

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELAS DE ARTES
DEPARTAMENTO DE ARTES PLÁSTICAS

**Registro de los emblemas no publicados de Gerd Leufert
resguardados en el archivo de la Biblioteca Nacional**

Propuesta de catalogación

Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Artes
Mención Artes Plásticas

Lya Beatriz Bonilla Jiménez

C.I. 13.801.912

Tutor: Prof. José Luis Omaña

Caracas, julio 2015

“Yo creo que mi verdadera significación como artista
se expresa fundamentalmente a través del diseño gráfico“

Gerd Leufert

Agradecimientos

A Ismael Escobal, encargado del Archivo de Gerd Leufert, Colección Obra Gráfica, División Obra Plana, del Archivo Audiovisual de la Biblioteca Nacional de Venezuela en Caracas, por facilitarme todo el material y hacer posible el desarrollo del tema de investigación.

A Yolanda Ruíz, Carmen Silva y muy especialmente a María Teresa Villarroel, trabajadoras de la biblioteca que siempre estuvieron dispuestas a ayudar y que me permitieron un espacio de trabajo fijo, durante muchos meses, para la digitalización del material.

A Ana María Moreno y Natalia Ponce, quienes forman parte del Departamento de Registro del Museo de las Estampa y el Diseño Carlos Cruz Diez, quienes muy amablemente me atendieron y asesoraron en el diseño y realización del instrumento de registro.

A Álvaro Sotillo, Waleska Belisario y Carlos Rodríguez, diseñadores gráficos cercanos a Gerd Leufert, quienes compartieron conmigo anécdotas sobre sus experiencias, revisaron las imágenes del registro y sugirieron bibliografía útil para el desarrollo del trabajo.

A Javier Aizpurua, amigo cercano de Leufert quien muy generosamente compartió su historia con el artista y me facilitó libros de inmenso valor.

A Carmen Alicia Di Pasquale y Lourdes Blanco, investigadoras que colaboraron en diferentes etapas del proyecto, facilitando documentos y sugiriendo material bibliográfico de utilidad para la investigación.

A Elizabeth Gunz, nieta de Gertrud Goldschmidt (Gego), quien conversó conmigo sobre la historia del archivo, sobre su relación con Leufert y sobre la experiencia que Gego y Leufert vivieron en Venezuela.

A Jefferson Quintana, quien también colaboró en el ejercicio de revisión de las imágenes e hizo algunas importantes sugerencias sobre cómo abordar el problemas de las clasificaciones.

A Louani Rivero, por su asesoría en el manejo de base de datos, lo que facilitó mucho el trabajo. A Areani Rondón por su aporte en el arqueo de fuentes y por permitirme acceder a textos fundamentales. A Jariana Armas quien me ayudó a constituir un cronograma de trabajo necesario durante todo el desarrollo de la investigación. A Carlos Sanchez Torrealba por facilitarme el contacto con algunos diseñadores. A Mónica Quintero por su apoyo y compañía.

A Lila Jiménez de Bonilla y Edgar Bonilla, por permitirme utilizar sus computadoras para el proceso de digitalización y recopilación del material así como para los encuentros con investigadores, diseñadores y amigos de Leufert. A ambos por apoyarme en todas las etapas de la investigación, por motivarme a profundizar en el estudio y no abandonar el proyecto hasta terminarlo.

Muchas gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Agradecimientos.....	III
Lista de ilustraciones.....	VII
Resumen.....	XII
Introducción.....	XIII
I. El emblema moderno	
1. El problema de las definiciones.....	1
2. Arte y diseño moderno: antecedentes e influencias.....	11
3. Arte y diseño en Venezuela.....	16
II. Desarrollo de un instrumento de registro	
1. Historia y contenido del Archivo de la Biblioteca Nacional.....	21
2. Criterios de selección del material para el registro.....	27
3. Registro y catalogación. Diseño de ficha.....	30
4. Publicaciones sobre Leufert y sus categorías.....	41
4.1 <i>Visibilia</i> y <i>Marcas</i> . Tipo de imagen.....	41
4.2 <i>Gerd Leufert diseñador</i> y <i>La emblemática</i> . Forma figurativa.....	42
4.3 <i>Hacia las Nenias</i> . Forma abstracta.....	43
4.4 <i>Sin arco e Imposibilia</i> . Flechas y formas imposibles.....	45
4.5 Publicaciones y recopilaciones. Trabajos con tipografía.....	46
5. Bases teóricas que justifican la clasificación.	
Principios teóricos y métodos al alcance de Leufert.....	47
5.1 Teorías sobre la percepción y el diseño del signo moderno.....	48
5.2 Bases teóricas para la construcción de las categorías. Referencias y herramientas de trabajo del contexto profesional de Leufert.....	49
5.3 Teoría sobre el diseño de signos de identidad.....	51

III. Descripción de las categorías y propuesta de catalogación

1. Marcas e imágenes utilitarias.....	54
2. Experiencias visuales e imágenes no utilitarias.....	59
3. Forma figurativa	
3.1 La síntesis en la representación moderna.....	64
3.2 Rasgos arcaizantes: re-significación de la tradición.....	68
3.3 Atomización geométrica: método racional y esquematización.....	69
4. Forma Abstracta	
4.1 Lo inusitado dentro del esquema geométrico.....	70
4.2 Lo simple como herramienta de seducción.....	73
4.3 Patrones que resultan placenteros estéticamente.....	74
4.4 Ambigüedad y contradicción como recurso enigmático.....	77
4.5 Imágenes con significado intercambiable.....	80
4.6 La irregularidad de la forma orgánica: el juego de la identificación. ...	82
5. Trabajos con tipografía.....	83
6. El arte vs. la publicidad.....	85
Conclusiones.....	89
Anexos.....	98
Cronología.....	105
Bibliografía.....	107

LISTA DE ILUSTRACIONES

- Figura 1:** Andrea Alciato, *Emblem 189: Mentem, non formam, plus pollere (Más vale inteligencia que belleza / Mente, no forma exterior, prevalece)*, 1531. Reproducida en: *Emblemata (1621)*, Padua, <http://www.emblems.arts.gla.ac.uk/alciato/emblem.php?id=A21a189>. Alciato at Glasgow, Arts and Humanities Research Council, British Academy.
- Figura 2:** Sebastián de Covarrubias, *Emblema 85 (Centuria II): Natura expellas furca tamen ipsa recurre (Epístolas de Horacio) t*, 1610. Reproducida en: Juan de Dios Hernández Miñano, Sebastián de Covarrubias en sus emblemas morales. http://ruc.udc.es/bitstream/2183/9381/1/CC-015_art_29.pdf. Universidade da Coruña, 1996.
- Figura 3:** *ex libris* (usado por Johannes Knabensberg), ca. 1450. Reproducido en: Philip B. Meggs y Alston W. Purvis, *Historia del diseño gráfico*. Barcelona, Editorial RM, 2009, p. 79.
- Figura 4:** Gerd Leufert, *Emblema del banco La Guaira Internacional, C.A.*, 1977. Reproducida en: José José Villamizar, *Marcas*. Caracas, Venezuela CMYK, 2012, p. 080.
- Figura 5:** Gerd Leufert, *sin título*, 1971. Reproducido en: Gerd Leufert, *Sin arco*. Caracas, Instituto Nacional de Cultura y Bellas Artes, 1972.
- Figura 6:** Modelo de ficha para el registro diseñada por Lya Bonilla, 2015.
- Figura 7:** *Ficha de la imagen GL.0324.ABS para el registro diseñada por Lya Bonilla*, 2015.
- Figura 8:** Gerd Leufert, *Kiosco de Tabaco Vogler*, 1936 (Munich). Impresión sobre papel. Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 132.
- Figura 9:** Gerd Leufert, *Cebra SRL CAGUA*, 1964 (Caracas). Reproducida en: Gerd Leufert, *Marcas*. Caracas, Refolit, 1970, n° 16.
- Figura 10:** Gerd Leufert, *Sello de calidad de licor de grano*, 1950 (Munich). Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, n° 4.
- Figura 11:** Gerd Leufert, *World Crafts Council (Consejo de Artesanías)*, 1965 (Caracas). Reproducida en: Gerd Leufert, *Marcas*. Caracas, Refolit, 1970, n° 24.
- Figura 12:** Gerd Leufert, *Viñeta*, 1933 (Munich). Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 125.
- Figura 13:** Gerd Leufert, *Viñeta*, 1936 (Munich). Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 120.
- Figura 14:** Gerd Leufert, *Viñeta*, 1934 (Hannover). Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 120.
- Figura 15:** Gerd Leufert, *Cafetín Museo de Bellas Artes*, 1967 (Caracas). Reproducida en: Gerd Leufert, *Marcas*. Caracas, Refolit, 1970, n° 30.
- Figura 16:** Gerd Leufert, *Supermercados Victoria*, 1969 (Caracas). Reproducida en: Gerd Leufert, *Marcas*. Caracas, Refolit, 1970, n° 50.
- Figura 17:** Gerd Leufert, *sin título*, 1966 (Caracas). Reproducida en: Gerd Leufert, *Visibilia*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1966, n° 7.
- Figura 18:** Gerd Leufert, *Nenia*, 1985 (Caracas). Reproducida en: AA.VV., *Catálogo Exposición Nenias*. Museo de Bellas Artes. Caracas, 1985.
- Figura 19:** Gerd Leufert, *Universidad Simón Bolívar*, 1969 (Caracas). Reproducida en: Gerd Leufert, *Marcas*. Caracas, Refolit, 1970, n° 54.
- Figura 20:** Gerd Leufert, *Fundación Orinoco*, 1973 (Caracas). Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 18.
- Figura 21:** Gerd Leufert, *CONICIT Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas*, 1970 (Caracas). Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, n° 47.
- Figura 22:** Gerd Leufert, *Museo de Arte La Rinconada*, 1983 (Caracas). Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, n° 44.
- Figura 23:** Gerd Leufert, *Museo de Arte Moderno Jesús Soto*, 1936 (Ciudad Bolívar). Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 49.
- Figura 24:** Gerd Leufert, *sin título*, 1973 (Caracas). Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 13.
- Figura 25:** Gerd Leufert, *sin título*, 1971 (Caracas). Reproducida en: AA.VV., *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, n° 22.

Figura 26: Gerd Leufert, *sin título*, 1971 (Caracas). Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, nº 10.

Figura 27: Gerd Leufert, *sin título*, 1978 (Caracas). Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, nº 100.

Figura 28: Gerd Leufert, *sin título*, 1968 (Cumana). Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, nº 103.

Figura 29: Gerd Leufert, *Museo de Bellas Artes (MBA)*, 1969 (Caracas). Reproducida en: Gerd Leufert, *Marcas*. Caracas, Refolit, 1970, nº 12.

Figura 30: Gerd Leufert, *Titular*, 1977 (Caracas). Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, nº 32.

Figura 31: Gerd Leufert, *CONICIT Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas*, 1970 (Caracas). Reproducida en: Alfredo Armas Alfonso, *Diseño gráfico en Venezuela*. Caracas, Maraven, 1985, nº 505.

Figura 32: Gerd Leufert, *Caligrafía*, 1934 (Caracas). Reproducida en: AA.VV, *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, nº 101.

Figura 33: Gerd Leufert, *Renta Inmobiliaria RENTICA*, 1981. Copia fotográfica, 18,1 x 18 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0004.ABS.

Figura 34: Gerd Leufert, *Renta Inmobiliaria RENTICA*, 1981. Copia fotográfica, 17,1 x 16,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0006.ABS

Figura 35: Gerd Leufert, *Renta Inmobiliaria RENTICA*, 1981. Copia fotográfica, 17,5 x 19 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0005.ABS

Figura 36: Gerd Leufert, *LAGOVEN*, 1986. Copia fotográfica, 12,3 x 20 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL. 0068.ABS

Figura 37: Gerd Leufert, *LAGOVEN*, 1986. Copia fotográfica, 26,6 x 20 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL. 0071.ABS

Figura 38: Gerd Leufert, *LAGOVEN*, 1986. Copia fotográfica, 20,4 x 23,9 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL. 0072.ABS

Figura 39: Paul Ibou, *taxi-company*, 1967. Reproducida en: Mirko Humbert, *Graphic design by Paul Ibou*. Typography daily, <http://typography-daily.com/blog/2011/09/06/graphic-design-by-paul-ibou/>

Figura 40: Aloisio Sergio Magalhães, *Símbolos*. Reproducida en: Walter Amstutz, *Who's Who in graphic art 2*. Dübendorf, Clivo Press, 1982, p. 176.

Figura 41: Aloisio Sergio Magalhães, *Símbolos*. Reproducida en: Walter Amstutz, *Who's Who in graphic art 2*. Dübendorf, Clivo Press, 1982, p. 176.

Figura 42: Aloisio Sergio Magalhães, *Símbolos*. Reproducida en: Walter Amstutz, *Who's Who in graphic art 2*. Dübendorf, Clivo Press, 1982, p. 176.

Figura 43: Alexandre Wollner, *Fishing Equipment* (Equipo de pesca), 1957. Reproducida en: Walter Amstutz, *Who's Who in graphic art 2*. Dübendorf, Clivo Press, 1982, p. 178.

Figura 44: Alexandre Wollner, *An orange juice plants* (Plantas de jugo de naranja), 1972. Reproducida en: Walter Amstutz, *Who's Who in graphic art 2*. Dübendorf, Clivo Press, 1982, p. 178.

Figura 45: Burton Kramer, *Bedford Consulting Group*, 1978. Reproducida en: Walter Amstutz, *Who's Who in graphic art 2*. Dübendorf, Clivo Press, 1982, p. 200.

Figura 46: Burton Kramer, *Amblin Resources*, 1988. Reproducida en: The CCCA Canadian Art Database, <http://ccca.concordia.ca/start.html?languagePref=en&>. Ontario, The Center for Contemporary Canadian Art, 1997, 2015.

Figura 47: Felix Beltran, *Teran* (laboratorio), 1983 (México). Reproducida en: Fernando García Santibáñez, *Semblanza del Dr. Félix Beltrán en la entrega del Doctorado Honoris Causa por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí*. http://www.disenio.uma.es/i_disenio/index12.htm. Málaga, i+Diseño, Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Málaga, Sumario, Vol. 8, Año V, abril 2013.

Figura 48: Felix Beltran, *Sound* (Venta de discos), 1961 (Nueva York). Reproducida en: Fernando García Santibáñez, *Semblanza del Dr. Félix Beltrán en la entrega del Doctorado Honoris Causa por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí*. http://www.disenio.uma.es/i_disenio/index12.htm.

Málaga, i+Diseño, Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Málaga, Sumario, Vol. 8, Año V, abril 2013.

Figura 49: Jean Widmer, *Ernst Hiestand, Centre Georges Pompidou*, 1977. Reproducida en: The Red List, *Chronology 1970's*. <http://theredlist.com/wiki-2-343-917-995-view-chronology-profile-1970s.html>

Figura 50: Henry Steiner, *HSBC, The Hong Kong and Shanghai Banking Corporation*, 1983. Reproducida en: Alejandro Alegría, *Branding: HSBC podría desaparecer y resurgir Midland Bank*. <http://www.paredro.com/branding-hsbc-podria-desaparecer-y-resurgir-midland-bank/>. México, Paredro Grupo de Comunicación Katedra, 2015.

Figura 51: Walter Ballmer, *Olivetti*. Reproducida en: The Red List, *Ballmer, Walter*. <http://theredlist.com/wiki-2-343-917-1000-view-logo-visual-identity-profile-ballmer-walter.html#photo>

Figura 52: Wim Crouwel, *packaging, An International Survey*. Reproducida en: Shelby White, *Wim Crouwel Poster Archive*, <http://blog.wanken.com/8526/wim-crouwel-poster-archive/>. California, Wanke, 2011.

Figura 53: Wim Crouwel, *hiroshima*, 1957. Reproducida en: Shelby White, *Wim Crouwel Poster Archive*, <http://blog.wanken.com/8526/wim-crouwel-poster-archive/>. California, Wanke, 2011.

Figura 54: Peter Megert, marca, 1988. Reproducida en: Aswin Sadha, *Thinking Peter Megert*. 03 28 1937. <http://thinkingform.com/2013/03/28/thinking-peter-megert-03-28-1937/>. Thinking Form, 2013

Figura 55: John Robert Rieben, *Mondi Valley* (papel, impresión y publicaciones), 1972. Reproducida en: <http://logonature.com/?p=11&l=2>. 2015

Figura 56: Paul Rand, *American Broadcasting Corporation (ABC)*, 1962. Reproducida en: Michael Williams, *On Aesthetics I Rand & Bass*, <http://www.acontinuouslean.com/2008/09/25/on-aesthetics-rand-bass/>. Nueva York, A Continuous Lean, 2008

Figura 57: Soul Bass, *Avery International*, 1990 Reproducida en: Michael Williams, *On Aesthetics I Rand & Bass*, <http://www.acontinuouslean.com/2008/09/25/on-aesthetics-rand-bass/>. Nueva York, A Continuous Lean, 2008

Figura 58: Arnold Saks, *Jack Lenor Larsen* (diseñador textil y fabricante de tela). Reproducida en: Corporate Identity, http://www.saksdesign.com/CI/CI_Transam.html. Arnold Saks Associates, 2014

Figura 59: Herb Lubalin, *World Trade Center* (Nueva York), 1969. Reproducida en: Robert Grey, *Herb Lubalin, eclectic typographer*. <http://brooksgreydesign.com/herb-lubalin-eclectic-typographer/>. Brooks+Grey Design, 2014

Figura 60: Gerd Leufert, *El Farol*, sin fecha. Copia fotográfica, 2,7 x 3,4 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0058.FIG.

Figura 61: Gerd Leufert, *El Farol*, sin fecha. Copia fotográfica, 10,5 x 7,3 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0310.FIG.

Figura 62: Gerd Leufert, *El Farol*, sin fecha. Copia fotográfica, 10,5 x 7,3 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0074.ABS.

Figura 63: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 13,3 x 10,4 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL0092.FIG.

Figura 64: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 8 x 8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0094.FIG.

Figura 65: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 10,3 x 8,4 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0053.FIG.

Figura 66: Gerd Leufert, *Aeropuerto Internacional de Maiquetía*, 1974 (Caracas). Reproducida en: AA.VV, *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976, nº 12.

Figura 67: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 15 x 12,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0305.FIG.

Figura 68: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 10,4 x 10,1 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0189.FIG.

Figura 69: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 15 x 15,1 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0340.ABS.

Figura 70: Gerd Leufert, *Paseo las Mercedes*, sin fecha. Copia fotográfica, 7,6 x 7,6 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0038.ABS.

Figura 71: Gerd Leufert, *sin cliente*. Copia fotográfica, 1981, 12 x 12 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0186.ABS.

Figura 72: Gerd Leufert, *Lagoven*, 1986. Impresión, 20,1 x 26,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0002.ABS.

Figura 73: Gerd Leufert, *sin cliente*, 1987. Copia fotográfica, 10 x 10 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0027.ABS.

Figura 74: Gerd Leufert, *Monogramas Minna Zirules*, sin fecha. Copia fotográfica, 8,7 x 10,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0285.ABS.

Figura 75: Gerd Leufert, *Fundación Armando Reverón*, 1991. Copia fotográfica, 10,2 x 8,9 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.021.ABS.

Figura 76: Gerd Leufert, *Centro de información y documentación CID*, sin fecha. Copia fotográfica, 6,6 x 7,6 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0037.ABS.

Figura 77: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 10 x 10 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0100.ABS.

Figura 78: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 6,9 x 6,9 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0178.ABS.

Figura 79: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 12,9 x 14 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0202.ABS.

Figura 80: Gerd Leufert, *FANTRACTO (Fábrica Nacional de Tractores y Motores S.A.)*, 1976. Impresión, 9,7 x 9,7 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0161.ABS.

Figura 81: Gerd Leufert, *sin cliente*, 1987. Copia fotográfica, 5,4 x 6 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0016.ABS.

Figura 82: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 11,6 x 11,8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0026.ABS.

Figura 83: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 13,3 x 11,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0138.ABS.

Figura 84: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 10,6 x 9,6 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0184.ABS.

Figura 85: Gerd Leufert, *Distribuidora Progreso*, sin fecha. Fotocopia, 8,3 x 6,9 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0309.ABS.

Figura 86: Gerd Leufert, *COBALTO*, 1978. Copia fotográfica, 13,7 x 12,8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0274.ABS.

Figura 87: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 13,9 x 13,8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0191.ABS.

Figura 88: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 13,5 x 9 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0314.ABS.

Figura 89: Gerd Leufert, *Bienal Interamericana de Estampas (Editorial Arte)*, 1986. Copia fotográfica, 12,6 x 13 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0008.ABS.

Figura 90: Gerd Leufert, *Club Arena Blanca*, 1987. Copia fotográfica, 22 x 8,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0009.FIG.

Figura 91: Gerd Leufert, *Seguros Caracas (boceto)*, 1986. Copia fotográfica, 15 x 19,6 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0106.ABS.

Figura 92: Gerd Leufert, *Revista Estilo*, 1988. Copia fotográfica, 12,5 x 13 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0024.ABS.

Figura 93: Gerd Leufert, *Escuela de Artes de al Universidad Central de Venezuela*, 1978. Reproducida en: Álvaro Sotillo, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984, nº 2.

Figura 94: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 6,3 x 5,8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0084.ABS.

Figura 95: Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 20,4 x 17,1 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0192.ABS.

- Figura 96:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 8,5 x 10,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0177.ABS.
- Figura 97:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 14 x 13,8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0034.ABS.
- Figura 98:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 7,9 x 8,8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0042.ABS.
- Figura 99:** Gerd Leufert, *IX Congreso de Ingeniería*, 1973. Copia fotográfica, 12,5 x 8,5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0301.ABS.
- Figura 100:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 4 x 4 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0196.ABS.
- Figura 101:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Impresión, 4,7 x 4,7 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0238.ABS.
- Figura 102:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha, Negativo, 7,4 x 9,3 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0152.ABS.
- Figura 103:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 10,6 x 7,9 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0257.ABS.
- Figura 104:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 8,8 x 15,1 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0222.ABS.
- Figura 105:** Gerd Leufert, *letra G (Abecedario improvisado)*, 1965-1970. Impresión, 11,1 x 9,7 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0218.ABS.
- Figura 106:** Gerd Leufert, *Universidad Metropolitana (Arte, ciencia y tecnología)*, sin fecha. Impresión, 5,3 x 5,3 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0232.ABS.
- Figura 107:** Gerd Leufert, *letra X (Abecedario improvisado)*, 1965-1970. Copia fotográfica, 15 x 15,1 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0220.ABS.
- Figura 108:** Gerd Leufert, *Museo Alejandro Otero (MAVAO)*, 1990. Copia fotográfica 25,4 x 12 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0210.ABS.
- Figura 109:** Gerd Leufert, *Fundación Rómulo Betancourt*, 1981. Copia fotográfica, 11,4 x 11,7 cm. Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0012.FIG.
- Figura 110:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 11,4 x 8,2 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0028.FIG.
- Figura 111:** Gerd Leufert, *sin cliente*, sin fecha. Copia fotográfica, 11,8 x 5,6 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0098.ABS.
- Figura 112:** Gerd Leufert, *COQ*, sin fecha. Copia fotográfica, 15 x 15,1 cm, Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0318.TIP.
- Figura 113:** Gerd Leufert, *boutique*, sin fecha. Copia fotográfica, 7,8 x 3,1 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, GL.0349.TIP.
- Figura 114:** Gerd Leufert, *IMAN*, sin fecha. Copia fotográfica, 19,7 x 8,8 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0330.TIP
- Figura 115:** Gerd Leufert, *Nachrichten (Noticia)*, sin fecha. Negativo, 15 x 15,1 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0131.TIP
- Figura 116:** Gerd Leufert, *Forum*, sin fecha. Copia fotográfica, 28,5 x 5,6 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0350.TIP
- Figura 117:** Gerd Leufert, *AUR*, sin fecha. Copia fotográfica, 15 x 15,1 cm. Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0348.TIP
- Figura 118:** Gerd Leufert, *ECO*, ca. 1968. Copia fotográfica, 20,1 x 7,2 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0215.TIP
- Figura 119:** Gerd Leufert, *ECO*, 1968. Copia fotográfica 9,9 x 9,3 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0214.TIP
- Figura 120:** Gerd Leufert, *ECO*, 1981. Fotocopia, 9,2 x 5 cm., Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, código: GL.0164.TIP

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación es generar un registro de los emblemas no publicados de Gerd Leufert guardados en el Archivo Audiovisual de la Biblioteca Nacional, y proponer una clasificación del material que permite sugerir vínculos entre las imágenes y definir las principales herramientas con las que se construye este tipo de discurso visual. Para lograr esto, planteamos una reflexión sobre el proceso de creación de signos, en los cuales pueden intuirse, de entrada, rasgos heredados de una formación y una tradición artística. A partir de distintos referentes teóricos y estéticos se determinan los elementos formales y los principios constructivos recurrentes que definen el desarrollo de un vocabulario.

La bibliografía fundamental la constituyen las publicaciones, libros y catálogos sobre el trabajo de Leufert, referencias indispensables para conformar las categorías formales-gráficas que se incluyen en el instrumento de registro, y que además son la herramienta de lectura de nuestro corpus de estudio. El ejercicio de análisis de estas categorías constituye una propuesta de catalogación, y busca atender a las interrogantes sobre la manera en la que Leufert abordaba su oficio, como investigador y artista.

Este trabajo es un aporte al estudio del diseño en Venezuela, primeramente porque proporciona el registro de un archivo desconocido, signos de identidad y experiencias visuales que no se encuentran en ninguna publicación de Leufert, y que fueron creadas entre 1958 y 1991. En segundo lugar porque constituye una aproximación al análisis del discurso gráfico moderno en correspondencia con la cultura que lo generó, estableciendo las premisas de trabajo, herramientas teórica y recursos gráficos que condicionan — aun hoy en día— la manera en la que se aborda el oficio del diseño gráfico en Venezuela, y que determina la configuración de nuestra cultura visual.

Palabras claves: Gerd Leufert, diseño gráfico, arte moderno, emblema, marca, logotipo, signo, registro, Biblioteca Nacional de Venezuela.

INTRODUCCIÓN

La dinámica visual que propone los emblemas de Gerd Leufert implica un observador activo, que juega a encontrar el sentido de la forma, a establecer relaciones y vínculos entre los elementos que la componen. El trabajo de investigación que presentamos es también una invitación a indagar en los rasgos formales, a identificar estructuras que se repiten y modos de representación que conforman el lenguaje de Leufert. Lo que se propone es un ejercicio que permite aproximarse al artista y diseñador a partir de sus imágenes, de sus bocetos, pruebas y ejercicios libres, específicamente de su obra no publicada.

Iniciar el estudio de este material exigió la revisión de los aportes de investigaciones anteriores y de diferentes enfoques de interpretación. Nos encontramos primeramente con las publicaciones que hiciera el propio diseñador en vida, libros y catálogos editados entre 1966 y 1988 bajo su supervisión, y que llevan la marca de su estilo: *Visibilia, Imposibilia, Marcas, Sin arco, Gerd Leufert, diseñador, Novum Gebrauchs Graphik, La emblemática de Gerd Leufert, Diseño gráfico en Venezuela* y el *Catálogo de la Sala de Arte Sidor*. Así mismo, podemos mencionar los textos breves y artículos de prensa de historiadores y críticos de arte como Roberto Guevara, Miguel Arroyo, Marta Traba, Juan Calzadilla, Marcos Rodríguez, Santos López entre otros, quienes comentaron la obra de este artista.

Aunque en la mayoría de estas publicaciones se abordan las particularidades del diseño de Leufert, alabando su faceta de artista e investigador de la visualidad, hasta ahora no se había desarrollado un estudio de su trabajo no publicado a partir específicamente de sus elementos de construcción. Es probable que la gran estimación que despierta Leufert como figura pública, y su protagonismo en la historia del diseño en Venezuela haya postergado o desviado la atención del estudio de su lenguaje formal, y de buena parte de su obra que podría denominarse marginal.

Sobre los trabajos desarrollados en la Escuela de Artes de la Universidad Central de Venezuela encontramos dos investigaciones que indagan en los vínculos entre el arte y el diseño a partir del análisis de carteles: los trabajos de

grado de Alexandra Turci Esteller y Susana Benko titulado *La relación arte-diseño a partir de la cartelística de Santiago Pol* (2005), y la tesis de Nila Lista sobre *El cartel como objeto museable. La colección de carteles venezolanos del Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz Diez* (2004). También en la Escuela de Comunicación Social de la UCV existe una tesis sobre *el Diseño Gráfico en la Venezuela del siglo XX*, de Gonzalo Lobo (1980). Estos proyectos de investigación contiene información muy general relacionada con el diseño, pero no tocan el tema de los caracteres formales específicos de la obra de Leufert o sus contemporáneos.

Uno de los primeros hallazgos en la etapa de arqueología de fuentes fue la tesis doctoral de Alfredo Gutiérrez-Kavanagh. *La transformación de los emblemas en marcas en la sociedad postindustrial analizada desde la perspectiva de las nuevas tecnologías* (Madrid, 2011), lo que permitió entender el fenómeno del emblema, la manera en que funcionaba en su origen, y la posterior aparición de la marca y los signos para uso comercial. Una de las dificultades iniciales fue precisamente encontrar la definición de nuestro objeto de estudio: el emblema, término que utilizaba Leufert para nombrar algunos de los signos que diseñó.

El problema de abordar una investigación en el área del diseño es precisamente que no existe una bibliografía que no sea aquella que concibe la creatividad como un ejercicio metodológico. Aquí radica otra importancia de la investigación: ubicar los orígenes de un conjunto de premisas de trabajo que se imparten en las escuelas e institutos de diseño sin una conciencia real de su origen, utilidad e influencia.

Sin embargo, el principal referente de la investigación es el libro editado por la Galería de Arte Nacional en 1984, titulado *La emblemática de Gerd Leufert* en el que Álvaro Sotillo propone un discurso y una organización personal de los emblemas. El libro señala un posible camino para entender las principales líneas de trabajo que ocupan a Leufert. La manera en que se estructura esta publicación, a partir de un criterio de selección establecido por Sotillo junto a Leufert, señala

una forma de organización del trabajo de Leufert, rasgos formales significativos, reuniendo las soluciones mejor logradas conceptual y estéticamente.

Partiendo de esta referencia fundamental, contando con artículos y ensayos impresos, textos en internet y otros documentos pertenecientes al Archivo de la Biblioteca Nacional en Caracas, se emprendió un proceso de lectura de los emblemas no publicados, buscando en las síntesis visuales un rasgo característico del estilo de Leufert y de la época que lo generó. En ese sentido, la acción de catalogación se planteó como un ejercicio interpretativo y metodológico para nutrir las posibles lecturas de la totalidad de su emblemática.

El registro de las imágenes generó también la necesidad de establecer contactos con otros investigadores, y con el grupo de diseñadores gráficos que trabajaron junto a Leufert, que fueron sus discípulos y amigos, que conocieron a profundidad la manera en la que se desarrollaba su proceso creativo. Estas conversaciones permitieron hacer una mejor organización del material encontrado y reconocer los factores y circunstancias que marcan el desarrollo de las obras gráficas.

El material estudiado requirió además la consulta y los recursos de análisis que proveen distintas teorías. Para el desarrollo del contenido de este trabajo se revisaron enfoques de la semiótica y la hermenéutica, lo que permitió abordar el problema de las definiciones de signo, símbolo, marca y emblema. Así mismo se consideró el análisis sobre los conceptos de representación y modernidad desde la perspectiva que arroja el diccionario de estudios culturales latinoamericanos. También se usaron algunas herramientas de interpretación visual provenientes de la tradición escolar del diseño gráfico y las teorías de la percepción: Vasili Kandinski, Rudolf Arnheim, Bruno Munari, Donis A. Dondis, Walter Diethelm, Adrian Frutiger, etc. Estas teorías permitieron justificar la creación de las categorías y la identificación de las principales metodologías de trabajo en el campo del diseño. También se tomaron en cuenta las reflexiones sobre el signo, la cultura moderna y la era post-industrial de Jean Baudrillard, y la aproximación al análisis

de la relación teoría y práctica del diseño a partir de la teoría de Baourdieu que desarrolla Jaime Carrasco-Zanini y Bruno De Bechi.

Resultó un tema ineludible la relación de la emblemática de Leufert con las obras plásticas modernas y su manera particular de abordar el problema de la representación. No se trató tan solo de hacer una reseña histórica sino de establecer referentes internos y externos más inmediatos a la obra de Leufert, rastreando rasgos formales, vínculos, influencias y principios de trabajo comunes. Nos aproximamos al análisis del arte y el diseño moderno a partir de los textos de Philip B. Meggs y Alston W. Purvis, Wladyslaw Tatarkiewicz y Malcolm Barnard. En cuanto a la historia del diseño gráfico en Venezuela, se citan algunos textos de Alfredo Armas Alfonso, Jacinto Salcedo, Elina Pérez Urbaneja, Aquiles Esté y José José Villamizar.

Se indagó en la teoría y práctica del archivo de arte contemporáneo a partir de dos textos fundamentales: el *Manual de registro y documentación de bienes culturales y otros* (2008) y el artículo sobre “Temas de museología” de José A. Navarrete. Así mismo se consultó con el personal del Museo de Bellas Artes y Museo de la Estampa y el Diseño Carlos Cruz Diez, que prestaron asesorías sobre el tema de la ficha y los campos para el registro.

A partir de las definiciones del emblema, la marca, el diseño y el arte moderno, que se desarrollan en el primer capítulo, se estableció un criterio de selección del material para el registro, lo que ayudó a descartar una parte de los trabajos resguardados en la Biblioteca Nacional de Venezuela. Luego, en el segundo capítulo, abordamos la historia del Archivo de Leufert de la Biblioteca Nacional, así como la elaboración reflexiva y especulativa del instrumento o ficha con todos los datos necesarios para hacer la catalogación, e identificamos las bases teóricas que justifican las categorías formales-gráficas.

Ubicada la emblemática dentro de unos parámetros de construcción de las formas, considerando referentes y correspondencias con la tradición artística y con la búsqueda desde el oficio del diseño, se desarrolló un tercer capítulo que propone una descripción de las categorías que se generaron para el registro, una

lectura descriptiva para la catalogación del material encontrado en la Biblioteca Nacional. Se abordó el análisis formal e iconográfico con el fin de poner a dialogar el corpus de estudio en relación con las categorías. El contenido de este último capítulo permitió trazar un mapa que señala la dirección de los distintos procesos de creación de formas desarrollados por Gerd Leufert. Este ejercicio puede considerarse como acercamiento a las estrategias con las que se generaron las imágenes que fueron posteriormente publicadas, y proporciona un enfoque que permite entender la totalidad de la emblemática de Leufert, considerando que los emblemas no publicados son quizás la parte históricamente menos revisada.

Como diseñadora gráfica me propuse emprender esta investigación para aplicar las herramientas de investigación y los métodos adquiridos tanto en la Escuela de Artes de la UCV como en la práctica del oficio. El estudio de los emblemas no publicados de Gerd Leufert abre la posibilidad de seguir profundizando en los procesos que permiten solucionar problemas concretos de diseño, relacionados con aspectos funcionales y estéticos. Registrar y catalogar su obra no publicada permitirá tomar conciencia ante la pérdida de originales, y la importancia del rescate y resguardo patrimonial en nuestro contexto histórico actual. Releer un grupo de imágenes implica reconocer un legado, un patrimonio que en muchos casos permanece oculto, y que hay que develar para poder descubrirnos también en el pasado.

CAPÍTULO I

EL EMBLEMA MODERNO

1. El problema de las definiciones

La revisión de las nociones básicas referentes al campo del diseño gráfico, en un contexto ajeno al académico, podría parecer innecesaria. Generalmente se dan por sentado en el ámbito práctico del oficio. Sin embargo, en el caso de los conceptos relacionados a la creación de imágenes y códigos de identificación, se percibe una falta de claridad en el uso de términos como signo, señal, símbolo, marca, emblema y logotipo. Son frecuentes las contradicciones y dificultades para nombrar los productos de una práctica que se aborda generalmente desde la intuición, la experimentación con elementos visuales, los criterios formales y las relaciones entre referentes. El uso que profesionales y clientes hacen del vocabulario técnico no necesariamente responde a una consistencia conceptual. El oficio se desarrolla, aparentemente, sin necesidad de marcos o referencias teóricas determinantes, pero la comprensión de dichas configuraciones gráficas es esencial para entender nuestra cultura visual, además de constituir la base esencial para desarrollar el objetivo de esta investigación. Con el fin de justificar el criterio de selección del material para el registro e identificar las características esenciales de las imágenes gráficas que hemos decidido estudiar, es necesario revisar algunos conceptos, tomando en cuenta diferentes enfoques que abordan el estudio de la producción de discursos.

En el caso específico de Leufert —considerado una figura central de la historia del diseño en Venezuela, precisamente por destacarse como un gran emblemista¹— corresponde revisar la definición de un fenómeno gráfico fundamental: el emblema. En cuanto a este término, es inevitable ingresar en el ámbito de las opiniones encontradas. El emblema es una de las representaciones característica del diseño moderno, concepto que parece haber entrado en desuso

¹ Aquiles Esté, y Jacinto Salcedo, *DGV 70, 80, 90. Diseño Gráfico en Venezuela*, p. 21

en la actualidad, suplantado por el de identidad gráfica, logotipo o marca. Las circunstancias que propiciaron su aparición dentro de la disciplina gráfica y el origen mismo del término dan cuenta de sus particularidades. Es importante indagar en las distintas nociones de emblema, e incluso en la relación que guarda con otros conceptos más genéricos vinculados a la producción de imágenes.

Según lo refiere Rafael Zafra y José Javier Azanza en un catálogo publicado por la Biblioteca de la Universidad de Navarra, la primera vez que aparece el término “emblema” es a partir de 1531 en una obra llamada *Emblematum liber* de Andrea Alciato. Se trataba de una composición de imagen y texto de cuya relación se desprendía un pensamiento o enseñanza. Este tipo de expresiones gráficas fueron utilizadas a lo largo de los siglos XVI, XVII y XVIII para representar los mitos clásicos, la historia antigua, la historia sagrada, la vida de santos, las fábulas, bestiarios, lapidarios, herbolarios, etc. Estas formas expresivas resultaron ser las más adecuadas para la educación, la catequesis, la prédica de las doctrinas religiosas, así como para diseminar el programa ideológico de inicios de la edad moderna. Se convirtieron en formas poéticas típicas del auténtico espíritu humanista.² Para hacernos una idea de cómo funcionaba este tipo de imagen incluimos un emblema de Andrea Alciato de 1531 (figura 1) y una obra de Sebastián de Covarrubias de 1610 (figura 2).³

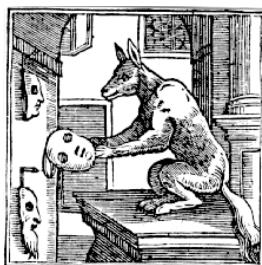


Figura 1: Andrea Alciato, *Emblem 189: Mentem, non formam, plus pollere* (Más vale inteligencia que belleza / Mente, no forma exterior, prevalece), 1531.

² Rafael Zafra y José Javier Azanza, *Deleitando enseña: Una lección de emblemática*, p.1 (on line)

³ [el emblema] presenta una morera de la que penden, de cada rama, una piedra atada a una cuerda; sistema que se usa en Valencia para quitar las hojas a estos árboles, pero que cuando se retiran las piedras, las ramas recuperan su posición primera. El mensaje moral pretende decirnos que las malas formaciones e inclinaciones del hombre en su niñez son difíciles de corregir. Con clara alusión a las dificultades para reconvertir a los moriscos, que volvían una y otra vez a sus prácticas primeras, cuando cesaba la catequización cristiana a ellos impartida. Véase: Juan de Dios Hernández Miñano, *Sebastián de Covarrubias en sus emblemas morales*, p. 523

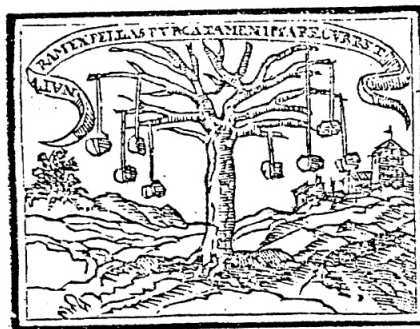


Figura 2: Sebastián de Covarrubias, *Emblema 85 (Centuria II)*, 1610.

Desde la perspectiva del pensamiento renacentista, las imágenes y manifestaciones de la naturaleza se consideraban también emblemas. Frances Yates, en la publicación del *Journal of the Warburg and Courtauld Institute*, concibe el cosmos, el sol, los planetas, la luna, la tierra, como imágenes que guardan un enigma. “El universo está construido sobre el mismo principio que un emblema o dispositivo, es decir, un secreto que oculta verdades espirituales en términos de los objetos percibidos por los sentidos”.⁴ La imagen era una metáfora, un instrumento para acceder a niveles de conocimiento más elevados, un símbolo que aglutinaba una variedad de posibilidades de interpretación por su riqueza de contenido.

Según el libro *Signs+Emblems A Collection of International Examples* (1982) de Erhardt D. Stiebner y Dieter Urban, cuando se habla del emblema se refiere también a las marcas que se imprimían al final del libro y en la página del título para indicar que había sido impreso por un editor particular.⁵ La figura 3 muestra este tipo de imágenes llamados *ex libris*, usada por Johannes Knabensberg en la década del 1450, que lleva una inscripción: “Hans Iglar” (que el erizo te bese). A medida que el arte de la imprenta se propagó en Alemania, también lo hizo el uso de este tipo de marca como identificador visual. En la época en la que pocas personas podía leer y escribir, los decretos, anuncios y documentos fueron

⁴ “The universe is constructed on the same principle as an emblem or device; that is to say, it secretly shadows forth spiritual truths in terms of objects perceived by the senses. One 17th century theorist on emblematics saw the sky as a vast cerulean Shield, on which skilful Nature”. Véase, Frances Yates, *The Emblematic Conceit in Giordano Bruno’s de Gli Eroici Furori and in the Elizabethan Sonnet Sequences*, p. 108. (La traducción del autor)

⁵ Erhardt D. Stiebner y Dieter Urban, *Signs+Emblems A Collection of International Examples*, p. 23

también marcados con un signo. Las firmas y emblemas de alfareros, canteros, orfebres y plateros fueron los signos precursores de lo que hoy entendemos como marcas comerciales, expresiones condensadas de la personalidad e indicadores de propiedad, imágenes que servían para distinguir y proteger los productos.⁶



Figura 3: *ex libris* (usado por Johannes Knabensberg), ca. 1450.

A partir de la era industrial, el Estado y la empresa requieren generar más mecanismos de promoción. El emblema se convierte en un dispositivo de uso común en el mundo laico. Ya para el momento en el que se definen las nociones básicas de la disciplina del diseño gráfico (segunda mitad del siglo XX), aparece un nuevo concepto de emblema: imagen o símbolo que sirve para concretar un contenido abstracto y designar comunidades de personas.⁷ A diferencia de la primera y clásica acepción del término, el emblema moderno es un recurso retórico y no una expresión enigmática. Sigue apareciendo el carácter simbólico de la imagen, pero en función de representar los conceptos o ideas que definen una institución, organización o empresa. Es decir, aparece otra condición al parecer indispensable: el carácter utilitario.

Podemos vincular el concepto de emblema moderno con el desarrollo de las teorías de la comunicación durante el siglo XX, y con la necesidad de generar mecanismos de identificación en el contexto de la dinámica urbana, relacionada con la proliferación de medios de promoción y distribución de información, dentro de una cultura de masas cuya producción está al servicio de unos intereses económicos, sociales o culturales. Este sistema intrincado de intercambio de

⁶ Kristin Bühler-Oppenheim, *Signs, Brands, Marks*, p. 47

⁷ Walter Diethelm, "Glosario de términos en español" en: *FORM+COMUNICACION*.

estímulos y respuestas, de significantes y significados, que se teje en una sociedad de consumo creciente, determinó la aparición de imágenes que logran llamar la atención del espectador y transmitir inmediatamente un mensaje sin necesidad de reflexión.

La capacidad que tiene el emblema para transmitir los valores que promueve el capitalismo postindustrial, y para conectar emocionalmente al espectador, puede recordar el carácter original del emblema, pero los mecanismos que se articulan no son los mismos. Los nuevos dispositivos parecen haber perdido el carácter metafórico-enigmático, y ahora se controla y limita la variedad de posibilidades de interpretación. Se trata de imágenes creadas con el fin de lograr la máxima economía de recursos, una comprensión rápida y efectiva fijación en la memoria, producto de un proceso creativo que privilegia la síntesis y búsqueda de formas seductoras y atractivas, que sean capaces de perdurar al margen de las modas. Aunque estas características pueden ser atribuidas al emblema, hoy en día es más común hablar de marca, un término que también fue usado por Leufert para denominar parte de la producción que incluiremos en el registro. ¿Pero a qué dinámica laboral responde esta nueva denominación?

Gutiérrez-Kavanagh, en su tesis doctoral titulada *La transformación de los emblemas en marcas en la sociedad postindustrial analizada desde la perspectiva de las nuevas tecnologías*, habla de una sustitución del término de emblema, de una transformación producto de un contexto más contemporáneo: después de cuatrocientos años, es la empresa y no la Iglesia o el Estado quien pasó a ser la principal beneficiada por una estrategia de discurso para difundir contenidos. El emblema, desprovisto ya de su aureola espiritual o ideológica, se convirtió en marca.⁸

Según el libro *Form+Comunication* del suizo Walter Diethelm la marca es un “signo de origen, distintivo o de protección que sirve para identificar los productos. En ciertos casos, puede convertirse en signo distintivo de asociación, e incluso en

⁸ Alfredo Gutiérrez-Kavanagh, *La transformación de los emblemas en marcas en la sociedad postindustrial analizada desde la perspectiva de las nuevas tecnologías*, p. 141. (on line)

marca de calidad”.⁹ Según esta definición, la marca carece del carácter simbólico que era fundamental en el emblema clásico, se trata de un signo con una función muy específica: denotar calidad, fiabilidad y pertenencia, cumplir una función de marcaje de objetos y servicios para predisponer la elección de consumidores y usuarios. Para entender cómo funcionan estas formas de representación, que dentro de la obra de Leufert han sido consideradas también emblemas, podemos revisar sus particularidades.

La marca en la actualidad puede ser referida y estudiada a nivel conceptual, formal y morfológico, sociológico y funcional. A pesar de mostrarse como una unidad es “el resultado de la combinación de tres formas distintas de expresión que se manifiestan de forma simultánea: la semántica (lo que dice), la estética (cómo lo dice) y la psicológica (lo que evoca)”.¹⁰ Estos tres aspectos se relacionan también con los tres elementos constitutivos de la identidad visual: el logotipo, el símbolo gráfico y la gama cromática. Algunos autores como Joan Costa conciben este sistema como un problema de representación simbólica, sistema que sostiene y justifica la marca. Aquí aparece la ambigüedad entre los términos: ¿es la marca un signo o un símbolo?, ¿cuál es la diferencia entre estos dos lenguajes?

Las fronteras entre uno y otro concepto varía de acuerdo al enfoque. El campo de la semiótica admite el símbolo como una categoría perteneciente al concepto general de signo. Por otra parte, la hermenéutica entiende el signo y el símbolo como categorías separadas y bien diferenciadas. Según Ferdinand de Saussure el signo es la asociación arbitraria de un significante con un significado, conformando un sistema establecido por convención.¹¹ Este tipo de representación sirve para transmitir una información y un significado limitado. En cambio el símbolo implica el reconocimiento e interrelación de significados no limitados, no concretos, metáforas configuradas por analogía o convención.¹²

⁹ Walter Diethelm, *Op. cit.*

¹⁰ José José Villamizar, *Venezuela CMYK, Marcas*, p.055

¹¹ Ferdinand de Saussure, *Curso de Lingüística general*, p. 93

¹² P. Raul Biord Castillo, *Del signo al símbolo*, p. 8

En el sentido más clásico del término, el símbolo está relacionado con la alegoría, algo que refiere a otra cosa. Para Hans-Georg Gadamer “lo simbólico no sólo remite al significado, sino que lo hace estar presente: representar el significado”.¹³ Aclara el autor que lo simbólico no está hecho para que el significado sea alcanzado racionalmente. En general, las artes visuales están emparentadas con este tipo de representación, pues construyen un lenguaje sin palabras, una experiencia profundamente comunicativa y emotiva. La lógica simbólica ha estado más relacionada con la actividad de pintores, poetas y músicos, mientras que la lógica sígnica, más abstracta y con una prevaecía de la función informativa, ha resultado más útil para el desarrollo del lenguaje científico y los sistemas de comunicación de masas. La sociedad occidental contemporánea ha privilegiado el uso del signo por ser más eficiente para el proyecto desarrollista económico, social y cultural. Se ha identificado el lenguaje sígnico con las sociedades desarrolladas y el símbolo con los pueblos primitivos, un prejuicio que ha caracterizado el pensamiento moderno.¹⁴

El triunfo del signo frente al símbolo en la sociedad de consumo parece estar emparentado con la transformación del emblema en marca, tal como lo menciona Gutiérrez-Kavanagh.¹⁵ El carácter sígnico se relaciona más con el concepto de marca, y el símbolo con los emblemas. Si se confunden estos dos pares de términos dicha transformación puede parecer sutil, pero encierra una dinámica fundamental para comprender la manera en que se genera el lenguaje visual propio de la contemporaneidad.

Sabemos que Gerd Leufert editó un libro llamado *Marcas* donde incluyó las imágenes que representaban instituciones y empresas. Sin embargo, en los documentos encontrados en el archivo de la Biblioteca Nacional en los que Leufert plantea las condiciones de trabajo a los clientes (véase anexo N° 1) no habla de marca sino de emblema, así como de imagen corporativa. Debemos considerar además una referencia fundamental: el libro *La emblemática de Gerd Leufert*,

¹³ Hans-Georg Gadamer, *La actualidad de lo bello*, p. 90

¹⁴ P. Raul Biord Castillo, *Op. cit.*, p. 8 (on line)

¹⁵ Alfredo Gutiérrez-Kavanagh, *Op. cit.*, p. 141(on line)

donde se muestra una gran variedad de signos gráficos (utilitarios y no utilitarios). Por esta razón hemos decidido mantener la denominación que el diseñador usaba en su momento, aunque hoy en día no se utilice otro término sino el de marca.

Dentro del ámbito de la edición de sus libros, podemos encontrar la referencia a ambos conceptos. El texto que aparece en *Visibilia* habla de emblema y marca como sinónimos, y los define como “la constante publicitaria de una empresa, el signo abreviado de su nombre y sus productos, [el cual] debe ser único, sin equívoco posible e independiente del tiempo”.¹⁶ En el libro *Marcas*, editado cuatro años después, se define la marca como una representación con significado y sentido propio. En la mayoría de los catálogos y publicaciones sobre la obra de Leufert se define su trabajo como un diseño de formas y signos, no se concibe como un lenguaje simbólico sino como una constante creación de experiencias gráficas que invitan a los sentidos.¹⁷

Podemos entonces decir que nuestro objeto de estudio serán los signos modernos, es decir expresiones gráficas sintetizadas, lo que Marta Traba refiere como una voluntad de codificación que caracteriza el trabajo de Leufert. Su obra, dice la misma autora, “gira preferentemente en torno a la importancia del diseño gráfico como signo”¹⁸. En ese sentido se puede entender el lenguaje sígnico como la forma expresiva que define el oficio del diseño gráfico, y la línea de investigación abordada por Leufert desde la práctica. Nuestro registro contendrá todos aquellos signos diseñados por Leufert que él llamó emblemas.

Las marcas que aportan información, conocimiento o identidad, conforman una parte importante del registro que hemos realizado. Sin embargo, en el archivo de la Biblioteca Nacional existen otro grupo de imágenes, muy numerosas, que no entran dentro de esta clasificación, pues son signos que no han sido creados bajo parámetros conceptuales establecidos ni han sido utilizados como identidad gráfica. Es importante destacar que este diseño libre y no utilitario es una categoría difícil de definir. Al no poseer significado ni suministrar ningún tipo de

¹⁶ Miguel G. Arroyo C., *Visibilia*, p. 9

¹⁷ Victoria de Stéfano, *La emblemática de Gerd Leufert*, p. 7

¹⁸ Marta Traba, *Mirar en Caracas*, p. 86

información sus productos parecen no entrar en la categoría de signo, marca o emblema, términos sobre los cuales hemos indagado hasta ahora. Marta Traba percibe también esta contradicción al intentar definir el contenido que se muestra en el libro *Visibilia*.

Visibilia es, desde el punto de vista gráfico, un conjunto ilusionista, porque se trata de marcas que no suministran ninguna información, de “marcas gratuitas” o de imágenes que golpean por y para sí mismas: en cierta forma, es un trabajo gráfico no figurativo, que logra una condensación formal extraordinaria y por lo general inolvidable, dentro de invenciones que se emparentan con otras que mantenemos en la memoria. Podríamos también llamarla “signos”, pero habría que aclarar que se refieren a un signo especial, monosémico, de modo que no puede ser visto, ni leído, ni incorporado a esa reserva de la memoria, sino bajo un solo aspecto.

El concepto de emblema como una forma no utilitaria pareciera encerrar un contrasentido, pero en el caso Leufert fue admitido pues sus signos, se usen o no como marca, conservan parámetros formales y principios de construcción que sustentan la forma y la autonomía significativa concreta. En un artículo publicado por El Nacional y escrito por Santos López, Álvaro Sotillo se refiere a esta problemática cuando afirma: “No es cierto aquello de que si la forma emblemática no es útil no tiene validez”.¹⁹ En el libro *La Emblemática de Gerd Leufert* Sotillo parece propiciar el diálogo entre la imagen utilitaria y la no-utilitaria, las cuales, en ese contexto, no parecen diferenciarse; allí se confunden, se confrontan para conformar un ensayo visual, y se plantea la hipótesis de que para el ojo no existe tal oposición. Este libro es casi una antología que recoge un amplio espectro entre esas dos áreas de trabajo que tipifican la obra de Leufert.

Nuestra investigación requiere intentar dibujar un límite, establecer una clasificación del material encontrado en el Archivo de la Biblioteca Nacional para su fácil lectura, para su posterior estudio y ordenación, pero no a expensas de una inconciencia de la delgada frontera entre estas dos áreas de trabajo: la de las imágenes utilitarias y la no utilitarias. ¿Qué diferencia existe entre la figura 4 y la 5? Desde el punto de vista formal no existe una gran diferencia, aunque la primera sea una marca para un banco nacional y la segunda un ejercicio de la serie *Sin*

¹⁹ Santos López, *El diseño de Leufert*, p.C-18

arco. Tal y como lo señala Gabriel Rodríguez, “hay en *Marcas* emblemas comerciales o institucionales que pueden leerse como especulaciones formales puras, así como hay en *Visibilia* formas a las que sólo falta la referencia aplicada para convertirlas en marcas.”²⁰



Figura 4

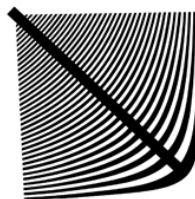


Figura 5

Podemos decir por tanto, que en el caso de Leufert se dan ambas posturas espontáneamente, como un juego entre el rigor del ejercicio y la imaginación. Esta vuelta a la intuición, a lo no racional, que emprende como diseñador, habla del respeto por el proceso que lo lleva a concretar la forma, el deleite por los distintos resultados formales, la obsesión por encontrar una expresión gráfica sintetizada, eficiente y atractiva. El emblema en Leufert es una práctica constante por generar relaciones visuales que respondan a los parámetros estéticos universalistas propias de su contexto, es la búsqueda de una expresión abreviada y fácil de recordar, más que el resultado definitivo. Así lo define Victoria De Stéfano:

*Gerd Leufert se ha dedicado a la creación de formas que son por si mismas emblemáticas, es decir, que expresan zonas de nuestra experiencia que solo con dificultad pueden ser expresadas con palabras y que en sus emblemas quedan eficazmente condensadas.*²¹

Esta definición recuerda el concepto original de emblema que revisamos al inicio del capítulo. Los emblemas modernos son imágenes que utilizan el viejo recurso retórico, solo que ahora no se trata de un contenido enigmático, una lógica y un sentido moral, sino de la seducción formal y sensorial, de la indeterminación o ausencia del sentido, del juego con la lógica visual, lo que constituye el fenómeno estético. Los mecanismo de persuasión son ahora distintos, y están determinados

²⁰ Gabriel Rodríguez, *Gerd Leufert Diseñador*, p. XVII

²¹ Victoria de Stéfano, *Op cit.*, p. 7.

por el contexto que los generó. Es el estudio de estas variables lo que permitirá entender la noción de emblema propia de Gerd Leufert.

2. Arte y diseño moderno: antecedentes e influencias

Para entender el momento histórico que vivió Leufert es necesario repasar algunos antecedentes que determinaron su formación, y por lo tanto también marcaron el proceso de creación de las imágenes que conforman el registro. Una breve revisión de la historia del arte y el diseño moderno nos permite rastrear de dónde proviene su lenguaje formal, el repertorio de elementos gráficos, así como establecer referentes y posibles influencias. Es fundamental para el trabajo de catalogación y la creación de las categorías que se incluirán en el instrumento de registro, el estudio de los referentes visuales y una concepción clara del pensamiento que genera la estética moderna.

Como ya vimos, el uso de signos, emblemas y marcas como formas de representación está fuertemente marcado por la ideología moderna. Gran parte de los procesos de creación articulados por el diseño y el arte durante el siglo XX se desarrollan a partir de la lógica racionalista, que predomina ya desde el siglo XVIII. La idea de progreso instaurada en la sociedad moderna, implicó el rechazo de los modos de representación clásicos. Para el Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos, la noción de modernidad se entiende como una ruptura con el pasado, nace como una respuesta de oposición que luego se convierte en la “cultura oficial”, comprendida como discurso hegemónico generado a partir de un proyecto progresista.²²

Al abandonar el interés por la experiencia espiritual el sujeto occidental convierte la razón en la nueva deidad. Este será el contexto en el que se inscribe la transformación de las bellas artes en artes aplicadas, de la imagen con fines netamente estéticos al producto con fines prácticos, del lenguaje simbólico al sígnico, proceso que ya hemos referido anteriormente. Arte, artesanía y diseño,

²² Mónica Szurmuk y Robert Mackee Irwin, *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*, p. 229

que eran áreas de trabajo permanentemente ligadas, se establecen como disciplinas separas a partir de la creación de las academias.

Pero dicha transformación opera progresivamente. El mismo Leufert se encuentra ante esta multiplicidad de prácticas y alternativas de estudio y trabajo. Habiendo estudiado en la Escuela Superior de Diseño de Hannover (1933), en la Escuela de Artesanía de Maguncia (1935) y en la Academia de Bellas Artes de Múnich (1939), podemos suponer que había recibido una formación proveniente de varias áreas de expresión, pero llegó un momento en que debía definir en que campo de trabajo especializarse. Quizás por eso, durante la entrevista que le hace The Daily Journal en 1977 con motivo de la edición del libro *Gerd Leufert diseñador*, habla de un cambio de rumbo.

Pero un día tuve que tomar una decisión muy privada. Decidí renunciar a todas las otras facetas de mi arte y concentrarme solo en el diseño. En ese momento, el diseño en general y el llamado artista comercial fueron muy poco apreciados o entendidos, y por lo tanto muy infravalorados.²³

Según Álvaro Sotillo, diseñador gráfico formado bajo la tutela de Leufert, su intención al estudiar en la Escuela Superior de Diseño y en la Escuela de Artesanía era desarrollar un primer período de entrenamiento y formación que sirviera como propedéutico antes de llegar a la Academia de Arte de Munich; porque inicialmente Gerd Leufert quería ser un artista y trascender en el campo de las artes.²⁴ De allí su íntimo y profundo vínculo con la plástica, y su postura frente a la experimentación formal. El gran número de imágenes sin clientes que se encuentran contenidas en el archivo estudiado, dan cuenta de una necesidad que no se corresponde tanto con la práctica del diseño sino más propiamente con la búsqueda vinculada al arte de su tiempo. La creación de ejercicios visuales, marcas no utilitarias e investigaciones individuales no es una típica labor ligada al oficio del diseñador gráfico. Vale la pena preguntarse entonces ¿de dónde

²³ *But one day I had to make a very private decision. I decided to give up all other facets of my art to concentrate on design alone. At the time, design in general and the so-called commercial artist were very little appreciated or understood and therefore very under-rated. Véase, Glenda Greenwald, Gerd Leufert: designer for life, p. 13 (Traducción del autor)*

²⁴ Testimonio recogido por Lya Bonilla en conversación con Álvaro Sotillo (26/01/2015. Oficina del Laboratorio de Tipografía de Caracas, Santa Fe, Caracas)

proviene este impulso creador? ¿qué tendencias artísticas podrían estar vinculadas con este tipo de trabajo?

Para la fecha de su nacimiento (9 de junio de 1914) Europa se encontraba a punto de desencadenar la Primera Guerra Mundial; el imperio Alemán buscaba expansión. En la década de 1910 se desencadenaría la revolución rusa, y después del término de la guerra sería inminente el desarrollo de los nacionalismos y el auge del fascismo en Alemania. En las artes había dominado, desde principios del siglo XX, un impulso de experimentación, innovación y hallazgo.²⁵ El Cubismo (1907), Futurismo (1909) y Constructivismo (1914) significaron un giro radical en la concepción de la imagen. Con la teoría Gestalt en Alemania, a principios de la década de 1910, la imagen pasó a ser un objeto de estudio sobre el que prevaleció el enfoque racionalista y científicista. Este sería el escenario en el cual se sentarían las bases del diseño gráfico, disciplina independiente que tomó del arte un gran caudal de códigos y recursos.

Los elementos básicos —forma y color— a partir de los cuales se construye el diseño, tal y como se concibe en la actualidad, son producto de una revolución del lenguaje artístico plástico que desencadenaron investigadores de la imagen como Kandinski y Paul Klee.²⁶ Con ellos se establece una línea de estudio en busca del significado de los distintos estímulos visuales. Se constituye una nueva ciencia de la visión.

Pero es principalmente el pensamiento formalista, como teoría y método, el que hará posible la constitución de escuelas para la formación de diseñadores y artistas. Las potencialidades del lenguaje gráfico, explorado en principio por el Constructivismo en Rusia (1914), De Stijl en Holanda (1917) y por el Arte Concreto en Francia (1930), fue desarrollado, más tarde, dentro de un marco académico por los maestros del diseño.²⁷ Estas nuevas investigaciones de la imagen se vieron atraídos por la nitidez de la línea y los contornos, la sensualidad de la forma pura, la voluptuosidad de los estímulos cromáticos y las potencialidades del espacio y el

²⁵ Philip B. Meggs y Alston W. Purvis, *Op. cit.*, p. 248

²⁶ *Ibidem*, p. 265

²⁷ *Ibidem*, p. 309

formato. Se prefirió las imágenes en dos dimensiones. La absoluta claridad venía a ser el resultado de un proceso de construcción aritmética, de la división lineal del espacio en partes, lo que buscaba generar armonía y equilibrio en las relaciones de contraste visual. Progresiones y permutaciones geométricas fueron procesos comunes.

Heredando de las artes este impulso creativo, se configuró la aparición de la Bauhaus (1919-1933), el diseño suizo o “Estilo Tipográfico Internacional” (1950) y la Escuela de Ulm (1953-1968), instituciones y tendencias que constituyeron lo que hoy conocemos como diseño moderno. Con la Escuela Superior de Diseño Bauhaus, en Alemania, se emprende la búsqueda consciente de una nueva alfabética visual: formas elementales y abstractas, fotografía y fotomontaje, contrastes de colores puros, composición reticular, son algunos de los recursos gráficos utilizados atendiendo a la funcionalidad de la imagen. Este reconocido sistema de formación tuvo tal influencia y alcance que después del final de la segunda guerra mundial, y aun en nuestros días, se fomenta en escuelas e institutos de diseño en todo el mundo.

Malcolm Barnard, escritor del libro *Graphic Design as Communication*, afirma que, en diseño, un modernismo maduro emerge a finales de 1920 y hasta 1950, manejando dos temas o valores principales: el rechazo a lo decorativo — favoreciendo el carácter limpio y simple de la imagen— y la claridad de la función. Este autor menciona otro aspecto importante, muchas veces olvidado y poco abordado, es la desintegración de la subjetividad del creador, es decir, la aparición de unos criterios que pretenden responder a la función estética de la imagen y no al impulso individual del diseñador.²⁸

El principio atribuido al arquitecto norteamericano Louis Sullivan “la forma sigue la función”²⁹, fue preconizado y asimilado como filosofía de trabajo por arquitectos y diseñadores, expresión máxima del funcionalismo mecanicista que alude a la relación con el campo de la biología y los principios del determinismo.

²⁸ Malcolm Barnard, *Graphic Design as Communication*, p. 114

²⁹ Juan Calduch, *Temas de Composición Arquitectónica. Uso y actividad. De la utilitas a la función*, p. 7 (on line)

Pero lo contradictorio fue que el enfoque racionalista y funcionalista aplicado al diseño condujo, en muchos casos, a la creación de imágenes sin sentido, meros efectos visuales. En el diseño industrial norteamericano de los años treinta conseguimos uno de los ejemplos más extremos de esta paradoja moderna. Las líneas aerodinámicas se transformaron en símbolo de modernidad y progreso, así que con el fin de aumentar la venta de productos, fueron utilizadas de manera indiscriminada en el diseño de diversos objetos y espacios que no tenían la necesidad de connotar velocidad.³⁰

A pesar de este tipo de incongruencias, el problema de la forma y la función continuó siendo materia de trabajo para todo aquel que desarrolla el oficio de diseñador. La creación de signos de identidad está marcada por esta dinámica. Según el diseñador venezolano John Moore se crea para los ojos y, por ende, para el cerebro, el cual prefiere lo simple a lo complejo³¹. Por esta razón la geometría jugó un papel fundamental para hacer de la marca una imagen inconfundible y original. Basados en criterios eminentemente semiológicos, los teóricos indican que, para la conformación de signos y marcas, se requiere una gráfica breve, sencilla, potente y fácil de recordar, “lo simple es más inmediatamente percibido y más inteligente que lo complejo, en la medida que se reduce al mínimo el tiempo de decodificación del mensaje”.³²

En la obra de Leufert son visibles todas estas rasgos de la estética funcionalista. En su trabajo prevalece un impulso muy determinante y consciente, capaz de generar un lenguaje sintético y una imagen con una alta probabilidad de fijación sensible. Sus signos son el resultado de un amplísimo espectro expresivo, vinculado a la práctica de las artes gráficas pero también al fenómeno artístico plástico, más específicamente a la corriente óptica retinal. Su producción está influenciada por su desempeño como profesor en diferentes instituciones, su trabajo como curador y coordinador de proyectos museológicos, creador de obras

³⁰ Karina González, *Apreciaciones sobre la Historia del Diseño*, (on line)

³¹ John Moore, *Signo de identidad*. Citado por José José Villamizar, *Venezuela CMYK, Marcas*, p.060

³² Joan Costa, *La imagen de marca, Un fenómeno social*. Citado por *Idem*.

ambientales, murales, fachadas, su incursión en la fotografía, en la pintura, en el dibujo, y su relación con diferentes artistas nacionales e internacionales.

En el catálogo de la sala TAC titulado *Enmarcando a Gerd Leufert* editado a propósito de la exposición de sus *Listonados*, Ruth Auerbach hace referencia a un conjunto de influencias de tipo formal y conceptual que se perciben al estudiar su propuestas artísticas, y que es importante mencionar para nuestro estudio:

... desde el suprematismo de Malevich al neoplasticismo de Mondrian, desde las experiencias bauhausianas de Josef Albers y Max Bill, hasta el minimalismo y el Hard Edge de Ad Reinhardt y Ellsworth Kelly, incluyendo los color field de Rothko y Barnett Newman, así como las contundentes configuraciones entre uno y otro campo cromático concebidas por el artista de origen nativo americano León Polk Smith. En el contexto local Leufert mantenía contacto cercano con las diversas prácticas abstracto geométricas, constructivistas y cinéticas avanzadas por primera generación de creadores conformada por Jesus Soto, Carlos Cruz-Diez, Narciso Deboung, Alejandro Otero, Mercedes Pardo y por los que serían sus propios contemporáneos, artistas inmigrados a estas tierras, como él mismo, durante los años cincuenta: Marcel Floris, Nedo M.F., Ladislao Rascz, Luisa Richter y Paul Klose, entre otros. Y por supuesto, Gego, quien había arribado al país en 1939.³³

Leufert parece moverse entre el arte y el diseño, entre lo intuitivo y lo racional, entre lo espontaneo y lo preciso. Mientras que en diseño gráfico se parte de un significado para hallar la conformación de los signos, en el arte muchas veces es primero la obtención del signo sugerente y posterior la lectura de posibles significados. Leufert construye sus emblemas desde ambas direcciones. Tal y como la refiere Alfredo Chacón, sus imágenes son producto de una correspondencia:

...nacen de una relación especialmente generosa entre la mente y la mano; de un acuerdo consciente pero no calculado entre el gesto y el pensamiento y en el acto de trazar sobre un papel formas no resueltas, formas embrionarias que más tarde fueron conducidas, sin alterar su estructura, a la precisión que ahora presentan.³⁴

3. Arte y diseño en Venezuela

Las imágenes que han sido encontradas en el archivo de la Biblioteca Nacional son la manifestación de un fenómeno que se registró en nuestro país en

³³ Ruth Auerbach, *Enmarcando a Gerd Leufert. Listonados*, p.16

³⁴ Alfredo Chacón, *Visibilia*.

la segunda mitad del siglo XX, un material que da cuenta de una transformación en la maneras de concebir el arte y el diseño. En primer lugar debemos señalar que las imágenes del registro corresponden a un momento específico, el período de trabajo comprendido entre 1958 y 1991. Existe una estrecha relación entre la estética moderna y los procesos sociales y económicos articulados en Venezuela, durante los años sesenta, setenta y ochenta. Este es el período que nos interesa estudiar para encontrar el origen del lenguaje estético que se deja ver en el registro.

Para la década del cincuenta, Venezuela era uno de los países con mayor exportación de petróleo del mundo, con una economía completamente controlada por el capital transnacional y en pleno auge del rentismo. “Las artes se beneficiaron de la situación y experimentaron un fuerte desarrollo con la fundación de museos e instituciones, y la migración de artistas europeos”.³⁵ Al elevarse los recursos y el apoyo proveniente de la industria petrolera, se empezó a priorizar el trabajo de los diseñadores gráficos, paralelo al desarrollo cultural y artístico. La llegada de Gerd Leufert al país en 1951 (véase cronología) coincide con el inicio de una nueva etapa de gran productividad. La ciudad de Caracas entra en un proceso de “emblematización”³⁶. El proceso de exploración con la imagen gráfica moderna fue emprendido en nuestro país por un grupo de diseñadores, quienes crearon una serie de marcas y signos para instituciones culturales y empresas del estado, que hoy en día constituyen un patrimonio visual. Dichas imágenes guardaban una coherencia con el proyecto de urbanizar el espacio y cargar de sentido las representaciones. Leufert introduce una nueva noción de creador e investigador, relacionada con una poética de la forma.³⁷ Su vinculación con las expresiones plásticas del momento potenció el desarrollo de su trabajo como profesional.

³⁵ Felipe Taborda y Julios Wiedemann. *Latin American Graphic Design*, p. 29.

³⁶ Elina Pérez Urbaneja y Jacinto Salcedo, *Marcas. Identificadores gráficos en Venezuela Caracas*, p.35.

³⁷ Cuando arriban, a comienzos de los cincuenta, provenientes del extranjero, los fundadores del problema del diseño en Venezuela, concretamente, Larry June, Gerd Leufert y Nedo Mion Ferrario, aportan justamente los métodos y las expectativas de la modernidad artística aplicada al diseño. Recordemos que Leufert, por ejemplo, venía de desempeñarse en Munich como director de arte en

La aparición del diseño gráfico en Venezuela coincide también con las exploraciones de artistas nacionales en los temas del Arte Cinético (1954) y el Arte Óptico (1960). Se pretende un alejamiento de las imágenes expresivas, y se emprende la búsqueda de un arte sin marcas de sus contextos. El color adquiere protagonismo, así como el contraste y el ritmo. El disfrute por el estímulo visual, el movimiento, el juego de ilusiones ópticas y efectos cromático obtiene gran aceptación. Pronto esta tendencia se concibió como el “gran arte”, y adquirió un estatus alzándose como el discurso dominante dentro de los circuitos institucionales.

El grupo encabezado por Miguel Arroyo y Gerd Leufert en el Museo de Bellas Artes de Caracas, que mantenían relación constante con los artistas venezolanos y proponía innovadoras soluciones para la presentación del material expositivo, desarrolló un trabajo de altísimo nivel (entre 1960 y 1973), produciendo una cantidad de propuestas gráficas que se consideraron un significativo aporte, sobretodo en el área editorial. Pronto se sumaron nuevos creadores³⁸, quienes junto con Leufert iniciaron un proceso de consolidación de la imagen del museo, el cual marcó pauta en la escena artística nacional.

Paralelamente se entendió la necesidad de transmitir este conocimiento, esta experiencia y relación particular con la imagen, a las nuevas generaciones. Era de vital importancia la creación de una institución dedicada a la investigación en el área del diseño. Así nace el primer instituto de diseño en 1964 (Fundación Neumann-INCE, IDD), el cual también contó con Gerd Leufert como profesor fundador. Allí se congregó la visión cosmopolita del diseño y los patrones de enseñanza de la antigua Bauhaus, con lo cual la actividad toma un nuevo rumbo, relacionado con una formación más profesional.

En Caracas, el diseño maneja los códigos y elementos de las últimas corrientes estéticas que se exhiben en los circuitos culturales de Estados Unidos y

el estudio de uno de los grandes gurúes del diseño alemán: F.H. Ehmcke. Vease: Aquiles Esté y Jacinto Salcedo, DGV 70.80.90 Diseño Gráfico en Venezuela, p. 21

³⁸ Nedo M.D., Álvaro Sotillo, Waleska Belisario, Santiago Pol, entre otros importantes diseñadores que han dejado su huella en la historia del diseño venezolano.

Europa. El concepto de una Venezuela moderna es acogido con entusiasmo pues representa el rechazo al pasado renegado y a una historia cultural que no se acepta. Caracas tenía que estar a la par de otras capitales occidentalizadas, anhelando copiar el modelo del extranjero. Se constituyó un proyecto de construcción de grandes edificaciones y vías de transporte, sin embargo, hasta cierto punto, fue un proyecto de fachada de modernidad, un intento por construir una identidad cultura desde la apariencia, desde afuera más no desde las bases. En este proceso el diseño gráfico jugó un papel fundamental. Como lo reseña el catálogo *Marcas, identificadores gráficos en Venezuela*, editado por el Museo de la Estampa y el Diseño Carlos Cruz Diez, el diseño es capaz de proveer de imágenes y marcas con un fuerte potencial para transmitir los valores de la sociedad del progreso y el desarrollo.³⁹

Marta Traba también habla de esta situación. Para la autora, Venezuela es un país subdesarrollado, al igual que otros países en Latinoamérica carente de tradición visual, pero que “cree estar en el top de la modernidad”.⁴⁰ El diseño se convierte en una meta alcanzable, una actividad que equipara a Venezuela con los países desarrollados, “es la forma más novedosa de ser actual, y también la más accesible”.⁴¹ Sin embargo, Traba destaca una situación paradójica: el público, inmerso en la sociedad de consumo parece no estar dispuesto ni interesado en la reflexión o contemplación del hecho estético. Las propuestas verdaderamente innovadoras, desde el punto de vista gráfico, no son del consumo popular. El placer estético está destinado a un pequeño grupo.

El trabajo de altísimo nivel de diseñadores, editores y diagramadores que estimaban la capacidad de placer estético y buscaban ponerlo al servicio de la sociedad, se desarrollaba, casi exclusivamente, para instituciones culturales y para la empresa petrolera, y no llegaba a los circuitos de la publicidad ni a los

³⁹ PÉREZ URBANEJA, Elina y SALCEDO, Jacinto, *Marcas, identificadores gráficos en Venezuela*. 2005, p. 7.

⁴⁰ Marta Traba, *Op. cit.*, p. 107

⁴¹ *Ibidem*, p. 108

medios de masa, sino en excepcionales casos. Traba plantea que el responsable de esta situación no es otro sino el sistema de mercado.

La situación paradójica del diseñador sin receptor se debe, más que todo, a esta avalancha actual de saqueadores. (...) El desarrollo de la sociedad de consumo ha ido descartando el diseño creativo para beneficiar sus mecanismos de producción y de ventas masivas dirigidas a un público ansioso de poseer lo que sea, y cada vez más desprovisto de elementos de juicio⁴²

Por su parte, José José Villamizar señala que el diseño de marcas si es un terreno donde pueden desarrollarse intereses estéticos y a la vez alcanzar el ámbito de la publicidad y los medios de promoción más colectivos. Al hablar de la historia del diseño en Venezuela reporta un significativo cambio dentro del ámbito de la identidad corporativa como fuente de trabajo:

La creación de identidad pasa de las imprentas a la publicidad. La relación entre ésta y las marcas, y el sentido comercial de las mismas hace que aparte del trabajo freelance, muchos de los diseñadores consigan trabajo en ese entorno, lejos del mundo elitescos de los museos, las revistas de cultura o el ambiente petrolero⁴³.

El trabajo de Leufert es uno de los pocos casos en los que se logra, a través de la imagen, un vínculo real entre el diseñador innovador y el público, propone al espectador dinámicas visuales atractivas, signos que quedan impresos en su memoria y sobre los cuales se desarrolla un sentido de pertenencia. Marta Traba afirma que Leufert ganó su reputación de maestro precisamente porque “sus logotipos quedaron incorporados en la vida diaria del venezolano y representaron eficaces ejemplos de creación del diseño publicitario actuando en el medio social”.⁴⁴

⁴² Marta Traba, *Op. cit.*, p. 85

⁴³ José José Villamizar, *Op. cit.*, p.49

⁴⁴ Marta Traba, *Op. cit.*, p. 111

CAPÍTULO II

DESARROLLO DEL INSTRUMENTO DE REGISTRO

1. Historia y contenido del Archivo de la Biblioteca Nacional

Los materiales gráficos y fotográficos de Gerd Leufert conforman el archivo que guardó Elizabeth Gunz (nieta de Gego y directora de la Fundación Leufert) luego de la muerte del diseñador. Posteriormente se hizo una compilación realizada por Julia Marina Muller (fallecida) cuando se le encargó el trabajo que estaba destinado a servir de base de datos para la retrospectiva de Leufert que programaba el Centro de Arte la Estancia para el año 1999, institución que funcionaba como un centro de investigación para sensibilizar sobre el tema del diseño. Este trabajo quedó incompleto y no se efectuó tampoco la exposición pautada por un cambio en la gerencia y en los objetivos de la institución.

En 2001 el personal de la Biblioteca Nacional de Venezuela realiza la primera visita al depósito donde se guardaba el archivo de Leufert. A instancia de Lourdes Blanco —esposa de Miguel Arroyo, quien trabajó por muchos años en la biblioteca— se efectuó la custodia del archivo, hacia el año 2002, momento en que Elizabeth Gunz cambia su residencia y se traslada fuera del país. La Biblioteca Nacional recibe su obra plástica en comodato por tres años (2 moldes, 14 esculturas, 510 dibujos en tinta, grabados y pinturas,), y su obra gráfica y fotográfica la cual sería posteriormente donada a la institución (ampliaciones y negativos, bocetos, artes finales, material impreso, imágenes y documentos relacionado con su labor como diseñador, instrumentos y herramientas utilizadas en su taller, discos de acetato, etc.). Así mismo se hace entrega del material bibliográfico y hemerográfico que formaba parte de la biblioteca personal de Leufert (aproximadamente 1424 unidades: mapas, carteles, revistas, catálogos y libros en alemán, inglés y español sobre literatura, arte, diseño, historia, etc.) Para entonces la institución hace un inventario de la obra plástica de Gerd Leufert, y un sistema de fichas para cada pieza.

Conforme con el sistema de conservación en el que se encontraba el archivo para el año 2004, Gunz procede a legalizar la donación y el material pasa a formar parte del Archivo Audiovisual, Colección Obra Gráfica de la Biblioteca Nacional. En 2005 Tomaz Gunz es autorizado para retirar la obra plástica que se encontraba en comodato. Desde entonces el archivo cuenta con sus fotografías, estampillas, carteles, libros y publicaciones pertenecientes a su biblioteca, y un total de cincuenta y dos cajas y cincuenta y seis sobres que contienen el trabajo de Leufert como diseñador. Existe también un material que se encuentra fuera de estas cajas y sobres, dentro de carpetas o envuelto en cartulina o papel. Cuando inició nuestra investigación el contenido no estaba clasificado, ni fichado, se encontraba tal y como fue entregado a la Biblioteca. Hasta ahora no existía una base de datos que permitiera ubicar imágenes o documentos específicos. Para encontrar los emblemas no publicados, objetos de nuestra investigación, fue necesario revisar todos y cada uno de los contenedores mencionados.⁴⁵

El archivo comprende una gran cantidad de piezas diseñadas por Leufert y algunos trabajos e impresos diseñados por sus colegas, diseñadores, artistas venezolanos y extranjeros. Suponemos que Leufert guardaba, no solo las imágenes vinculadas con alguno de sus proyectos o los ejercicios gráficos que podían ser utilizados posteriormente, sino también cualquier material o referencia que fuera de su interés.

Dentro de cajas y sobres se encuentra lo siguiente: 12 serigrafías, 27 ilustraciones, 13 afiches, 82 catálogos y folletos impresos, 16 revistas, 26 invitaciones y tarjetas, más de 25 anuncios de prensa, 27 ejercicios de composición, 8 alfabetos, 35 aplicaciones para papelerías (hojas, sobres y tarjetas de presentación), 22 fotos, 7 contactos, 46 documentos varios entre los que se encuentran presupuestos, facturas, recibos, solicitudes de aprobación y correcciones de proyectos, condiciones de trabajo, datos para papelerías, manual de normas gráficas, textos para libros (*Imposibilia* y *Nenias*), unas pocas cartas, notas en alemán, inglés y español, etc. (véase anexo N° 2). También podemos

⁴⁵ Esta fase de la investigación se inició en diciembre 2013 y concluyó en septiembre 2014.

destacar algunos documentos relacionados con la actividad docente: resumen de gastos del Instituto de Diseño Neumann, programa de la cátedra de Elementos de Expresión que dictaba el mismo Leufert⁴⁶, notas del curso y la renuncia a su puesto de profesor en el Instituto.

Solo una parte de este contenido tiene relevancia para nuestra investigación. Existen documentos que en muchos casos aportan los datos de identificación de algunos signos que no se encuentran en publicaciones. El material más numeroso lo constituyen las imágenes impresas en papel fotográfico, papel mate o glasé, negativos, bocetos a lápiz o marcador, en tinta y papel milimetrado, artes finales en cartón o cartulina. El número de imágenes es difícil de precisar porque dentro de los diferentes contenedores en los que se guardan estos trabajos pueden hallarse varias copias del mismo diseño, reproducido en distintos tamaños. Dentro de cada caja puede haber una variedad muy amplia de piezas de distintos tipos que no necesariamente están relacionadas entre sí y que no pertenecen al mismo período o año de realización. Aunque en el reverso de algunos artes finales y fotocopias puede hallarse la firma del autor y la fecha, e incluso el nombre de la institución o empresa que identifica, hay una gran cantidad de papeles que no tienen ningún dato que sea posible fichar. Fue preciso entonces la conformación de una base de datos (en formato Excel) donde se registró una información básica de cada objeto encontrado y digitalizado, que permitió, durante la investigación, crear vínculos entre objetos de una caja y otra.

Al revisar el archivo, algunas de las imágenes publicadas pueden ser fácilmente reconocidas. Sin embargo, fue necesario crear una base de datos que incluyera la versión digitalizada de las imágenes contenidas en los libros, catálogos y publicaciones editadas entre 1966 y 1988, acompañada del nombre, lugar y año de realización que corresponda. Este documento, montado sobre la plataforma FileMaker, permite acceder y efectuar una búsqueda rápida de los datos del material que quedarán fuera del registro (368 imágenes aproximadamente). Es importante considerar que en el archivo de la Biblioteca

⁴⁶ Así mismo se encuentra el programa de las materias que dictaba GEGO en el Instituto Neumann

existe una gran cantidad de bocetos emparentados con los emblemas publicados, estadios previos a las soluciones gráficas finales que fueron incluidas en las recopilaciones que recogen los libros y catálogos sobre el trabajo de Gerd Leufert.

La mayor parte del archivo de la Biblioteca Nacional está conformado por fotocopias de emblemas diseñados por Leufert en color negro sobre papel fotográfico (emblemas en positivo y en negativo). Como en aquel momento no existían impresoras caseras el diseñador debía dibujar la imagen sobre cartón o cartulina para ser fotografiada en imprenta, y allí mismo se hacía el revelado para obtener las copias en diferentes tamaños, que posteriormente se presentaban como alternativa a algún cliente, o con las que se desarrollaban los artes finales para papelería, piezas de promoción o alguna publicación. Era común este formato monocromático que permitía apreciar las imágenes en su condición más elemental. La forma, desprovista de color, no tiene connotaciones emocionales tan fuertes. La neutralidad hace que el ojo aprecie más la forma y no su carácter cromático, vinculado a las convenciones y referentes sociales y culturales.

Dentro del archivo se encuentran muchos negativos (papel película), ampliaciones y reducciones de un mismo emblema. Estas reproducciones permitían al diseñador evaluar su versatilidad y capacidad de aplicación en diferentes tamaños y formatos. Según Javier Aizpurua, amigo y compañero de trabajo, Leufert era el único diseñador que tenía un instrumento, parecido a la lupa, para reducir la imagen y no para ampliarla, lo que le permitía apreciar el emblema en pequeño, y ver si funcionaba de la misma manera.⁴⁷

La revisión del archivo permite hacerse una idea de las etapas del proceso de diseño y el método que se usó para configurar estas imágenes. Encontramos, como primera fase, la elaboración de bocetos a mano sobre papel bond o papel vegetal, con lápiz, bolígrafo o marcador. Luego está otro grupo de bocetos cuya construcción está hecha a partir de líneas guías o retícula, trazados con gran

⁴⁷ Testimonio recogido por Lya Bonilla en conversación con Javier Aizpurua (29/09/2014. Oficina de la imprenta Exlibris, Boleíta Norte, Caracas): Aizpurua trabajaba para la Editorial Arte, donde se imprimían algunas piezas para ACO, Seguros Caracas y otros clientes. Él se encargó de hacer muchos de los negativos y fotocopias que hoy en día son nuestro objeto de estudio.

precisión con instrumentos de medición. La tercera etapa la pueden constituir las versiones en tinta sobre papel milimetrado, formato en el que se aprecia la estructura definitiva que sostiene y define las proporciones geométricas de los elementos, método que posibilita la modificación del tamaño de la imagen en forma proporcional. En una etapa posterior del proceso se pueden ubicar los artes finales, en tinta sobre cartón de ilustración o cartulina, trabajos que eran enviados a imprenta para tomar las respectivas fotografías y sacar los negativos correspondientes. Era frecuente hacer correcciones en esta etapa del proceso, sobre la película o la fotocopia. Existen casos en los que se hacen correcciones sobre la imagen con marcador, pintura negra o blanca, cortando o adicionando un pedazo. Es frecuente encontrar dentro de las cajas pliegos enteros con varias portadas impresas, hojas sueltas de publicaciones como *Imposibilia*, *Marcas*, *Sin arco*, *Gerd Leufert diseñador*, *Emblemática*, y *Diseño gráfico en Venezuela*. El último eslabón del proceso de diseño es por supuesto el material impreso, cortado, doblado y encuadernado, listo para su distribución, del cual encontramos una buena muestra dentro del archivo.

Pero antes de iniciarse el proceso creativo se establecía una relación formal y profesional con el cliente. Según Javier Aizpurua, Leufert fue el primer diseñador que exigió unas condiciones de trabajo y de pago para cada encargo. La entrega se hacía a los 45 días a partir de la aprobación del trabajo, y se presentaban tres emblemas diferentes para escoger uno. Aizpurua dice que la primera opción era aquella que Leufert prefería y defendía. La segunda era la que complacía los gustos del cliente. La tercera era una opción intermedia entre la primera y la segunda.⁴⁸ El diseño corporativo y las aplicaciones de papelería donde se incorporaba el emblema no eran necesariamente realizados por él (algunos de estos trabajos fueron realizados por Waleska Belisario), y esto lo aclara en los documentos encontrados en la Biblioteca Nacional (véase anexo N° 1). En esta lista de condiciones se aclaraba que los honorarios incluían el derechos de propiedad sobre el emblema, y se solicitaba el 30% al mes de presentar cada

⁴⁸ Testimonio recogido por Lya Bonilla en conversación con Javier Aizpurua (29/09/2014. Oficina de la imprenta Exlibris, Boleita Norte, Caracas)

proyecto, y el 70% al mes de entregar el arte final de la imagen seleccionada. En caso de que ninguna de las soluciones propuestas encontrara la aprobación de la compañía, esta se comprometía a pagar el treinta por ciento del valor total, aunque los proyectos siguieran siendo propiedad de Leufert.

La relevancia que tiene este tipo de documentos es difícil de percibir en la actualidad, ya establecido, reconocido y valorado el trabajo del diseñador gráfico profesional acostumbrado a ofrecer el servicio y a exigir condiciones de trabajo. Pero para el momento en que Leufert comienza a trabajar en Venezuela esto era completamente desconocido. Con él la disciplina se profesionaliza definitivamente, y se convierte en un aspecto fundamental para la comunicación y la producción. Este es uno de los valores que tiene su trayectoria y desempeño en el país, haber establecido además una rigurosidad, disciplina y compromiso que sin duda se transmitieron a las siguientes generaciones.

Como diseñador Leufert era muy solicitado y respetado. Prueba de ello lo constituyen una enorme cantidad de marcas comerciales para instituciones y empresas públicas y privadas, imágenes que forman parte del archivo. Dentro de este grupo destacan los emblemas para el Museo de Bellas Artes MBA (1960), Hotel Caracas Hilton (1968), Universidad Simón Bolívar (1969), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas CONICIT (1970), Museo de Arte Moderno Jesús Soto (1970), Aeropuerto Internacional de Maiquetía (1974), Centro Médico Docente La Trinidad (1973) y Escuela de Arte de la UCV (1978).

Precursor de una tradición de códigos estéticos modernos, Leufert impulsó la investigación y exploración que toca el campo de la comunicación y el arte. La ejecución de innumerables ejercicios gráficos no figurativos, donde prevalece la autonomía de la forma, lo que Jacinto Salcedo llama “marcas gratuitas”⁴⁹, es uno de los materiales más numerosos dentro del archivo (abstracción geométrica, flechas, figuras imposibles⁵⁰ y nenias).

⁴⁹ Aquiles Esté y Jacinto Salcedo, *DGV 70.80.90. Diseño Gráfico en Venezuela*, p. 21

⁵⁰ La mayoría incluidas en el libro *Imposibilia*

Es importante destacar que el material concerniente al proceso de creación de las neñas constituye uno de los materiales más completos y valiosos del archivo. Se pueden apreciar estas formas de carácter más plástico en todos los estadios del proceso de creación: 40 bocetos a mano, 109 en construcción sobre papel milimetrado, 53 fotocopias, 35 artes finales y 16 impresiones sobre papel mate. Aunque solo 23 de estas imágenes fueron seleccionadas para aparecer en los libros y en la exposición del Museo de Bellas Artes, el resto del material da cuenta de una búsqueda y exploración previa, de un camino recorrido para llegar al resultado final, asunto que puede ser de utilidad para futuras investigaciones.

Por otro lado, en el archivo tenemos un conjunto de imágenes que también son emblemáticas, se trata de trabajos con tipografía, entre los cuales se encuentran: letras iniciales, capitulares, viñetas, caligrafía, alfabetos y logotipos. El proceso de creación que se utiliza para generar este tipo de imágenes es ligeramente distinto. Están compuestas por letras que han sido configuradas sobre parámetros geométricos, con una gran precisión y limpieza, pero cuya dinámica visual opera de distinta manera que los signos figurativos o abstractos. Los espacios negativos entre letra y letra, las proporciones de la línea se definen a partir de criterios visuales y no exclusivamente matemáticos.

De entrada, cada uno de los tipos de imágenes que fuimos encontrando, y que ya hemos mencionado, fueron percibidas como categorías bien diferenciadas. Para el diseño de la ficha de registro debimos incluir los datos necesarios, identificar con precisión las diferencias entre un grupo y otro, y señalar una manera de nombrar y organizar el material. Pero más importante aun fue la determinación del corpus de la investigación, establecer un criterio para saber qué incluir y qué descartar dentro de nuestro estudio. A continuación expondremos algunos aspectos tomados en cuenta para la conformación del registro.

2. Criterios de selección del material para el registro

Dentro del Archivo de la Biblioteca Nacional decidimos estudiar un conjunto de imágenes que no habían sido clasificadas ni tenían identificación. Algunas

quizás fueron descartadas al momento de presentar alternativas a un cliente o no fueron seleccionadas para aparecer en revistas, libros o catálogos. Otras pueden ser simples ejercicios o bocetos que Leufert conservó a pesar de no tener una aplicación inmediata y de no haber sido diseñados para ninguna institución o empresa. Las imágenes que se incorporan al registro son aquellas que no fueron incluidas en las publicaciones no periódicas con ISBN sobre la obra de Leufert, y que no fueron fichadas en libros y catálogos editados hasta el 1988: *Visibilia* (1966), *Imposibilia* (1968), *Marcas* (1970), *Sin arco* (1972), *Gerd Leufert, diseñador* (1976), *Novum Gebrauchs Graphik* (1977), *La emblemática de Gerd Leufert* (1984), *Diseño gráfico en Venezuela* (1985) y el catálogo de la *Sala de Arte Sidor* (1988). Estos son signos y marcas que en su mayoría no se conocen. Estos emblemas fueron digitalizados para conformar un registro de formas, una base de datos que recoge las experiencias visuales y las marcas.

Las imágenes que se escogieron para el registro son las reproducciones en blanco y negro sobre papel fotográfico, negativo, papel mate y glasé. Fueron seleccionadas porque suponemos que se encuentran en los últimos estadios del proceso de creación, y constituyen los bocetos finales o las últimas alternativas contempladas por el diseñador. No se registraron los bocetos a mano alzada, los emblemas en papel milimetrado ni las imágenes en tinta sobre cartón o cartulina, que son pasos previos antes de llegar a la imprenta. Así mismo, se privilegiaron las versiones que tenían mayor tamaño, que estuvieran en mejor estado y que entraran en el formato tabloide que posee la máquina de scanner utilizada para digitalizar.

Algunas de las impresiones en papel tienen una inscripción al reverso donde el mismo artista coloca su firma, el año de realización, el nombre de la empresa o institución que representan, y/o especificaciones para imprenta. Sin embargo, la mayoría de las imágenes que se incluyen en el registro no tienen ninguna inscripción ni firma, así que se le atribuye la autoría a Leufert por el hecho de estar contenidas en las cajas y sobres que constituyen su archivo gráfico. De todas maneras, se han descartado algunos emblemas pues se comprobó que no

eran parte de su trabajo sino que pertenecían a otro diseñador.⁵¹ A partir de la revisión de la bibliografía, de los encuentros y entrevistas con otros diseñadores, se pudieron identificar aquellas imágenes no diseñadas por Leufert, sin embargo, existe un pequeño margen de error, pues es posible también que se hayan incluido en el registro unas pocas imágenes no diseñadas por Leufert. Es probable que el diseñador haya decidido conservar imágenes que le resultaran interesantes o atractivas o que algún cliente le haya entregado la fotocopia del emblema de su empresa o institución para el rediseño o el diseño de otra pieza gráfica (afiches, anuncios de prensa, tarjetas, folletos, etc.).

Se descartaron del registro papeles que parecían haber sido recortados de una publicación, fotocopias en papel bond e impresiones en papel kraft. Quedan fuera también las imágenes más complejas que no poseen carácter sígnico, que implican un ejercicios de composición con un mayor número de elementos y recursos gráficos: imágenes modulares, papelería, estampillas, catálogos, folletos, anuncios de prensa, documentos, fotografías, alfabetos, collages, viñetas, ilustraciones y obras plásticas

Dentro del registro se encuentran marcas y experiencias visuales, imágenes que pueden funcionar comunicacionalmente o no, cuyos significados no son autónomos y son intercambiables según su uso y contexto, codificadas como un estímulo para generar una respuesta sensible y/o, en un segundo plano, racional. Estas imágenes pueden relacionarse con ideas que, aunque son precisas, no aparecen explícitamente. De ese carácter indirecto de la imagen se desprende su capacidad para seducir y captar la atención. La imagen está configurada formalmente para que el espectador se sienta invitado a buscar la lógica visual formal que rigen los elementos que lo conforman, y posteriormente, en algunos casos —muy pocos— su sentido.

En cuanto al aspecto formal, señalaremos algunas condiciones y criterios que se usaron para la selección y descarte. Se tomaron en cuenta las

⁵¹ Se encontraron emblemas diseñados por Álvaro Sotillo (Colegio de Arquitectos de Venezuela y MBA), Jesús Emilio Fraco (Centro Simón Bolívar), Adriano Costa (Lagoven), Oscar Vásquez, entre otros, que aparecen en el libro *Venezuela CMYK, Marcas* de José José Villamizar.

característica formales-gráficas del emblema moderno y las particularidades de los signos diseñados por Leufert —descritas en el primer capítulo—. Se incluyeron en el registro las imágenes que presentaban el lenguaje formal del signo contemporáneo o que contenían las peculiaridades de la marca. En el material seleccionado prevalece la claridad de las formas, la simplicidad, la síntesis y no el carácter plástico-pictórico. Su construcción o estructura se disponen de tal manera que la figura se percibe como diferente, individual y única. La imagen puede estar compuesta por varios elementos pero sin perder su unidad. Estos rasgos mencionados puede considerarse la base del lenguaje del diseño estructuralista europeo, lo que el discurso hegemónico moderno llama “diseño internacional y atemporal”. Las imágenes poseen un carácter expresivo y gestual, son un estímulo visual contundente que se impone a la sensibilidad, llaman la atención y se fijan rápidamente en la memoria. Esta tipología y las categorías que se usaron para clasificar y ordenar el material están justificadas con distintas referencias bibliográfica, teorías y principios de trabajo del diseño moderno que describiremos en detalle más adelante.

3. Registro y catalogación. Diseño de la ficha.

Con respecto a la metodología de registro, podemos hacer referencia a una fuente fundamental, el *Manual de registro y documentación de bienes culturales*, que sirve de guía para entender estándares de documentación del patrimonio cultural en castellano, editado en Santiago de Chile, en 2008 por el Centro de Documentación de Bienes Patrimoniales, de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos. Incluye una descripción detallada de la labor del investigador frente a un registro y frente al trabajo de catalogación. El *Manual* presenta definiciones básicas, vocabulario, normativas y sistemas para instituciones de habla hispana, destacando la importancia del trabajo multidisciplinario en la documentación de colecciones.⁵² Este documento permite precisar una definición general para

⁵² Murtha Baca, “Estándares de la documentación” en *Manual de registro y documentación de bienes culturales y otros*, p. 5 (on line)

entender la actividad de registro y catalogación, y constituye una guía para la conformación de los campos contenidos en la ficha.

Según Lina Nagel Vega, quien escribe la sesión dos del manual, el registro de bienes culturales “debe responder a preguntas tan simples como: qué tenemos, dónde lo tenemos y cómo lo tenemos”.⁵³ La base de datos configurada para nuestra investigación debe dar cuenta del número total de imágenes y debe permitir hacer una descripción detallada del tipo de material conseguido. El registro incluye, por tanto, la información más elemental pero también imprescindible. En el instrumento que se diseñó en formato FileMaker se indica la ubicación específica de la colección, es decir, Biblioteca Nacional, Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica, así como también el número de la caja o sobre que contiene la imagen. Además, aparece el nombre del artista y diseñador: Gerd Leufert. Estos dos primeros datos encabezarán todas las fichas tal, como se muestra en la figura 6. Aunque pueda parecer reiterativo, se trata de dos campos básicos de identificación.

Figura 6

⁵³ Lina Nagel Vega, “Registro y documentación” en *Manual de registro y documentación de bienes culturales y otros*, p. 5 (on line)

Según el manual, la ficha de registro no solo contiene la fotografía y los datos básicos relacionados con la obra, sino que incluye la historia del objeto, referencia bibliográficas y toda información que aporte a las investigaciones un conocimiento más amplio de la pieza. El trabajo de documentación es una labor que necesita tiempo y rara vez puede finalizarse, exige una actividad constante y un proceso de búsqueda y recopilación, el cual, en nuestro caso, hemos iniciado.

En el caso de los signos diseñados por Gerd Leufert —no incluidos en ninguna publicación no periódica con ISBN editadas hasta el año 1988—, se trata de un material con muy poca información. Aunque existen alguna imágenes usadas como identidad gráfica de instituciones y empresas, la mayoría son ejercicios gráficos, bocetos y alternativas sin aplicación, sin fecha ni lugar conocidos. El trabajo de recopilación de este material puede constituir una primera etapa de investigación, un material para que futuras investigaciones continúen el estudio.

Comprendiendo este trabajo de grado como un primer ejercicio de registro del material que se encuentra en la Biblioteca, decidimos hacer una ficha básica con los datos para la identificación y control de una parte del contenido de las cajas y sobres que constituyen el archivo. El primero de los campos es el número de registro, un código alfanumérico único y permanente. En este código se expresarán las principales características de la imagen, pues los dígitos y letras utilizados corresponden a una nomenclatura que ayuda a que sea identificada rápidamente, reflejando toda la información básica posible. Este dato está compuesto por tres partes: iniciales del nombre del diseñador, número correlativo y código del tipo de forma (ejemplo: GL.0324.ABS). Aunque el número total de imágenes registradas es de 354, decidimos utilizar cuatro dígitos para el número correlativo, pues en el caso de que el registro se amplíe en el futuro e incluya otras imágenes provenientes del archivo de la Biblioteca Nacional, éste no excedería los 9999 imágenes. Los códigos del tipo de forma y su significado correspondiente son los siguientes:

FIG: forma figurativa

ABS: forma abstracta

TIP: trabajos con tipografía

El mismo manual indica que el segundo campo en la ficha es el nombre común del objeto (obra bidimensional o tridimensional, fotografía, retablo, instalación, vestuario, etc.), que en este caso sustituiremos por el campo que se refiere a la tipología general de la imagen según su uso, es decir, la categoría de marcas y experiencias visuales. Esta clasificación no solo sirve para nombrar la imagen sino también para poder vincularla con otras imágenes que poseen las mismas características. Se usará la categoría de “marcas y signos utilitarios” cuando la imagen haya sido diseñada como identidad corporativa o haya funcionado como titular o caligrafía para libros o catálogos. Se seleccionará la categoría de “experiencias visuales y signos no utilitarios” en el caso de que no se encuentren documentos o evidencia que vincule la imagen con una institución, empresa o cliente, y que se asuma como un ejercicio libre.

Como las obras estudiadas no tienen título o frases identificadoras dadas por el artista o el propietario de la colección, se le otorgará el nombre del cliente para el cual fueron diseñadas (organización, institución o empresa pública o privada que hizo uso y aplicación del signo). En el caso de logotipos (nombre o abreviación), titulares y caligrafía se escribirá la palabra o letras que lo componen. El campo “cliente” incluirá todas las palabras, en el idioma correspondiente, con sus siglas, traducción y/o cualquier otro título entre paréntesis. Atendiendo también a los parámetros que señala el manual de registro y documentación de bienes culturales se indicará la fecha de creación. La misma corresponde al año que aparece al reverso de algunas imágenes, inscripción hecha por Leufert, generalmente acompañada de su firma. Otra información que contiene la ficha es el lugar o ciudad en la cual se creó el signo. Por tratarse de una imagen generada por métodos de revelado fotográfico o impresión, no se hará referencia a la técnica pero sí al soporte (papel fotográfico, papel glasé, papel mate o negativo) que da cuenta del proceso técnico que la generó.

Los signos y marcas que forman parte del registro se encuentran en una versión digitalizada, una imagen que ha sido procesada en programas de edición, para eliminar manchas producto del mismo proceso de deterioro del papel. Las imágenes han sido re-encuadrada en el programa Photoshop, respetando los ejes horizontales y verticales correspondientes. Los diseñadores y amigos de Leufert con los que consultamos⁵⁴ indicaron los casos en los que la imagen estaba rotada o encuadrada incorrectamente. Todas las imágenes del registro conservan aproximadamente el mismo margen superior, inferior, derecho e izquierdo, para que puedan apreciarse a buen tamaño. Además se aumentó el contraste entre figura y fondo para hacer que el papel, ya amarillento, luzca de color blanco y se aprecie la forma en negro, tal y como sucede en la mayoría de las publicaciones sobre la obra de Leufert. Esto quiere decir que no será un registro del objeto o documento en si, sino un registro de formas, una copia que permite apreciar todos los atributos y aspectos característicos del diseño. Por tal motivo la ficha no contendrá las medidas de la cartulina o cartón en los cuales estaban adheridos algunos papeles, ni tampoco las dimensiones del soporte, muchas veces cortado irregularmente, sino que se registrará el tamaño (ancho y alto) de la figura que en él se reproduce (dimensiones de la imagen), tomando los bordes extremos de la forma como límites (medidas calculadas en el programa con que se efectuó la edición del material).

El manual de registro y documentación de bienes culturales recomienda también incluir una descripción física del objeto, campo que aparece en el archivo FileMaker que se ha configurado para tal fin, pero que no aparece en la versión pdf que se adjunta. La descripción de la imagen y el análisis se hizo en función de los caracteres formales-gráficos, y no tanto a partir de su significación.

Así como en el sistema de registro de los museos se especifica si se trata de una pintura, grabado, dibujo, textiles, etc., aquí se sustituyó este renglón por el del tipo de forma y las categorías formales que se derivan de la investigación, cuya justificación se encuentra claramente expresada a partir de las referencias

⁵⁴ Javier Aizpurua, Álvaro Sotillo y Waleska Belisario.

bibliográficas que se plantean en los próximos dos subcapítulos, denominaciones extraídas de los libros y catálogos de Leufert, y de las teorías y principios de trabajo que se identifican con el diseño moderno.

En referencia al tipo de forma tenemos tres categorías generales, tres opciones que determinan el tipo de exploración abordada:

Forma figurativa: signos que representan un objeto reconocible (figura humana, animal, vegetal, herramienta, etc.) cuya identificación resulta absolutamente inequívoca.

Forma abstracta: signos que utilizan elementos geométricos u orgánicos, carecen de tema identificable y están desligados de todo referente.

Trabajos con tipografía: imágenes que contienen una o varias letras, implica el uso o creación de distintos tipos de caracteres, que pueden cumplir una función lingüística o pueden comportarse como formas gráficas que plantean metáforas visuales.

Las categorías formales gráficas que se incluyen en la ficha de registro son las siguientes:

Forma simétrica: dominadas por el equilibrio axial, contienen un eje central que divide la figura en partes iguales o está compuesta por una figura que se duplica por reflexión o rotación.

Forma asimétrica: se trata de la no correspondencia en las dimensiones, forma y ubicación de los elementos que componen la imagen, conformando dos mitades bien diferenciadas, a partir de un eje central que divide la figura imaginariamente.

Forma concéntrica: secuencia de figuras que comparten un punto central.

Forma geométrica: contorno poligonal, circular, espiral o mixto, conformado por una secuencia de líneas o segmentos rectos (triángulo, cuadrado, rectángulo, etc.) o construido a partir de líneas curvas y arcos (también llamadas marcas circulariformes).

Forma seriada: líneas uniformes paralelas que producen efectos visuales como textura, movimiento, vibración o parpadeo (recursos del arte óptico).

Forma modular: compuesta por varios elementos iguales repetidos dentro de una retícula o estructura.

Progresiones: secuencia de elementos en la que se modifica proporcionalmente el tamaño, genera lo que se conoce como ritmo visual.

Forma con anomalía: imagen en la que prevalece la regularidad, siendo interrumpida, leve o considerablemente, por un elemento singular o por la presencia de irregularidad dentro de una organización uniforme.

Forma imposible: figuras ambiguas que simulan volumen o falsa perspectiva, y que tienen un efecto de relieve que se puede leer de forma invertida.

Flechas: compuesta por una línea que termina en punta, son elementos que sirven para indicar una dirección o trayectoria.

Forma orgánica: contorno que maneja líneas curvas suaves, trazos que simulan el perfil de los objetos o manifestaciones de la naturaleza.

Forma alfabética: expresión gráfica en la que se identifica la letra o letras iniciales de la empresa o producto. Existen casos en los que domina la geometría gráfica y no se reconoce tan fácilmente la letra.

Logotipo: forma lingüística que utiliza caracteres que poseen un rasgo propio, identificable y memorizable.

Titular: conformado por una palabra o palabras utilizadas como título para el diseño de catálogos, exposiciones y publicaciones.

Caligrafía: letras generadas a partir de un instrumento de dibujo, a mano alzada.

Signo con tipografía: imagen compuesta por un signo gráfico, figurativo o abstracto, y una forma tipográfica: nombre, título o logotipo de empresa, institución u organización.

Con el fin de entender mejor esta clasificación propuesta para el registro hemos de indicar las categorías encontradas dentro de cada tipo de imagen, que se expresa más claramente en el siguiente esquema.

1. Marcas y signos utilitarios

- Figurativas
 - Forma simétrica
 - Forma asimétrica
 - Forma geométrica
 - Forma orgánica
 - Forma seriada

- Abstractas
 - Forma simétrica
 - Forma asimétrica
 - Forma geométrica
 - Forma orgánica
 - Forma concéntrica
 - Forma seriada
 - Forma modular
 - Progresiones
 - Forma con anomalía
 - Forma imposible
 - Forma alfabética

- Trabajos con tipografía
 - Logotipo
 - Con fuente ya existente
 - Creación de fuente tipográfica
 - Nombre
 - Iniciales
 - Titular
 - Títulos para libros
 - Títulos para catálogos
 - Caligrafía
 - Signo con tipografía

2. Experiencias visuales y signos no utilitarios

- Figurativas
 - Forma simétrica
 - Forma asimétrica
 - Forma geométrica
 - Forma orgánica
 - Forma seriada

- Abstractas
 - Forma simétrica
 - Forma asimétrica
 - Forma geométrica
 - Forma orgánica
 - Forma concéntrica
 - Forma seriada
 - Forma modular
 - Progresiones

- Forma con anomalía
- Forma imposible
- Forma alfabética
- Trabajo con tipografía
 - Titular
 - Creación de fuente tipográfica
 - Palabra
 - Iniciales
 - Caligrafía
 - Signo con tipografía

Existen, sin duda, casos que se insertan en más de una categoría y en los que se indicará seleccionándolas con una equis. En la figura 7 podemos ver un ejemplo.

GERD LEUFERT (1914-1998)

Nº de registro: GL.0324.ABS

Tipo de imagen: Experiencias visuales y signos no

Ciente: sin cliente

Fecha: 1971 Lugar: Caracas

Soporte: Papel fotográfico

Dimensiones de la imagen: 9,4 x 9,4 cm.

Inscripciones: GERD LEUFERT '71 (reverso)

Datos complementarios: Se consiguió en la biblioteca un boceto en cartulina que se podía doblar por la mitad para convertirse en una especie de flecha.

Descripción: Es una forma simétrica, compuesta por cuatro piezas triangulares cuyos vértices se encuentran en el centro. Esta figura cuadrada, se percibe menos rígida y estática porque maneja un contorno redondeado, líneas curvas, y sin esquinas que conforman cuatro grandes flechas que apunta al centro.

Tipo de forma: Forma abstracta

Categoría formal:
 Forma simétrica
 Forma imposible
 Forma asimétrica
 Flechas
 Forma concéntrica
 Forma alfabética
 Forma seriada
 Forma orgánica
 Forma modular
 Logotipo
 Progresión
 Titular
 Forma con anomalía
 Caligrafía
 Forma geométrica
 Signo con tipografía

Forma del contorno: cuadrado

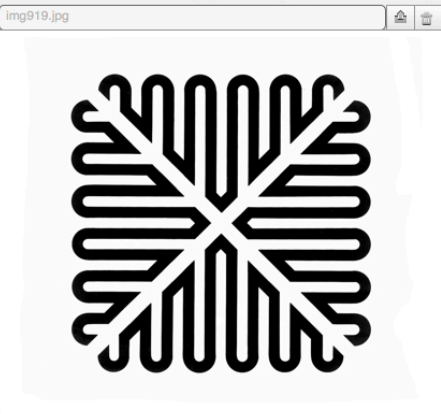
Actualizado por Lya Bonilla Jiménez el 22 de jun de 2015 20:03

Biblioteca Nacional de Venezuela.

Archivo Audiovisual, División Obra Plana, Colección Obra Gráfica

Ubicación: SOBRE #34 A919 Última modificación: 11/9/2014

img919.jpg



Versión en negativo o imágenes relacionadas

Figura7

Este método de ordenamiento, resulta útil para la revisión y posterior catalogación. La plataforma FileMaker permite introducir diferentes criterios de búsqueda, así que es posible ordenar el material según el año de realización, el tipo de imagen, el tipo de forma o según el nombre de las categorías ya mencionadas. El uso de las categorías formales-gráficas es un enfoque teórico para entender el diseño de marcas y signos desarrollado por Leufert, mas no es el único posible. En el tercer capítulo abordamos la descripción de cada una de estas

categorías, un ejercicio de valoración e introducción al análisis. La base teórica sobre la que se apoya este ejercicio de registro es la definición de “catálogo razonado”, derivada del artículo de José Antonio Navarrete incluido en la publicación del Museo de Bellas Artes: *Temas de museología*. Este autor define el catálogo razonado como “un resumen sucinto de cada una de las obras”⁵⁵, y destaca la importancia de un conocimiento actualizado sobre el objeto y la búsqueda de herramientas que puedan sostener el estudio.⁵⁶

Así mismo, Navarrete provee de un instrumento metodológico muy concreto, una estructura básica de tres cuerpos que, por cierto, coincide con la distribución de contenidos por capítulos que se ha desarrollado en esta investigación. Propone que el catálogo se inicie con una introducción donde se incluyan antecedentes y se exponga el criterio de ordenamiento. Este contenido constituye el marco teórico: la descripción del contexto histórico en el que se inscribe Leufert, los autores que han abordado el tema del diseño de emblemas, marcas, logotipos, símbolos y signos, y las teorías que permiten entender el repertorio de formas que constituye el lenguaje visual moderno (capítulo 1 y 2).

Como segunda parte del catálogo razonado, Navarrete considera el estudio de los objetos desde las distintas perspectivas analíticas, lo cual en nuestro caso se desarrolla en el tercer capítulo, a partir de la descripción de las categorías, haciendo referencia a algunos ejemplos claves que permiten entender la dinámica formal. No se hará el análisis de cada una de las imágenes sino de los grupos que conforman cada una de las 16 categorías. Es importante recordar que el objetivo de esta investigación es hacer una primera propuesta de catalogación, un primer acercamiento a la obra gráfica no publicada de Leufert y no un estudio detallado de todos sus emblemas. Por último, Navarrete menciona una tercera parte del catálogo razonado que es el apéndice documental, el cual corresponde con la conclusión de este trabajo de grado.

⁵⁵ José A Navarrete, “Una propuesta metodológica para el catálogo razonado de las colecciones de pintura, escultura, ensamblaje e instalación” en *Temas de Museología*, p. 106

⁵⁶ *Ibidem.*, p. 105

El mismo autor también sugiere un grupo básico de campos para la ficha: autor, reproducción fotográfica del objeto, género, nombre de la colección, número de registro, título, lugar y fecha de realización, soporte, medidas y firma. La mayoría de estos campos tienen aplicación en las piezas extraídas del Archivo de la Biblioteca Nacional, pero como se explicó anteriormente, se cambiará la denominación de algunos campos. Siguiendo la indicación de Navarrete se encabezará la ficha con el nombre del artista, único autor de todas las piezas, junto con la fecha de nacimiento y muerte (1914-1998).

Para las obras que no tienen título Navarrete sugiere indicar “sin título”, esto en nuestra ficha es lo que equivale al campo del nombre del cliente. Bastará entonces con colocar “sin cliente” en el caso de que sean imágenes que no representen ninguna institución o empresa, que no se conozca aun su uso y aplicación, o que no se haya encontrado ningún documento donde se pueda verificar su identificación. En caso de tener un indicio o presunción sobre el nombre del cliente, el lugar o la fecha se recomienda escribir la palabra con un signo de interrogación entre paréntesis. Si no se sabe la fecha de realización debe colocarse “sin fecha”, y si el número tiene un carácter aproximativo, se escribe en seguida de la abreviatura de la locución latina circa: ca.

Uno de los datos más importantes en el caso de las imágenes incluidas en el registro es la inscripción, la cual está compuesta generalmente por la firma (Gerd Leufert o simplemente Leufert), nombre de la institución o empresa que representa, año de realización, indicaciones para la imprenta, etc. Se recomienda escribir textualmente lo que aparece al reverso de la imagen y en el caso de no poseer ningún tipo de inscripción se indicará: “sin inscripción”. No se incluirá el campo de firma porque en este caso forma parte de la inscripción que se ha encontrado generalmente al reverso, escrita en lápiz o creyón de color.

Estos son los parámetros que se han tomado en cuenta para desarrollar el registro de las imágenes no publicadas de Gerd Leufert. Una versión digital del mismo se incluye en el CD adjunto, en archivo pdf. Para facilitar el desarrollo de futuras investigaciones se incluirá en el CD anexo la base de datos en archivo

Excel con el contenido del archivo de la biblioteca y la base de datos con los emblemas publicados digitalizados que se utilizó para hacer la selección de las imágenes.

4. Publicaciones sobre Leufert y sus categorías

Revisando los libros y catálogos que se editaron entre el año 1966 y 1988 podemos percibir de entrada unas categorías que están muy bien diferenciadas y descritas, una clasificación que se percibe tanto en la selección del título de la publicación como en las imágenes contenidas y los textos que acompañan su trabajo. Esto habla de un tipo de exploración formal y una manera de enfocar el oficio de artista y diseñador gráfico que es muy particular de Leufert. Cada libro es un testimonio para la investigación, pues la manera en la que el diseñador y artista nombró su propia obra constituye un indicio de su relación con la forma y el concepto.

4.1. *Visibilia* y *Marcas*. Tipo de imagen.

En el capítulo primero se abordó la justificación de un primer nivel de clasificación. Por un lado, están las imágenes utilitarias, marcas diseñadas para un cliente, y por otro lado las imágenes no utilitarias, diseño libre, imágenes que no fueron creadas por encargo de ninguna empresa o institución sino como una labor experimental y que en el registro se identifican como “experiencias visuales”. De estas últimas existe un grupo de ejercicios visuales que guardaba Leufert y que posteriormente fueron asignados como identidad de empresas o instituciones. Estos dos principales tipos de imágenes que conforman el registro se presentan por separado en los libros *Visibilia* (1966) y *Marcas* (1970). En *Visibilia* se propone al espectador una relación directa con la imagen, sin que medie la apreciación de los factores asociativos y de convención⁵⁷. En *Marcas* se expone la representación

⁵⁷ Miguel Arroyo, *Visibilia*.

“que debe bastarse a sí misma para dar toda su significación y sentido”⁵⁸, es decir emblemas comerciales. Estos trabajos editoriales son la principal referencia que justifica el campo que en la ficha corresponde al “Tipo de imagen”. Se trata de dos actitudes hacia lo creativo y también dos tipos de relación con el espectador.

4.2. Gerd Leufert diseñador y La emblemática. Forma figurativa

La segunda clasificación se refiere al carácter formal-gráfico. Esto implica, primeramente, distinguir las imágenes figurativas de las abstractas, destacándose, en el caso de Leufert, un predominio de las segundas. El trabajo con la figuración se expresa a través de la síntesis de formas de la naturaleza como vegetación, animales y rostros humanos, a veces llevados a un nivel de simplificación tan extremo que rozan la abstracción. Podría suponerse que el camino hacia la forma abstracta es iniciado, en ciertos casos, a partir de lo figurativo. En las publicaciones de Leufert la mayoría de este tipo de imágenes se inscriben dentro de parámetros geométricos, son figuras simétrica o cuyos pesos visuales están bien distribuidos. Algunos ejemplos de imágenes figurativas se encuentran en *Marcas, Gerd Leufert diseñador y La emblemática*, como el caso de la figura 8,⁵⁹ 9,⁶⁰ 10⁶¹ y 11.⁶²



Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11

Por otro lado se encuentra otro tipo de imagen figurativa: las viñetas. La mayoría de este tipo de imágenes se publicaron en el libro *Gerd Leufert*,

⁵⁸ Roberto Guevara, *Marcas*.

⁵⁹ Kiosco de Tabaco VOGLER, 1936 (Munich).

⁶⁰ Cebra SRL Cagua, 1964 (Caracas).

⁶¹ Sello de calidad Licor de grano, 1950 (Munich).

⁶² World Crafts Council (Consejo de Artesanía), 1965 (Caracas).

diseñador, y corresponden a la etapa de trabajo comprendida entre el año 1933 y 1950, trabajos realizados por Leufert en Alemania, antes de su llegada a Venezuela, durante su período de estudio o como empleado en las distintas casas de editores⁶³. En artes gráficas se utilizaba este tipo de diseño para separar capítulos o secciones de libros, algunos ejemplos son la figura 12,⁶⁴ 13⁶⁵ y 14.⁶⁶ Estas imágenes quedarán fuera del registro porque tienen un carácter más ilustrativo y decorativo, menos “emblemático”.



Figura 12



Figura 13



Figura 14

4.3. Hacia las Nenias. Forma abstracta

Dentro del grupo de imágenes abstractas existen dos tipos de soluciones gráficas: las que manejan patrones geométricos —que son la mayoría— y las de formas orgánicas. La geometría es la base estructural de la mayoría de los emblemas de Leufert, dos ejemplos en los que se percibe claramente el trabajo con el círculo, el cuadrado y el triángulo son la figura 15⁶⁷ y 16.⁶⁸ Aunque hay escasos ejemplos de formas orgánicas entre las imágenes publicadas por Leufert, en *Visibilia* hay algunas formas menos esquemáticas que parecieran haber sido generadas a partir de un dibujo a mano alzada, como la figura 17.⁶⁹ El caso de las *Nenias* es uno muy particular, pues lleva la organicidad al extremo, hasta hacer invisible cualquier tipo de estructura geométrica que lo sostenga, así como se

⁶³ Ver cronología.

⁶⁴ Viñeta, 1933 (Munich).

⁶⁵ Viñeta, 1936 (Munich).

⁶⁶ Viñeta, 1934 (Hannover).

⁶⁷ Cafetín Museo de Bellas Artas, 1967 (Caracas)

⁶⁸ Supermercados Victoria, 1969 (Caracas).

⁶⁹ Del libro *Visibilia*, 1966 (Caracas).

aprecia en la figura 18.⁷⁰ Estos elementos informes, macizos, voluminosos y pesados son imágenes que podrían considerarse parte de la obra plástica de Leufert, y por lo tanto quedan fuera del registro.



Figura 15



Figura 16



Figura 17



Figura 18

Al revisar los libros de Leufert se puede apreciar como estos recursos gráficos se van desarrollando, desde *Visibilia* hasta *La emblemática de Gerd Leufert* donde se aprecia un mayor dominio de este tipo de vocabulario moderno. En toda la obra de Leufert se destaca el manejo de ciertos valores como unidad, armonía y equilibrio visual. Son comunes las formas simétricas o concéntricas que acentúan estas tres tendencias, imágenes estables, en las que se contrarrestan armónicamente los pesos visuales. Dos emblemas en los que se hacen visible estos principios de trabajo son la figura 19⁷¹ y 20.⁷²



Figura 19

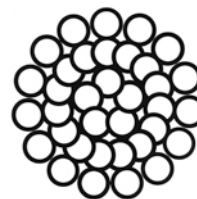


Figura 20

Algunos signos se definen a partir de un grupo de elementos dispuestos en progresión horizontal, vertical o diagonal como lo muestran la figura 21⁷³ y 22.⁷⁴ Otros signos son el resultado de la repetición y secuencia de líneas o formas

⁷⁰ Del Catálogo Nenias, 1985 (Caracas).

⁷¹ Universidad Simón Bolívar, 1969 (Caracas).

⁷² Fundación Orinoco, 1973 (Caracas).

⁷³ CONICIT Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, 1970 (Caracas).

⁷⁴ Museo de Arte La Rinconada, 1983 (Caracas).

seriadas, tal y como se muestra en la figura 23.⁷⁵ Existen también formas modulares, que se componen de un elemento simple duplicado dentro de una retícula, el ejemplo más básico de esto es la figura 24.⁷⁶ Los juegos visuales tienen el objetivo de generar movimiento o vibración. Estas dinámicas de composición están presentes en todos sus libros, pues la mayoría de sus signos y emblemas manejan al menos uno de estos principios.

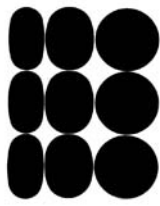


Figura 21

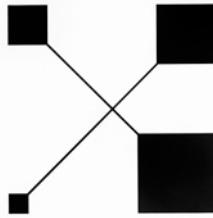


Figura 22



Figura 23

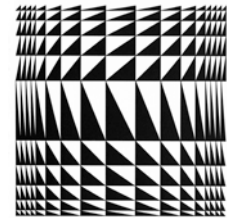


Figura 24

4.4. Sin arco e Imposibilia. Flechas y formas imposibles

Dentro de las exploraciones visuales libres se encuentran los signos contenidos en el libro *Sin arco* que podemos denominar simplemente “flechas”. Algunos de estos experimentos gráficos son la figura 25⁷⁷ y 26.⁷⁸ Estas formas, regidas por un fuerte carácter de dirección, resultan muy dinámicas; representan una amplia gama de posibilidades que se establecen a partir de duplicar, reflejar, torcer o cambiar la dirección de la punta de las flechas.

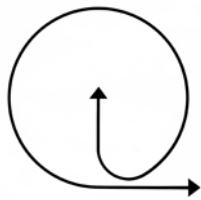


Figura 25



Figura 26

⁷⁵ Museo de Arte Moderno Jesús Soto, 1936 (Ciudad Bolívar).

⁷⁶ De la serie Diseños Básicos, 1973 (Caracas).

⁷⁷ Del libro *Sin arco*, 1971 (Caracas)

⁷⁸ Del libro *Sin arco*, 1971 (Caracas).

Otro tipo de imágenes son las que plantean situaciones contradictorias y ambiguas para el observador, juegos con la profundidad y la perspectiva ficticia. Este es el caso de las formas imposibles incluidas en el libro *Imposibilia*, dos de las cuales son las figuras 27⁷⁹ y 28.⁸⁰

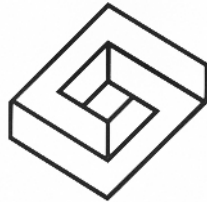


Figura 27

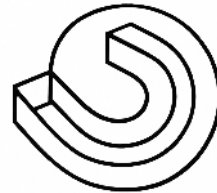


Figura 28

4.5. Publicaciones y recopilaciones. Trabajos con tipografía

Las publicaciones de corte antológico como *Gerd Leufert, diseñador* y *La emblemática de Gerd Leufert* tienen un carácter de recopilación, así como los catálogos de exposiciones y el libro *Diseño gráfico en Venezuela*. En ellos puede encontrarse un formato de ficha muy sencilla que es la base de nuestro instrumento. En estos libros se incluyen otras categorías relacionadas con el trabajo tipográfico, que también se incorporan en el registro: iniciales, titulares, logotipos y caligrafía, en ese orden tenemos cuatro ejemplos en la figura 29,⁸¹ 30,⁸² 31⁸³ y 32.⁸⁴ La construcción de este tipo de imágenes se hace a partir de principios de trabajo muy distintos a los de las imágenes figurativas y abstractas, se trata del diseño de caracteres, letras y fuentes que tienen rasgos particulares o que expresan conceptos específicos relacionados con una institución, empresa o publicación.

⁷⁹ De la Serie Imposibilia, 1978 (Caracas).

⁸⁰ Del libro Imposibilia, 1968 (Cumana).

⁸¹ Museo de Bellas Artes (MBA), 1969 (Caracas).

⁸² Titular, 1977 (Caracas).

⁸³ CONICIT Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, 1970 (Caracas).

⁸⁴ Caligrafía, 1934 (Caracas).



Figura 29



Figura 30



Figura 31



Figura 32

5. Bases teóricas que justifican la clasificación. Principios teóricos y métodos al alcance de Leufert

El diseño moderno atiende sobre todo a una necesidad de comunicación; emprende la búsqueda de patrones formales que hacen efectiva esa comunicación. También indaga en las posibilidades de la imagen para suscitar la atención o el asombro, en medio de un mundo repleto de señales y códigos visuales. Al aplicar la perspectiva estructuralista, la lógica científica y lineal, se creó una teoría que orientó los procesos creativos, y que se estudia y difunde aun hoy en día en la mayoría de los institutos y centros de formación para diseñadores. Las escuelas de diseño asignan ejercicios que se plantean como una ciencia de la visión, basada en las leyes de la Gestalt y los estudios sobre la comunicación visual. Estos principios de trabajo no son una receta mágica, pero sí sirven para entrenar al estudiante, para enseñarlo a mirar, para darle alternativas para empezar el trabajo o criterios de selección a utilizar. Se trata de un repertorio de recursos gráficos que debe manejar el diseñador con el fin de conseguir imágenes más funcionales, que aportan una información y además resultan agradables, es decir, que complacen al espectador o despiertan su interés.

La crítica postmoderna considera que la visión moderna es un sistema que homogeneiza y estandariza toda la producción⁸⁵, que el funcionalismo deviene en una contradicción, en arbitrariedades y en un modelo de rebasamiento formal⁸⁶. Pero es cierto que la metodología del diseño moderno resultó muy práctica y útil

⁸⁵ Sandra Lorenzano, *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*, p. 229

⁸⁶ Jean Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, p. 230

para la formación de nuevos diseñadores, impulsó la experimentación con las formas, que hizo posible el desarrollo en el campo de la publicidad y la imagen corporativa. Algunas de estas teorías pueden relacionarse con el trabajo de Leufert y el diseño de signos modernos.

5.1. Teorías sobre la percepción y el diseño del signo moderno

En libros como *Punto y línea sobre el plano* (1926) de Vasili Kandinski se definen los elementos básicos que configuran un método para la investigación de las ciencias de la visión, fundamento de su actividad docente en la Universidad de Moscú y en la Bauhaus. Otro estudioso de los fenómenos visuales es Rudolf Arnheim quien, influido por las teorías de la gestalt y la hermenéutica, expresa las relaciones entre la percepción visual y el pensamiento. En su libro *Arte y percepción visual* (1979) plantea que “la visión es una actividad creadora de la mente humana”⁸⁷, y que la idea que tenemos de los objetos condiciona la percepción. En ese mismo sentido, los artefactos visuales serían proyecciones de ideas, relación entre conceptos y el mundo real.

Según las teorías modernas de la percepción de la Gestalt y de Arnheim, el ojo tiende a separar la figura del fondo a partir de diferencias de luminosidad y color; los objetos simétricos son percibidos como más simples; la cercanía, la tensión y la semejanza vinculan los elementos entre sí; las líneas horizontales se perciben más estables que las verticales y diagonales. Dichas teorías afirman que el ojo tiende a identificar esquemas conocidos, estructuras o unidades en las que se compone la figura. Por ejemplo, si se mira sobre el cielo azul el contorno de una nube se tiende a encontrar semejanzas con objetos, cosas o animales. Arnheim explica que la mirada es activa, busca aquellos indicios que permitan asimilar lo que ve, dar sentido, dar forma, identificación o nombre. “La vista (...) se anticipa modestamente a la capacidad, con justicia admirada, del artista para hacer esquemas que interpreten válidamente la experiencia mediante la forma

⁸⁷ Rudolph Arnheim, *Arte y percepción visual*, p. 62

organizada”.⁸⁸ Más allá de entender este cuerpo teórico como la verdad, sí se percibe que las imágenes creadas por Leufert buscan activar este proceso al que hace referencia.

5.2. Bases teóricas para la construcción de las categorías. Referencias y herramientas de trabajo del contexto profesional de Leufert.

Uno de los autores claves para entender los distintos principios de trabajo del diseño y arte moderno es Bruno Munari (italiano). Un libro en inglés titulado *Design as Art* se encontró dentro de la bibliografía donada por Elizabeth Gunz a la Biblioteca Nacional de Venezuela, material que formaba parte de la biblioteca personal de Leufert. Cuando el campo del diseño gráfico estaba empezando a profesionalizarse, Munari escribe el libro *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica* (1967). Este profesor se dedica a describir el material con el que trabaja en sus clases, ejercicios que se adaptan a los métodos manuales utilizados para entonces. Distingue las formas geométricas y las orgánicas, éstas últimas más emparentadas con los objetos de la naturaleza (plantas, descarga eléctrica, río). Las formas básicas (círculo, cuadrado y triángulo) pueden engendrar todas las demás por medio de variaciones de sus componentes. Los juegos con varios elementos geométricos determinan un repertorio de posibilidades: fenómeno de crecimiento, de ramificación, de descomposición y recomposición, fugas visuales, ritmos visuales, formas neumáticas, formas inmóviles y formas que ya llevan en sí mismas una indicación de movimiento.

Munari también define las reglas de la simetría, cinco casos básicos para obtener dichas formas: la identidad, la traslación, la rotación, la reflexión y la dilatación. En otro capítulo, el mismo autor define las formas imposibles y sus particularidades, ejercicios que resultan de la manipulación de los contornos de figuras que simulan la tridimensionalidad. “Las figuras imposibles se pueden dibujar perfecta y rigurosamente en una hoja de papel, pero no se pueden en

⁸⁸ *Idem.*

absoluto construir en tres dimensiones”.⁸⁹ Otra de las herramientas básicas que se mencionan en el libro es la estructura o retícula, un sistema generado por la repetición de formas iguales en contacto entre sí, que modula el espacio para ganar unidad formal y facilitar el trabajo del diseñador.⁹⁰

Si bien estos conceptos son muy elementales, la revisión de las definiciones permite una conciencia de la dinámica y el método moderno de construcción. Leufert utiliza todo este repertorio de posibilidades, y explora los fenómenos visuales para hallar nuevas formas. Muchos de estos efectos se pueden identificar en el registro y corresponden con las categorías formales que hemos mencionado. Son sin duda recursos y efectos con los que se puede jugar, pero que no necesariamente garantizan la eficiente transmisión de un mensaje.

La diseñadora y profesora Donis A. Dondis toma muchos de estos estudios precedentes e intenta hallar lo que podría llamarse una teoría de la comunicación. En su libro *La sintaxis de la imagen* (1973) trata de identificar los alfabetos y léxicos sobre los cuales se basa y opera el lenguaje visual. Sus estudios se plantean como una posibilidad para entender la cultura de nuestros días. Según Dondis, existen tres niveles de expresión visual: la representación que significa particularidad, la abstracción que significa universalidad y el simbolismo que es convencional, tres niveles de información interconectados.⁹¹ Además plantea que existen dos alternativas básicas para abordar el trabajo de diseño:

*La técnica visual más dinámica es el contraste, que se contraponen a la técnica opuesta, la armonía. No debe pensarse que estas técnicas sólo se aplican en los extremos pues, muy al contrario, su uso se extiende en sutil gradación a todos los puntos del espectro comprendido entre ambos polos, a la manera de todos los posibles tonos de gris existentes entre el blanco y el negro*⁹².

Para dar una idea más clara de la técnica que esta autora propone se enumeran a continuación varios pares de conceptos antagónicos que representan

⁸⁹ Bruno Munari, *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*, p. 144 y sig.

⁹⁰ *Ibidem*, p. 250

⁹¹ D.A. Dondis, *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, p. 25

⁹² *Ibidem*, p. 28

las tendencias más usadas (el primero se emparenta con el contraste y el segundo con la armonía): asimetría-simetría, inestabilidad-equilibrio, complejidad-sencillez, verticalidad-horizontalidad, irregularidad-regularidad, yuxtaposición-singularidad, aleatoriedad-secuencialidad, actividad-pasividad, fragmentación-unidad, acento-neutralidad, espontaneidad-predictibilidad, economía-profusión, audacia-sutileza.⁹³ Disponiendo de las formas geométricas y orgánicas, componiendo con ellas se puede representar cualquiera de estas sensaciones o conceptos. Leufert juega también con estas dos tendencias (armonía y contraste), con este tipo de nociones abstractas, así lo manifiesta Victoria de Stefano en el libro *La Emblemática*:

*Las obras que contiene este volumen (...) no nacieron de una imposición, sino de una prologada interacción en la que él y sus signos jugaban a expresar nociones abstractas, tales como lo dinámico, lo orgánico, lo preciso, lo impreciso, lo transparente y lo aun imposible. De sus trazos debía surgir la forma o su desintegración, el espacio o la congestión, la movilidad o el estatismo.*⁹⁴

5.3. Teorías sobre el diseño de signos de identidad

En cuanto al campo específico de la identidad corporativa también existen algunas teorías propuestas que pueden relacionarse con la concepción de marcas y emblemas, y que podemos encontrar al revisar las imágenes incluidas en el registro. Los textos de dos diseñadores suizos: *Form + communication* (1974) de Walter Diethelm y *Signos, símbolos, marcas y señales* (1981) de Adrian Frutiger. son dos referencias útiles para la investigación, pues tienen una muestra muy completa de imágenes y definiciones en las que se aborda el problema del signo.

Frutiger toma de una publicación de Diethelm un conjunto de ejemplos para proponer una clasificación de los signos e identificadores corporativos según su origen motivacional: figurativos (animal o cosa), abstractos, formas alfabéticas (monogramas), marcas circulariformes (circunferencias y espirales), morfología simulativa de volumen, volúmenes insólitos y flechas (de frecuente aplicación para indicar movimiento, proyección, encuentro, circunvolución, acercamiento o cruce). También introduce otra categoría, la de las formas alfabéticas, señalando incluso

⁹³ *Idem.*

⁹⁴ *Victoria de Stefano, Op cit., p. 7*

los casos en los que es conveniente usarlas. Aclara que existen alternativas en las que se sacrifica el nivel de lectura de los caracteres en la medida en que se acentúa e impone una geometría gráfica.⁹⁵ La clasificación de Frutiger coincide con los modos de representación utilizado por Leufert, describe todo el repertorio de posibilidades encontrado en sus publicaciones y en el registro.

Entre las referencias venezolanas para la construcción de las categorías del archivo podemos mencionar el libro *Venezuela CMYK-marcas* de José José Villamizar (2012), texto que recoge toda la historia del diseño de signos de identidad en Venezuela, desde las expresiones precolombinas hasta la era digital. En sus planteamientos se deja ver la herencia del lenguaje moderno. Concibe la marca desde cuatro distintos niveles, dos de ellos considerados para nuestro estudio: formal, conceptual, sociológico y funcional. Entre las particularidades de la marca señala la pregnancia como una cualidad de las forma para captar la atención del observador a partir de criterios de simplicidad, equilibrio o estabilidad de su estructura. El criterio óptico y las teorías psicológicas se imponen cuando se trata de juzgar a una “buena” marca. También habla de la importancia de la versatilidad para adaptarse a distintos soporte y usos. La capacidad del signo para permanecer vigente es mencionado como requisito indispensable. La insistencia en el carácter atemporal parece ser un parámetro moderno, que se inscribe dentro de la idea de que una forma abstracta puede estar al margen de las modas y los gustos locales.

Villamizar presenta la definición de la siguiente clasificación: marcas gráficas, marcas pictográficas (figurativas y no figurativas) marcas tipográficas (de nombre y abreviación). Del mismo libro extraemos el concepto de marcas tipográfica, también llamados logotipos, como una forma lingüística que utiliza caracteres alfanuméricos, que posee una unidad informativa, un rasgo propio y característico, un diseño específico que la hace fácilmente identificable y memorizable. “Éstas [marcas] poseen además una ventaja considerable con

⁹⁵ *Las posibilidades de creación de signos para asociaciones, organizaciones y empresas de servicios cuyas actividades son de naturaleza puramente abstracta se reducen notablemente por la ausencia de toda imagen concreta representativa de que echar mano. Véase: Adrian Frutiger, Signos, símbolos, marcas y señales, p. 260*

respecto a las marcas pictográficas puras, puesto que los espectadores dicen lo que ven y ven lo que deberían decir”.⁹⁶ Las siglas e iniciales del nombre del objeto a representar son también formas “logotipadas”.

En nuestra sociedad se ha hecho un uso impreciso del término logo, por desconocimiento o generalidades del lenguaje, con el que se nombra cualquier tipo de marca: el signo verbal, gráfico y cromático.⁹⁷ Sobre estas inconsistencias del lenguaje en el diseño ya nos referimos en el primer capítulo. Para el desarrollo de nuestro registro consideraremos la definición de logotipo y no de logo tal y como se usa comúnmente. Así mismo mantendremos el término marca como tipología general y el de emblema para nombrar toda la producción estudiada, por ser el termino genérico con el que el mismo Leufert nombró su obra.

⁹⁶ José José Villamizar, Op. cit., p. 078

⁹⁷ *Ibidem*, p. 052

CAPÍTULO III

DESCRIPCIÓN DE LAS CATEGORÍAS Y PROPUESTA DE CATALOGACIÓN

1. Marcas y signos utilitarios

Al hablar de la creación de identidades corporativas se entra en el tema de la forma y la función como asunto central en el diseño. Las imágenes utilitarias son diseñadas para quedar grabadas en la mente del espectador, para dejar un rastro indeleble, una marca perdurable, pero también para ser el rostro que se muestra a consumidores y usuarios y que representa un tipo de producto o servicio. A partir de la forma, el color, la tipografía y la composición, se intenta transmitir el carácter de una empresa o institución. Valores como la estabilidad, seguridad, eficiencia, confianza e incluso modernidad –entendida como lo nuevo, actual y avanzado– se traducen a imágenes sintetizadas, papelerías bien diseñadas, fotografías conceptuales e incluso a formatos y tipos de atención y servicio al cliente. Todas las posibles aplicaciones son generadas a partir del diseño de un solo signo: la marca.

El diseño de este tipo de signo de identidad puede concebirse como la creación de “ideas gráficas que brindan del modo más eficaz posible su contenido”.⁹⁸ Esto se corresponde con la noción de diseño como técnica de creación de discursos, o como acto hermenéutico, como la acción de traducir a imágenes una determinada idea.⁹⁹ Según Roberto Guevara, en el caso de Leufert se trata de un lenguaje libre, penetrante y certero, un producto del proceso de fusión entre el diseño y la escritura. También Alfredo Armas Alfonso menciona esta particularidad, “la de marcas que semejan disonancias de la escritura formal”.¹⁰⁰ Las marcas de Leufert cumplen su función en la medida en que pueden ser leídas como códigos visuales asimilados, aceptados y valorados por instituciones y organismos públicos y privados, en la medida en que manifiestan

⁹⁸ Roberto Guevara, Marca.

⁹⁹ Mario Hernández González, *El diseño gráfico como acto hermenéutico*, p. 6 (on line)

¹⁰⁰ Alfredo Armas Alfonso, *Diseño gráfico en Venezuela*, p. 42

una forma de constituir identidad, pero no como dispositivos para comunicar un contenido.

En Venezuela, la competencia generada por los sistemas de la creciente economía de mercado exigió el uso de imágenes particulares y singulares que permitieran a las compañías y organizaciones salir del anonimato y alcanzar posiciones dentro de los mercados corporativos y medios de comunicación. Los diseñadores se ocuparon de crear interesantes juegos visuales, marcas características que estuvieran a la altura de los patrones universalistas, equiparable al de otras organizaciones y compañías internacionales, y las instituciones se encargaron de aplicar su identidad a partir de diversos mecanismos y sistemas de promoción. Los parámetros de composición y recursos formales conformaron una noción de belleza y de valor estético que Leufert manejaba magistralmente, incluso en su diseño menos utilitario y especulaciones formales libres.

Este código era capaz de integrarse a la dinámica social de nuestro país, un lenguaje predominantemente abstracto geométrico, que se corresponde con la visualidad europea de mediados del siglo XX, y con la hegemónica de la política estatal desde los años cincuenta, encajando con el proyecto de desarrollo económico que se venía configurando en Venezuela. El diseño gráfico, la publicidad y la arquitectura bebieron de las artes, principal fuentes de inspiración, y convirtieron estos caracteres estéticos en sinónimo de estilo, lujo y buen gusto. El diseño de Leufert podría vincularse con el concretismo en la plástica, arte liberado de asociaciones simbólicas, basado en la construcción de elementos visuales y la aplicación de principios de organización geométricos. En Leufert como en muchos diseñadores y artistas modernos existe un marcado interés en la exploración de los efectos y juegos perceptuales, que fueron reconocidos, estimados y valorados institucionalmente.

Las imágenes que se incluyen en el registro constituyen una muestra de los dos principales objetivos de la marca: la de generar un código formal que particulariza la imagen de una empresa y la de propiciar el juego visual que

despierta el interés y capitaliza la atención y la sensibilidad del espectador. Para hacerse una idea del proceso creativo desarrollado por Leufert en este ámbito, podemos mencionar dos casos en los que se aprecian las distintas alternativas presentadas para un mismo proyecto. El primer caso es el de Renta Inmobiliaria RENTICA, donde se presentan tres soluciones radicalmente distintas. La figura 33 podría sugerir levemente la forma de edificios o viviendas, las bases de una construcción, cuatro piezas dispuestas en progresión, fuertemente ligadas. La figura 34 quizás podría entenderse como una estructura circular cuyas piezas se comunican, relacionan y conectan, un sistema y un engranaje organizado. La figura 35 se percibe como una letra “R” con un leve efecto de vibración, generado por la proximidad de las líneas horizontales. Para el emblema de Lagoven Leufert presentó diez alternativas de las que extrajimos las figuras 36, 37 y 38 en las que se distingue la letra “L”, inicial del nombre de la empresa, segmentada o girada.



Figura 33



Figura 34



Figura 35



Figura 36

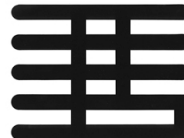


Figura 37



Figura 38

En el caso de estas imágenes, no puede hablarse con certeza de significados o conceptos. No queda claro para el espectador si estos signos se vinculan o no con ideas concretas, si la imagen verdaderamente tienen relación con la actividad de las empresas, si son la representación de un contenido específico. Quizás se trata simplemente de generar una sensación de seguridad y estabilidad (figura 33), de unidad y organización (figura 34), de seriedad y solidez (figura 37) a partir del uso de formas geométricas definidas, manejo del equilibrio, el contraste y la armonía. Podemos preguntarnos entonces: ¿las marcas de Leufert siguen los principios del funcionalismo en diseño o son simplemente la expresión del más puro formalismo?

El hecho de conservar una gran cantidad de alternativas sin clientes — algunas de las cuales fueron asignadas posteriormente como identidad

corporativas de instituciones públicas y privadas— da cuenta de la importancia atribuida a la exploración netamente formal y quizás al poco interés por el aspecto comunicacional. Sus emblemas son imágenes que funcionan perfectamente como identidad gráfica en la medida en que pueden ser reproducidas en distintos formatos sin perder sus rasgos esenciales, y en la medida en que contienen un rasgo formal que las diferencia de otras. Destacan la original disposición de los elementos y su capacidad para seducir al espectador. Una vez usada y aplicada por el cliente, la imagen adquiere nuevas connotaciones que el diseñador quizás no contemplaba.

El desarrollo del diseño de signos de identidad está fuertemente marcado por la postura racionalista y cientificista, típicamente europea, pero dicho sistema de pensamiento produjo también imágenes sin sentido, formas sin contenido que se redujeron a lo visualmente agradable o placentero, sin aportar ninguna información. Ante la utopía del diseño que comunica, se deja ver una dura realidad que muchas veces la contradice. Sin embargo, dentro de la dinámica generada por las marcas, esta contradicción parece no afectar el carácter identificador de la imagen.¹⁰¹

Ni la postura funcionalista ni la formalista han sido de por sí la respuesta inequívoca, la solución al problema de la forma y la función del signo. En muchos casos el diseño moderno, respondiendo aparentemente a la función de comunicación, llegó a generar productos en términos meramente formales y de carga afectiva. En otros casos, colocando como única prioridad la significación y el sentido, es decir la dimensión pragmática, muchas veces degeneraban los valores formales y estéticos. Si miramos el registro de los emblemas estudiados podremos apreciar la manifestación de este mismo fenómeno, la manera en la que se sacrifica el significado por los valores estéticos, como los ejemplos referidos

¹⁰¹ ... el signo o elemento simbólico de la marca, al momento de representar una empresa X, lo más apropiado, al parecer, es que mantenga congruencia semiótica entre lo que se interpreta y lo que realmente busca representar. El hecho es que en muchos casos probados esta vinculación no se produce, sin que ello limite el poder identificador de la marca. Véase: José José Villamizar, *Op. cit.*, p.057

anteriormente. ¿Por qué sucede este fenómeno en el ámbito del diseño gráfico y más específicamente en la emblemática de Leufert?

Al parecer, la necesidad de generar imágenes inconfundible y fáciles de recordar hizo que se sacrificara el sentido. Estaba admitido la utilización de signos aunque no tuvieran absolutamente ninguna relación con el objeto representado. Para que la marca y el emblema moderno fuesen asimilados y reconocidos era fundamental la publicidad y la promoción, para proyectar en los signos las asociaciones requeridas. La eficacia del emblema estaba determinada también por la correspondencia con el gusto contemporáneo, así lo afirma Kristin Bühler-Oppenheim en el capítulo dedicado a la definición de emblema en su libro *Signs, Brands, Marks*, que forma parte la biblioteca personal de Leufert resguardada por la Biblioteca Nacional de Venezuela. El autor afirma que los emblemas que suscitan en el espectador los niveles más primitivos de conciencia generan reacciones más intensas y rápidas que los que apelan al intelecto.¹⁰² Esta manera de concebir la imagen era una tendencia aceptada, una regla aplicada dentro de los sistemas de comunicación e información. No es pues de extrañar que se haya impuesto en el mundo profesional del diseño y que se perciba su influencia en la obra gráfica de Leufert.

Aunque su trabajo puede estar más vinculado con la tendencia formalista o esteticista, Leufert expresó una conciencia clara de la importancia de la comunicación. Así lo manifiesta en la entrevista que le hiciera Elizabeth Pérez-Luna para la revista *Papeles*:

*... tenemos diseños de buen gusto alrededor de nosotros, lo que necesitamos hoy es diseño comunicativo. No una demostración del gusto del diseñador, sino una interpretación exitosa del mensaje del cliente o del autor. Mucha gente importante ha pensado acerca de este problema actual y ha llegado a la conclusión de que las exigencias que se hacen al diseñador de hoy sobrepasan sus conocimientos sobre la materia. Necesita estudiar las ciencias sociales, debe conocer su audiencia, su público, cómo vive la gente, cómo trabaja, come, duerme; cuáles son sus pensamientos, sus supersticiones, su filosofía.*¹⁰³

¹⁰² Kristin Bühler-Oppenheim, *Signs, Brands, Marks*, p. 48

¹⁰³ Elizabeth Pérez-Luna, *Entrevista con Gerd Leufert*, p.126

Con esta reflexión quizás el mismo Leufert haya dado con la respuesta a la aparente contradicción entre la función estética y la comunicativa. Es muy probable que él mismo como diseñador moderno, experto manipulador de formas y capacitado para manejar unos códigos abstractos, no haya recibido la preparación necesaria para cumplir con un rol fundamental: el de comunicador.

2. Experiencias visuales y signos no utilitarios

Existen innumerables ejemplos de imágenes no utilitarias que contiene los libros y catálogos sobre Leufert, las cuales se conciben hoy en día como una de las particularidades más destacadas de la obra de este creador e investigador. Resulta sumamente curioso el hecho de que se haya dedicado a resolver ejercicios y a revisar tantas posibilidades formales de forma espontánea. Sin duda tiene que ver con su inclinación al arte, su interés por los distintos recursos que usaban los artistas de su época, su obsesión por depurar la forma hasta conseguir nuevos resultados. Es posible también que buscara con su trabajo comunicar, de alguna manera, la noción moderna de belleza, el ideal estético dominante de su época. Leufert emprende esta investigación que trasciende el ámbito del diseño, no se limita en cuanto no se suscribe solo a su oficio, sino que experimenta también en el ámbito plástico.¹⁰⁴

Al revisar las imágenes contenidas en el archivo de la Biblioteca Nacional se encontraron 228 experiencias visuales y 126 marcas no incluidas en ninguna publicación, impresas en papel fotográfico. Esto es solo una parte del trabajo, ni siquiera la cuarta parte de la producción de Leufert. El registro permite hacerse una idea de la cantidad de bocetos, pruebas y experimentos formales que hacía

¹⁰⁴ *Si bien es verdad que el talento de Leufert está presente en sus obras de diseño “por encargo”, también es cierto que él mismo ha gustado expresarse en formas más libres, atento sólo a una actividad de investigación, pura, individual, como es el caso de sus búsquedas experimentales en el diseño libre, en la pintura, la escultura, el dibujo o el grabado.*

Se presiente sin embargo que no hay frontera real entre una y otra búsqueda, a no ser la división virtual impuesta por la mera convención. (...) en el fondo, es la misma actitud la que se enfrenta a la resolución de un problema planteado por un trabajo pedido desde fuera o por una demanda que el mismo diseñador se pide desde adentro. Véase: Gabriel Rodríguez, Gerd Leufert, Diseñador, p. XVII

constantemente, una incasable tarea que desarrolló a lo largo de toda su vida. La utilización de elementos gráficos y dinámicas de composición definidas, podrían considerarse un vocabulario formal, un lenguaje visual sin referentes conceptuales más que los de las propias formas: geométricas, orgánicas, simétricas, asimétricas, concéntricas, seriadas, modulares, progresiones, flechas y formas imposibles.

Dice Victoria de Stéfano que “Leufert es diseñador de la misma manera como algunos son poetas, escultores, pintores”. Muchos de los críticos y diseñadores que lo acompañaron lo llaman artista. Es precisamente por sus experiencias visuales que su trabajo de diseño fue percibido como una indagación vinculada a la plástica. Dichas imágenes manifiestan una manera particular de mirar, y la pertenencia de esa mirada al movimiento artístico moderno. Sin embargo, este hecho no niega una libertad que coexiste aun con el uso de parámetros de construcción fijos y recurrentes. Este tipo de exploración en el ámbito visual podría ser equiparada con el trabajo del músico de jazz quien a pesar de componer e improvisar dentro de una rígida estructura rítmica y melódica, manifiesta la plena libertad de creación.

Pero esta manera de abordar el problema de la forma, esta metodología de trabajo, parece ser una constante en el contexto en el que se desenvuelve el diseñador alemán. Existen coincidencias entre el lenguaje gráfico de Leufert y el de otros diseñadores extranjeros de su época, entre los cuales podemos nombrar el belga Paul Ibou (Figura 39), los brasileños Aloisio Sergio Magalhães (Figura 40, 41 y 42) y Alexandre Wollner (Figura 43 y 44), el canadiense Burton Kramer (Figura 45 y 46), el cubano Félix Beltrán (Figura 47 y 48), el finlandés Erkki Antero Ruuhinen, el francés Jean Widmer (Figura 49), el inglés Herbert Spencer, el austríaco Henry Steiner (Figura 50), el italiano Walter Ballmer (Figura 51: Olivetti), el holandés Wim Crouwel (Figura 52 y 53), los suizos Hans Hartmann y Peter Megert (Figura 54), y los americanos Soul Bass (Figura 56 y 57), John Robert

Rieben (Figura 55), Arnold Saks (Figura 58) y Herb Lubalin (Figura 59¹⁰⁵).¹⁰⁶ Vale la pena mencionar que se consiguió en el archivo de la biblioteca fotocopias de un artículo sobre el trabajo de Allan W. Miller, diseñador estadounidense que quizás fue un importante referente (véase anexo N° 3), trabajo que tiene mucha similitud con el de Leufert.



Figura 39

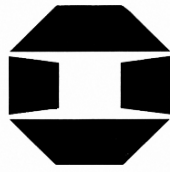


Figura 40



Figura 41

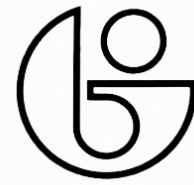


Figura 42

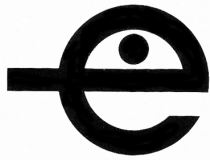


Figura 43



Figura 44



Figura 45



Figura 46



Figura 47



Figura 48

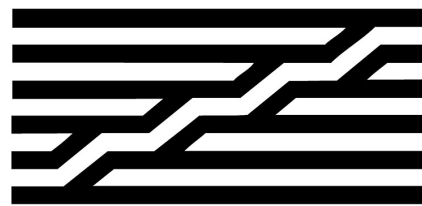


Figura 49



Figura 50



Figura 51

¹⁰⁵ Esta imagen se encontró dentro de la caja N° 48 del Archivo de Gerd Leufert en la Biblioteca Nacional, impresa en papel mate.

¹⁰⁶ Véase: Walter Amstutz, *Who's Who in graphic art 2. A world review of graphic design.*



Figura 52



Figura 53



Figura 54

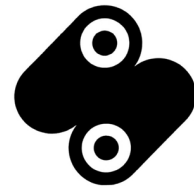


Figura 55



Figura 56



Figura 57

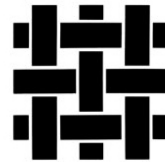


Figura 58

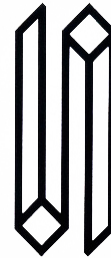


Figura 59

Como podemos apreciar en estos ejemplos, todas las posibilidades con las formas que experimentó Leufert también fueron manejadas por otros diseñadores nacionales e internacionales de su época,¹⁰⁷ lo cual no lo hace en modo alguno un diseñador poco original. El diseño nunca es radicalmente nuevo; el diseñador siempre juega, mezcla, sustrae, adiciona, divide, relaciona y arma. Siempre existen referentes, influencias y modelos de los cuales partir para crear nuevas formas.

A pesar de las similitudes con la producción gráfica en otros países, Leufert consigue su propio sistema de trabajo, y lo adopta como método de investigación. Aunque explora con recursos gráfico afines al diseño suizo y estadounidense, se interesa por la realización diaria y permanente de experiencias visuales, una especie de “ejercicios de calistenia”, como una manera de mantenerse en forma,¹⁰⁸ entrenarse como creador de imágenes. Según Waleska Belisario, quien preparaba sus artes finales de papelerías, estampillas y afiches, Leufert era un

¹⁰⁷ Nótese la similitud de la figura 26 diseñada por Gerd Leufert para el libro *Sin arco* en 1971 (página 45) y figura 54 diseñada por Peter Megert en 1988 (arriba)

¹⁰⁸ Esta manera de concebir el trabajo de Leufert y su relación con el dibujo y el boceto se extrajo de la conversación con Álvaro Sotillo, testimonio recogido por Lya Bonilla (26/01/2015. Oficina del Laboratorio de Tipografía de Caracas, Santa Fe, Caracas)

alma creadora muy especial, que no descartaba la utilización de posibilidades nuevas, y quien ante una solución inesperada y poco aplicada era capaz de decir “bueno, ¿y por qué no?”

Como un hábito y una práctica creativa que experimentaba constantemente la forma y el símbolo, Leufert archivaba con esmero las diversas versiones y la exégesis de un mismo problema estético o de diseño, de manera que cuando lo necesitara acudía a este abundante repertorio de imágenes.¹⁰⁹

La existencia de un material tan numeroso en el archivo de la Biblioteca Nacional, hace evidente que era costumbre del diseñador el conservar y guardar muchos papeles y bocetos; era poco lo que desechaba. Tal y como lo percibe Belisario, el criterio de selección de Leufert estaba regido por una asertividad del hecho visual.¹¹⁰ Ante las distintas posibilidades —variaciones de tamaño, disposición en el espacio, maneras de combinar los elementos geométricos— era el ojo el que confirmaba cuál era la mejor alternativa. En el registro se percibe también el predominio del criterio estético y una necesidad por conservar cualquier alternativa que pueda ser reutilizada y depurada a futuro.

Es necesario reconocer también que las formas están fuertemente determinadas por los instrumentos de construcción que se usaban como herramientas para dibujar. Papel milimetrado, reglas, escalímetro, compases, pinceles, tinta, pegamento son los instrumentos utilizados por un tipo de creador que hoy, ante el abrumador ascenso de la tecnología telemática, ha desaparecido. Eran recurrentes los bocetos y pruebas sobre papel, cartulina y cartón, signos dibujados con total precisión, líneas limpiamente empalmadas, ejes que hacen evidente un sistema constructivo complejo. Existen también algunas formas que se generaron a partir de una retícula de módulo triangular, que no existía en el mercado, y que Jaiver Aizpurua trajo del extranjero. En el archivo se conservaron muchos bocetos hechos con trozos de papel de colores, signos que se han obtenido al cortar con tijera o compás, al tapar o destapar una parte de la imagen.

¹⁰⁹ Ruth Auerbach, *Op. cit.*, p.22

¹¹⁰ Testimonio recogido por Lya Bonilla en conversación con Waleska Belisario (08/10/2014. Oficina de ABV Taller de Diseño, Colinas de Bello Monte, Caracas)

Aunque las soluciones finales puedan parecer figuras simples y sintetizadas, son producto de un largo y minucioso proceso que exige una gran habilidad manual.

Existe en Leufert una estrecha vinculación con el hecho táctil. Los oficios que desarrollan la capacidad de percibir con mayor agudeza la cantidad de presión necesaria sobre una superficie o material para lograr transformarlo, implican una sensibilidad y un placer que supera el ámbito netamente visual. Una forma que se concreta únicamente en la retina no tiene, ni remotamente, las particularidades que tienen aquellas que se pueden palpar, manipular, modificar. Incluso el hecho de corregir el error en el trazo, o borrar parte del elemento dibujado, es una oportunidad única para la creación, porque muchas veces es la acción no intencional y espontánea la más productiva. El creador se dispone a la tarea pero también a la espera del hallazgo. Así parece haberlo percibido Leufert; al contestar en la entrevista que le hace Elizabeth Pérez-Luna señala lo siguiente:

El diseño gráfico puede estar basado sobre la reflexión y también sobre la espontaneidad (...) Es bueno cuando los jóvenes no quieren ser interesantes, es mejor cuando quieren ser auténticos. No estoy en contra de la solución espontánea. Muchas veces, salen así cosas buenas, entonces ¿por qué no?¹¹¹

Una vez que se ha adoptado esta relación con la materia, no habrá ocasión que no se manifieste como una oportunidad para descubrir nuevas posibilidades. Leufert fue un aficionado al infinito juego de combinaciones, y así lo muestran los conjuntos de experiencias visuales que se encuentran en el registro. Para este tipo de ojo entrenado, tiene valor cada detalle, cada forma singular, cada rasgo significativo, y aun el espacio vacío. Es en este sentido en el que se destaca Leufert como un maestro.

3. Forma figurativa

3.1. La síntesis en la representación moderna

En el libro *Marcas* de Gerd Leufert, Roberto Guevara expresa que “todo cuanto el hombre proyecta de la realidad se convierte en representación. Son

¹¹¹ Elizabeth Pérez-Luna, *Op. cit.*, p. 123.

estas representaciones las que nos hacen accesible, inmediato, significativo el mundo”¹¹². Así pues, el trabajo de reproducir lo que la realidad nos muestra es una tarea ancestral, vital para el ser humano, porque implica asimilar el mundo para hacerlo más próximo. La noción moderna de representación puede ser concebida como una manera de domar y controlar lo que en la naturaleza es salvaje y arisco. Usando la imaginación se manipula el espacio, y al plasmar lo que imaginamos se hacen visibles los mecanismos de pensamiento que usamos para entender lo que nos rodea. En la cultura occidental contemporánea nos hemos acostumbrado a relacionarnos con las formas de representación que nos muestran un contexto digerido. En la actualidad, este hecho ha llegado al extremo, tal y como lo plantea Baudrillard con su noción del simulacro en la era post-industrial, se juzga y se actúa en función de las representaciones y no en relación directa con el mundo.

Las representaciones son entendidas también como “un sistema de prácticas sociales y culturales que involucran un referente, que puede ser real o imaginario”.¹¹³ Este enfoque implica que la representación está dotada de ideología, propia de un contexto histórico-social, una práctica que produce significados múltiples. Es así como el mundo se construye a partir de un sistema de representaciones.

La sociedad moderna tiene, como todas, sus propios procesos de construcción de imágenes. En este sentido la abstracción es uno de los sistemas más aplicados en el arte y el diseño. Kandinsky, como uno de los representantes más emblemáticos de esta tendencia, hacía referencia a las formas que se inspira en objetos reales y al efecto que producen en el espectador algunas formas abstractas, las cuales inmediatamente, y de manera espontánea, se asocian con los objetos reales.¹¹⁴ Tal y como sucede cuando se mira el reflejo de los árboles en el agua, las sombras que se dibujan en el suelo, las manchas en las rocas,

¹¹² Roberto Guevara, *Op. cit.*

¹¹³ *Ibidem*, p.250

¹¹⁴ Wldislaw Tatarkiewicz, *Historia de seis Ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*, p.266

toda forma abstracta es susceptible de contener una figura.

Jugando con las diferentes formas de simular la realidad, o de sugerirla ambiguamente, Leufert genera imágenes figurativas a partir de los principios de la abstracción. Ya desde sus experiencias en Alemania se pueden registrar las primeras búsquedas de tipo figurativo. Se destaca el predominio de figuras zoomorfas, antropomorfas y formas vegetales. Son recurrentes las ilustraciones y signos con forma de pájaros, peces, cabezas y rostros. El águila, el búho, la paloma, así como la flor y la rama, son algunos de los elementos de la naturaleza sobre los cuales Leufert hizo varias versiones, hasta llevar la figura a niveles más altos de simplificación.

Si se rastrea la historia de las imágenes figurativas dentro del trabajo de Leufert podría apreciarse la evolución, que se expresa a partir de la aplicación de un criterio de síntesis de la forma, en la que se descartan todos los detalles del objeto real para conservar solo lo esencial para su identificación. Esta configuración típicamente moderna, tenía como finalidad generar un lenguaje y una comunicación más eficiente, favoreciendo su difusión dentro de los sistemas de reproducción y medios de promoción. Coherencia, economía y simplicidad fueron relacionadas con funcionalidad y belleza, principios de trabajo instaurados ya por la escuela Bauhaus.¹¹⁵

Según Jorge Frasca, la tendencia a simplificar influyó todos los medios de la vanguardia, pero no necesariamente benefició el carácter informativo y educativo del material gráfico.

Una de las áreas más afectadas fue el diseño de símbolos, en la que los diseñadores, en lugar de plantearse el problema de incrementar el poder informativo de los símbolos, se plantearon el problema de hasta qué punto se los podía simplificar sin destruir su función informativa. Recientes investigaciones han demostrado que la simplificación de las formas de un símbolo no incrementa su legibilidad, ni siquiera en situaciones de visión no frontal.¹¹⁶

¹¹⁵ Sin embargo, como podemos ver ahora, fue cierta idea de belleza la que llevó a concebir a estos tres pilares del diseño y no solamente la de funcionalidad. Véase: Jorge Frasca, *Diseño Gráfico Y Comunicación*, p. 41

¹¹⁶ *Ibidem.*, p. 42 y sig.

En Leufert podemos encontrar un ejemplo específico que expresa de forma clara esta dinámica de simplificación, se trata de la figura 60, 61 y 62. Aunque no se sabe con certeza si se trata de bocetos para el mismo proyecto, se puede apreciar el trabajo de simplificación de una lámpara o farol, hasta convertirlo en una imagen irreconocible. En este caso se percibe cómo la necesidad de síntesis de la forma hace que se sacrifique la función comunicativa. No son los objetos que aluden a la realidad lo que resulta significativo sino la conversión de la imagen en signo y código asimilable rápidamente. La representación termina siendo un proceso de obtención de formas abstractas, un método para conseguir nuevos resultados y justificar el sentido de la forma.



Figura 60



Figura 61

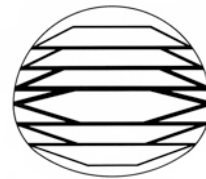


Figura 62

Los objetos, rostros, animales se convierten en esquemas geométricos, pero también existen casos, menos comunes, en los que los objetos son generados a partir de trazos libres y más orgánicos. Muy pocas de estas imágenes fueron incluida en libros y catálogos sobre el trabajo de Leufert, quizás por ser consideradas menos atractivas, por ser soluciones a medio camino o porque no seguían los parámetros estéticos dominantes. Hay dos ejemplos que pueden entrar dentro de la categoría de formas orgánicas, y que incluso podrían vincularse con la creación de las Nenias: son las figuras 63 y 64 de nuestro registro. Es posible que la figuración halla sido uno de los puntos de partida de este tipo de exploraciones completamente abstractas que conforman su obra plásticas.

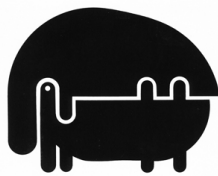


Figura 63



Figura 64

3.2. Rasgos arcaizantes: re-significación de la tradición

También puede mencionarse otra característica particular de la representación, y es el referente del arte precolombino, como se percibe en la imagen 65. Este es otro rasgo moderno: la búsqueda de lo arcaico, de lo ancestral, para re-contextualizarlo y convertirlo en sinónimo de lo actual. Así como el arte de las vanguardias buscó nuevos modelos en la artesanía africana y precolombina —interés por la forma más no por el contenido—, y emprendió el camino de la re-significación de la tradición y de lo popular para insertarlo dentro de los marcos geométricos que desarrolla la plástica, así también en el diseño se despertó una especial fascinación por la imagen exótica, por el collage y la cita al pasado. La originalidad y el atractivo de lo no occidental, se estableció como nuevo parámetro estético.



Figura 65



Figura 66

Hemos de mencionar la existencia de libros de arte precolombino, arte textil y decorativo africano y artesanía del antiguo Perú, dentro de la Biblioteca que pertenecía a Leufert, lo que evidencia su interés hacia las representaciones vinculadas a las antiguas civilizaciones. Uno de los ejemplos más claros de este tipo de indagación se aprecia en la figura 66, es el emblema del Aeropuerto Internacional de Maiquetía (1974), el cual se desprende de los pectorales indígenas.¹¹⁷ Dentro del Archivo de la Biblioteca Nacional se encuentran este y

¹¹⁷ *La concepción de la insignia del aeródromo exigió la conciliación de las ideas de dos sectores aparentemente divergentes. Por un lado, estaban las fuerzas militares encargadas para entonces del manejo de la institución, y por el otro, los proyectistas de la nueva sede. Estos exigían la utilización de códigos modernistas, en diálogo con el lenguaje arquitectónico del edificio. Aquellos, la inclusión en el emblema de algún motivo paradigmático del aborigen —Maiquetía es también un*

otros signos e imágenes, no todos tan bien resueltos formalmente como este caso, pero que pueden considerarse de gran valor para otras investigaciones que requieran rastrear el camino recorrido por Leufert, las posibles referencias y los temas recurrentes que se advierten al revisar toda la obra.

3.3. Atomización geométrica: método racional y esquematización

El caso de las imágenes figurativas permite apreciar otro aspecto singular dentro del trabajo de Leufert. El objeto adquiere caracteres que se desprenden del uso de una base estructural poligonal o circular. Las figuras 67 y 68 son un ejemplo de ello. El cuadrado y hexágono son claramente descritos por el contorno, y se percibe un carácter más sólido, pesado, estable y fuerte. Las líneas trazadas paralelamente dividen la figura, pero también generan textura visual. Esta es la manera moderna de asimilar la realidad, inscribiéndola dentro de los parámetros geométricos, dividiéndola en parte, presentando solo los caracteres más esenciales, para que sea captada en una sola mirada.¹¹⁸ Leufert generó signos monocromáticos y circunscritos a forma geométrica, como una manera de facilitar su reproducción a distintas escalas, sin perder sus particularidades esenciales. Pero además, como ya lo hemos mencionado, existía en el trabajo de diseñadores suizos, holandeses, ingleses, estadounidenses y latinoamericanos, esta tendencia a esquematizar, un método que se impartía en las escuelas de diseño, el estilo aceptado y reconocido dentro del mundo corporativo.

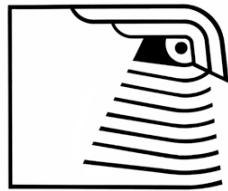


Figura 67



Figura 68

vocablo indígena— en el que reconocemos a un murciélago en su etapa ascensional. Véase: Aquiles Esté y Jacinto Salcedo, DGV 70.80.90 Diseño Gráfico en Venezuela, p. 21

¹¹⁸ *... el que todo lo milimetra, lo somete a la matemática, a riesgos del cálculo, a la altura y el ancho de las proporciones más exactas, más rígidas, más convencionales, y nos entrega a la postre la resolución de un nuevo suceso de ver las cosas. Véase: Alfredo Armas Alfonso, Op. cit., p. 42*

Tal y como lo percibe Ruth Auerbach, se trata de un sistema de relaciones formales que Leufert aprovechó tanto en su producción artística como gráfica.

El cuadrado, el círculo y sus derivaciones formales serán figuras recurrentes en su amplio repertorio de proyectos de diseño, pinturas y esculturas. Se constituye en un recurso estructural sistemático que le permitirá experimentar infinitas e inéditas relaciones visuales¹¹⁹.

4. Forma abstracta

4.1. Lo inusitado dentro del esquema geométrico

En el trabajo de Leufert se percibe el predominio de la simetría y las formas regulares, pero muchas imágenes contienen también un rasgo singular que rompe con la dinámica armónica. Aunque muchas de las propuestas incluidas en el registro son ejercicios a medio camino o alternativas descartadas, podemos encontrar algunos casos en los que se aprecia un acento, un rasgo singular, una variación en el ritmo, una forma con anomalía, un elemento que capta la atención por romper con la estructura predecible, regular y uniforme. La figura 69 es un ejemplo muy sencillo de cómo funciona este mecanismo. El cuadrado, que resulta más dinámico al rotarlo, posee un borde considerablemente más grueso y otro más delgado. Se percibe entonces una especie de flecha, una punta que hace que el ojo se mueva de izquierda a derecha. El caso de la figura 70 (Paseo La Mercedes) es más neutral, por ser un cuadrado estable, que maneja los ejes horizontales y verticales, pero adiciona un elemento inusitado. Los cuadros que funcionan como módulos se ven interrumpidos por otro módulo de naturaleza distinta. El ojo tiende a percibir una especie de P, que dibuja el grupo de círculos que invade el área. Estas sencillas experiencias manifiestan la búsqueda de rasgos singulares que despierten interés y atraigan la atención del espectador, aliviando la monotonía, transformando y quebrando la regularidad.

¹¹⁹ Ruth Auerbach, *Op. cit.*, p. 18

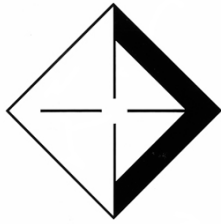


Figura 69

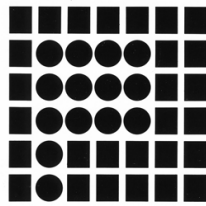


Figura 70

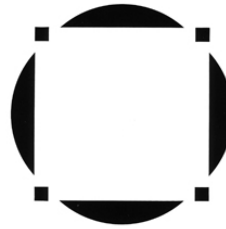


Figura 71



Figura 72

Leufert aprovecha incluso el blanco del papel para convertirlo en estímulo sensible, en elemento singular que capta la atención. Las formas geométricas también pueden presentarse como el negativo dentro de un elemento de mayor tamaño, o como el marco que delimita un área. En la imagen 71 (1981) el cuadrado es percibido como el espacio vacío, enmarcado por una especie de círculo y sostenido por cuatro cuadrados pequeños que dibujan sus ángulos. Otro ejemplo significativo que se encuentra dentro del archivo, es el de la marca diseñada para Lagoven (1986). La figura 72, propuesta aprobada y definitiva para la empresa, está compuesta por un rectángulo color rojo dentro del cual se inscribe los extremos de un rombo o marco ladeado. Existen pues dos fuerzas opuestas, la del rectángulo, más estático y plano, y la del rombo, más dinámico y profundo. Esta noción del marco recuerda algunas de sus exploraciones en el campo de la plástica, los listonados, y es otro de los elementos recurrentes. Además de explorar la economía de la forma y los procesos de sustracción, el encuadre y la demarcación de los límites es un juego que establece la ambigüedad entra la figura y el fondo. El espacio vacío y la transparencia es otro elemento de composición que toca la sensibilidad.



Figura 73



Figura 74

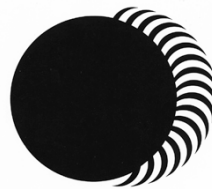


Figura 75

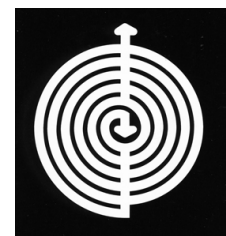


Figura 76

También en las propuestas donde se manejan el esquema circular, en las cuales se percibe claramente la simetría y el eje central, se introducen elementos que modifican la dinámica regular, como se percibe en las figuras 73 y 74. Las líneas verticales interfieren o se entrelazan entre los círculos concéntricos, el espectador podría interesarse en saber si el elemento vertical está atrás o adelante; descubrir la dinámica que rige la representación abstracta también produce un placer. El emblema moderno es un artefacto que muchas veces propone una dinámica visual contradictoria para llamar la atención, encantar y producir empatía; no es un enigma sino un juego retórico. La figura 75, signo diseñado en 1991 para la Fundación Armando Reverón, contiene una forma muy sencilla y básica, un círculo relleno al que se le adicionan una serie de líneas curvas que puede asociarse con los rallos del sol, las pestañas del ojo o quizás con los rasgos de una extraña flor. En este caso se le propone al espectador una posibilidad de buscar relaciones con objetos conocidos: el juego de la interpretación. La figura 76 para el Centro de Información y Documentación CID igualmente muestra una la forma espiral pero a la vez una flecha que gira. El ojo sigue la línea hasta encontrar sus límites, como una experiencia casi hipnótica en la que el espectador queda absorto. Esta imagen puede leerse como un recorrido en dos direcciones, hacia adentro o hacia fuera y a la vez como contenedor.

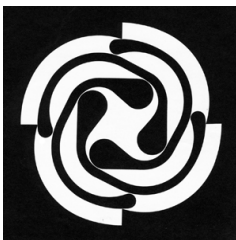


Figura 77



Figura 78



Figura 79



Figura 80

En algunas experiencias visuales se hacen más patente los ejes radiales y diametrales de la figura. Estas líneas guías implícitas generan formas de estrella, pétalos, hélice o ruedas a partir de un centro, elemento fundamental de estas alternativas gráficas. Manteniendo la unidad de las partes constitutivas, estas imágenes simulan mecanismos giratorios, piezas industriales, a partir de círculos

concéntricos, así se percibe en la imagen 77, 78, 79 y 80. Sin embargo estas soluciones son mucho más neutras, regulares, armónicas y equilibradas. En Leufert, se puede identificar una variedad de propuestas inscritas en este tipo de dinámicas circulares, combinatoria que se va depurando hasta agotar el recurso. Todas estas búsquedas responden más a los medios y herramientas que se utilizan para generar las formas, que a los conceptos e ideas con las que se relacionan posteriormente al ser aplicadas como identidad corporativa. No era relevante si la figura tenía o no correspondencia conceptual porque bastaba con que se circunscribiera a las reglas de la unidad, equilibrio y/o movimiento, que inspirara confianza y que transmitiera valores como la seriedad, eficiencia, dinamismo y/o modernidad.

4.2. Lo simple como herramienta de seducción

Según José José Villamizar la simplicidad responde a un criterio de tipo práctico del diseño de marcas, la imagen debe ser simple para que sea percibida y más fácilmente recordada. “Es en este particular donde la aplicación de la geometría juega un papel fundamental al facilitar la expresividad. Es más difícil que una marca pregnante se confunda con otra, o que pueda ser imitada”.¹²⁰ En este sentido la simetría es otro recurso de carácter utilitario. La simetría axial es un patrón que se encuentra en la naturaleza y es entendida, desde tiempo remotos, como una manifestación del equilibrio perfecto. Aunque en diseño se trata de un procedimiento muy lógico y sencillo puede resultar estático o aburrido.¹²¹

Según los estudios de psicología, la preeminencia de la simetría está fundamentada en el funcionamiento de la percepción, y en la innegable necesidad de equilibrio que se manifiesta en el espectador. Quizás sea un patrón socialmente aceptado que habla de un hábito de la visión. Sin duda está relacionado con el concepto de belleza manejado por el arte de las distintas civilizaciones a lo largo de toda su historia. La simetría es un rasgo predominante

¹²⁰ José José Villamizar, *Op. cit.*, p.060 y sig

¹²¹ D. A. Dondis, *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, p.132

en el arte, sobretodo durante los períodos en los que el poder estatal hace sentir su dominio. La construcción de los templos y obras monumentales, los grabados precolombinos, los principios impulsados por el renacimiento, se tomaron como evidencias y justificación para sustentar las teorías estéticas. Sobre este asunto discurre Friedtich von Schiller, quien afirma que “uno de los dos impulsos básicos del hombre es el impulso hacia la forma (Formtrieb), esto es, hacia la unidad y permanencia, hacia el someterse a la ley, la universalidad y la necesidad”¹²². La regla es pues el terreno seguro, otro de los principios que sostiene el pensamiento moderno occidental, pero que no necesariamente corresponde con una verdad irrefutable.

Siendo este parámetro tan atractivo, no es de extrañar entonces que haya sido utilizado por Leufert en reiteradas ocasiones. En el Archivo de la Biblioteca Nacional numerosos signos simétricos que funcionan muy bien como marcas, pero también hay una gran cantidad de alternativas que fueron descartas, quizás por un exceso de sencillez y simplicidad, entre ellas podemos mencionar la figura 81, 82, 83 y 84. Mucho más interesante resulta una propuesta como la marca de la Distribuidora Progreso, figura 85, en la que se utiliza un solo elemento reflejado e invertido, una forma que se puede leer como una letra “d” y “p” unidas por una línea que atraviesa el un eje central. La equilibrada distribución de los pesos visuales es más atractiva y menos monótona que la clásica simetría axial.



Figura 81



Figura 82



Figura 83



Figura 84



Figura 85

4.3. Patrones que resultan placenteros estéticamente

Otra manera de generar contraste y captar el interés del espectador es a partir de las progresiones. La repetición de un elemento que cambia de tamaño

¹²² Wldislaw Tatarkiewicz, *Op cit.*, p.275

proporcionalmente y se distribuye en el espacio sobre un eje horizontal o circular, permite una gran variedad de posibilidades gráficas. Algunas de estas proporcionan una sensación de movimiento y profundidad. Líneas, cuadrados, círculos, triángulos, cubos y contornos de diferente grosores, generan un tipo de simetría más dinámica. Además, al usar la repetición de elementos semejantes, se crea lo que se concibe como ritmo visual. Es posible que estos efectos simulen los percibidos por la fotografía, el video y el arte cinético.

Un mundo donde todo tiene movimiento, donde se anda a un ritmo acelerado y se mira tan fugazmente, sin dar espacio a la reflexión, exige signos igualmente dinámicos, que procuran un placer netamente sensible. El efectismo es otro recurso para seducir al espectador, quien no necesita pensar o intentar comprender un concepto, sino simplemente experimentar el fenómeno visual. La figura 86, signo usado en el catálogo Cobalto diseñado en 1978, está conformada por una serie de líneas que parecen empujarse, describiendo una trayectoria espiral. Otra manera de aplicar la progresión se percibe en la figura 87 en la que Leufert juega con el efecto de volumen artificial a partir de una base cuadrada, variando proporcionalmente el tamaño de los cuatro elementos que marcan las esquinas. Un resultado parecido se obtiene al trabajar con el círculo en la figura 88 y fundir los elementos para generar una unidad. El signo para la Bienal Interamericana de 1986, que aquí se identifica como la figura 89, es una progresión más simple que juega con el espacio negativo que describe un cubo o hexágono negro, sobre el cual se sostienen los elementos de color blanco.



Figura 86

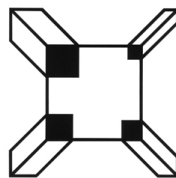


Figura 87

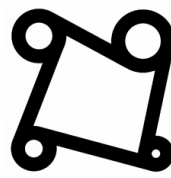


Figura 88



Figura 89

Los planos seriados son otro ejemplo de este tipo de dinámicas secuencial, ahora a partir de líneas paralelas que, por su proximidad, se perciben como una figura cerrada, creando a la vez texturas e incluso cierto volumen. Secuencia de

líneas describen reflejos de luz, plumas, escamas, páginas de un libro, la estela de un avión, pliegues de cortinas, etc. Estos juegos están justificados en el caso de representar características de ciertos objetos, como es el caso del pez para el signo del Club Arena Blanca de 1987, aquí identificado como la figura 90. El cuerpo del pez parece ondular en el agua pero también se puede leer como la representación de una ola de mar que envuelve o cae. Además podemos mencionar el caso de Seguros Caracas, la figura 91, boceto de 1986, una versión moderna del escudo de la empresa fundada en 1943. El escudo ha sido utilizado generalmente por instituciones que quieren conservar una tradición o que tienen criterios más clásicos en cuanto a la identidad corporativa se refiere.

En el registro existen otros signos abstractos con formas seriadas conformadas por líneas más gruesas, como el caso de la figura 92 diseñada para la Revista Estilo, la cual recuerda un rasgo característico de la identidad gráfica de la Escuela de Artes de la UCV y que aquí corresponde con la figura 93.



Figura 90



Figura 91



Figura 92

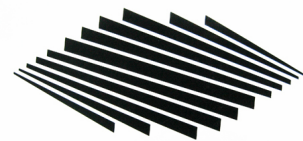


Figura 93



Figura 94

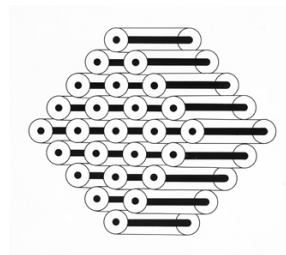


Figura 95

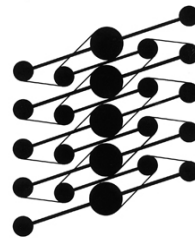


Figura 96



Figura 97

El esquema rítmico es mucho más regular en las formas modulares, otro recurso explotado hasta el cansancio por el arte y el diseño moderno. La repetición es un patrón que resulta atractivo, y con el que se percibe la armonía y la unidad del conjunto. Sin embargo este tipo de soluciones gráficas tienden a

percibirse como imágenes más neutras, y con pocas posibilidades para connotar o sugerir significados. Las imágenes se conforman como un todo inseparable, tal como se puede apreciar en la figura 94, 95 y 96. Estas configuraciones están en el límite entre el signo y la composición. Tal y como lo referimos en el segundo capítulo, aquellas propuestas en las que predomina la dimensión espacial y no la concreción del signo, quedaron fuera de nuestro registro. Pero existe un caso que vale la pena señalar, pues se encuentra en un lugar indeterminado y ambiguo, es la figura 97. Puede parecer una figura modular y hasta concéntrica, pero es completamente irregular, es una verdadera muestra de la capacidad para distribuir los pesos visuales aun dentro de un esquema variable. Sin embargo este tipo de soluciones no prevalece entre las identidades corporativas ni tampoco se incluye en publicaciones, es una imagen atípica, que se sale de los parámetros de construcción del emblema moderno, no tiene la simplificación necesaria para ser utilizada y es descartada frente a otras alternativas.

4.4 Ambigüedad y contradicción como recurso enigmático

Hemos de mencionar las propuestas de tipo más experimental y artísticas, mucho menos numerosas dentro del Archivo de la Biblioteca Nacional. Nos referiremos primeramente a las formas imposibles. Según refiere Álvaro Sotillo en conversación sostenida en su estudio¹²³, este tipo de obras las desarrolla Leufert a partir de un artículo sobre el trabajo de Roger Penrose (físico y matemático inglés) publicado en una revista científica, el cual incluía algunas imágenes de formas imposibles. El diseñador se vio atraído por estas dinámicas formales y por el enfoque racional de la ciencia, así que se propuso trabajar para encontrar nuevas alternativas dentro de estos esquemas de simulación de volumen. Este proyecto lo emprendió junto a Nedo y terminó siendo una publicación en la que se usa el recurso cromático para diferenciar las propuestas: Leufert en color rojo y Nedo en color negro.

¹²³ Testimonio recogido por Lya Bonilla en conversación con Álvaro Sotillo (26/01/2015. Oficina del Laboratorio de Tipografía de Caracas, Santa Fe, Caracas)

La ambigüedad y contradicción en formas con volumen (cubos y esferas) conforman un espacio de exploración en el arte plástico moderno. Cuando se trabaja en dos dimensiones las figuras juegan con la lógica de los objetos que tienen volumen, pero su reversibilidad los hace inverosímiles. En el texto dedicado a la publicación que lleva por nombre *Imposibilia*, Alfredo Armas Alfonso discurre sobre este fenómeno y lo define como “lo que la retina “ve” pero no alcanza a interpretar”.¹²⁴ En esta publicación se expresa lo que la razón no admite, lo que no entra dentro de las leyes y teorías. Aunque es una producción que se genera a partir del enfoque de la ciencia, el resultado apunta a la irracionalidad; este es otro caso donde se manifiesta la paradoja moderna.

Lo que es y no es también es un recurso para atraer al espectador. Las formas que no llegan a comprenderse simulan enigmas, parecen misterios, que atrapan la mirada más inquieta. Se trata de un tipo de recurso gráfico que invita al espectador a detenerse, un estímulo para el ojo que intenta entender cómo está configurada una imagen, y que se encuentra con algo que no es una cosa definida sino quizás varias cosas a la vez. La ambigüedad es sin duda otro carácter típicamente moderno que se deja ver en toda la obra de Leufert.

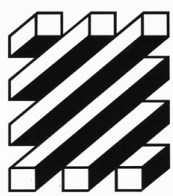


Figura 98



Figura 99



Figura 100



Figura 101

Dentro de nuestro registro podemos encontrar el más elemental de estos ejercicios, la figura 98. Las barras suben y bajan, son cubos y líneas, se encuentran arriba y abajo, dos tendencias que conviven en una misma forma gráfica. Esto se expresa de manera más sutil en la figura 99, signo para el IX Congreso de Ingeniería de 1973-74. La aplicación de este principio resulta más

¹²⁴ Alfredo Armas Alfonso, *Imposibilia*. Manuscrito encontrado en el Archivo de la Biblioteca Nacional.

complejo y confuso cuando se trata de contornos circulares y curvos como el caso de la figura 100. Aunque quizás no pertenezca a la serie *Imposibilia*, en el archivo se incluyen dentro de la categoría de formas imposibles todas aquellas soluciones gráficas compuestas por una sola línea “infinita”, como se muestra en la figura 101, que sin duda recuerdan aquellos dibujos de Maurits Escher, uno de los artistas que se encuentra en los libros de la biblioteca de Leufert.

El diseño moderno propone juegos visuales incluso a partir de un elemento tan común y familiar en el ambiente urbano como es la flecha. Despojada ya de su aspecto utilitario, contradiciendo la esencia misma de este recurso, habitualmente utilizado para señalar un camino, una vía, o simplemente para marcar una dirección, Leufert genera una gráfica muy rica que irrumpe en el espacio vacío para proponer una experiencia contradictoria al espectador. El registro también contiene un grupo de propuestas que son quizás el inicio de esta exploración con las flechas. Aunque existen similitudes con los signos incluidos en el libro *Sin arco*, aquí se encuentran propuestas más sencilla y menos interesantes. Quizás la más curiosa sea la figura 102, flecha que parece entrelazarse en un especie de laberinto de base circular. Al adicionar más elementos la composición se complica, hasta hacerse demasiado confusa como en el caso de la figura 103 y 104.



Figura 102

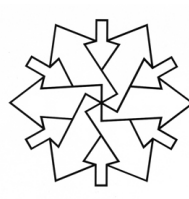
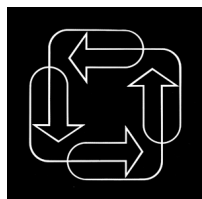


Figura 103

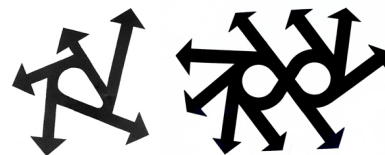


Figura 104

Pero aun en el sinsentido de este tipo de proposiciones gráficas, a pesar de carecer de referentes, los signos se suscriben a un contexto: el de la publicación. *Sin arco*, libro reversible, registra la lucha entre el orden y el caos, abre un espacio múltiple que dirige el ojo hacia distintas direcciones. La flecha es también ambigua. Miguel Arroyo así lo define: “estas flechas fueron ideadas para una geografía tetradimensional en la cual nuestra imaginación estaría dirigida a

desenvolverse de la más creativa y errática manera”¹²⁵. Quizás no sea otra cosa que un juego, uno muy particular donde el espectador toma la decisión, cede o no a la tendencia visual. ¿Puede el ojo humano decidir o es siempre manipulado? Quien mira ha de hacer la prueba.

Llama poderosamente la atención el hecho de que Gerd Leufert escogiera el formato del libro para mostrar y exponer el producto de sus investigaciones formales, que bien puede responder a su vocación como docente y maestro, a su interés en la recopilación y registro de su obra, o quizás a la idea de lectura de materiales que no tienen cabida dentro de los medios convencionales de las artes y la publicidad.

4.5. Imágenes con significado intercambiable

Una sola letra es capaz de relacionarse con una variedad de significados, actitudes, posturas y estilos de vida, por eso resultan ideales para aquellas instituciones que solicitan una marca no figurativa y no referida a ningún objeto o imagen específica. Las letras iniciales construidas también a partir de estructuras geométricas, generalmente se diseñan para aplicarse como signos de identidad de empresas e instituciones. Sin embargo en el trabajo de Leufert se encuentran casos que fueron generados como especulaciones formales o ejercicios libres, algunos de los cuales conservaba el diseñador en caso de necesitarlos para futuros proyectos o clientes.



Figura 105



Figura 106



Figura 107



Figura 108

¹²⁵ Miguel G. Arroyo, *Sin arco*.

Las figuras 105, 106 y 107 son experiencias visuales que posteriormente fueron utilizadas como letras G, H y X en el alfabeto improvisado que aparece en una publicación periódica del Ateneo de Caracas (*Papeles*, octubre 1970). En estos casos no se identifica con facilidad las letras, quizás porque son imágenes que Leufert fue configurando separadamente hasta conseguir reunir todo el abecedario. El emblema del Museo Alejandro Otero de 1990, que aquí aparece como figura 108, es otra letra inicial que no fue diseñada exclusivamente para la institución, sino que forma parte de las propuestas sin clientes que Leufert guardaba para alguna ocasión en las que se le solicitara una imagen.

El emblema fue realizado inicialmente como ejercicio de progresión geométrica y más tarde adjudicado al hoy MAVAO. Verdadero ejemplo de adivinación gráfica, sería un milagro que el entonces Museo La Rinconada poseyera otro emblema, al menos a juzgar por los cuadrados que se suceden y evolucionan, los rincones aquí y allá.¹²⁶

Este signo se inscribe dentro del juego de ambigüedades, entre ser o no ser una letra, ser o no ser un elemento simétrico, estar inscrito o no dentro de las formulaciones modulares y seriadas. Independientemente de guardar o no relación con la institución que representa, es una imagen que maneja los parámetros de la estética moderna: una imagen simple pero a vez dinámica, singular y fácil de identificar, propone un recorrido al ojo y mantiene sus elementos unificados, no luce anticuada y podría estar vigente, tiene las características requeridas para ser reproducida en distintos tamaños sin perder su esencia. Los cuadrados de este signo recuerdan ligeramente la obra cinética de Alejandro Otero *Abra solar* que se encuentra en Plaza Venezuela (Caracas). Sea esta una casualidad o no, deja ver como un tipo de composición muy simple puede estar sujeta a asociaciones libres.

El emblema puede ser simplemente una provocación al espectador; el signo propone un juego.¹²⁷ Tanto en el arte como en el diseño moderno se usa este tipo de dinámicas en las que se plantea la posibilidad de establecer vínculos arbitrarios

¹²⁶ Aquiles Esté, y Jacinto Salcedo, *Op. cit.*, p.21

¹²⁷ La representación es un juego, mirar es "jugar con". *El espectador es, claramente, algo más que un nuevo observador que contempla lo que ocurre ante él; en tanto que participa en el juego, es parte de él. Véase: Hans-Georg Gadamer, Op. cit.*, p. 32

entre la imagen y referentes aleatorios, que no tienen nada que ver con la imagen, para darle sentido. La obra queda fuera del control incluso del autor, y también del crítico, el cual debe tolerar, muy a su pesar, la libertad de asociaciones que posee lo accidental y fortuito. Admitidas en el arte moderno, al espacio del diseño entran las imágenes sin significado o con significado indeterminado. No se trata de una concepción romántica de la experiencia estética, se trata de una imagen creada para funcionar en cualquier contexto, y cuyo significado es determinado por el uso y aplicación posterior.

4.6. La irregularidad de la forma orgánica: el juego de la identificación

Con un carácter más plástico artístico se encuentran las formas orgánicas, no inscritas dentro de los códigos geométricos antes mencionados, estímulos que invitan también al juego de la identificación. Dentro del registro hay una serie de imágenes amorfas, semejantes a los contornos irregulares de las gotas de líquidos, los pétalos y hojas de las plantas, como la figura 109, 110 y 111. Formas orgánicas que simulan signos ideográficos, es quizás un estadio previo a la configuración de las *Nenias*. El dibujo libre se aleja de la rigidez impuesta por la herramientas de medición y precisión que usaba el diseñador, sin embargo hay oculta una estructura mucho más compleja y menos predecible. En este campo de la creación Leufert presenta opciones mucho más alejadas de las típicas formas geométricas modernas, quizás como un escape intimista a las exigencias corporativistas o una manera de contradecir sus propias tendencias estéticas.

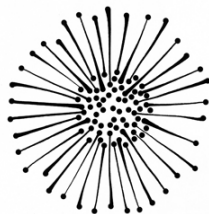


Figura 109



Figura 110



Figura 111

A propósito de las Nenas y de la celebración del aniversario de nacimiento del diseñador, Carmen Alicia Di Pascuale dedica un ensayo a la reflexión sobre las tensiones entre el diseño y el arte, lo geométrico y lo orgánico, lo abstracto y figurativo, lo primitivo y lo moderno, densidad formal y patente contradicción que se expresa en la obra de Leufert. Su profundo análisis sobre la imagen que encarna “el canto fúnebre de la modernidad”, concibe este tipo de signos como una composición poética que se alza como elegía. La autora cita un texto de Ranci re que hace referencia al Constructivismo Ruso, base fundamental del diseño moderno, como una invitación a la comprensión de la obra de Leufert desde otra perspectiva, una lectura que reporta las implicaciones de tipo ideológico que guardan estas imágenes.

Si los creadores de formas puras de la llamada pintura abstracta han podido transformarse en artesanos de la nueva vida soviética, no es por una sumisión catastrófica a una utopía exterior, sino porque la pureza no figurativa del cuadro —su superficie plana impuesta sobre la ilusión tridimensional— no significaba la concentración del arte pictórico en un único material. Indicaba, por el contrario, la dependencia del gesto pictórico nuevo de una superficie/interfaz en la que arte puro y arte aplicado, arte funcional y arte simbólico se fund an, en la que la geometría del ornamento aparecía como símbolo de la necesidad interior y en la que la pureza de la línea se convertía en el instrumento de formación de un decorado nuevo de la vida, susceptible de transformarse en decorado de la nueva vida¹²⁸

La forma orgánica es el lugar donde se desdibujan las fronteras entre el arte y el diseño, donde se propone el juego interpretativo de manera más radical y libre, donde se presenta la imagen como experiencia dada a los sentidos. Mientras que en la abstracción geométrica est  todo supeditado, en el trazo libre se manifiesta lo imprevisible, lo que guarda un vínculo con la belleza y simplicidad de las formas de la naturaleza, lo que deja además una impresión imborrable. “Es la naturaleza la que nos asombra y no el arte”.¹²⁹

5. Trabajos con tipografía

Aparte de la dinámica compositiva de las formas figurativas y abstractas, se encuentran los trabajos con tipografía: logotipos, caligrafía y titulares. Estas

¹²⁸ Carmen Alicia Di Pascuale, Evocación fúnebre y modernidad visual (on line)

¹²⁹ Victoria de Stéfano, *Op. cit.*, p. 16

formas se relacionan más con el diseño de marcas, alfabetos y signos funcionales, y no tanto con el campo de la experimentación visual. La tipografía aparece no solo como un elemento para ser leído, sino como recurso expresivo que puede imprimir un carácter, una personalidad, o puede relacionarse con un contenido. Aunque se perciban algunos de los principios formales ya mencionados (módulo, secuencia de líneas, estructura geométrica, etc.) estas soluciones gráficas requieren de otros marcos teóricos que alimenten el análisis y la comprensión del proceso creativo. La letra caligráfica y la construida a partir de formas geométricas representa dos extremos, dos posibilidades opuestas, que requieren métodos distintos. En la figura 112 se percibe claramente la utilización del círculo para conformar las siglas “C.O.Q.” y se ubica un punto central, eje y centro de interés. Por su parte la figura 113 corresponde a un trazo libre que quizás puede relacionarse con algo más informal y juvenil.

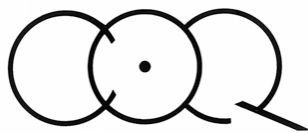


Figura 112



Figura 113

Existen algunos ejemplos donde se sacrifica la legibilidad en función del carácter estético, así como puede apreciarse en la figura 114 (*imán*) y 115 (*nachrichten*, palabra alemana que significa noticias). También podemos señalar que existen algunas alternativas, que no se han identificado aun con ningún proyecto específico, donde simplemente se modifican ciertos rasgos de los caracteres para adquirir particularidad. Este es el caso de la figura 116 donde se inclina hacia la izquierda la letra “F” y “R” y se hace contrapeso con la “U y “M” hacia la derecha. Hemos de destacar un hecho significativo, y es que en aquel momento no existía una proliferación de fuentes tipográficas como las hay ahora, y a los diseñadores les atraía la posibilidad de generar nuevos alfabetos. Era pues una gran innovación para su momento trabajar con letras que se diferenciaban de las reducidas fuentes contenidas en el catálogo de tipos de las imprentas. En la

figura 117 se leen la “A”, “U” y “R” a pesar de que se ha restado algunas partes de la letra y de que se percibe como de 6 líneas simples.



Figura 114



Figura 115



Figura 116



Figura 117



Figura 118

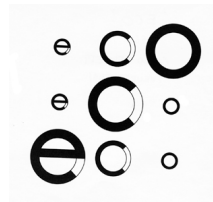


Figura 119

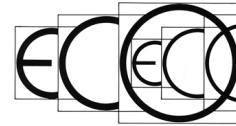


Figura 120

Del registro vale la pena hacer mención también de una serie de bocetos que abordan la representación de la palabra “eco” a partir de la composición y los rasgos tipográficos. Esta serie está compuesta por la figura 118, 119 y 120. En las últimas dos propuestas las letras “e”, “c” y “o” son círculos trazados sobre líneas guías duplicados en tamaños diferentes. La repeticiones de formas de alguna manera traduce a imagen el efecto sonoro del eco, la reverberación. El diseñador se da a la tarea de conseguir todas las posibles equivalencias entre la expresión lingüística y la imagen, manipula también las letras en función del contenido, aprovecha los rasgos circulares, los ángulos, los espacios negativos, la coincidencias para generar movimiento, dirección, inestabilidad, fragmentación, distorsión, etc.

6. El arte vs la publicidad

Las imágenes y signos puede ser estudiados desde diferentes puntos de vista, a partir de disciplinas como la semiótica, la hermenéutica, la psicología, la estética, etc. El campo de investigación interdisciplinar nos ayuda a comprender los objetos y las prácticas culturales. Debemos ampliar las herramienta críticas e

interpretativas y recurrir a otras áreas del conocimiento a la luz de las cuales se puedan entender los fenómenos visuales. Los estudios en sociología han abordado también las dinámicas que condicionan la producción de discursos, la aparición de nuevos lenguajes en el arte y el diseño. Un interesante texto que vale la pena mencionar es el de los investigadores mexicanos Jaime Carrasco-Zanini y Bruno De Vecchi. Según los planteamientos expresados en su ensayo *La relación de teoría y práctica en el diseño de la comunicación gráfica a través de la teoría de la acción de Pierre Bourdieu*, el diseño puede plantear cuatro diferentes enfoques. El primero de ellos es el de la mercadología, que centra su interés en la promoción de mercancías. En segundo lugar se ubica el enfoque empirista que centra su interés en los procesos técnicos de producción, no desarrollando un marco teórico consistente, ni un interés por el ámbito económico, social y cultural. La orientación artística o esteticista se considera el tercer enfoque, cuyo marco teórico es el de la estética, que concibe el diseño gráfico como un arte aplicado, y pone el énfasis en la expresión individual del diseñador, desestimando las determinaciones económicas y funcionales. Y por último, el enfoque del campo de la comunicación, que se inscribe en el espacio social y cultural, centrando su interés en la lógica que rige el intercambio de bienes simbólicos.

Si miramos el trabajo de Leufert es posible que lo relacionemos más con el enfoque artístico o esteticista, por su vinculación con la noción de arte aplicado, el papel que cumplió como artista, la preponderancia de la creación libre y del impulso individual. El diseñador gráfico en general tiende al enfoque empirista, a desarrollar sus conocimientos y habilidades desde la práctica; el caso de Leufert no es la excepción, como profesional formado en escuelas y academias de arte y diseño, aprendió a adoptar como método de trabajo el dibujo y el ejercicio constante con la abstracción. Ya hemos hecho mención de la conciencia y el interés de Leufert por el campo de la comunicación visual, sin embargo, hacia la producción de la publicidad y el mercadeo sí establece una distancia y una postura radicalmente opuesta.

El contraste entre el diseño más vinculado al arte y el diseño publicitario parece ser tema recurrente dentro de las disertaciones a propósito del trabajo de

Leufert. En el mismo libro *La emblemática* se plantea dicho conflicto en el plano de las imágenes. Tal y como lo reseña Santos López en su artículo *El diseño de Leufert*, la fotografía de Paolo Gasparini con la que se inicia el libro plantea el problema de la proliferación de la propaganda y su fuerte influencia, frente al desarrollo del diseño con orientación artística. La imagen retrata la gran cantidad de mensajes que se despliegan por una avenida, lo que constituyen un ruido visual, sin ningún respeto por el transeúnte. Además de los avisos de “Pollo en brasas”, en la foto se aprecia una valla de productos Van Raalte con un mensaje que resulta una ironía “para usted que ama las cosas bellas”¹³⁰. Este ensayo visual que es libro, es también una respuesta al irracional y desenfrenado avance de los mecanismo de mercado, y una reflexión sobre la noción de belleza y buen gusto. Pero el gusto no se trata de una visión subjetiva, personal e individual, como se entiende cotidianamente, sino a una construcción social, algo que se dicta desde afuera y que puede ser modificado. Es en el espacio público donde se despliegan las representaciones que llegan a ser populares.

Consciente de la función de su actividad en la sociedad, Leufert se dedica a generar un código, unos signos que pretenden proporcionar una experiencia óptica más rica al espectador, oponiéndose a la “vulgaridad” de los medios y a la representación meramente informativa. Como lo afirma Victoria de Stéfano, sus imágenes contienen implícitamente una reflexión, la evidencia de su entrega total hacia lo que él llamó “la causa”. Esa idea de trabajar por un objetivo superior también es un carácter propiamente moderno. Tal y como lo expresa el diseñador Louis Danziger: “el modernismo era una fe, una religión, una misión, la cual se nos fue encomendada con pasión y ardor”.¹³¹

Leufert desarrolló un papel fundamental dentro del ámbito de las artes, específicamente dentro del Museo de Bellas Artes de Caracas, institución que reconocía su trabajo, lugar donde se sentía a gusto, donde desarrollaba su pasión por el arte, donde podía estar más cerca de los artistas y sentirse uno de ellos, donde podía llevar a cabo su misión. En el ámbito del diseño se ocupó de traducir

¹³⁰ Santos López, *El diseño de Leufert*, p. C-18

¹³¹ Unos tipos duros, *Paul Rand “El último moderno”*, (on-line)

para otros su modo de ver, sentir y experimentar. En Leufert existe una profunda comprensión del oficio y de sus limitaciones.

*Leufert tiene plena conciencia de que no hay lugar para el chamán en la sociedad de nuestros días. Ni el brujo, ni el sacerdote, ni el poseído, ni ningún tipo de encumbramiento espiritual tienen cabida. La inarmonía, la confusión, la brutal avalancha, el acoso de la sociedad en que vivimos piden una actitud diametralmente diferente.*¹³²

Pareciera que la manera de resistirse ante los sistemas de la publicidad fue la de contradecir la función comunicacional de la imagen y privilegiar los estímulos sensoriales. Pero esto encierra una contradicción pues son este tipo de imágenes las que mejor funcionan dentro de los sistemas de la propaganda.

La dualidad entre el valor referencial y el valor estético es un asunto no resuelto dentro del ámbito del diseño moderno. En nuestro registro se expresa la búsqueda de la forma con contenido, versus la forma vacía, mero efecto visual. Ante sus trabajos figurativos, abstractos y tipográficos el observador queda atrapado ante el goce por los juegos formales, y la búsqueda de posibles asociaciones. La noción de emblema en Leufert comprende la de un signo que funciona aun sin poseer significado, no como un enigma sino como un recurso retórico, un eficiente sistema que desarrolla un lenguaje sintético y limpio.

¹³² Victoria de Stéfano, *Op. cit.*, p. 7

CONCLUSIONES

El aporte más significativo de este trabajo es sin duda la digitalización de un grupo numeroso de imágenes y el registro de la información encontrada dentro del archivo de la Biblioteca Nacional, es decir, los vínculos de los emblemas con los documentos y piezas impresas encontradas dentro de cajas y sobres. El manejo de la plataforma digital (Excel y FileMaker) facilitará la visualización de todo el material que se encuentra en la Biblioteca, bajo diferentes criterios de búsqueda, lo será de utilidad para futuras investigaciones que aborden este trabajo gráfico. Una segunda etapa a desarrollar podría consistir en registrar bocetos a mano, dibujo sobre papel milimetrado, artes finales y papelería. Hasta ahora se ha logrado reunir, fichar y clasificar un total de 354 emblemas diseñados por Gerd Leufert que no se encuentran en ninguno de los libros y catálogos sobre su obra.

Las imágenes no publicadas de Gerd Leufert registran las distintas alternativas dentro del proceso creativo que se desarrolló entre 1958 y 1991. Además conforman un grupo de emblemas que fue descartado como identidad corporativa y que no se incluyó en libros y catálogos, lo que permite identificar el criterio de selección utilizado, que en la mayoría de los casos toma en cuenta el valor estético. Dentro del material no publicado se consiguieron también muchos bocetos, estadios previos a la imagen publicada, lo que hace posible dibujar el camino o recorrido del proceso de creación de emblemas, los aciertos y desaciertos, la exploración con los distintos recursos formales, las pruebas que se archivaron para ser reutilizadas en el futuro, las líneas de investigación desarrolladas a partir de algunas premisas propias del diseño y arte moderno.

En Leufert se registra la transición entre las bellas artes y las artes aplicadas, su obra se ubica en la transformación de la modernidad a la postmodernidad, momento en el que se manifiesta la naturaleza arbitraria del signo.¹³³ Sin embargo, hemos de advertir que hablar de ideas generales y de un solo tipo de comportamiento que comprende un sin número de productos culturales puede dejar de lado variables individuales fundamentales. Los

¹³³ Aquiles Esté y Jacinto Salcedo, *Op. cit.*, p.23

conceptos de modernidad y postmodernidad tienden a homogeneizar la realidad heterogénea, así que pueden resultar insuficientes para pensar la realidad de Latinoamérica.¹³⁴ En este sentido, las próximas investigaciones podrían también abordar el análisis de las imágenes desde otros marcos conceptuales y no desde el aparato epistemológico tradicional y hegemónico.

Marcas y experiencias visuales corresponden con las dos áreas de interés para Leufert: el campo del diseño de identidad corporativa y el ámbito de la experimentación libre con las formas. Las imágenes utilitarias y no utilitarias son parte de la misma búsqueda, de un mismo lenguaje gráfico, manifiestan la relación que el diseñador establece con las figuración, la abstracción y la tipografía. La única diferencia entre los emblemas comerciales y las especulaciones formales es el uso y aplicación de la imagen. Tal y como sucedió en algunos casos documentados, cualquiera de las experiencias visuales pueden convertirse en la identidad de empresas o instituciones, son signos cuyo significado es intercambiable.

Las clasificaciones que se han planteado dentro del registro responden a un criterio de ordenamiento, no a una noción de función y forma como aspectos separados. La diversidad y cantidad de la obra de Leufert exige una tarea de organización que no podía responder únicamente al criterio cronológico, sino que requirió de unas categorías que permitieran concretar de alguna manera las ideas y planteamientos que sustenta su trabajo gráfico. Como se trata de una obra tan rica en recursos visuales, no podría hablarse de categorías determinantes, ni de límites infranqueables.

Lo que deja ver el estudio de las categorías formales-gráficas es precisamente los modos de representación y los mecanismos racionales asociados con la creación de emblemas. El diseño gráfico moderno también puede ser entendido como una forma de pensamiento, una forma de resolver

¹³⁴ Sandra Lorenzano, *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*, p. 233

problemas de tipo visual.¹³⁵ La división del espacio en partes iguales, la proporción geométrica, la búsqueda de equilibrio y unidad, considerados en su momento como patrones estéticos universales e identificados con la idea de buen gusto, son algunos de los factores que determinaron la configuración de emblemas. Esta metodología más racionalista —herencia de las ciencias— es un reflejo de la necesidad por estructurar, esquematizar, limitar, enmarcar, dominar y controlar, propia de la cultura occidental. También el uso de herramientas de dibujo determinaron una manera de desarrollar el proceso creativo: operaciones como la unión y sustracción de formas regulares permitió infinitas combinaciones, un tipo de trabajo que desarrollaban también diseñadores gráficos europeos y estadounidenses, así como las escuelas de formación de este tipo de profesionales. En el registro estos patrones quedan claramente expresados, y sin duda también es posible identificar trabajos más intimista, en los que Leufert contradice sus propias tendencias estéticas.

Diferentes efectos visuales fueron identificados como los recursos más recurrentes, aceptados como herramientas del diseño corporativo, lo que caracteriza el lenguaje gráfico de Leufert. La interrupción del ritmo, las formas imposibles, el principio serial, los experimentos con las flechas, las formas orgánicas, la ambigüedad entre figura y fondo, entre profundo y plano, fueron operaciones utilizadas por Leufert para atraer y seducir al espectador. Lo que hacía efectiva una marca era precisamente este mecanismo de estímulo-respuesta rápida que se activa, este producto dado a los sentidos y no al intelecto, un hecho que resulta evidente al estudiar los emblemas diseñados por Leufert. La necesidad de diseñar signos claros, sencillos, inconfundibles y fáciles de recordar, que funcionan eficientemente como identidad corporativa, implicó la creación de marcas carentes de sentido. Estas Imágenes, en las que se percibe la indeterminación del significado y la contradicción no son un enigma o un misterio a develar sino un recurso para atraer la mirada, funcionan como una provocación, se

¹³⁵ Jaime Carrasco-Zanini y Bruno De Vecchi. *Ensayo: La relación de teoría y práctica en el diseño de la comunicación gráfica a través de la teoría de la acción de Pierre Bourdieu*, p. 49 (on line)

prestan al juego de identificación. Por esto, pudiésemos decir que, en líneas generales, todas las imágenes de Leufert, son experiencias visuales.

Las herramientas de composición son la manifestación de las dinámicas culturales, sociales y políticas de una época. En este sentido, Leufert es un modelo fundamental para comprender la sociedad europea de mediados del siglo XX. Gabriel Rodríguez reconoce en Leufert la capacidad para insertar sus imágenes en el contexto venezolano, a pesar del bombardeo de la propaganda y los medios de comunicación.¹³⁶ Esta investigación ha permitido señalar algunos aspectos que tipifican su producción, adoptando así mismo una posición crítica hacia el aparato metodológico que sostiene un conjunto de prácticas y creencias, que condicionan el establecimiento de una cultura visual.

A partir de sus imágenes se aprecia claramente la aplicación de los principios del arte y el diseño moderno en el contexto nacional, lo que dispuso al espectador a desarrollar una particular sensibilidad hacia este tipo de lenguaje formal. Se trata de un creador que trae del extranjero unos modelos de representación que se insertan en una dinámica visual muy diversa, que los absorbe e integra. El movimiento moderno se convirtió en un sistema de prácticas legitimadas tanto en el ámbito de las instituciones culturales como en los medios de comunicación y producción de sentido para las corporaciones.

La fascinación hacia los efectos visuales constituye un tipo de arte que sale de las salas de exposición para ocupar los espacios públicos, esculturas, fachadas y murales. La abstracción geométrica es el símbolo de la nueva cultura hegemónica; la ciudad moderna constituye el anhelo y la utopía. El venezolano se familiarizó con las estructuras de lectura múltiple, la ambigüedad espacial, la contraposición de elementos y el principio serial, que hoy en día pueden no suscitar el asombro o admiración, pero que sí forman parte de un patrimonio visual, y que han llegado a identificarse como sinónimo de lo nacional. Dichas formas son receptáculos de argumentos y deseos, condicionan la mirada, representan circunstancias políticas, configuran una subjetividad.

¹³⁶ Gabriel Rodríguez, *Leufert Diseñador*, p. XI

“El diseñador es responsable de cómo nuestro ambiente y todo lo que nos rodea se ve hoy en día y tendrá considerable influencia en cómo se verá mañana”.¹³⁷ Esto, en parte, es cierto pues las representaciones poseen la capacidad de influir en su contexto, imponer al espectador una visión, modificar y configurar sus gustos, porque son contenedores de un capital simbólico. Aun hoy las imágenes de Leufert continúan ejerciendo una importante influencia. La presencia del diseño de identidad corporativa se hace sentir en los distintos sistemas de promoción en el ambiente urbano. Como objeto cultural, este tipo de imágenes tiene un impacto en la vida cotidiana, en la forma de mirar y relacionarnos. Hablamos de una resonancia que muchas veces pasa desapercibida.

Los emblemas, signos, carteles señales y diagramaciones son un indicio de la modificación, para bien o para mal, de los criterios de apreciación.¹³⁸ En principio el diseño pretendió alzarse contra la noción de mal gusto y “la vulgaridad creciente de la tecnología ideológica, [pero] acabó siendo su más fiel y seguro servidor”.¹³⁹ El diseñador tuvo que aceptar un hecho innegable, el poder avasallante de la maquinaria de mercado. Las teorías del diseño fueron la base para constituir el lenguaje de la publicidad y favorecieron la producción de sentido para el mercado, los recursos gráficos se convirtieron en un repertorio de formas aprovechado por los sistemas de intercambio simbólico. Los modelos de pensamiento impulsados por la modernidad configuraron un escenario que posibilitaba el despliegue de un aparato ideológico del proyecto progresista.

Para entender los componentes racionales desencadenantes de este proceso y los valores que sostenía dichas prácticas podemos hacer referencia a enfoques como el de Jean Baudrillard. Según el autor, a partir de un sistema dominado por la moda, es decir, por el valor de cambio, se estableció la confusión estratégica entre los términos de “belleza” y “valor estético”. Al concebir la separación artificial y arbitraria entre lo bello y lo útil, quedaba justificada la

¹³⁷ Elizabeth Pérez-Luna, *Op. cit.*, p. 121

¹³⁸ Miguel Arroyo C., *Marcas*.

¹³⁹ Marta Traba, *Op.cit.*, p. 89

aplicación de una semiótica universal y el concepto de estética que establece la función ideológica del diseño. El signo, como un estatus de sentido y de forma, posee una unidad que ya no es la de un estilo, o de una práctica, sino la de un sistema de percepción y construcción de lo real, al que queda simultáneamente encadenado en una sintaxis funcional. Esta manera de concebir la imagen se deriva del pensamiento racional que instituye como método las escuelas de diseño europeo. “La Bauhaus es la que sitúa esta universal semantización del entorno, donde todo deviene objeto de cálculo de función y de significación”¹⁴⁰.

La Bauhaus se asumió y se asume como la escuela de diseño por excelencia. Es el modelo metodológico estudiado aun hoy en día, sin meditar a profundidad sobre el porqué nace esta manera de abordar el trabajo creativo, qué tipo de sociedad lo generó, si tiene o no vinculación con nuestro tiempo y contexto. Para Baudrillard se trata de una revolución puritana, de un funcionalismo ascético, “legible en la depuración, en el dibujo geométrico de sus modelos, en su fobia del decorado y de los artificios, en suma en la “economía” de su discurso”¹⁴¹. Sin duda se refiere al lenguaje, recursos y estrategias que podemos reconocer en el trabajo de Leufert. Este tema de las implicaciones y consecuencias de la escolarización superior en el campo del diseño, que aquí hemos apenas tocado, constituye una posibilidad para desarrollar futuros análisis.

Pueden tomarse en cuenta textos como el de Gustavo Valdés quien aborda el mito bauhausiano como discurso eurocéntrico, autoritario y dogmático, creado a partir de la repetición casi litúrgica de principios compositivos, determinando muchas veces la pobreza teórica que padecen las instituciones de formación de profesionales del diseño. Dichas metodologías son el producto de un proceso de simplificación y de la sintomática pretensión de dictar leyes universales. “Es en esta empresa, la del vaciamiento conceptual del diseño gráfico (...) donde la

¹⁴⁰ Jean Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, p p. 225

¹⁴¹ *Ibidem*, p. 235

“herencia” de Bauhaus ha producido sus efectos más devastadores y duraderos”.¹⁴²

Los métodos de enseñanza de la disciplina del diseño en Venezuela guardan correspondencia con los de la escuela europea. Marta Traba reporta lo que significó la apertura del primer instituto de diseño en nuestro país, tercero en Suramérica. En mitad de lo que ella percibe como la caótica sociedad visual venezolana, se funda el instituto Neumann que funciona como un laboratorio, como un circuito cerrado pues sus hallazgos no parecen trascender fuera del ámbito académico. Sus producciones gráficas responden a parámetros estéticos, pero carecen de la función informativa a la que debe responder dentro de un contexto y una sociedad. Traba denuncia la pérdida de visión global como un síntoma frecuente en Venezuela, y se interroga sobre los preciosos resultados del instituto.

Yo no entiendo cómo los artista y creadores venezolanos no perciben con claridad la continua estrategia de neutralización que se opera sobre ellos: en el momento en que dicha estrategia logre triunfar sobre el Instituto de Diseño, con la silenciosa habilidad con que se despliega siempre, este quedará reducido a ser un brillante laboratorio¹⁴³

En Venezuela las premisas del diseño moderno fueron aceptadas como una ley universal y además enseñadas en las escuelas e institutos de diseño sin cuestionar sus vigencias y aplicación en el contexto nacional. En “el célebre “menos es más”, repetido por muchos como un mantra sagrado, se concentra un rancio puritanismo e higienismo de origen centroeuropeo que los diseñadores aquí nunca han discutido verdaderamente”.¹⁴⁴ Hasta hoy persiste el problema de la no correspondencia entre la forma y el contenido, así como un innegable cansancio derivado del repetitivo uso de los recursos gráficos. Tanto en América como en Europa de la posguerra, las escuelas de grafismo recurrieron a la reiteración del uso del contraste blanco y negro, al impacto visual de fácil factura, lo que condujo

¹⁴² Gustavo Valdés, “Bauhaus: Crítica al saber sacralizado” en *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, p. 73

¹⁴³ Marta Traba, *Op. cit.*, p. 110

¹⁴⁴ Aquiles Esté y Jacinto Salcedo, *Op. cit.*, p. 22

a la falta de originalidad y hondura conceptual.¹⁴⁵ Es importante mencionar además que muchas veces fueron más determinantes las limitaciones propias de los procesos manuales para elaborar las formas y los sistemas de impresión usados, que el interés por desarrollar un lenguaje y una comunicación más eficientes.

La tarea de comunicar no es una cuestión de “formas”, sino cuestión del lenguaje, de los procesos de construcción de sentido, de la psicología de las masas, cuestión que había ocupado a investigadores de la imagen en Europa y Estados Unidos. El mismo Leufert menciona la importancia de la multidisciplinariedad dentro del estudio del diseño, advierte la necesidad de la relación con otras áreas del conocimiento, y la de adquirir una conciencia de lo que el oficio supone a la sociedad.

A un diseñador necesariamente no le basta su formación profesional. Requiere nutrirse de todas aquellas circunstancias de su medio social para justificar sus decisiones y afrontar sus propios riesgos y la conciencia de las alternativas que le exige el deber con la comunidad.

(...) en el futuro los diseñadores deberán trabajar intensivamente entre otros profesionales, con sociólogos, sicólogos, ecólogos, urbanistas, economistas, expertos de la industria gráfica, científicos, investigadores, y funcionarios que sepan tomar decisiones atinentes.¹⁴⁶

Ni el método racional, ni el empirismo, por sí mismos, pueden resolver el problema de la forma y el sentido; se requiere de un conocimiento técnico, contextual y global, la habilidad para persuadir, sí, pero también educar y conmover, ayudar a la comprensión y participación de todos los individuos. La importancia del compromiso social, la necesidad de comunicar y de transferir valores, la relación entre el objeto y su entorno inmediato, se ha visto opacada por el afán de ser diferente, de ser atractivo. Es asunto fundamental para futuras investigaciones el indagar sobre la razones estructurales de esta dinámica propia de la era contemporánea.

Hoy en día se continúan formando diseñadores operativos que dejan de lado la teoría y hacen del diseño una artesanía. El profesional del diseño puede

¹⁴⁵ Adrian Frutiger, *Signos, símbolos, marcas y señales*, p.265

¹⁴⁶ Alfredo Almas Alfonso, *Diseño gráfico en Venezuela*, p. 49

dominar programas de computadora y dibujar a la perfección, pero si no estudia el pensamiento de su época trabaja de un modo inconsciente. La intuición no puede restarle importancia al estudio y la investigación. Es necesario cuestionar los parámetros de composición y conformación de signos gráficos, más aun ahora que los cambios en los medios de producción empiezan a demandar nuevos métodos de trabajo. Leufert responde a la pregunta de Elizabeth Perez-Luna sobre la enseñanza del diseño gráfico en nuestro país, y dice así: “En Venezuela el diseño gráfico como profesión es todavía semi-consciente y será necesario que lo que se haga de aquí en adelante sirva para elaborar la gramática del diseño propiamente dicho”.¹⁴⁷

La intención al desarrollar el presente trabajo de investigación fue precisamente hacer consiente los mecanismos que determinaron la producción de imágenes en el trabajo de Leufert. Así mismo es una invitación a mirar algo que quizás no ha sido observado con detenimiento, con verdadera atención. Nos hemos acostumbrado a valorar y estimar el trabajo gráfico de Leufert aunque no lo conocemos a profundidad. “Tal vez estemos cansados de no ver, por no detenernos a ver”.¹⁴⁸ Quizás estemos habituados a recibir los más variados estímulos, a consumir altas dosis de imágenes sin posibilidad de reflexión. Es la necesidad de este ejercicio de contemplación lo que motivó a reconocer en un grupo de imágenes códigos de un lenguaje formal tan claro y preciso. Queda pues el registro de un trabajo que habla más del proceso que sobre la obra terminada. Este texto es la base para proponer futuras lecturas, orientadas a definir la genealogía de la imagen en Leufert, a armar la historia que se desenvuelve desde los primeros trazos hasta la aplicación del signo en su contexto específico.

¹⁴⁷ Elizabeth Pérez-Luna, *Op. cit.*, p.123

¹⁴⁸ Ruth Auerbach, *Op. cit.*, p. 21

ANEXOS

Anexo N° 1

Señores
 Comité de Contratación-Área Caracas
 LAGOVEN,S.A.(Filial de Petróleos de Venezuela)
 Edificio Lagoven,Los Chaguaramos,piso 4
 Atención: Srta. Margot Rangel

GERD LEUF

Estimados señores:

En atención a su solicitud de fecha 2 de enero, me es grato enviarles mi oferta de honorarios profesionales y condiciones para el diseño de un emblema corporativo para Lagoven:

- / a / para la selección del emblema, por parte de esa Filial, me comprometo a entregar, en el término de 45 días, a partir de la aprobación del trabajo, tres proyectos diferentes de los cuales esa Filial podría escoger uno
- / b / los trabajos de diseño corporativo que resulten de la necesidad de incorporar este emblema a los usos de esa Compañía, no tendrán, necesariamente, que ser realizados por mí
- / c / con el fin de asegurar el mejor entendimiento entre esa Compañía y el diseñador, la Compañía designará un responsable para la orientación y coordinación de este trabajo
- / d / mis honorarios profesionales por el diseño del emblema son de CIENTO CINCUENTA MIL BOLIVARES (Bs 150.000.00) e incluye los derechos de propiedad de la Compañía sobre el emblema
- / e / en el caso de que ninguno de las soluciones propuestas encontrara la aprobación de la Compañía, ésta se compromete a pagar el treinta por ciento (30%) del valor total del emblema, en el entendido de que los proyectos presentados seguirán siendo de mi propiedad
- / f / las condiciones de pago serán las siguientes: al mes de presentados los proyectos, la Compañía debe entregarme la suma de CUARENTA Y CINCO MIL BOLIVARES (Bs 45.000.00). Al mes de entregado el ARTE FINAL del emblema seleccionado, la Compañía me entregará la suma restante de CIENTO CINCO MIL BOLIVARES (Bs 105.000.00).

Quedo en espera de su contestación.

Atentamente,

Caracas, 7 de enero de 1986

Gerd Leufert (RIF V - 01724111 - 3)

Dirección: Residencias LOMA VERDE, PH-B, Calle Guárico, Urb. Coninas de Bello Monte, Ca:

Anexo N° 2

Contenido del archivo de Gerd Leufert que se encuentra en la Biblioteca Nacional de Venezuela (52 cajas y 56 sobres que contienen su obra gráfica)

BOCETOS (212)

EMBLEMAS, ALFABETOS, LOGOTIPOS, FLECHAS, NENIAS, PAPELERÍA

PAPAELERÍA (35)

RENTA INMOVIILIARIA RENTICA
SIDETUR DEL TURBIO S.A. FILIAL SIVENSA
GEGO
LEUFERT
SIDETUR
eniac
LAGOVEN
Harry Mannil
EDIFICACIONES DIPES S.R.L
Sistema Drupo Grupo de impresores
EMPRESAS LANSBERG
Seguros Caracas
SUPERHERACLORAMA
Agenda VERTRIEBSGESELLSCHAFT KARL WAHL & CO MÜNCHEN 9
CENTRO MÉDICO DOCENTE LA TRINIDAD
ORINOCO FOUNDATION
Fundación CELARG
ACO
ACO ALQUILER, AUTOMOTRIZ CENTAGRO
ACOGRAMA
ACO (SOCIEDAD ANÓNIMA)
ACO METALES
ACO INVERSORA
INVERSORA LOS JAGUARES / Harry Mannil y Masula d'Empaire de Mannil
LAGO MOTORS C.A.
FANATRACTO
Club Arena Blanca
Cromotip
Revista RESUMEN
REFOLIT
GENTE DE CINE
MUSEO DE BELLAS ARTES CARACAS
AGROVEN C.A.
TECOAP Tecnicos y consultores agropecuarios
AUTOMOTRIZ CENTAGRO

ANUNCIOS DE Prensa (25)

BANCO HIPOTECARIO DE LA VIVIENDA
SIDETUR
LAGOVEN
Fotograbado Vene
Texto Asociación de industriales de Artes Gráficas ante la competencia de las imprentas oficiales
Pinturas Montana
Asesoramientos Rodas / Causa R / Ejecutivos Luisa Ragot CA / Revlon
Ejecutivos Luisa Ragor/ Raticida / paco rabanne
Central Río Tuy
Inverbanco
Bancarios
Sociedad Financiera de Occidente
RENTICA
BANCO INTERNACIONAL
EMPRESAS LANSBERG
Seguros Caracas

La conquista del espacio. Rumbo a las estrellas
Un Venezolano profesor de Astronomía en EEUU
BANCO CONTINENTAL
Propaganda política AD Jaime Lusinchi (artes finales para 15 anuncios) (16-9-83 para el Nacional, Últimas noticias, Meridiano, Diario de Caracas y Daily Journal)

DOCUMENTOS (46)

Recibos, facturas, presupuestos, aprobación de presupuesto, solicitud de trabajo, condiciones de trabajo, datos para papelería, exposición de motivos, resumen de gastos Instituto de diseño, Renuncia al instituto, programa de la cátedra de Elementos de Expresión, Notas del curso, Carta de despedida del Embajador de la RDA, manual de normas gráficas, política editorial de una revista, correcciones, textos para libros (imposibilia y nenias), cartas, notas en alemán, inglés y español
Estatutos TACA (Taller de Artistas Gráficos y Asociados
Descripción del INSTITUTO DE ARTE FEDERICO BRAND
Manual de uso de la imagen
SIDETUR (Factura)
SIDETUR (Condiciones en las que realizaría el trabajo)
Exposición de motivos, misión, vision de la Fundación Armando Reverón, Programa de investigación
LAGOVEN
RENTICA
Philip Walhd a Mrs Mannil 1975
LISTA DE ARTISTAS
Recibo FIVENCA
Factura FIVENCA
CENTRO MÉDICO DOCENTE LA TRINIDAD (Carta de Pablo A. Pulido M.)
Texto Alfredo Armas Alfonzo / imposibilia
LAGO MOTORS C.A.
REFOLIT / gego?
Revista RESUMEN
RECIBOS: centro profesional de dibujantes
Texto para afiche
A Dr. P. Pulido
Información sobre la Asociación Centro Médico Docente La Trinidad
Cartas en alemán
Artículo de prensa: Wozu Kunsterziehung? (¿Por qué la educación artística?)
Artículo de prensa: "Designer for life" The Daily Journal (Saturday, april 23, 1977)
Presupuesto REFOLIT
RESIMON AL SERVICIO DE LA INDUSTRIAL TEXTIL
RESIMON CATÁLOGO DE PRODUCTOS
ALGUNAS CONSIDERACIONES PARA LA PREPARACIÓN DE ENCARTES Y VOLANTES
RESIMON
ANEXO A INDUSTRIA TEXTILERA
ANEXO B INDUSTRIA MADERERA
BANCO ROYAL VENEZOLANO ABRIL 1986
DATOS PARA EL DISEÑO DEL BANCO ROYAL
Página de un libro KULTUR WISSENSCHAFT
STRUCTURALISMUS SCHLÜSSEL ALLER DINGE
Bauhaus 1919 (texto en ingles)
(ACOGRAMA) Carta de Begoña Acarregui a Leufert sobre asunto de diseño de FANATRACTO

Carta sobre diseño de Lagomotor
 Fundación Cultural Venezolana Francesa
 CORTE PERPENDICULAR A CADA EJE DE
 SIMETRÍA...
 MAVESA
 REFOLIT LISTA DE PRECIOS
 Solicitud de diseño de Estampillas (ministerio de
 comunicaciones)
 Carta de Gloria Carnevalli
 Carta a Gloria Carnevalli (ingles)
 Texto introducción al mundo Nénias
 Condiciones: Carta de Comité de Contratación
 (LAGOVEN) con correcciones a lapiz

CATÁLOGOS Y FOLLETOS (82)

COBALTO
 Arte precolombino del Perú
 HARRY ABEND
 Luis Chacón / Los Planetas, Venezuelan Pottery
 Exposición Leufert (Galería 4 Vientos)
 Obra no exhibidas de Gerd Leufert de los años 1939-59 /
 Galería El Muro
 Leopoldo Torres Agüero
 GLEN SUJO / 14 DIBUJOS / MUSEO DE BELLAS
 ARTES
 Manasis / galería 22 / centro comercial del este
 Alfabeto Nedo / Texto: Gerd Leufert
 CRUXENT
 NENIAS
 GEGO / Reticularea (MBA)
 Goethe House New York Anton Stankowski
 ENIGMA REALIDAD, VIERI TOMASELLI
 ince
 GEGO
 Colegio de Arquitectos de Venezuela
 Historia de la Alfombra en Venezuela Carlos F Duarte
 Tiempo roto, Mercedes Hemera
 electrón
 Primer Congreso Bolivariano de Arquitecto
 RV-1 REACTOR VENEZOLANO 1 (IVIC)
 UNIVERSITAS 2000 (PLANTEAMIENTO
 ADMINISTRACIÓN E INVESTIGACIÓN DE LA
 EDUCACIÓN SUPERIOR N°5
 Venezuela frente al Mar Documentos Presidenciales
 CRUXENT
 Mural Fachada, arquitectura. Texto Maillol
 Variaciones sobre reticulárea en homenaje a gego.
 Museo de Arte Contemporáneo de Caracas
 Pintura Francesa Contemporánea Museo de Bellas
 Artes, Caracas
 INCIBA Instituto Nacional de Cultura y Bellas Artes de
 Venezuela
 HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS
 Galería SOTAVENTO (Oscar Vasquez)
 VISUAL, museo de bellas artes, ministerio de educación
 CRUXENT PARACINÉTICA / GALERÍA 22
 Gerd Leufert pinturas recientes, museo de bellas artes
 PASCUAL NAVARRO DIBUJOS Y PASTELES (Galería
 XX2)
 T.J-2: UN ESFUERZO MAS DE CONSERVACION
 VI Bienal del Cartel Homenaje a Gerd Leufert / Premio
 Nacional de Artes Plásticas 1990, BIBLIOTECA
 NACIONAL
 Venezuela 89 / 87 Los libros más bellos del mundo (IBA
 Leipzig)
 Fundación Alfredo Armas Alfonso
 GERD LEUFERT CRÓNICAS APÓCRIFAS
 IBA 89 Feria Internacional del Arte del Libro de Leipzig
 RENTICA
 Banco Royal Venezolano C.A.

Exposición Panamericana de Ingeniería e Industria
 (Buenos Aires Septiembre 1970 U.P.A.D.I.
 Die Frau im Wandel der Zeiten (La mujer en los nuevos
 tiempos)
 CENTRO MÉDICO DOCENTE LA TRINIDAD
 INTERGRAFIK 87 (Trienal Internacional de la gráfica
 progresista en la República Democrática Alemana)
 Grafik von Gerd Leufert (VEN)
 GRAPHIS ANNUAL
 Bolívar, Bicentenario 1783
 Listonados
 Plantagro
 Primer Congreso Bolivariano de Arquitectura
 el llano / Luis Britto García
 ACO
 Galería CONKRIGHT CARACAS ABRIL'73
 Escritores Artistas MBA
 Eterna Primavera (Museo de Bellas Artes (Escritura de
 oleo tinta y lápiz)
 CEBRA
 la nueva vena
 NOE NOE
 tipografía NEDO (p.1) Texto Gerd Leufert
 centro profesional de dibujantes pautas de honorarios
 SIS y EDICIONES COBALTO
 9º CONGRESO VENEZOLANO DE INGENIERÍA
 CIRCO
 OFICINA CENTRAL DE INFORMACIÓN (OCI)
 Banco del libro
 Diseño gráfico Gerd Leufert / impreso en REFOLIT
 HERMAN MALVET REISIMARKMEID UMBERILMA
 TEEKONNALT (estonio: Viajes marca nuestro alrededor
 sin una ruta)
 SAATEKS (estonio: Introducción)
 VABA EESTI SONA (New York)
 REISIMARKMEID UMBERILMA TEEKONNALT
 Jeep
 EL SOL Y LA LUNA BOUTIQUE, IV CONGRESO
 INTERAMERICANO DE VIVIENDA CARACAS 1969,
 CENTRO MÉDICO DOCENTE LA TRINIDAD
 INFORME LAGOMOTORS C.A. (1975, 77)
 INFORME ACO
 PETROLERA MITO JUAN C.A.

AFICHES (13)

DRAMATISCHES THEATER
 Gráfica VI (Sala de Exposiciones Fundación Eugenio
 Mendoza)
 Pintura / Flores
 American Institute of Graphic Arts
 Carlos Rojas
 Galería CONKRIGHT Exposición Leufert
 IMPRESIONISTAS, POST-IMPRESIONISTAS,
 FAUVES, CUBISTAS, FUTURISTAS,
 EXPRESIONISTAS, DADAISTAS, ABSTRACTOS,
 CONSTRUCTIVISTAS, HARD EDGE,
 INFORMALISTAS, CINÉTICOS
 Harry y Mansula Mannil
 Pintura Venezolana 18º SALÓN OFICIAL 1957
 LABORATORIOS CLÍNICOS Y DE INVESTIGACIÓN
 (CENTRO MÉDICO DOCENTE LA TRINIDAD)
 9º CONGRESO VENEZOLANO DE INGENIERÍA 19 AL
 25 DE MAYO 1974
 IX CONGRESO VENEZOLANO DE INGENIERÍA 1974
 MARACAIBO 19 AL 25 DE MAYO
 La Vivienda

INVITACIONES (12)

eniac (seminario)

Expo telas para Cortinas tapicería y trajes (Ateneo de Caracas)
 Exposición Leufert Galería Cruz del sur (textos Ida Gramcko)
 Alberto Giacometti Jean Dubuffet Willem Dekooning
 Francis Bacon
 Hans Eitzbacher
 Reconocimiento al escrito Arturo Croce
 Galería CONKRIGHT / Exposición Esculturas de Gego
 LA MANO, LA SEDA, EL COLOR (Museo de Arte Contemporáneo de Caraca)
 CENTRO MÉDICO DOCENTE LA TRINIDAD
 HARRY Y MASULA MANNIL
 Primera Temporada del TEATRO ESTABLE DE MARCAY

COLLAGES (3)

REVISTAS (18)

IMPRÍMASE (Asociación de Industriales de Artes Gráficas Caracas)
 SIVENSA SIDERURGICA
 CAV 26 (Colegio de Arquitectos de Venezuela)
 IMPRÍMASE N° 21
 Sociedad Venezolana de ingenieros de petróleo
 NOTICIT / INFORMACIÓN TÉCNICA / CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS
 Sociedad Venezolana de ingenieros de petróleo
 Seguros Caracas
 Élite
 Revista M22 (PUBLICACIÓN DEL GRUPO MONTANA), Fotografiado Vene
 SALÓN DEL LIBRO TORINO 1996 MUSEO DELL'ARCHITETTURA E DELLE ARTI APPLICATE ISTITUTO ALVAR AALTO DI TORINO ARTI GRAFICHE ROCCIA TORINO
 (IDEA MAGAZINE) Allan W. Miller
 EL FAROL (portadas sueltas y revistas)
 Veccor (Universidad Metropolitana)
 POP ART CULT OF THE COMMONPLACE
 Considered Statements / Instant Summaries

VOLANTE (1)

I Salón Pez Dorado (pintura dibujo grabado de artistas menores de 30 años)

TRÍPTICOS (2)

III SIMPOSIO DE ENSEÑANZA DE LA MATEMÁTICA EN INGENIERÍA (FACULTAD DE INGENIERÍA UCV)
 Fundación Orinoco

TRAMAS (3)

RENTA INMOVIILIARIA RENTICA
 GEGO
 Gerd Leufert Diseñador

TARJETAS (14)

ACO
 GERD LEUFERT PINTURA RECIENTE GALERÍA CONKRIGHT
 ARTESANÍA AWAKA
 RENTICA
 CAFETÍN DEL MUSEO DE BELLAS ARTES

Sociedad de amigos del Museo de Bella Artes de Caracas
 Gego
 REFOLIT
 volumobili, Academia Experimental de Arte, super-heraclorama
 Herman Malvet
 CORTESÍA EDITORIAL ARTE / VIII ANIVERSARIO / CARACAS, ABRIL 1965
 Herman Malvet (boceto a mano de tarjeta de Navidad)
 TECOAP Tecnicos y consultores agropecuarios (navidad 1976)
 Besucht, DAS BAYRISCHE, HOCHLAND (Visita el bávaro, Highland)

POSTAL (1)

LIBRERÍA BUHO

ESTAMPILLAS

Bicentenario de Nacimiento del General José de San Martín (boceto a mano)
 Rafael Rangel (4 bocetos a mano)
 Congreso Anfictionico de Panama 1826-1976 (boctos, fotocopias, artes finales)

FOTOS (82)

EXPOSICIÓN NENIAS MBA CARACAS SEPTIEMBRE Y OCTUBRE 1985 (3 fotos)
 Nenia Exposición MBA (16 contactos)
 Fotografías Exposición de Listonados (10 fotos)
 Harry Mannil (pieza precolombina)
 Emblema tridimensional Banco Internacional (2 fotos)
 Contactos personal ACO (más de 30 fotografías)
 Emblema ACO en edificio (11 fotos)
 RÉNTICA (edificio y grúa, montaje?) (2 fotos)
 Fotografías de palmeras (6 fotos)
 1 No identificada (tubos de metal en el piso, otros apilados, y una montaña en el fondo a contraluz)

NENIAS

40 bocetos a mano
 109 en construcción sobre papel milimetrado
 53 fotocopias
 35 artes finales
 16 impresiones sobre papel mate

OBRA PLÁSTICA

Retratos (más de 15)
 Autorretratos (6)
 Pintura y acuarela (4)
 Serigrafía (12)
 Acrílico o guache sobre cartón (4) peces, gallo, cabezas (rey) y pareja
 Abstractos (acrílico o guache sobre cartón) (1967)
 Bocetos (12)
 Dibujo con líneas (27)
 Dibujo geométrico
 Listonado (12)
 Ilustraciones en tinta de figura humana (20)
 Ilustraciones en tinta objetos y animales (10) pájaros, peces, gato, cuerpoespin, jarra

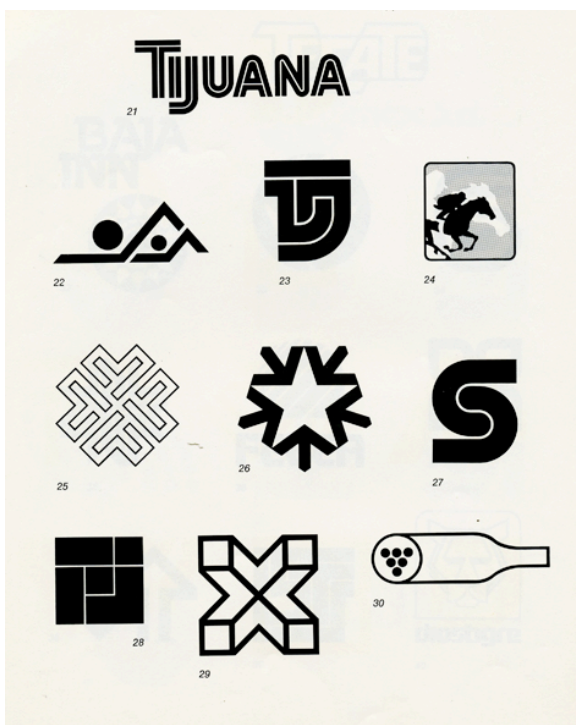
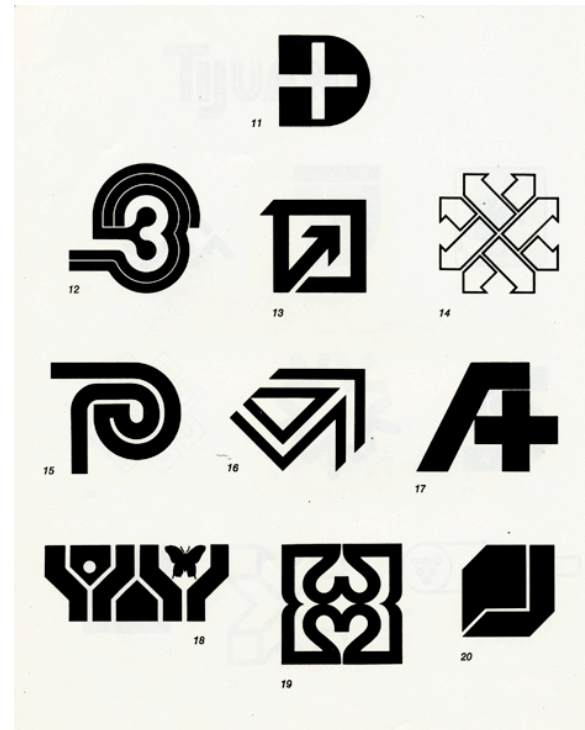
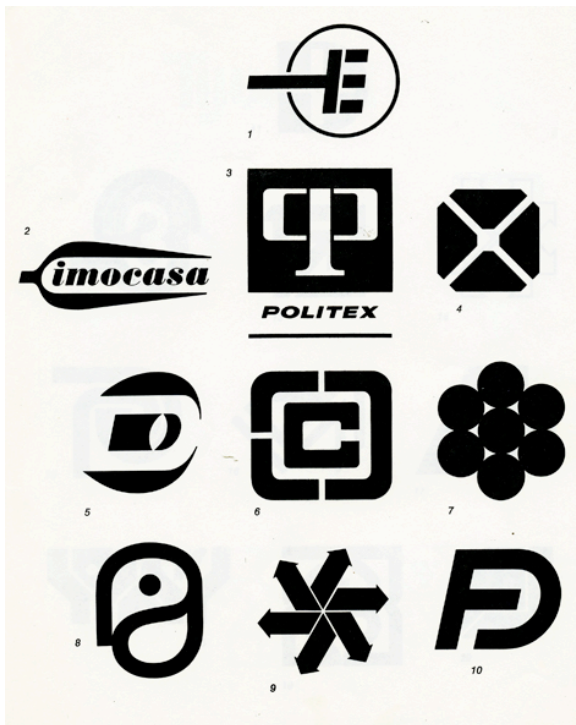
VIÑETAS

CALIGRAFÍA
ABECEDARIOS

Anexo Nº 3

Trademarks by Allan W. Miller

Imágenes adjuntas a la fotocopia de un artículo del Idea Magazine Nº 16, Tokyo, 1973, p. 70 – 81



CRONOLOGÍA / GERD LEUFERT

- 1914 Nace en (Memel, Alemania) hoy Klaipeda, Lituania (9 de junio)
- 1933 Estudia en Escuela Superior de Diseño / Hannover, Alemania**
- 1935-1936 Estudia en Escuela de Artesanía / Maguncia, Alemania**
- 1936-1939 Estudia en la Academia de Bellas Artes / Munich, Alemania**
- 1939-1945 (Segunda Guerra Mundial)
- 1945 Trabaja en casas editores: Piper, Biederstein, Oldenburg, entre otras
- 1947 Director del Estudio Gráfico Prof. F.H. Ehmke / Munich, Alemania)
- 1951 Llega a Venezuela
- 1952 Director de arte MacCann Ericsson (Conoce a Gego)
- 1953-1956 Viaja y reside en Tarma, Estado Vargas
- 1957-1959 Director Artístico, Revista Farol (Caracas)
- 1958-1967 Profesor de la Facultad de Arquitectura (UCV)
- 1958 Profesor de la Cristóbal Rojas
- 1960-1973 Coordinador de actividades MBA (diseño y curaduría dibujos y estampas)
- 1960 Estudios especiales, Universidad de Iowa**
- Técnicas gráficas, Pratt Institute, Nueva York**
- 1961-1966 Coordinador y director de arte de la revista visual y curador del MBA
- 1961 Primera exposición de diseño gráfico (Gráfica 1)
- 1961 Obras informalista monocromas (abstractas) técnica óleo
- 1964 Diseño de emblema oficial del Pabellón de Venezuela, Feria Mundial / N.Y.
- 1964-1967 Trabaja en la creación del Instituto de Diseño Neumann (Profesor)
- 1966 Edición del libro **Visibilia**
- 1967 Edición del libro **Imposibilia** (junto con Nedo)
- Diseño de la obra ambiental, fachada Centro Comercial Cedíaz
- 1968 Obra mural, edificio sede del INCE
- 1968-1973 Retoma su labor curatorial en MBA
- 1969 Edición del libro **Nenias**
- 1970 Edición del libro **Marcas**
- 1971 Edición del libro **Sin arco** (texto: Miguel Arroyo, diseño: Nedo M.F.)
- 1973 Trabaja como curador en el Museo de Bellas Artes
- 1974 -1979 Diseña sellos postales (junto a Nedo, Santiago Pol y Álvaro Sotillo)
- 1976 Diseño del Catálogo **Listonados**
- (textos: Hanni Ossott y María Fernanda Palacios y diseño: Nedo)

- 1977 MBA edita **Gerd Leufert Diseñador** (textos Gabriel Rodríguez y Miguel Arroyo, diseño: Nedo, diagramación: Álvaro Sotillo)
- 1979 Grupo TAGA / Taller Cobalto
- 1984 GAN edita **La emblemática de Gerd Leufert** (GAN)
(textos: Victoria de Stéfano, diseño: Álvaro Sotillo)
- 1985 Exposición Nenias (MBA)
Colabora con Alfredo Armas Alfonzo
Edición del libro **Diseño Gráfico en Venezuela** (Maraven)
- 1988 Retrospectiva de su obra como diseñador
Edición del **Catálogo Sala Sidor**. Curaduría: Gloria Carnevalli
- 1989 Premio Nacional de Artes Plásticas
- 1990 Primera exposición (*Penthouse B*, Sala RG), selección: Miguel Arroyo
Publica su primer libro-catálogo de fotografías
Recibe el premio Nacional de Artes Plásticas
- 1991 VI Bienal del Cartel en homenaje a Leufert
- 1992 Exposición de fotografía de Leufert
- 1994 Muere Gego
- 1994 Exposición Espacios imaginarios y reales: tintas de Gerd Leufert (MBA)
Paisajes del norte de Europa dibujados entre 1963 y 1982
Tintas abstractas realizadas entre 1981 y 1987
- 1995 MBA Los papeles de abajo (tintas y aguadas) / "obras sin autor"(Leufert)
- 1998 Muere en Caracas, Venezuela (22 de enero)

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes primarias

AA.VV, *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*, México, Editorial Siglo Veintiuno, p. 229

AA.VV, *Gerd Leufert diseñador*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1976.

AA.VV, *Tema de museología (reflexiones en el museo # 1)*. Caracas. Museo de Bellas Artes, 1997.

AMSTUTZ, Walter, *Who's Who in graphic art 2*. Dübendorf, Clivo Press, 1982.

ARNHEIM, Rudolph, *Arte y percepción visual*. Madrid, Alianza, 1997.

ARMAS ALFONSO, Alfredo, *Diseño gráfico en Venezuela*. Caracas, Maraven, 1985.

AUERBACH, Ruth, *Enmarcando a Gerd Leufert. Listonados*, Caracas, Sala TAC, 2014

BARNARD, Malcolm, *Graphic Design as Communication*. Nueva York, Editorial Routledge, 2006.

BAUDRILLARD, Jean, *Crítica de la economía política del signo*, México, Siglo veintiuno editores, 2009.

BÜHLER-OPPENHEIM, Kristin, *Signs, Brands, Marks*, Suiza, Verlag Arthur Niggli, Teufen, 1971.

DIETHELM, Walter. *Form+Comunicación*. Zurich, ABC Editions, 1974.

DONDIS, D. A., *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1976.

ESTÉ, Aquiles y SALCEDO, Jacinto, *D.G.V. 70, 80, 90. Diseño Gráfico en Venezuela*. Caracas, Centro de Arte La Estancia, 1996.

FRASCARA, Jorge, *Diseño Gráfico y Comunicación*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 2000.

FRUTIGER, Adrian, *Signos, símbolos, marcas y señales*, Barcelona, Gustavo Gili, 1995.

- GADAMER, Hans-Georg, *La actualidad de lo bello*. Barcelona, Paidós, 1991.
- KANDINSKY, Vasili, *Punto y línea sobre el plano*. Buenos Aires, Paidós, 2003.
- LEUFERT, Gerd, *Visibilia*. Caracas, Museo de Bellas Artes, 1966.
- LEUFERT, Gerd y FERRARIO, Nedo, *Imposibilia*. Cumaná, Editorial Universitaria de Oriente, 1967.
- LEUFERT, Gerd, *Marcas*. Caracas, Refolit, 1970.
- LEUFERT, Gerd, *Sin arco*. Caracas, Instituto Nacional de Cultura y Bellas Artes, 1972.
- MEGGS, Philip B. y PURVIS, Alston W., *Historia del diseño gráfico*. Barcelona, Editorial RM, 2009.
- MUNARI, Bruno, *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1985.
- PÉREZ URBANEJA, Elina y SALCEDO, Jacinto, *Marcas. Identificadores gráficos en Venezuela*. Caracas, Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez, 2005.
- SAUSSURE, Ferdinand de, *Curso de Lingüística general*, Buenos Aires, Editorial Losada, 1945.
- SOTILLO, Álvaro, *La emblemática de Gerd Leufert*. Caracas, Galería de Arte Nacional, 1984.
- STIEBNER, Erhardt D. y URBAN, Dieter, *Signs + Emblems A Collection of International Examples*. Munich, Bruckmann, 1982.
- TRABA, Marta, *Mirar en Caracas*. Caracas, Monte Avila Editores, 1974.
- TABORDA, Felipe y WIEDEMANN, Julios, *Latin American Graphic Design*. Barcelona, Editorial Taschen, 2008.
- VILLAMIZAR, José José, *Marcas*. Caracas, Venezuela CMYK, 2012.
- TATARKIEWICZ, Wlislaw, *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid, Editorial TECNOS, 2001.

Catálogos

CARNEVALI, Gloria, *Gerd Leufert, Diseño Gráfico*. Puerto Ordaz, Sala de Arte Sidor, 1988.

Hemerografía

Greenwald, Glenda. "Gerd Leufert: designer for life" en *The Daily Journal*, Nueva Yourk, 23 de abril de 1977, p. 13

LÓPEZ, Santos, "El diseño de Leufert", *El Nacional*. Caracas, 11 de Octubre de 1984, p. C-18.

Revistas

CARRASCO-ZANINI, Jaime y DE VECCHI, Bruno, "La relación de teoría y práctica en el diseño de la comunicación gráfica a través de la teoría de la accion de Pierre Bourdieu", en *Diseño y Sociedad*, México, N° 25-26, 2008-2009, pp 48-55. En http://disenoysoiedad.xoc.uam.mx/resumen.php?id_articulo=6243. [fecha 26-4-2015]

PEREZ LUNA, Elisabeth. "Entrevista con Gerd Leufert" en *Revista Papeles*, Caracas, n° 12. 1970, pp 120-127.

VALDÉS, Gustavo, "Bauhaus: Crítica al saber sacralizado" en *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación* de la Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación Ensayos, Buenos Aires, N°15, Año IV, 2003, pp. 69-80. En http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_publicacion.php?id_libro=102 [fecha 30-1-2015]

YATES, Frances. "The Emblematic Conceit in Giordano Bruno's de Gli Eroici Furori and in the Elizabethan Sonnet Sequences" en *Journal of the Warburg and Courtauld Intitute* de The Warburg Institut, Londres, Vol 6, 1943, pp 101-121, p. 108. En <http://www.jstor.org/stable/750426>. [fecha 5-5-2013]

Tesis y otros trabajo inéditos

BIORD CASTILLO, P. Raul, *Del signo al símbolo*. Caracas, 2013, en <http://raulbiordcastillo.com/wp-content/uploads/2013/01/Del-signo-al->

s%C3%ADmbolo.pdf [fecha 26-4-2015]

HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, Mario, *El diseño gráfico como acto hermenéutico*, Universidad Autónoma de Aguascalientes, México, 2008, en <http://www.mexicanosdisenando.org.mx/articulos.php?artipo=4&src=e> [fecha26-4-2015].

GUTIÉRREZ-KAVANAGH, Alfredo. *La transformación de los emblemas en marcas en la sociedad postindustrial analizada desde la perspectiva de las nuevas tecnologías*. Biblioteca Universidad Complutense. Madrid. 2011, en <http://eprints.ucm.es/13197/> [fecha 16-8-2013]

Páginas web o medios electrónicos

AAVV, *Manual de registro y documentación de bienes culturales y otros*. Santiago de Chile, Centro de Documentación de Bienes Patrimoniales, DIBAM, 2008, en http://www.aatespanol.cl/taa/publico/01_0000000008.htm [fecha13-8-2012].

CALDUCH, Juan, *Temas de Composición Arquitectónica. Uso y actividad, de la utilitas a la función*, Alicante, Editorial Club Universitario, en <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/262.pdf> [fecha26-4-2015].

DI PASCQUALE, Carmen Alicia, “Evocación fúnebre y modernidad visual”, *El Nacional, Papel Literario*. Caracas, 13 de abril de 2014, en http://www.el-nacional.com/papel_literario/Evocacion-funebre-modernidad-visual_0_389361230.html [fecha26-4-2015].

GONZÁLEZ, Karina, *Apreciaciones sobre la Historia del Diseño*, Aparte, en <http://www.aparte.cl/styling.html> [fecha26-4-2015].

PENELA RODRÍGUEZ, José Ramón, *Paul Rand “El último moderno”* en *Unos Tipos Duros*, Madrid, 15 de junio de 2000, en <http://www.unostiposduros.com/paul-rand-%C2%ABel-ultimo-moderno%C2%BB/> [fecha26-4-2015].

ZAFRA, Rafael y AZANZA, José Javier, “Deleitando enseña: Una lección de emblemática” en *Biblioteca Universidad de Navarra* (Fondo Antigo, Exposiciones virtuales) (septiembre 2009), en http://www.unav.es/biblioteca/fondoantiguo/hufaexp20/Deleitando_ensena/1._Origen.html [fecha 2-8-2013]