influyó profundamente en las artes, la literatura y la comunicación visual, incluida la publicidad, que comenzó a adoptar símbolos culturales mexicanos en sus mensajes.

Plutarco Elías Calles (1924-1928)

La administración de Plutarco Elías Calles continuó los esfuerzos de modernización y consolidación del Estado, con un enfoque más estructurado en la institucionalización del poder. Calles promovió la creación de instituciones que fortalecieron el control del gobierno, como el Banco de México y el inicio del sistema bancario moderno. Estas medidas impulsaron el crecimiento económico y fomentaron la estabilidad financiera del país.

Ambos gobiernos fomentaron un clima de modernización que influyó directamente en la cultura y la publicidad de la época. Las políticas educativas y culturales impulsadas por Obregón y Calles promovieron un sentido de identidad nacional que se reflejaba en los anuncios publicitarios, los cuales comenzaron a incorporar elementos visuales que celebraban la riqueza cultural de México. Los gobiernos de Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles fueron fundamentales para establecer las bases de un México moderno.

Capítulo 3.- Influencia del Art Decó en el Diseño Publicitario

Ifema Madrid[2] Menciona que el Art Decó tuvo un impacto significativo en el diseño publicitario en México durante las décadas de 1920 y 1930,

[2] IFEMA MADRID es una institución ferial y de eventos en España, ubicada en Madrid. Se dedica a la organización y gestión de ferias comerciales, exposiciones y eventos profesionales en diversos sectores, incluyendo moda, tecnología, turismo, arte y cultura. Con una amplia trayectoria, IFEMA MADRID se ha consolidado como un referente internacional en el ámbito de ferias y convenciones, atrayendo a expositores y visitantes de todo el mundo.

destacándose por su estética geométrica, ornamentación elaborada y uso de materiales modernos. Este estilo se convirtió en un símbolo de modernidad y progreso en los anuncios publicitarios de la época.

> *Los diseños incorporan formas geométricas simples como triángulos, círculos y líneas rectas, aportando claridad y atracción visual. Las formas geométricas en los anuncios adoptaron formas simples y limpias, como triángulos, círculos y líneas rectas. Estas formas aportan un sentido de orden y claridad al diseño, haciéndolo más atractivo y fácil de leer.* (Ifema Madrid, 7.)

Desde una perspectiva actual, podemos apreciar cómo el legado del Art Decó continúa influyendo en el diseño gráfico y la publicidad. Su enfoque en la claridad visual y la estética atractiva sigue siendo relevante, especialmente en una era en la que captar la atención rápidamente es clave para la comunicación visual. Además, su combinación de simplicidad y lujo sigue siendo una fórmula efectiva para conectar emocionalmente con los consumidores.

Por otro lado, Ifema Madrid señala que los anuncios de la época capturaron el optimismo característico de los años 20 y 30, resaltando productos como automóviles y electrodomésticos. Estos no solo se presentaban como avances tecnológicos, sino que simbolizaban el nuevo estilo de vida aspiracional de una clase media emergente, en plena transformación social.

Lo más fascinante de este fenómeno es cómo el Art Decó en México no se limitó a replicar influencias internacionales, sino que incorporó elementos de la identidad cultural mexicana, como símbolos y motivos autóctonos. Esto demuestra la capacidad del diseño publicitario para adaptarse y resonar

emocionalmente con su público, conectando la modernidad global con las raíces culturales locales.

También es interesante observar cómo el optimismo y el consumismo de la época se reflejaron en los anuncios. Productos como automóviles y electrodomésticos no solo se promovía como objetos funcionales, sino como símbolos de estatus y pertenencia a una clase media emergente. Esta narrativa visual reforzaba una idea de progreso que resonaba profundamente en un México posrevolucionario, ansioso por consolidar una identidad nacional moderna.

El Art Decó desempeñó un papel clave en la construcción de identidades visuales distintivas para las marcas durante las décadas de 1920 y 1930, ayudándolas a diferenciarse en un mercado competitivo. A través de logotipos, patrones geométricos y colores vivos, las empresas no sólo promovieron sus productos, sino también un estilo de vida moderno y sofisticado. (Ochoa, 3).

Un aspecto particularmente interesante es cómo este estilo fue utilizado estratégicamente para comunicar más que la simple utilidad de un producto, destacando también su capacidad de transformar estilos de vida. Esto no solo posicionó a los productos como bienes deseables, sino que creó un vínculo emocional con los consumidores, reforzando la relevancia de los valores aspiracionales en la publicidad.

3.1 Representación Cultural y Nacionalismo en los Anuncios

La década de 1920 fue un periodo clave para la construcción de una identidad nacional en México, particularmente en el contexto

posrevolucionario. En esta etapa, la publicidad no solo se enfocó en promover productos, sino que también se convirtió en un vehículo para expresar valores culturales y fortalecer el nacionalismo. Como lo señala Anáhuac México, los anuncios de esta época integraron símbolos tradicionales como el águila, la serpiente y patrones Mesoamericanos, conectando los productos con el rico legado cultural del país y fomentando un sentido de pertenencia entre los consumidores. (Anáhuac México, 5.)

Esta estrategia publicitaria fue más que un recurso comercial fue una herramienta de comunicación que reflejaba una sociedad en búsqueda de cohesión. La incorporación de héroes nacionales y símbolos revolucionarios reforzó no solo un orgullo patriótico, sino también la idea de que el consumo de productos locales era una extensión de ese patriotismo. Esto ayudó a construir una narrativa en la que el acto de consumir no solo beneficiaba al individuo, sino también a la nación.

Además, es destacable cómo los anuncios destacó festividades y tradiciones mexicanas, como el Día de Muertos o la devoción a la Virgen de Guadalupe. Estos elementos no solo conectarón emocionalmente con el público, sino que también subrayaba la autenticidad y calidad de los productos, especialmente en el caso de los artículos artesanales. Considero que esta estrategia logró posicionar los productos como una representación tangible del patrimonio cultural mexicano, fortaleciendo el vínculo emocional entre el consumidor y su identidad cultural. (Infobae, 2.)

Otro aspecto interesante es el equilibrio entre la modernidad y la tradición, algunos anuncios incorporaron diseños gráficos inspirados en motivos tradicionales para presentar productos modernos, reflejando un estilo de vida contemporáneo que no renunciaba a sus raíces. En mi opinión, esta

combinación de elementos tradicionales y modernos no solo hacía más atractiva la publicidad, sino que también enviaba un mensaje poderoso de orgullo cultural y progreso. (Seo en México, 4.)

Durante la década de 1920 en México, varios anuncios publicitarios hicieron uso de elementos alusivos a la Revolución Mexicana como parte de sus estrategias. Estos anuncios incorporaron símbolos patrios, imágenes de héroes revolucionarios y referencias a los ideales de lucha y libertad, apelando al orgullo nacional y a la memoria colectiva de una sociedad en transformación.

Un ejemplo en los anuncios de productos básicos como sombreros y herramientas agrícolas, que mostraban figuras como Emiliano Zapata y Pancho Villa en poses heroicas, enalteciendo su conexión con el pueblo y los valores revolucionarios. También se popularizaron las ilustraciones de adelitas o mujeres campesinas, utilizadas para promocionar productos destinados a la vida rural o doméstica, vinculando la idea de progreso con los sacrificios realizados durante el conflicto. (SEGOB, 5.)

3.2 El Art Decó como símbolo de modernidad y progreso

El Art Decó surgió en Europa y Estados Unidos en las primeras décadas del siglo XX, caracterizado por el uso de formas geométricas, líneas limpias, colores vibrantes y una estética que abrazaba la mecanización y la tecnología. Su llegada a México, aunque influenciada por estas tendencias internacionales, también fue interpretada y adaptada de acuerdo con las sensibilidades locales.

Arquitectura

En el ámbito arquitectónico, el Art Decó dejó una huella profunda en las ciudades mexicanas, especialmente en la Ciudad de México. Los edificios construidos en este estilo presentaban fachadas decoradas con patrones geométricos y detalles estilizados, reflejando la creciente urbanización y modernización de la época.



Imagen 2, Fernando y Miguel Cervantes. Oficinas de teléfonos de México, 1931. Detalle, puerta de acceso ll. 41.

Teatro Ópera: Este edificio es un excelente ejemplo del Art Decó en la arquitectura mexicana. Inaugurado en los años 20, presenta las formas angulares y la ornamentación geométrica característica del estilo.

Edificio de La Nacional: Uno de los primeros rascacielos de la Ciudad de México, este edificio tiene una estética Art Decó en su diseño vertical y sus detalles decorativos.

El Art Decó en la arquitectura también estaba presente en construcciones más modestas, como viviendas y pequeños comercios, que adoptaron esta estética como una muestra de aspiración hacia la modernidad. Los frisos, las balaustradas y los vitrales reflejaban el diseño geométrico y sofisticado del estilo.

Diseño gráfico y publicidad

En el ámbito del diseño gráfico, el Art Decó impactó fuertemente en la publicidad de la época. Durante los años 20, México estaba experimentando un auge en la industrialización y el consumo, lo que incrementó la demanda de productos que necesitaban ser promocionados mediante anuncios, carteles y empaques.



Imagen 3, Anuncio en: Sucesos para todos, 2 de octubre de 1934. Cat. 151.



Imagen 4, Anuncio en: Todo, 10 de octubre de 1933. ll. 29.

El diseño gráfico publicitario de la época adoptó las características visuales del Art Decó: el uso de líneas estilizadas, formas geométricas y colores intensos para captar la atención de los consumidores. El estilo promovía una estética de lujo, sofisticación y modernidad, valores que se asociaban con la imagen de los productos y servicios que se publicitaban.

3.3 Características del diseño gráfico Art Decó en México

De acuerdo al sitio web Artehistoria estas son las características que hacen unicar al Art Decó son las siguientes:

Tipografía: Las tipografías eran rectilíneas y estilizadas, con trazos gruesos y finos que jugaban con la geometría y la simetría. Los textos en los anuncios solían estar organizados de manera limpia y ordenada, con una clara jerarquía visual.

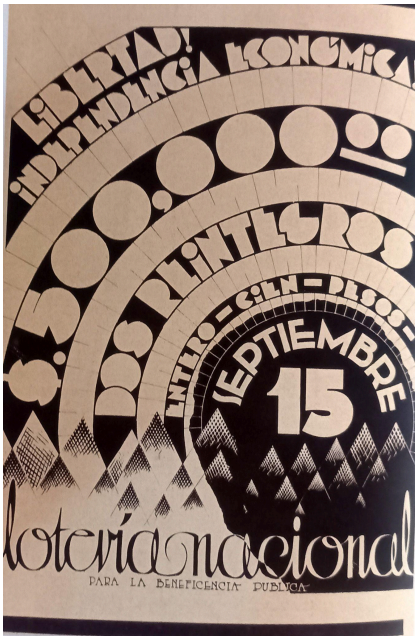

Imagen 5, Anuncio en: Revista de revistas, 2 de septiembre de 1934. Cat. 169.

Composición geométrica: Los anuncios utilizan formas geométricas como triángulos, círculos y líneas rectas para crear composiciones equilibradas y visualmente impactantes.

Colores vibrantes: Se empleaban colores saturados como el azul, rojo, amarillo y verde en combinación con tonos metálicos (dorado, plateado) para dar una sensación de lujo y modernidad.

Elementos decorativos: Los motivos ornamentales, como rayos solares, zigzags, y patrones escalonados, se integraban en las composiciones gráficas para reforzar la estética del movimiento.

Publicidad y carteles

El cartelismo de los años 20 fue otro campo en el que el Art Decó se hizo presente. Los carteles de cine, espectáculos, eventos sociales y productos

comerciales adoptaron los elementos visuales del movimiento, desde las líneas rectas y angulares hasta los colores brillantes.



Imagen 6, Anuncio en: *L'Art Vivant au Mexique,* 15 de enero de 1932. Cat. 153.

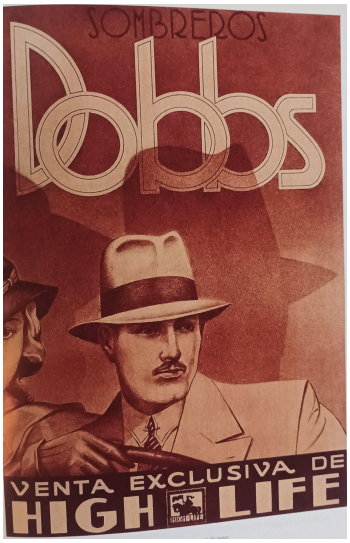

Imagen 7, Anuncio en: México al Día. 15 de mayo de 1935. Cat. 185.

Los carteles publicitarios de productos como perfumes, bebidas, automóviles y moda comenzaron a usar el lenguaje visual del Art Decó para proyectar la idea de lujo, modernidad y cosmopolitismo. Las mujeres y varones

representados en estos anuncios solían aparecer con trajes modernos, poses elegantes y actitudes confiadas, en consonancia con los valores aspiracionales de la época.

El estilo Art Decó también influyó en el diseño editorial de revistas y libros. Las publicaciones de moda, cultura y estilo de vida, como las revistas ilustradas, comenzaron a incorporar diseños de portadas que usaban tipografías modernas y composiciones limpias y simétricas. Las ilustraciones y fotografías en estas publicaciones reflejaban el mismo espíritu de modernidad, con un fuerte énfasis en la geometría y la estilización. (arte historia, 6).

La fusión del Art Decó con lo autóctono

Un aspecto particular del Art Decó en México fue la fusión del estilo con elementos de la cultura mesoamericana. Diseñadores mexicanos interpretaron símbolos y motivos Mexicas y mayas dentro del lenguaje visual del Art Decó, creando una mezcla única de modernidad e identidad nacional. Esto se reflejaba tanto en la arquitectura como en el diseño gráfico, donde se usaban patrones estilizados que hacían referencia a los antiguos mitos y símbolos indígenas.

3.4 El Art Decó como reflejo de la identidad mexicana moderna

El Art Decó no solo se consolidó como un símbolo de modernidad y progreso en la década de 1920, sino que en México adquirió una identidad única al fusionarse con elementos culturales y tradiciones locales. Este estilo, caracterizado por líneas geométricas, patrones simétricos y una estética elegante, encontró en el contexto mexicano un terreno fértil para adaptarse y transformarse. Más allá de replicar las influencias internacionales, el Art

Decó en México incorporó símbolos prehispánicos, motivos indígenas y referencias culturales que resonaban profundamente con la sociedad de la época.

La llegada del Art Decó coincidió con un periodo en el que el país buscaba definirse tras los intensos años de la Revolución Mexicana. La necesidad de construir una identidad nacional moderna que abrazara tanto el pasado como el futuro fue clave para que este movimiento artístico se integrará en diferentes áreas, como la arquitectura, el diseño gráfico, la moda y la publicidad. En este sentido, el Art Decó no solo representaba un estilo visual, sino también un medio para proyectar los ideales de progreso y sofisticación que caracterizaban al México posrevolucionario.

Un ejemplo destacado de esta fusión es la incorporación de motivos culturales en los diseños publicitarios. Los anuncios no sólo adoptaron la elegancia y la simetría del Art Decó, sino que también utilizaron símbolos como grecas prehispánicas, águilas y elementos naturales estilizados, conectando así con las raíces culturales de la población. Este enfoque permitió que la publicidad trascendiera su función comercial, convirtiéndose en un reflejo de los valores y aspiraciones de una sociedad en transformación.

La técnica litográfica[3] Se consolidó como el medio preferido, permitiendo la reproducción masiva de imágenes con gran calidad y detalle. Además, el trabajo de artistas y diseñadores comenzó a ser influenciado por el Art Decó, con la incorporación de líneas geométricas, formas estilizadas y colores

[3] La litografía es un proceso de impresión planográfica que permite transferir imágenes o texto a través de una matriz hecha de piedra o metal. Este método, inventado en 1796 por el alemán Alois Senefelder, se basa en la repulsión entre el agua y las sustancias oleosas.

llamativos que anunciaban productos modernos o enfatizaban la noción de progreso. (Ross, Romano, 20.)

Recapitulando el Art Decó como reflejo de la identidad mexicana moderna destaca por su capacidad de combinar lo internacional con lo local, lo moderno con lo tradicional. Este estilo no solo dejó una huella profunda en el ámbito artístico y cultural, sino que también ayudó a consolidar una narrativa visual que proyectaba un México orgulloso de su pasado, pero con la mirada firmemente puesta en el futuro.

CONCLUSIONES

La publicidad en México durante los años 20 se consolidó como una herramienta clave para reflejar los profundos cambios sociales, económicos y culturales que definieron esta etapa de reconstrucción nacional. Más allá de ser un medio comercial, los anuncios de esta época se transformaron en un vehículo para transmitir valores de modernidad, progreso y orgullo nacional, estableciendo una conexión emocional con la sociedad.

El Art Decó desempeñó un papel fundamental en esta transformación, aportando una estética caracterizada por la elegancia, las líneas geométricas y los motivos decorativos. Lo más notable fue cómo este estilo internacional se adaptó al contexto mexicano, incorporando elementos autóctonos como patrones prehispánicos y símbolos nacionales. Esto permitió que la publicidad no solo promoviera productos, sino que también contribuyera a la construcción de una identidad visual única, en la que lo moderno y lo tradicional se encontraban en equilibrio.

La modernización industrial y los avances tecnológicos de la época, como la electrificación y el uso de la fotografía, impulsaron nuevas formas de comunicación visual. Los anuncios comenzaron a presentar productos asociados con un estilo de vida más moderno y cómodo, convirtiéndose en un reflejo de las aspiraciones de una sociedad que buscaba dejar atrás los conflictos del pasado. Al mismo tiempo, estos mensajes publicitarios reforzaban la idea de estatus y progreso, conectando las emociones de los consumidores con la narrativa del cambio social.

Sin embargo, este optimismo también planteaba desafíos. La publicidad, aunque poderosa, no siempre representaba a todos los sectores de la sociedad. Muchas veces, los mensajes estaban dirigidos a un público urbano y económicamente privilegiado, dejando fuera las realidades de una gran parte de la población. Esto invita a reflexionar sobre cómo el diseño publicitario puede abordar estas desigualdades y crear narrativas más inclusivas.

En conclusión, los años 20 sentaron las bases de la publicidad moderna en México. Esta etapa histórica no solo marcó un avance en términos estéticos y tecnológicos, sino que también demostró cómo los mensajes visuales pueden influir en la construcción de identidades y valores culturales. La fusión de modernidad y tradición en la publicidad de esta época dejó un legado que sigue inspirando estrategias creativas en la actualidad.

FUENTES DE CONSULTA

Aceña, Pablo. Pasado y presente: de la gran depresión del siglo XX. Fundación BBVA, Bilbao, 2011.

https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE_2012_IVIE_pasado_presente.pdf

Albrecht, Donald, López, Luis. Mexican Art Deco Architecture. Nueva York: Home and Living, 1992.

Breward, Christopher. *Fashion. Oxford: Oxford University Press*, 2003.

Carruyo, Eliéxer. Siglo XX cien años de infortunio y esplendor. Gac Méd Méx Vol. 141 núm. 1, 2005.

https://www.scielo.org.mx/pdf/gmm/v141n1/v141n1a14.pdf

Enciclopedia Humanidades. Felices años veinte

https://humanidades.com/felices-anos-vein

García, Rodríguez, Jiménez, Carmen. Pasado y presente: de la Gran Depresión del siglo XX a la Gran Recesión del siglo XXI. Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. vol. 15, núm. 1, 2020.

https://www.redalyc.org/journal/4677/467761669003/467761669003.pdf

Hobsbawn, Eric. HISTORIA DEL SIGLO XX. Grijalbo Mondadori. E. J. Hobsbawm. 1994.

http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Historia%20Contemporc%C3%A1nea/3.%20Crisis%20Imperialismo%20y%20Guerra%20(1870%20%E2%80%93%201920)/Eric_Hobsbawm_-_Historia_del_Siglo_XX.pdf

Jenkins, Paul. *1920s Consumerism: The Decade of Opulence and Economic Shift*. Brilliantio. 2024.

https://brilliantio.com/1920s-consumerism/

Krauze, Enrique. México: Biografía del poder, 7ª edición, 1987.

Martínez, Gilberto. Estudios de historia moderna y contemporánea de México. Universidad Nacional de La Pampa, Prometeo, 2005.

https://www.scielo.org.mx/pdf/ehmcm/n33/0185-2620-ehmcm-33-00129.pdf

Reddy, Karina. Fashion History Timeline, 1920-1929. 20th century. 2018.

https://fashionhistory.fitnyc.edu/1920-1929/

Ross, John, y Clare Romano. The Complete Printmaker: Techniques, Traditions, Innovations. Nueva York: Free Press, 1972.