



## Logotipos inspirados en Movimientos Artísticos

Siempre es agradable ir a una librería, abrir un ejemplar que trate sobre logotipos, sentarse, respirar ese aroma a libro nuevo y absorber sus virtudes. Pero saber de dónde vienen estos diseños, tipos de letra y elementos creativos es también fabuloso. En este artículo echaremos un vistazo a **movimientos artísticos y de vanguardias** y a una serie de logos inspirados en esos movimientos. Puede que te sorprendas de lo fácil que es adaptar sus **colores, formas y trazos al diseño de imagen corporativa**. Obsérvalos, analiza cómo funciona el diseño de estos logos, y tal vez hasta te inspiren para tus propias creaciones y diseños.

Lista de movimientos y estéticas en este PDF:

Bauhaus	pg. 2
Art Decó	pg. 4
Blaxploitation	pg. 6
Dadaísmo	pg. 8
Pintura Hard-Edge	pg. 10
Light Painting	pg. 12
Arte africano	pg. 14
Art Nouveau	pg. 16
Cubismo	pg. 18
Pop Art: Liechstein	pg. 20
Pop Art: Warhol	pg. 22
Arte tibetano	pg. 24
Recapitulación	pg. 26
Otros recursos	pg. 26

# Bauhaus



J. Schmidt, Bauhaus

En 1919 se fundó en Weimar (Alemania) la escuela de la Bauhaus, Llegó a ser una filosofía de vida más que un centro de estudios. La Bauhaus guarda parecidos con las reglas estáticas del Art Decó. Una idea central de la Escuela era eliminar todo lo superfluo y **descomponer el diseño en sus elementos básicos**. Este minimalismo equilibrado puede encontrarse aún hoy en el diseño moderno, como en estos logos de Faboo Taboo y de Axion.



Kandinsky, *Sobre Blanco II*.



Paul Klee, *Castillo y Sol*.

Desde un punto de vista artístico, la Bauhaus comparte elementos con los constructivistas rusos por su simplicidad y audacia. Su línea estética está marcada por diseños **sencillos, arriesgados y sin complicaciones**. Estos esquemas se graban en la mente por su falta de ornamentos, y por su bella y brutal simplicidad. Los rojos y negros son colores comunes; si exploramos los colores en Illustrator capturaremos también ese tipo de tonalidades lavadas que empleaban. Para más inspiración, véanse las películas de Wes Anderson, especialmente *Los Tenenbaums*, que hace uso extenso de la Futura (una tipografía no creada en la Bauhaus, pero de la misma época, y muy racionalista) y tiene una estética de vanguardia.

# Art Deco



A.M. Cassandre, *Pivolo*

El Art Decó comenzó de forma paralela a la Bauhaus en los años 20, pero originándose en París. Ambas corrientes comparten la elegancia en las formas, la parquedad en los recursos, y la intensidad en los colores. El Art Decó se distingue por su **representación estilizada de formas**. Los artistas del Art Decó parecen utilizar las reglas y geometría de la arquitectura. Uno de estos artistas fue A. M. Cassandre, quien llegó a ser conocido por su logotipo para Yves Saint Laurent. Su diseño en el cartel de Pivolo es altamente representativo del Art Decó. Esa estética se ha adoptado por Miau y Machine para sus identidades corporativas.



Tamara de Lempicka, *The Musician*.



Michael Kungl, *Americana Deco Coffee*.

**Los elementos principales son el recrearse en la geometría y la casi compulsión por lo moderno y las máquinas.** Observa las grandes y ondulantes curvas, que les dan un toque “deluxe”. El Art Decó llegó a su declive durante los años veinte, y comparte con esa época su opulencia y extravagancia. Su diseño tiene hilos comunes con la Bauhaus: su fascinación por las formas como medio para una “nueva” estética; pero no trata de reconciliarse con lo funcional. Las influencias más perdurables del Art Decó se pueden encontrar en la arquitectura y el diseño industrial, como en los edificios del Rockefeller Center en Nueva York, la torre Mather en Chicago y las pinturas de Tamara de Lempicka.

# Blaxploitation



Cartel de *Superfly*

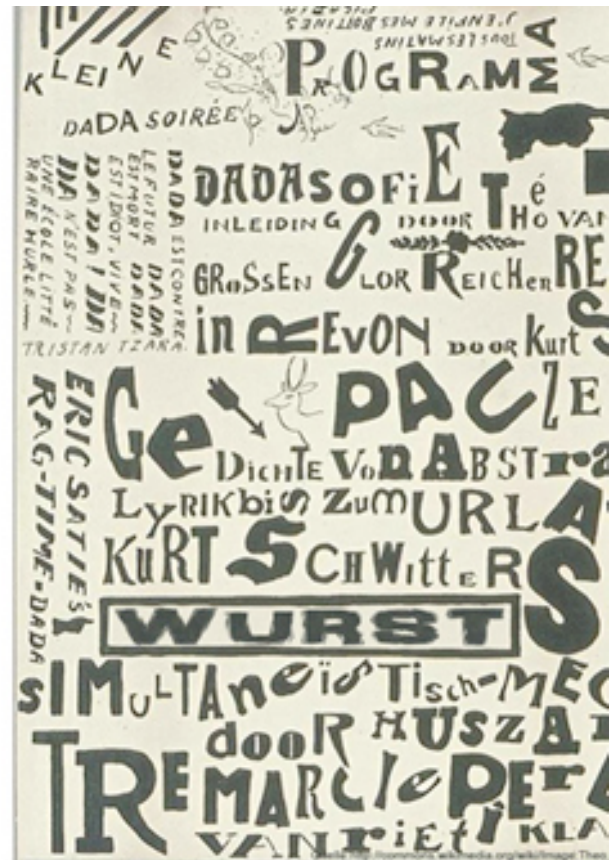
Blaxploitation se llamó a un género de películas norteamericanas, con personajes de raza negra en un entorno urbano, que tuvo su auge en los 70: filmes como *Coffy*, *Foxy Brown* y *Shaft*. Acompañadas por música funky, de artistas como Isaac Hayes y Curtis Mayfield, las películas llevaron un nuevo estilo de vida a la comunidad negra, una que promovió una mayor liberación y amor, apoyada por los ritmos soul y funky. Esta cultura puede encontrarse tanto en películas, como en la música, la moda e incluso en diversos diseños de logos, como este de Form.



Carteles de Sugar Hill y Cotton Comes to Harlem.

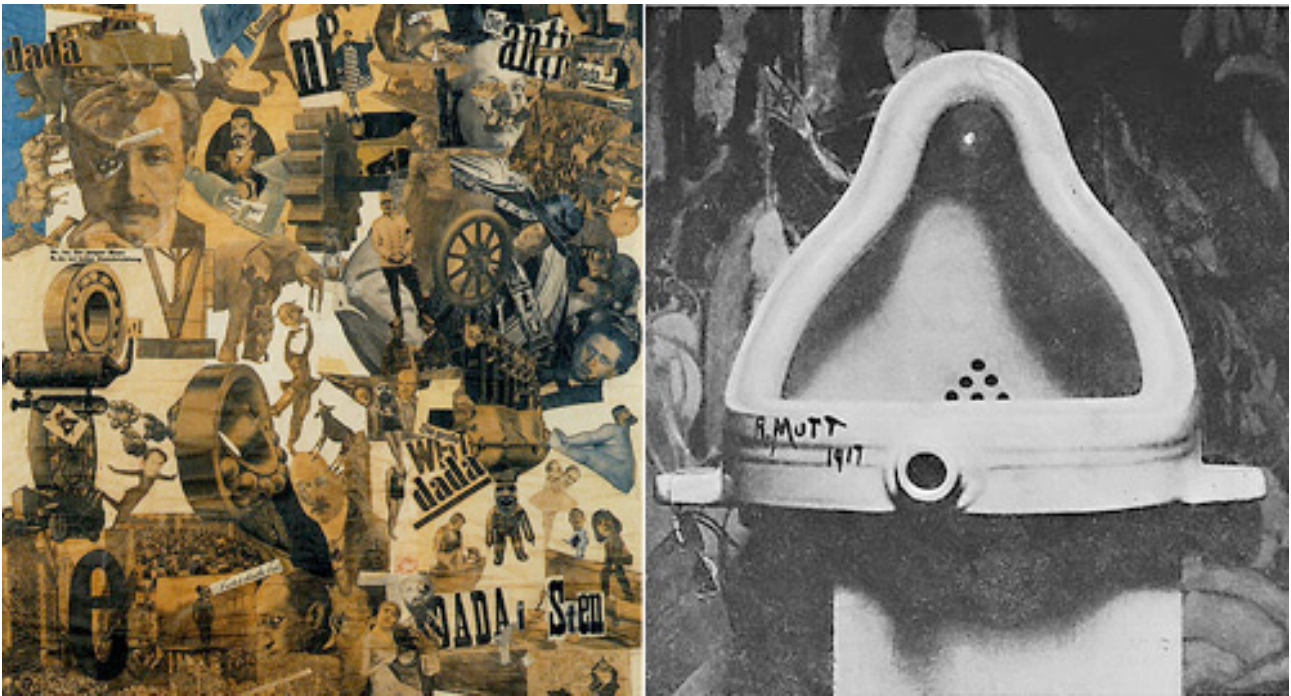
Esta estética era típica de los diseños de carteles de los años 70. Se expresaba en **serpenteantes letras en las que la estética primaba sobre la legibilidad**: un contraste totalmente diferenciador con respecto a los diseños europeos de la misma época, que favorecían el minimalismo y la funcionalidad. Puedes emplear en tus diseño **colores base muy vivos, y añadir otros con un efecto de desaturación para darles ese toque "vintage"**.

# Dadaísmo



Theo van Doesburg, *Kleine Dada Soirée*

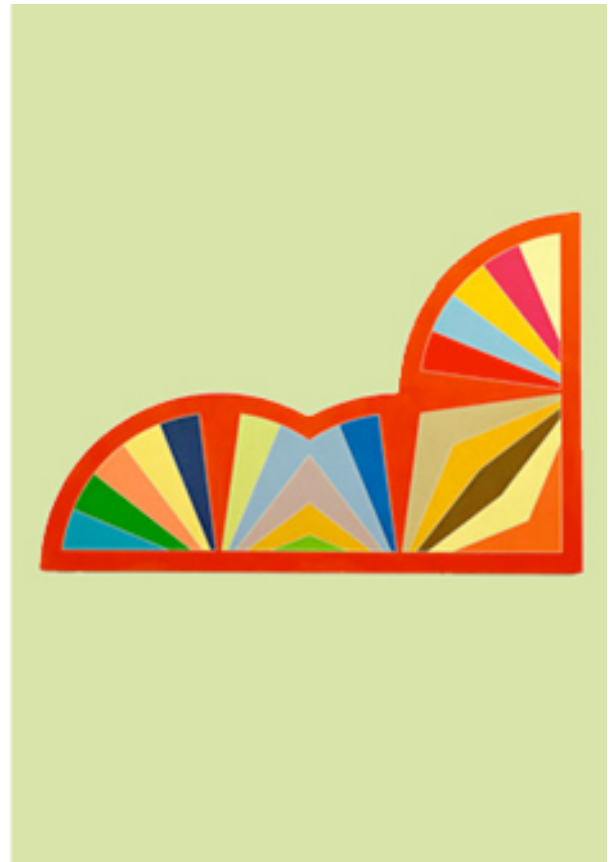
El Dadaísmo, también conocido como movimiento Dadá, se gestó hacia 1916 por diversos artistas de Suiza y Alemania. **Se basaban en rechazar de forma manifiesta el arte “convencional” y categorizable.** Para decirlo más claro: ¡destruir y reconstruir! Esta estética provocativa fue una revuelta contra el arte suscitada por los propios artistas. Esta ironía aún ejerce su influencia en el diseño y el arte. Estos dos logos evocan al Dadaísmo de forma clara, destruyendo para reconstruir los elementos completamente de cero.



Izquierda: Hannah Höch, *Cut with the Dada Kitchen Knife through the Last Weimar Beer-Belly Cultural Epoch in Germany*. Derecha: Marcel Duchamp, *Fuente*.

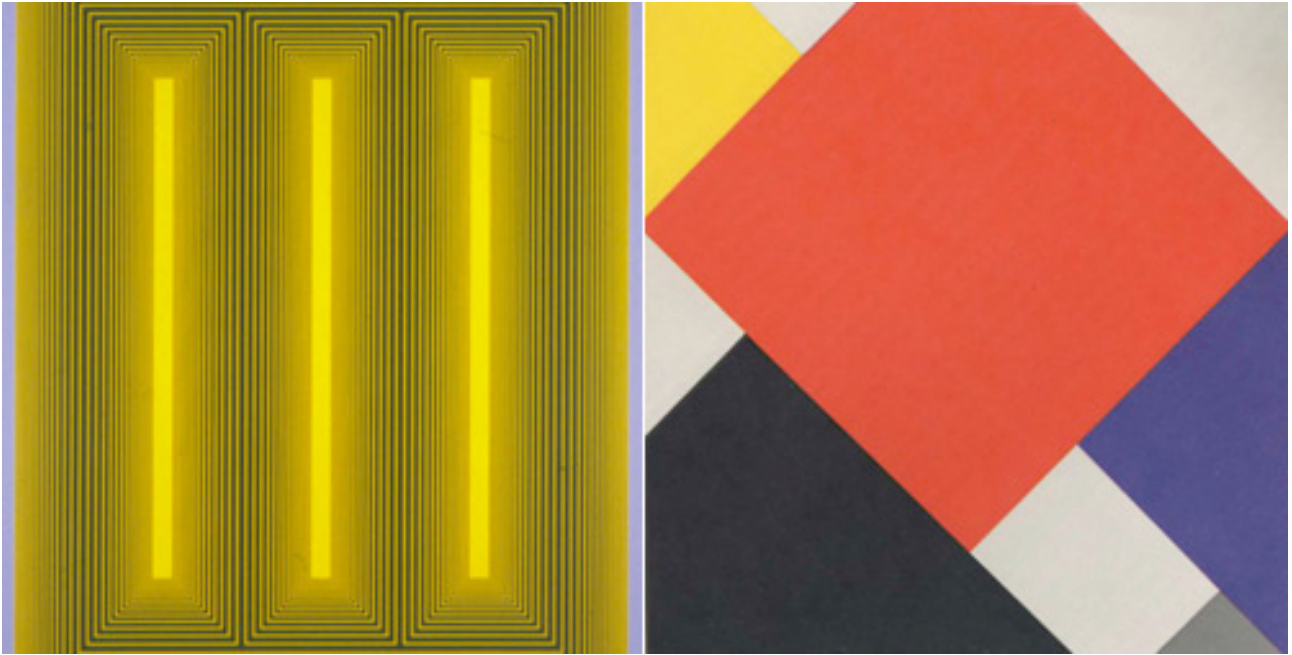
¿Qué es Dadá? ¿Es adad? ¿Dadá? ¿Adadadá? Lo Dadá es lo sinsentido, lo inestable, liberalista e irracional. Lo Dadá es la deconstrucción a lo loco, y los dadaístas no se preocupan de si lo que están haciendo siquiera fuera Dadá o no. Los dadaístas teorizaban que, un mundo como el que llegó al abismo de violencia sin sentido de la Primera Guerra Mundial, debiera tener un arte que reflejara tal estado de irracionalidad. ¿No es el arte una imitación de la vida? ¿Qué es la vida sino muerte? Lo **Dadá cuestionaba toda convención ya establecida y hasta los mismos orígenes del diseño**. ¿Por qué un ojo es un ojo? ¿Qué hace a un ojo serlo? ¿En qué momento dejamos de reconocerlo como tal? ¿Por qué una "G" es una "G" y un "6" un "6"? Esta deconstrucción y postura crítica es lo que lleva a un resultado Dadá. ¿Pero qué es un resultado? ¿Quién puede decirte que tu obra es un resultado? Dejémoslo, nos puede dar jaqueca pensarlo tanto...

# Pintura Hard-Edge



Frank Stella, *Agbatana III*

La pintura Hard-Edge fue un género popular contemporáneo en los años 60, representado por el artista estadounidense Frank Stella. Como su nombre indica (literalmente significa “de bordes duros”) este género se basa en las **formas simples, planas y con líneas gruesas que contribuyen a una imagen colorida**. Este policromismo de intensos colores, como lo realiza Frank Stella, se puede ver en distintos logos actuales como en los de *Optik: Split Stitch Division*.



Richard Anuszkiewicz, *Templo del amarillo radiante*. Theo van Doesburg, *Contra-composición V*.

Los ángulos acentuados en el arte, como una semiótica resumida de lo conflictivo, existieron por centurias en el arte; pero sólo durante el siglo 20 asumió el estatus de metodología artística en las escuelas de la pintura abstracta. Stella, entre otros, adoptaron lo Hard-Edge como estilo reaccionario en contra del expresionismo abstracto de la costa este de Estados Unidos en los 60. Donde los abstraccionistas postulaban por la expresión libre de las emociones y los impulsos en el arte, los que abogaban por el hard-edge practicaban **un estilo de pintura altamente impersonal, y lleno de intención**. La alienación del espectador fuerza a que se realice una estimación crítica del trabajo, similar a lo que Bertold Brecht en teatro llamó "Verfremdungseffekt," o efecto de distanciamiento emocional de quien observa. Para forzar ese efecto, **el diseñador antepone el propio diseño a cualquier otra intención**. El diseño por el arte y nada más, es casi un concepto extraño, porque viola la norma de que el diseño corporativo debe atraer hacia el conocimiento de la marca. El diseño que antepone a ese objetivo el propio arte, aliena al consumidor, quien entonces se acercará al trabajo con un enfoque crítico desapasionado, como lo harían hacia la pintura Hard-Edge

# Light Painting



KARTAMIRA  
TRAVEL COMPANY



Zipliner



Picasso, *Vase of Flowers*

Pablo Picasso y el fotógrafo Gjon Mili puede que sean los primeros pintores de luz de la historia. El autorretrato de Picasso en 1949 abrió nuevas puertas al mundo del arte moderno. Para crear este efecto especial de pintura lumínica, Picasso eligió una habitación oscura y diversas fuentes de luz, junto con un tiempo de exposición fotográfico muy largo. Moviendo la luz, Picasso creó imágenes impresionantes, que sirven de inspiración para logotipos como los de arriba: empleando líneas unas junto a otras para construir objetos, letras e incluso palabras.



Cenci Goepel and Jens Warnecke, *Sin título*.

Vicki da Silva, *Obama, Esperanza al Final del Túnel*.

La pintura de luz es como el graffiti y el teatro todo en uno. Su esencia es la del arte callejero, con la libertad de convertir en lienzo cualquier cosa. La naturaleza efímera de su representación le hace un arte de "performance": y si bien el proceso puede retratarse o documentarse, no puede recrearse con total exactitud. La estética de los elementos son suficientemente sencillos de emular en Illustrator, pero **el atractivo real viene de transmitir el espíritu del Light painting**. Y aunque pueda llevar cierto trabajo, animar un logo estático de este tipo podría ser todo un atractivo para la vista.

# Arte Africano



Masson Magalie, *Massais*

Los artistas africanos creaban bellas esculturas, la mayoría en madera. Tal lienzo no les sirvió de mucho, dado que el clima y los elementos la hacían vulnerable al ataque de las termitas y otros insectos. Por eso es raro encontrar arte africano de una antigüedad superior a los 150 años. Esta artesanía se vio influenciada por los mitos nativos africanos, sus celebraciones y rituales. Este tipo de arte perpetúa el mundo de ancestros y dioses de su cultura. Por eso los artistas utilizan principalmente máscaras y efigies, con la intención de proteger a la gente de enfermedades y espíritus malignos. **El enfoque artístico es profundamente espiritual, y sus formas se pueden aplicar a logotipos y diseño corporativo.**



Fronty Aurelia, *Au Marche*.



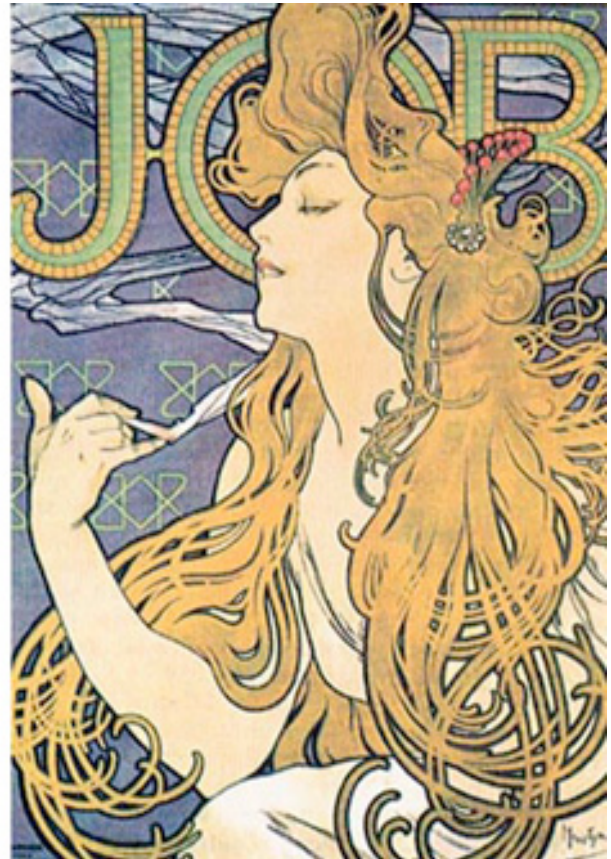
Obote Jerome, *African Tunda*.

Para canalizar la estética del arte tribal africano, **emplea una abstracción intensa para crear formas simples y efectivas que atraigan la mirada.** La clave está lo abstracto y los colores brillantes. O por el contrario, puede minimizarse la abstracción y emplear figuras naturales y familiares, que evoquen el arte del continente negro. Algo tan común como la silueta de una mujer puede entrañar varias capas de significado cuando se le dota de colores y motivos comunes a la cultura africana.

# Art Nouveau



Natasha Balabanova



Alphonse Mucha, *Job*

El Art Nouveau es un movimiento artístico de finales del siglo XIX e inicios del XX. La corriente se originó en Europa, particularmente en Alemania, donde se la interpretó de distintas formas dependiendo de la zona geográfica. No obstante había similitudes: **las decorativas líneas curvas y la ornamentación floral**. Ambos son elementos perennes que pueden aún encontrarse en muchos diseños actuales.



Aubrey Beardsley, *The Peacock Skirt*.



Alphonse Mucha, *Bieres De La Meuse*.

El Art Nouveau, cuando llegó a su culmen, pasó de ser un estilo para convertirse en un modo de vivir, lo que llegó a abarcar a la arquitectura, el vestir, la pintura, escultura, incluso al mobiliario. Para tus diseños de imagen corporativa, puedes aportar sus intrincados detalles y texturas, y su intenso trabajo de líneas. Esta corriente tomó prestado del arte japonés tallado en madera su ornamentación y ejecución, por eso podemos obtener elementos temáticos del trabajo de pintores y grabadores japoneses como Hokusai y Utamaro will. El Art Nouveau se originó en parte como rechazo de las formas decorativas en las corrientes neogóticas, muy recargadas; por eso **recuerda no saturar el diseño con decoraciones y motivos.**

# Cubismo



Pablo Picasso, *Figure au Corsage Rayé*

Junto con Georges Braque, Pablo Picasso es uno de los artistas más populares de este movimiento, que lo convirtió en un hito del arte visual a principios del siglo XX. Como el Dadaísmo, el Cubismo fue un resultado crítico de las formas artísticas tradicionales. Se incluyeron formas de representar y perspectivas abstractas, inspiradas en épocas distantes y culturas primitivas. El cubismo fue un nuevo intento de crear **crear armonía y unidad en dos dimensiones**. El logotipo de el café "Cubist Coffee House" es evidentemente un digno heredero de este movimiento.



Georges Braque, *Mujer con Guitarra*.



Juan Gris, *Bodegón con Fruta y Mandolina*.

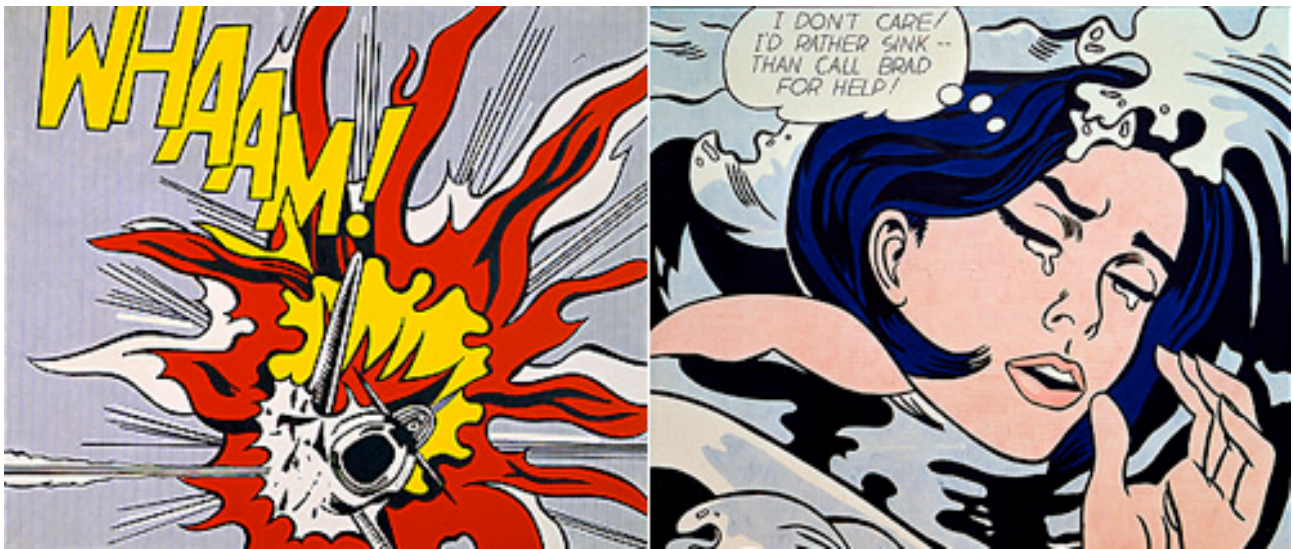
Los cubistas estaban en un principio interesados en el **poder que el diseño simple podría ejercer en el arte**, en contraste con la ornamentación tradicional del arte europeo. Quizá el elemento más radical que quedó latente superficie fue la ausencia de “perspectiva”. Un reto para encontrar ideas: fijate en cómo se mezclan la cara con la taza de café en el logo de Cubist Coffee: una decisión que funciona. Uno de los elementos controvertidos del cubismo temprano fueron los rostros grotescos que evocaban las máscaras africanas. Estos rasgos exagerados fueron un sello identificativo del Cubismo. Más aún, la interacción entre elementos –un aspecto esencial del Cubismo sintético– reforzará aún más la asociación del logo con este estilo. El objetivo puede ser una forma de **desconexión de elementos, que resulta en formas grotescas y exageradas**.

# Pop Art de Roy Lichtenstein



*Hopeless y That's the Way.*

Aparte de Andy Warhol, Roy Lichtenstein fue el otro estandarte del movimiento conocido como Pop Art. Su estilo, **con reminiscencias del tradicional comic de periódico**, fue verdaderamente rompedor. A inicios de los 60, Lichtenstein comenzó a experimentar con esta estética, que inesperadamente terminó explotando y convirtiéndose en un movimiento propio. El estilo "popular" consigue imágenes distintivas y es una buena manera de atraer la atención hacia una identidad corporativa.



*Whaam y Drowning Girl.*

El arte Pop de Lichtenstein se diferenci6 del de Warhol en que era una celebraci6n **del dise1o comercial y se centraba en una forma de arte que ya era conocida aunque ignorada en buena medida**. Sus trabajo se reconocen al instante y se dan por sentado. ¿Y qu6 m6s podemos estar dando por sentado como sociedad? Este examen cr6tico del arte cotidiano y del dise1o, en la l6nea de lo que Duchamp hac6a, est6 pidiendo algo m6s que un asentir de reconocimiento. La comunicaci6n simple, efectiva y r6pida practicada por dise1adores y artistas para fines comerciales, est6 fuertemente codificada, y estos logos canalizan estos niveles conscientes y subconscientes. El logo tan cercano de "Click" se hace m6s potente y memorable por su estilo comic, que es ub6cuo entre los consumidores.

# Pop Art de Andy Warhol



*Marilyn Monroe y Marilyn.*

Todos conocemos de sobra los policromáticos retratos de Marilyn Monroe por Andy Warhol. Por años, Warhol creó variaciones sobre este tema que estaban influenciados, no por el arte convencional, sino por los que estuviera de moda en múltiples temáticas. No sorprende encontrarnos que este estilo sea aún una inspiración para diseños corporativos simples y efectivos.



*Campbell's Soup I y Zebra.*

Warhol fue conocido por rehusar hacer análisis de sus obras en público. Sugería que cualquier significado de su obra debiera ser obvio desde el inicio. El díptico sobre Marilyn se pensó originalmente como comentario de su vida y muerte, aunque se recuerda más la mitad colorida de su "vida". **Para aplicarlo, no crees simples cuadrados de colores;** en vez de eso, elige variaciones sutiles. Algo tan **"menor" como una esquina redondeada puede estar diciéndole algo a tu audiencia,** aunque al final quede para ellos la labor de figurarse qué puede significar.

# Arte Tibetano



CLUB KING TOI



Chenrezig, Thangka Tibetana

El arte Tibetano es una gran fuente de inspiración. La cultura de siglos del Tíbet tiene sus propios iconos, como la posiciones de los dedos llamadas Mudra, que representan felicidad y muestra de respeto a las divinidades. La flor de loto representa la pureza y fertilidad y también al "Chakra," que se compone de los siete elementos de la mitología tibetana. Un enfoque semiótico a la implementación de los motivos tibetanos **puede transmitir que la empresa muestra aprecio profundo por asuntos espirituales.**



Izquierda: Gordon Wiltsie, Pintura budisa en el templo de *Jokhang, Lasa, Tibet*.

Derecha: Un importante tapiz Thang.ka que muestra a *Bkra.Shis.Dpal*.

La espiritualidad tibetana es conocida mundialmente, y hay **una mina de oro de deidades, mitos y símbolos**. El arte tradicional tibetano es rico en dioses iracundos y crudos símbolos, y se puede reconciliar con el entendimiento budista moderno **reduciendo los elementos a sus aspectos más reconocibles**. Por ejemplo, las flores de loto (representando pureza) y los diversos gestos Mudra, son elementos muy conocidos del budismo y del Tíbet. El empleo de estos elementos puede, como el de otros símbolos occidentales, servir a la comunicación en tus diseños.

# Recapitulando

- Cuando crees tus diseños, busca en cualquier sitio, y en todas partes, para conseguir ideas
- Cuanto más sepas de tu oficio, más originales serán tus diseños.
- No se preocupes de dónde sacas las ideas. Paul Rand lo expresó estupendamente: “No trates de ser original. Intenta ser bueno”.
- El arte moderno puede dotarnos de inspiración como para toda una vida de creaciones.
- Para diseños más originales, utiliza componentes de distintas imágenes; el color de una imagen, el trabajo de línea de otra, y la composición de una tercera.

## Otros recursos

Literalmente cientos de movimientos de renombre se categorizan bajo el paraguas del “arte moderno”. Aprender sobre estos movimientos no sólo es entretenido, sino que aportará nueva vida y perspectivas a tu trabajo.

- [Wikipedia: Arte moderno](#)

La Wikipedia tiene una lista extensa de movimientos artísticos, podemos comenzar por ahí.

- [Pop Art Survey](#)

Un artículo (en inglés) de la revista Smashing Magazine sobre artistas famosos, con material de referencia.

- [Bauhaus Survey](#)

Un artículo (en inglés) de la Smashing Magazine sobre el movimiento de la Bauhaus, y un lugar estupendo donde empezar, con material de referencia sobre el tema.

- [Vital Tips for Effective Logo Design](#)

Un punto de partida (en inglés) donde aprender a convertir tu pieza favorita de arte moderno en un logo de calidad.

- [Libros de Taschen](#)

Desgraciadamente, no todo el arte moderno está disponible online, ni con buena calidad. La mejor apuesta es comprar algunos libros de arte que no sean caros. Taschen es una buena editorial con la que empezar, si te cuesta decidirte en la librería.

- [Google Images](#)

Si estás sin blanca o no quieres comprar libros, pon el nombre de una corriente artística en el buscador Google Images

- [Modern Art Infographic](#)

Una esquema visual y cronológico de los orígenes del arte moderno.

- [Modern Art Timeline](#)

Un línea temporal interactiva del arte moderno, con información (en inglés) sobre muchos movimientos y artistas.

## Sobre el Autor y el Editor

*Moritz Schürmann es un redactor que colabora con [Freshbump.com](#), [Formatmag.com](#) y [Collect3d.com](#).*



### **[Daniel Eckler](#)**

Daniel Eckler es el presidente de Groundwave Media, una red de websites que incluyen FreshBump.com, FormatMag.com, Collect3d.com, DefinitiveTouch.com, y TheShoeBuff.com.

Artículo original (en inglés): en [SmashingMagazine.com](#)

Traducción por: [IDDECO](#)