

DISEÑADORES GRÁFICOS

TOP

Contemporáneos y de los viejos tiempos



ELLEN LUPTON

(Filadelfia, Pensilvania, 1963)

Lupton asistió a Cooper Union College en 1981 como estudiante de Bellas Artes, donde descubrió el diseño gráfico y el “potencial expresivo de la tipografía”

“Piensa más, diseña menos.”

“A pesar de tantos libros que especifican el objetivo de la tipografía como la mejora de la legibilidad de la palabra escrita, una de las funciones más humanas del diseño es, en realidad, ayudar a evitar la lectura de los lectores.”

Diseñadora gráfica, curadora, escritora, crítica y educadora. Conocida por su amor por la tipografía.

Actualmente dirige del programa de Diseño Gráfico de MFA en Maryland Institute College of Art (MICA) en Baltimore, donde también se desempeña como directora del Centro de Pensamiento de Diseño y curadora de diseño contemporáneo en Cooper-Hewitt, National Design Museum. Desde 1992, ha producido numerosas exposiciones y libros. Es colaboradora de varias publicaciones, incluidas Print, Eye, I.D., Metropolis y The New York Times.

Después de graduarse, comenzó a trabajar de conservadora en el recién fundado Cooper Union Herb Lubalin Study Center of Design and Typography. Combinó sus intereses: escritura y diseño en su primera posición curatorial. Comenzó a escribir críticamente sobre tipografía

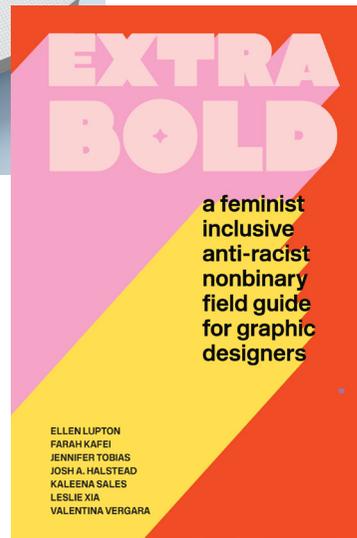
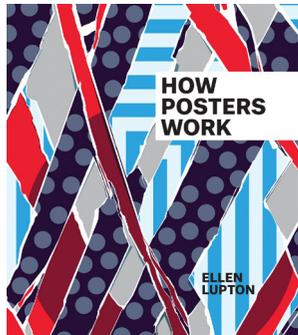
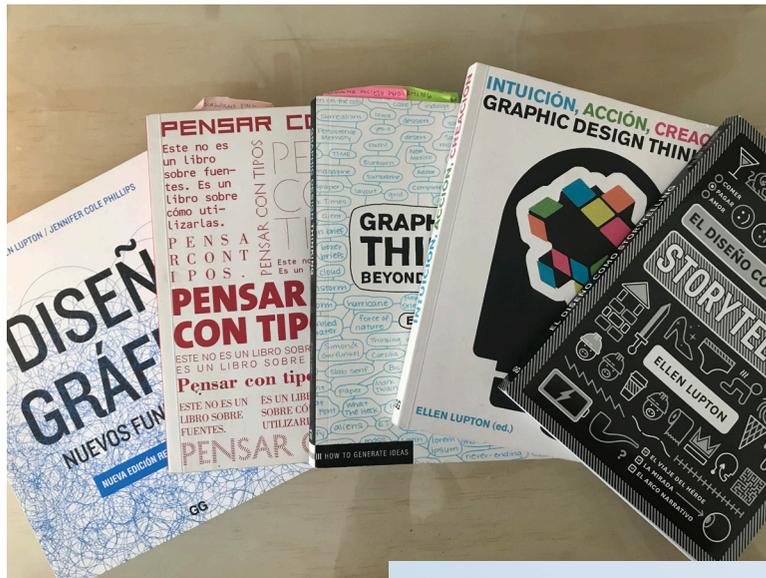
y diseño, utilizando un marco postestructuralista para comprender cómo el diseño se integra en contextos políticos, económicos y sociales, diciendo:

Ganó en 2007 con la Medalla de Oro AIGA, uno de los más altos honores otorgados a un diseñador gráfico o educador de diseño en los Estados Unidos.

Ha contribuido en varias publicaciones, incluidas Print, Eye, ID y Metropolis. También ha publicado ensayos e ilustraciones en The New York Times. Un disertante frecuente en los Estados Unidos y el mundo, Lupton hablará sobre diseño para cualquiera que lo escuche.

Libros (solo algunos...)

Quisimos poner esta foto porque realmente amamos sus libros y los tenemos casi todos. Incluso hasta tenemos una relación cibernética con nuestra querida Ellen Lupton.



¡Este es CLAVE! Una obligación para todo diseñador.



a feminist inclusive anti-racist nonbinary field guide for graphic designers

Estamos muy ansiosas por que salga este libro a la venta. ¡Seguro es in imperdible!

Libros, más libros

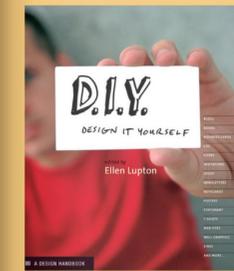
Estas imágenes las rescatamos de este link. No lo hicimos nosotras, pero está increíble.
<https://mjtrujillo.com/designer-booklet>



Ellen Lupton is the type of person that believes design can be for anyone. She believes that design education should start from kindergarten all the way through graduate school. Lupton considers communication design to be a priority in our time and in her. D.I.Y.: Design It Yourself book even mentions that graphic design is a common language that should be accessible to everyone, which is definitely a point of tension within the design community. She says "We are living in a cultural moment when more people than ever are interested in design, have knowledge about design, and have access to the tools of design". Her work towards expanding design literacy to non-designers may not be supported by everyone but I believe design education, at least in its beginning stages would bring many positive things to our society. I feel that it would bring a greater aesthetic quality to the world around us and create greater communication between different areas of study.

"This is a book for people from all walks of life who want to publish words, images, and ideas on paper, on t-shirts, on the Web, or anywhere else"

D.I.Y. DESIGN IT YOURSELF



As mentioned on the previous page, Ellen D.I.Y. Design It Yourself book embodies her desire to spread design to non-designers. In the book she demonstrates a plethora of techniques for people to learn. From making t-shirts to business cards, stationery and posters. Ellen provides the simple instructions to be able to D.I.Y. everything they wish to have through the design tools they have available to them. Ellen considers the book to be a large collaborative project that celebrates design literacy and graphic design as a form of public communication in general. She says that the ability to publish is a privilege in the society we live in and therefore design education should become a more common language between all people.



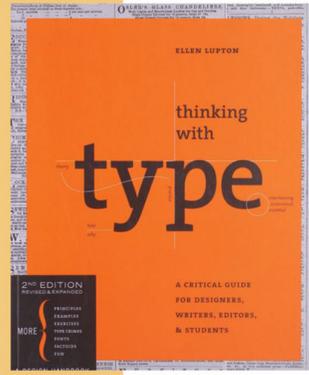
HAMLET APRON
 An example from her D.I.Y. book is her design for this Hamlet inspired apron. It is a screenprinted apron with Shakespeare quotes about food and decay. She explains that blank aprons are fairly easy to get a hold of and the low cost helps of adding a design.



COASTERS
 Coasters designed by Ellen Lupton to demonstrate the various techniques to create them. She created them via rubber stamps, iron on transfer and even cut paper.



DESIGN BOOKS



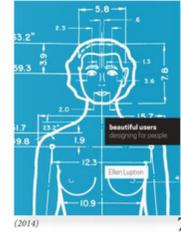
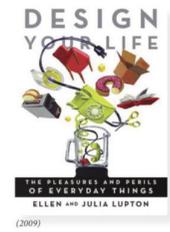
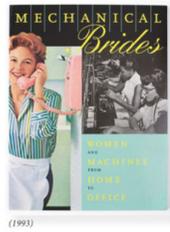
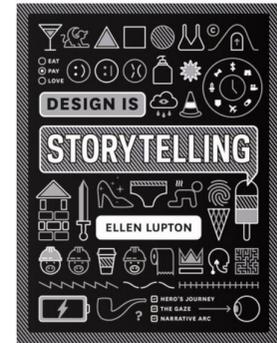
She became the director of the graphic design MFA program at the Maryland Institute College of Art in 2003 and has maintained the role ever since. She began creating her design books with her students when she realized the readily available design textbook were simply not appealing and did not suit her needs or that of her students. Two of her most well known book are 'Thinking with Type' (2004) and 'D.I.Y.: Design It Yourself' (2006), in which she worked on publishing with the help of her graduate students at MICA.

'Thinking with Type' is made up of three distinct sections, letter, text, and grid. Its popularity comes from its ability to simplify what you need to know about typography and the grid without being overwhelming. Ellen describes the purpose of her 'Thinking with Type' book by saying "I wanted to produce a book that addressed both the how and why of typography, with serious history



and theory," she recalls, "and I wanted it to be fun, but not dumbed down. This is typography for people who think, but the book is not pompous or overly detailed".

Her writing is smart, yet entertaining and that's what she sought to achieve when she sought to make learning more engaging and exciting by creating her own textbooks both for and with her students. Her skillful writing is admired by designers everywhere and is also constantly referenced today. Ellen has gone on to write, co-write, and edit over 15 other books with some examples being 'The Bauhaus and Design Theory' (1991), 'Design Your Life: The Pleasures and Perils of Everyday Things' (2009), and one of her latest books, 'Design is Storytelling' (2017).



Estas imágenes las rescatamos de este link. No lo hicimos nosotras, pero está increíble.
<https://mjtrujillo.com/designer-booklet>



EXHIBITIONS

During her time at the Cooper-Hewitt National Design Museum she curated a great number of exhibitions along with her team. Her most popular being her first exhibition, Mechanical Brides: Women and Machines, from Home to Office (1993) and Mixing Messages: Graphic Design in Contemporary Culture (1996). Mechanical Brides touched base on the design and purpose of objects that were central to the work of women in the twentieth century. Items such as a telephone, a typewriter, and a washing machine. While Mixing Messages focused on a critical survey of the United States within 1980 and 1995, with a concentration on cultural, aesthetic, and technological changes. Since her start as a curator she has worked on 30+ exhibitions both with Cooper-Hewitt and independently, and continues to do so today. Other exhibitions she was well known for were her design triennials. In 2000, she helped organize

the first National Design Triennial, establishing an important innovation in contemporary design. These triennials were known for bringing together an expansive amount of individuals and companies that are changing the face of design. For example, in the 2006 National Design Triennial called Design Life Now, companies such as Apple, Target, Nike, and Google participated.

As a curator she believes that museums and their exhibitions must go beyond our sense of vision, and not just museums but design in the world in general. She mentions that it is too easy to grow tired at museums because much of your interaction with the piece is only visual, as we know by the ever-so popular "DO NOT TOUCH" signs. Ellen believes designers should be able to activate multiple senses to create a more interactive, immersive, and accessible experience.

2

EXHIBITIONS



ELAINE L. COHEN

Elaine Lustig Cohen exhibition presented at the Cooper-Hewitt in the Spring of 1995. It featured numerous works by Lustig including her many book covers and signage work during the 50's and 60's.



BEAUTY

Presented at the 2016 Cooper-Hewitt Design Triennial. It was an exhibition that was created as an interactive multisensory experience and celebrated the creative endeavor that engages the mind, body, and senses. A variety of pieces were presented in all mediums.



HOW POSTERS WORK

Cooper-Hewitt exhibition from 2015-2016, this exhibit displayed posters from many prominent designers such as Ivan Chermayeff, Milton Glaser, and Paul Rand. It explored the use of pushing design principles through two-dimensional design to create amazing visual communication pieces.

4

MECHANICAL BRIDES

One of her most well-known exhibitions was her previously mentioned Mechanical Brides: Woman and Machines from Home to Office. The following two images are certain parts of the exhibition in which common household items were displayed to further delve into the purpose and style of their design. The main purpose of the exhibition was to bring up the specific gender significance of common and seemingly neutral items by allowing them to be viewed from the perspective of female users. It also goes not only into the way these household items are designed "for" women, but also how they are marketed. They reinforce the idea that the home is the part of the female identity.



THE AVANT GARDE LETTERHEAD

Another one of the Cooper-Hewitt organized exhibitions was her letterhead exhibition called The Avant Garde Letterhead, which was held in the Spring of 1996 and held at the American Institute of Graphic Arts in New York. It was co-curated by Elaine Lustig Cohen and featured a number of original letterheads by designers such as Laszlo Moholy-Nagy and Herbert Bayer.



3



Double the meaning. Say two things at once to create humor and surprise.

2



MICHAEL JOHNSON

26 de abril de 1964 (edad 56 años), Derby, Reino Unido

Diseñador y consultor de marca británico. En 1992 fundó el estudio de diseño johnson banks en Londres, Reino Unido.

De su libro !Intente algo más atrevido”.

“Una solución puede tardar años en encontrar su problema”.

“En ocasiones, lo equivocado es absolutamente acertado”.

“Observe un problema desde una dirección completamente distinta”.

Escritor, diseñador y pensador. Dirige Johnson Banks, oficina de diseño y marcas de prestigio internacional, con clientes a lo largo de todo el mundo.

Ha recibido la mayoría de los premios a la creatividad más codiciados del mundo: entre ellos, siete Yellow Pencils y un Black Pencil de D&AD. Recibió el premio a su carrera en 2017, un poco antes de lo previsto, lo que generó una pregunta: Y ahora, ¿qué?.

Michael fundó la empresa en 1992, después de aprender su oficio en consultoría de marca, diseño y dirección de arte en todo el mundo en Tokio, Sydney, Melbourne y Londres. Durante más de una década, Johnson ha sido un orador habitual en conferencias mundiales de diseño y marca.

En educación, Johnson ha sido examinador externo durante dos décadas, incluidos períodos en

la Escuela de Arte de Glasgow, la Universidad de Kingston y el London College of Communication. Es miembro honorario del Ravensbourne College y ayudó a la RCA a revalidar su curso de comunicaciones a fines de la década de 1990.

The Independent Newspaper lo seleccionó como uno de los 10 diseñadores británicos más notables y The Guardian Newspaper lo nombró como uno de los 50 mejores diseñadores del Reino Unido. The Guardian también lo describió como **“brillante, fluido, implacablemente articulado”**, y Design Week dijo que **“Johnson tiene la habilidad de ser capaz de destilar lo complejo, difuso o cotidiano en mensajes simples, inteligentes e ingeniosos”**.

En sus momentos libres empuña cámaras antiguas pero maravillosas, y se pregunta por qué, después de 47 años de intentarlo, no es mejor guitarrista.

Su oficina de diseño y proyectos

<https://www.johnsonbanks.co.uk/>

[Home](#) [Work](#) [Thoughts](#) [News](#) [About](#) [Contact](#) [Sign Up](#)

[Search](#)

Menu

Johnson Banks
Defining and designing
brands that make a difference



Vojo

ROYAL
ACADEMY
OF
MUSIC



OAK
NATIONAL
ACADEMY



UN CLIMATE
CHANGE
CONFERENCE
UK 2021

duolingo



Shelter

Sleeping
partner
required.



ACS
INTERNATIONAL
SCHOOLS



Teach First



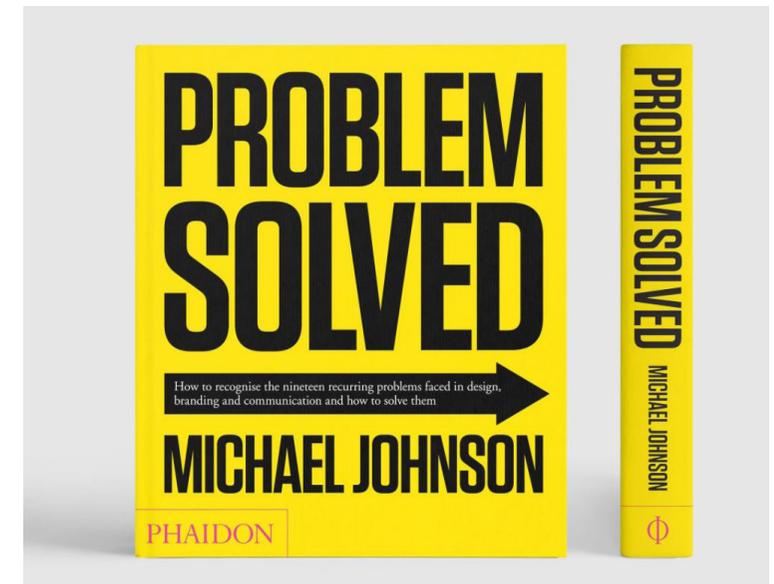
Libros



Estos dos ya los leímos. ¡Son espectaculares!

El de la izquierda: Perfecta guía para saber cómo abordar los proyectos de branding, qué esperan los clientes de nosotros los diseñadores, en 5 pasos y medio.

“Intenta algo más atrevido” tiene 233 tips de diseño, útiles para todos y cada ocasión en las que nos enfrentamos. Es muy fácil y entretenido de leer. Puedes ver un resumen en nuestro Cookie Break.



<https://www.johnsonbanks.co.uk/about/problem-solved>



PAULA SCHER

*6 de octubre de 1948 (edad 68),
Washington D. C., Estados Unidos
Educación: Escuela de Arte Tyler*

“Lo dibujé en solo dos segundos, pero me ha costado casi 34 años aprender a dibujarlo en solo dos segundos”.

“Haz lo que sabes hacer, pero sé capaz de cambiar con el tiempo”.

“Es a través de los errores que se crece, (...) tienes que ser malo, para llegar a ser bueno”.

Una de las figuras más relevantes del diseño gráfico estadounidense de las últimas cuatro décadas. Comenzó su carrera en los años 70; en los 80, su aproximación ecléctica a la tipografía fue muy influyente; y a mediados de los 90 su **identidad para el Public Theater** estableció una simbología totalmente nueva en el ámbito de las instituciones culturales.

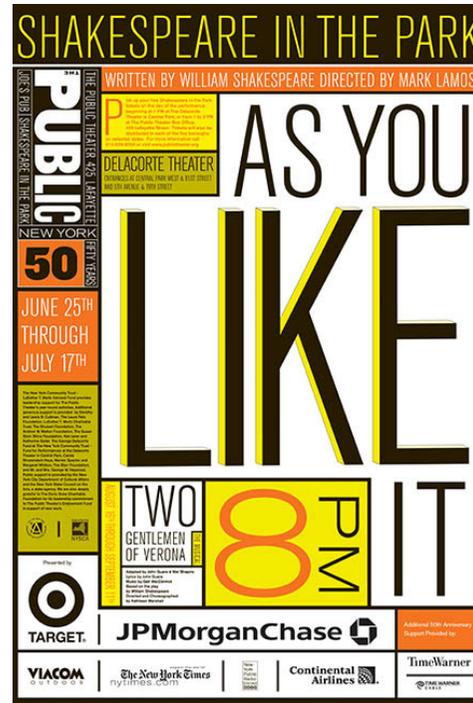
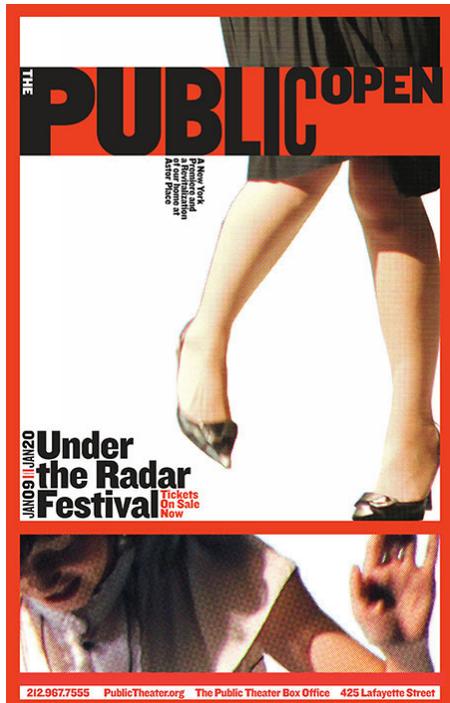
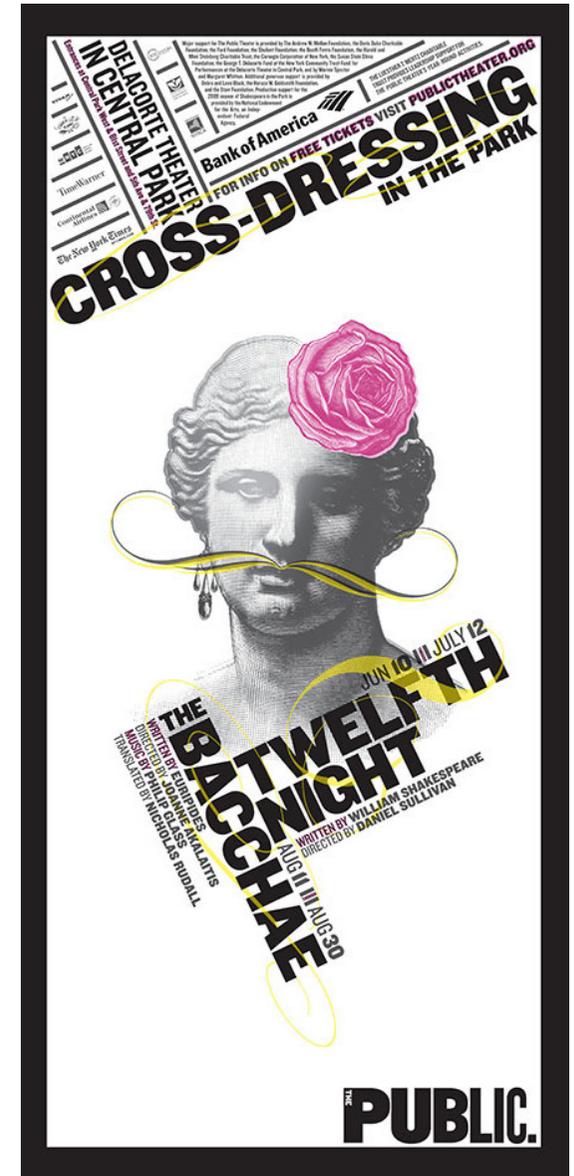
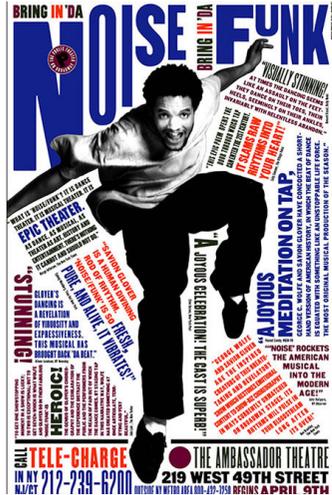
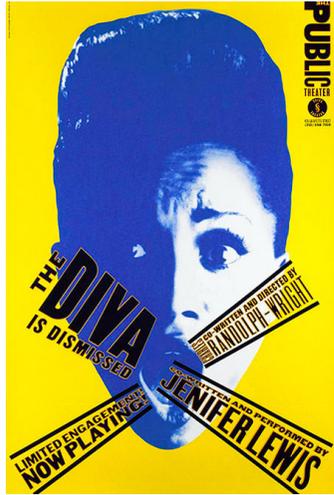
Directora de la oficina de Nueva York de Pentagram desde 1991, Paula Scher es hoy maestra entre maestros. El periodo que estuvo en **CBS Records** fue de los más productivos en su carrera –figura en los créditos de **150 portadas de disco** en cada año de los ocho que estuvo–. Algunas portadas de esta etapa son las realizadas para Eric Gale (Ginseng Woman), Leonard Bernstein (Poulenc Stranvinsky), Jean-Pierre Rampal and Lily Laskin

(Sakura: Japanese Melodies for Flute and Harp).

Sus diseños han sido reconocidos con cuatro nominaciones a los Grammy. En 1984 co-funda Koppel y Scher y en **1991 se une a Pentagram como socia**.

A lo largo de su carrera, las imágenes de Paula Scher se han convertido en iconos de la cultura visual de la ciudad de Nueva York. Ha desarrollado numerosos sistemas e identidades de marca, material promocional, packaging, señalética y diseño editorial para una amplia gama de clientes, entre los que destacan **The New York Times Magazine, Perry Ellis, Bloomberg, Microsoft, la Detroit Symphony Orchestra, el New Jersey Performing Arts Center, el New York Botanical Garden y The Daily Show With Jon Stewart**.

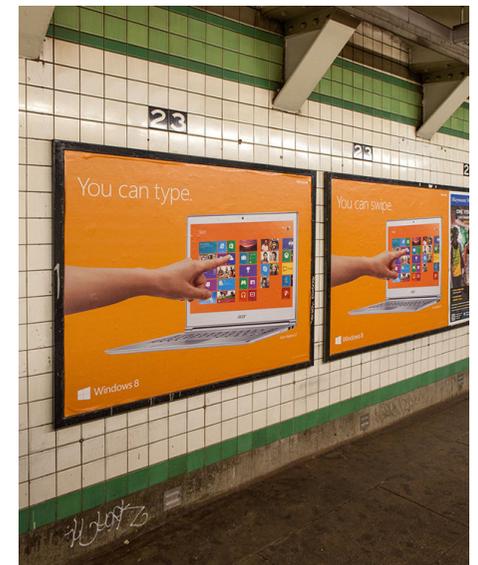
Afiches Public Theater



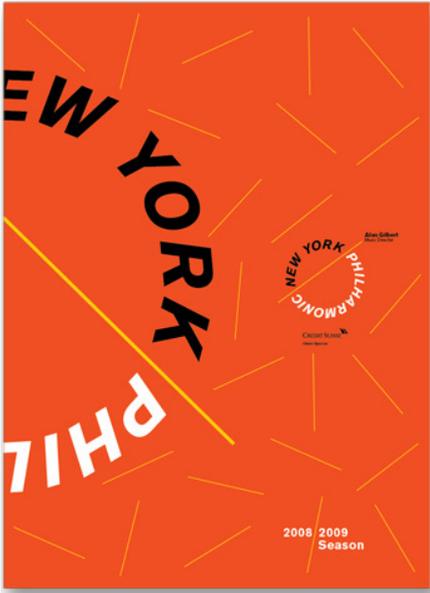
Identidad City- Windows

citigroup

CITIBANK

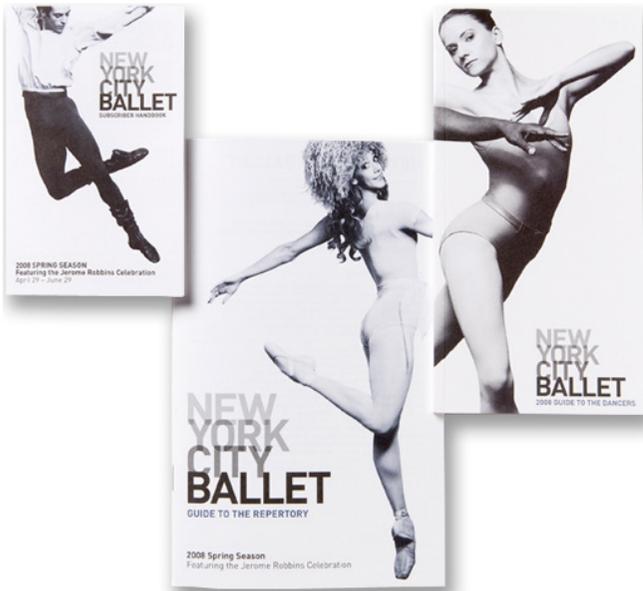


Identidad The NY Philharmonic

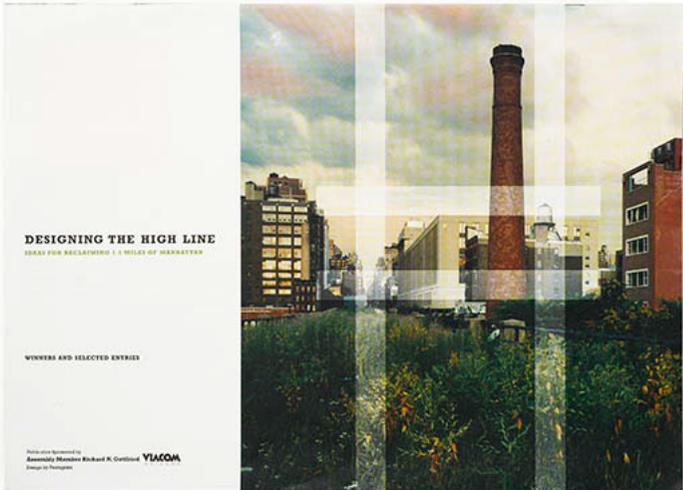
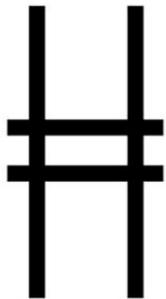


Identidad The NYC Ballet

NEW YORK CITY BALLET



Identidad The Highline Park





MICHAEL BIERUT

*Cleveland, Ohio, 1957.
Pentagram.*

Diseño gráfico en la Universidad de Cincinnati del Colegio de Diseño, Arquitectura, Arte y Planificación.

Seventy-Nine Short Essays on Design / How to Use Graphic Design to Sell Things, Explain Things, Make Things Look Better, Make People Laugh, Make People Cry, and Change the World, Harper Design.

“La tecnología hace posible lo que antes era imposible. El diseño hace que sea real”.

“Simplicidad, blanco y una buena tipografía”.

Es diseñador gráfico, crítico de diseño y educador. Fue vicepresidente de diseño gráfico de Vignelli Associates.

Desde 1990 ha sido un **socio en la oficina de Nueva York de Pentagram**. Ha ganado cientos de premios de diseño y su trabajo está representado en varias colecciones permanentes incluyendo: El Museo de Arte Moderno (MoMA) y el Cooper-Hewitt, el Museo Nacional de Diseño de Nueva York, la Biblioteca del Congreso de Washington, el Museo de Arte Moderno de San Francisco (SFMOMA), el Museo de Arte de Denver, el Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, Alemania, y el Museo de Gestaltung de Zürich, Suiza “

Bierut fue presidente nacional del Instituto Americano de Artes Gráficas (AIGA) de 1998 a 2001.

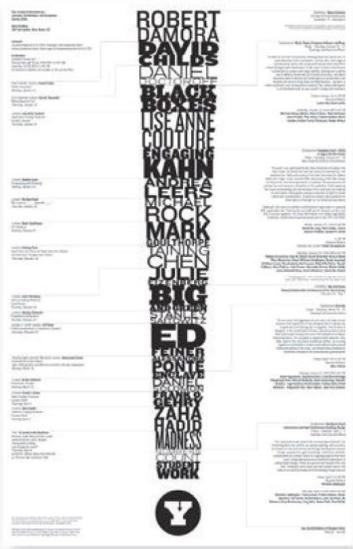
Bierut es un crítico de diseño gráfico en la Yale School of Art.

Bierut es también co-redactor de tres antologías de diseño gráfico Looking Closer. También es escritor fundador del Blog de Obsesionistas de Diseño con Rick Poynor, William Drenttel y Jessica Helfand.

También es conocido por su **participación en la película Helvética**.

Recientemente ha desarrollado una nueva señalización y la identidad de la ampliación de Morgan Library Museum. También ha desarrollado los gráficos de ambientación para el edificio del New York Times, así como diseñado para Phillip Johnson Glass House y rediseñado la **revista “The Atlantic”**.

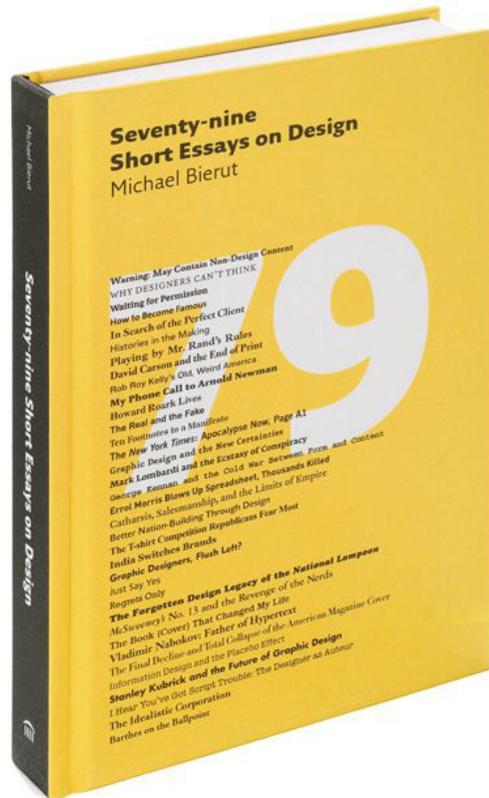
Gráfica, afiches

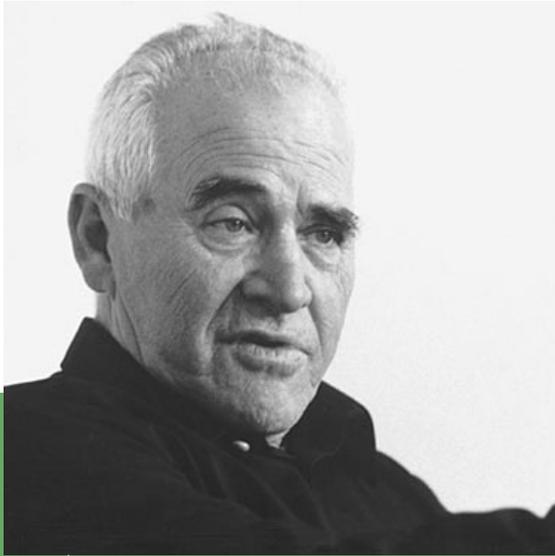


Folletos y packaging



Libros





OTL AICHER

*(Ulm 13 de mayo de 1922 - Rotis,
1 de septiembre de 1991)*

*Estudió escultura en la Aka-
demie der Bildenden Kunste
(Academia de Bellas Artes)*

“El diseño ilustra la filosofía técnica y económica de una empresa, y la imagen de la empresa revela el carácter de la misma, define su mentalidad. El diseñador es el filósofo de la empresa, el que, sea cual sea dicha mentalidad, la hace perceptible”

“Nuestro objetivo es desarrollar productos que respondan a las necesidades del consumidor, que estén siempre un paso por delante de la competencia en tecnología y diseño.”

Fue un diseñador gráfico y tipógrafo alemán, donde estableció su propio estudio de diseño.

En 1946 junto con Max Bill y un grupo de intelectuales crearon la Hochschule für Gestaltung, la escuela de diseño de Ulm, que se convertiría en uno de los centros de educación en diseño líderes en Alemania entre los años 1953 y 1968, y que a diferencia de la Escuela de la Bauhaus descartó el arte y la exaltación de la forma por sí misma de sus aulas, y se consagró a la función y a la inserción del diseño como factor fundamental en el mundo industrial.

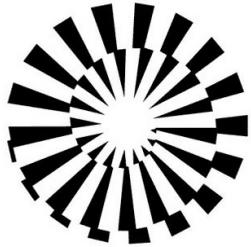
Aicher relativiza el papel de la razón pura y critica el racionalismo de la modernidad como fruto del predominio de un mero pensar abstracto. Un aspecto esencial de sus trabajos es el anclaje en una «filosofía del hacer», inspirada por pensadores

como Guillermo de Ockham, Kant o Wittgenstein. Es autor también del libro El mundo como proyecto.

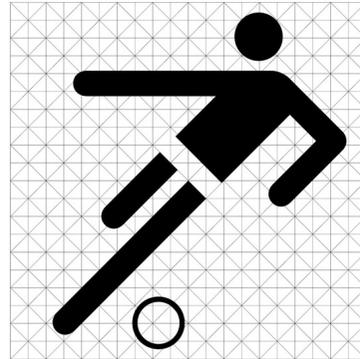
Entre sus creaciones se cuentan las **imágenes corporativas de Braun, Lufthansa, ERCO y de los Juegos Olímpicos de Múnich, utilizadas en el aeropuerto de Atenas.** Es autor de Sistemas de signos en la comunicación visual y de Analógico y digital.

Dentro de la tipografía, suya es la **familia Rotis**, donde se combinan varias familias sans-serif, con serif, y semi-serif. Otra tipografía creada por él es la **Traffic**, utilizado en el aeropuerto de Múnich, y en el transporte público de dicha ciudad. También diseñó la **señalética del metro de Bilbao.**

Identidad Juegos Olímpicos



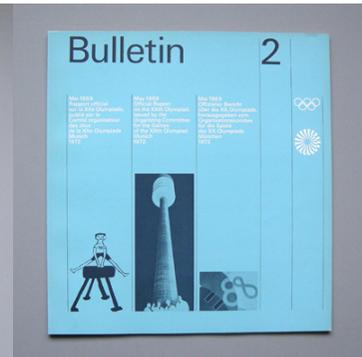
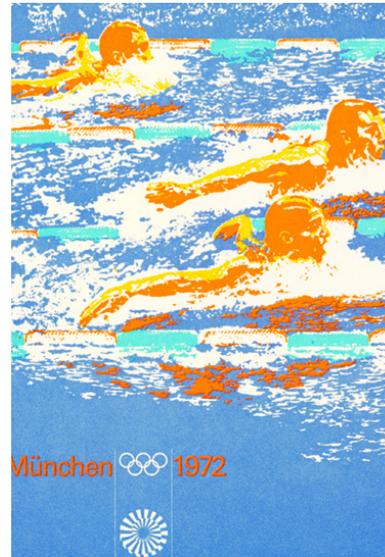
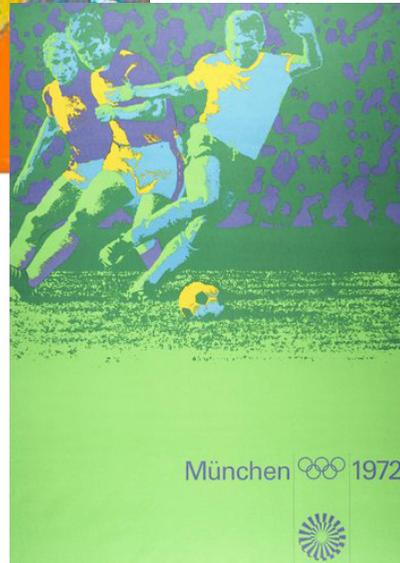
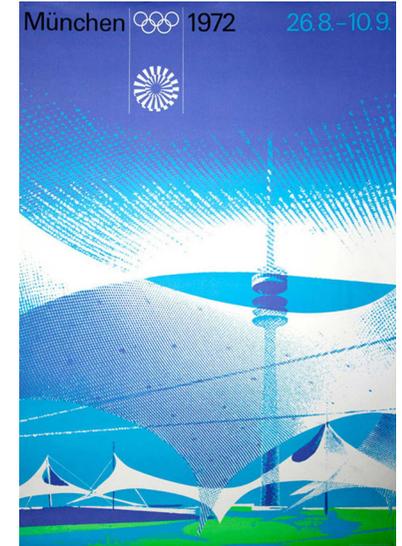
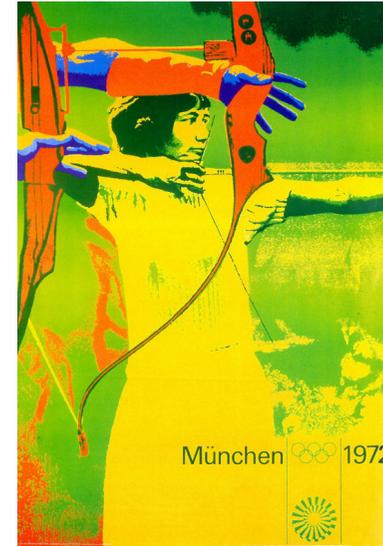
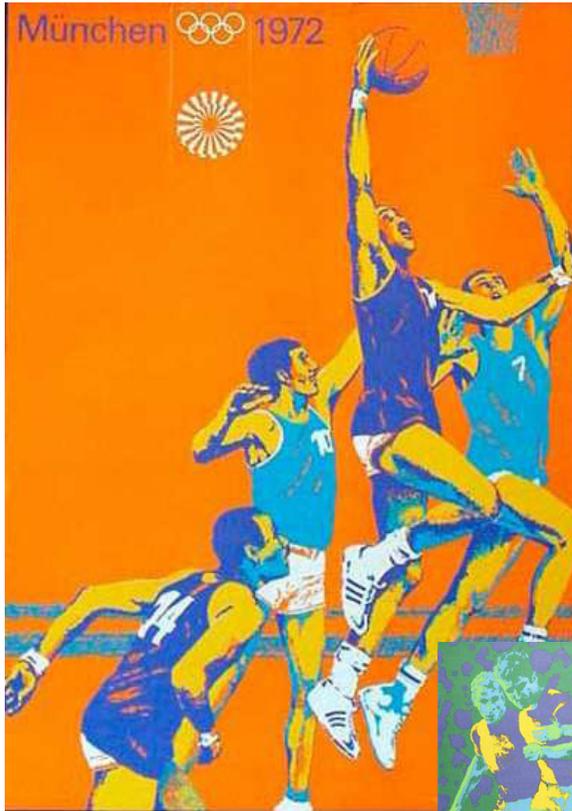
Munich1972



 Rudern 4. Internationales Championat Regattastrecke Oberschleißheim 22.7 08:00-12:00 18:00-17:00 Vorläufe Zwischenläufe 23.7 10:00-13:00 Finale <small>Vorverkauf ab 5. Juni Olympiastadion Wasserstraße 14 80335 München Preisplatz 11 ABB Profiteurepreis 12</small>	 Fechten Deutsche Einzel- meisterschaften 1972 Fechthalle II Messegelände Halle 20 21.7 08:00-21:00 Herrenflorett 22.7 08:00-21:00 Damenflorett, Säbel 23.7 08:00-21:00 Degen	 Ringern Internationales Turnier 1972 Ringer-Judo-Halle Messegelände Halle 14 15.7 15:00-18:00 20:00-22:30 1. Runde 2. Runde 16.7 10:00-13:00 Endkämpfe	 Schießen Länderkampf Deutschland-Finnland Italien Schießanlage Hochbrück 13.7 09:00-18:00 14.7 09:00-18:00 15.7 09:00-18:00 <small>Die Wettbewerbe werden in drei jeff olympischen Durchläufen ausgetragen.</small>
--	---	---	---



Afiches Juegos Olímpicos



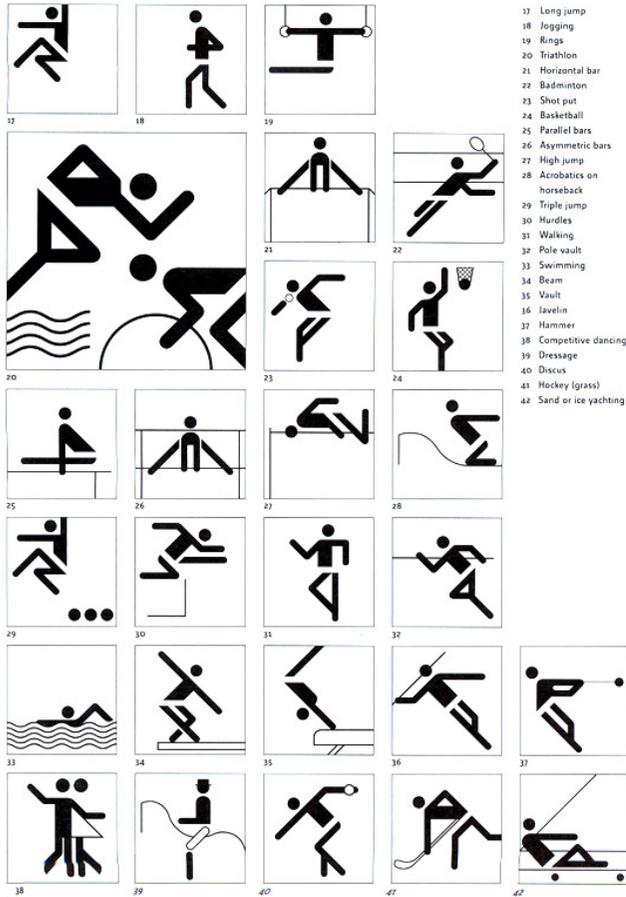
Identidad Aerolinea Lufthansa



ERCO, Braun, Familia Rotis

Erco

102 | 103



ERCO

BRAUN



Rotis Serif

Regular
Italic
Bold

Twelve very opal ziggurats quickly jumped a finch box. Crazy Frederic bought many exquisite jewels.

j
g
a
c
g
e



PAUL RAND

*Estados Unidos (1914-1996)
Escuela de Diseño Parsons
(1932-1933) y la Liga de Estu-
diantes de Arte (1933-1934)*

Libros: The Designer's Art (1985), Thoughts on Design (1947).

“El diseño es simple, por eso es tan complicado”.

“El diseño es el método de juntar la forma y el contenido”.

“El diseño es el embajador silencioso de una marca”.

“Si no hay idea, no hay diseño”.

“Todo es diseño”

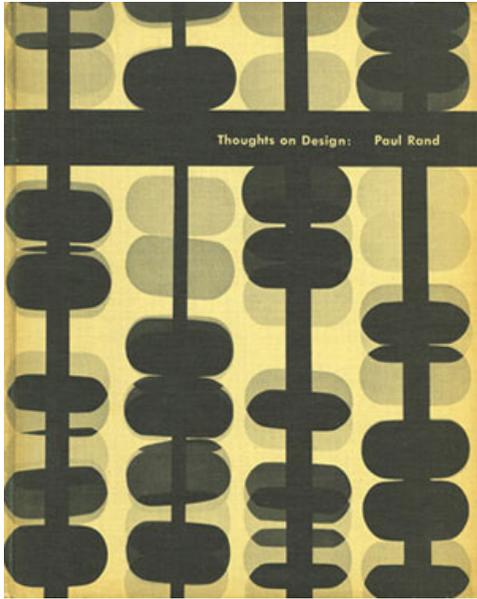
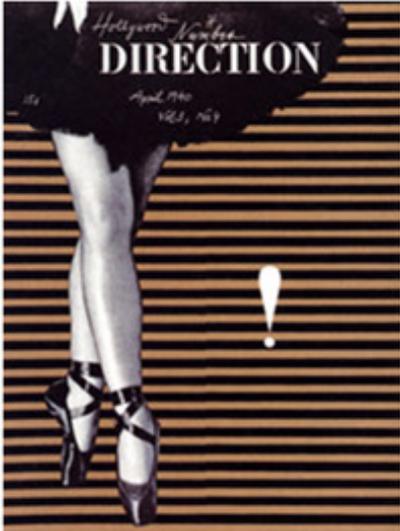
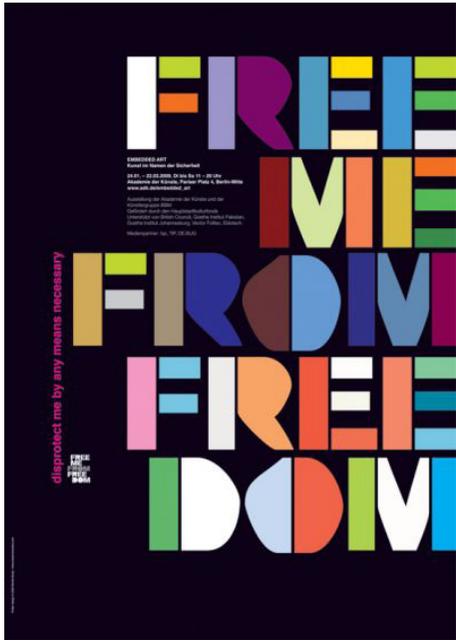
Diseñador gráfico estadounidense de gran prestigio a nivel internacional por sus diseños editoriales y especialmente por la **creación de marcas institucionales**. Diseñó una gran cantidad de **carteles publicitarios e identidades corporativas**, incluyendo los logos de **IBM**, **UPS** y **ABC**. Paul Rand fue uno de los pioneros del estilo suizo internacional dentro del ámbito del diseño gráfico.

Con apenas 23 años de edad, Paul Rand ya contaba con la confianza de diferentes editoriales, pronto empezaría a ejercer labores de director artístico para la **revista Esquire** (1935) y **Apparel Arts -GQ-** (1941), más tarde, destacó por sus revolucionarias **portadas** para **Directions Cultural journal**, revista para la que trabajó entre 1938 y 1945. Creó su **propio estudio de diseño** en New York y fue un sobresaliente maestro, impartió clases durante varios años en la prestigiosa Universidad de Yale.

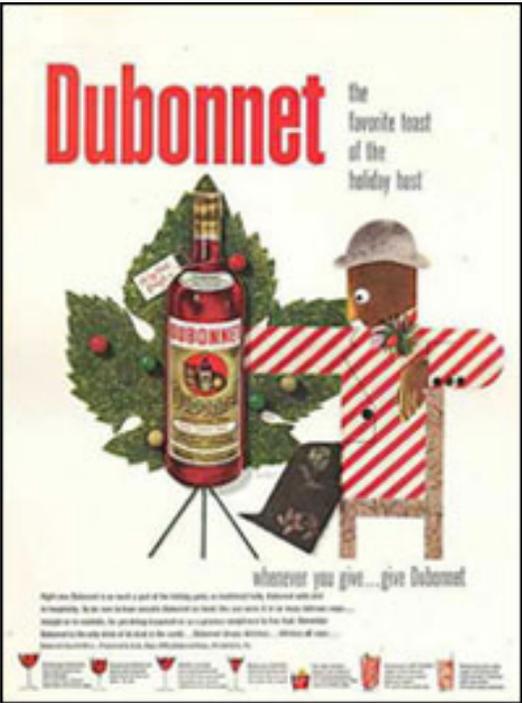
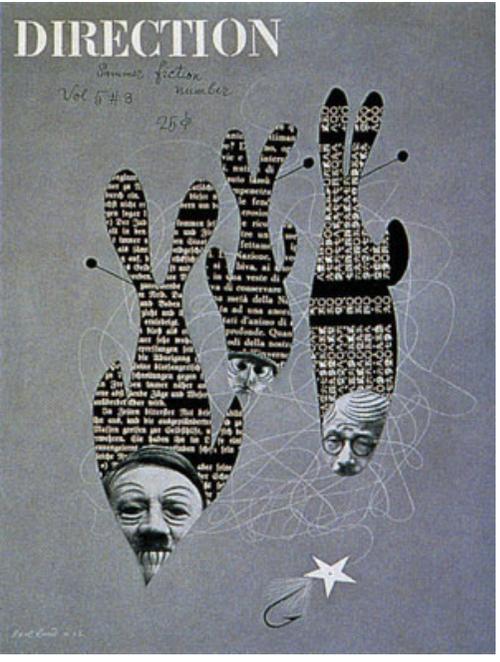
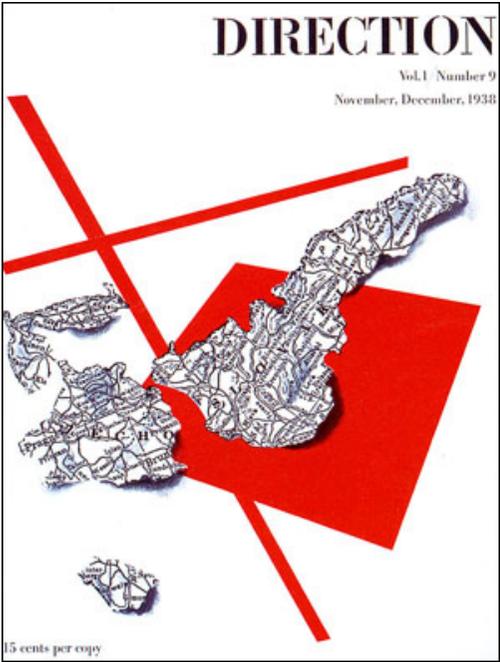
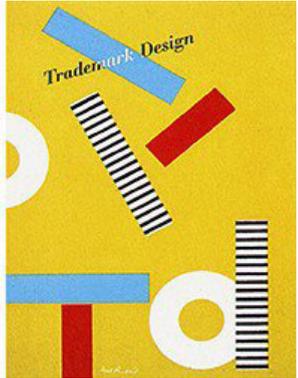
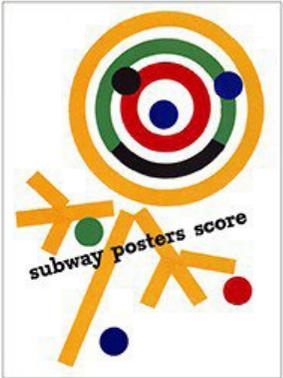
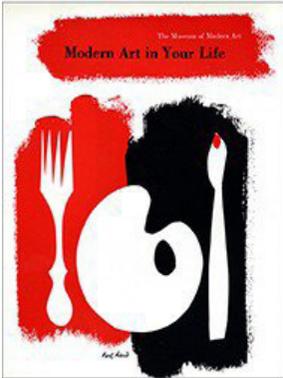
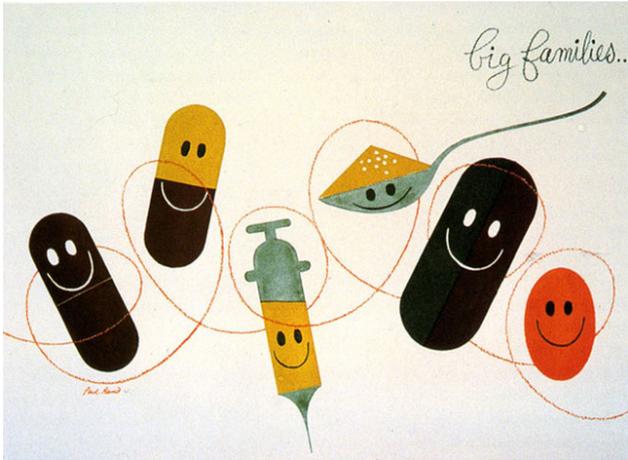
Diseñador modernista que no aceptaba las nuevas tendencias y conceptos de diseño, nunca cambió su postura. Estudió los conceptos del **constructivismo ruso**, el **movimiento artístico deconstructivista De Stijl** y el **racionalismo alemán de la Bauhaus**.

Paul Rand contaba con una gran agudeza creativa, mucho ingenio y un desarrollado sentido del humor creativo que marcaron la personalidad de gran parte de sus diseños. Empleaba composiciones esquemáticas para generar **juegos visuales mediante tipografías, formas e imágenes**, logrando así una doble función, ya que divertía al mismo tiempo que informaba. Paul Rand era un amante de los jeroglíficos, en el año 1981 realizó un juego fonético-visual a modo de rompecabezas en el popular cartel Eye-Bee-M con el objetivo de reforzar el lema de IBM, THINK (PIENSA).

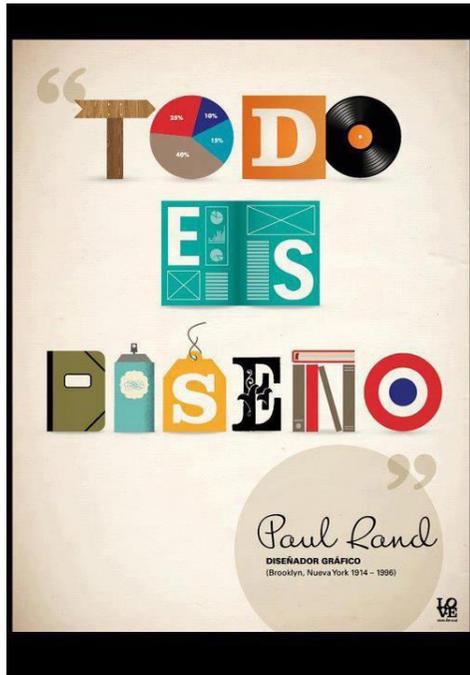
Diseño de carteles



Diseño de carteles



Libros



Sparkle and Spin, 1957.



Páginas interiores del libro.



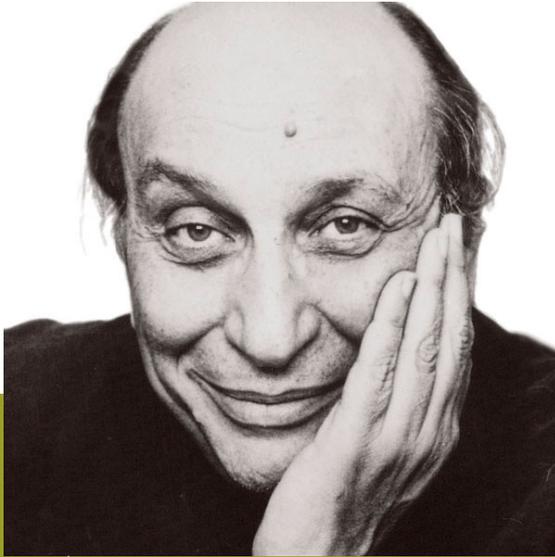
Cubierta de la publicación bianual Jazzways, 1946.



Cubierta de libro para el MOMA, 1949.



Cubierta del libro Prejudices, una de las preferidas de Rand, 1958.



MILTON GLASER

26 de junio de 1929 en el
Bronx de Nueva York

“El diseño y el arte son dos asuntos distantes. El arte tiene que ver con transformar al que mira, con hacerle ver el mundo de otra manera. El diseño acomoda a un público con un cliente”.

“Existen tres posibles respuestas a un diseño: Sí, No y ¡WOW. WOW es a lo que hay que aspirar”.

Ilustrador y diseñador muy prolífico conocido sobre todo por sus diseños para discos y libros.

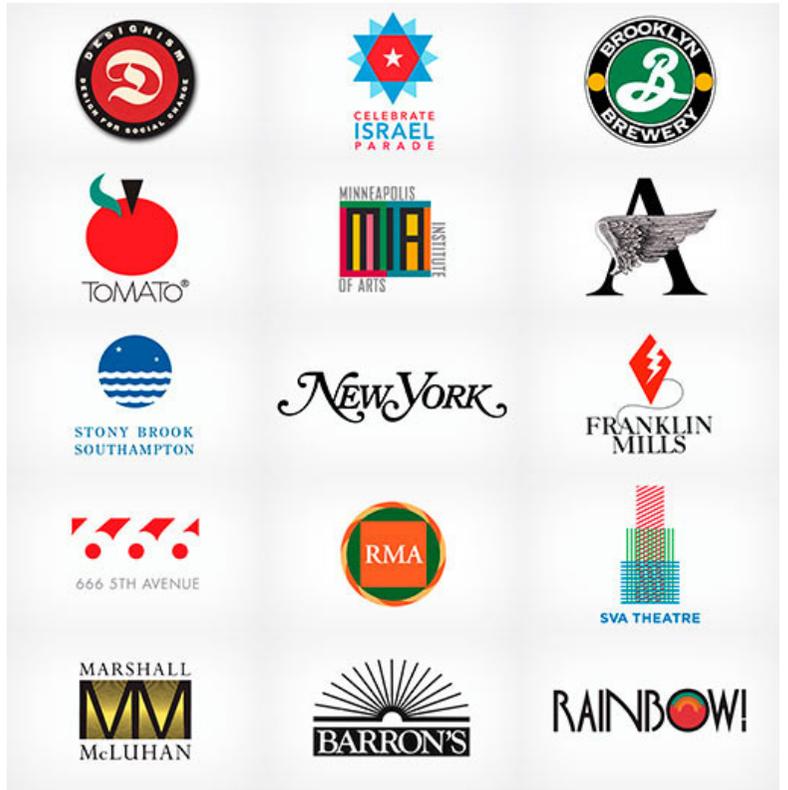
Glaser estudió en la conocida Cooper Union entre 1948 y 1951 Y a través de una beca Fulbright, también estudió en la Academia de Bellas Artes de Bolonia, en Italia, donde estuvo con el pintor Giorgio Morandi. Fundó con Seymour Chwast el Push Pin Studio para, en 1974, crear su propia compañía.

Ha creado **más de 300 carteles entre los que se cuenta el famoso de Bob Dylan**, un símbolo de los años sesenta. Glaser se ha dedicado al **diseño editorial y a la identidad corporativa**. En el primer campo ha trabajado para publicaciones como **Paris Macht, L'Express, Esquire o Village Voice y La Vanguardia** (1987-1989) para realizar un cambio en esta publicación coincidiendo con su paso al color.

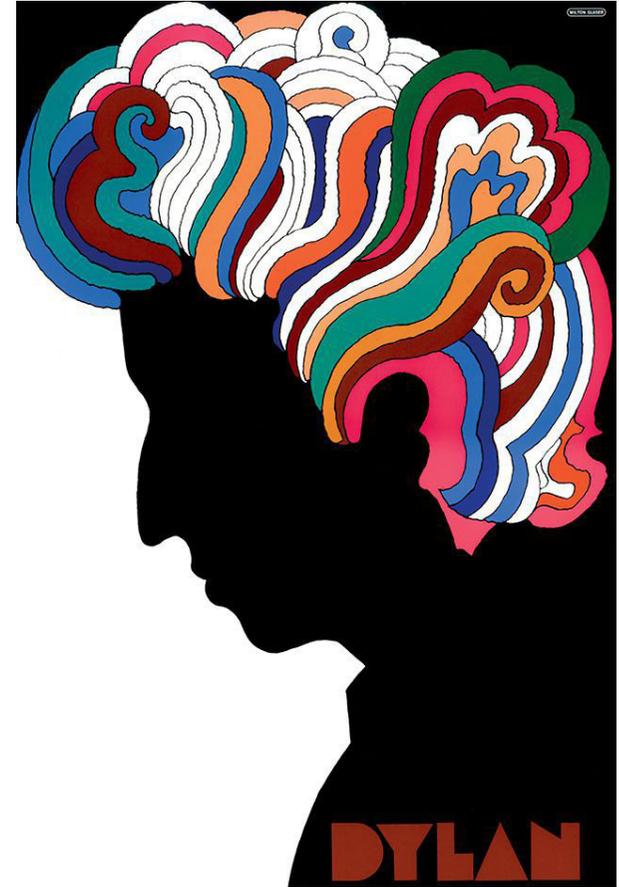
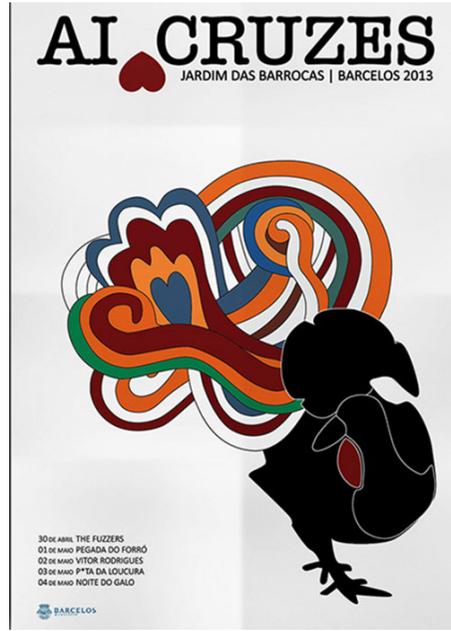
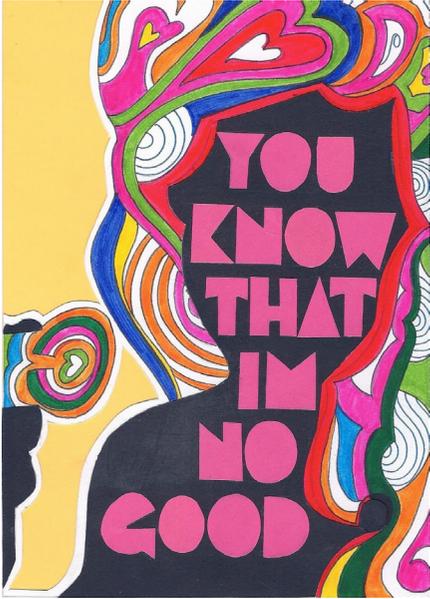
En identidad corporativa, desde finales de los setenta se encargó de un gran proyecto para la compañía Grand Union, una cadena de supermercados en los Estados Unidos. También creó el logo de DC Comics. En 1981 creó el conocido símbolo para la campaña **I Love New York**.

El estilo de Glaser se caracteriza por el eclecticismo y está influido por numerosas fuentes. Ha diseñado algunos tipos de letra, la mayoría de carácter decorativo y escasamente legibles, como reflejo de esta orientación suya muy alejada de la ortodoxia metodológica. Su concepción creativa se acerca más a la de un **artista tradicional** que expresa en su obra una particular visión del mundo.

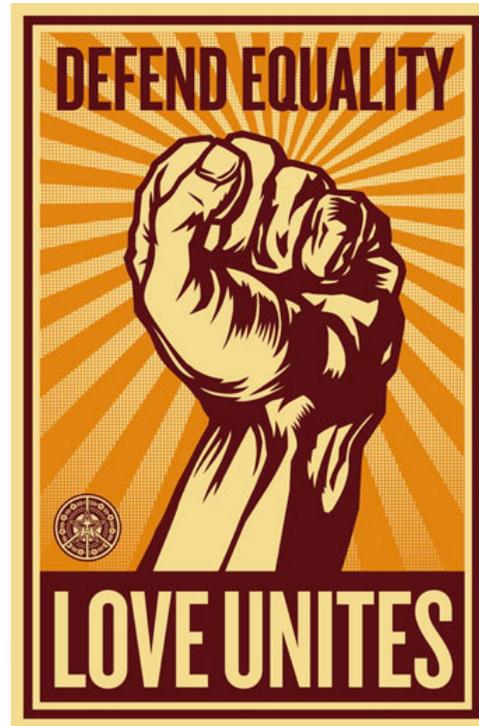
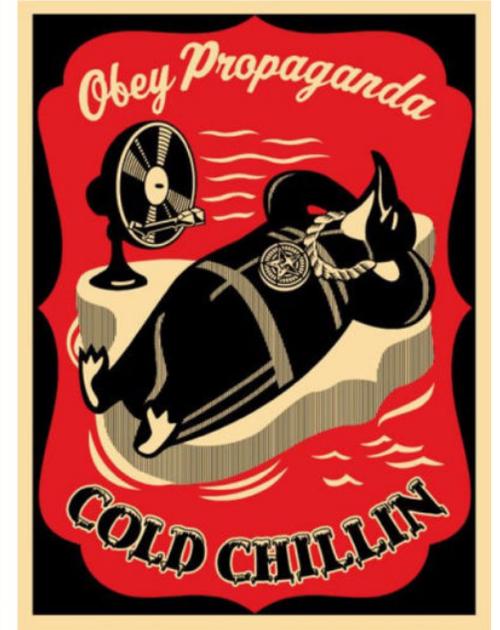
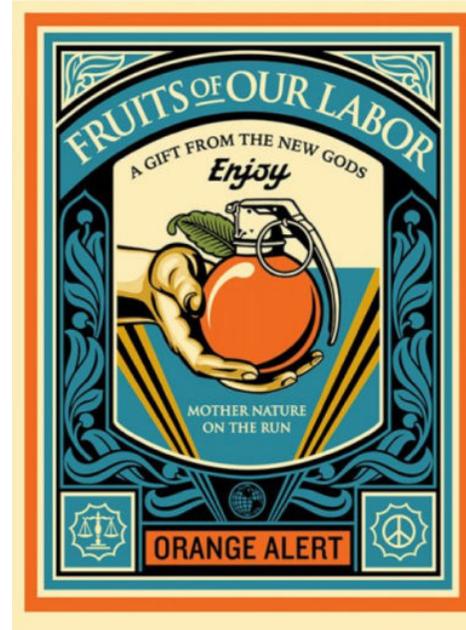
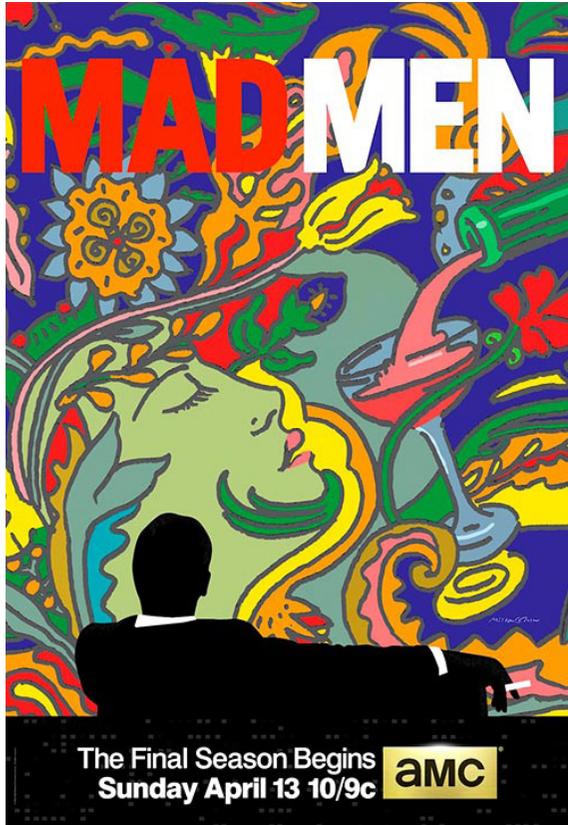
Identidad Corporativa: LOGOS

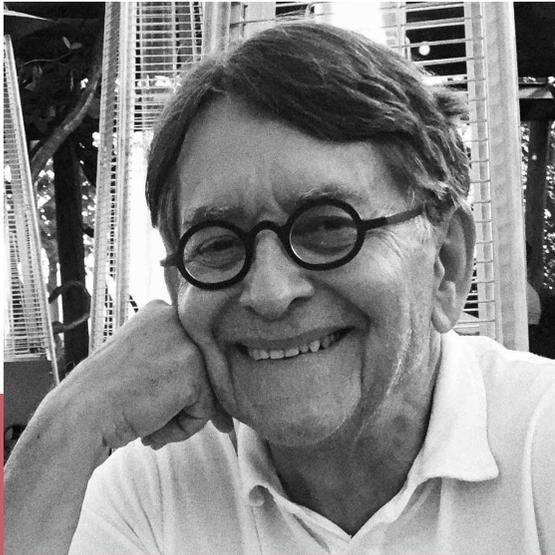


Carteles Varios



Carteles Varios





NIGEL HOLMES

*Swanland, Inglaterra
15 de junio de 1942.*

*Royal College of Art en
Londres (1966)*

*“Los números, los datos y la información son fantásticos.
Pero la clave del entendimiento es el CONTEXTO”.*

Es un diseñador gráfico británico / estadounidense, autor y teórico, que se centra en la información gráfica y el diseño de la información.

Holmes dirigió su propia práctica de diseño gráfico con éxito en Inglaterra. De 1966 a 1977 trabajó como **ilustrador independiente y diseñador gráfico** para clientes como British Broadcasting Corporation, Ford Motor Company e Island Records. Su trabajo apareció en New Scientist, Radio Times, The Observer, Daily Telegraph y The Times.

En 1977, el director de arte Walter Bernard lo contrató para trabajar en el departamento de mapas y mapas de la revista Time, donde Holmes se convirtió más tarde en director gráfico.

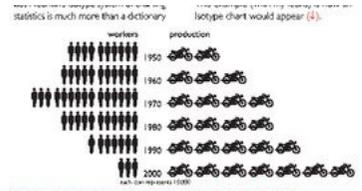
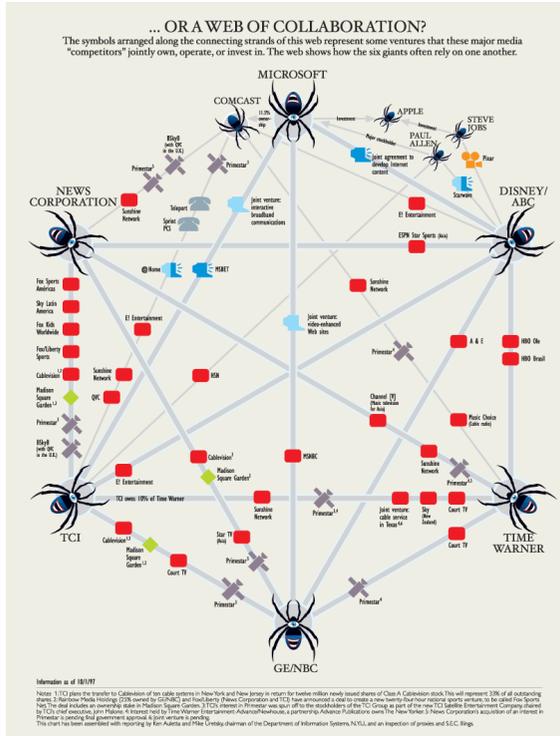
Después de un año sabático comenzó su propia compañía, cuyos principales clientes han sido **Apple,**

Fortune, Nike, The Smithsonian Institution, Sony, United Healthcare, US Airways y Visa.

En 2011, Stevenson University realizó una muestra retrospectiva de su obra titulada Picture This - The Explanation Design de Nigel Holmes.

En 2016, una exhibición de su trabajo (de 1960 a 2015) fue demostrada en la conferencia de QVIG en Munich, Alemania, y también en la galería de VisCom, centro de Schoonover, Universidad de Ohio.

Infografías



WHILE NEURATH KNEW THE VALUE OF PICTURES AS A WAY TO GET PEOPLE INTERESTED IN WHAT HE WAS SHOWING THEM, HE WAS ALSO AWARE OF THE CHARTING PITFALLS THAT WENT WITH PICTURES. TO AVOID THESE PITFALLS HE DEVELOPED WHAT HE CALLED "STATISTICAL ACCOUNTABILITY." HE AND AMTZ DESIGNED ICONS THAT COULD BE USED NEXT TO ONE ANOTHER IN ROWS THEY COULD STAND FOR QUANTITIES AND THUS BE "ACCOUNTABLE." THE SPACING BETWEEN THESE "CHARACTERS" WAS CRITICAL SO THAT A NATURALLY NARROW OBJECT (A HERRING) COULD BE SEEN TO HAVE THE SAME VISUAL WEIGHT AS A NATURALLY FAT OBJECT (A BARREL).

800,000
400,000
1950 2000

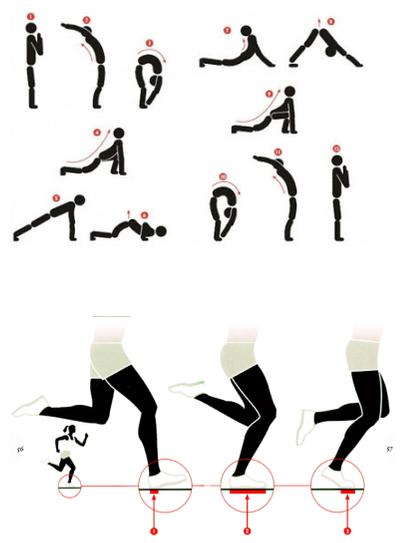
THE HERRING MAY BE SMALL BUT CHANGE IN SIZE, THE BARRELS ARE BUILT TO HOPE INCREASED.

1950



NEVERTHELESS, AMTZ MADE WONDERFUL DRAWINGS, AND THEY REMAIN GREAT LESSONS IN HOW TO DRAW PICTORAMS. WHILE SOME OF THE IMAGES MAY LOOK DATED (CARS, TELEPHONES), HIS DRAWINGS OF PEOPLE ARE AMAZINGLY EXPRESSIVE... ALTHOUGH MADE WITH VERY FEW MARKS (=). AMTZ WAS AN ARTIST FIRST, AND A DESIGNER SECOND. NEURATH RECOGNIZED THAT AMTZ'S TALENT FOR CAPTURING THE ESSENCE OF AN OBJECT OR A PERSON WITH SUCH ECONOMY OF FORM COULD HELP HIS EFFORT TO EXPLAIN THINGS TO READERS WITH THE HELP OF AN ICONIC PICTURE LANGUAGE.

ARTISTS LOOK AT SURFACE STYLE AND WANT TO IMITATE IT—we learn that way. I'd say that Amtz had a good look at Egyptian hieroglyphs without necessarily understanding all the meanings. Most art comes from other art; it's a reaction, a development, an improvement. Whether we like it or not, we are influenced by what we can see, long before we understand what it means. There's nothing wrong with that.



HEALTH

The World Health Organization estimates that a combination of unsafe water, inadequate sanitation and poor hygiene now kills 200 people a hour.

Every hour, every year.

1 WATERBORNE DISEASES
4,800 people die every day
 From disease contracted with lack of access to safe drinking water, inadequate sanitation and poor hygiene.

There's the equivalent of 13 people are rotting every day.

DIARRHEA
 In 2005, 1.8 million children die each year from this disease alone.

BILHARZIASIS
 Bilharziasis affects more than 200 million people worldwide, mostly living in 82 countries, primarily in tropical and subtropical areas.

DENGUE
 Dengue fever is estimated to affect 50 million people each year. It is a mosquito-borne viral infection that causes a spectrum of symptoms from mild flu-like illness to severe dengue.

TYPHOID FEVER
 Typhoid fever is a bacterial infection that causes a spectrum of symptoms from mild flu-like illness to severe dengue.

WHO HAS SAFE WATER?
 70% of the population with access to improved drinking water (2005)

more than 90%
 70% to 90%
 50% to 70%
 1% to 50%
 no data available



WATER PROBLEMS IN THE UNITED STATES



