

GRÁFICA DE DISEÑADORES

VALERIA IVONNE LOPEZ SUAREZ

MATERIA: BASES DEL DISEÑO

LICENCIATURA: DISEÑO GRÁFICO

PROFESORA: LIC. MARIA EUGENIA PEDRUEZA

FECHA DE ENTREGA: 08 DE MARZO 2025



1. Paul Rand (1914-1996) – Minimalismo e identidad corporativa

Imagen: Uso de formas simples y geométricas, combinadas con ilustraciones lúdicas. Su diseño equilibra lo conceptual con lo funcional.

Tipografía: Preferencia por fuentes sans-serif limpias y modernas, como Futura y Helvetica, logrando claridad y atemporalidad.

Color: Uso limitado de colores primarios y contrastes fuertes para garantizar identidad memorable.

Composición: Enfatiza la jerarquía visual y el equilibrio. Sus logotipos (IBM, ABC, UPS) son ejemplos de orden y simplicidad icónica.}



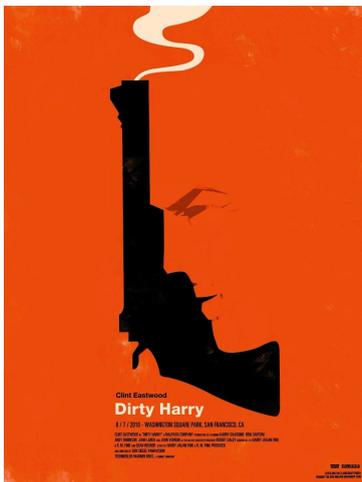
2. Saul Bass (1920-1996) – Diseño cinematográfico e identidades visuales

Imagen: Uso de formas abstractas, ilustraciones recortadas y siluetas expresivas, creando impacto visual inmediato.

Tipografía: Fuentes con estilo manual o sans-serif, reflejando una estética moderna y audaz.

Color: Prefería paletas limitadas y contrastes fuertes (rojo, negro, blanco), evocando dramatismo y atención.

Composición: Diseños dinámicos y asimétricos que transmitían movimiento, ideales para títulos de películas (Psicosis, Vértigo).



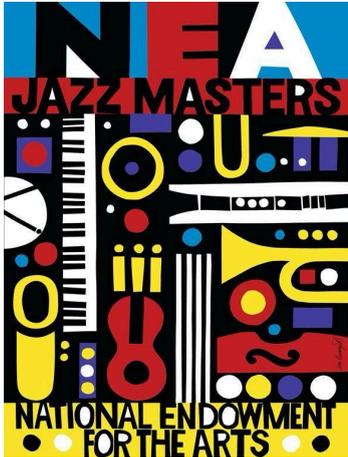
3. Chermayeff & Geismar & Haviv – Branding icónico y versatilidad

Imagen: Diseños abstractos y simbólicos, con formas geométricas simplificadas que garantizan legibilidad y reconocimiento.

Tipografía: Usaban tipografías sans-serif, minimalistas y modernas para acompañar logotipos fuertes (NBC, Mobile, National Geographic).

Color: Aplicaban colores distintivos para cada identidad (ej. arcoíris de NBC), asegurando reconocimiento visual inmediato.

Composición: Enfatizaban equilibrio y simplicidad, eliminando detalles innecesarios para una mayor universalidad.



4. Walter Landor (1913-1995) – Estrategia de marca y diseño corporativo

Imagen: Integraba diseño con estrategia, creando identidades visuales que reflejaban los valores de la marca (FedEx, Levi's).

Tipografía: Uso estratégico de fuentes tipográficas según la identidad de cada marca, desde elegantes serif hasta modernas sans-serif.

Color: Implementación de paletas de colores específicas para generar confianza y diferenciación (FedEx: morado/naranja).

Composición: Diseños estructurados y armoniosos, con atención a la proporción y legibilidad a largo plazo.



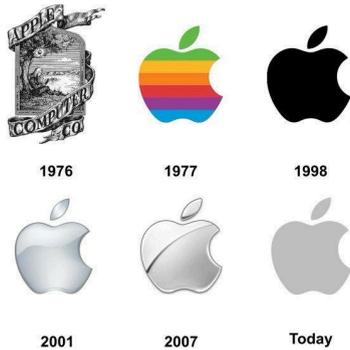
5. Rob Janoff – Simplicidad y universalidad (Apple)

Imagen: Iconografía simple pero poderosa, como la manzana de Apple con una mordida, garantizando fácil reconocimiento.

Tipografía: Apple adoptó tipografías sans-serif limpias y modernas (como Myriad y San Francisco), reflejando tecnología y minimalismo.

Color: En su versión original, el logo de Apple usaba franjas de colores para representar accesibilidad. Luego evolucionó a monocromático, reforzando elegancia y versatilidad.

Composición: Simetría visual y minimalismo, garantizando impacto global y atemporalidad.



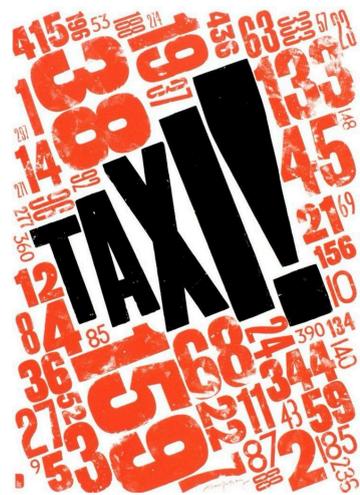
6. Michael Bierut – Diseño editorial y branding contemporáneo

Imagen: Uso de diseño tipográfico como imagen, con composiciones arriesgadas y tipografía como elemento central.

Tipografía: Predominantemente sans-serif, combinando modernidad con funcionalidad, como en el branding de Mastercard o Hillary Clinton.

Color: Paletas cromáticas flexibles, adaptadas a cada marca o campaña, pero siempre con impacto visual.

Composición: Enfatiza claridad y jerarquía, con énfasis en el diseño editorial y la comunicación visual directa.



Conclusión

Cada diseñador ha influido en el siglo XXI con enfoques distintos, pero con principios comunes: minimalismo, funcionalidad y atemporalidad. Desde el diseño cinematográfico de Saul Bass hasta la identidad global de Chermayeff & Geismar & Haviv, la evolución del diseño gráfico se ha basado en claridad, simbolismo y versatilidad.