

URSS:

Identidad comercial, identidad nacional

En los años sesenta, con Jruschov, se acuña la expresión “guerra fría” para un periodo en que en las relaciones este-oeste aún se contaba con un “telón de acero”. Pero la distensión era ya un germen para la apertura, aunque Jruschov pagase por ello. Con su sucesor como secretario general del Partido, Brézhnev, comienza una apertura regulada, cuya expresión real es el establecimiento de acuerdos económicos y relaciones comerciales con el mundo capitalista. Una apertura que aún mantenía las actuaciones y la imagen de la mejor tradición postrevolucionaria: no hay que olvidar los casos Sajarov, Solzhenitsin, la “primavera de Praga”, la doctrina de la “soberanía limitada”...

La apertura al exterior no creó una nueva imagen visual, pero puso en circulación la existente. Cuando un visitante occidental – capitalista – o un inversor, quería adentrarse en este nuevo territorio disponía de un libro, editado en 1978, con el sintomático título de “URSS. Guía para un hombre de negocios”. En esta situación el rostro de la entonces Unión Soviética era el rostro de sus empresas.

Las empresas de la URSS de esta época, y hasta tiempos muy recientes, no disponían de una identidad corporativa desarrollada, porque no la necesitaban. Bastaba con señales identificadoras limitadas a una señalética de tipo simbólico, restringida mayormente al logotipo. Y esto no quiere ser en absoluto un juicio de valor, ni mucho menos una mirada condescendiente a un presunto subdesarrollo gráfico. Aunque no haya que confundir la imagen corporativa con la publicidad tal como se entiende desde nuestra actualidad, es conveniente recordar que uno de los principios fundamentales de la publicidad en la URSS era su carácter informativo. La publicidad en los periódicos no alcanzaba el 10% del espacio de la publicación, mientras que estamos habituados a verla sobrepasar el 40%. Las señales a emitir pueden por lo tanto reducirse al máximo con la garantía de no encontrarse en un mar de ruidos y redundancias.

Por todo ello, un análisis somero de esos emblemas produce cierta sensación de tranquilidad, originada por una parte en la ingenuidad, tan alejada del eclecticismo formal y de la histeria diferenciadora de nuestro mundo, y por otra en la facilidad perceptiva del conjunto de los emblemas como tal, lo que deriva fácilmente en la sensación de encontrarse frente a una identidad de nación, de país, global, más que de unidades individuales.

En la URSS todo el caudal publicitario se encauzaba a través de dos entidades públicas, *Vneshtorgreklama*, que actuaba como una agencia de distribución, y *Vneshtorgizdat*, que se ocupaba de la traducción y edición del material informativo. No es fácil rastrear y averiguar el origen concreto de cada uno de los emblemas, pero hay que tener en cuenta que hasta tiempo muy reciente la Unión de Artistas Rusos era la única instancia que concedía el estatuto de artista. Estas anotaciones podrían aportar una parte de la explicación de la gran uniformidad en la apariencia de los logosímbolos de empresas.

Estructura

Los 61 logosímbolos presentados han sido agrupados por sectores de producción y comerciales. No obstante, por encima de las posibles y esperadas semejanzas de sector, se observan características estructurales que afectan a todo el conjunto.

Es notoria ante todo la configuración en curva cerrada, destacando 36 piezas con forma circular y 9 con formas elípticas, lo que hace un total que llega a las tres cuartas partes del conjunto. Sabido es que el círculo es la figura de definición y percepción más elemental. Esto hace que su uso hayan sido privilegiado y significativo. Su significado tiene componentes de totalidad, de cierre, de circuito interminable plegado sobre sí mismo, y que es completo. En el aspecto dinámico constituye una figura que se autogenera constantemente, foco de potencia concentrada e irradiante en equilibrio. Cualidades que se revelan en su plenitud en aplicaciones gráficas como los cartuchos de los jeroglíficos egipcios, los medallones y tondos romanos y renacentistas, la señal de concentración o punto de partida en el lenguaje del rastreador, el signo © que protege ciertos derechos de propiedad, los sellos y tampones que cierran y autentifican los documentos. Sin olvidar el emblema del Partido Comunista mismo, cuya estructura parece ser reproducida de forma especular en ese gran número de logosímbolos aludidos. Sólomente se pueden encontrar cinco esquemas en triángulo y otros tantos en cuadrado, por citar otras figuras primarias.

Otro rasgo estructural, basado en las configuraciones anteriormente dichas, pero aún de mayor extensión es la simetría y la ortogonalidad, Muy pocas de las muestras son disimétricas y oblicuas, si se atiende a la configuración general.

Estilo gráfico.

Para algunos el estilo gráfico sería identificable con el nivel de abstracción o con la iconicidad. Tomando cualquiera de esos conceptos como referencia convencional, se puede observar que en el conjunto ofrecido se da un marcado geometrismo y una estilización primaria, tendente a la reducción de rasgos y a la siluetización. Como consecuencia las imágenes tienden a estar en un plano, son bidimensionales, generalmente sin proyección, con la única profundidad que pueda conceder la superposición de elementos. De ahí se deriva el que, aún no disponiendo de versiones en color, pueda conjeturarse la buena disposición de casi todas las imágenes para ser tratadas en colores planos y el predominio de la monocromía. Es curioso sin embargo la existencia de una estilización más elaborada en la pieza nº11, donde el tratamiento forma-contraforma, positivo-negativo, y la redundancia de las formas circulares muestran unas preocupaciones de una abstracción geométrica más elaborada. Algo parecido puede decirse de la muestra 29, en la que las letras son forzadas a un esquema geométrico preconcebido y tienden a constituirse en signo abstracto. Incluso la muestra 33 se desarrolla en esa línea.

Hay que advertir por tanto la coherencia formal del conjunto. No aparecen estilos historicistas, salvo un residuo apreciable en la pieza 28, esas graciosas rayitas duplicadas, oscilantes entre intento de sombra, reflejo o relieve, y código de cómic que incitaría a pensar en un globo hinchado o en un ingenuo o irónico batir de las alas del caduceo. O lo que parecería una conveniente modernización, como en el caso de la pieza 25. Es forzoso pensar no sólo en las escuelas constructivistas rusas con su herencia “geo”, en la relativa juventud de las instituciones postrevolucionarias de nueva planta, en el realismo y materialismo ideológico, en la supresión por decreto de toda fantasía y formalismo idealista. Tampoco aparecen trazos de tipo manual que pudieran introducir cualquier signo de interpretación individual y de carácter efímero. “*Exegi monumentum aere perennius*”, parecen decir con Horacio, en su pretensión de permanencia.

Elementos.

Los elementos que se sitúan dentro de los esquemas estructurales citados son

fundamentalmente objetuales y tipográficos. No se da la abstracción pura (como se podría observar por ejemplo en Deutsche Bank), pero tampoco símbolos de tipo arbitrario (como podría darse en Bovis, por ejemplo). En cuanto a las letras como elementos, se trata casi siempre de iniciales y siglas, aunque es también frecuente el logotipo desarrollado como leyenda, con carácter explicativo, sin formalizar como logotipo propiamente dicho, lo que les acerca a la iconografía de los cuños y tampones tan característicos de cualquier burocracia. Y las letras casi siempre aparecen en conjunción con algún objeto. apenas en cinco casos aparecen sólo letras, y en uno sólo, el 18, se da el intento de fusión de letras y objeto.

Iconografía

Dada la abundancia de objetos se puede proceder a un análisis iconográfico. Nada menos que 16 piezas incluyen una representación del globo terráqueo. La estructura circular puede derivarse de esta circunstancia, pero en este caso se podría decir que forma y contenido provienen de un mismo interés. Las cualidades atribuidas al círculo se refuerzan ahora con el sentido de globalidad y de universalidad. La totalidad toma forma de mundo, interpretado siempre, como es lógico, de manera geométrica, y reducido constantemente a su representación por medio de paralelos y meridianos, elementos que miden el mundo pero no lo representan. Ningún rastro de orografía, ningún rastro de fronteras, ningún rastro de particularismos.

Otra de las imágenes repetidas es la rueda dentada, curiosamente en casi todos los casos con 18 dientes. ¿Norma? ¿Paternidad gráfica común?

Los objetos pertenecen en su totalidad al mundo inanimado. La única reminiscencia animada la constituye algún vegetal geometrizado. Ausencia de la clase animal, salvo en la sinécdoque de unas alas en un par de casos (52 y 56), y una sola representación, heroizada, de la figura humana, perfecto reflejo del tópico *realismo socialista*. Predominan los objetos producto o instrumento del trabajo, un mundo material artificial.

Tipografía

Las letras utilizadas como logos tienen formas muy concretas y acordes con las características formales hasta ahora apuntadas. Casi todas las tipografías empleadas son de palo, poderosas, algunas con gruesos remates tipo egipcias, y apenas un par de ellas son de tipo manual. No hay modulación, sino definición arquitectónica, monumental a veces, mecánica, más construcción que expresión. Total coherencia con el tono geométrico planteado.

Cuando al comienzo se señalaba la sensación de estar ante una imagen de un país más que de elementos particulares, de empresas, de corporaciones, de identidades corporativas parciales, podría haberse formulado un prejuicio. Tras este somero análisis parece que se pueden identificar atributos de una nación, o nación de naciones, antes de su deriva hacia otra cultura productiva y de consumo. Un país unitario, centralizado en su expresión, con horizontes planetarios, con vocación de globalidad y totalidad, con referencias de materialidad y constructividad, de un monolitismo diversificado por vía de la organización técnica del trabajo... Esta es la imagen del pasado, y un punto de referencia para un futuro análisis de la evolución de la imagen que ya no será de un solo país unitario.

Las identidades visuales a escala de nación, como imagen de las identidades nacionales propiamente dichas, se han ido disgregando en identidades parceladas, bien a causa de algún imperialismo cultural, o de las transnacionalizaciones y globalizaciones económicas, o por el contrario se han ido diluyendo en la tendencia a las construcciones supranacionales, con las consiguientes crisis de las identidades nacionales, que se han ido polarizando hacia identidades cada vez más locales, hasta desembocar en una conocida crisis de identidad. Las identidades corporativas son una de las escrituras del texto de las organizaciones sociales: en el caso expuesto es una identidad – si real o impuesta es otra discusión – de un gran conjunto

social. La parcelación de identidades puede desembocar en un texto-mosaico, o en la forja de una identidad formada por aglutinación de características comunes, o en una identidad inexistente por su uniformidad en la absoluta diversidad. ¿Existirán grandes identidades de grupos? ¿Ha sido la de la URSS la última identidad nacional? ¿Llegará la Unión Europea a constituir una verdadera identidad como grupo, más allá de los signos formales y burocráticos?

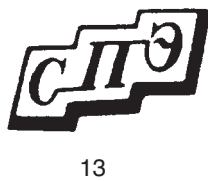
Un paseo por este paisaje anterior a la caída del muro en el 91 no deja de tener cierto aroma de nostalgia. Quizás porque podamos en él encontrar nuestro pasado ya superado, quizás porque sugiere al menos formalmente un mundo coherente y acorde que ya no volverá. Quizá porque pensemos que cualquier tiempo pasado fue mejor... o al menos más claro. Pero desde nuestra perspectiva occidental lo único construible es el futuro, y el pasado sólo una referencia. La imagen de un país, la imagen del mundo, plantea preguntas que nunca quedan por responder. La gráfica visual corporativa es precisamente una de las partes de la imagen que refleja la imagen del mundo, y no se agota en un análisis formal, sino que plantea preguntas sobre nuestra propia imagen del mundo.

LOGOS DE LA URSS

Maquinaria



Industria extractiva y de Transformación



Agricultura



Transportes y comunicaciones



28



29



30



31



32



33



34

Relaciones económicas exteriores



35



36



37



38



39



40



41



42



43



44



45



46



47



48

Relaciones comerciales



49



50



51

Ayuda a contratos y licencias



52



53

Publicidad y comercio



54



55

Turismo, ocio, regalos, arte



56



57



58



59



60



61