

Evolución del Diseño Gráfico a través de Movimientos

Sociales:

Análisis de la Comunicación Visual dentro del Black Panther Party y del movimiento Black Lives Matter

Evolution of Graphic Design through Social Movements:

A Visual Communication Analysis within the Black Panther Party and the Black Lives Matter movement

Pilar Eunice Medina Rosales

Universidad Autónoma de Aguascalientes, México

Lic. En Diseño Gráfico

3° semestre

pilar.eunice.mr@gmail.com

RESUMEN: La comunicación visual siempre ha existido gracias a la necesidad del ser humano por aprender de sus errores y las máximas expresiones de esta necesidad han sido los movimientos sociales. Realizar un análisis que busca la aplicación de los principios de la Gestalt y de la retórica visual dentro de propaganda revolucionaria sirve para percatarnos de que la gráfica popular es tan válida como cualquier otra campaña de ese tipo. De hecho, nos recuerda que para ser capaces de configurar mensajes visuales sólo necesitamos saber interpretar nuestra realidad por fragmentos y priorizar la función antes que la forma; porque el arte que es creado no para uno mismo, sino para la comunidad, es Diseño.

PALABRAS CLAVE: movimiento social; comunicación visual; gráfica popular; estética-política; principios Gestalt; Panteras Negras; Black Lives Matter.

ABSTRACT: The existence of visual communication has always been possible due to the humankind's need to move forward, and the phenomenon that represents this need the best are social movements. In order to realize how revolutionary design is – compared to any other campaign – a graphic analysis that searches for the application of Gestalt theory and visual rhetoric is enough to realize that popular designs are as valid as any other



graphic campaign. This reminds us that the two elements you need to start communicating via visual canvas are to see reality not as a whole but by fragments, and to be aware that form follows function; thus, all art that is created for the people, and not in the sake art itself, is Design.

KEYWORDS: social movement; visual communication; politic aesthetics; urban graphics; Black Panthers; Black Lives Matter.

Introducción

Pensar que la función del Diseño Gráfico se limita a servir a grandes empresas, a la élite y al sistema capitalista es superficial. Desde las pinturas rupestres, la comunicación visual ha sido producto de la necesidad del ser humano por transmitir sus experiencias y ha evolucionado en torno a las mismas. Dicho esto, considerar que los movimientos sociales son parte fundamental para la evolución de la comunicación visual, que sin la gráfica popular no existiría el nivel de abstracción que genera campañas visuales exitosas; es lo mismo que afirmar que el diseño, cuando cumple su función de servir al colectivo, logra causar impacto y ser tan claro como un mensaje hablado o escrito.

A través de un análisis visual, denotaré la evolución y la eficacia del Diseño Gráfico a partir de una línea temporal que conecta —por medio de sus diferencias radicales— el movimiento de autodefensa del *Black Panther Party* con la organización y movimiento vigente *Black Lives Matter*, buscando la aplicación, consciente o no, de la retórica visual y de los principios de la Gestalt: pregnancia, antítesis y figura fondo —que parten de los estudios de las reacciones humanas ante las formas hecho por los psicólogos alemanes Wertheimer, Brown, Kohler, entre otros, a principios del siglo XX¹—. También tomaré a consideración la adaptación del diseño a través de sus diferentes ramas como proceso evolutivo del área.

¹ Según Köhler, Koffka y Sander, *Psicología de la forma*, Buenos Aires: Paídos 1969; la teoría de la forma, o teoría Gestalt, tenía sustento en la experiencia inmediata del espectador a cualquier estímulo externo visual o auditivo como una totalidad. Donde la percepción, según Wertheimer, era un fenómeno sencillo que, al ser fragmentado, era estropeado. Los psicólogos alemanes denotaron la existencia de tendencias al percibir y construir mensajes visuales; donde fundamentalmente la simetría, la repetición, el contraste y la proximidad provocaban una mayor atención y recordación del espectador hacia la forma.



The Black Panther como símbolo de la gráfica de las Panteras Negras

El movimiento *Black Panther Party* (a partir de ahora, BPP) tuvo su origen a mediados de la década de 1960 en Oakland, Estados Unidos. Liderado por Huey Newton y Bobby Seale, surgió por la brutalidad policiaca hacia personas afroamericanas y por la frustración del pacifismo del movimiento por los derechos civiles.

Después del asesinato de Malcom X —predicador del replanteamiento de la identidad negra y principal motivador para la creación del partido— la juventud tomó ventaja sobre el derecho de los ciudadanos de Oakland a portar armas. La naturaleza del partido fue agresiva, su iconografía, también.²

Fue en 1967 cuando Emory Douglas empezó a trabajar para el partido. Contaba con conocimientos generales respecto a la comunicación visual, además, tenía un alto grado de dominio al representar problemas sociales y demandas a través de ilustraciones.³ Dadas sus cualidades, Douglas se convirtió en la cabeza editorial del partido, produciendo de manera semanal el periódico *The Black Panther Community News Service*. La producción editorial tuvo una duración de trece años, en los cuales fue distribuido a lo largo de Estados Unidos y también de manera internacional.⁴

Douglas y Newton, siendo los principales configuradores del periódico, plasmaron gráficamente los ideales del partido. En sus inicios, las ilustraciones de Emory fueron las protagonistas de las portadas y contraportadas de las publicaciones, hecho que causó la popularidad y el alcance internacional del servicio de noticias.

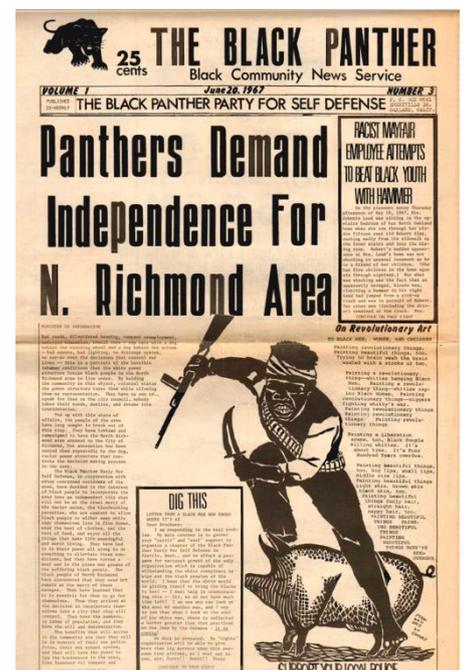


Figura 1. Publicación *The Black Panther*, Volumen 1, Número 3, en junio de 1967.

Fuente: The Freedom Archives, freedomarchives.org. Fecha de consulta: 14 de junio de 2020.

² Erika Doss, “Revolutionary art is a tool for liberation”: Emory Douglas and protest aesthetics at the black panther, *New Political Science*, 21, 2 (1999): 258

³ Colette Gaiter. “Visualizing a Revolution: Emory Douglas and The Black Panther newspaper”. *The Professional Association for Design*. 10 de junio de 2020. <https://www.aiga.org/visualizing-a-revolution-emory-douglas-and-the-black-panther-new>.

⁴ Erika Doss, “Revolutionary art is a tool for liberation”: Emory Douglas and protest aesthetics at the black panther, *New Political Science*, 21, 2 (1999): 253



Los ideales y conceptos principales manejados por el BPP fueron el replanteamiento de la identidad negra, la autodefensa y las críticas al sistema político estadounidense⁵, los cuales pudieron ser eficazmente comunicados a través de las ilustraciones plasmadas. En las mismas, es posible identificar el uso tanto de la retórica visual como de la teoría Gestalt.⁶

El principio de pregnancia —perteneciente a la teoría ya mencionada— se puede definir como la síntesis de una forma, a partir de elementos fácilmente reconocibles, para su identificación inmediata.⁷ Al observar la *Figura 1*, se ve de

manera rápida al hombre negro sosteniendo dos armas con un cerdo entre sus piernas; esto, sin necesidad de llegar a un nivel de representación fotográfico. De la misma manera, con apoyo

de la frase “Support your local police” y del uso de la retórica, con la figura visual de analogía —también presente en la *Figura 2*— se puede entender que el cerdo está reemplazando a la figura policiaca. Al juntar el principio y la figura visual, se obtiene una ilustración dinámica, rápida, violenta y sarcástica, cumpliendo los estándares del movimiento al que pertenecía.

Emory era completamente consciente de que su labor era servir al partido y que el éxito de sus dibujos no pudo haber existido sin la presencia de las Panteras Negras.⁸ Mientras más ilustradores, artistas y potenciales diseñadores se unían al partido, la campaña visual se hacía más fuerte. Según el artista revolucionario Brewer, en 1970, esto se debía a que todos aquellos que lograban plasmar los ideales, tenían la noción de ser parte del colectivo y estaban comprometidos con la revolución, no con el sistema:

⁵ Omar Grandioso, “Panteras Negras: Gráfica y Revolución” *Revista iF*, núm. 11 (2016): 28

⁶ Toda la iconografía del partido BPP resguarda en sí una síntesis visual muy trabajada y pulida. Desde su logo —una silueta de una pantera en donde encontramos la forma gestáltica de figura-fondo— hasta las ilustraciones encontradas en *The Black Panther*. La pregnancia, descrita en este texto, es el principio de Gestalt más explotada en la gráfica del BPP; según Martín (2011), en donde encontramos pregnancia, también los principios de movimiento y equilibrio son observables, ambas engloban la búsqueda de una composición gráfica armoniosa y una configuración conveniente como resultado de una organización psicológica.

⁷ Evelyn Núñez Alayo, “Memoria colectiva y estructuras simbólicas en el Diseño Gráfico” (tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica de Perú, 2014), 119.

⁸ Colette Gaiter. “Visualizing a Revolution: Emory Douglas and The Black Panther newspaper”. *The Professional Association for Design*. (2005). Consultado el 10 de junio de 2020.

<https://www.aiga.org/visualizing-a-revolution-emory-douglas-and-the-black-panther-new>.

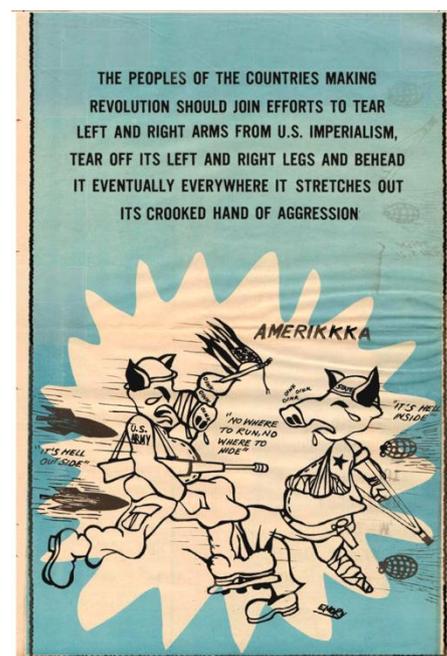


Figura 2. Contraportada de la publicación *The Black Panther*, Volumen 4, Número 24, en mayo de 1970. Fuente: The Freedom Archives, freedomarchives.org. Fecha de consulta: 14 de junio de 2020.



“The primary thing about a revolutionary artist is that he is a revolutionary first. The question confronting Black people today is not whether or not he or she is ‘Black’ but whether or not he or she is a revolutionary. With politics guiding the brush, and the gun protecting them both, the potential Black revolutionary artist could rid themselves of their tendencies of cultural nationalism. Because their talents are geared in behalf of preparing for revolution, they aren’t involved in dealing lifestyle but rather in offering solutions”.⁹

A mediados de la década de 1970, el BPP había evolucionado, su discurso armamentista había disminuido y fue redirigido hacia la entrega del poder a todo el pueblo “All Power to the People”,¹⁰ una frase que se puede identificar y relacionar con el movimiento *Black Lives Matter*.

Siguiendo la lógica del discurso estético-político de los diseñadores y artistas del partido de autodefensa, cuando el colectivo evolucionaba, su gráfica también lo hacía. Esta evolución es completamente visible en el cambio estructural de las portadas de periódico y en las representaciones visuales sobre la comunidad negra.

La publicación de 1976 fue la última dentro de la década en seguir fervientemente al partido. Dado que Huey P. Newton patentó el periódico a su nombre; las Panteras decidieron que, al cometer el acto, el periódico dejaba de servir a la comunidad y se deslindaron del mismo temporalmente.¹¹ A pesar de esto, en la *Figura 3* se aprecia que la ilustración de Douglas dejó el protagonismo de la portada; en cambio, el nivel de representación fue fotográfico y no hubo ninguna analogía. La estructura abandonó su naturaleza dinámica y agresiva y se optó por un equilibrio visual más estable y rígido. Aunque el mensaje que obtenemos a partir de esto es directo,



Figura 3. Portada para la publicación *The Black Panther* en noviembre de 1976, Volumen 16, Número 1. Fuente: The Freedom Archives, freedomarchives.org. Fecha de consulta: 14 de junio de 2020.

⁹ Traducción: El principal aspecto de un artista revolucionario es que es, antes que nada, un revolucionario. La pregunta que enfrenta una persona negra no es si es o no es negro, sino que si es o no es revolucionario. Con la política guiando la brocha, y las armas protegiéndolas a ambas, el potencial artista negro revolucionario podría librarse de sus tendencias de nacionalismo cultural. Debido a que sus talentos están guiados hacia preparar la revolución, no se ven envueltos en proponer un estilo de vida, sino en ofrecer soluciones.

Erika Doss, “Imaging the Panthers: Representing Black Power and Masculinity, 1960s-1990s”, *Prospects*, 23 (1998): 497

¹⁰ Erika Doss, “Revolutionary art is a tool for liberation”: Emory Douglas and protest aesthetics at the black panther, *New Political Science*, 21, 2 (1999): 258

¹¹ Black Panther Party, “Concerning The Black Panther Newspaper”, *The Freedom Archives*, 16 de junio de 2020,

https://freedomarchives.org/Documents/Finder/DOC513_scans/BPP_General/513.BPP.Gen.ConcerningTheBlackPantherNewspaper.pdf



empático y cercano a la realidad, la jerarquía tipográfica y el uso de fuentes pesadas visualmente provoca que el impacto a primera vista sea el mismo y, además, balanceado.

No sólo la estructura del periódico se transformó, pues las ilustraciones que aparecían también sufrieron un cambio muy notorio, como afirmó Douglas (2018): “My art was a reflection of the politics of the party, so when the party changed to community action so did my art, from pigs to kids”.¹²

No cabe duda de que Emory estaba comprometido con las Panteras. Su estilo nunca fue para sí mismo, sino para el movimiento, la transformación del partido no significó un obstáculo para seguir comunicando su naturaleza, al contrario, se adaptó.

El uso de herramientas, igual que los principios de la Gestalt, siguen estando presentes. Como ejemplo, en la *Figura 4* se puede notar que, a pesar de que las formas son mucho más detalladas, el principio de figura-fondo —en el cual conocemos que mientras mayor el contraste entre positivo y negativo (blanco y negro), entre forma y fondo, mejor su simplificación y mayor la rapidez de su reconocimiento por cualquier espectador¹³— está presente en el rostro del niño, provocando una sensación de profundidad y nitidez.

Las ilustraciones de Emory, como se indica en la *Figura 5*, eran distribuidas alrededor de Estados Unidos. Dejando su naturaleza editorial, plagaron las paredes de comunidades urbanas negras, tiendas, cercas, cabinas de teléfono, etcétera. Volvió sus representaciones un arte del pueblo: Diseño.

Después de la década de 1970, el periódico fue liderado por mujeres, lo cual también fue reflejo del partido, puesto que ellas pasaron de representar de menos del 40% de los miembros del BPP a más del 60%.¹⁴ Esto tuvo consecuencias como un cambio en



Figura 4. *The Black Panther*. Uso del principio figura-fondo. Ilustración por Emory Douglas, Volumen 16, Núm. 1, Noviembre de 1976 Fuente: The Freedom Archives, freedomarchives.org. Fecha de consulta: 14 de junio de 2020.

¹² Traducción: Mi arte era el reflejo de las ideas políticas del partido, por eso, cuando el partido cambió hacia la acción comunitaria, también cambió el enfoque mi arte, de cerdos a niños. Erika Doss, “Imaging the Panthers: Representing Black Power and Masculinity, 1960s-1990s”, *Prospects*, 23 (1998): 508

¹³ Ángeles Martín, “Psicología de la Gestalt o teoría de la forma”, en *Manual práctico de psicoterapia Gestalt*: 28 (Paris: Desclée de Brouwer, 2011).

¹⁴ Robyn, Spencer, *The Revolution Has Come: Black Power, Gender, and the Black Panther Party in Oakland*. (Durham: Duke University Press, 2016) 44.



los ideales, la apertura de guarderías para las militantes del partido y una nueva reconstrucción de la identidad negra. Esta última se caracterizó por su perspectiva de género y humanismo, una etapa similar al movimiento vigente.



Figura 5. Catálogo de ilustraciones por Emory Douglas para su distribución, noviembre de 1967. Fuente: The Freedom Archives, freedomarchives.org. Fecha de consulta: 16 de junio de 2020.

La iconografía de las Panteras Negras siguió hasta su disolución en 1988. Los archivos de *The Black Panther*, las ilustraciones y el partido se convirtieron en inspiración para artistas musicales, visuales y colectivos que más tarde, inspirados a su vez por el movimiento por los derechos civiles, conformarían el ahora conocido movimiento *Black Lives Matter*.

Gráfica del Movimiento Black Lives Matter en la era digital

El movimiento *Black Lives Matter* (a partir de ahora, BLM) tuvo origen en el hashtag creado por Alicia Garza, Patrisse Cullors y Opal Tometi —tres activistas pertenecientes a la comunidad negra estadounidense—. Éste fue difundido por medio de Twitter en 2013, año en el que las redes sociales ya tenían un alcance internacional.¹⁵

Rápidamente el movimiento se expandió alrededor del mundo; sin embargo, con la elección de Donald Trump en 2016, fue dejado de lado hasta su resurgimiento en el año 2020. En sus inicios, el BLM protestó en contra del juicio a George Zimmerman, quien salió libre después de haber admitido el asesinato de Trayvon Martin, un adolescente

¹⁵ *Black Lives Matter*, “Herstory”, 17 de junio de 2020, <https://blacklivesmatter.com/herstory/>.



negro de 17 años en Florida.¹⁶ Conforme el tiempo avanzó, y tras los múltiples asesinatos indiscriminados a cargo de miembros blancos de la policía hacia personas como Trayvon, el hashtag transformó su discurso a la demanda de reducción de armas de estaciones locales de policía. La misión declarada por el movimiento es: erradicar la supremacía blanca y otorgar poder a comunidades locales para combatir los ataques violentos sobre la comunidad negra.¹⁷

De la misma manera en la que el periódico fue crucial para la expansión del BPP, las redes sociales y páginas web de la organización fueron indispensables para el éxito del movimiento vigente. Este fenómeno de comunicación y globalización instantánea, consecuencia del boom digital, afectó directamente al diseño gráfico, puesto que representó una nueva perspectiva¹⁸. Si bien la dificultad para la reproducción de propaganda por sus altos costos no representó una limitante para los movimientos sociales que existieron antes de la era digital, al ocurrir ésta, la gráfica producida por la comunidad popular tuvo la oportunidad de ampliar sus conocimientos, tener acceso a herramientas menos costosas y lo más importante, los costos de difusión fueron casi completamente eliminados.

Con estas circunstancias, la comunicación visual por medios digitales fue y es el método principal de expansión del BLM. Un aspecto muy importante a destacar es que, de manera contraria a las Panteras Negras, la producción de propaganda no se limitó a un par de miembros; al contrario, desde su creación, el hashtag ha estado repleto de ilustraciones, carteles y demás productos de diseño hechos por miles de personas alrededor del mundo. Como consecuencia, la gráfica del movimiento ha sido diversa, muy abundante, pero siempre conectada por el mismo discurso, y su propiedad de naturaleza pública.



Figura 6. Póster tipográfico representativo de BLM. Imagen de dominio público. Fuente: Wikimedia Commons, “Black Lives Matter logo”, Septiembre de 2015. Fuente: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Black_Lives_Matter_logo.svg. Fecha de consulta: 20 de junio de 2020.

¹⁶ Garret Chase, “The early history of the Black Lives Matter movement, and the implications thereof”, *Nevada Law Journal*, 18, 3 (2018): 1092.

¹⁷ *Black Lives Matter*, “About”, 17 de junio de 2020, <https://blacklivesmatter.com/about/>.

¹⁸ Eugenio Vega Pindado, “Gráfica Popular en la Era Digital” (tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, 2018), 49.



La gráfica de la campaña en cuestión presenta altos niveles de abstracción y un dominio más complejo en el uso de estructura, retórica y representación de las demandas actuales. Los carteles han sido configurados en formatos cuadrados, como producto de la adaptación a diferentes redes sociales como Instagram. Por ejemplo, el póster señalado como *Figura 6*, es una publicación de la organización en la que se observa la retórica presente con el uso de antítesis, la cual se define como la combinación de dos conceptos que se contradicen entre sí.¹⁹ Por un lado, los colores y la tipografía evocan a las cintas policiales que son colocadas cuando ocurre un crimen, y por otro, “Black Lives Matter” al llamado simbólico a la demanda de justicia por los asesinatos derivados del racismo y al cese de los mismos.

No se puede afirmar que todos los productos de comunicación visual se limitan a ser configurados por personas de un solo color de piel. A pesar de que diseñadores, ilustradores y artistas visuales pertenecientes a la comunidad negra han sido los protagonistas en la creación de los mensajes visuales, ellos representan la minoría dentro de la producción y son pocos los que consideran su trabajo profesional. Como Harris afirmó: “In fact, they experience a problem common to many black design professionals: the feeling that they are not completely welcome in the profession”.²⁰

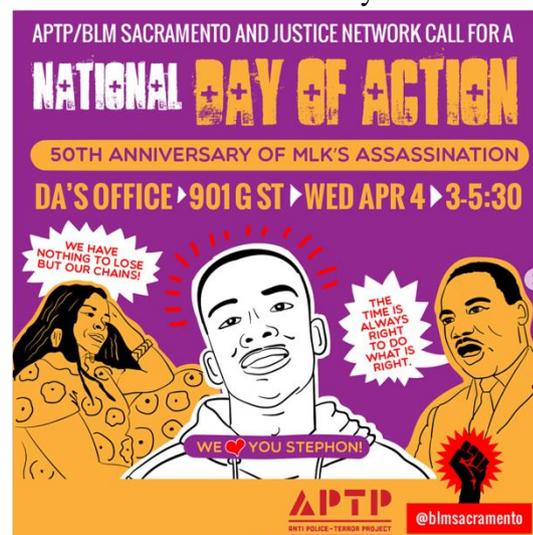


Figura 7. Cartel publicado en abril de 2018 convocando a la asistencia virtual del evento por medio de la perfil oficial de Instagram del movimiento BLM. Fecha de consulta: 20 de junio de 2020.

Fuente: @blklivesmatter.

¹⁹ Roberto Gamonal, “David Carson contra Aristóteles: Análisis retórico del diseño gráfico”. *Razón y Palabra*: <https://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n37/rgamonal.html> (Fecha de consulta: 20 de junio de 2020)

²⁰ Traducción: De hecho, ellos experimentan un problema común a los profesionales del diseño negros: el sentir que no son bienvenidos por completo en su profesión. Sylvia Harris, “Searching for a Black Aesthetic in American Graphic Design”, en *The Education of a Graphic Designer*, ed. Steven Heller, 125 (New York: Allworth Press/School of Visual Arts, 1998).



Por mucho tiempo, la industria del diseño, en su mayoría blanca y patriarcal, se aprovechó de la escasez de diseñadores negros y se inspiró de la cultura de su comunidad.²¹ Fue hasta 1960 cuando las Panteras Negras provocaron el resurgimiento del interés por la estética popular y produjeron mensajes genuinamente funcionales. Gracias a esto, se puede apreciar gran número de diseños textiles y gráficos que reapropian e identifican al colectivo que por muchos años fue reprimido e incapaz de acceder a las herramientas necesarias para la creación de mensajes visuales.

Un gran ejemplo es el cartel de la *Figura 7*, en el que se destaca el trasfondo cultural en la combinación del morado y el naranja, ambos colores ampliamente usados en el diseño textil africano. Esto implica una forma sutil pero fuerte de arraigar las tradiciones suprimidas por la cultura blanca y de re-atribuir elementos positivos para lograr el replanteamiento de la identidad que tuvo origen en la cultura afroamericana y, así, poder trascender de ella.

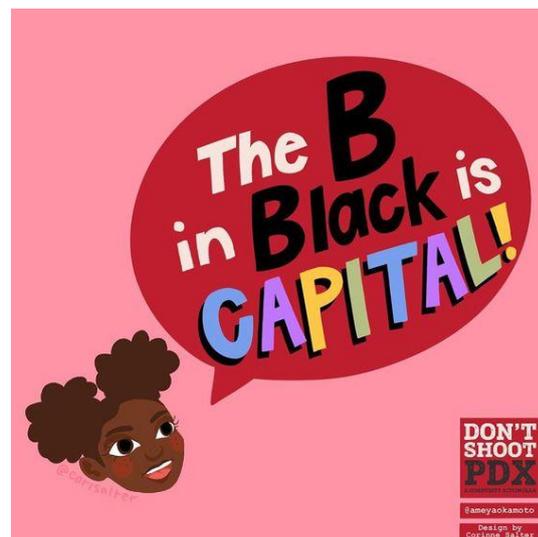


Figura 7. Ilustración por Cori Salter para el colectivo Artist Irresistible en Instagram, abril de 2020, Fecha de consulta: 20 de junio de 2020. Fuente: @artistirresistible.

Tanto en la *Figura 7* como en la *8* se destaca el uso de los principios de la Gestalt y en ambos es el mismo: pregnancia; utilizado de manera frecuente por Emory Douglas en el Partido de las Panteras Negras. Dado que ambos productos fueron diseñados para redes sociales, el uso de herramientas teóricas que generen un impacto inmediato en el usuario es la mejor manera para la difusión del mensaje.

Una de las maneras en las que el movimiento ha encontrado la efectividad en la transmisión rápida y contundente de sus mensajes a través de redes sociales ha sido la configuración de carteles tipográficos.

²¹ Sylvia Harris, "Searching for a Black Aesthetic in American Graphic Design", en *The Education of a Graphic Designer*, ed. Steven Heller, 125 (New York: Allworth Press/School of Visual Arts, 1998).

El diseño de éstos y la rama de la tipografía es tan antigua como el alfabeto²². Por su naturaleza tan cercana a la comunicación escrita, la producción de carteles tipográficos se aleja un poco de la naturaleza de la gráfica popular, puesto que su objetivo es que su mensaje pueda ser interpretado por cualquier persona, este tipo de configuraciones excluye a la población analfabeta. Pero el que exista esta alternativa dentro de BLM, indica que, junto con las ilustraciones, su discurso se expande para que usuarios de cualquier índole puedan empatizar con el mensaje.

Tal es el caso de la *Figura 9*, un cartel tipográfico que utiliza la jerarquía tonal de cafés para enlistar los nombres de las víctimas de crímenes raciales. Este ejemplo es representativo de la priorización de la funcionalidad ante la estética que caracteriza a la comunicación visual, puesto que el mensaje siempre será lo más importante y todos los elementos visuales sólo son apoyo para poder transmitirlo²³, cuando son bien utilizados, los resultados propician impactos globales y trascendencia a través de los años.

Evolución del Diseño a través de la gráfica popular

Para poder hacer una comparación entre la gráfica del BPP y el movimiento BLM, es necesario reconocer la diferencia entre sus discursos y la motivación de los mismos, como Davis afirmó que “[...] perhaps we should seek connections between the two movements that are related not so much in the similarities but rather through their radical differences”.²⁴ Porque en realidad la comunicación evoluciona a la par de los movimientos y al depender constantemente de sí mismos, si el mensaje hablado no evoluciona, el visual tampoco lo hace.



Figura 8. Cartel tipográfico con nombres de víctimas de asesinato a manos de policías. Publicado en el Instagram de la organización en junio de 2020. Fecha de consulta: 20 de junio de 2020. Fuente: @blklivesmatter.

²² Fabio Ares, “La historia de la tipografía y los diseñadores”, *Bold*, 1 (2013): 45.

²³ Bruno Munari, *Artista y Diseñador*, 19 (Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1971).

²⁴ Traducción: Tal vez deberíamos buscar conexiones entre los dos movimientos, que están emparentados no tanto a través de sus semejanzas, sino a través de sus diferencias radicales. “Angela Davis on The Black Panther Party & Black Lives Matter”, video de Youtube, 9:24, publicado por “AfroMarxist”, 10 de enero de 2018 <https://www.youtube.com/watch?v=7WRDrkBZYA4>, 21 de junio de 2020.



La principal diferencia entre ambos movimientos radica en su discurso respecto al uso de las armas. Si bien las Panteras Negras se enfocaron en convertirse en un grupo de autodefensa utilizando las mismas tácticas violentas que eran empleadas contra ellos, *Black Lives Matter* se concentra en el mayor desarmamiento posible de las fuerzas policíacas. Otra diferencia importante es el contraste entre la cualidad progresista del movimiento vigente, que, además de combatir en contra de las exclusiones raciales como lo hicieron sus predecesores, incluye en sus ideales el rechazo a cualquier forma de discriminación ya sea por género, edad o preferencia sexual, adaptándose al colectivo feminista y a la comunidad LGBTTIQ+, entre otras.²⁵

Tal transformación exigía nuevas representaciones gráficas, pasando de las imágenes políticamente radicalizadas del sistema patriarcal del periódico *The Black Panther* hacia la interminable gama de imágenes inclusivas y con contenido relacionable para muchas minorías.

La adaptabilidad de la aplicación del diseño a cambios tan radicales se debe a la flexibilidad de la misma mente y del imaginario humano. Esto se debe gracias a que la profesión tiene grandes fundamentos en la retórica y en los principios de la psicología Gestalt, que, según Martín “[...] ve la necesidad de retornar a la percepción sencilla, a la experiencia inmediata”.²⁶ La naturaleza del ser humano por ver la totalidad que interpretamos como realidad, es aprovechada por la comunicación visual para componer mensajes complejos a través de formas sencillas. Conociendo que la organización tiende a ser tan buena como lo permiten las situaciones estímulo,²⁷ podemos concluir que la gráfica popular es tan buena como su discurso y la habilidad del configurador —potencial diseñador— para ver la realidad por sus partes y a partir de ellas, construir su mensaje.

Si reconocemos que las motivaciones y experiencias de los trasfondos de los movimientos sociales son más sustanciales que aquellas de las empresas transnacionales intentando vender sus productos y, tomando en cuenta que son las mismas experiencias las que producen mensajes gráficos funcionales, somos capaces de comprender que toda campaña visual efectiva toma ventaja de los avances del diseño gráfico, que a su vez es

²⁵ *Black Lives Matter*, “About”, 17 de junio de 2020, <https://blacklivesmatter.com/about/>.

²⁶ Ángeles Martín, “Psicología de la Gestalt o teoría de la forma”, en *Manual práctico de psicoterapia Gestalt*: 22 (Paris: Desclée de Brouwer, 2011).

²⁷ Max Wertheimer, “Laws of organization in perceptual forms” en *A source book of Gestal psychology*: 71 (Londres: Kegan Paul, Trench, Trübner & Company, 1938).



producido por la transición en el pensamiento humano, impulsada por los movimientos sociales.

Lo anterior se confirma tomando como ejemplo la investigación de Harris en la que se afirma que, en la década de 1920, la industria del diseño gráfico y materia visual —predominantemente blanca— se inspiró en las corrientes de la identidad negra, como en el jazz y el arte africano, y que los resultados obtenidos a partir de esto, si bien se convirtieron en grandes obras artísticas —pertenecientes al cubismo— fallaron en priorizar la funcionalidad y no pueden ser considerados como parte del catálogo histórico del diseño gráfico.²⁸

Como estudiante de diseño, y ciudadana mexicana consciente de la falta del involucramiento y politización de los profesionistas de la comunicación visual en las protestas sociales en México, considero necesario que los diseñadores con acceso a educación formal se pongan al servicio de la comunidad, tomando el rol de mentores para todas las personas políticamente activas con interés en configurar mensajes visuales. Porque sólo trabajando en colectivo, compartiendo el conocimiento y siendo fieles al discurso común se puede lograr que la representación de una mano sea tan fuerte y eficaz como mil personas levantando su puño en pro de sus derechos. (*Figura 10*)



Figura 9. Black Power Symbol. Fuente: Wikimedia Commons, “Fist”, febrero de 2007. Fuente: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fist.svg>. Fecha de consulta: 21 de junio de 2020.

²⁸ Sylvia Harris, “Searching for a Black Aesthetic in American Graphic Design”, en *The Education of a Graphic Designer*, ed. Steven Heller, 127 (New York: Allworth Press/School of Visual Arts, 1998).

Referencias:

- Documentales:

The Freedom Archives. freedomarchives.org

- Bibliográficas:

Harris, Sylvia. "Searching for a Black Aesthetic in American Graphic Design". En *The Education of a Graphic Designer*, ed. Steven Heller, 125-129. New York: Allworth Press/School of Visual Arts, 1998.

Köhler, Wolfgang. Kurt Koffka; Friedrich Sander, *Psicología de la forma*, Buenos Aires: Paídos 1969.

Martín, A. "Psicología de la Gestalt o teoría de la forma". En *Manual práctico de psicoterapia Gestalt*, 9-16. París: Desclée de Brouwer, 2011.

Munari, B. "El arte y la élite". En *Artista y diseñador*, 23-25. Barcelona: Gustavo Gili, 1971.

Robyn, S. "The Revolution Has Come: Black Power, Gender, and the Black Panther Party in Oakland", 44. Durham: Duke University Press, 2016.

Wertheimer, M. "Laws of organization in perceptual forms". En *A source book of Gestalt psychology*, 71-88. Londres: Kegan Paul, Trench, Trübner & Company, 1938.

- Artículos de revistas académicas:

Ares, F. "La historia de la tipografía y los diseñadores", *Bold*, 1 (2013): 44-38.

Doss, E. "Imagining the Panthers: Representing Black Power and Masculinity, 1960s-1990s". *Prospects* 23 (1998): 483-516.

Doss, E. "Revolutionary art is a tool for liberation": Emory Douglas and protest aesthetics at the black panther". *New Political Science* 21, núm. 2 (1999): 45-259.

Del Castillo, A. "Testimonio, análisis y estrategia visual en torno al movimiento estudiantil de 1968: los casos de Raúl Álvarez Garín y Gilberto Guevara Niebla".

Tzintzun. Revista de estudios históricos, núm. 48 (Enero-Diciembre 2008): 69-110.

Garret, C. "The early history of the Black Lives Matter movement, and the implications thereof", Nevada Law Journal, 18, 3 (2018): 1092-1112.

Goodnow, T. "On Black Panthers, Blue Ribbons & Peace Signs: The Function of Symbols in Social Campaigns". Visual Communication Quarterly 13, núm. 3 (Septiembre 2006): 166-179.

Grandioso, O. "Panteras Negras: Gráfica y Revolución". Revista iF, núm.11 (2016): 28-30.

Hijar, C. "Dimensión estética y acción política en los movimientos sociales. Apuntes para una reflexión". Question 1, núm. 34 (2012): 29-36.

Maksuti, A. & Deželan, T. "Humanist propaganda: The poster as a visual medium of communication used by 'new' social movements". Romanian Journal of Political Science 16, núm. 2 (2016): 56-86.

Margolin, V. "Rebellion, Reform and Revolution: American Graphic Design for Social Change". Design Issues 5, núm. 1 (Otoño 1988): 59-71.

Schara, J. "La Gráfica del 68". i+Diseño 11 (2015): 20-33.

- Tesis:

Vega, E. "Gráfica popular en la era digital". Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2018.

Núñez, E. "Memoria colectiva y estructuras simbólicas en el Diseño Gráfico" (tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica de Perú, 2014), 119.

- Páginas web y multimedia:

Andrews, K. "Fifty years since the Black Panthers formed, here's what Black Lives Matter can learn". The Guardian, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/oct/14/fifty-years-black->



panthers-formed-black-lives-matter-revolutionary (Fecha de consulta: 25 de junio de 2020).

“Angela Davis on The Black Panther Party & Black Lives Matter”. Video de Youtube, 9:24, publicado por “AfroMarxist”. 10 de enero de 2018 <https://www.youtube.com/watch?v=7WRDrkBZYA4>, (Fecha de consulta: 14 de junio de 2020)

Anthony, A. “Black power’s coolest radicals (but also a gang of ruthless killers)”. The Guardian, <https://www.theguardian.com/film/2015/oct/18/black-powers-coolest-radicals-black-panthers-vanguard-of-the-revolution-stanley-nelson-interview> (Fecha de consulta: 25 de junio de 2020).

Farmer, A. et al. “Women in the Black Panther Party”. International Socialist Review, <https://isreview.org/issue/111/women-black-panther-party> (Fecha de consulta: 15 de junio de 2020)

Gaiter, C. “Visualizing a Revolution: Emory Douglas and The Black Panther newspaper”. The Professional Association for Design. <https://www.aiga.org/visualizing-a-revolution-emory-douglas-and-the-black-panther-new>. (Fecha de consulta: 10 de junio de 2020.)

Gamonal, R. “David Carson contra Aristóteles: Análisis retórico del diseño gráfico”. Razón y Palabra: <https://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n37/rgamonal.html> (Fechas de consulta: 20 de junio de 2020)

Joseph, P. “From the Black Panthers to Black Lives Matter, the ongoing fight to end police violence against black Americans”. The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/nation/2020/05/29/black-panthers-black-lives-matter-ongoing-fight-end-police-violence-against-black-americans/> (Fecha de consulta: 24 de junio de 2020).