

renta y cinco años atrás y conozcamos cómo era el ambiente de aquel entonces; conceptos, actitudes y oportunidades eran guiados por premisas encerradas por política, religión y preceptos sociales que alejaban la posibilidad de emitir opiniones sobre arte, como tal, libres de influencias ajenas a él. Tal situación produjo el aislamiento de artistas, con mucho talento, pero que se sintieron impotentes para enfrentar la presión ejercida por quienes se sentían con la verdad y la aplicaban ferozmente contra quienes se atrevían a hacer un arte que rompiera con lo que el ambiente exigía". El enfrentamiento de los artistas y las corrientes tradicionales y el problema concreto de la cultura en Colombia y en Medellín merecía un análisis menos elemental. Cuarenta y tres años atrás ya Juan Friede había realizado una aproximación al artista y al medio de un modo más cabal.

En el presente, con los recursos de investigación histórica y estética, se esperaba un aporte moderno al conocimiento de un artista tan polémico como Correa. En ninguna parte de esta sucinta nota se habla de los problemas formales, del fenómeno de la acuarela en Antioquia, de la caricatura política, del humor antioqueño: sólo al final, un chiste del pintor reconcilia al lector con la autora: Gonzalo Ariza: "¿Por qué ustedes los antioqueños pintan tanta monja? Débora las pinta y usted también". Carlos Correa: "¿Y ustedes los bogotanos por qué pintan como monjas?".

La recopilación consta de tres partes, la primera formada por unos artículos seleccionados de dos críticos: Germán Rubiano (Salvat) y Walter Engel; el texto de este último representa el estudio más metódico. En esta nota todo es destacable, pero particularmente las luces sobre el sistema de trabajo del pintor. Como muestra del descuido editorial, un fragmento de este artículo se halla repetido en la parte final del libro (véanse las páginas 25 y 102).

La segunda parte es la titulada "Viacrucis de una anunciación". Esta recopilación, realizada por el artista —que hubiera podido complementarse con las fechas de los artículos—

es una de las secciones más interesantes del libro, porque da una medida de la situación artística que se puede calificar, como lo hizo la revista *Estampa* (s.f.), de "grave y divertida". Una etapa del Salón Nacional que cabe denominar ingenua. Un cuadro que se convierte en argumento de lucha política. El reflejo de la Segunda Guerra Mundial, las señales anticipadas de la violencia de finales de la década de 1940 en el país, la relación de arte y gobierno liberal, todo ello se descubre en esta recopilación, sin que a partir de ella ningún autor con mirada crítica y perspectiva histórica realice un estudio completo del artista y su obra.



La tercera parte, titulada "Notas de prensa", presenta artículos interesantes de periodistas, artistas y críticos —la plana mayor de los escritores de los últimos cuatro decenios—, que han debido representar las fuentes de trabajo a partir de las cuales la autora ha debido producir el libro de Carlos Correa, sin olvidar a Juan Friede, como al parecer deliberadamente se hizo. Hasta el momento, esta publicación del Museo de Antioquia no es más que una recopilación dentro de una recopilación.

BEATRIZ GONZÁLEZ

David Consuegra: en sus marcas, listos...

ABC de marcas mundiales
David Consuegra
Bogotá, 1988

Conocí a David Consuegra en el año 1966. Por aquel entonces yo trabajaba como dibujante en una agencia de publicidad de Cali. Mi información acerca del diseño gráfico era prácticamente nula, ya que mi gran aspiración como estudiante de dibujo y dibujante publicitario era llegar a convertirme en ilustrador. Bod Peak, Norman Rockwell, Paul Davis y Max Henríquez eran mis ídolos, y a ellos dedicaba mis mejores emociones de dibujante joven.

Un buen día de 1966 (un día realmente especial) apareció en Cali un señor David Consuegra, con un maletín lleno de libros. No se trataba, como lo pensé en el primer instante, de un vendedor de enciclopedias de Gustavo Gili o Editorial Planeta. Para mi sorpresa y alegría, era un diseñador gráfico. En realidad, era el primer diseñador gráfico de carne y hueso que yo conocí. Recién graduado en universidad gringa (Boston y Yale). Traía en su maletín un libro editado por él mismo: *De marcas y símbolos*. Por primera vez en mi vida escuché la palabra *marca* para definir lo que yo señalaba como logotipo a secas.

Debo confesar que a partir de ese día, y de aquel libro, mi vida cambió. Fue a través de esa publicación como pude sumergirme en el tema del diseño gráfico con la sensación de visitar el templo pero guiado de la mano del maestro; del brujo. Me marcó. Me marcó, como ha marcado cientos de empresas y entidades por medio de sus diseños.

Con el transcurso del tiempo he tenido la oportunidad de conocer cada vez mejor a este hombre sorprendente a quien el diseño colombiano debe más de un pensamiento.

Porque David Consuegra irrumpió en el medio con una actitud recia e intransigente que nos obligó, a todos los que por ahí andábamos divagando alrededor del tema, a pagar el servicio militar del diseño gráfico. Sus publicaciones son impecables e implacables con el lenguaje. *De marcas y símbolos* traía un subtítulo que anunciaba audazmente: "vocabulario completo del diseñador gráfico".

Desde aquella época no nos ha dado tregua. Escogió ser "maestro", y a esa labor ingrata ha dedicado sus mejores esfuerzos. Tenaz como buen santandereano, insiste en enseñarnos diseño no sólo a través de sus libros, de los cuales él mismo es, simultáneamente, autor, diseñador, editor y vendedor, sino por medio de la labor universitaria que ha ejercido por años, la cual le ha moldeado un aspecto de adolescente canoso que desafía su propia marca.

Signo, señal, símbolo, logosímbolo y logotipo son palabras que giran alrededor del concepto de *marca*, ya sea que pretendan definir su carácter religioso, social, psicológico o comercial.

La *marca* es información visual sintetizada cuyo objetivo básico es desarrollar una identidad. la *marca* es el eje de la comunicación comercial contemporánea.

El uso de la *marca* se remonta al siglo V a C. Su evolución ha estado íntimamente ligada a los medios de comunicación y su verdadero auge comenzó con la invención de la imprenta. La era industrial, con la producción y distribución masiva de productos y servicios que han creado la llamada sociedad de consumo, es el entorno en el cual la *marca* encuentra su máxima expresión. El avance de la televisión y los computadores abre nuevos caminos a este apasionante tema: La *marca* en movimiento.

El libro que hoy nos ocupa, *ABC de marcas mundiales*, nos golpea en el ojo y en la cabeza. Es la culminación natural de un proceso editorial que se inició hace diez años con la serie de fascículos Temas de Consulta, cuyo primer número estaba dedicado al diseño de marcas internacionales.

Este libro tiene para mí dos atractivos fundamentales: por primera vez David abandona el texto académico, limitándose a clasificar las marcas por

orden alfabético, sin mayores explicaciones, y en segundo lugar, porque por primera vez alguien se atreve a incrustar, con ánimo crítico, la marca colombiana en el contexto internacional.

La experiencia de este ejercicio nos afecta a todos. Y es que David nos incluyó a todos en una especie de examen final donde sobran las palabras y nos reta a sobrevivir el vecindario de las marcas internacionales más prestigiosas, para descubrir, a pesar del susto, que existe una marca colombiana.

David Consuegra es a la marca colombiana lo que Gutenberg a la imprenta: el pionero. Y no porque haya sido el primero en diseñar una marca en Colombia, sino porque nadie como él ha dedicado tanto empeño y amor a este apasionante tema; como diseñador, como editor y como "maestro".

CARLOS DUQUE



Desde el mismo ángulo

Colombia

Victor Englebert

Editorial Cruz del Sur, Cali, 1988. Traducción del inglés: Rodrigo Ferreros, William J. Hardy, Jr.

Después de *Pintoresco Valle del Cauca*, *Pintoresco Boyacá* y *Pintoresco Santander*, Victor Englebert acaba de publicar su libro *Colombia*. Pin-

toresco: este es el adjetivo perfecto para describir el contenido del libro. En lujosa edición, con acertado formato de álbum familiar, el autor nos presenta una Colombia próspera, vista desde ese mismo ángulo que ya está a la venta en cada postal de hotel, en cada otro de los innumerables libros que se han publicado sobre Colombia y sus diferentes regiones. La muralla de Cartagena, el camino empedrado de Ciudad Perdida, la playa del Caribe, el atardecer de turno, la cara sonriente de una indígena guajira y, por supuesto, la arquitectura paisa.

Técnicamente, el fotógrafo desempeña un gran oficio; son todas fotos bien encuadradas, bien expuestas. El libro está impecablemente impreso. En fin, es el regalo ideal en una cita de negocios para quien busque en el extranjero inversionistas en Colombia.

Este afán de superación de la juventud colombiana me fue demostrado de manera singular un día que caminaba por las calles de Quibdó, la olvidada capital del Chocó. Un joven negro se me presentó cortésmente y me habló en inglés. Un poco molesto por la creencia popular [de] que todos los rubios hablamos inglés, fingí no entenderle. Sin perder su compostura, me habló en francés. Reprimí mi sorpresa y, para saber hasta dónde llegaría, fingí no entender tampoco. "¿Sprechen Sie Deutsch?" me preguntó.

"¿Cuántos idiomas más habla usted?" le pregunté. Con el español hablaba cuatro. Había aprendido tres lenguas extranjeras solo, en libros, e intentaba practicarlas con los raros extranjeros de paso por la pequeña ciudad. Nunca había salido del Chocó. No tuve más alternativa que darle la oportunidad que él buscaba y conversamos toda la tarde en cuatro idiomas que él dominaba bastante bien. Personas como este joven choicano, que son legiones en Colombia, aseguran al país este progreso que todos anhelan...