



Mi Universidad

Trabajo

Nombre del Alumno: Dulce Nahomy Villatoro Salazar

Nombre del tema: Describir la línea de tiempo de los Diseñadores Gráficos del Siglo XXI

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Historia Del Diseño Grafico

Nombre del profesor: María Eugenia Pedrueza Cano

Nombre de la Licenciatura: Diseño Grafico

Cuatrimestre: 2

Lugar y fecha de elaboración: Comitán de Domínguez, Chiapas a 7 de

Marzo 2024

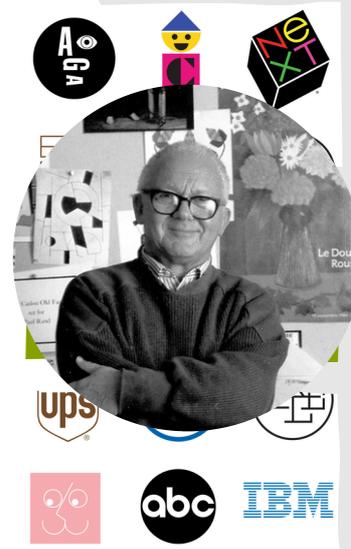
Diseñadores Gráficos del Siglo XXI

Paul Rand (1914-1996) – Legado que Trasciende

Aunque Rand falleció antes del siglo XXI, su enfoque en la simplicidad, la funcionalidad y la comunicación efectiva sigue vigente. Sus principios sobre identidad corporativa han influenciado a nuevas generaciones de diseñadores. Muchas empresas siguen aplicando su filosofía de diseño atemporal, y su obra sigue siendo material de estudio en universidades y agencias de branding.

Impacto en el siglo XXI:

- Su legado en el diseño de identidad sigue guiando a marcas modernas.
- El minimalismo y la simplicidad que promovió son tendencias dominantes hoy en día.
- Empresas como IBM y ABC han mantenido sus logos con mínimas modificaciones, demostrando la durabilidad de su trabajo.



Saul Bass (1920-1996) – Inspiración en Motion Graphics y Branding

Bass revolucionó la forma en que el diseño gráfico interactúa con el cine y la identidad de marca. Aunque su carrera terminó en el siglo XX, su influencia sigue viva en la industria de los títulos de crédito, la identidad visual de marcas y la animación gráfica.

Impacto en el siglo XXI:

- Los títulos de películas modernas siguen inspirándose en su trabajo, como los de Catch Me If You Can (2002) y la intro de Mad Men.
- Su enfoque en la narración visual ha sido adoptado en branding digital y diseño de UX/UI.
- La tendencia de logos dinámicos y en movimiento en el branding digital se basa en sus conceptos de identidad adaptable.



Chermayeff & Geismar & Haviv (Fundado en 1957) – Evolución y Modernización del Branding

Originalmente fundado por Chermayeff & Geismar, la incorporación de Sagi Haviv a la firma ha mantenido su relevancia en el siglo XXI. Han modernizado su enfoque sin perder la esencia de la simplicidad y la claridad visual que siempre los ha caracterizado.

Impacto en el siglo XXI:

- Diseñaron nuevos logotipos para National Geographic, Animal Planet y Conservation International, demostrando su capacidad de adaptación a la era digital.
- Se han especializado en identidades visuales flexibles, capaces de funcionar en plataformas digitales y redes sociales.
- Sagi Haviv ha llevado la firma a una nueva generación de clientes, manteniéndola como un referente en branding global.

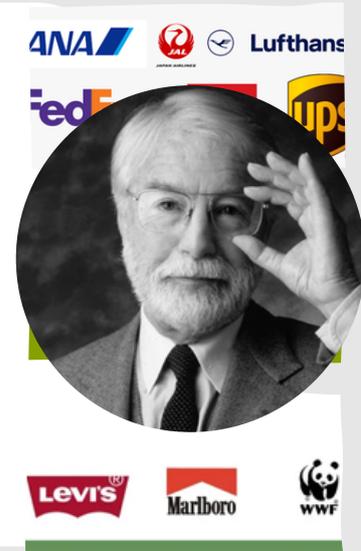


Walter Landor (1913-1995) / Landor & Fitch – La Expansión del Branding Estratégico

Aunque Walter Landor falleció en 1995, Landor & Fitch ha continuado evolucionando como una de las firmas de branding más importantes a nivel global. Su enfoque ha pasado del diseño gráfico tradicional a la experiencia de marca y la identidad digital.

Impacto en el siglo XXI:

- Han desarrollado estrategias de branding digital para empresas como BP, FedEx y LG.
- Son pioneros en branding sensorial y experiencia de marca, combinando diseño con interacción multisensorial.
- En la era digital, su trabajo ha ido más allá del logo, enfocándose en la experiencia de usuario y la coherencia visual en múltiples plataformas.



Rob Janoff (1952- presente) –El Poder de un Icono en la Era Digital

Conocido por diseñar el logo de Apple en 1977, su trabajo ha trascendido en el siglo XXI. Aunque su diseño original ha sido modificado, sigue siendo la base del logo actual.

Impacto en el siglo XXI:

- El logo de Apple sigue siendo uno de los más reconocidos y valiosos del mundo.
- Su enfoque en el diseño simple pero significativo es un estándar para el branding moderno.
- Continúa trabajando en diseño y consultoría de marcas, ayudando a startups a desarrollar identidades visuales sólidas.



Michael Bierut (1957-presente) – Diseño Contemporáneo y Tipografía en la Era Digital

Uno de los diseñadores gráficos más influyentes de la actualidad. Su trabajo en Pentagram ha redefinido el diseño de identidad, la tipografía y el diseño editorial.

Impacto en el siglo XXI:

- Creó identidades para The New York Times, Mastercard y la campaña de Hillary Clinton.
- Es un referente en el uso de la tipografía como elemento central del branding.
- Su libro How to Use Graphic Design to Sell Things se ha convertido en una guía clave para diseñadores.
- Ha impulsado el diseño gráfico en la era digital, integrando branding con UX/UI.

