



Nombre: Nancy Marcela Ochoa Guillèn.

Nombre del profesor: Maria Eugenia Pedrueza Cano.

Materia: Historia del diseño gráfico.

Trabajo: Diseñadores Graficos.

Grado: Segundo Cuatrimestre.

Grupo: Diseño Gráfico.

VICTOR MOSCOSO

Victor Moscoso nació en Vilaboa, un pequeño pueblo de A Coruña (España), en 1936. Ese mismo año se produjo el golpe de estado que desencadenaría la Guerra Civil Española.

De joven, Moscoso se formó como diseñador y artista en el *Industrial Art Institute* de Manhattan, en la escuela *Cooper Union* y en la Escuela de Arte de la Universidad de Yale, donde le dio clases el maestro de la Bauhaus Josef Albers.

Atraído por el movimiento *beat*, en el año 1959 Victor Moscoso viajó a la Costa Oeste, donde continuó sus estudios en el *San Francisco Art Institute* con el pintor estadounidense Richard Diebenkorn y el pintor y grabador Nathan Oliveira. Pero, a mediados de los años 60, su vida dio un giro psicodélico que le alejó de la pintura tradicional.

Eran los últimos meses de 1965 y comenzaba a surgir en San Francisco el movimiento psicodélico. Y junto a esta nueva escena musical, también aparece una nueva escena visual, con carteles de diseñadores icónicos como Wes Wilson, Alton Kelley o Stanley Mouse.

A finales de 1966, el artista abandonó la pintura y empezó a dedicarse en exclusiva al diseño de carteles de rock psicodélico.

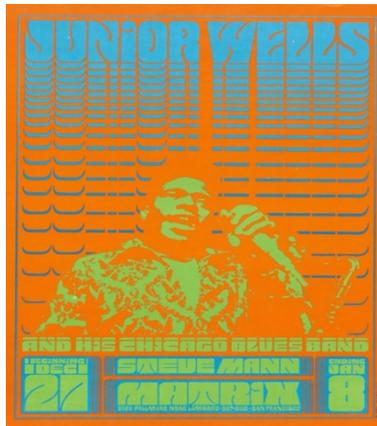
Sus carteles, basados en la rotulación distorsionada e ilegible, las imágenes descontextualizadas y el contraste cromático agresivo, reflejaron la estética de la contracultura estadounidense de los años 60, anunciando conciertos de *Steve Miller Band*, *The Grassroots* o *Grateful Dead*.

En sus obras también aparecieron por primera vez cantantes como Janis Joplin o The Doors

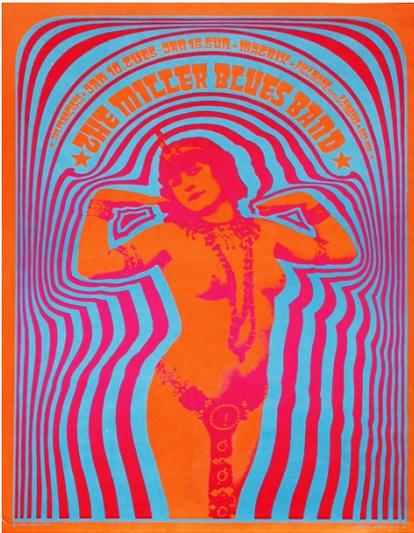
Recibió galardones como el premio *Augustus Saint-Gauden* de Cooper Union en 2017 o la medalla AIGA en 2018, uno de los galardones más reconocidos en el ámbito del diseño gráfico.

Hoy en día, Victor Moscoso sigue viviendo en Estados Unidos, donde pinta, hace collage y crea arte sin ataduras.

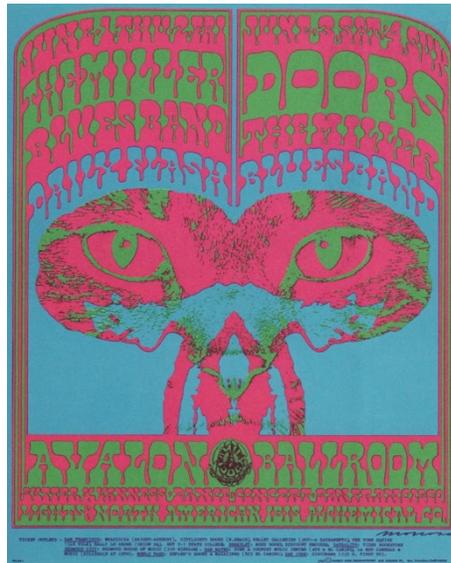
OBRAS:



Cartel del concierto de Junior Wells diseñado por Víctor Moscoso.



Cartel diseñado por Víctor Moscoso donde aparece Janis Joplin.



Cartel en el que aparecen anunciados The Doors cuando aún no eran mundialmente famosos.

HEINZ EDELMAN

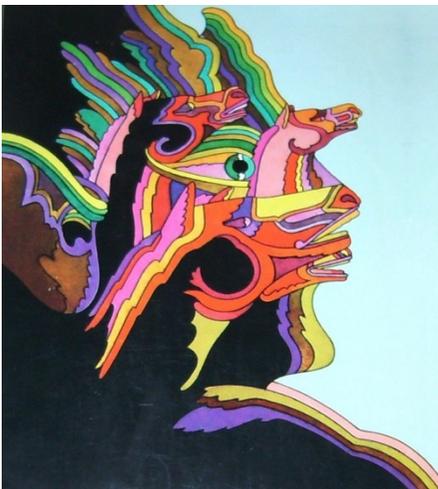
Ilustrador

(20 de junio de 1934-21 de julio de 2009) fue un ilustrador y diseñador alemán. Nacido en Checoslovaquia en ese momento, es principalmente conocido por ser el director de arte de la película animada Yellow Submarine de 1968, basada en la famosa canción del mismo nombre de los Beatles, También fue el creador de la mascota Curro, utilizada para la Exposición Mundial de Sevilla en 1992.

En los años 60, rápidamente se transformó en uno de los primeros diseñadores de carteles que incorporó imágenes de la psicodelia europea.

Edelmann estudió Diseño gráfico con Joseph Beuys en la Academia de Bellas Artes de Düsseldorf, a la vanguardia en los años cincuenta. Desde entonces ha trabajado en diseño, ilustración, publicidad, animación cinematográfica, trabajando principalmente como profesor de la asignatura (un papel al que se preocupaba mucho). Vivió y trabajó en Alemania, Inglaterra y los Países Bajos. Murió de colapso cardiocirculatorio e insuficiencia renal a la edad de 75 años.

OBRAS:



MILTON GLASER

Ilustrador

Nació el 26 de junio de 1929, Estados Unidos, Neoyorquino de nacimiento, Milton Glaser se formó como artista en la Escuela Superior de Música y Arte y la Escuela de Arte de Cooper Union en Nueva York, durante los años 1948, hasta 1951. De igual forma, estudió en la prestigiosa Academia de Bellas Artes de Bolonia, Italia. tienen la oportunidad de formar parte de los inicios de numerosos proyectos como la fundación del estudio Push Pin Studios.

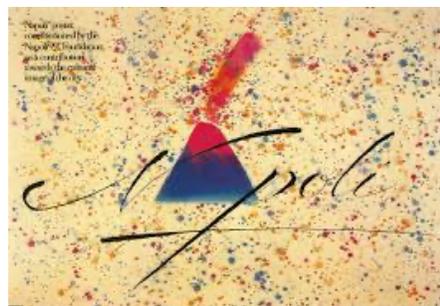
Glaser fue director y diseñador de esta revista hasta el año 1977. En medio de este periodo, concretamente en 1974, el diseñador establece su propio estudio que se llamó Milton Glaser, Inc. Más adelante se asoció con Walter Bernard en 1983 y crearon la empresa de diseño WBMG.

Su firma e impronta personal la ha dejado en numerosos ámbitos del diseño.

En el diseño de carteles Glaser tiene un doctorado. A lo largo de su carrera diseñó más de 300 carteles y grabados. El más famosos de todos es el que diseñara con Bob Dylan en el que lo represento con una melena de colores. trabajo para revistas y periódicos como Paris Macht, Esquire, Village Voice, L'Express y *La Vanguardia*. En este sentido trabajo con la compañía Grand Union, una famosa empresa de supermercados de los Estados Unidos. También creó el logo de DC Comics y por supuesto su obra más famosa: el logo de I love NY.

Más allá de su prolifera carrera profesional, Milton Glaser era un diseñador comprometido y responsable con la sociedad en la que vivía. De hecho, su diseño más famoso, fue el resultado de un análisis de la sociedad neoyorquina que apuntó en una servilleta a modo de nota o borrador.

OBRAS:



Napoli 1986



Give Earth a Chance

SEYMOUR CHWAST

Diseñador gráfico

Nació el 8 de agosto de 1931 (edad 91 años), El Bronx, Nueva York, Estados Unidos.

es un diseñador gráfico, ilustrador y diseñador de tipos estadounidense. Su estilo se puede ver en numerosas ilustraciones de libros y revistas, portadas de cds y carteles, influyendo de manera significativa en la cultura visual.

estudió ilustración y diseño en la universidad Cooper Union de Nueva York, tras cursar sus estudios secundarios en el instituto Abraham Lincoln High School. En 1954, junto con Milton Glaser, Edward Sorel y Reynold Ruffin, fundó el estudio de diseño Push Pin Studios.

destacando en todos los trabajos de comunicación visual que realizó, distinguiéndose por su tenacidad en el uso de ilustraciones en una época en que la mayoría de agencias de publicidad americanas trabajaban con fotografías.

Chwast se dedica a la producción de novelas gráficas, libros infantiles, carteles y publicaciones.

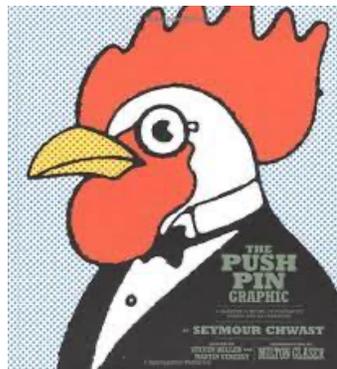
Sin embargo, su enfoque innovador del diseño ha sido plasmado en numerosas publicaciones a lo largo de seis décadas entre las que se incluye el New York Times, The New Yorker, The Wall Street Journal, Vanity Fair, The Atlantic y Print.

La obra de Seymour Chwast ha sido expuesta en importantes galerías y museos en Estados Unidos, Europa, Japón, Brasil y Rusia.

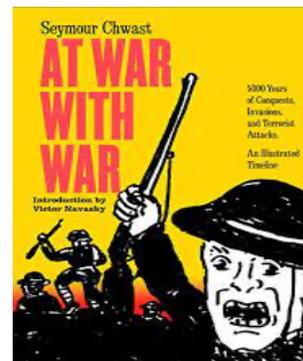
OBRAS/ LIBROS:



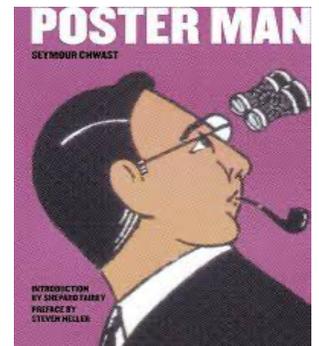
The left-handed designer
1985



The Push Pin Graphic, A Quarter Century of Innovative Design
2004



At War with War: 5000 Years of Conquests, Invasions, and Terrorist Attacks, An Illustrated Timeline
2017



Poster Man: 50 Years of Iconic Graphic Design.
2021

GARY GRYMSHAW

Nació el 25 de febrero de 1946 - 13 de enero de 2014

fue el primer cartelista del legendario Grande Ballroom. Además de su brillante trabajo como dibujante, también ha estado profundamente involucrado en las luchas políticas de los años sesenta y setenta, compromiso que ha mantenido a lo largo de los años. Después de su graduación en el colegio se alistó en la Marina, estuvo dos años (1964-1966) destinado en el portaviones Coral Sea durante la Guerra de Vietnam, pasando siete meses en la zona de guerra.

Conocía el arte de la impresión de carteles porque de niño había ayudado a su tío en la imprenta que tenía en Dearborn, Michigan y, curiosamente, años más tarde fue donde se imprimieron los posters para el Grande Ballroom. Además, era un fantástico dibujante con una habilidad innata: ya en el colegio hizo para su amigo Rob Tyner luego vocalista en los MC5 diseños para camisetas de las bandas con las que tocaba. «No tenía aerógrafos, dibujaba sobre la camiseta con rotuladores permanentes. No era un negocio, era un hobby. El primer trabajo que me pagaron fue el cartel que hice en 1966 para el primer concierto en el Grande Ballroom donde tocaron, entre otros, MC5».

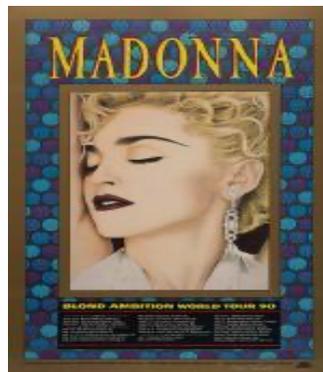
«Los carteles para el Grande Ballroom se hacían en un día», se explica Grimshaw. «En cuanto me llegaba la información lo dibujaba rápidamente, luego lo llevaba a la imprenta, donde me estaban esperando, y al finalizar el día estaban preparados para su distribución.

Grimshaw fue Director de Arte para los Ann Arbor Blues & Jazz Festivals en las ediciones de 1972 y 1973. Trabajó con el Rainbow People's Party y Rainbow Productions (evolución del White Panther Party tras su disolución) diseñando todo lo concerniente para sus conciertos, bandas, clubes y publicaciones a lo largo de todo Estados Unidos.

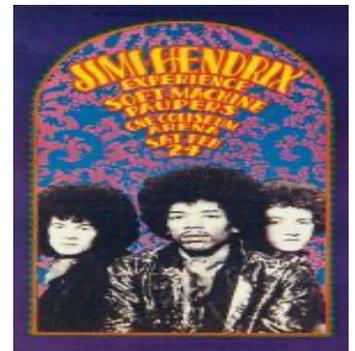
OBRAS/ POSTERS:



THE ROCK AND
ROLL HALL OF
FAME 1990



BLOND
AMBITION
WORLD
TOUR



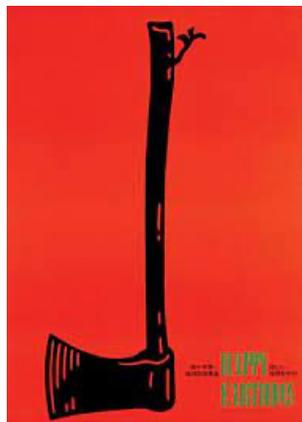
JIMI
HENDRIX
EXPERIENCE
1968

FUKUDA

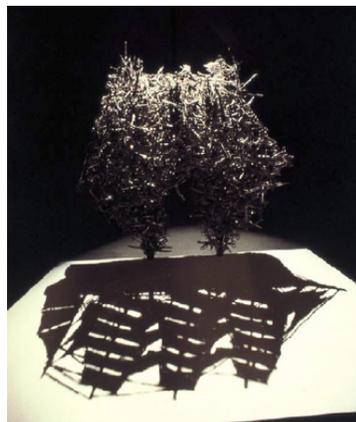
Nació el 4 de febrero de 1932, Tokio (japon) –falleció el 11 de enero de 2009. fue un escultor, diseñador gráfico y sobre todo un maestro de la cartelería, creador de ilusiones ópticas. Sus piezas de arte generalmente conllevan engaños.

Brilla por primera vez en 1967 cuando fue seleccionado su cartel para que fuera el Cartel Oficial de la Exposición de Japón 70. Para 1972 en Varsovia le dan el máximo galardón por su cartel en la Bienal Internacional de Varsovia, a lo largo de su carrera obtuvo también los siguientes premios: 1979 premio de plata en el Concurso Internacional de Diseño de Cartel de Colorado, 1980 premio de plata en la Bienal Internacional de Diseño Gráfico de Brno, entre otros. En 1992 – realizó una exposición personal de 150 Carteles en el Museo del Cartel en Wilanow, Polonia, ese mismo año en Helsinki le otorgan el Gran Premio de la Bienal Internacional de Cartel. Para 1996 seleccionan su cartel para la exposición universal de Lisboa'98 Pictogramas Oficiales y Signos. En 1997 realiza una exposición personal llamada "Un artista de ingenio visual" en el Museo Nacional de Arte Moderno de Tokio, y en 1999 realiza una exposición con el título "Bromista Visual Shigeo Fukuda" en la Fundación de Japón en Toronto.

OBRAS:



El afiche del Día de la Tierra (1982)



Encore 1976

KAMEKURA Diseñador Gráfico

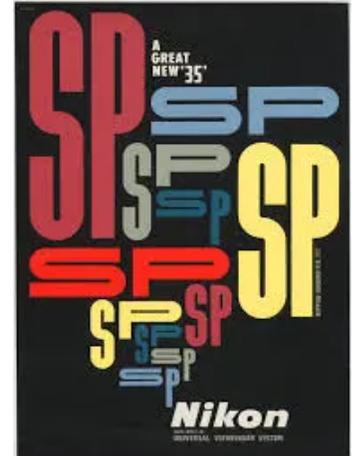
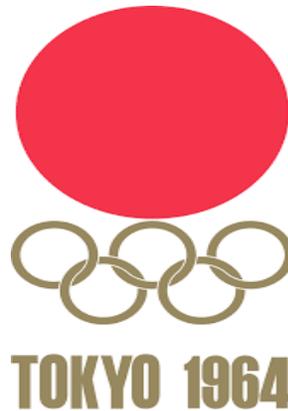
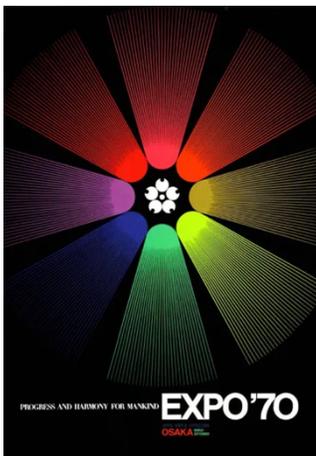
Nació el 6 de abril de 1915, Prefectura de Niigata, Japón. (1915-1997), quien jugó un papel muy importante en la configuración del diseño gráfico moderno de Japón. Conocido como el «padrino del diseño gráfico japonés de la posguerra».

siempre había tratado de elevar el papel de los diseñadores gráficos en la sociedad japonesa y brindar oportunidades a las jóvenes generaciones de diseñadores talentosos. Él comenzó como aprendiz de arquitecto, y conoció a Ryuichi Yamashiro, quien influyó en su carrera y le inspiró a transformar sus conceptos. enfatizó mucho las formas geométricas abstractas en su trabajo, acentuado con colores llamativos y planos como el azul grisáceo, el amarillo cromo, el rosa gris y el naranja.

Sus carteles a menudo conservaban los motivos y formas tradicionales japoneses, pero al mismo tiempo se mezclaban con un uso reconocido internacionalmente de la imagen y el concepto, ya que una vez dijo que «somos responsables de disolver primero nuestras tradiciones y luego crearlas de nuevo».

El trabajo de Yusaku Kamekura se caracteriza por la disciplina, el conocimiento profundo de las técnicas de impresión y la cuidadosa construcción de los elementos visuales. Uno de sus productos más notables es el conjunto gráfico diseñado para los juegos olímpicos de Tokyo en 1964, que resultó un hito visual en su momento. Ha contribuido a la reputación del diseño gráfico japonés internacionalmente con su trabajo. Diseñó logotipos, carteles, libros, revistas, símbolos de empresas, letreros y empaques. Fue un exitoso maestro, profesor y escritor y ha recibido numerosos premios por sus diseños en Japón e internacionalmente. Sus obras forman parte de importantes colecciones públicas, por ejemplo, en el Museo de Arte Moderno de Nueva York o el Museo Stedelijk de Amsterdam.

OBRAS:



OSCAR MARINE

Nació el 1951 (edad 72 años), Madrid, España.
es un diseñador, ilustrador, experto tipógrafo y artista español. Es uno de los mayores comunicadores de la era posfranquista de España.

Fundador del estudio de diseño gráfico OMB Design en Madrid.

Mariné ha realizado docenas de trabajos de proyección nacional e internacional en campos tan diversos como la edición, la imagen corporativa, el cine y la música. Sus trabajos llevan el sello de un creador, uno que une contenido, contexto y variedad de técnicas para superar las barreras del diseño gráfico. Su concepto orgánico del diseño de un producto le hace un ejemplar vital de la comunicación contemporáneo.

La creatividad multidisciplinaria en el trabajo de Mariné era evidente desde el principio cuando fundó y fue director artístico de la celebrada revista contra-cultural *Madrid Me Mata*.

En el área de marca (branding), sus proyectos para Camper, Loewe y Vega Scicilia son bien reconocidos en los círculos de diseño español. Logros internacionales incluyen la reconocida campaña de publicidad americana para Absolut Vodka *Absolut Mariné* para Seagram USA. También el desarrollo de la marca para el estudio de arquitectura de sir Norman Foster en Londres, Foster and Partners, donde su propuesta resonaba con la estética de los swinging 60's londinenses.

Desde 2005 es responsable de la dirección artística del exquisito diseño de *C Photo Internacional Magazine*, probablemente la revista de arte fotográfico más prestigiosa del mundo, publicada por la editorial Ivory Press, Londres.

Sus proyectos para el cine incluyen carteles icónicos como el de *Todo sobre mi madre*, de Pedro Almodóvar, *El día de la Bestia*, de Álex de la Iglesia, o *Tierra*, de Julio Medem.

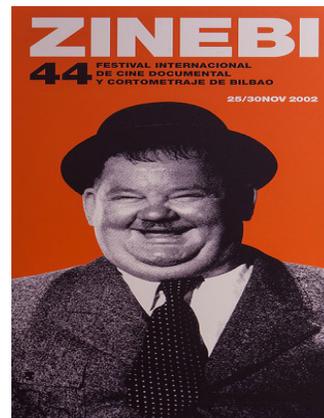
Últimos proyectos incluyen la marca para el Matadero Madrid, el nuevo centro cultural de la ciudad. Esto es un lugar para la juventud, un sitio donde la búsqueda del arte y la creatividad se encuentran. La identidad de Mariné cubre todas las aplicaciones gráficas: señalización, publicaciones, publicidad, papelería, etc.

La obra pictórica de Mariné ha sido objeto de exposiciones individuales en Tokio, Nueva York, Milán, Venecia, Bolonia, Madrid o Ibiza, y formado parte de relevantes muestras colectivas. Dueño de una pincelada expresionista y cromática, algunas de sus imágenes son componente esencial de diversos proyectos de marca.

OBRAS:



Cartel de la película
"Todo sobre mi madre"
(Pedro Almodóvar)



Oscar Mariné
Big Bang

WOLFGANG WEINGART
Diseñador Gráfico
1941, Alemania

está considerado como uno de los diseñadores menos convencionales de la segunda mitad del siglo XX.

Weingart creció en Salem una localidad alemana junto al lago Constanza, a escasos 9km de Suiza.

comenzó a registrar descubrimientos visuales con su cámara: estructuras gráficas en paisajes, detalles arquitectónicos y formas de vida completamente diferentes. Sus padres reconocieron lo mucho que disfrutaba el diseño y organizaron sus primeras lecciones regulares de dibujo. Desde entonces supo que su futuro tendría que ser algo relacionado con su imaginación, con el diseño creativo y con la exploración de su propio potencial creativo. Así fue como llegó a la Merz Academy en 1958, una universidad privada de arte y gráfica aplicada.

En su búsqueda de modelos, lo que más le fascinó en las revistas especializadas fue la «tipografía suiza» moderna: sencilla, clara y emocionante.

comenzó un aprendizaje de tres años como tipógrafo en una imprenta en Stuttgart en 1960. Durante los fines de semana trabajaba en sus propios proyectos tipográficos, que después discutía con el diseñador gráfico de la imprenta, quien había estudiado con Emil Ruder y Armin Hofmann en la Escuela de Artes Aplicadas de Basilea.

1963 Weingart se atreve a enseñar sus trabajos a Hofmann y Ruder, quienes se sorprendieron por la cantidad y la madurez de sus ideas, así como por su independencia.

En 1968 comenzó un curso de postgrado y en poco tiempo fue propuesto por Ruder y Hofmann para dar clases. Allí desarrolló un currículum específico para enseñar tipografía, que continuó evolucionando hasta que se jubiló en 2005.

OBRAS:



PAUL RAND

Nació el 15 de agosto de 1914, Brooklyn, Nueva York, Estados Unidos.

Fue uno de los diseñadores más destacados del siglo XX y se ha convertido en todo un referente para multitud de profesionales. Su trabajo como diseñador de logos y el modo en el que entendía las necesidades de los clientes lo sitúan como uno de los “padres fundadores” del diseño gráfico moderno. Desde muy pequeño, tenía claro que lo suyo era el diseño. Antes incluso de saber qué era el diseño.

De niño pintaba señales y carteles para la tienda de alimentación de sus padres y para los eventos escolares. Sin embargo, sus padres no tenían claro que su hijo pudiera vivir del arte, por lo que mientras iba al instituto, tomaba clases nocturnas sobre diseño en el Pratt Institute. Paul Rand comenzó su formación fijándose en los trabajos de Cassandre y las revistas europeas del momento. Más tarde, Rand completó su formación en la Parsons The New School for Design y la Art Students League of New York. La carrera de Rand comenzó a finales de los años 20, con encargos modestos que acometía con ganas. Pronto se hizo con un extenso portfolio que llamó la atención de los expertos, especialmente su trabajo como diseñador de portadas y editorial.

Empezó su carrera en 1930 diseñando portadas de revistas y, a partir de 1940, trabajó como director de arte en la Madison Avenue y revolucionó la publicidad desde dentro.

Sin embargo, el talento de Paul Rand explotó con el diseño de logotipos e imágenes corporativas. De hecho, muchas de sus creaciones aún siguen en uso y con una vigencia envidiable. Entre sus trabajos más destacados están los realizados para IBM, ABC, UPS, American Express, Enron y NeXT Computer; entre otros. Pero Rand no sólo fue importante por su talento como diseñador, sino también por la capacidad que demostró para vender su trabajo a las empresas.

Todo el que diseñara en los años 50 y 60 le debe mucho a Rand, que hizo posible a los demás el trabajo. Él, más que nadie, hizo de ésta una profesión respetable. Aunque sus logos pueden ser interpretados como demasiado simples, para Rand “las ideas no necesitan ser esotéricas para ser originales o excitantes”. Sus diseños son el máximo exponente del minimalismo bien entendido, hecho para perdurar en el tiempo ajeno a modas pasajeras.

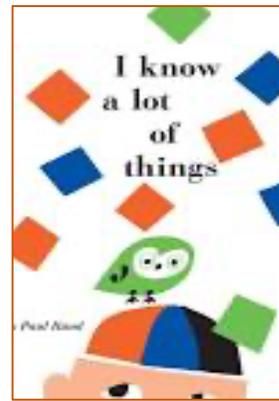
Además de su trabajo como diseñador corporativo, Paul Rand fue profesor emérito de diseño gráfico en la Universidad de Yale.

La figura clave en la modernización del diseño gráfico norteamericano fallecería en 1996. Su ilustre carrera se vería reconocida con múltiples galardones en vida, como las medallas del American Institute of Graphic Arts.

OBRAS:



Thoughts on design
1970



Se muchas cosas 1956



SAUL BASS

Nació el 8 de mayo de 1920, Nueva York, Nueva York, Estados Unidos
Estudió en el "Artes League" en Nueva York, y después en el Colegio de Brooklyn con György Kepes, un diseñador gráfico húngaro que había trabajado con László Moholy-Nagy en Berlín antes de emigrar a los Estados Unidos.

Después de trabajar en varias agencias de diseño de Nueva York, Bass trabajó de forma independiente como diseñador gráfico.

Otto Preminger lo invitó a diseñar el póster para su película *Carmen Jones* (1954). A éste le impresionó tanto el trabajo de Bass, que le pidió que diseñara también la secuencia de los títulos de la película.

Colaboró con Alfred Hitchcock en *Psicosis* haciéndosele responsable del story board de la escena de la ducha, aunque Hitchcock nunca lo reconoció.

A lo largo de su vida colaboró con Martin Scorsese en *Goodfellas*, *Cape Fear* (*El cabo del miedo*), *The Age of Innocence* (*La edad de la inocencia*) y *Casino* en los años 90. Saul Bass falleció en 1996.

Las técnicas de Bass son variadas ya a priori: animación de recortes, montaje, acción real y diseño de nombres. En segundo lugar, Bass hace un ejemplar uso del color y del movimiento en secuencias que comienzan a menudo con un marco de color sólido.

Saul bass también se le conoce como el diseñador de oro, ya que al crear sus diseños siempre buscaba la forma de resaltar a través de los colores.

Saul bass irrumpe en el campo de la comunicación audiovisual, introduciendo movimientos a sus imágenes fijas, simplificando formas, y utilizando estructuras geométricas sencillas pero muy expresiva.

El estudio de Bass creó muchos de los logotipos marca USA:

- AT&T Corporation (1969-1983)
- Continental Airlines (1968)
- Geffen Records (1980)
- J. Paul Getty Trust (1993)

FILMOGRAFIA:

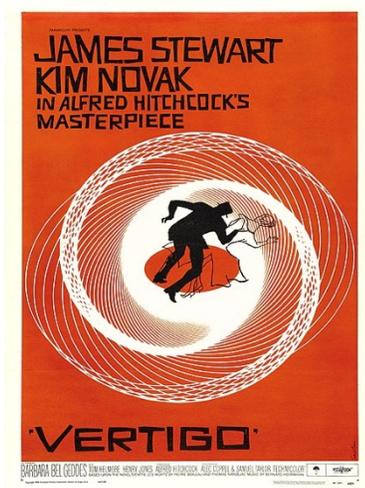
1957 : *Orgullo y pasión* (Stanley Kramer)

1958: *Buenos dias, tristeza*

1960: *Éxodo*

1989: *La guerra de los rose*

1995: *Casino*



Cartel de la película *Vertigo*

ALEX STEINWEISS

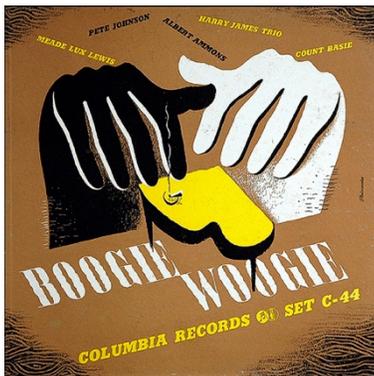
Nacido en Nueva York en 1917, Alex Steinweiss fue el primero en darse cuenta de la importancia de vestir los discos. Hijo de inmigrantes polacos, desde pequeño ya presentaba un gran interés por el dibujo. Con tan solo 23 años entró a trabajar en Columbia Records. Pronto planteó a la compañía un cambio en la presentación de los vinilos, que se basaba en cubrir el disco con una bolsa de papel recortada en el centro para dejar ver la galleta del mismo. Steinweiss presentó una nueva forma de envolver el vinilo mediante una plancha de cartón que siguiendo unos pliegues tomaba forma cuadrada. La sección en un costado permitía además insertar una funda de plástico a modo de doble protección.

Columbia quedó tan contenta con el diseño que le encargó la ilustración del primer disco que sería puesto a la venta con el nuevo packaging: *Smash songs hits by Rodgers & Hart (1938)*. El disco fue todo un éxito de ventas.

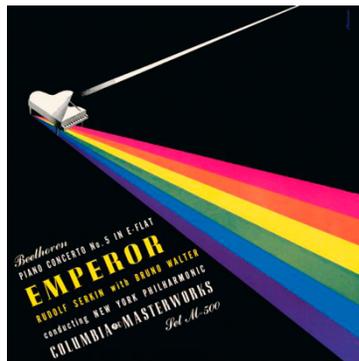
El diseño de Steinweiss permitía que el público identificara la música que contenía el vinilo. Si colocaba en la carátula a un piano, el comprador interpretaba que se trataba del disco de un pianista, si colocaba unos hawaianos sonrientes, se entendía que era música ligera para bailar. Durante la Segunda Guerra Mundial, Alex abandonó Columbia y se dedicó a realizar carteles propagandísticos para el ejército de Estados Unidos.

Su estilo heredero del cubismo y el *Art Déco* fue una gran influencia en todo el diseño de vinilos posterior. Incluso el *Pop Art* le debe bastante.

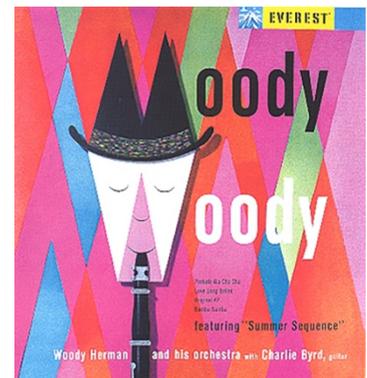
Tras cuarenta años en el negocio del diseño de carátulas, Steinweiss se retiró cuando se vio incapaz de profundizar en nuevas tendencias como la fotografía o el minimalismo. El 17 de julio de 2011 fallecía en Florida a los 94 años de edad, dejando un legado importantísimo para la industria de la música y el diseño.



Various Artists.
Boogie Woogie.
Columbia
Records, 1941



Beethoven. Emperor.
Columbia and
Masterworks, 1942



Woody
Herman. Moody
Moody. Everest,
1959

BRADBURY THOMPS

Nacio el 25 de marzo de 1911, Topeka, Kansas, Estados Unidos

Es uno de los diseñadores gráfico más influyentes de la postguerra debido a que logro revolucionar los medios de impresión, ayudando en gran medida a las futuras generaciones del diseño. originó un gran crecimiento en la industria editorial y publicitaria en la posguerra ya que los productos comenzaron a adquirir una imagen en el mercado la cual fue divulgada mediante la televisión y medios impresos que hizo posible la creación de revistas.

Los trabajos de Thompson se caracterizaron por el uso de figuras grandes, orgánicas y geométricas, letras ampliadas usadas como elementos de diseños para modelos visuales, una organización compleja y un flujo visual.

Thompson trabajo un par de años con Paul Bayer para crear una nueva versión de su alfabeto 26, un concepto tipográfico que desarrollo en 1940 para simplificar e improvisar el sistema corriente de alfabeto. También trabajo en Westvaco Inspirations, la cual empleaba planchas para impresión tipográfica de arte e ilustración que pedía prestadas a las agencias de publicidad y a los museos.

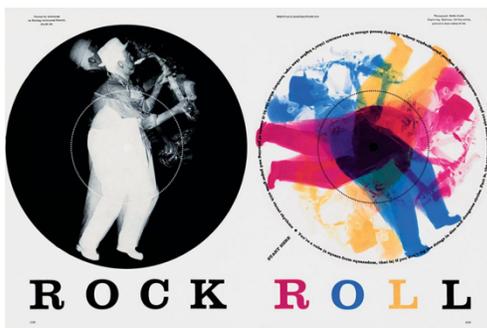
Fue director de arte de la revista "Mademoiselle", director de diseño en "Art News" y "Art News Annual", diseño el catalogo de "For Motor Company", donde comenzó la reforma tipográfica, y creo el "Monoalphabet" con el que acabo la tradición de separar las formas de las mayúsculas y las minúsculas. Falleció en 1995 a los 84 años.



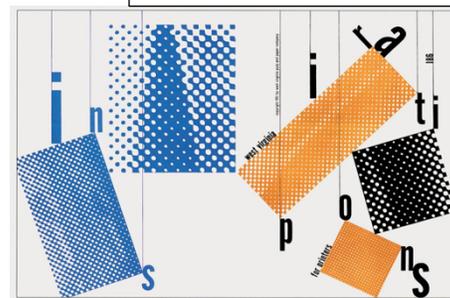
Páginas diseñadas por Thompson para Westvaco Inspirations for printers



Caligrama de Thompson, Westvaco Inspiration for Printers Nº 210, 1958



Westvaco Inspiration for Printers Nº 210, 1958



Westvaco Inspirations for printers

GENE FEDERICO Diseñador Gráfico

Federico nació en Nueva York el 6 de febrero de 1918 y empezó su carrera haciendo anuncios para *Bamberger's Department Store* en Jersey City. Después cambió de campo y se volvió un diseñador para la revista *Fortune* y *Architectural Forum*.

Federico fue un diseñador gráfico americano en el campo de la publicidad. Su trabajo ilustra el poder de las soluciones gráficas concisas y claras. Lideró el uso de juegos de palabras en la publicidad educando el uso integrado de texto en fotos en sus diseños creativos. Federico fue influenciado por los líderes europeos como Cassandre y Lucian Bernhard, y se convirtió en uno de los diseñadores publicitarios contemporáneos que desarrolló un acercamiento diferente al diseño gráfico.

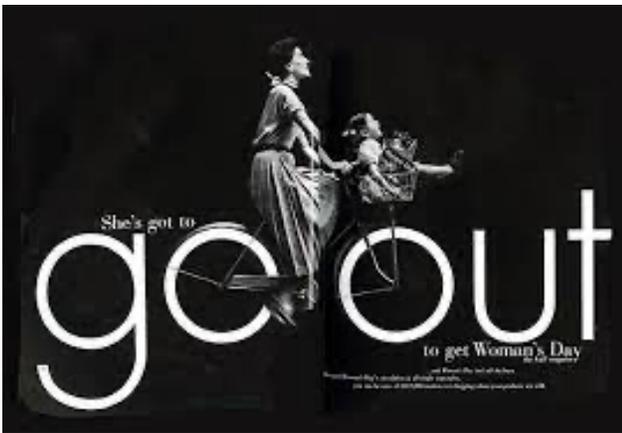
Federico usaba los títulos como un medio para llevar mensajes visuales. Uno de sus diseños más memorables fue el de 1953 para la revista *Woman's Day*, donde usaba una bicicleta cuyas ruedas eran las 2 o. Triunfó en atraer atención y nuevo negocio, pero también probaron que una simple idea visual puede funcionar más que la exageración verbal.

Fue un fundador en 1967 de *Lord, Geller, Federico, Einstein Inc.*, una agencia de publicidad de Nueva York, y después sirvió como director creativo y vicepresidente. Era conocido por su innovadora integración de tipo e imagen.

En 1991 dejó la agencia para convertirse en un consultor de publicidad y diseño gráfico.

Murió a los 81 años en Pound Ridge después de luchar contra el cáncer de próstata.

OBRAS:



DON EGENSTINER

Director Artístico

Creo organizaciones visuales de todo tipo, con intervención de tipografía interviniendo dentro del texto.

El anuncio de tonnage de don egenstiner es un ejemplo de la organización visual de los tipos que adoptan un significado connotativo. La tipografía algunas veces aparecía garrapateada, desgarrada y doblada para expresar un concepto o introducir lo inesperado.

Don egensteiner el expresionismo tipografico hacia los 60's, tipografía figurativa . letras como objetos, objetos como letras . Propiedades visuales de las palabras tecnica de la fototipografía exposición de negativos sobre papel fotografico reduce costos al introducir nuevas fuentes.



1960

AGENCIA DE PUBLICIDAD DOYLE DAN BERNBARCH

william bernbach nació en nueva york el 13 de agosto de 1911 y fue un revolucionario creativo en la era antigua de la publicidad.

estudió literatura inglesa en la universidad de nueva york y al salir consiguió trabajo en la oficina postal de schenley distillers, una empresa de licores.

fundador de una de las empresas de publicidad más grandes del mundo conocida como ddb (doyle dane bernbach), que es reconocida más que nada por crear la mejor campaña publicitaria que volkswagen haya tenido, llamada "think small" .

un día bernbach encontró su concepto en un anuncio publicitario del new york times e inmediatamente reclamó su propiedad y no solo le subieron el sueldo, sino que también lo ascendieron al departamento de publicidad.

ahí conoció a grover whalen, presidente de la marca schenley y director de relaciones públicas para la ciudad de nueva york. grover se volvió mentor de bernbach y durante 2 años fue su mano derecha, escribiendo todos los discursos de whalen.

cuando comienza la segunda guerra mundial decide unirse al ejército, pero al cabo de dos años regresa de la guerra y encuentra trabajo en grey advertising, una reconocida agencia publicitaria.

ahí ascendió rápidamente a copy, luego director de copy, hasta llegar a vicepresidente-director creativo.

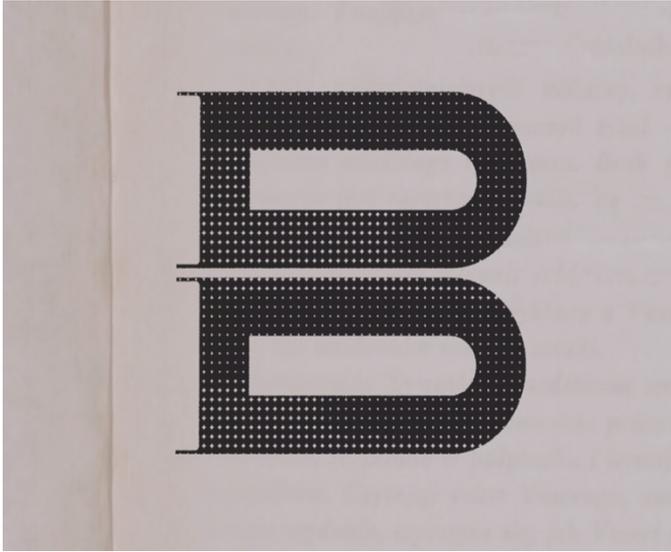
en la época dorada de la publicidad todo sucedía en madison avenue, en nueva york. hogar de las mejores agencias de publicidad de todos los tiempos.

en ese entonces david ogilvy estaba liderando el mercado de la publicidad, pero con la llegada de bernbach comenzó la revolución creativa.

bill bernbach decía que **la publicidad es un arte**, no una ciencia. la publicidad necesitaba estar constantemente evolucionando, porque cada vez había más y más productos en el mercado y cada vez era más importante ser únicos. el mostrar solamente las características del producto ya no funcionaría.

el impacto de bernbach en la publicidad

- cambió la forma en la que las agencias trabajaban: antes de la llegada de bernbach, los copywriters y los diseñadores, no se veían unos a los otros, eran trabajos por separado.
- promovió la diversidad antes de que fuera un "tema popular"
- popularizó el "humor" y la "verdad" dentro de los anuncios



Primer logo de DDB

DDB°



