

UDS

Mi Universidad

Nombre del Alumno: Paula Maria Morales Niurulu

Nombre del tema: Actividad de plataforma 3

Nombre de la materia: BASES DE DISEÑO

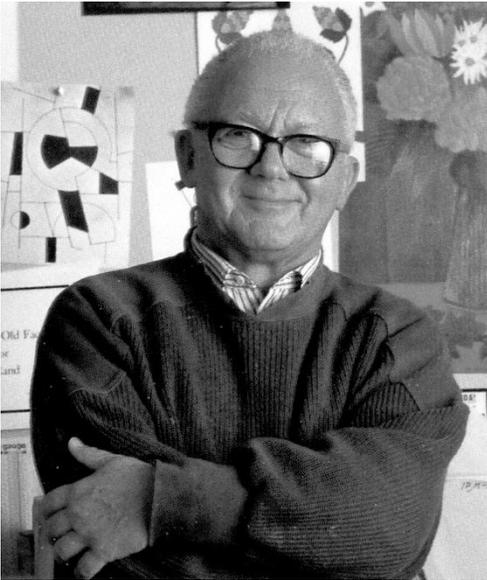
Nombre del profesor: Lic. María Eugenia Pedrueza Cano

Nombre de la licenciatura: Diseño gráfico

Cuatrimestre: 2

ANÁLISIS DE LA GRÁFICA DE DISEÑADORES GRÁFICOS SIGLOXXI

Paul Rand



Aunque su trabajo pertenece más al siglo XX, su influencia sigue vigente en el diseño gráfico actual.

- **Imagen:** Uso de formas geométricas simples y símbolos icónicos. Incorporó ilustraciones lúdicas en algunos logotipos.
- **Tipografía:** Preferencia por la tipografía sans serif, con un enfoque en la legibilidad y el impacto. Su logotipo de IBM es un ejemplo de la aplicación tipográfica con significado.
- **Color:** Aplicación estratégica del color, con contrastes fuertes para generar impacto visual.
- **Composición:** Uso del espacio en blanco, asimetría y equilibrio dinámico para lograr composiciones visualmente atractivas.

EJEMPLO:

Imagen

El logotipo de Morningstar se basa en un diseño tipográfico con un **elemento gráfico sutil pero significativo**: la "O" de *Morningstar* se presenta como un **círculo recortado en la parte inferior**, evocando la imagen de un **sol naciente**. Este detalle refuerza la idea del amanecer y la renovación, conceptos clave en el mundo financiero.

Tipografía

Paul Rand utilizó una **tipografía sans-serif**, limpia y moderna, lo que facilita su legibilidad y transmite confianza y profesionalismo. La elección de una fuente geométrica refuerza la simplicidad y claridad del diseño.

Color

El logotipo de Morningstar suele aparecer en **rojo** sobre fondo blanco.

- El **rojo** es un color asociado con **energía, dinamismo y pasión**, lo que podría simbolizar la vitalidad del mercado financiero.
- También genera un fuerte contraste con el fondo blanco, asegurando una alta visibilidad y reconocimiento.

Composición

La composición es equilibrada y bien estructurada:

- La alineación de las letras mantiene un **ritmo visual uniforme**.
- El **uso de la "O" como sol naciente** crea un punto focal que dirige la atención de manera natural.
- No hay elementos innecesarios, lo que refleja el enfoque racional y funcional de Rand en el diseño gráfico.

Saul Bass

Famoso por su trabajo en la industria cinematográfica y branding.



- **Imagen:** Estilo minimalista con formas recortadas y gráficos abstractos. Su trabajo con secuencias de títulos de películas es muy influyente.
- **Tipografía:** Uso de tipografías hechas a mano y sans serif, con un enfoque en la expresividad.
- **Color:** Paletas de colores fuertes y llamativas con alto contraste.
- **Composición:** Simplicidad y claridad en la organización de los elementos. Uso de formas geométricas y elementos dinámicos.

Ejemplo icónico: **Logotipos de AT&T, United Airlines, Kleenex** y los títulos de crédito de **Psicosis, Vértigo**.

EJEMPLO:

Imagen

El logotipo de **1969** consistía en una **campana dentro de un círculo**, un símbolo que hacía referencia a **Bell System**, la empresa matriz de AT&T en ese momento. La campana, un ícono histórico, representaba **comunicación, confiabilidad y tradición**, mientras que el círculo creaba una sensación de unidad y globalidad.



Sin embargo, en **1983**, con la reestructuración de AT&T, Bass diseñó una nueva versión:

- Se eliminó la campana y se introdujo la **esfera azul con líneas horizontales**, simbolizando la expansión y la conectividad global.
- Este nuevo diseño reflejaba el paso de una empresa de telefonía tradicional a una corporación tecnológica más moderna.

Tipografía

- En la versión de 1969, la tipografía utilizada era **negrita, sans-serif y geométrica**, lo que transmitía solidez y confianza.
- En la versión de 1983, la tipografía se volvió **más estilizada y moderna**, con un diseño más limpio que acompañaba la nueva imagen global de la compañía.

Color

- **1969:** Se utilizaba el **azul oscuro** para transmitir **seguridad, confianza y estabilidad**, valores fundamentales para una empresa de telecomunicaciones.
- **1983:** Se adoptó un tono de azul más vibrante en la esfera, simbolizando **innovación y conexión global**.

El azul es un color ampliamente utilizado en la industria tecnológica y de telecomunicaciones debido a su asociación con la **credibilidad y la eficiencia**.

Composición

- En la versión de **1969**, la campana estaba **centrada dentro del círculo**, creando un diseño equilibrado y fácil de reconocer.
- En **1983**, la nueva esfera con líneas horizontales daba una sensación de **movimiento y modernidad**, reflejando el crecimiento de AT&T en el ámbito internacional.

Ambos logotipos mantienen una **estructura simple y memorable**, algo característico del trabajo de Saul Bass.

Chermayeff & Geismar & Haviv



Reconocidos por crear identidades corporativas atemporales.

- **Imagen:** Enfoque en la abstracción y la simplificación de símbolos icónicos.
- **Tipografía:** Predominio de tipografías sans serif, con una fuerte identidad visual.
- **Color:** Aplicación de colores sólidos y vibrantes, con una gran preocupación por la adaptabilidad.

- **Composición:** Equilibrio entre simplicidad y reconocimiento inmediato. Uso de formas geométricas limpias.

EJEMPLO: Imagen



El logotipo está compuesto por una letra "C" estilizada en azul y un círculo verde dentro de ella.

La "C" representa "Conservation", pero también puede interpretarse como un abrazo protector, simbolizando el cuidado del medio ambiente.

El círculo verde simboliza el planeta, reforzando el enfoque de la organización en la preservación de la Tierra.

Tipografía

Se utilizó una fuente sans-serif moderna y minimalista, que comunica claridad, profesionalismo y accesibilidad.

La tipografía en mayúsculas y minúsculas equilibra seriedad con cercanía, lo que es ideal para una organización sin fines de lucro.

Color

Azul: Representa el agua y la estabilidad.

Verde: Simboliza la naturaleza y la sostenibilidad.

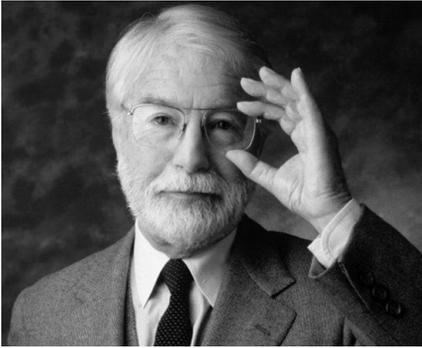
La combinación azul-verde es común en organizaciones ecológicas, ya que evoca armonía y confianza.

Composición

La disposición del símbolo y la tipografía es simple y equilibrada.

Se mantiene una estructura limpia, lo que facilita la legibilidad y adaptabilidad en diferentes aplicaciones.

Walter Landor



Pionero en la estrategia de branding y packaging.

- **Imagen:** Uso de símbolos memorables y narrativas visuales poderosas.
- **Tipografía:** Experimentación con diferentes tipos de letra según la identidad de la marca.
- **Color:** Uso de colores estratégicos que evocan emociones y conexión con la marca.
- **Composición:** Énfasis en la identidad visual cohesiva y el diseño centrado en el consumidor.

EJEMPLO:



Imagen

El logotipo presenta un perfil de una mujer hawaiana (llamada "Pualani") con una flor de hibisco en el cabello.

"Pualani" significa "flor celestial", y su imagen refuerza la identidad cultural de la aerolínea.

El estilo del diseño es minimalista pero expresivo, con líneas suaves y una representación estilizada.

Tipografía

Se utilizó una tipografía sans-serif con detalles suaves y redondeados, evocando una sensación cálida y acogedora.

La elección de una fuente moderna pero amigable refuerza la imagen de hospitalidad y accesibilidad.

Color

Se usaron tonos de morado, rojo y naranja, inspirados en los paisajes hawaianos (atardeceres, flores tropicales y el océano).

El morado transmite lujo y exclusividad, mientras que el rojo y naranja evocan calidez y pasión.

Composición

La imagen de Pualani se equilibra con el nombre de la aerolínea, asegurando una identidad clara y reconocible.

La disposición de los elementos mantiene una fuerte presencia visual, ideal para aplicaciones en aviones, publicidad y productos de la aerolínea.

Rob Janoff

Diseñador del icónico logotipo de Apple.

- **Imagen:** Diseño limpio y moderno con fuerte enfoque en la identidad de marca.
- **Tipografía:** Uso de tipografías simples y funcionales, generalmente sans serif.
 - **Color:** Originalmente con colores del arcoíris, luego evolucionó a una estética monocromática para adaptarse a la era digital.
 - **Composición:** Simplicidad y equilibrio, con formas orgánicas fácilmente reconocibles.



EJEMPLO:



Imagen

El logotipo presenta un símbolo abstracto en forma de "A" estilizada, que representa tanto el nombre de la compañía como su enfoque en el crecimiento y la modernidad. Las líneas geométricas sugieren estabilidad, innovación y expansión.

Tipografía

La tipografía es limpia, sans-serif y contemporánea, lo que refuerza la idea de modernidad sin perder la seriedad corporativa.

La combinación de letras mayúsculas y minúsculas proporciona un equilibrio entre autoridad y accesibilidad.

Color

El logotipo utiliza tonos de azul y naranja, una paleta que refleja confianza, profesionalismo y energía positiva.

El contraste entre ambos colores destaca la dualidad entre la tradición y la innovación.

Composición

La "A" estilizada se coloca junto al nombre de la compañía, creando una disposición sencilla pero distintiva.

El diseño es versátil y escalable, funcionando igual de bien en pequeños artículos de papelería como en grandes aplicaciones corporativas.

Michael Bierut



Diseñador contemporáneo con un enfoque en la comunicación clara.

- **Imagen:** Uso de conceptos visuales sólidos y funcionales.
- **Tipografía:** Gran defensor del uso de la **Helvetica** y tipografías con fuerte impacto visual.
- **Color:** Aplicación del color con un enfoque en la identidad de marca.
- **Composición:** Estilo minimalista con equilibrio entre contenido y espacio negativo.

EJEMPLO:



Imagen

El rediseño de Saks Fifth Avenue simplificó el logotipo, eliminando elementos ornamentales para centrarse en el texto. El logotipo es tipográfico, utilizando un tipo de letra elegante y sofisticado que reflejaba el lujo de la marca.

El cambio de estilo se aleja de los detalles complicados y se enfoca en una presentación más minimalista y refinada.

Tipografía

Se eligió una tipografía serif moderna y delgada que transmite sofisticación y prestigio.

La elección de una tipografía con detalles finos refuerza la sensación de lujo sin caer en lo ostentoso, algo importante para la tienda de alta gama.

Color

El logotipo utiliza principalmente negro, que es un color asociado con la elegancia, el lujo y la atemporalidad.

El uso de colores neutros ayuda a asegurar que el logotipo sea versátil y se mantenga sofisticado en una amplia gama de aplicaciones, desde las bolsas de compras hasta la señalización de la tienda.

Composición

La composición es limpia y equilibrada, con el nombre de la marca centrado y sin adornos innecesarios.

Este enfoque minimalista refuerza el concepto de lujo y exclusividad al enfocarse en la calidad en lugar de en el exceso de detalles.