



INFLUENCIA DE LOS MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS EN EL DISEÑO GRÁFICO COLOMBIANO

Jorge Hernando Ochoa Ochoa¹

RESUMEN

El presente artículo trata de cómo el diseño gráfico desarrollado en el transcurso del siglo XX en Colombia, se ha visto influenciado por las diferentes corrientes artísticas internacionales, que pudieron tener contacto, de una u otra forma, con las personas o grupos que han venido produciendo una expresión gráfica en el país. El propósito de la escritura sobre el tema se hace con el fin de tener una mejor comprensión de los procesos creativos, la influencia del entorno artístico y los procesos históricos que se han generado en torno al campo del Diseño. Se hace una revisión a través del tiempo, partiendo de finales del siglo XIX, hasta la década del 90, analizando a los principales expositores en el tema y las posibles influencias en el desempeño de su labor, visualizando tanto, el entorno de sus actividades, como los productos de la misma.

Palabras clave:

Expresión gráfica, diseño gráfico, influencias, comunicación gráfica, estilo.

ABSTRACT

This article discusses how graphic design developed during the twentieth century in Colombia, has been influenced by the different international artistic movements, which might have contact, one way or another, with individuals or groups that have been occurring a graphic expression in the country. The purpose of the writing on the subject is to have a better understanding of the creative process, the influence of the artistic and historical processes that have been generated around the field of design. A review over time, starting from the late nineteenth century until the 90's, analyzing the major exhibitors in the field and the possible influences on the performance of their work, displaying both the environment of their activities, and products thereof.

Key words:

Graphic expression, graphic design, influences, graphic communication, style.

¹Maestro en Bellas Artes con Especialización en Grabado, de la Universidad Nacional de Colombia, docente investigador de la Fundación Universitaria Panamericana.

La expresión gráfica nos muestra a través del tiempo un hombre complejo e inteligente, reflexivo, tanto así que las representaciones rupestres entrañan misterios y despiertan dudas que demuestran que son mucho más que "simples pinturas", pues nos muestran belleza y profundidad, sencillez y practicidad. Si bien, no podemos determinar los motivos, ni los agentes externos que impulsaron a estos seres humanos a plasmar en las paredes rocosas de las cuevas, estamos seguros de las sensaciones que nos transmiten y la influencia del entorno en su trabajo. De igual forma, podemos acercarnos hoy a las muestras de comunicación gráfica que tenemos en nuestros archivos, y percibir, con más elementos de juicio, las influencias a las que han sido sometidas.

Por ser personas adaptables, al entorno, a las ideas, las emociones, las respuestas que damos en los procesos comunicativos, están cargadas de influencias, también condicionadas a las circunstancias del momento. Este es un planteamiento que también es cierto en el caso del diseño gráfico dada su naturaleza comunicativa, pues nace de las emociones y de la razón, al querer comunicar de manera efectiva una idea, criterios fundamentales de las artes plásticas, de las cuales se origina la disciplina.

Imagen 1



Es el caso que nos convoca, al referirnos al diseño gráfico que se desarrolla, en el siglo pasado, en nuestro país. Para los últimos años del siglo XIX, la gráfica colombiana estaba sujeta a la necesidad básica de comunicarse, pero no por ello podemos pasar por alto la gran riqueza visual y estética, originada en el ejercicio de la disciplina del grabado, que en su momento estaba impulsada por el maestro español Anto-

nio Rodríguez en su escuela de arte dedicada al oficio, bajo la influencia de las más clásicas escuelas españolas, como la Academia de San Fernando. Ejemplo de ello lo podemos observar en el "Papel Periódico Ilustrado" editado entre 1881 y 1887, bajo la dirección de Alberto Urdaneta, con una clara influencia de estilo victoriano, la revista "El Repertorio" (1896), primera ilustrada en Antioquia, o la revista "Lectura y Arte" de Medellín (1904), realizada con gran influencia del Art Nouveau en sus ilustraciones, en manos de artistas como Francisco A. Cano y Marco Tobón Mejía, dando origen a una cultura visual; se esforzaron en que la revista mantuviera un "carácter artístico" y propendieron al desarrollo del dibujo. Con ello esperaban contribuir al mejoramiento de las capacidades del artista, y a la educación visual del público, como lo manifiestan en Lectura y Arte, núm. 1, Medellín, julio de 1903, pág. 33, citado por Santiago Londoño Vélez (1994), en el artículo "Primeras revistas ilustradas de Antioquia":

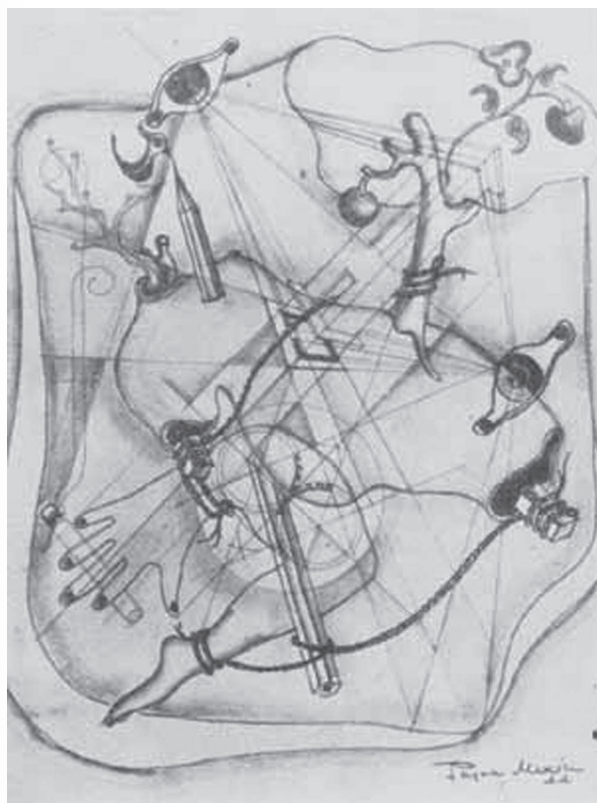
"Nuestros lectores deben fijarse en que no por llevar sólo dibujos, la primera y la última página del número, dejan de ser tan páginas como las otras [...] Si nos damos a la tarea de dibujar, grabar e imprimir, no es por encontrar un entretenimiento divertido, mucho menos por emplear en ocupación agradable un tiempo que nos sobra: sino con el más alto objeto de que esta parte de toda educación completa, nazca aquí; que haya deseos de ver formas y colores, y que de ver se pase a juzgar y de esto, a apreciar lo poco o mucho que lo que se ofrece a nuestra vista pueda poseer".

Imágenes 2 y 3



Por otro lado se evidencia un surgimiento de modernismo gráfico y conceptual, con revistas como "Arte" (1913), y "Panida" (1915), dirigidas por artistas como Pepe Mexía, Sergio Trujillo Magnenat, Ricardo Rendón, José Posada Echeverri, entre otros, las cuales nos ofrecen un acercamiento a las vanguardias surgidas en Europa, haciendo precozmente arte contemporáneo en Colombia, pues se constituyeron en un grupo que irrumpió con propuestas visuales poco conocidas hasta ese momento, llegando, incluso, a emparentarse con movimientos tan contundentes como el dadaísmo, el expresionismo, o el surrealismo.

Imagen 4



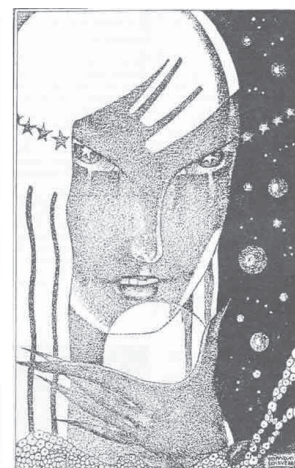
Leamos, por ejemplo, el efecto que causan los dibujos de Pepe Mexía, en una dedicatoria de Tomás Carrasquilla en su libro "La Marquesa de Yolombó" al artista:

"A ti, caricaturista y dibujante de tan subido modernismo y partidario de los figurones estilizados y contrahechos, que hoy priman en las pinturas decorativas, no deben disgustarte del lodo

los mamarrachos tan acentuados y los fondos tan escandalosos que saco en estos cronicones [...]."

Mexía, según Miguel Escobar Calle (1986), lleva "la línea a su grado máximo síntesis, hasta hacerla "cantar" por sí misma, consiguiendo con ello una manifestación expresionista, un producto "síquico-abstruso" (son sus palabras) de indudable originalidad. O utilizando tintas y lápices de colores logró, mediante su imaginación o mediante su libérrima utilización y mezcla de elementos adaptados del cubismo, el dadaísmo, el surrealismo o inventados por él, llegar a ese "tema simple de las ideas," donde un color, una forma esquematizada, una figura geométrica, una voluta, exprese (de manera abstracta, concreta, racional o abstruso) con singular plasticidad aquello que el artista quiere, al modo 'de esas flechas que se emplean en textos de térmica para indicar las corrientes caloríficas'".

Imágenes 5 y 6



Para el año de 1924, la empresa Coltabaco crea su departamento de publicidad, el que, por medio de José Posada Echeverri, orienta y direcciona el diseño desde el punto de vista artístico profesional, propósitos que aún hoy nos quedan como ecos de dicha actividad, trascendiendo el tiempo, como es el caso de el logotipo de la cajetilla de cigarrillos "Pielroja", diseñada por el maestro Ricardo Rendón, en los que claramente se identifican la síntesis propia del Art Decò, en el que la geometría y la pureza de la línea son determinantes, estilo que además se evidencia en numerosos carteles y avisos

publicitarios de la época. También es utilizado un tratamiento gráfico, en el que además de la tipografía, se incorpora la ilustración caricaturizando personajes y exagerando situaciones utilizando generalmente la técnica de la plumilla.

Para finales de los años 20, con el inicio de algunos ilustradores y la fundación de las primeras agencias de publicidad, como Gómez Leal en Bogotá, Núñez Navas en Bucaramanga, Eteberto Isaza y David Alvarez en Medellín, se nos muestra un estilo de diseño definido, resaltando el valor del dibujante gráfico como creativo, situación que nos permite ver con más claridad la influencia del la formación académica y el conocimiento de los procesos artísticos en el diseño.

En la década del 30, con publicaciones como la revista PAN(1935-1940), se genera en Colombia el concepto de "diseño gráfico" tal como lo conocemos hoy, donde las ilustraciones dejan de ser un componente decorativo para convertirse obras artísticas; la revista, dirigida por Enrique Uribe White, contiene un alto nivel literario en sus textos, nos muestra la madurez de un grupo de artistas que experimenta el grabado en linóleo, la xilografía, la litografía, y las nuevas posibilidades de las tradicionales acuarela y plumilla, como es el caso de José Posada Echeverri con su expresión marcada por el Art Decó.

Imágenes 7 y 8



PIELROJA



Otros artistas destacados como Sergio Trujillo Magnenat (1911 - 1999), también exponente figurativo del Art Decò, colaborador de muchas de las publicaciones de la época, nos permite ver una clara influencia de la artista Tamara de Lempicka (Pintora Polaca 1898 - 1980) en su obra gráfica, o el caso de Santiago Martínez Delgado, director de la revista "Vida", quién al crear su agencia de publicidad en 1941, acoge a egresados de la escuela de Bellas Artes,

quienes producen ilustraciones muy realistas con marcada influencia de los ilustradores estadounidenses, de donde surgía Martínez, pues venía de ser discípulo de Frank Lloyd Wright (Arquitecto estadounidense 1867 - 1969), son ejemplos que nos permiten ver la marcada influencia del desarrollo artístico en los procesos de diseño en nuestro medio.

Imagen 9



Después de la segunda guerra mundial, la tecnología pasó de lo manual a lo mecánico y a lo automático, y de un mercado limitado a uno masivo. Creció la demanda del material impreso y el desarrollo de la publicidad fomentó el crecimiento de las ventas de diarios y revistas, recuperando a su vez el uso del cartel publicitario, además, las carátulas de las publicaciones se convierten en el aviso mismo, familiarizando a los lectores con el estilo gráfico de las mismas, como es el caso de la Revista Semana (1946), con el novedoso diseño de Ponto Muso e ilustrada, en su portada, por un caricaturista que firma como Franklin. Para los años 50 artistas de la talla de Fernando Botero, Alejandro Obregón, Enrique Grau, Eduardo Ramírez Villamizar, Omar Rayo y Peter Aldor, trabajan en la revista Lám-

para (1952), aportando en ella su visión artística al las publicaciones culturales. Sin embargo es latente la necesidad de orientar de una manera ordenada la formación de profesionales en diseño gráfico, dando origen a cursos de formación en cartelismo, en la Universidad Nacional y en la Universidad de los Andes.

Según Patricia Londoño (1985), "En los años sesenta, los jóvenes conforman un grupo sui géneris y se convierten en un nuevo blanco para el publicista, que los aborda con un lenguaje que trasciende las fronteras nacionales. En general, los ciudadanos, más y más apretujados, aparte del material impreso y de los avisos y vallas, reciben a diario un mundo de imágenes en vivo por la televisión, así que para poner de relieve un producto se debe azuzar la imaginación visual. Hoy esta época se recuerda como creativa. Después vendría cierta decadencia, otra vez a causa de la recesión económica. La competencia obliga a vender como sea, y se profesionaliza la publicidad".

En este proceso surge la primera oficina de diseño gráfico independiente de las agencias de publicidad, por el año de 1962, en manos de Dicken Castro, a quien se le atribuye un tratamiento tipográfico ordenado con rigor estructural, el uso de la geometría y el colorido popular en su trabajo, aspectos que están influenciados por diseñadores norteamericanos como Milton Glaser y Paul Rand (originador del estilo tipográfico suizo y quien introdujo el diseño europeo de Stijl y Bauhaus, en los Estados Unidos), como él mismo lo reconoce en una crónica en su homenaje publicada por la revista Proyecto Diseño No. 7 de 1997, y de su formación como arquitecto.

Imagen 10 y 11



Para 1963, llega a Colombia, graduado de la universidad de Yale, David Consuegra (1939 – 2004), primer diseñador gráfico formado académicamente, impulsor importante del diseño gráfico contemporáneo desde la formación académica en las universidades Nacional, de los Andes y Jorge Tadeo Lozano, en donde funda junto a Ana de Jacobini el primer programa de diseño gráfico en Colombia en 1967. Se puede apreciar la importancia de los aportes de este diseñador en la citas que Rodríguez (2004) hace de algunas apreciaciones, en su reseña biográfica en la Gran Enciclopedia de Colombia del Círculo de Lectores, "El diseñador Camilo Umaña explicó la importancia de un profesional como David Consuegra en la introducción del libro A B C de las marcas mundiales: «Desde los años sesentas impuso en el panorama visual colombiano la creación de las marcas y logotipos como una disciplina». Por su parte, el diseñador Carlos Duque dijo: «David Consuegra es a la marca colombiana lo que Guttenberg a la imprenta: el pionero»".

Imágenes 12 y 13



La ilustración sigue siendo una manera importante de diseño en la gráfica publicitaria por los 60, debido a que la fotografía sigue siendo difícil de montar, es un tanto complicado interpretar las ideas creativas, sin embargo algunos fotógrafos artísticos de calidad se van incorporando al nuevo mundo publicitario y así se van formando los fotógrafos comerciales como los conocemos hoy. De esta manera, la comunicación gráfica da un paso en este sentido para finales de los años sesenta, y empieza la búsqueda de la iluminación, la armonía, el dramatismo, la belleza del producto, la utilización de bellas modelos, ganando en técnica y ambientación, pero no necesariamente en ideas. Las nuevas tecnologías de las cuales se vale la creatividad

publicitaria, transforman su comunicación y las audiencias jóvenes, con una nueva concepción en el estilo de vida, se vuelven más participativos en el consumo de los diferentes productos del mercado.

En algunos casos, un tanto aislados, se puede percibir la influencia de algunos movimientos artísticos propios de los sesenta y setenta, en los trabajos gráficos, aprovechando el uso del Op Art para la promoción de la moda y el diseño textil que vienen siendo afectados por esas tendencias. Como claramente se percibe, las tendencias de consumo se hacen cada vez más universales debido a la presencia de los medios de comunicación, para mediados de los setenta el arte Pop marca un tramo importante en el diseño gráfico, muestra de ello son los logotipos del maestro Consuegra.

Para las décadas de los setenta y ochenta los eventos relacionados con el diseño gráfico evidencian el interés por impulsar el intercambio de tendencias y conceptos dentro de esta nueva disciplina, como lo muestran la primera Bienal Americana de Artes Gráficas en el Museo La Tertulia de Cali (1971), donde vinieron diseñadores de la talla de Hermann Zapf (diseñador alemán de tipografías y por primera vez se da un debate de importancia relacionado con la disciplina.

Casos destacados dentro de las manifestaciones gráficas, están el de Carlos Duque, que con el afiche para la campaña presidencial de Luis Carlos Galán en 1982, se convierte en una de las más importantes marcas del diseño gráfico colombiano, debido a que, según Santamaría (2002), "se envió desde joven a ser devorador de imágenes, desde las estampas clásicas de Bolívar en los billetes hasta todas las vitelas de Jesús en las casas humildes, pero igualmente se convirtió muy rápido en un vampiro de la modernidad, desde la estampa de Kennedy hasta Marilyn Monroe o una lata de sopa Campbell pintadas por Andy Warhol". Hechos que nos demuestran una vez más como la imagen artística y sus movimientos generadores influyen en el lenguaje gráfico.

Imagen 14



Para mediados de los ochenta, la expansión de las herramientas tecnológicas, con los ordenadores, marcan una pauta importante en la manera de hacer diseño, el uso de los medios digitales en la selección de color (cuatricromía) y el retoque fotográfico, se destacan, pues con el uso de las imágenes visuales, producto de su técnica, se resumen estrategias creativas y comunicativas. Los fotomontajes, la intervención sobre la fotografía, la sobreexposición, saturación etc., son recursos provenientes de la experimentación que por estos años se desarrollan en todos los ámbitos artísticos y que también se ven reflejados en algunas expresiones del diseño gráfico.

Para los noventa, el desarrollo del diseño gráfico se vio afectado por las crisis económicas, con menor demanda de proyectos. El reto a nivel del diseño fue mantener un espacio que los medios electrónicos (televisión) estaban conquistando a pasos agigantados, por lo que haciendo uso de estos mismos medios tecnológicos (computador) en los procesos de creación, agilizaron la oferta de propuestas sumando a esto el que la fotografía mantuvo la vigencia como lenguaje expresivo gracias al tratamiento digital.

Sin embargo, a pesar de los avances tecnológicos, en Colombia se mantiene el gusto por la imagen y el color manual, con poca afectación de la experimentación vanguardista surgida en los estados Unidos. La imagen con varios significados y que produce incertidumbre posibilita una nueva forma de relación gráfica con los espectadores, generando un contacto más humano y posibilitando así uno de los intereses más apreciados del lenguaje visual. Un ejemplo notable de estos procesos es el de la diseñadora Marta Granados en varios carteles diseñados con gran plasticidad y cromatismo. Además se

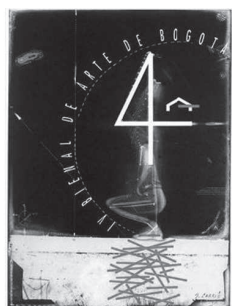
sigue produciendo excelente diseño a partir de la ilustración, las texturas e incluso la experimentación "tecno" de los ochenta, pero con la sagacidad de nuestro medio, mezclando racionalidad, intuición y conocimiento.

Imagen 15



Hacia finales de la década, la diseñadora Susana Carrié, citada por Torres (2004), propone dar nuevos sentidos a las imágenes, involucrando los imaginarios colectivos, y en algún caso los textos funcionan como imagen o intervienen en ella transformándola, reflejando así el movimiento del "New wave" estadounidense, que desde los 60 hasta los 80 exploró posibilidades compositivas con texturas, tipografías, sobreimpresión, fotomontajes electrónicos, imágenes en video. Carrié también recurrió a imágenes del pasado, reflejando los efectos de la posmodernidad², que afectó a gran parte de las expresiones artísticas contemporáneas. Otra característica de nuestra expresión gráfica para los noventa, fue la producción de imágenes de marca con identidad precolombina basadas en nuestras culturas ancestrales.

Imagen 16



Se puede resaltar entonces, a manera de conclusión, que en proceso de desarrollo de diseño gráfico en nuestro medio, han existido diversas influencias, no tan determinantes, de los movimientos artísticos que han surgido en el contexto mundial, sin embargo cabe anotar que en todo momento ha existido un referente artístico el cual con el transcurso del siglo, se ha ido intensificando debido a la inmediatez de las comunicaciones y la posibilidad cada vez mayor de acercarnos al trabajo artístico internacional. Para comienzos de siglo XX la influencia del arte clásico se mantuvo por bastantes años, debido además de las limitantes en la comunicación, a la pobreza cultural imperante dentro de los círculos sociales que dirigían nuestra sociedad, motivo por el cual pasamos por alto movimientos que afectaron profundamente el diseño gráfico, como es el caso del Suprematismo, el Dadaísmo, el Futurismo entre otros, y se podría incluso mencionar a movimientos como la Bauhaus, decisivos en el entorno en que se desarrollaron, pero que han vuelto a renacer con sus propuestas en estos últimos años del siglo XXI. Sin embargo, un elemento bien interesante dentro de nuestro medio, que ha proporcionado una verdadera influencia que nos distingue en el contexto mundial, es la capacidad de expresión propia de algunos diseñadores, surgida debido a la necesidad de encontrar identidad en costumbres, colorido y tradiciones locales, pero además esa creatividad que emerge de la necesidad, del descontento o de la búsqueda de sobresalir en el medio visual con el propósito, casi inconsciente, de sacudir los estigmas negativos a los cuales hemos estado sometidos en los últimas décadas.

²Nota del autor: Movimiento que surge como reacción contra el orden, la claridad, el refinamiento, la saturación que había alcanzado el estilo moderno, con expresiones eclécticas.

REFERENCIAS

Escobar Calle, Miguel. (1986). Aproximación a la Obra de Pepe Mexía, Banco de la República.

<http://www.lablaa.org/blaavirtual/todaslasartes/pepe/indice.htm> Búsqueda realizada el 10 de enero de 2009

Londoño Vélez, Santiago. (1994) - Boletín Cultural y Bibliográfico. Número 36. Volumen XXXI. Editado en 1995. Tomado de <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti1/bol36/bolet36a.htm> Búsqueda realizada el 12 de marzo de 2009.

Londoño, Patricia (1985). Boletín Cultural y Bibliográfico, Número 4, Volumen XXII <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti3/bol4/publici.htm> Búsqueda realizada el 10 de marzo de 2009.

Meggs, Philip (2004). Historia del diseño gráfico. Editorial Trillas.

Raventós, José María. (1992). Historia de la publicidad gráfica colombiana, Santafé de Bogotá Ediciones y eventos.

Revista Proyectodiseño #7, (1997) Universo gráfico de Dicken Castro, Tomado de: <http://www.proyectod.com/finalizacion/maestros/3dicken.html>. Búsqueda realizada el 15 de marzo de 2009.

Rodríguez Uribe, Gilma. (2004). Gran Enciclopedia de Colombia del Círculo de Lectores, Tomado de <http://www.lablaa.org/blaavirtual/biografias/consdavi.htm>. Búsqueda realizada el 15 de marzo de 2009.

Santamaría, Germán (2002) El poder de la imagen, Revista Diners. No.387, junio.

Torres Tovar, Carlos Alberto, (2004). Arte en los noventa Volumen 1, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Artes.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Aviso en el periódico "El Relator" 1889. Raventós, José María. (1992). Historia de la publicidad gráfica colombiana, Santafé de Bogotá Ediciones y eventos.
2. Revista Pánida 1915 www.lablaa.org/.../boletin/boletin67/bol1a.htm
3. Papel periódico Ilustrado 1881 www.lablaa.org/bicentenario/prensa.html
4. Pepe Mexía, Retrato alegórico No.10 www.lablaa.org/.../todaslasartes/pepe/indice.htm
5. Pepe Mexía, Portada 1925 www.antiquebook.com
6. José Posada Echeverri, Revista PAN, <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti3/boldiesciciocho/boldiesciciocho38.htm>
7. Ricardo Rendón "Pielroja", www.brandsoftheworld.com/countries/co/192857.html
8. Santiago Martínez Delgado, Revista "Vida", Creative commons [Revista_Vida_Santiago_Martinez.jpg](http://www.flickr.com/photos/10652841@N04/2250935722)
9. Sergio Trujillo Magnenat, Cartel 1938, historia@proyectod.com
10. Ponto Muso, Revista "Semana", 1948, [flickr.com/photos/10652841@N04/2250935722](http://www.flickr.com/photos/10652841@N04/2250935722)
11. David Consuegra, Logo de Inravisión, 1964, historia@proyectod.com
12. Dicken Castro, Logotipo 1967, [tibungo.net/tag/disenio](http://www.tibungo.net/tag/disenio)
13. Revista "Buenhogar", 1972, Raventós, José María. (1992). Historia de la publicidad gráfica colombiana, Santafé de Bogotá Ediciones y eventos.
14. Diego Amaral- Revista "Número", 1993, <http://www.proyectod.com/numero.jpg>
15. Marta Granados, cartel 1997, www.studio002.com
16. Susana Carrié, cartel 1994, <http://www.susanacarie.com/>