



NOMBRE DEL ALUMNO (A): JOSUE RUBEN PEREZ ROBLERO

NOMBRE DEL PROFESOR (A): MARIA EUGENIA PEDRUEZA.

MATERIA: HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO

GRADO: SEGUNDO CUATRIMESTRE

NOMBRE DEL TRABAJO: BIOGRAFIA, VIDA, Y OBRA.

GRUPO: DISEÑO GRAFICO

VICTOR MOSCOSO

Víctor Moscoso, (28 de julio de 1936), es un artista nacido en España y formado en Estados Unidos, conocido por el diseño de carteles de rock psicodélico, publicidad y por la producción de cómics underground en San Francisco (California) durante las décadas de los años 60 y 70. Fue el primero de los cartelistas de la época que utilizó collages fotográficos en sus obras.



Este nació en una pequeña localidad cerca de coruña, también llamada **Coruña** tanto en gallego como en castellanos una ciudad y un municipio de España situado en la comunidad autónoma de Galicia, capital de la provincia homónima.

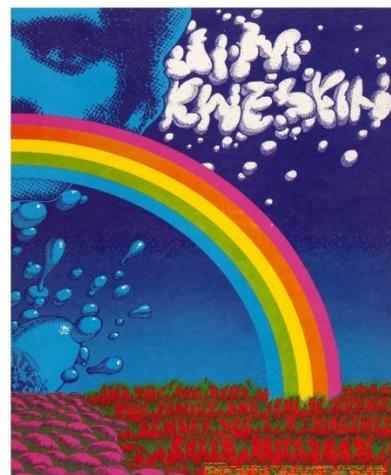
ubicación de la coruña en España



En 1940, con tres años de edad, viajó con su familia a Nueva York, donde creció y se formó en Bellas artes en la Cooper Unión, una universidad privada ubicada en Cooper Square en el distrito de East Village (Manhattan), en la ciudad de Nueva York (Estados Unidos) y en la universidad de Yale, es una universidad privada ubicada en New Haven, Connecticut (Estados Unidos). Fundada en 1701 y miembro de la selecta Ivy League, Yale es la tercera institución de educación superior más antigua de Estados Unidos y uno de los nueve *Colleges* coloniales reconocidos con una Carta Real del monarca británico antes de la Revolución de las Trece Colonias. donde fue alumno del profesor de la Bauhaus, Josef Albers.

Su éxito profesional le llega a través de la creación de pósteres para conciertos de rock psicodélico promovidos en las salas y clubes de baile de San Francisco.

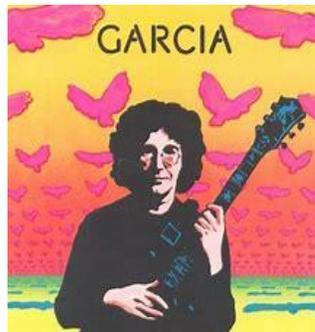
Los carteles para la promotora de conciertos Family Dog en la sala Avallon, y los que diseño en llamativos tonos neón rosa para la sala Matrix llamaron la atención internacional durante el Verano del Amor de 1967.



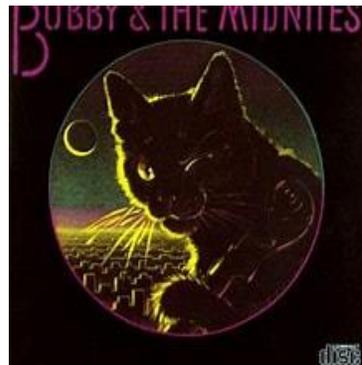
diseñados por el legendario artista de carteles de conciertos de rock Victor Moscoso. Todos son de conciertos que tuvieron lugar en 1967 en el Avalon Ballroom en San Francisco, CA. Las dos primeras son la primera impresión (roja) y la segunda (rosa) de FD-86 que miden 14x19-15/16" y 14x20". Para los conciertos del 6 al 8 de octubre que presentaron a Blue Cheer, Lee Michaels y Clifton Chenier. El arte presenta flores en jarrón, letras psicodélicas escondidas entre las flores

Además del diseño de carteles, Moscoso también ha elaborado carpetas para álbumes de músicos como:

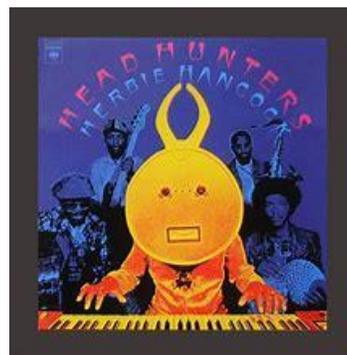
Jerry Garcia,



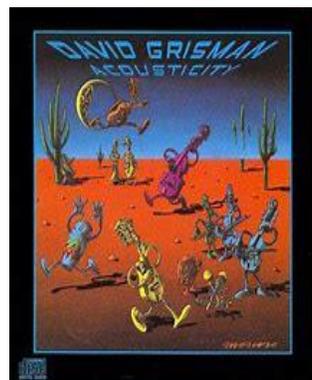
Bob Weir,



Herbie Hancock



David Grisman.



En 1968 comenzó a realizar cómics underground, y se convirtió en un destacado artista de los cómics.

participando en publicaciones como Yellow Dog, Jiz Comics, Snatch Comics, El Perfecto Comics y Zap Comix, esta última revista, especialmente notable, y en la que colaboró en todos sus números desde 1968 hasta el número final publicado en 2014.

En la actualidad, Víctor Moscoso sigue viviendo en Estados Unidos, donde pinta, hace collage y crea arte sin ataduras.

HEINZ EDELMAN

Heinz Edelmann (20 de junio de 1934-21 de julio de 2009) fue un ilustrador y diseñador alemán.

Nacido en Checoslovaquia Ústí nad Labem, es una ciudad de la República Checa situada al noroeste del país, capital de la región homónima. Se encuentra a 30 kilómetros de la frontera alemana y a 88 kilómetros de Praga. Es la séptima ciudad más poblada del país con una población cercana a los 100.000 habitantes.



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, de la que el artista se encargó de la caracterización en clave psicodélica.



También fue el creador de la mascota Curro, utilizada para la Exposición Mundial de Sevilla en 1992.

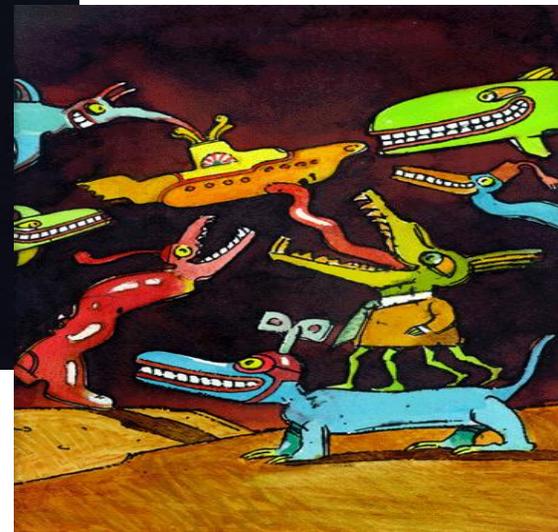
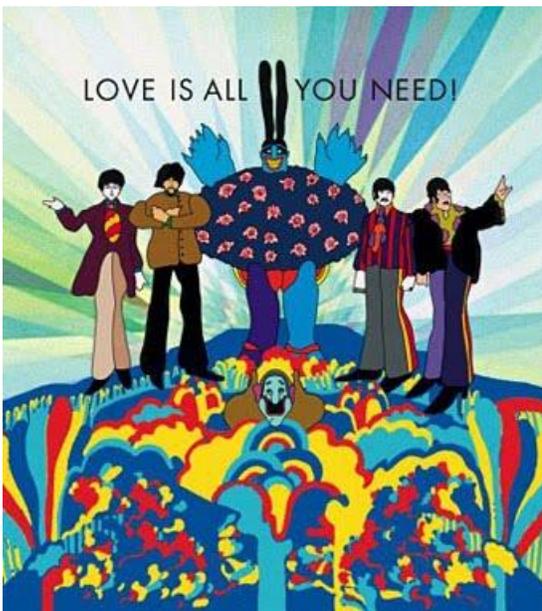


Edelmann estudió Diseño gráfico con Joseph Beuys en la Academia de Bellas Artes de Düsseldorf, a la vanguardia en los años cincuenta.

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

Milton Glaser (Bronx, Nueva York, 26 de junio de 1929 - Manhattan, Nueva York, 26 de junio de 2020) fue un ilustrador y diseñador estadounidense 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.

Creó más de 300 carteles entre los que se cuenta el famoso de Bob Dylan, un símbolo de los años sesenta. Glaser se dedicó al diseño editorial y a la identidad corporativa.



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.



El estilo de Glaser se caracterizó por el eclecticismo y estuvo influido por numerosas fuentes si bien siempre dio a la ilustración una importancia grande. Diseñó algunos tipos de letra, la mayoría de carácter decorativo y escasamente legibles.

Obras

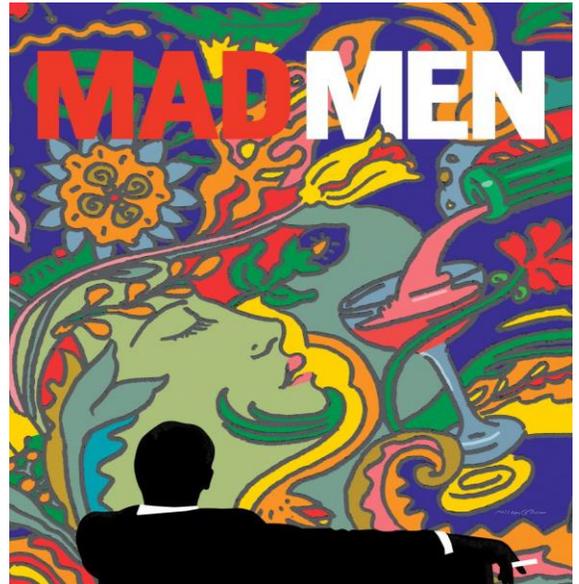


♥ NY fue diseñado para aumentar el turismo y despertar el ánimo de los neoyorquinos después de la crisis fiscal de la ciudad

Glaser eligió utilizar una letra similar a la conocida fuente American Typewriter por su «informalidad y referencia literaria», así como por el hecho de que proporcionaba un contraste visual al voluptuoso corazón.

la última temporada de la serie de televisión dramática estadounidense Mad Men fue anunciada con una serie de carteles y animaciones de estilo Art Nouveau.

El diseño presenta la silueta icónica del protagonista Don Draper, como se ve en los créditos de apertura del programa.



Falleció el 26 de junio de 2020 a los noventa y un años debido a un derrame cerebral.

SEYMOUR CHWST

Chwast nació en el Bronx, Nueva York^[1] y en 1949 se graduó de Abraham Lincoln High School en Brooklyn, donde fue introducido al diseño gráfico por Leon Friend.

es un borough ubicado en el condado de **Bronx** en el estado estadounidense de Nueva York. Se encuentra al sur del condado de Westchester; al norte y al este del distrito de Manhattan, en Nueva York, a través del río Harlem; y al norte del distrito de Queens en la ciudad de Nueva York, al otro lado del East River.

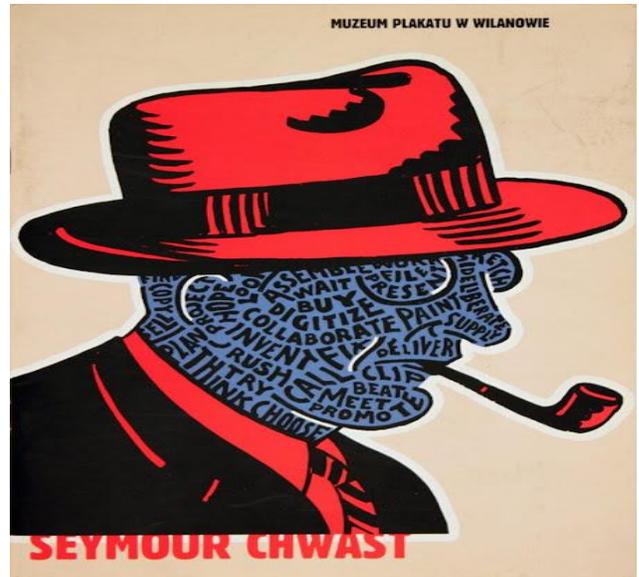
Se graduó con una Licenciatura en Bellas Artes de Cooper Union en 1951. Con Milton Glaser, Edward Sorel y Reynold Ruffins, fundó Push Pin Studios en 1954. La publicación bimensual *The Push Pin Graphic* fue producto de su colaboración. Chwast es famoso por sus obras de arte comerciales, que incluyen carteles, envases de alimentos, portadas de revistas y arte publicitario. A menudo referido como "el diseñador zurdo", el diseño gráfico único de Chwast fusionó comentarios sociales y un estilo distintivo de ilustración. Hoy en día, continúa trabajando y es director de Pushpin Group, Inc.^[5] en la ciudad de Nueva York.

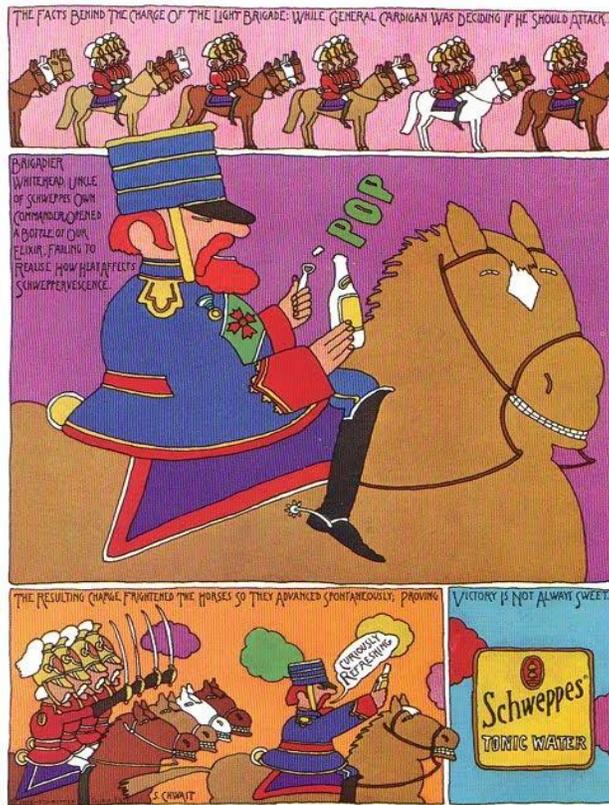
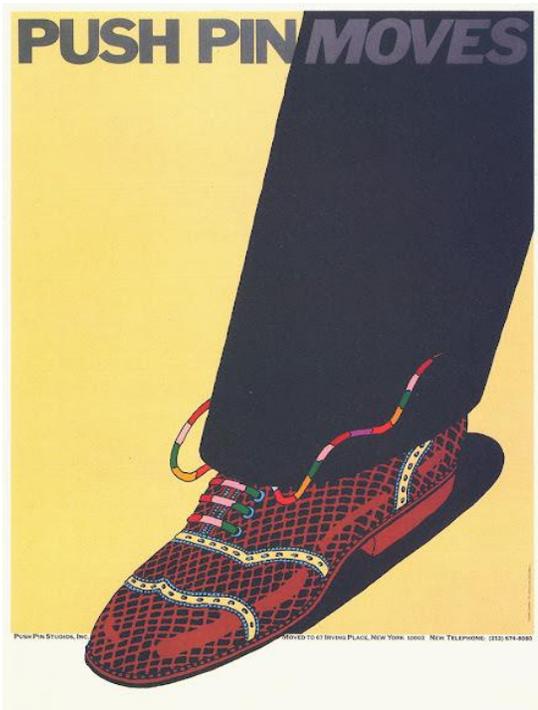
En 2006, fue contratado por Roblox para diseñar las caras de sus personajes.

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.

Entre sus diseños, destaca la creación de decorados para las producciones de *Candide*, en Lincoln Center, y de *La Flauta Mágica*, realizada por la compañía de la Ópera de Philadelphia.

Alguna de sus obras





Hoy en día, continúa trabajando y es director de The Pushpin Group en la ciudad de Nueva York.

GARY GRIMSSHAW

Gary Grimshaw (25 de febrero de 1946 - 13 de enero de 2014) fue un artista gráfico estadounidense activo en Detroit y San Francisco que se especializó en el diseño de carteles de conciertos de rock.

Desde joven, el estadounidense mostró su interés en las artes, disfrutaba dibujar y con su grupo de amigos disfrutaban la música jazz.

Más tarde se alistó en la Armada de los Estados Unidos. Sirvió en el USS Coral Sea, un portaaviones estacionado en el Mar de China Meridional durante la Guerra de Vietnam.

Experimentó su primer concierto psicodélico cuando su barco estaba siendo reparado en el Área de la Ahí de San Francisco.

En 1966 fue dado de baja de la Marina y regresó a Detroit, ahí comenzó a trabajar con el promotor Russ Gibb como realizador de espectáculos de luces.

Grimshaw **diseñó el primer cartel para el Grande Ballroom**, para un espectáculo de la banda de protopunk MC5.

Uno de los carteles más memorables e icónicos del estadounidense fue el que promovió el John Sinclair Freedom Rally, celebrado en Ann Arbor en diciembre de 1971, con actuaciones de John Lennon, Yoko Ono, Stevie Wonder, Bob Seger, Archie Shepp y Phil Ochs. Sinclair fue liberado pocos días después de la manifestación.

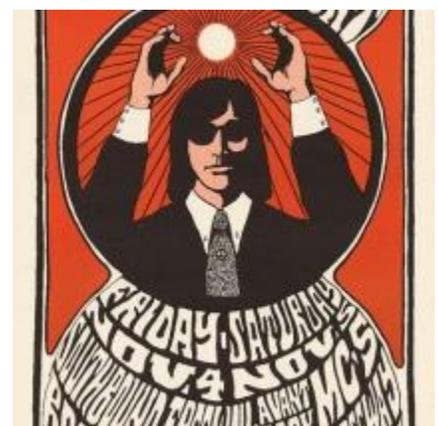
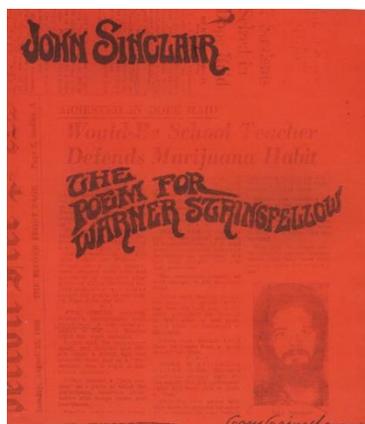
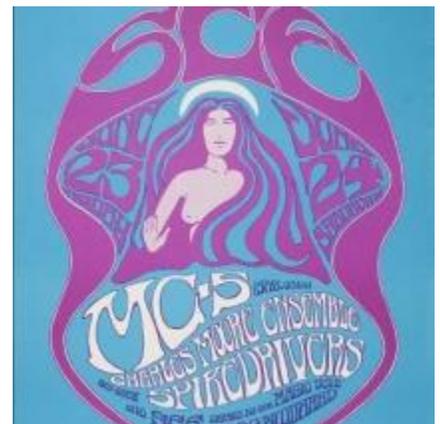
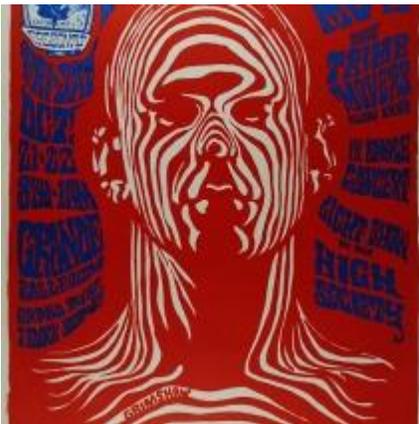


Los carteles para el Grande Ballroom se hacían en un día», se explica Grimshaw. En cuanto me llegaba la información lo dibujaba rápidamente, luego lo llevaba a la imprenta, donde me estaban esperando, y al finalizar el día estaban preparados para su distribución. Se empapelaba la ciudad de noche.

principios de la década de 1970, Grimshaw produjo una serie de carteles de tamaño completo para eventos musicales que fueron patrocinados por el Centro de Actividades de la Universidad de Michigan, una organización dirigida por estudiantes. Estos eventos UAC/Daystar, como han llegado a ser llamados, le dieron a Grimshaw la oportunidad de producir algunos de sus mejores trabajos, una serie de carteles de gran calidad y belleza. El trabajo de Grimshaw de esta época está empezando a ser plenamente apreciado. No

hay duda de que estas son algunas de las mejores obras de arte de Grimshaw y algunos de los mejores carteles de la época. Cuando le señalé a Grimshaw que esta serie de carteles parecía mucho más relajada que gran parte del material anterior, su comentario fue que, a diferencia de los días de Grande, con UAC, ¡tenía más de 24 horas para completar el diseño! Grimshaw también hizo carteles para otras universidades y lugares en el área y en el vecino Ohio.

Obras importantes



En 2008, Grimshaw fue diagnosticado con un tumor cerebral y se sometió a una cirugía. Más tarde se demostró que el tumor era benigno. Tuvo un derrame cerebral en ese momento, y varios otros accidentes cerebrovasculares más pequeños más tarde. Un coágulo de sangre abdominal llevó a una cirugía para extirpar la mayor parte de sus intestinos.

Grimshaw murió en Detroit el 13 de enero de 2014, a la edad de 67 años.

FUKUDA

Shigeo Fukuda (nació el 4 de febrero de 1932, Tokio – 11 de enero de 2009) fue un escultor, diseñador gráfico y sobre todo un maestro de la cartelería, creador de ilusiones ópticas.

Tras finalizar la segunda guerra mundial, comenzó a interesarse por el diseño gráfico y más específicamente por la corriente minimalista suiza, graduándose en la Universidad Nacional de Bellas Artes y Música de Tokio, en el año 1956. Sus principales campos de actividad son el diseño gráfico y el diseño tridimensional. Fue profesor de esa propia universidad de 1973 a 2002, y en el Departamento de Diseño Gráfico de la Universidad de Yale en 1982 y 1984.



Brilla por primera vez en 1967 cuando fue seleccionado su cartel para que fuera el Cartel Oficial de la Exposición de Japón 70, y a lo largo de su carrera ha recibido varios importantes premios internacionales, incluyendo el premio de oro en la Bienal Internacional del Cartel de Varsovia de 1972; el primer lugar en la Bienal del Cartel de 1985 en Moscú, Rusia; el Gran Premio de la Bienal del Cartel de 1995 en Helsinki, Finlandia; el primer premio en Eslovaquia (1993); y el Premio Savignac en el Salón Internacional del Cartel en la UNESCO, París (1995). Fue admitido al Hall de la Fama ADC en New York (1987) y Tokio (2006). Recibió el premio al Artista Recomendado del Ministerio de Educación en 1976, el premio por servicio meritorio del Ministerio de Comercio e Industria en 1997 y la Medalla Cinta Púrpura en 1997. Es presidente de JAGDA, miembro del comité ADC Tokio, y representante japonés en AGI (Alianza Gráfica Internacional).

Maestro de ilusiones ópticas, creaba figuras ambiguas y efectos de sombras y luces. Un lenguaje único para comunicar imágenes con distintas posibilidades de interpretación. Se destacan sus insólitas esculturas creadas con materiales heterogéneos insospechados, en las que las sombras proyectadas desde diversos ángulos representan figuras inimaginables viendo la obra desde cualquier otra perspectiva. Así su “Almuerzo con casco” una genialidad creada completamente con tenedores, cuchillos y cucharas, que proyecta la sombra de una motocicleta. Los afiches destilan conceptos llenos de complejidad bajo una forma simple; sus imágenes conllevan engaños, como sus miles de objetos bi y tridimensionales que produjo que son casi como un juego porque pertenecen al mundo del surrealismo y del humor, al igual que sus inventos gráficos como tijeras con 3 cuchillas, tornillos bifurcados con 2 roscas y tazas con el asa hacia su interior.

El arte de Shigeo Fukuda se acerca más al compromiso ético y social que al aspecto publicitario. También se caracteriza por el humor y el espíritu lúdico. Él mismo sintetizó su estilo en una afirmación para *Idea Magazine*.

Las características de Shigeo Fukuda en sus obras son los mensajes complejos, las ilusiones ópticas, los juegos mentales y el humor. También sigue las tradiciones japonesas con el origami, su predilección por los colores llamativos y fuertes, y por los contrastes (rojo, blanco y negro).

Obras:

Fue la obra que realizó para Amnistía Internacional en 1975, con su mensaje pacifista representado en una bala regresando a un cañón. Shigeo Fukuda reinventa el surrealismo con un toque de alegría gracias a su dibujo simple y a su humor.



Este trabajo, al igual que muchas de sus creaciones, expresan un concepto de manera no verbal o por medio de fenómenos visuales. Sus ideas complejas se transforman en figuras asombrosamente simples y elocuentes.



El afiche del Día de la Tierra (1982) es con el que Shigeo Fukuda rompe con las barreras culturales y lingüísticas mostrando su estilo mundialmente conocido. El hacha que se encuentra en posición de descanso tiene un brote en la parte de arriba, recordando como la naturaleza prevalece y se abre paso. El texto "Happy Earthday" escrito en color verde refuerza la idea. Es uno de los carteles de Shigeo Fukuda más conocidos.

Es la obra de Leonardo Da Vinci compuesta por 3.485 banderas. Esta técnica de construir una imagen con pequeñas figuras que se repiten es una muestra de paciencia, cuidado en el detalle, destreza técnica y concentración.



Se desempeñó como presidente de la Japan Graphic Designers Association en sus últimos años de existencia. También fue vicepresidente de ICOGRADA y miembro de otras renombradas instituciones. Shigeo Fukuda muere en el 2009 en Japón debido a una hemorragia cerebral.

KAMEKURA

Yūsaku Kamekura (**Kamekura Yūsaku**; nació el 6 de abril de 1915 – 11 de mayo de 1997) fue un diseñador gráfico japonés, la figura principal en el diseño gráfico japonés posterior a la Segunda Guerra Mundial. Su estatura en el campo lo llevó al apodo de "jefe"

Yusaku Kamekura es ampliamente considerado como el diseñador gráfico japonés más grande e influyente de la historia. A menudo se le atribuye la introducción de la estética del diseño japonés al resto del mundo y la promoción del diseño gráfico como un elemento integral de la sociedad moderna, la cultura y el arte en Japón. Creó cientos de identidades corporativas memorables, carteles y portadas de libros.

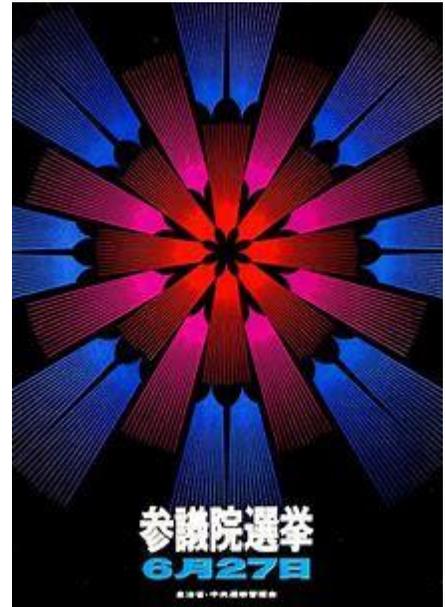
El estilo de diseño único de Kamekura incorporó un enfoque elegante y contemporáneo pero duradero, que utilizó formas, planos y líneas abstractas, así como fotografía, mientras reaccionaba emocionalmente a los sujetos a través del uso imaginativo y minimalista de los colores. Prefería tonos brillantes y mixtos y empleaba colores primarios muy raramente. Su uso magistral del negro en el fondo, para la imagen o el título, aportó una profundidad poco notable y una belleza rara a su trabajo.

Kamekura creó identidades visuales y soluciones de marca para los Juegos Olímpicos de Tokio 1964, la Sociedad Japonesa para la Promoción de la Ciencia, Taiyo Kikai-Kogyo Machine Factory, Yuken-Boeki Insurance Company, Corona Automobile Model, Japan Industrial Designers Association, Taiyo Machine Industry Co., Daishowa Seishi Paper Mill, entre otros. Murió el 11 de mayo de 1997 a la edad de 82 años. Cuenta con numerosos premios y reconocimientos, tanto nacionales como internacionales, en su haber y su obra ha sido expuesta ampliamente en diversas galerías de arte y museos de todo el mundo.

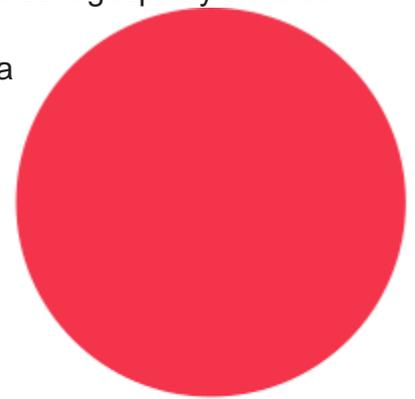
De 1935 a 1937, Kamekura estudió en el Instituto de Nueva Arquitectura y Artes Industriales de Tokio. El Instituto fue fundado por Renshichiro Kawakita para llevar los preceptos del movimiento de diseño Bauhaus a Japón. En 1938, comenzó a trabajar para Yōnosuke Natori diseñando *Nippon*, una revista cultural multilingüe. La formación de Natori en Alemania influyó en Kamakura, quien quedó fascinado con los modernos y, finalmente, con la Bauhaus. Era fan de Cassandre, Saint-Exupéry y Jean Cocteau. Desde el principio, se reconoció que Kamekura, Akira Kurosawa y Kenzō Tange formaban un trío de grandes artistas visuales japoneses del siglo 20.

En 1951, Kamekura ayudó a fundar el primer grupo de diseñadores gráficos, el Japan Advertising Artists Club. Fue anfitrión de la Conferencia Mundial de Diseño en 1960, pero todavía estaba un poco avergonzado del nivel del diseño japonés. Convencido de que necesitaba un impulso y financiación, Kamekura reunió a los presidentes de poderosas corporaciones para patrocinar una agencia de casas cooperativas: Nippon Design Center (NDC). Las compañías incluidas fueron Asahi Beer, Toyota, Nomura Securities, Japan Railways y Toshiba. Después de administrar la casa durante dos años, se fue para seguir una carrera independiente.

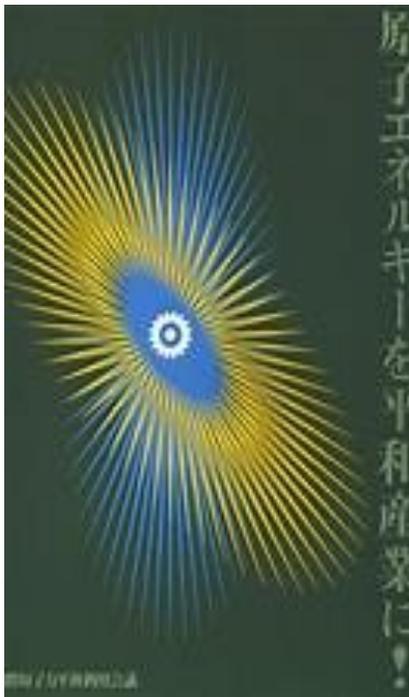
Obras.



El trabajo más conocido de Yūsaku Kamekura es la serie de logotipos y carteles que diseñó para los [Juegos Olímpicos de Verano de 1964](#), supuestamente creada solo unas horas antes de la fecha límite del concurso de diseño. ¹Kamekura evitó las imágenes clásicas tradicionalmente asociadas con los Juegos Olímpicos en favor de una estética austera y modernista, con los [anillos olímpicos](#) en oro simple debajo de un círculo rojo



TOKYO 1964



OSCAR MARINE

oscar Mariné Brandi (Madrid, 1951) es un diseñador, ilustrador, experto tipógrafo y artista español. Es uno de los mayores comunicadores de la era posfranquista de España. Su obra, reconocida internacionalmente, incluye diseños icónicos para directores de cine como Pedro Almodóvar, Álex de la Iglesia y Julio Medem, músicos como Bruce Springsteen, Psychedelic Furs o Brian Eno, prensa (El País, C International Photo Magazine) y gran variedad de marcas (Absolut Vodka, Hugo Boss, Camper, Loewe).

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.

En el área de marca (branding), sus proyectos para Camper, Loewe y Vega Sicilia 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, sus trabajos para Swatch, Fábrica de Benetton y la japonesa Narizuka Corporation. 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.

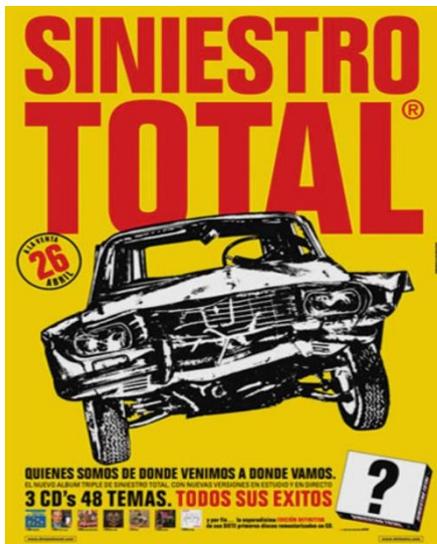
Sus proyectos para el cine incluyen carteles icónicos como el de Todo sobre mi madre, de Pedro Almodóvar, El día de la Bestia, de Álex de la Iglesia, o Tierra, de Julio Medem. Esta conexión con el séptimo arte se continúa en el diseño de la imagen de festivales como el Zinebi, cuyo cartel de 2001 le valió el Merit Award del New York Art Director's Club.

También ha diseñado la imagen oficial de las últimas dos ediciones (y las de todas sus diferentes secciones) del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, que contrasta con el semblante austero y lorquiano de otro trabajo reciente, la escenografía de El uso de la memoria, último espectáculo de la artista flamenca Eva Yerbabuena.

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.

Obras:

Portada del disco '¿Cuándo se come aquí?', de Siniestro Total, obra de Óscar Mariné.

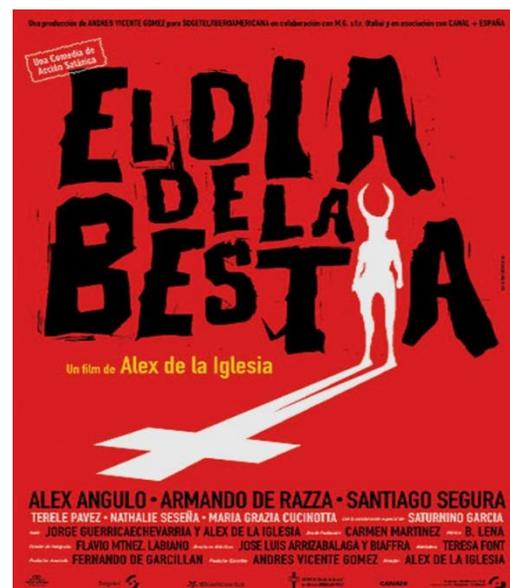


Cartel de Siniestro Total, obra de Óscar Mariné.

Otra portada de Siniestro Total que trajo a colación fue la del coche con el que la banda se estrelló. De hecho, el grupo se llamaba así, recuerda Mariné, porque uno del grupo le pidió el coche a su padre para hacer una actuación, se estamparon contra una pared y el seguro les dio siniestro total. “Era el coche más feo que se ha

fabricado nunca en España, un R-12 horrible, y así estampado quedaba mucho más bonito y lo convertimos en el prototipo del grupo”.

“El día de la bestia’, de Álex de la Iglesia,



WOLFGANG WEINGART

Wolfgang Weingart (nació el 6 de febrero de 1941 - 12 de julio de 2021) fue un diseñador gráfico y tipógrafo internacionalmente conocido. Su trabajo fue categorizado como tipografía suiza y fue acreditado como "el padre" de la tipografía New Wave o Swiss Punk.

que cuando trabajas con él sientes su aliento en el cogote, es otra imagen que hemos dejado para el disfrute de todos los aficionados sinvergüenzas de este país. Es el cartel más fusilado del mundo: he visto cantidad de versiones que me han ido enviando, algunas muy divertidas. Recuerdo una que se hizo con motivo de una fiesta en la Facultad de Arquitectura de Madrid, en la que se veía al demonio cayéndose borracho y con el título de 'El día de la fiesta'".

eingart nació cerca de la frontera suiza de Alemania, en el valle de Salem, es un municipio en el distrito de Bodensee de Baden-Wurtemberg en el sur de Alemania, situado a 9 km al norte del lago de Constanza, con una población de 11.100 habitantes.

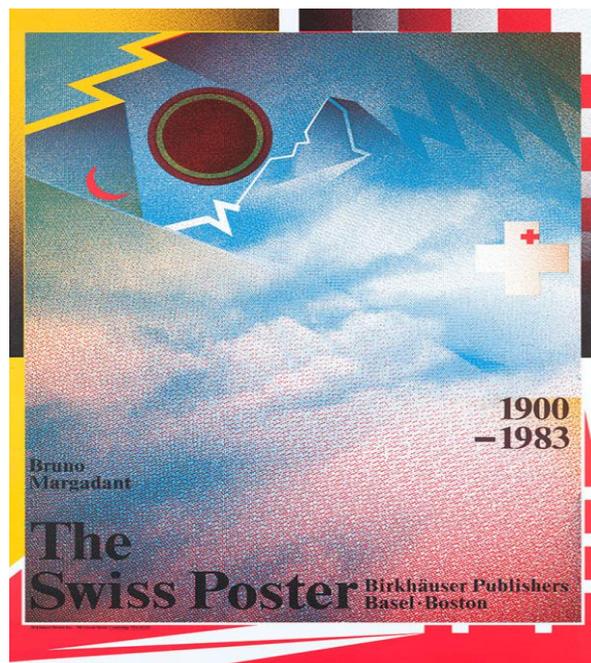
en 1941. Vivió cerca del lago de Constanza durante unos trece años^[3] y pasó su infancia en Alemania, trasladándose a Lisboa en 1954 con su familia.

De nuevo en Alemania, comenzó sus estudios en la **Merz Academy** de Stuttgart, donde se formó en artes gráficas aplicadas. Allí conoció los fundamentos de la composición tipográfica, el grabado en lino y el grabado en madera.

Más tarde entró como aprendiz en Ruwe Printing, donde practicó la composición tipográfica manual de metal caliente. Allí trabó amistad con el diseñador de la empresa, Karl-August Hanke, que le animó a estudiar diseño en Suiza.

Ya durante sus años de estudiante, Weingart se propuso subvertir el orden establecido, rompiendo los esquemas del hasta entonces hegemónico **estilo suizo o estilo tipográfico internacional**.

En un intento por replantearse las normas, Weingart se convirtió en la oveja negra del rebaño del profesor Emil Ruder. Para el profesor **Juan Jesús Arrausi**, "Weingart cuestionaría que la valía de los tipos debía medirse por la legibilidad como criterio único. Fue el instigador del cambio hacia un estilo tipográfico que no pretendía



aparecer como tal, pero que daría origen a la New Wave, influenciando a buena parte de Europa y Estados Unidos”.

A pesar de su rebeldía, su talento y valía estaban más que demostrados, por lo que en 1968 fue invitado a trabajar como profesor de tipografía en la nueva escuela de Artes Aplicadas de Basilea, donde enseñaba Hofmann, con criterios más abiertos y progresistas que Ruder.

Al respecto de sus inicios como profesor, Weingart afirmaba: “Cuando comencé a enseñar en 1968, los diseñadores de toda Suiza y de nuestra escuela todavía practicaban la denominada» tipografía suiza «(que data de la década de 1950). Su dogma de diseño conservador y sus estrictas limitaciones sofocaron mi temperamento juguetón, inquisitivo y experimental y reaccioné fuertemente contra él.

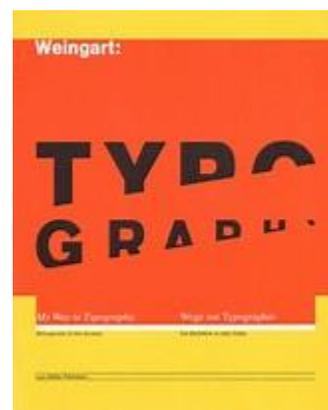
Sin embargo, al mismo tiempo, la tipografía suiza tenía muchas cosas buenas como para renunciar a ella por completo. A través de mis clases, me propuse utilizar las cualidades positivas de la tipografía suiza como base desde la cual perseguir fronteras tipográficas radicalmente nuevas.

Según Weingart, "Tomé 'Tipografía suiza' como mi punto de partida, pero luego lo destrocé, sin forzar ningún estilo a mis estudiantes. Nunca tuve la intención de crear un "estilo". Simplemente sucedió que los estudiantes recogieron, y malinterpretaron, el llamado 'estilo Weingart' y lo difundieron".



En 2014, el Museo del Diseño de Zúrich presentó una retrospectiva de la obra de Weingart. Weingart: Typography fue la primera exposición en Suiza que presentó su trabajo personal, así como los resultados de su enseñanza.

Sus estudios de la letra M consiguieron que la tensa relación que mantuvo con Ruder se suavizara.



PAUL RAND

Paul Rand nació en Nueva York a principios del siglo XX y, 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.

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.

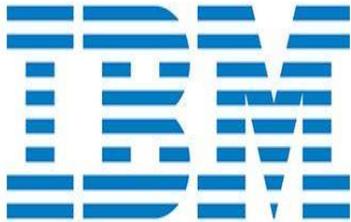
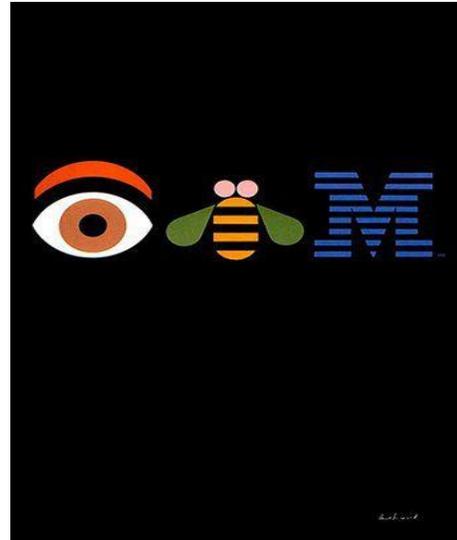
Aunque sus logos pueden ser interpretados como demasiado simples, para Rand "las ideas no necesitan ser esotéricas para ser originales o excitantes". Sus diseños son el máximo exponente del minimalismo bien entendido, hecho para perdurar en el tiempo ajeno a modas pasajeras.

Rand se destacó en el diseño editorial. Fue también recordado, por uno de sus empleados como la persona con "peor genio en el mundo". Rand puede presumir de la fama de ser un viejo gruñón que siempre critica o desprecia nuevas tendencias o conceptos en el diseño, derecho ganado gracias a que nunca cambió su postura o cuestionó la rectitud de su camino en cuanto al modernismo, y aun a pesar de las ideas y vueltas que sufrió el diseño él jamás cambió. Más que ser un gruñón fue un revolucionario del diseño en Estados Unidos, gracias a su trabajo, que comenzado como un oficio, terminó como toda una profesión.



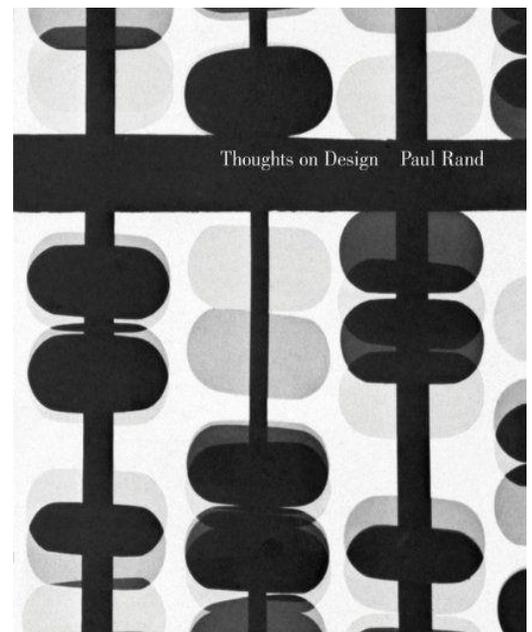
Obras:

el uso de los **juegos visuales**. Uno de los más populares fue el *cartel para IBM* que realizó en 1981. En él empleó un jeroglífico por el que se obligaba al espectador a deletrear el nombre de la empresa (eye – bee -m).

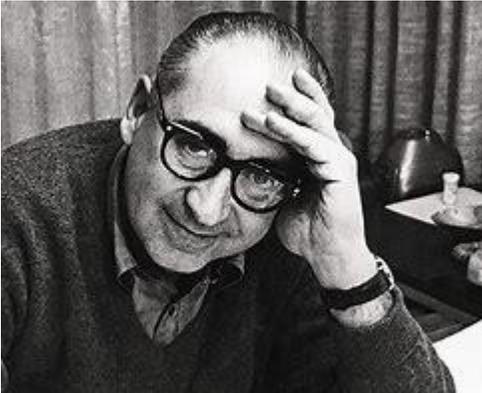


Diseño de identidad corporativa y de logotipos, siendo el logo para IBM su marca identificatoria. También hizo los logos de muchas otras compañías como UPS, Enron, ABC o Apple. Se dice que fue él quien estableció las normas para el diseño de logos y sus ideas todavía se emplean hoy en día.

Paul Rand: *Thoughts on Design* es un clásico de los libros sobre diseño gráfico que se publicó por primera vez en 1970. Es un libro teórico en el que Rand se centra en su visión de que todo diseño debe integrar perfectamente la forma y la función.



SAUL BASS



Saul Bass, (nacido el 8 de mayo de 1920, Bronx, Nueva York, EE.UU. - fallecido el 25 de abril de 1996, Los Ángeles, California), diseñador gráfico y cineasta estadounidense que introdujo una nueva forma de arte con sus imaginativas secuencias de títulos de películas que transmitían la esencia de una película y preparaban al público para lo que estaban a punto de ver.

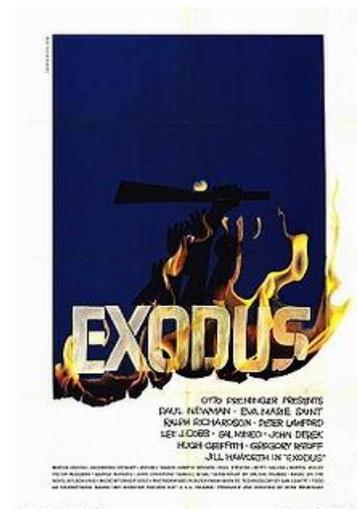
Después de trabajar en varias agencias de diseño de Nueva York, Bass trabajó de forma independiente como diseñador gráfico (“artista comercial”). Se mudó a Los Ángeles en 1946, donde abrió su propio estudio en 1950, dedicado inicialmente a la publicidad, hasta que Otto Preminger lo invitó a diseñar el 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.

Pronto se especializó en el diseño de títulos de películas, como The Big Knife de Robert Aldrich y The Seven Year Itch (La tentación vive arriba) de Billy Wilder. Pero fue en el siguiente proyecto de Preminger, The Man with the Golden Arm (El hombre del brazo de oro), en donde Bass se reveló como un maestro del diseño de títulos de crédito de películas.

Colaboró con Alfred Hitchcock en Psicosis haciéndosele responsable del story board de la escena de la ducha, aunque Hitchcock nunca lo reconoció. Para Hitchcock también realizaría los títulos de crédito en North by Northwest y cartel y títulos de Vértigo.

Junto con su segunda esposa, Elaine (1961–1996), diseñó títulos para otros directores. Luego dirigió varios cortometrajes, como The Searching Eye (1964), From Here to There (1964) y Why Man Creates (1968) con la que ganó un Óscar. Finalmente realizó una película como director en 1974, llamada Phase IV.

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 (como el azul de Éxodo o el verde de North by Northwest).



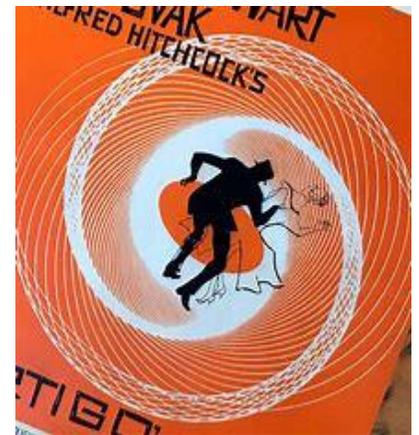
Obras :

"EL HOMBRE DEL BRAZO DE ORO" (1955)

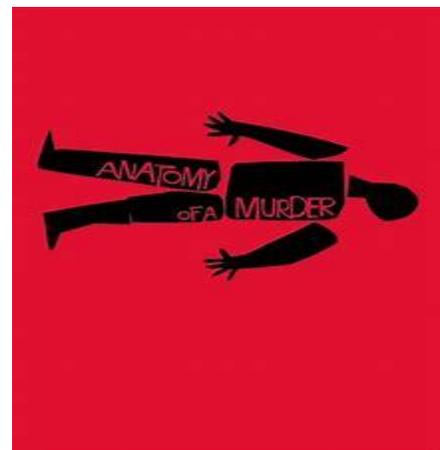
el primer gran trabajo cinematográfico de Saul Bass, sus títulos de crédito y poster para el drama heroinómano de Otto Preminger, protagonizado por Frank Sinatra, resultó ser la verdadera lanzadera par su ilustre carrera en el séptimo arte. Simples y desnudos, y apoyados únicamente en cuatro barras blancas sobre un fondo negro lograban incentivar su carácter creativo y fusionarse con la preciosa partitura de Elmer Bernstein, creándonos así la sugerente sensación que lo que se nos muestra es algo que ha sido censurado previamente.



"VÉRTIGO" (1958) película que significaba la primera colaboración entre Bass y Hitchcock, como "un mini film dentro de otra película", y razón, desde luego, no le faltaba. Centrarse en el rostro de una mujer, previo a que la pantalla se tiña de rojo y nos adentremos en el caleidoscopio de sus ojos, en un principio parece no tener sentido hasta que finalmente nos damos cuenta de que Bass fue capaz de contarnos la misma historia de Hitchcock con la pequeña diferencia que lo logró en tan solo 150 segundos. La película también cuenta con uno de sus carteles más emblemáticos.



Película quizás más recordada por las imágenes creadas por el propio Bass que por el film en si (por más que indiscutiblemente sea uno de los mejores de Preminger). Y es que, Bass y el Jazz fueron juntos y de la mano, unión para la que no pudo encontrar mejor socio que la categórica partitura de Duke Ellington, que nace literalmente del título para examinar una serie de mutilaciones de diferentes partes del cuerpo.



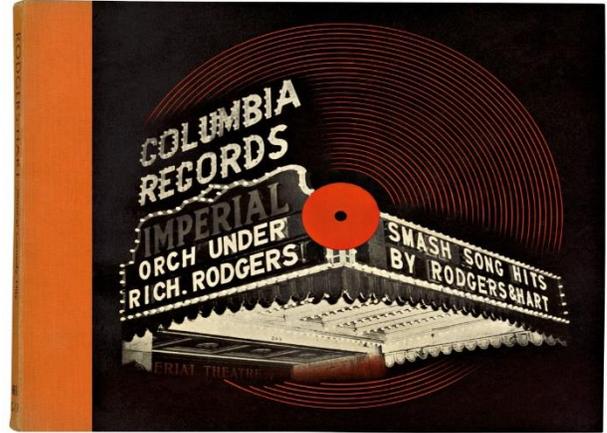
ALEXANDER STEINWEISS



Alexander Steinweiss (nació el 24 de marzo de 1917 y murió el 17 de julio de 2011) fue un artista de diseño gráfico estadounidense conocido por inventar la portada del álbum.

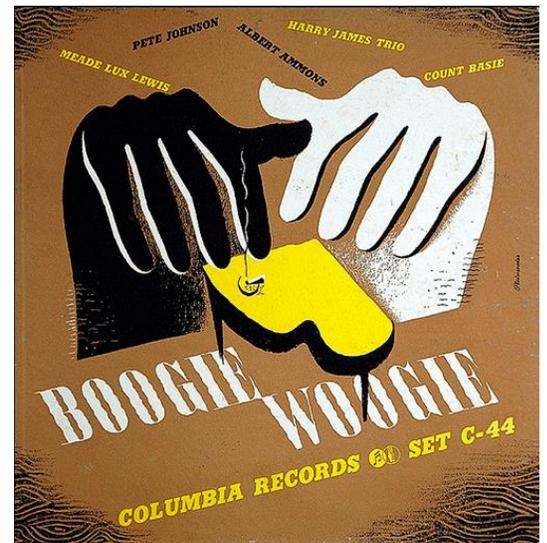
Alex Steinweiss nació el 24 de marzo de 1917 en Brooklyn. Su padre era un diseñador de zapatos para mujeres

de Varsovia y su madre era costurera de Riga, Letonia. Se mudaron al Lower East Side de Manhattan y finalmente se establecieron en la sección de Brighton Beach de Brooklyn.

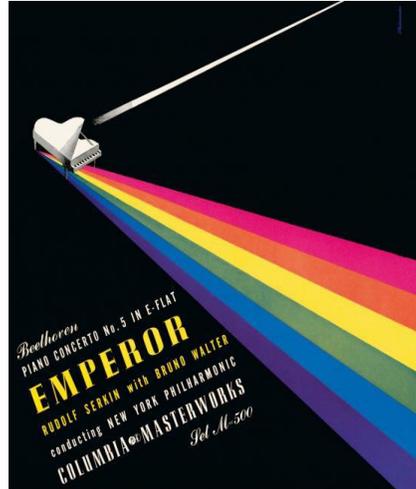


Steinweiss dijo que estaba destinado a ser un artista comercial. Estudió con Leon Friend en Abraham Lincoln High School, y sus compañeros de clase se maravillaron de que "pudiera tomar un pincel, sumergirlo en un poco de pintura y hacer letras", recordó. "Así que me dije a mí mismo: 'Si algún día pudiera convertirme en un buen pintor de letreros, ¡sería genial!'".

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.



Su estilo heredero del cubismo y el Art Déco fue una gran influencia se en todo el diseño de vinilos posterior. Incluso el Pop Art le debe bastante. Se puede apreciar también cierta inspiración en su diseño para el Concierto de Piano No 5 de Beethoven de Emperor en el posterior **Dark Side of the Moon** realizado por **Hipgnosis** para **Pink Floyd**.



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.

BRADBURY THOMPSON

En 1911, Bradbury Thompson nació en Topeka, Kansas. Recibió su educación artística formal de Washburn College y en 1934 obtuvo su título de graduación. Diseñó la mascota de la universidad, "The Ichabod", en 1937. Después de graduarse, se unió a Capper Publications como diseñador, donde trabajó durante un breve período, pero aprendió a fondo todos los aspectos de la producción de impresión. Después de dejar Capper Publications se trasladó a Nueva York, en 1938. A partir de entonces, comenzaron los años de aprendizaje celoso de Thompson, pulido de habilidades y aplicación y expansión de su talento. Durante este período, aprovechó todas las oportunidades de diseño gráfico que pudo. Algunas de las firmas y revistas para las que trabajó incluyeron la imprenta Rogers-Kellogg-Stillson y la revista Mademoiselle.

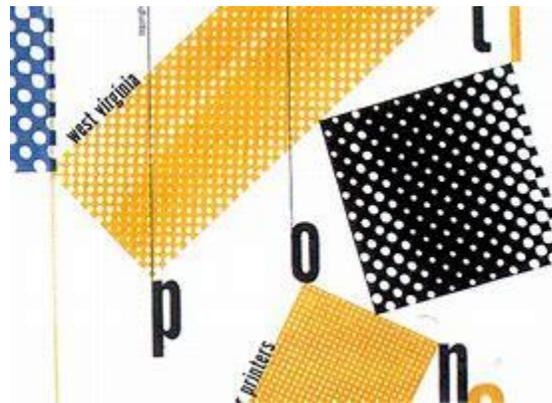


Además del diseño gráfico, Thompson también aceptó un puesto de profesor en la Universidad de Yale, donde residió durante varios años.

os 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. También renovó los parámetros de la arquitectura gráfica. Además experimentó en técnicas: fotográficas, tipográficas y de impresión de color, fue uno de los pioneros de la utilización de retoques fotográficos.

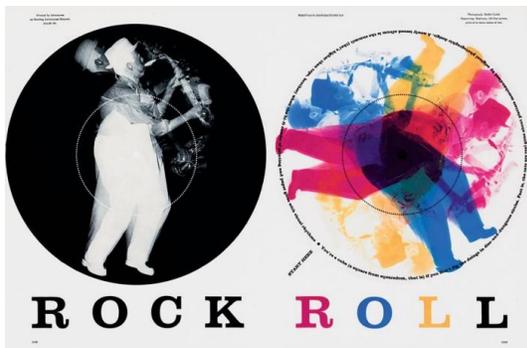
Las contribuciones de Thompson para el diseño gráfico se observan, cuando diseño las ediciones finales de la revista de guerra "Victory" y U.S.A. En ese año también se hizo director de arte de la revista "Mademoiselle", director de diseño en "Art News" y "Art News Annual", diseño el catálogo de "For Motor Company", donde comenzó la reforma tipográfica, y creó el "Monoalphabet" con el que acabó la tradición de separar las formas de las mayúsculas y las minúsculas, y la innovación se vio en "Westvaco Inspirations For Printers" revista de la cual diseño más de 60 ediciones.

Los trabajos de Bradbury Thompson se caracterizaban por el uso de figuras grandes, orgánicas y geométricas. Le gustaba el uso de letras ampliadas que fueran elementos de diseño. Esto fue una técnica recurrente para sus trabajos gráficos.



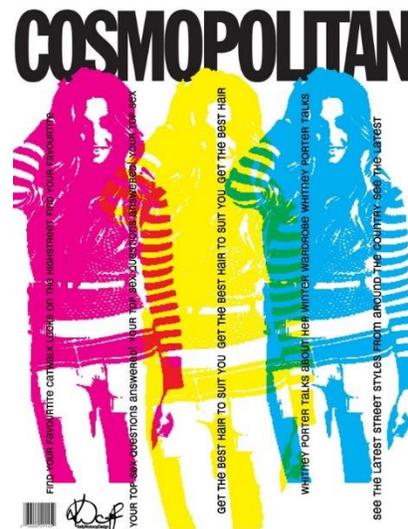
falleció el 1 de noviembre en 1995 a los 84 años, y es considerado *El padre del diseño en la revista moderna*.

Obras:



imágenes fuertes. A menudo, el tipo y los caracteres se utilizan como imágenes e información.

tenía un estilo muy distinto al de su época para el diseño de revista y el diseño en general, hizo uso de tipo y color para interactuar con el espacio de maneras que eran muy poco convencionales en el momento. Sus diseños hacen un gran uso de color brillante, la atención de agarre y



GENE FEDERICO

6 de febrero de 1918 – 8 de septiembre de 1999) fue un diseñador gráfico y ejecutivo publicitario estadounidense.

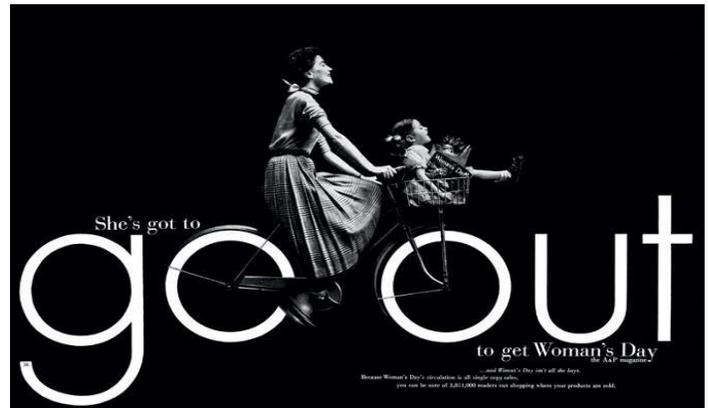
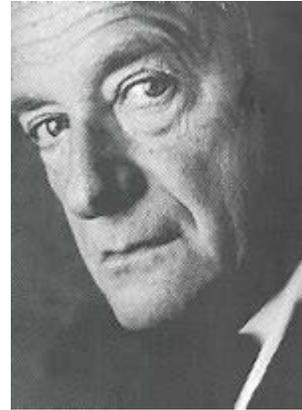
Gene Federico nació en Greenwich Village , es un barrio en el lado oeste del Bajo Manhattan en la ciudad de Nueva York, delimitado por la calle 14 al norte, Broadway al este, la calle Houston al sur y el río Hudson al oeste. Greenwich Village también contiene varias subsecciones, incluyendo el West Village al oeste de la Séptima Avenida y el Meatpacking District en la esquina noroeste de Greenwich Village.

Su familia se mudó al Bronx y luego a Coney Island, donde asistió a Abraham Lincoln High School, hogar del Escuadrón de Arte de Leon Friend. The Art Squad lo expuso a los principales artistas publicitarios europeos cuya inspiración se convertiría en la base de su trabajo posterior.

Federico era mejor conocido por su trabajo en la agencia para sus anuncios del Día de la Mujer. Uno de sus anuncios más *memorables para el Día de la Mujer* en 1953, presentaba un uso simple y elegante de las palabras "salir" para crear una bicicleta. Este anuncio era representativo de cómo su trabajo integraba texto e imagen en una composición. Su gran dependencia de la tipografía lo llevó a trabajar

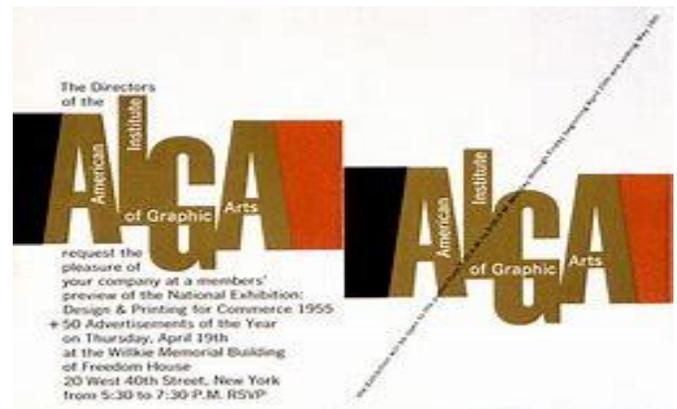
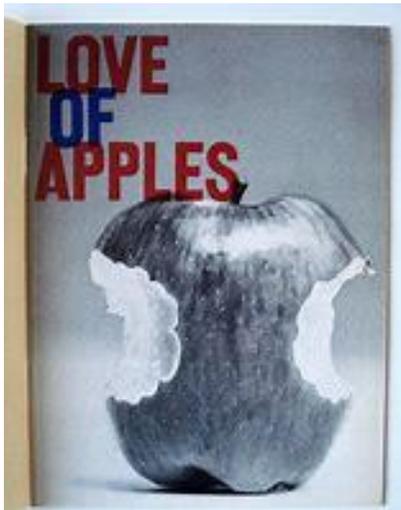
íntimamente con redactores. A mediados de la década de 1950, desarrolló una relación con Aaron Burns (en la Sala de Composición) quien le presentó nuevos tipos de letra para experimentar en su trabajo. Su trabajo a finales de los años 1950 y 60 fue claramente moderno y la marca de la "Revolución Creativa" de la publicidad estadounidense.

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

Don Egenstiner creó organizaciones visuales de todo tipo, con intervención de tipografía interviniendo dentro del texto.



AGENCIA DE PUBLICIDAD DOYLE DANE BERNBACH

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.

Supuestamente en su tiempo libre creaba conceptos publicitarios para la empresa y se los enviaba a la agencia de publicidad que trabajaba para la marca de licores, pero nunca recibía una respuesta.



n 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 Whale

Bernbach temía que el crecimiento de Grey Advertising disminuyera sus ganas por generar trabajo creativo, es decir, él no quería solo hacer publicidad bajo las reglas y las formas convencionales de la agencia. Él quería hacer arte, porque para él eso era lo que la publicidad debía ser.

Como no le agradaba el camino por el que iba la industria, decidió crear su propia agencia. Contactó a Ned Doyle para que se encargara del servicio de clientes, a Maxwell Dane para ser el gerente experto y manejar la administración, y Bernbach se encargaría de la labor creativa.

Al unirse estos tres creativos forman la agencia de publicidad Doyle Dane Bernbach, mejor conocida como DDB.

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.

«Aun cuando nos gustaría que la publicidad sea una ciencia, porque así nos simplificaría la vida, el hecho es que no lo es. Es un arte sutil, fresco, cambiante, que desafía las fórmulas y que está afectado por la imitación; donde lo que fue eficaz un día, por esa misma razón, no lo será al día siguiente, pues habrá perdido el máximo impacto de la originalidad».

William Bernbach

El impacto de Bernbach en la publicidad:

Cambió la forma en la que las agencias trabajaban

Promovió la diversidad antes de que fuera un “tema popular”

Popularizó el “humor” y la “verdad” dentro de los anuncio

