

Título El Rótulo Mexicano: Más que un anuncio, un símbolo de cultura

Title The Mexican Sign: More than an ad, a symbol of culture



Sara Michelle Espitia García ¹  

¹ Universidad La Salle bajo, Facultad de Diseño, León, México;

Autora de correspondencia: sara.m.espitia@hotmail.com

Recepción: 01-07-2024 / Aceptación: 03-10-2024 / Publicación: 28-10-2024

Resumen

Los rótulos, presentes en la vida cotidiana, son más que simples anuncios comerciales; representan una rica tradición que combina tipografía, color, ilustración y contexto social. Históricamente, el rotulismo ha sido testigo y protagonista de importantes cambios sociales y económicos. A pesar de su valor, esta práctica enfrenta amenazas, como las recientes políticas en la Ciudad de México que buscan homogenizar el paisaje urbano, eliminando rótulos bajo la excusa de modernización. Estas acciones son vistas como un robo cultural que despoja a las comunidades de su identidad visual quienes buscan, por el contrario, la preservación de esta tradición resaltando su papel en la historia del diseño gráfico mexicano y su relevancia en la construcción de una identidad colectiva.

Palabras clave: Rótulos, cultura, color, diseño gráfico, identidad, México, gentrificación.

Abstract

Signs, present in everyday life, are more than just commercial advertisements; they represent a rich tradition that combines typography, color, illustration and social context. Historically, sign making has been a witness and protagonist of important social and economic changes. Despite its value, this practice faces threats, such as recent policies in Mexico City that seek to homogenize the urban landscape, eliminating signs under the excuse of modernization. These actions are seen as cultural theft that strips communities of their visual identity. We seek to advocate for the preservation of this tradition, highlighting its role in the history of Mexican graphic design and its relevance in the construction of a collective identity.

Keywords: Rotulo, culture, color, graphic design, identity, México, gentrification.

1. Introducción

Hoy en día, contamos con una variedad de elementos gráficos que se reconocen como piezas fundamentales de la cultura e identidad de la sociedad mexicana. En México, nos distinguimos por el aprecio al color y a la diversidad, presentes en aspectos como la gastronomía, los bailes y la vestimenta, entre otros. Sin embargo, como diseñadores, surge la pregunta esencial: ¿de dónde proviene ese sentido de identidad que define la estética cultural mexicana?

Con el avance de la tecnología, una de las profesiones que hemos relegado al olvido es la de los maestros rotulistas. A través del rotulismo, podemos encontrar elementos que son testimonio de las ricas tradiciones mexicanas, siendo una parte integral tanto del diseño como de la historia de nuestro país. El rotulismo no solo ha sido un observador, sino también un protagonista de importantes transformaciones culturales y sociales. Desde los antiguos carteles pintados a mano hasta las modernas técnicas digitales, cada etapa revela el contexto histórico y las tendencias estéticas de su época. De esta manera, el rotulismo no solo embellece nuestro entorno, sino que también documenta la evolución de la comunicación visual y el diseño gráfico, consolidándose como un pilar en la narrativa histórica de nuestras comunidades y profesión.

Durante los primeros meses de 2022, en la Ciudad de México, en la delegación Cuauhtémoc, se empezaron a registrar numerosos crímenes de odio hacia la comunidad rotulista, invasiones a comerciantes y un despojo cultural tan

significativo que las calles quedaron reducidas a simples paredes blancas con propaganda política. Lo que la alcaldesa denominaba como “avance” y “limpieza de las calles” era, en realidad, un robo cultural que atentaba contra el legado de nuestros antepasados. La eliminación de rótulos e ilustraciones en la delegación, bajo el pretexto de hacer las avenidas más atractivas para los turistas, es un claro ejemplo de cómo nuestra historia está siendo amenazada para complacer a los visitantes.

Por ello, a lo largo de esta investigación, mi objetivo principal es compartir e instruir a la sociedad, y especialmente a los diseñadores gráficos mexicanos, acerca de nuestro pasado, con el propósito de comprender de dónde proviene uno de los elementos más emblemáticos de nuestra herencia y reconocer la riqueza que existe detrás de cada mural, puesto, cartel, pared y rótulo que nos rodea.

2. Desarrollo

El rótulo

En México, llamamos “rótulo” a los letreros comerciales que se encuentran en el exterior de tiendas, puestos o lugares de venta ambulante. Estos letreros suelen estar ubicados en establecimientos que dan directamente a las calles y generalmente exhiben el nombre del negocio o empresa, así como su logotipo o algún símbolo identificador.

Para la sociedad mexicana, el rotulismo es un proceso mayormente manual, que ha empleado una técnica singular desde sus inicios. Uno de sus principales obje-

tivos es ser lo suficientemente llamativo para captar la atención y atraer gente al establecimiento. Estos rótulos combinan tipografías con ilustraciones distintivas, utilizan colores contrastantes, una variedad de texturas y, a menudo, incluyen un guiño al característico humor mexicano. Tomando como referencia la publicación del 2015 “El rótulo popular, común denominador del paisaje urbano en México” de los profesores e investigadores Martín Checa-Artasu Y María del Pilar Castro Rodríguez, los rotulistas tenían como base 4 elementos indispensables, la tipografía, los colores, la ilustración y el soporte. La tipografía y el texto como tal son lo que le dan fuerza al mensaje, ya que, si este llega a ser ilegible o no causa interés en la gente, lo va a pasar por alto. Acompañado de este va la ilustración que corrobora el mensaje del texto y puede ser de forma caricaturesca o un poco más realista. Las ilustraciones que acompañan el mensaje dependen de la audiencia a la que va a estar dirigida para saber qué estilo es el más adecuado, los colores deben de ser lo suficientemente contrastantes para que no se opaquen entre sí y tengan atracción en conjunto y, por último, tenemos la superficie que definirá la resistencia que va a tener el rótulo y su duración.

Una de las características que tienen en común estos grupos es el uso de la lectura semiótica dentro del mensaje. Este enfoque implica un análisis profundo del contexto social en el que se encuentra el público objetivo. Por ejemplo, la elección de personajes varía según los diferentes grupos de edades a los que va dirigido el mensaje. Asimismo, el tipo de humor utilizado se adapta a las sensibilidades y

preferencias de cada segmento demográfico. Este nivel de detalle asegura que la comunicación sea efectiva y que el mensaje resuene de manera apropiada con la audiencia específica.

Para garantizar que se interprete el mensaje de manera precisa, se evita que existan elementos ambiguos en la presentación. A pesar del uso intensivo de la creatividad y de las conexiones abstractas entre el dibujo y el texto, la claridad sigue siendo primordial. El objetivo es que el público no encuentre fallas al analizar el contenido, manteniendo la interpretación lo más directa y comprensible posible. De este modo, se logra una comunicación visual efectiva, que combina elementos artísticos y semióticos de manera coherente y accesible, vemos como no solo son colores, palabras y dibujos escogidos al azar, en realidad tienen una intención y objetivo bien definidos.

¿De dónde nace el rótulo mexicano?

La publicidad cuenta con puntos clave que ayudan a crear esta unión en conjunto entre la ciudad y la sociedad que tiene el interés de consumir algún producto. Este vínculo se manifiesta a través de diversos medios y estrategias que buscan captar la atención y el deseo de los consumidores. Tomando en cuenta este principio, nos podemos ir a los primeros rastros de este tipo de publicidad en el siglo XVIII, una época marcada por el auge de la Ilustración y la Revolución Francesa. Durante este período, comenzaron a desarrollarse nuevas formas de comunicación que buscaban influir en la opinión pública y promover productos y servicios de manera más efectiva. Estas

innovaciones no sólo transformaron el panorama económico y social de la época, sino que también sentaron las bases para las prácticas publicitarias modernas. De hecho, las repercusiones de estas primeras iniciativas se pueden apreciar hasta el día de hoy en nuestra sociedad, especialmente en la forma en que funciona la comunicación visual.

A mediados del siglo XIX se podía ver este formato de letra pintada en la pared o en ventanales haciendo alusión a lo que vendían, pero debido a la situación social, política y económica que existía en el país durante esos años no se lograba tener algo más novedoso que esta forma de comunicar y de crear un mensaje para los demás, estos métodos utilizaban espectaculares, lonas, monopostes, entre otros. (Checa y Castro, 2011)

Al terminar el Porfiriato nace la necesidad de comunicar lo que los diferentes comercios vendían y de poder hacer uso de la publicidad, además de la propaganda política, pero México se encontraba en una situación en la que la gran mayoría de sus habitantes eran analfabetas, entonces al momento de ir creando nueva publicad tenía que ser con tipografía, pero también con el uso de las ilustraciones, es aquí donde nace la necesidad de empezar a crear estos icónicos rótulos mexicanos. (Salinas, 2019)

Se podría decir que en ese momento el rotulismo era una variante de lo que se conocía como el cartelismo. El cartelismo fue una forma de “rebeldía” que utilizaron desde el siglo XIX para poder dar una crítica a las sociedades y, sobre todo a la política, de ahí se fueron crean-

do más variantes de las representaciones gráficas que se querían dar a conocer a la sociedad mexicana, del cartelismo se tomaron estos aspectos del uso de colores contrastantes y llamativos en el rotulismo, las ilustraciones son otro elemento clave que tomaron en cuenta ya que la gente estaba acostumbrada a ver estas imágenes en la calle y que estas fueran las que les comunicaran algo.

México, durante los siguientes años, experimentaba un momento de gran popularidad. Al término de la Segunda Guerra Mundial, la migración de personas de países europeos a Latinoamérica fue significativa. Este fenómeno dejó un amplio derroche económico que ayudó al país a levantarse y avanzar. La afluencia de inmigrantes europeos trajo consigo no solo mano de obra calificada y conocimientos técnicos, sino también una revitalización cultural y económica. Este periodo de bonanza económica permitió a México fortalecer su infraestructura, impulsar la industrialización y mejorar las condiciones de vida de su población. La inversión extranjera y la llegada de nuevas ideas y tecnologías fueron factores clave que contribuyeron a que el país se recuperara y progresara, marcando una era de crecimiento y desarrollo en la historia mexicana.

Durante estos años el oficio de rotulista era algo respetado y que ya llevaba un poco de renombre dependiendo de la familia a la que pertenecieran, esto porque entre familias se creaban esos sellos distintivos que los identificaba como creadores de ese rótulo, a esta expresión gráfica se le vio como que no tenía límites en la creatividad, se encontraban con una

fuente inagotable de soluciones tipográficas e ilustrativas a comparación de lo que empezaba a ser el diseño gráfico en México, ya que ambos tenían como propósito el de comunicar y vender. (Checa y Castro, 2015)

Nuestra identidad como diseñadores

Muchos se preguntarán por qué algo tan “común” que vemos día a día, como lo es el rótulo, puede llegar a ser parte de la identidad de una profesión. Esta práctica, que involucra la creación y diseño de letreros que va más allá de su función práctica de transmitir información. En realidad, el rotulismo tiene un impacto significativo en la forma en que percibimos los espacios y las marcas, influyendo en nuestras experiencias cotidianas. De la misma forma, se cuestiona el por qué debemos considerarlo como parte de nuestra historia. Sin embargo, al profundizar en su evolución, descubrimos que ha sido testigo y protagonista de importantes cambios culturales y sociales. Desde los antiguos carteles pintados a mano hasta las modernas técnicas digitales, cada etapa refleja el contexto histórico y las tendencias estéticas de su tiempo. Así, el rotulismo no solo embellece nuestro entorno, sino que también documenta la evolución de la comunicación visual y el diseño gráfico, consolidándose como un elemento clave en la narrativa histórica de nuestras comunidades y profesión.

A principios del año 2022 en la Ciudad de México en la delegación Cuauhtémoc ocurrió una supuesta iniciativa de la alcaldesa Sandra Cuevas, cuyo objetivo era limpiar el “ruido urbano” para presentar las calles y los puestos de una forma uni-

forme, con colores homogéneos mostrando el logo de su administración, esto provocó numerosas reacciones de diferentes colectivos y artistas dentro de la Ciudad de México. La medida buscaba estandarizar la apariencia visual de los puestos, desatando un debate sobre la identidad cultural y la personalidad estética que es tan emblemática de la ciudad, la respuesta que se obtuvo por los propietarios de los negocios y de la gente que vive por esas zonas fue de total desacuerdo ya que se sentía como una pérdida de la personalidad, este fue uno de los eventos que detonó la importancia cultural que tienen los rótulos en nuestro día a día.

Una de las respuestas más destacadas de esta iniciativa provino de Grey México en colaboración con Timeout, Grey México es parte de Grey Group una agencia global de publicidad y marketing con sede en la ciudad de Nueva York, y 432 oficinas en 96 países, operando en 154 ciudades, Está organizado en cuatro unidades geográficas: América del Norte; Europa, Oriente Medio y África, Asia-Pacífico y América Latina. Timeout es un negocio líder mundial de medios y hospitalidad que inspira y permite a las personas descubrir y experimentar lo mejor de la ciudad, los múltiples canales digitales y físicos de Time Out Media abarcan sitios web, móviles, redes sociales, vídeos y eventos en vivo. A través de estos canales, Time Out distribuye su contenido de alta calidad, escrito y curado por un equipo global de periodistas locales expertos, en torno a la mejor comida, bebidas, cultura, arte, música, teatro, viajes y entretenimiento en 333 ciudades y 59 países. S. A. (2024)

En un acto de resistencia creativa, estas organizaciones propusieron colocar carteles e imanes removibles en los puestos de comida que habían sido blanqueados y “limpiados”. Esta solución ingeniosa surgió del hecho de que las nuevas regulaciones no prohibían la adhesión de elementos removibles a los puestos. Así, lograron devolver algo del color emblemático y la esencia individual de cada puesto, preservando su identidad, ayudando a la misma promoción que los rótulos le daban a cada puesto y a recuperar los ingresos perdidos por la falta de publicidad con la que se encontraban en ese momento (a!Diseño, 2022).

a!Diseño relata que esta iniciativa fue desarrollada en conjunto con varios maestros rotulistas, quienes desempeñaron un papel crucial en la creación de los carteles y gráficos. Estos rotulistas también se vieron afectados por las decisiones de la alcaldía, ya que su trabajo depende en gran medida de la diversidad visual que caracteriza a los puestos y locales de la ciudad. De esta manera, la colaboración no solo buscó restaurar el color y la vitalidad de los puestos, sino también ofrecer un apoyo económico a los artistas rotulistas que estaban pasando por una situación difícil.

Los “rótulos que pegan”, como se les denominó, fueron recibidos con entusiasmo por el público y rápidamente se convirtieron en una tendencia solicitada por otros puesteros que observaron el movimiento. Esta iniciativa no solo devolvió parte de la cultura, color y magia visual a la delegación Cuauhtémoc, sino que también fomentó un sentido de comunidad y resistencia creativa entre los habi-

tantes, demostró que como creativos no nos vamos a quedar de brazos cruzados y dejar que se lleven nuestra identidad.

La respuesta de Grey México y Timeout, en colaboración con los maestros rotulistas, demostró cómo la creatividad y la solidaridad pueden contrarrestar medidas que homogeneizan el paisaje urbano. Al devolver color y personalidad a los puestos de comida, esta iniciativa subrayó la importancia de mantener y celebrar la riqueza cultural que define a la Ciudad de México.

Otra de las marcas que se sumaron para poder dar visibilidad a los rótulos fue inDrive, esta es una compañía internacional que proporciona el servicio de vehículos de transporte con conductor bajo el modelo de “ofertas en tiempo real”, quien lanzó una iniciativa llamada “Manos a la Obra” en 2023, cuyo objetivo principal es que los habitantes de la Ciudad de México puedan reconocer y apreciar el valor de los rótulos en la identidad de la ciudad y de los mexicanos. Esta iniciativa busca resaltar la importancia de los rótulos como parte del patrimonio cultural de la nación, dio inicio en el mes de noviembre del 2023.

El proyecto “Manos a la Obra” se llevó a cabo en colaboración con distintos maestros rotulistas, talleres mecánicos de la ciudad y conductores de la aplicación de inDrive. De esta manera, se creó una sinergia entre diferentes sectores para poner en primer plano el arte del rotulismo. La iniciativa no solo pretende exhibir los diseños de los rotulistas en movimiento a través de los vehículos de inDrive, sino también visibilizar su destreza artísti-

ca en la fachada de talleres mecánicos y otros lugares emblemáticos de la Ciudad de México. (Fiscal, 2023)

A través de “Manos a la Obra”, inDrive se comprometió a proporcionar una plataforma donde los rotulistas pudieran mostrar su talento y creatividad. Este proyecto incluyó la realización de murales y decoraciones en talleres mecánicos, destacando la importancia del trabajo artesanal y el impacto visual de los rótulos. Además, los conductores de inDrive participaron activamente en la difusión del arte rotulista, llevando los diseños por diferentes rutas de la ciudad y permitiendo que más personas pudieran admirar y valorar este aspecto cultural.

Con “Manos a la Obra”, inDrive demostró su compromiso con la cultura y la comunidad local, ofreciendo una plataforma para que los artistas rotulistas pudieran alcanzar un mayor reconocimiento y para que la población en general pudiera redescubrir y valorar este importante elemento de su patrimonio cultural, porque desgraciadamente no nos damos cuenta de lo importante que es esta identidad visual hasta que ya no lo vemos ahí. (Fiscal, 2023)

3. Conclusiones

La identidad del espacio que nos rodea es determinada por aquellos quienes la habitamos, tomando en cuenta todo nuestro pasado social, político, económico y cultural. Cada rincón, cada edificio y cada calle reflejan nuestra historia compartida y nuestras experiencias colectivas. De esta forma, podemos ver cómo nuestro entorno es un reflejo de nuestra vida y

de un característico tipo de arte, en este caso el paisaje urbano que son los rótulos y están en los puestos, los negocios, los murales, etc. Estos elementos visuales no son meras decoraciones; son narrativas vivas de nuestras comunidades, expresiones de creatividad que transmiten valores, aspiraciones y memorias.

No existe una sola ciudad en México que no tenga algún rótulo en la pared y este es un indicador de cómo la tradición ha estado presente en nuestro país. Desde los coloridos letreros pintados a mano que anuncian torterías y barberías, hasta los murales que adornan las calles con escenas de lucha y celebración, cada trazo y cada color cuentan una historia de resistencia y alegría. El rótulo mexicano es una forma de arte popular que comunica identidad y pertenencia, creando un lenguaje visual único que es reconocido y apreciado tanto a nivel nacional como internacional.

El querer ver un México “limpio” es una muestra de cómo se está gentrificando nuestra tradición, de cómo por querer dar un aspecto igual al de otros países estamos perdiendo una parte de la identidad que tenemos tan arraigada. Esta tendencia hacia la homogeneización urbana no solo borra nuestras diferencias visuales, sino que también amenaza con eliminar las voces y las historias que definen nuestras comunidades. El color es este elemento que nos separa de tener un país blanqueado, un lugar en donde todo es igual y monocromático. La homogeneización de las ciudades recae en tratar de quitar toda diversidad de la gente que las habita, uniformando nuestros espacios y diluyendo nuestras culturas.

Los diseñadores gráficos hemos tenido que migrar a lo digital, olvidando esta tradición análoga que viene desde generaciones atrás. Es nuestro deber informarnos de cómo se hacían las cosas antes de que todo fuera automatizado, no solo para diversificar nuestras herramientas de trabajo, sino, también para encontrar soluciones fuera de lo que se ha comercializado tanto y estar orgullosos de nuestras raíces. Al reconocer y valorar estas técnicas tradicionales, podemos integrar lo mejor de ambos mundos: la precisión y eficiencia de lo digital con la autenticidad y el carácter de lo análogo.

Gracias a todos los rotulistas que empezaron a poner un toque de color en nuestro país, a los comerciantes que buscaron soluciones innovadoras, y a todos nuestros antepasados, hoy podemos decir que el diseño gráfico mexicano es uno de los creadores de tendencias y nuevas estrategias para que el público nos vea. El legado de estos artistas y trabajadores es un testimonio de la rica herencia cultural de México y un recordatorio de la importancia de preservar y celebrar nuestras tradiciones mientras avanzamos hacia el futuro.

En conclusión, la identidad de nuestros espacios no es estática; es un reflejo dinámico y vibrante de nuestras vidas colectivas. Al reconocer el valor de nuestros rótulos y murales, defendemos no solo nuestra historia, sino también nuestro derecho a un futuro que respete y celebre nuestra diversidad cultural. Mantengamos viva esta tradición, no solo como un homenaje al pasado, sino como un compromiso con un México que sigue siendo colorido, diverso y auténticamente nuestro.

5. Información de la autora

Sara Michelle Espitia García ¹

 0009-0006-2793-1640

6. Referencias

- a!Diseño (11 de julio 2022) Iniciativa por Grey México y Time Out México <https://a.com.mx/rotulos-que-pegan/>
- Checa, M. y Castro, P. (Abril 2011) El olvido de lo obvio: la rotulación popular, un elemento de publicidad en el paisaje urbano. *Diseño y sociedad*, vol 28-29 24-33, <https://disenoy sociedad.ojs.xoc.uam.mx/index.php/disenoy sociedad/article/view/314/313>
- Checa, M. y Castro, P. (2015) El rótulo popular, común denominador del paisaje urbano en México 127-144, *Estudios Históricos sobre cultura visual*. Historia social y cultura. <https://martinchecaartasu.com/wp-content/uploads/2017/08/capitulo-El-rotulo-popular-comun-denominador-del-paisaje-urbano-en-Mexico.pdf>
- Fiscal, L. (2023). inDrive revaloriza la conexión de la CDMX con los rótulos, patrimonio de la cultura pop local <https://in-drive.another.co/indrive-revaloriza-la-conexion-de-la-cdmx-con-los-rotulos-patrimonio-de-la-cultura-pop-local>
- Salinas, O. (2019). El diseño gráfico en México. Un análisis histórico. *InfoDesign - Revista Brasileira De Design Da Informação*, 16(2), 184-197. <https://doi.org/10.51358/id.v16i2.725>
- S. A. (2024) TimeOut *About Time Out Group* <https://www.timeout.com/about/time-out-group>