

entretejidos
Revista de Transdisciplina y Cultura Digital

La influencia de la publicidad de México en los Años 1920

Carlos Noh-beec Flores García

Recibido: 2 de Mayo de 2026
Aceptado: 29 de Agosto de 2026

entretejidos
Revista de Transdisciplina y Cultura Digital

LA INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD DE MÉXICO EN LOS AÑOS 1920

CARLOS NOH-BEEC FLORES GARCIA

RESUMEN

Este trabajo analiza cómo la publicidad, la moda y el diseño gráfico en el México de los años 1920 adoptaron la corriente internacional del *Art Decó* en un contexto de reconstrucción posrevolucionaria. Impulsada por la modernización, la industrialización y los gobiernos de Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, la estética *Art Decó* se caracterizó por sus formas geométricas, tipografías estilizadas y colores vibrantes. En México, este estilo adquirió una identidad visual propia al fusionar tendencias vanguardistas globales con motivos culturales autóctonos y prehispánicos, proyectando así un ideal de progreso, modernidad y orgullo nacional.

PALABRAS CLAVE
Art Decó, modernización, publicidad, identidad, posrevolución.

The influence of advertising in Mexico in the 1920s

ABSTRACT

This work analyzes how advertising, fashion, and graphic design in 1920s Mexico embraced the international Art Deco movement within the context of post-revolutionary reconstruction. Driven by modernization, industrialization, and the administrations of Álvaro Obregón and Plutarco Elías Calles, the Art Deco aesthetic was characterized by geometric shapes, stylized typography, and vibrant colors. In Mexico, this style acquired its own visual identity by fusing global avant-garde trends with indigenous and pre-Hispanic cultural motifs, thereby projecting an ideal of progress, modernity, and national pride.

KEYWORDS
Art Deco, modernization, advertising, identity, post-revolution.

*K'o o kja k'o publicidad k'a México k'a k'o kjɇɇ 1920**

T'SIPEPJI

Nuna b'ɇpji jñɑndɯ k'ua k'o publicidad, k'o xizhi/patula moda ñe k'o kjaa jmmicha gráfico k'a México k'a k'o kjɇɇ 1920 o tsja k'ua k'o Art Decó k'a ts'i jñini t'oxɯ mi pɇpji k'a posrevolución. Nuna b'ɇpji o mpɇs'i k'ua ra modernización, industrialización ñe k'o gobiernos k'e Álvaro Obregón ñe Plutarco Elías Calles. K'o Art Decó mi pesi k'o formas geométricas, k'o yaxɯ /tipografía estilizadas ñe k'o b'ondaro tsiji k'o na joo. K'a México, nuna estilo o pesi na identidad k'a k'o visual k'ua o kjee k'o vanguardia global ñe k'o motivos k'o kjaayo tee autochthonous/prehispánicos, k'ua o tsjaa na jñaa k'a progreso, modernidad ñe orgullo nacional.

JÑA'A NA JOO
Art Decó, modernización, publicidad, identidad, posrevolución.

**Traducción al mazahua*

INTRODUCCIÓN

Aunque pueda ser difícil de creer, la Segunda Guerra Mundial contribuyó bastante al cambio de paradigma en cuanto al estilo bajo el cual los diseños de vestidos y otras prendas de la década de 1920 fueron creados. Durante los últimos años de la guerra, tanto mujeres[1] como varones ya sentían el peso que el conflicto mundial estaba teniendo sobre ellos. Hasta entonces, los estilos de los años veinte eran principalmente sombríos y de aspecto monótono.

Pero entonces, cuando la guerra llegó a su fin, ocurrieron varias cosas que tendrían un impacto indeleble en la moda de los años veinte:

1.- El fin del conflicto propició que la gente invirtiera más tiempo y energía en la moda y la forma de vestir.
2.- A medida que la población en general se volvía más consciente de la apariencia de su vestimenta, los diseñadores de ropa de moda de los años veinte vieron la oportunidad de satisfacer una demanda reprimida.
3.- El descubrimiento simultáneo de nuevos materiales sintéticos, como el rayón y el poliéster,[2] condujo a nuevos enfoques en los vestidos de moda.
4.- La moda de los años veinte también recibió un impulso debido a una comunicación más frecuente y abierta y a un comercio más libre en todo el mundo.

Todos estos acontecimientos contribuyeron a un cambio gradual, aunque perceptible, en la forma en que evolucionaron la moda y los estilos de los años veinte. Pero a finales de la década, se produjo un cambio de rumbo en la moda femenina, cuya influencia se ve incluso en la forma en que se diseñan hoy en día las prendas de vestir de mujer.



Instituto Textil Nacional, A.C.
https://www.institutotextilnacional.com/2019/09/11/que-es-el-poliester/



sinocomfort.com
https://sinocomfort.com/es/blog/is-rayon-fabric-stretchy/

[1] El fin de las hostilidades dio pie a que más mujeres salieran y se uniesen a la fuerza de trabajo. Hasta entonces, estaban enclaustradas en las fábricas, sin pensar mucho en moda y vestidos bonitos. Hasta entonces, dado que eran un elemento clave del esfuerzo de producción de la guerra, la ropa de las mujeres se confeccionaba principalmente a partir de monos de hombre. Pero todo eso iba a cambiar en los años veinte.

[2] «Polirayón»: El rayón es un material semisintético que se compone de un 60% de poliéster y un 40% de rayón. Este polímero se introdujo en Inglaterra, en 1905 y en América en 1910. «Poliéster»: Es una fibra sintética que se deriva del petróleo o el carbono, el cual se obtiene por policondensación, compuesta por una cadena larga de polímeros.

Recibido: 2 de mayo de 2026. **Aprobado:** 29 de agosto de 2026.

La denominación de «locos años veinte» corresponde al período de prosperidad económica que tuvo Estados Unidos desde 1922 hasta 1929 como parte del período expansivo de un ciclo económico.[3]

Esta prosperidad benefició a toda la sociedad e hizo que la economía siguiera creciendo a un ritmo que no se había registrado antes, creando así una burbuja especulativa.

Desde la perspectiva de Pablo Martín-Aceña,[4] Estados Unidos se había reunido "en medio de tanta prosperidad". Se refería por supuesto a la bonanza que desde 1924, pasados los difíciles años de la posguerra, registraba la economía mundial y en particular la americana, con elevados niveles de empleo, precios estables y beneficios empresariales en aumento. (Aceña 42).

Lo anterior indica que el auge en ese entonces era entrar a una fase de innovación, donde era nece-sario experimentar y justamente Estados Unidos tenía esa facilidad ya que estaba pasando por un proceso de economía formidable.

"La década de los veinte fue una etapa de intenso crecimiento de la productividad total de los factores: en la manufactura, la tasa de crecimiento se situó en torno al 5% y el sector agrario registró un rápido proceso de mecanización." (Aceña 41).

La primera Revolución Industrial y el colonialismo habían favorecido a este país. Al acabar la guerra, Reino Unido tenía deudas de guerra con Estados Unidos,[5] al igual que muchos países europeos, lo que lógicamente favoreció la economía de Estados Unidos al ser receptor de estas. Esto se debió a que toda Europa necesitaba productos que no podían fabricar ellas por el hundimiento económico. Estados Unidos se vio frente a un exceso de demanda que provocó que los ingresos estadounidenses crecieran vertiginosamente mientras Europa se reconstruía.



Clarín.com
https://www.clarin.com/cultura/vez-anos-20-paso-decada-dorada-siglo-xx-_0_ONqNOSpH.html

La expansión de Estados Unidos se basó en una profunda transformación productiva dominada por la innovación técnica. De esta forma se disminuyeron costos y se aumentó la producción, obteniendo más beneficios. Fue en esta época donde se popularizó el uso del teléfono, el automóvil y los electrodomésticos.

La economía estadounidense pasaba por una notable expansión económica que a su vez eso les daba la oportunidad de experimentar.

Esto último resultaba demasiado costoso, y fue entonces cuando se aplicó por primera vez la venta a plazos. Esto creó una oleada consumista, ya que la gente podía comprar los productos sin necesidad de tener efectivo en un primer momento. El aumento del consumo y la popularización de la venta a plazos hizo que se comprara tanto hasta el extremo de que los consumidores se endeudaban por encima de sus posibilidades.

Fue una época que se denominó los «locos años veinte»,[6] pues fue una sociedad que buscó olvidar las privaciones de los tiempos de guerra,[7] a través de la adquisición de los bienes de consumo como la música y el cine. También fue objeto de popularidad la difusión de la radio como medio de comunicación masivo, ya que era un dispositivo económico y al alcance de toda la población.

Desde la perspectiva de Albino Feijóo Gómez, la crisis económica de posguerra "...inició un período de reajustes económicos que provocaron una gran crisis económica, sobre todo en Europa, y particularmente en Alemania" (Feijóo Gómez 2). En la época Estados Unidos se hizo acreedor y beneficiario de un desplazamiento muy importante en las ventas económicas.

Las deudas de guerra provocaron el empobrecimiento de los deudores y la imposibilidad de hacer frente a las inversiones necesarias para la reconstrucción.

Todos los países implicados en la guerra contrajeron importantes deudas. Los vencedores debían grandes cantidades a países neutrales y EEUU; y los perdedores, debían a neutrales y a los aliados debido a indemnizaciones establecidas por los tratados de paz. Nueva York sustituyó a Londres como capital financiera mundial, y la Reserva Federal de EEUU acumuló buena parte del oro europeo entregado a cambio de material. En Europa, esta situación de deuda provoca un incremento de la circulación fiduciaria para hacer frente a los gastos (diez veces más billetes en circulación que en 1914), pero esto pronto provoca una enorme inflación y posteriormente, una devaluación monetaria, al emitir moneda por encima de la garantía del oro existente.[8]



[3] La gran confianza que tenía la población en el sistema económico hacía que no paren de invertir en acciones de la Bolsa de Nueva York, y ésta no parará de crecer. Debido al magnetismo que experimentaba la Bolsa de Nueva York para los inversores, que atrajo también a los extranjeros, la economía de EE. UU. consiguió un superávit en la balanza de pagos. Llegó a tener la mitad de las reservas mundiales de oro, y el dólar fue la única de las monedas fuertes que permaneció convertible.

[4] Pablo Martín Aceña es un reconocido historiador económico español, especializado en la historia económica moderna y contemporánea de España. Sus investigaciones se centran en temas como la historia monetaria y financiera de España, el papel del Banco de España, las crisis económicas y la política económica en el contexto europeo y español.

[5] La crisis estadounidense afectará al resto de la economía mundial por su profundidad, por la influencia de la economía norteamericana en el resto, y por las medidas anticrisis adoptadas. Aunque los primeros que notarán la crisis fuera de Estados Unidos serán los bancos europeos que habían participado en el negocio bursátil y los bancos alemanes y austriacos que dependían de los préstamos del Plan Dawes, muy pronto la crisis general afectará a todos los sectores económicos. En 1931 la crisis ya se había extendido definitivamente a Europa, desde el momento en que el Kredit Anstalt austriaco y quiebra y arrastra en su caída a multitud de empresas ya los bancos alemanes.

[6] El término "los locos años veinte" (en inglés, *The Roaring Twenties*) surgió en Estados Unidos para describir la vibrante y desenfrenada década de 1920. Aunque no hay una única persona que acuñara este término, su uso se popularizó en la prensa y la literatura estadounidense para capturar el espíritu de la época.

[7] A finales del siglo XIX, Estados Unidos pasó de anexionar territorios para colonizarlos a ocupar regiones para controlarlas política y económicamente. La Guerra Hispano-Norteamericana de 1898 marcó un importante punto de inflexión en el imperialismo norteamericano en las Américas.

[8] El dinero circulante de un país corresponde a sus reservas económicas.

Los años veinte y su trascendencia en la moda están marcados por el fin de una guerra, que trajo una alegría en la sociedad que se reflejaba en las fiestas nocturnas y en la liberación de la mujer. La moda pasa a formar parte del mercado de una forma relevante: la publicidad de ropa, maquillaje y complementos está por todas partes, y la gente quería comprar y mostrar con su imagen que se encontraban en ese momento vibrante, repleto de novedades y optimismo.

Los años veinte del siglo pasado trajeron una revolución en todas las artes y la cultura. Surgieron y evolucionaron nuevos estilos musicales que se desarrollaron como charlestón y jazz y la gente cuidaba tanto su estética como la de sus locales y hogares. Fue un punto de inflexión que marcó una ruptura con la estética tradicional y forjó los cimientos de la decoración actual.

Se puede decir que el arte del siglo XX “rompe los esquemas” de la estética constituida y pone en evidencia que la reflexión debe centrarse en comprender los nuevos conceptos sobre los que trabajan las nuevas corrientes: la desintegración de la forma, la abstracción, el expresionismo, el surrealismo, el dadaísmo, incluso el feísmo… alcanzan cotas de legitimidad pues son reconocidos finalmente, no sin resistencias, por la crítica y el mercado (Read 26). Desde mi punto de vista, los años veinte fueron un parteaguas que marcaron un antes y después para la estética de hoy en día.



¿Cómo es que esta evolución económica da pie a la estética de los años veinte?

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. Veamos cómo esta evolución influyó en la estética:

A) Prosperidad económica y «los felices años veinte»

Después de la Primera Guerra Mundial, la economía global, especialmente en países como Estados Unidos y Francia, experimentó un auge. Este crecimiento generó confianza en el consumo y una mentalidad optimista que se reflejó en el diseño, la moda y la arquitectura.

✦ Estética *Art Decó*: Inspirada por los avances tecnológicos y el deseo de progreso, este estilo se caracterizó por el uso de materiales costosos (marfil, oro, cromo), líneas geométricas y motivos futuristas.

✦ Lujos accesibles: La producción en masa permitió que productos sofisticados como automóviles, electrodomésticos y vestidos fueran accesibles para la nueva clase media.

✦ Publicidad y diseño: La economía de consumo incentivó un estilo publicitario elegante y visualmente atractivo. Las tipografías geométricas y los colores metálicos transmitían optimismo, modernidad y lujo.

B) Nuevas influencias sociales y culturales

El final de la guerra trajo consigo cambios en la mentalidad y las normas sociales, especialmente en cuanto al papel de la mujer y la celebración de la vida nocturna. La moda y el diseño reflejaban esa liberación.

✦ Moda femenina: Los vestidos sueltos y los cortes rectos de las flappers representaban una ruptura con los estilos rígidos de épocas anteriores.

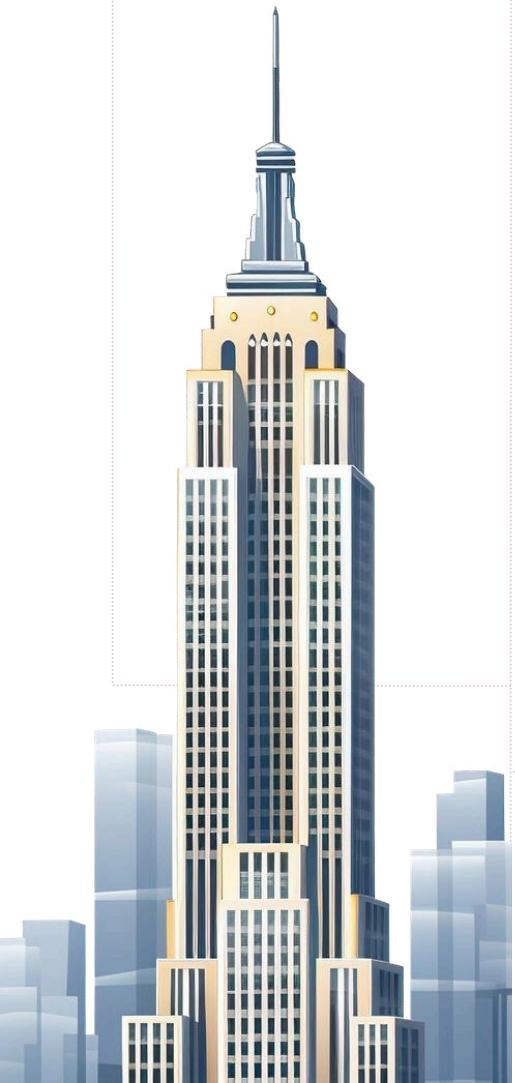
✦ Arquitectura y diseño interior: Los rascacielos y los cines *Art Decó* simbolizaban la ambición urbana y la modernización.

C) Efectos de la industrialización y el modernismo

El auge industrial y los avances tecnológicos dieron pie a la creación de objetos funcionales con una estética moderna. Esto también se reflejó en movimientos previos como el futurismo y la Bauhaus[9], los cuales influyeron en la arquitectura y el diseño del *Art Decó*.

✦ Aerodinamismo: El diseño de automóviles, trenes y electrodomésticos buscaba formas elegantes que simbolizaban velocidad y eficiencia.

✦ Construcción monumental: El uso de cemento, acero y vidrio en los edificios destaca la solidez y confianza económica, como se ve en obras icónicas como el Empire State Building.



[9] La Bauhaus fue una escuela de diseño, arte y arquitectura fundada en 1919 en Weimar, Alemania, por Walter Gropius. Su objetivo era fusionar arte, artesanía y tecnología, promoviendo una estética funcional y sencilla que influyó profundamente en el diseño moderno. La Bauhaus rompió con las divisiones tradicionales entre bellas artes y artes aplicadas, proponiendo que todos los productos, desde edificios hasta objetos cotidianos, debían ser útiles y estéticamente armoniosos. En términos de diseño, la Bauhaus se caracterizó por el uso de líneas limpias, formas geométricas y materiales industriales (como acero, vidrio y concreto). A lo largo de su existencia (1919-1933), evolucionó bajo diferentes directores y enfoques, especialmente en Dessau y Berlín, antes de cerrar debido a presiones del régimen nazi.

Contexto histórico y cultural: México en los años 1920

Después de la Revolución Mexicana (1910-1920), México vivió un período de reconstrucción y modernización. El gobierno, bajo el liderazgo de figuras como Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, promovió la idea de un país moderno, industrializado y en sintonía con las corrientes artísticas internacionales. En este contexto, el *Art Decó* emergió como una expresión del espíritu de modernización y progreso que buscaba definir una nueva identidad mexicana.

Los gobiernos de Álvaro Obregón (1920-1924) y Plutarco Elías Calles (1924-1928)

Tanto Obregón como su sucesor, Plutarco Elías Calles, fueron figuras clave en la estabilización del país tras el conflicto armado. Sus gobiernos impulsaron importantes cambios que sentaron las bases de la modernización y consolidación del Estado mexicano. Entre sus políticas más destacadas se encuentran:

✦ Reforma agraria: Reparto de tierras a campesinos, una de las demandas principales de la Revolución. Esto buscaba reducir la desigualdad y los conflictos sociales en el campo.

✦ Educación: Bajo el liderazgo del entonces Secretario de Educación, José Vasconcelos, se impulsó una campaña masiva de alfabetización y educación pública. Vasconcelos promovió una visión del "mestizaje cultural", donde lo europeo y lo indígena se fusionaron para formar una identidad mexicana única. Este enfoque educativo influyó enormemente en las artes y la cultura de la época.



Edificio de La Loteria 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.

MéxicoDesconocido.com

https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-siglo-del-mexico-contemporaneo-en-la-arquitectura.html

El *Art Decó* como símbolo de modernidad y progreso

El *Art Decó* fue un movimiento artístico que 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.



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.

MéxicoDesconocido.com

https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-siglo-del-mexico-contemporaneo-en-la-arquitectura.html

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 veinte, 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.



ElPaís.com
https://elpais.com/mexico/2022-01-09/exotico-misterioso-y-feliz-el-mexico-inventado-por-el-diseno-grafico.html

Características del diseño gráfico *Art Decó* en México:

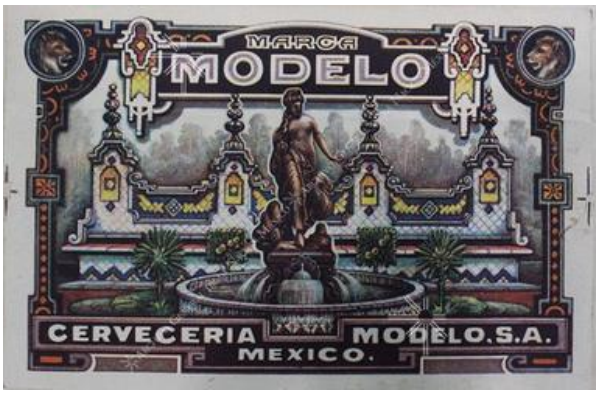
✦ Tipografía: Las tipografías eran rectilíneas y estilizadas, con trazos gruesos y finos que jugaban con la geometría y la simetría. Los textos en los anuncios solían estar organizados de manera limpia y ordenada, con una clara jerarquía visual.

✦ 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.





Gobierno de México
https://www.gob.mx/agn/es/articulos/el-paso-historico-de-la-industria-cervecera-en-mexico



AlfaroCuevas.net
https://alfarocuevas.net/mundoilustrado/

✦ Publicidad y carteles: El cartelismo de los años veinte 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.

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 hombres 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.

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 prehispánica. Diseñadores mexicanos interpretaron símbolos y motivos aztecas 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.



Peek.com
https://www.peek.com/mexico-city-mexico-city-mexico/r046dn/unveiling-mexico-citys-art-deco-secrets-a-walking-tour-adventure/



Gaceta.unam.mx
https://www.gaceta.unam.mx/el-consumo-y-la-publicidad-en-mexico-durante-el-siglo-xx/

El Art Decó como reflejo de la identidad mexicana moderna

En conclusión, el *Art Decó* en México no sólo representaba un estilo importado, sino una reinterpretación de la modernidad que buscaba proyectar una identidad mexicana sofisticada y cosmopolita. Su influencia en la arquitectura, diseño gráfico, publicidad y publicaciones ayudó a configurar una estética visual que sigue siendo emblemática de los años veinte en el país. El uso de formas geométricas, colores vibrantes y referencias a lo prehispánico permitió a los diseñadores y artistas de la época crear un lenguaje visual que conectaba lo moderno con lo tradicional, lo global con lo local.

Durante los años veinte, los carteles publicitarios en México marcaron una transición clave entre las técnicas tradicionales y las influencias modernas, en un contexto de posrevolución que buscaba forjar una identidad nacional más definida. Esta época fue crucial para el desarrollo de la gráfica publicitaria, ya que se combinaron estilos populares con nuevas técnicas visuales que reflejaban tanto los avances tecnológicos como las aspiraciones de modernidad del país.

Temas y características principales

Los carteles de esta década se centran en varios aspectos, como:

✦ Bebidas y tabaco: Marcas de cerveza, cigarros y productos de consumo populares fueron promocionados con diseños atractivos y coloridos.

✦ Cine y teatro: El auge del cine en México impulsó la creación de carteles que anunciaban películas tanto nacionales como extranjeras, combinando elementos gráficos innovadores con influencias locales.

✦ Eventos sociales y ferias: Carteles de festividades y exhibiciones buscaban atraer a un público cada vez más urbano.





Arquitectura en Red

https://www.arqred.mx/blog/2010/02/03/el-diseno-en-el-mexico-del-siglo-xx/

La técnica litográfica 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 llamativos que anunciaban productos modernos o enfatizaban la noción de progreso.

CONCLUSIONES

La estética *Art Decó* reflejaba las aspiraciones de progreso, lujo y confianza en los avances tecnológicos de la época. A través de materiales lujosos y motivos geométricos y futuristas, este movimiento logró integrar estilos de vida modernos con una apariencia audaz y vibrante, visible en la arquitectura de rascacielos, cines, y diseños interiores. Esta estética fue también la base de la publicidad y el diseño gráfico de la década, promoviendo una identidad de lujo y sofisticación.



LaVanguardia.com

https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20200810/27241/mujer-moda-vestidas-avanzar.html

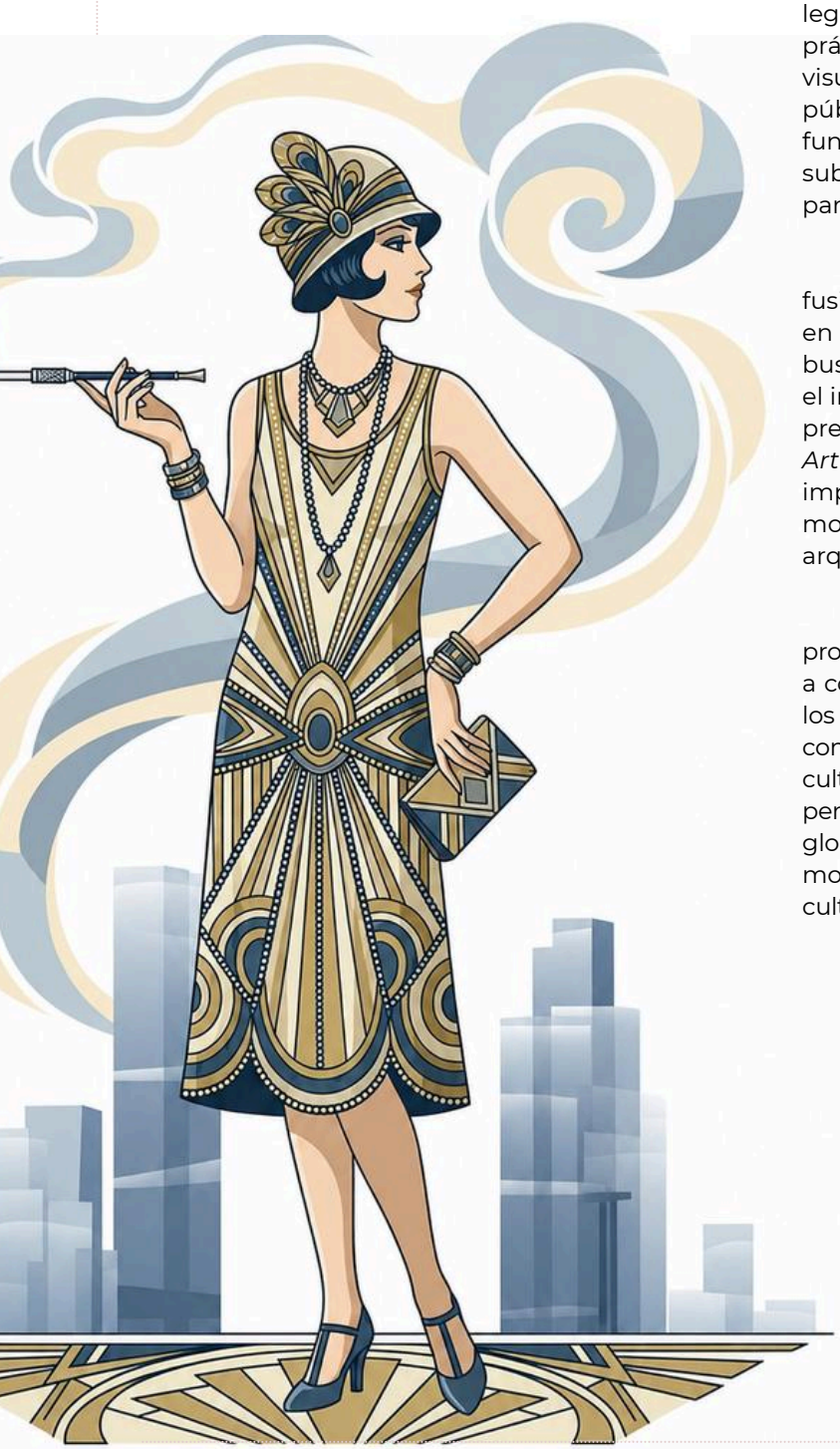
La moda de los años veinte fue un vehículo de liberación, especialmente para las mujeres, quienes empezaron a desafiar las normas tradicionales de vestimenta. Las *flappers*, con sus estilos atrevidos y cortes sueltos, se convirtieron en símbolos de una mentalidad independiente, optimista y moderna. La disponibilidad de materiales innovadores y el auge del consumo contribuyeron a una moda asequible y accesible, que reflejaba los valores de la sociedad y permitía experimentar con nuevos estilos.

La modernización industrial fue fundamental para transformar la naturaleza de la publicidad. La representación de productos tecnológicos y servicios innovadores en los anuncios reflejó un cambio en las dinámicas económicas y sociales, promoviendo un nuevo estilo de vida que valoraba el progreso y la modernidad.

Los anuncios de esta época jugaron un papel crucial en la formación de una identidad nacional post-revolucionaria. Al incorporar elementos culturales y símbolos nacionales, los publicistas no sólo promovieron productos, sino que también fomentaron un sentido de pertenencia y orgullo entre los consumidores, consolidando una narrativa colectiva sobre la cultura mexicana.

La cultura de la década de 1920 se vio reflejada en la publicidad a través de la representación de valores y aspiraciones sociales. Los anuncios no solo eran un medio para comercializar productos, sino que también actuaban como un espejo de las transformaciones culturales, evidenciando cómo la sociedad mexicana se adapta a los cambios de la modernidad.

La evolución de la publicidad de la época dejó un legado significativo que todavía influye en las prácticas contemporáneas. El uso de elementos visuales estratégicos y la conexión emocional con el público, iniciados en esta época, continúan siendo fundamentales en el diseño publicitario actual, subrayando la importancia de comprender su historia para apreciar su desarrollo.



En México, el *Art Decó* tomó un matiz propio al fusionarse con elementos autóctonos, especialmente en un contexto de post revolución donde el país buscaba definir una identidad moderna y unida. Con el impulso de reformas lideradas por figuras como los presidentes Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, el *Art Decó* en México no sólo representó un estilo importado, sino una reinterpretación que integraba lo moderno con la cultura local, visible en la arquitectura, diseño gráfico y publicidad de la época.

La publicidad influenciada por el *Art Decó*, no sólo promovía productos y estilos de vida, sino que ayudaba a construir una identidad cultural colectiva. En México, los carteles publicitarios de cine, eventos y productos comerciales combinaban el estilo *Art Decó* con motivos culturales y referencias a la tradición prehispánica. Esto permitió establecer una estética visual que fusiona lo global con lo local, resaltando un sentido de modernidad que no se desvincula de las raíces culturales.

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

Feijóo Gómez, Albino. “La economía de entreguerras: Los felices 20, el crack de 1929 y la Gran Depresión.” I.E.S. Virgen del Puerto. https://iesvdelpuerto.educarex.es/

Read, Herbert. *El arte del siglo XX*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

Semblanza

Carlos Noh-beec Flores Garcia

Formación académica: Maestría en Comunicación y Lenguajes Visuales por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura. Licenciado en Diseño Digital por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura.

Actividad laboral: Diseñador Digital especializado en Marketing y Comunicación.

Correo electrónico: nohbeec07@gmail.com

Entretejidos. Revista de Transdisciplina y Cultura Digital DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, año 13, volumen 1, No. 21, Octubre 2026 - Marzo 2027, es una publicación electrónica semestral editada por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura, S.C. con dirección en Av. Chapultepec No. 57, segundo piso, colonia Centro, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06040 en la Ciudad de México. Tel. 55 57 09 34 77, www.iconos.edu.mx, entretejidos@staff.iconos.edu.mx.

El objetivo de esta publicación es compartir los hallazgos y las perspectivas de toda la comunidad afín al espíritu y temática de este espacio digital, orientado a difundir aportaciones de investigación relacionadas con la transdisciplinariedad, las epistemología del pensamiento complejo y reflexiones en torno a la cultura, así como producciones del ámbito de las tecnologías digitales, desde diversos campos de indagación y a través de artículos originales, textos de divulgación, revisiones críticas, estudios de caso, trayectorias históricas, actualizaciones y reseñas.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Se permite la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes, siempre y cuando se otorgue el crédito respectivo a los autores y se licencien las nuevas creaciones bajo condiciones idénticas y sin fines comerciales.

Reconocimiento-NoComercial-Compartir Igual (CC BY-NC-SA)

Aparición: Octubre 2026-Marzo 2027: año 13, Vol. 1 Número: 21-2026 ISSN: 2395-8154

Comité Editorial
Dr. Julio César Schara (UAQ)
Dra. Teresa Carbó (CIESAS)
Dr. Diego Lizarazo (UAM-Xochimilco)
Dr. Ignacio Aceves (UAM- Azcapotzalco)
Dra. Graciela Sánchez (UACM)
Dra. Flor de Líz Pérez (UJAT)
Dra. Bárbara Gamiño Alvarado (UG)
Dr. Alfonso Pérez Sánchez (UG)
Mtra. Rebeca Leonor Aguilar (EDINBAL)

Comité Editorial Internacional
Dra. Maria Papenfuss (Universidad de Leipzig)

Equipo Editorial
Editor en jefe: Dr. J. Rafael Mauleón.
Editora de programación: Mtra. Roselena Vargas.
Diseño Web: Iconos Diseño.
Asistente editorial: Mtro. Christian Emmanuel Hernández Esquivel.
Redes sociales: Lic. Ignacio de Jesús Rivera Pacheco.
Corrección de estilo: Dra Adriana Barragán Nájera.
Traducción: Dra. Maria Papenfuss.
Traducción a lenguas mexicanas: Araceli Ramírez López, Dra. Verónica Trujillo Mendoza, Dr. Carlos Edwin Morón García, Universidad Intercultural del Estado de México.
Relaciones públicas: Mtro. Francisco Mitre.

No. 21, Año 13, Vol.1, Octubre 2026-Marzo 2027.