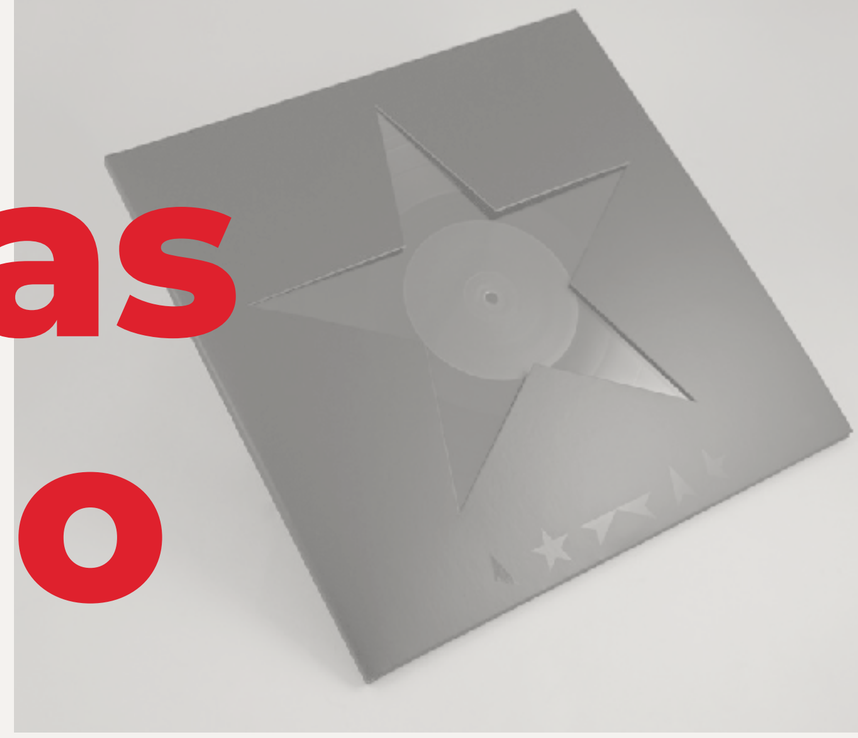


Geografías del diseño gráfico

Un viaje por las tendencias más curiosas

— Alessandro Bonaccorsi para Pixartprinting

pixartprinting

Índice

1. Definición de diseño gráfico
2. Breve historia del diseño gráfico moderno
3. Las últimas tendencias

4.1 Una sola disciplina con muchos planteamientos. Breve catálogo de estilos
DISEÑO GRÁFICO RACIONAL
DISEÑO GRÁFICO MINIMALISTA
MINIMALISMO FOTOGRÁFICO
MINIMALISMO SIMBÓLICO
TIPOGRAFÍA (*VINTAGE* Y TRADICIONAL)

4.2. Diseño gráfico decorativo
ORGÁNICO
TROPICALISMO (O FLORALISMO)

4.3. Diseño gráfico hecho a mano
ILUSTRADO (DISEÑO ILUSTRATIVO)
LETTERING (O ROTULACIÓN) A MANO
OBJETOS ENCONTRADOS
DISEÑO GRÁFICO EN 3D
DISEÑO GRÁFICO ARTESANAL EN 3D

4.4. Diseño gráfico híbrido

5. Conclusiones
6. Consejos técnicos
7. Bibliografía mínima
8. Webgrafía adicional

Acerca del autor

1. Definición de diseño gráfico

El diseño gráfico es la disciplina que se ocupa de **diseñar mensajes visuales**, es decir, de organizar información y crear imágenes para la comunicación visual, dondequiera que deba utilizarse.
El término «gráfico» procede del griego *graphikos*, que significaba tanto escribir como dibujar, por lo que el diseño gráfico es una disciplina que se ocupa de **organizar de manera coherente palabras e imágenes**, y cuyo objetivo principal es **informar**. El término «diseño gráfico» *(graphic design)* fue acuñado en 1922 por William Addison Dwiggins, un diseñador gráfico estadounidense de gran éxito en su época.

La definición inicial, que se mantiene hasta hoy, hace referencia a las operaciones de diseño y preparación de productos publicitarios, informativos y editoriales antes de imprimirlos. A menudo, tendemos a confundir al diseñador gráfico con el diseñador visual, es decir, con el que diseña comunicación visual (mediante el diseño gráfico y otras herramientas como la ilustración, la visualización de datos, el arte visual, la animación, la creación de vídeos, etc.), que supera el ámbito relacionado exclusivamente con la impresión tipográfica.

↑ William Addison Dwiggins

2. Breve historia del diseño gráfico moderno

El **diseño gráfico moderno** nació, más o menos, **a principios del siglo XX**, cuando las técnicas de impresión y preimpresión permitieron a las imprentas experimentar cada vez más. En realidad, **la comunicación publicitaria** ya había despegado en el siglo XIX para ayudar a comercializar muchos productos nuevos que salían de las primeras fábricas o que llegaban de sitios exóticos como África, América Latina o Extremo Oriente como consecuencia de las conquistas coloniales: té, especias, objetos de maderas preciosas, objetos varios y tejidos.
En los primeros años del siglo XX, Europa vivió una gran agitación cultural innovadora y, a menudo, revolucionaria: las primeras vanguardias artísticas, como el **dadaísmo** y el

futurismo, ven la palabra escrita e impresa como campo para la experimentación artística y se atreven a **romper las reglas** de una tipografía muy mecánica e incapaz de producir sugestiones visuales. Los textos están siempre en línea y la única forma de darle vida a los diseños es cambiar el carácter tipográfico y sus dimensiones, encontrando además soluciones originales pero aún rígidas y atrapadas en las necesidades de los tipos móviles.
En torno a los primeros años de la década de 1910, artistas como **Marinetti** en Italia, **El Lissitzky** en Rusia y, más tarde, **los dadaístas** en Zúrich experimentan con nuevas formas de escribir las palabras y nuevas formas de organizarlas. **Transforman el libro objeto** y la maquetación, introducen el uso de formas geométricas y de nuevas tensiones dinámicas en la forma en la que crean lo que puede empezar a llamarse realmente el diseño gráfico de las páginas.

↑ Portada de *Zang Tumb Tuuum*, F. T. Marinetti (Milán), 1914

↑ Portada para *Merz*, El Lissitzky y Kurt Schwitters, (Hannover), 1924

Se puede decir que en aquel período de **hace 100 años se pasó de la tipografía al diseño gráfico moderno**. Pasaron al menos 80 años más antes de que el ordenador pudiera ser utilizado en masa por una nueva generación de diseñadores gráficos y proyectistas que, gracias a las posibilidades ofrecidas por los programas de *software* y los procesos de impresión y preimpresión digitalizados, pusieron en marcha una revolución en la forma de organizar palabras e imágenes.

Todavía hoy nos encontramos en esta revolución: aún no hemos aprovechado plenamente todas las posibilidades que ofrece la tecnología digital y seguimos vinculados a procesos de impresión desarrollados y consolidados a lo largo de 500 años.
En este *ebook* se pretende explorar las tendencias del diseño gráfico a nivel mundial surgidas en los últimos 30 años en distintas partes del mundo, con la esperanza de que puedan inspirar a todos los lectores, ya sean diseñadores gráficos, estudiantes, proyectistas o, simplemente, aficionados o curiosos.

3. Las últimas tendencias

En el **siglo XXI**, el diseño gráfico ha estado cada vez más vinculado a **las tecnologías digitales.**
Hemos visto crecer una **nueva forma de hacer diseño gráfico**, en la que el diseño de fuentes aprovecha las nuevas posibilidades ofrecidas por el dibujo digital y la ilustración, gracias a programas como Photoshop, Illustrator y Painter. De esta forma, se ha convertido en una parte integral del diseño y ya no es solo una prerrogativa de artistas e ilustradores.
Gracias a las miles de posibilidades ofrecidas por los programas de *software* y técnicas de impresión cada vez más avanzados, aumenta el número de cuadrículas y diseños. Los acabados y los procedimientos de elaboración son cada vez más variados y el desarrollo progresivo de la innovación de los procesos de producción avanza a la par que el uso de nuevos materiales, nuevas técnicas y nueva maquinaria.
A pesar de esta impresionante carga innovadora, probablemente todavía estemos vinculados a una forma de hacer diseño gráfico ligada a siglos de historia. El futuro aún está por escribir, pero los pioneros, los experimentadores y los innovadores ya están en camino explorando las nuevas posibilidades que ofrece el mundo digital moderno.

4.1 Una disciplina con muchos planteamientos. Breve catálogo de estilos

Es difícil catalogar con precisión los estilos de los diseñadores gráficos. A menudo, quien se dedica al diseño gráfico, lo hace sin plantearse el problema de catalogarlo.
Por lo tanto, estas definiciones deben considerarse, inevitablemente, parciales y no completamente exhaustivas. No obstante, sirven para orientarse y entender el tipo de planteamiento de cada diseñador.
Por lo tanto, en cada sección encontrarás subsecciones que ilustrarán las **variaciones de un mismo planteamiento o estilo**, para dar simplemente una idea de lo variado y diferente que puede ser el diseño gráfico, a la vez que mantiene intactos sus objetivos de comunicación.
En los últimos años vemos un aumento exponencial de diseñadores gráficos buenos y bien preparados y, por tanto, un aumento exponencial de diseños gráficos bien elaborados, innovadores y bonitos. A su vez, la cantidad de diseños gráficos mal diseñados, confusos, imprecisos, arrogantemente horteras y mediocres parece mantenerse constante; una especie de comunicación visual popular que parece alcanzar, gracias a la tecnología digital, mayores cotas de fealdad.

Lo que la tipografía no permitía antes, forzando al **mal gusto** a no tener demasiado espacio para expresarse, ahora la tecnología digital lo permite y con facilidad.
En cualquier caso, en este *ebook* también se hablará sobre este tipo de diseño gráfico, para que no quede excluido de un discurso demasiado teórico, de alto nivel y muy especializado, y para que, de hecho, se puedan encontrar herramientas, inspiración y motivación para mejorar, aunque solo sea un poco, el nivel de su producción.
Cada sección incluye una descripción breve de cada tendencia de diseño gráfico, imágenes de ejemplo, algunos consejos y descripciones técnicas del tipo de diseño gráfico mostrado.
La elección de los estilos está basada en la observación, sobre todo a través de la web, de las formas de hacer diseño gráfico más utilizadas a nivel internacional. Los nombres con los que se definen son absolutamente subjetivos y solo sirven para comprender mejor cada tendencia identificada.

¡Buen viaje!

DISEÑO GRÁFICO RACIONAL

El primer tipo de diseño gráfico que vamos a ver es el que definimos como racional: **la fuente es el elemento principal** (fuentes sans serif, sin remates), emplea líneas y formas geométricas, utiliza pocos colores, respeta cuadrículas o retículas bien definidas, no le gustan las decoraciones y tiende al minimalismo.
Se puede decir que es un tipo de planteamiento que nunca muere: **es un clásico**. Es más, a menudo, el diseño gráfico se identifica con este único planteamiento.
Vamos a ver cuáles son los distintos resultados de este tipo de diseño gráfico.

DISEÑO GRÁFICO MINIMALISTA

Para algunos es el diseño gráfico por excelencia, aquel en el que el único mandamiento es **«Menos es más»**, y se basa principalmente en el uso de la **fuente Helvética**.
Le gusta combinar **pocos colores** y, como máximo, utiliza imágenes fotográficas en lugar de **fondos monocromáticos** y preferiblemente blancos.
Este planteamiento se puede considerar como el **género más antiguo del diseño gráfico moderno**, el que nació a principios del siglo XX: es descendiente directo de El Lissitzky y del constructivismo ruso, de las enseñanzas de la Bauhaus y de De Stjil, del diseño gráfico represivo y carente de imaginación de los regímenes del siglo XX y de la austeridad de la escuela de diseño gráfico suiza. A menudo, se concibe junto con el diseño arquitectónico y está voluntariamente vinculado al diseño industrial. Y, últimamente, también ha adquirido un valor de elegancia.

«La simplicidad significa quitar lo obvio y añadir lo significativo», afirma el diseñador John Maeda en su libro *Las leyes de la simplicidad*, toda una guía moderna para quienes quieran entender la filosofía del minimalismo, inspirada en el zen japonés y la necesidad de tranquilidad.

← Diseño para el informe anual de Ikea, Kylie Leuthold (EE. UU.), 2014

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel para Knoll, Massimo Vignelli (Italia/EE. UU.), 1967

VER EL DISEÑO >

«Hay demasiada gente sin ninguna preparación que se dedica al diseño gráfico. Y, dado que tienen un ordenador, no hay límite para las cosas que pueden crear: boletines de noticias, carteles y un largo etcétera. ¡Eso es intrusismo! No tienen la más mínima idea de la dignidad de la profesión. Si fueran compañías farmacéuticas, todos estaríamos envenenados. Pero estamos igualmente envenenados, visualmente hablando».

— Massimo Vignelli

— «La morte di Massimo Vignelli, grande designer», por Emily Langer, Washington Post, mayo de 2014
https://www.ilpost.it/2014/05/28/massimo-vignelli/

↑↑ Imagen coordinada para Lester&Lucy, Segura Inc., (EE. UU.), alrededor de 2010

VER EL DISEÑO >

↑ Packaging para Helen Hausman, Sergi Ferrando (España), 2018

VER EL DISEÑO >

↑↑ Catálogo de la exposición «Futureproof», Frank Chimero (EE. UU.), 2017

VER EL DISEÑO >

↑ Imagen coordinada y logotipo para Dante 6, Buro (Holanda), alrededor de 2016

VER EL DISEÑO >

CONSEJOS

- Jugar con la composición
- Usar como máximo dos fuentes y que la fuente sans serif sea la principal
- Usar diseños simples

Uno de los padres de este planteamiento, llamado **Modernista**, fue **Massimo Vignelli**, que permanecerá siempre en la historia del diseño gráfico por su diseño del plano del metro de Nueva York o por haber diseñado, entre otros, el logotipo de American Airlines y la imagen coordinada para Knoll, rigurosamente con su **fuente preferida, Helvética**.

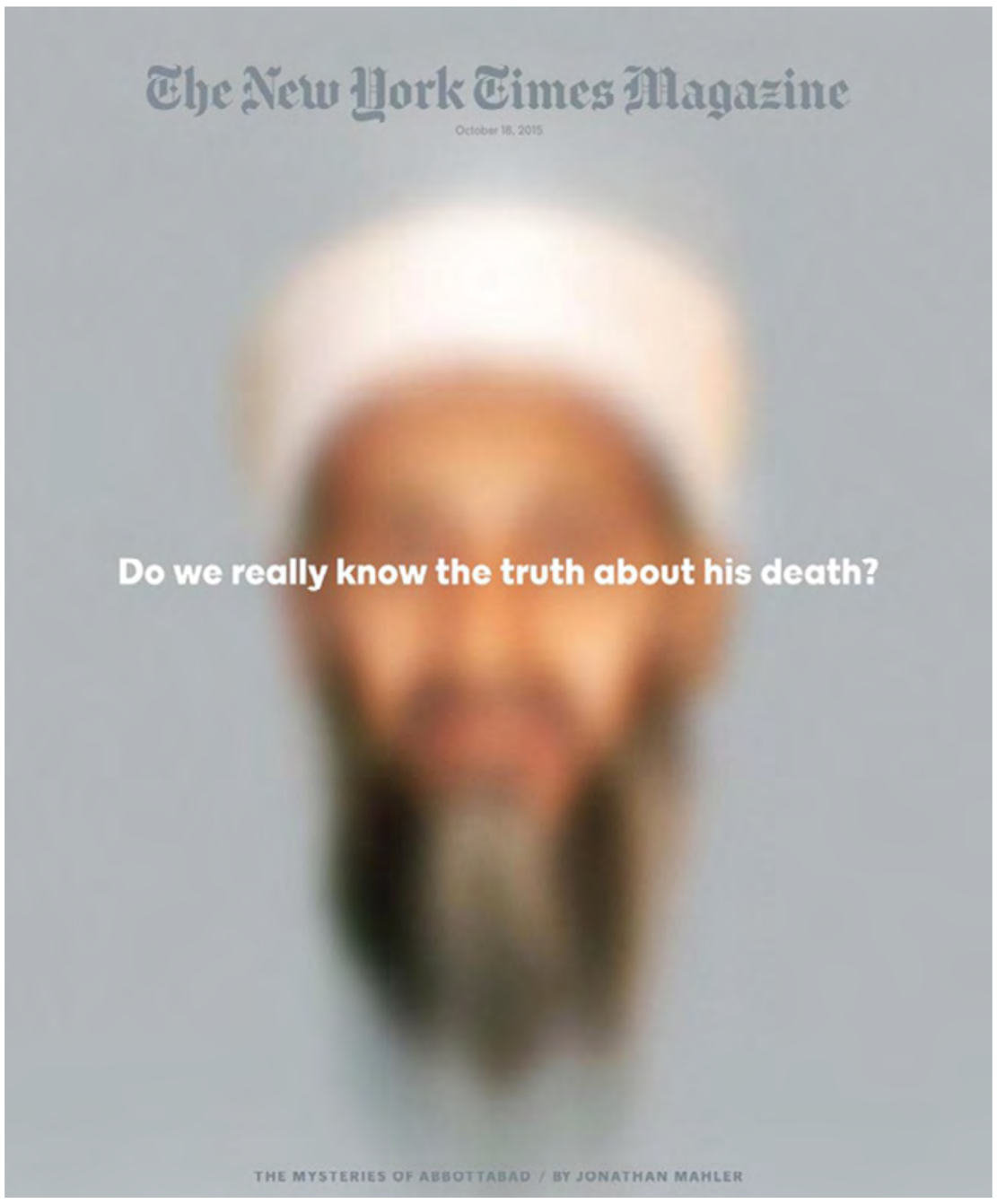
En *The Vignelli Canon* —un *ebook* de consejos para diseñadores gráficos que está publicado gratuitamente y se puede encontrar fácilmente en la web— afirma que el diseño es uno solo y que no existen varios tipos de diseño porque el diseño es un proceso creativo coherente con unos objetivos muy precisos.
Es un tipo de planteamiento del diseño gráfico que parece fácil de entender y utilizar, pero se necesita habilidad, gusto y creatividad para lograr **eliminar lo superfluo y mantener el equilibrio, el rigor y la belleza**.

Este tipo de diseño gráfico se puede gestionar fácilmente con **Adobe Indesign** o **Illustrator**, con **CorelDraw** o con programas de diseño gráfico de código abierto (*open source*) como **Inkscape**.

Son preferibles las fuentes de diseño uniforme que funcionan bien en grande (hay fuentes que tienen estrechamientos e irregularidades en las formas para facilitar su lectura en determinadas situaciones o dimensiones). Es mejor elegir **fuentes famosas** y bien probadas como **Helvética, Futura o Univers**, si se prefieren las sans serif (paloseco o sin remates), o bien **Garamond, Sabon o Goudy** si se prefieren las serif (con remates).
No obstante, puede ser estimulante buscar fuentes de diseño más reciente para caracterizar mejor el proyecto: las posibilidades son muchísimas y las fuentes son innumerables.

MINIMALISMO FOTOGRÁFICO

Dentro de esta corriente de diseño gráfico minimalista, en los últimos años se ha ido desarrollando cada vez más un **diseño gráfico que interactúa con la fotografía**. Y, precisamente por esto, es muy apreciado por las grandes empresas de lujo y de decoración de interiores y por algunas marcas de moda, cosmética y perfumes.
El carácter tipográfico se adapta a los espacios y a los estilos de la imagen fotográfica, en combinaciones sencillas que encuentran su punto fuerte, obviamente, en la **belleza de la fotografía.**
A menudo, se prefieren fuentes elegantes en colores como **el blanco, el dorado y el negro**, para que sean perfectamente **legibles en la fotografía**. Ejemplos de este tipo de diseño gráfico se encuentran fácilmente, como ya se comentó más arriba, en el mundo de la moda y del diseño, en las exposiciones de pintura, en las representaciones teatrales, en las revistas y en las cubiertas de libros.



↑ Portada de *The New York Times*, Ben Grandgenett (EE. UU.), 2015-2016

VER EL DISEÑO >

↑ Portada del álbum *The Next Day* de David Bowie, Jonathan Barnbrook, (Reino Unido), 2013

En este caso, hay una referencia a la carrera de Bowie, porque se muestra cubierto por un aséptico cuadrado blanco el retrato del artista que aparece en la portada del álbum *Heroes*, uno de los más importantes de su carrera.

VER EL DISEÑO >

← Cartel e imagen coordinada para la ciudad de Delft, Rejane dal Bello/Studio Dumbar (Holanda), 2009

Una variante de este tipo de diseño gráfico consiste en eliminar, mediante áreas de color o *collages*, una parte o toda la cara.

VER EL DISEÑO >

↖ Cartel para *Ricardo II*, Jinwooo Lee con el director artístico Jin Jung, Teatro Nacional de Corea, 2014

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel para el Festival Obliques, Formes Vives (Francia), 2013

VER EL DISEÑO >

← Cartel para el Festival Arsène, Brest Brest Brest (Francia), 2016

VER EL DISEÑO >

← Catálogo para Melissa Shoes, Pentagram Design (EE. UU.), 2016

VER EL DISEÑO >

← Cartel para el Bo:m Festival de Seúl, Sulki Min (Corea del Sur), 2013

VER EL DISEÑO >

CONSEJOS

Es importante **elegir el corte de la foto**, que puede añadir dinamismo y carácter al diseño: algunos ejemplos son las portadas de grandes revistas o la imagen coordinada de importantes exposiciones de pintura.
Este tipo de diseño gráfico se puede gestionar fácilmente con **Adobe Photoshop** o **Illustrator**, con **CorelDraw** o con programas de diseño gráfico de código abierto (*open source*) como **Inkscape**.
No existe una regla para elegir las fuentes y la composición, pero se debería tener en cuenta la forma de la foto y sus dinamismos, de manera que el **diseño** se adecue y esté **en sintonía con la imagen**. De lo contrario, se obtendría siempre el efecto de portada de revista, con el texto rígido (encabezado y subtítulos) superpuesto a la imagen.

MINIMALISMO SIMBÓLICO

Una variante de la tendencia minimalista, que todos reconocen como diseño gráfico, es la que podemos definir como «Minimalismo simbólico»: en vez de centrarse en la austeridad de los caracteres tipográficos, **se centra en signos complejos**, desestructuraciones, combinaciones modulares y fuentes cortadas o rotas.
Es una de las tendencias más en boga de los últimos años: los logotipos se dividen en muchos trozos, como si fueran piezas de Lego o Meccano, y se recomponen en diferentes formas.
Los símbolos utilizados suelen ser el resultado de una larga investigación documental sobre el proyecto y sintetizan el espíritu y los caracteres destacados; tienen el poder de evocar y capturar la atención del público por su **misterio**, dado que **un símbolo siempre debe codificarse y comprenderse**.
Uno de los ejemplos más bonitos de los últimos años, y uno de los más misteriosos, es el proyecto relacionado con el último **álbum de David Bowie, *BlackStar***, diseñado por Jonathan Barnbrook. Tras un diseño minimalista, descompuesto y basado en distintos tonos de negro, se añaden **fuentes y símbolos** que constituyen un sistema, **un código exclusivamente para los fans**. Como confirmación de esta idea, el diseñador ha puesto a disposición de quien quiera un set gratuito de la fuente diseñada para el disco.

↑ Portada del álbum *Blackstar* de David Bowie, Jonathan Barnbrook, (Reino Unido), 2015

VER EL DISEÑO >

Se pueden considerar variantes de este estilo aquellos diseños en los que se incorporan **elementos abstractos** (principalmente formas y líneas, a menudo guiños al estilo Memphis) y otros en los que se incorporan **patrones y elementos pop de colores.**

↑ Imagen coordinada para MUDEC, Milán, Studio FM (Italia), 2015

VER EL DISEÑO >

Otro ejemplo es la imagen coordinada del Mudec, Museo delle Culture (Museo de las Culturas) de Milán. La imagen fue diseñada por Studio FM. En este caso, el logotipo del museo es un símbolo que se puede descomponer y recomponer dando vida a muchas variaciones y en varios colores, transmitiendo la idea de una institución verdaderamente abierta a la diversidad y a la interculturalidad.

↖ Cartel para Sagra Musicale Malatestiana, Tassinari Vetta (Italia), 2013

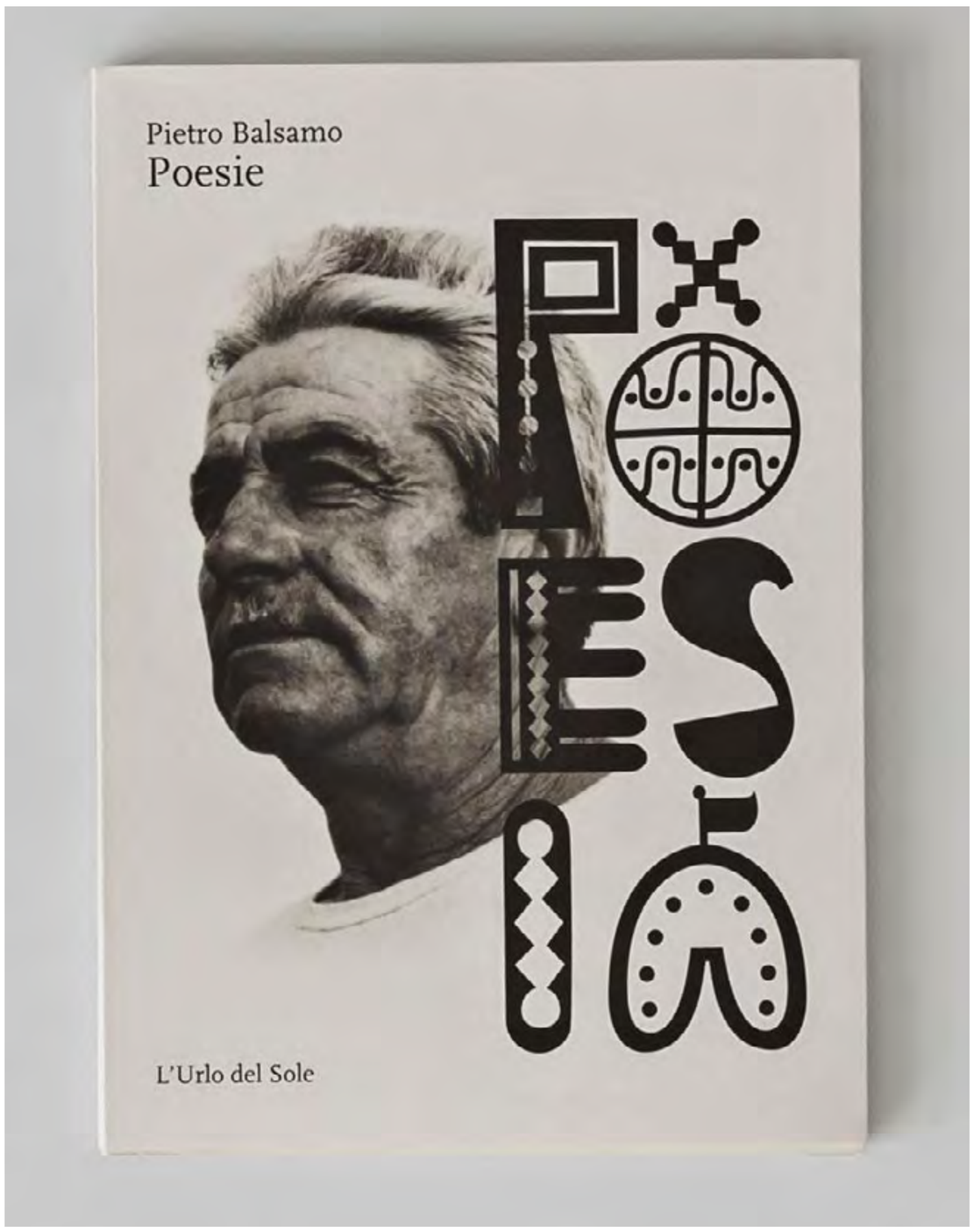
↑ Cartel para el festival Percuotere la Mente, Tassinari Vetta (Italia), 2011

VER EL DISEÑO >

También encontramos un enfoque similar en los trabajos de Studio Tassinari/Vetta y, en particular, en los trabajos cuidados al detalle de Leonardo Sonnoli o en los animados trabajos de Mauro Bubbico.

↑ Cartel para la conferencia «A Letter Doesn't Resemble Anything» en Tipoteca Italiana, edición limitada, (Italia) 2016

VER EL DISEÑO >



↖ Cubierta para *Poesie* de Pietro Balsamo, L'Urlo del Sole, Mauro Bubbico (Italia), 2011

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel creado para el concurso del tercer centenario del nacimiento de Carlo Goldoni, Mauro Bubbico (Italia), 2007

VER EL DISEÑO >

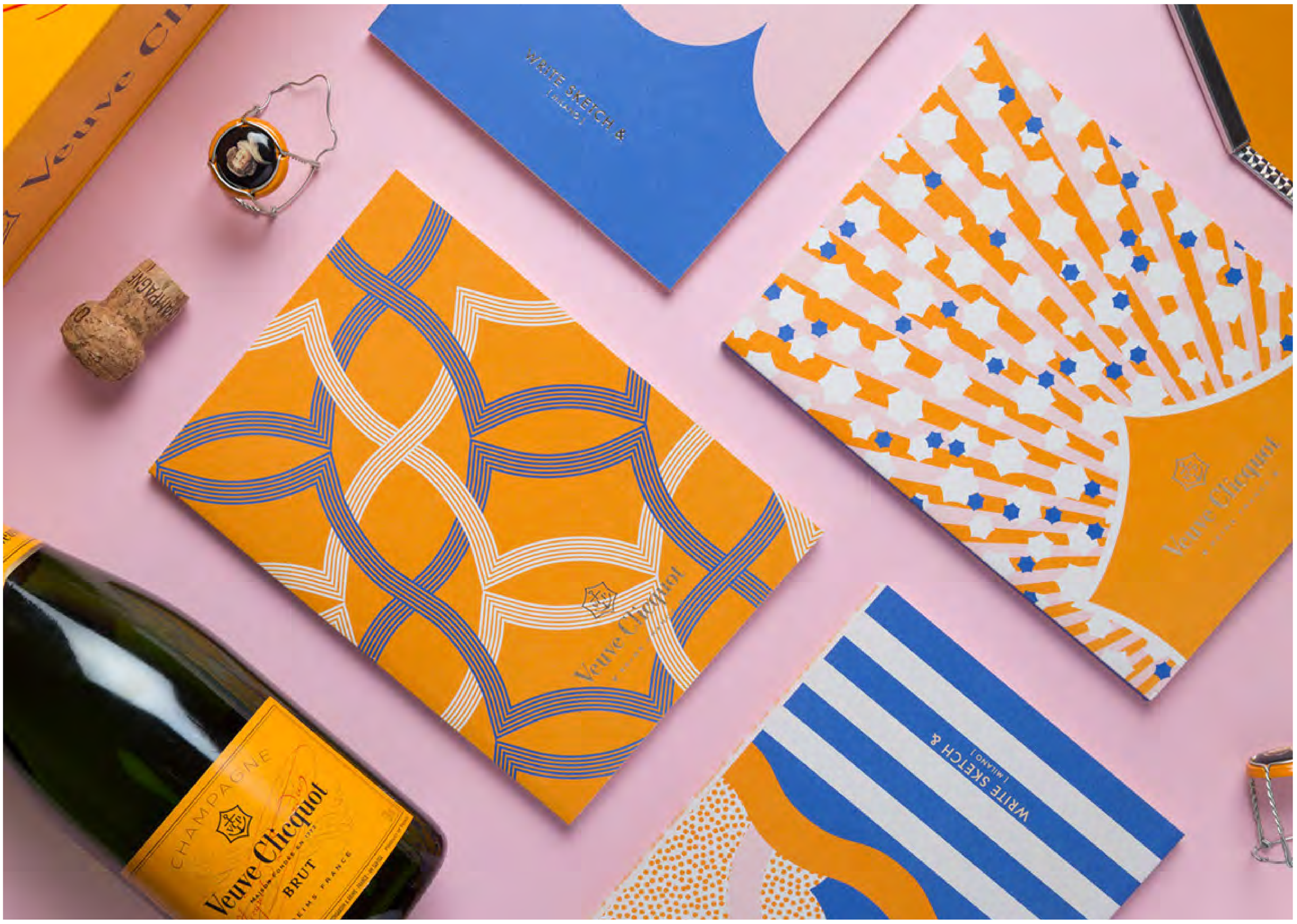
↑ Cartel para el festival Passages Insolites, Jeremy Hall (Canadá), 2016

Aquí se mezcla un uso experimental tipográfico con patrones y elementos ilustrados típicos del estilo orgánico que veremos más adelante.

VER EL DISEÑO >

← Cartel para The Conference, Malmö (Suecia), por Hvass & Hannibal (Dinamarca), 2016

VER EL DISEÑO >



↑ Cuadernos para Vevue Cliquot, OfficeMilano (Italia), 2018

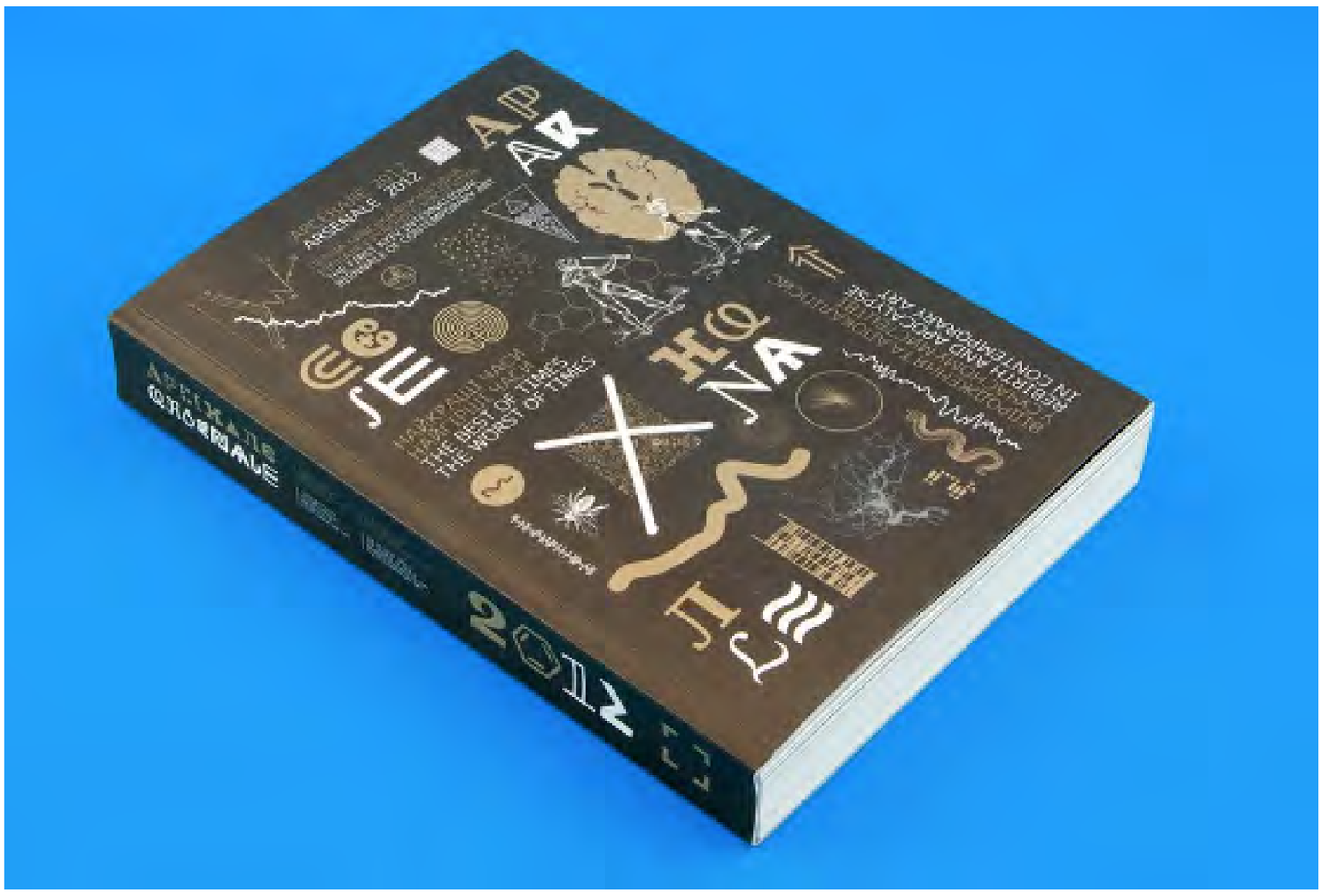
VER EL DISEÑO >

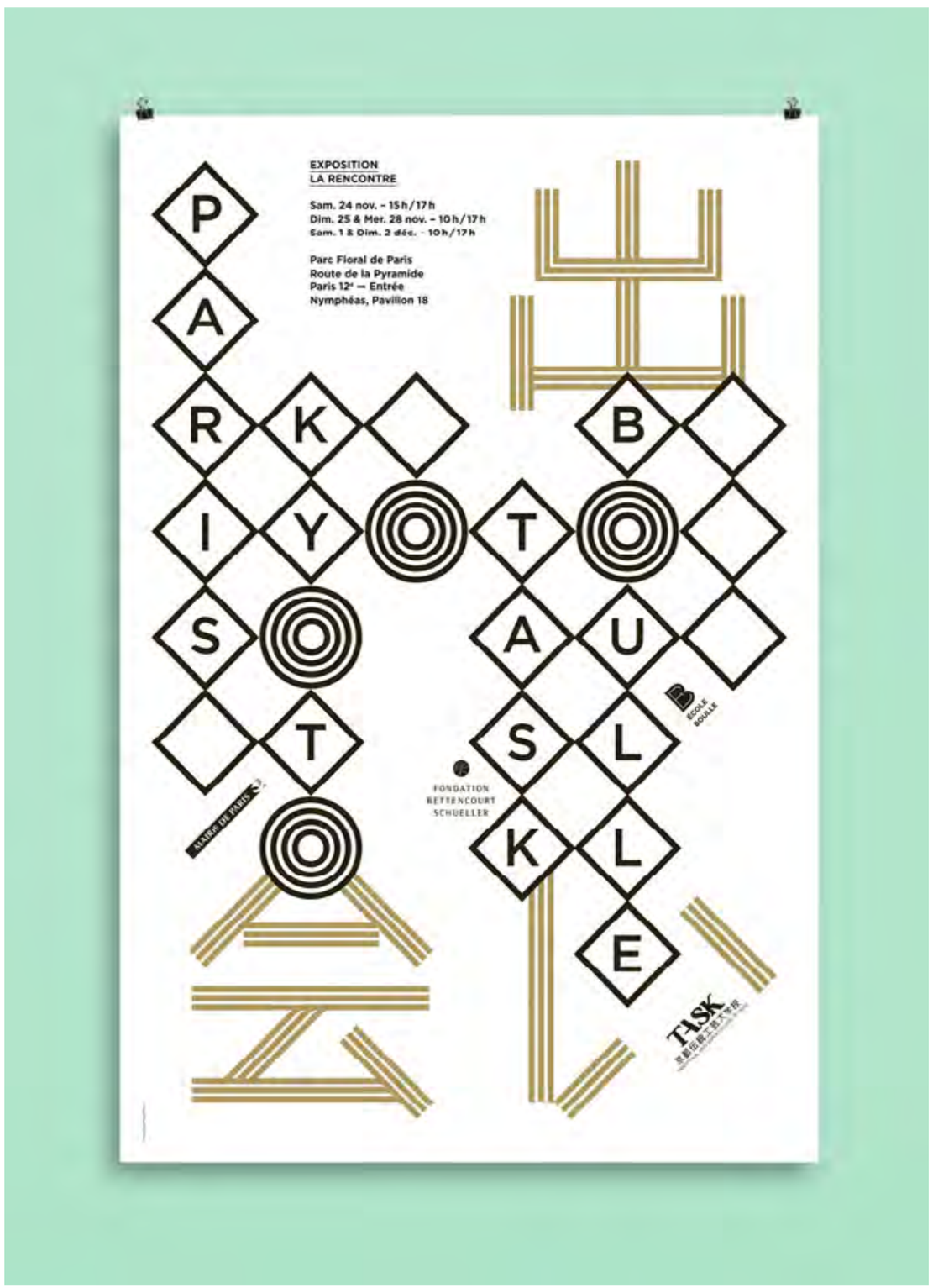
← Imagen coordinada para Manna Noto, Studio La Tigre (Italia), 2014

VER EL DISEÑO >

CONSEJOS

Para aprender a usar símbolos y caracteres tipográficos de forma correcta, es importante conocerlos y estudiarlos, comprender sus significados y sus orígenes. El carácter tipográfico puede descomponerse, transformarse y recomponerse utilizando programas de diseño gráfico vectorial como **Adobe Illustrator, CorelDraw o Inkscape.**





↖ Catálogo de Mystetskyi Arsenal, Jonathan Barnbrook, (Reino Unido), 2012

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel, Katya Velkova (Bulgaria), 2013

VER EL DISEÑO >

← Cartel para la exposición «París-Tokio», Atelier Müesli (Francia), 2012

VER EL DISEÑO >

TIPOGRAFÍA (*VINTAGE* Y TRADICIONAL)

En el fondo, el diseño gráfico es, sobre todo, **tipografía**: el uso de caracteres y la organización en cuadrículas, como ya se ha mostrado en la sección del diseño gráfico minimalista. Sin embargo, existe otra forma más imaginativa y, a menudo, redundante de usar la tipografía —incluso a pesar de las leyes más normales del sentido común—, en la que se utilizan más de tres (!) fuentes en un mismo diseño. Es un tipo de diseño gráfico que recuerda a los rótulos de los antiguos negocios, al *packaging* de principios del siglo pasado, a los pósteres e incluso a los carteles del período victoriano: en una palabra, ***vintage***.
No son solo **las fuentes** elegidas lo que marca la diferencia, sino también **los colores tenues y pastel, la ausencia de fotografías** y el uso de algún **dibujo trazado** en lugar de ilustraciones.

A algunos estudios gráficos, sobre todo estadounidenses, les encanta este tipo de diseño gráfico y recuperan el estilo que tan de moda estaba hace cien años en la vieja Europa, llena de talentosos artistas de carteles, modernizándolo gracias al uso de programas de *software* vectorial y de la extrema precisión de la que son capaces los ordenadores.
Este tipo de diseño puede considerarse próximo e incluso solapado a veces con la tendencia que en este *ebook* denominamos «Lettering a mano».

← Imagen coordinada para Brasserie Balthazar, Mucca Design (EE. UU./Italia), 2006

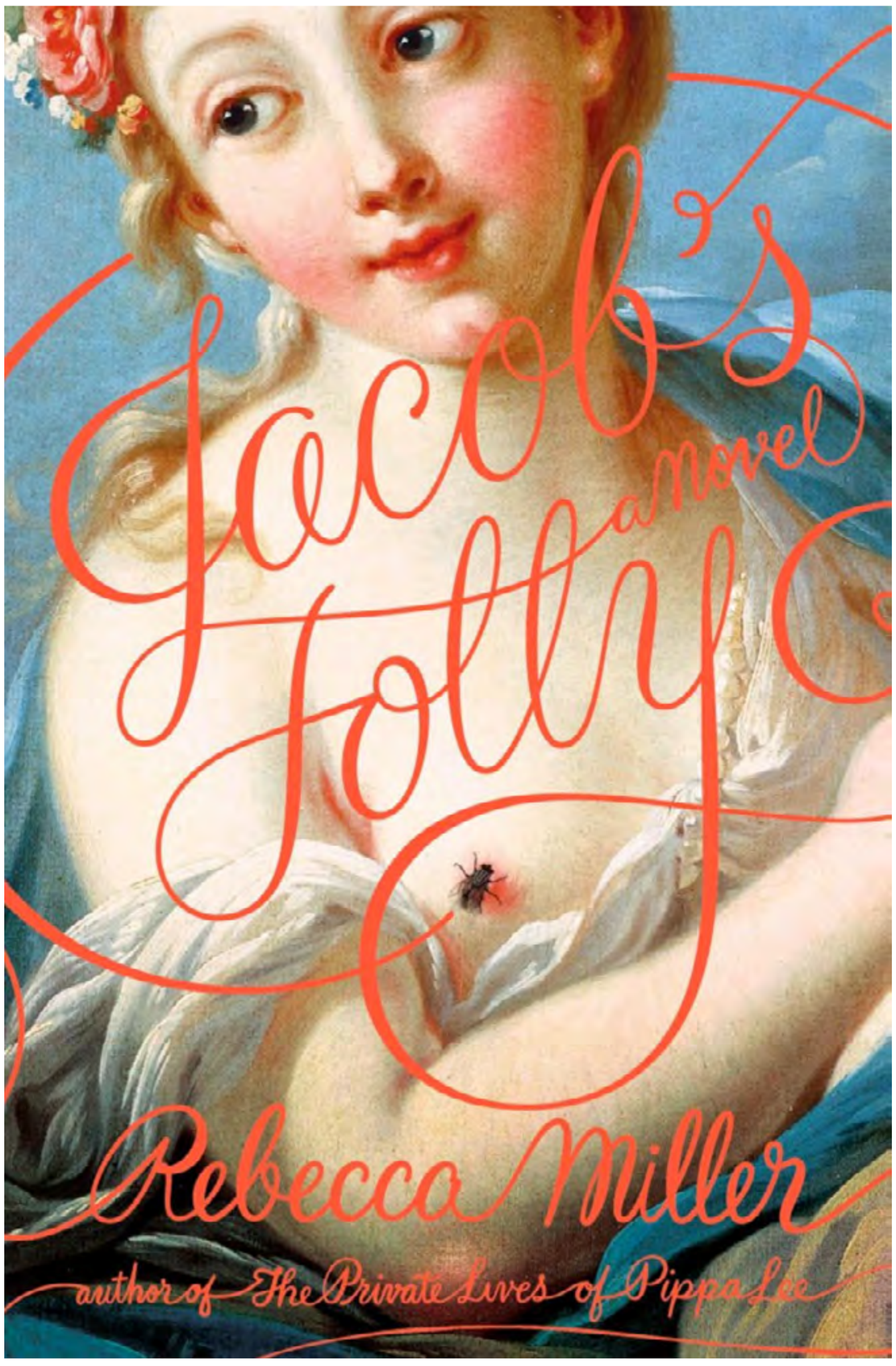
VER EL DISEÑO >

↑ Diseño editorial para Rizzoli RCS, Mucca Design (EE. UU./Italia), 2009

VER EL DISEÑO >

← Imagen coordinada para L'arte del Gelato, Louise Fili (EE. UU.), alrededor de 2013

VER EL DISEÑO >



CONSEJOS

Buscar los caracteres adecuados, rellenar elegantemente los espacios del diseño y aplicar texturas para dar un aspecto envejecido al producto (para esto van de lujo fotografías de viejos papeles amarillentos).

↖ Cubierta para la editorial FSG Books, Jessica Hische (EE. UU.), 2013

↑↑ Pegatinas para Monarchia Matt, Louise Fili (EE. UU.), alrededor de 2009

VER EL DISEÑO >

4.2. Diseño gráfico decorativo

ORGÁNICO

Es un tipo de diseño gráfico que, gracias a programas de *software* de diseño como Illustrator, se está imponiendo cada vez más y se lleva utilizando mucho en los últimos 10 años.
Las **formas** ya no son geométricas, sino **redondeadas**; los **colores, extravagantes** con **combinaciones arriesgadas** y brillantes, y a veces se usan difuminados y degradados. En algunos casos, se usan **formas abstractas**; en otros casos, nos recuerda a un **mundo celular o microscópico**.
Un ejemplo sorprendente de este tipo de planteamiento es el cambio de imagen de la colosal empresa farmacéutica alemana Merck, realizado por Futurebrand.
Teniendo en cuenta que el sector farmacéutico es profundamente conservador desde el punto de vista de la comunicación visual, el resultado es una imagen coordinada muy innovadora que nos transporta al mundo del estilo pop, con elementos muy coloridos que, a su vez, nos recuerdan al mundo de la química.

↑ Imagen coordinada para Merck, Futurebrand (Italia), 2015

VER EL DISEÑO >

Un clásico de este tipo de planteamiento son los anuncios y el diseño gráfico típicamente brasileño de las sandalias Havaianas, con ilustraciones exuberantes y coloridas como selvas.

↑↑ Carteles publicitarios para Havaianas, Almap BBDO (Brasil), alrededor de 2017

↑ Imagen coordinada para la cerveza Masika, Emanuele Serra (Italia), 2018

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel para Secret Society, Liam Madden (Irlanda), 2016

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel, Jane Bodil (Francia), 2015

VER EL DISEÑO >

Una variante de este estilo incluye el uso de **formas y signos abstractos**, y se utiliza a menudo para festivales y eventos musicales relacionados especialmente con la cultura de las discotecas y la música electrónica. Se trata de un estilo muy parecido al que anteriormente hemos llamado «Minimalismo simbólico».

TROPICALISMO (O FLORALISMO)

Esta tendencia se ha hecho cada vez más popular en los **últimos años**, hasta el punto de suponer una buena parte de toda la producción gráfica: tanto que es utilizada incluso por las empresas de ropa más populares. Podemos definir este planteamiento como **diseño gráfico tropical o floral** y parece ser una variación del planteamiento minimalista: los caracteres tipográficos, y a menudo también los otros elementos gráficos, se entrelazan con imágenes de vegetaciones exuberantes o de coloridas aves.
En general, las imágenes provienen de colecciones de ilustraciones botánicas y de naturaleza o de viejas impresiones recuperadas, creando una elegante combinación entre viejo y nuevo, entre **dibujos y diseño minimalista** (mucho blanco, bordes gruesos, formas geométricas y fuentes sans serif con texto en mayúsculas).

← Cartel para Oslo Design Fair, Bielke&Yang (Noruega), 2016

VER EL DISEÑO >

CONSEJOS

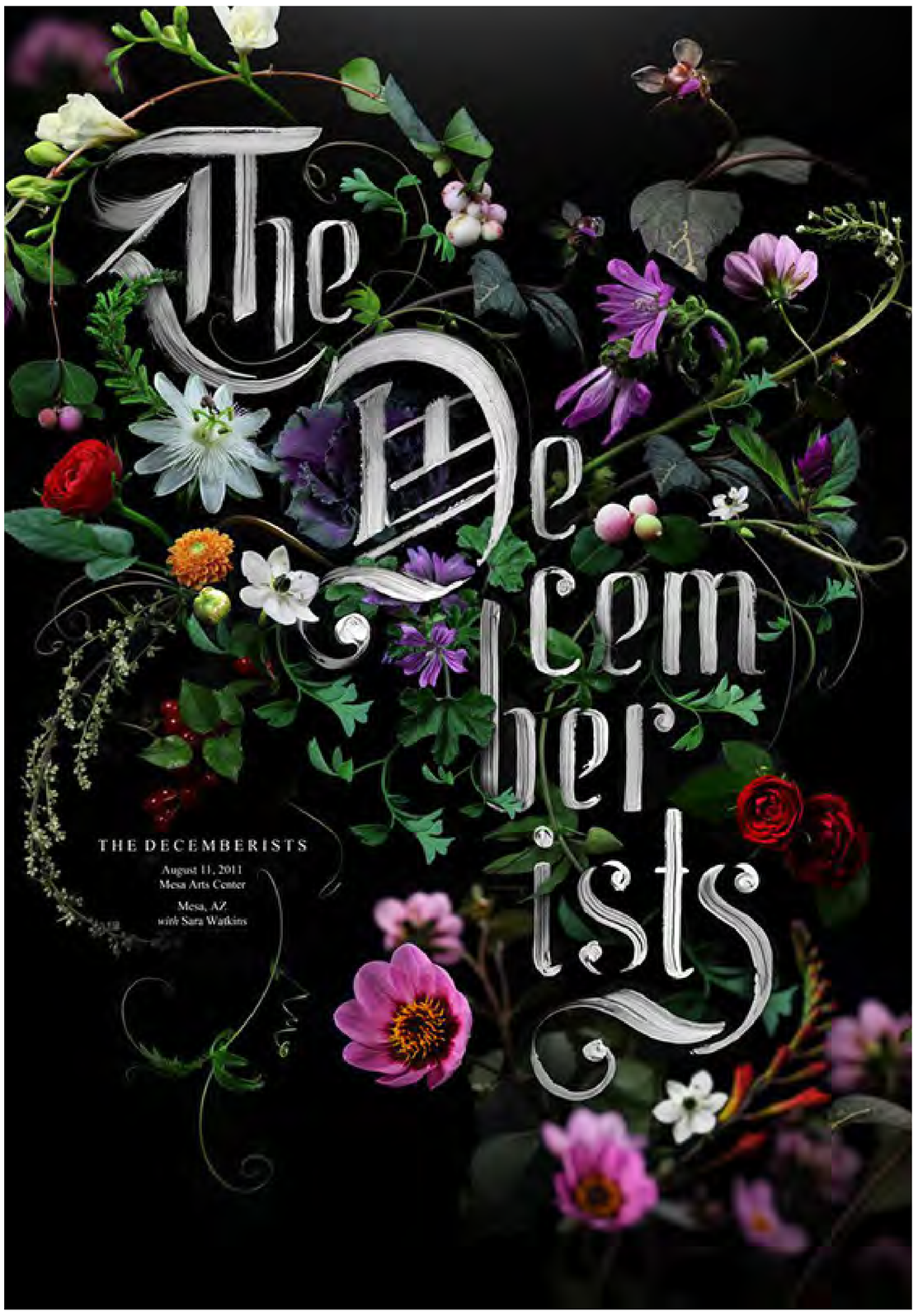
Elegir siempre imágenes bonitas: son las que marcarán la diferencia. Una flor o un pájaro mal diseñados arruinarán la elegancia de este tipo de diseño gráfico.
Otro consejo es que no se exagere con la cantidad de elementos presentes: mejor pocos pero bonitos.

↖ Cartel para ING Talks, ING (Dubái), 2014

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel para «Rendez-Vous aux Jardins», Studio Des Signes (Francia), 2013

VER EL DISEÑO >



↖ Cubierta de libro, Ambo Anthos (Holanda).

↑ Cartel para un concierto de The Decemberists, Sean Freeman (Reino Unido), 2011

VER EL DISEÑO >

← Cartel para la exposición de flores de Macy's, Alexis Elisa Caban (EE. UU.), 2015

VER EL DISEÑO >

Los últimos dos ejemplos de este tipo de diseño gráfico muestran cómo se puede usar también con ***lettering* hecho a mano** o con *collages* e **imágenes muy barrocas** y llenas de detalles. En ambos casos, los caracteres y los elementos gráficos están reducidos al mínimo y tratan de jugar al escondite, en la medida de lo posible, con los elementos de la imagen.

↑ Libro e imagen coordinada para *Wowman*, Keson (Taiwán), 2016

VER EL DISEÑO >

4.3 Diseño gráfico hecho a mano

En un mundo cada vez más tecnológico y digital, se vuelve a apreciar **el enfoque manual y artesanal**, a menudo obtenido mezclando lo analógico y lo digital, o usando herramientas digitales para que los diseños parezcan hechos de forma artesanal.
El riesgo y el límite de un uso excesivo de las herramientas digitales siempre está a la vuelta de la esquina; la comunicación se vuelve fría y saturada y el público anhela un retorno a la naturalidad, a lo orgánico, lo inarmónico y lo asimétrico. En un mundo demasiado perfecto, **se busca la imperfección** que pueda atestiguar la intervención humana, que muestre que detrás de la tecnología todavía hay **creatividad humana**.
¿Cuántas veces personas corrientes que no entienden de diseño gráfico ni de fotografía tienen la impresión de que con el ordenador se puede hacer de todo y, sobre todo, que todo se hace con el ordenador? Curiosamente, se ha perdido la confianza en la precisión y en la exactitud del trabajo manual, de manera que lo que es muy preciso, ordenado y simétrico se percibe como tecnológico e industrial, y lo que no lo es se percibe como humano y artesanal.
En esta parte del *ebook* exploraremos **las tendencias del diseño gráfico** contemporáneo que incluyen, engloban y **usan la decoración**, la artesanía y **lo hecho a mano**.
Y descubriremos que no son pocas y, sobre todo, que consiguen resultados estéticos extraordinarios y de gran impacto.

ILUSTRADO (DISEÑO ILUSTRATIVO)

Combinar ilustración y diseño gráfico es posiblemente la tendencia más antigua que existe: el diseñador gráfico de hace más de un siglo se ocupaba de dibujar y de crear solo imágenes. Es el tipo de diseño gráfico que deriva de los diseñadores de pósteres de principios del siglo XX y continúa hasta nuestros días, ocupándose sobre todo de ámbitos de promoción cultural y artística. Se pueden considerar seguidores de esta tendencia a muchos diseñadores de pósteres, a algunos que se dedican a las cubiertas de libros y a ilustradores capaces de hacer diseño gráfico.
Los caracteres tipográficos están ligados a la parte ilustrada

en composiciones a menudo complicadas. En realidad, este tipo de planteamiento se encuentra en muchas secciones de este *ebook*, allí donde haya una construcción combinada y complementaria por parte del diseñador, tanto de la imagen como del diseño gráfico o del *lettering* a mano.

CONSEJOS

Lo más difícil para quien se enfrenta a este estilo es que la **parte ilustrada no se superponga al diseño** y que el **diseño esté a la altura** de la ilustración. El riesgo está en que una buena ilustración vaya acompañada de elecciones gráficas torpes.
No hay límite en cuanto a los programas de *software* que se pueden usar para hacer ilustraciones, lo que no significa que este tipo de diseño gráfico se realice totalmente en soporte digital.

↖ **Cartel para el Austin City Limits Festival, Non-Verbal Club (Portugal), 2014**

VER EL DISEÑO >

↑ **Cartel para el Guimaraes Jazz Festival, Non-Verbal Club (Portugal), 2012**

VER EL DISEÑO >

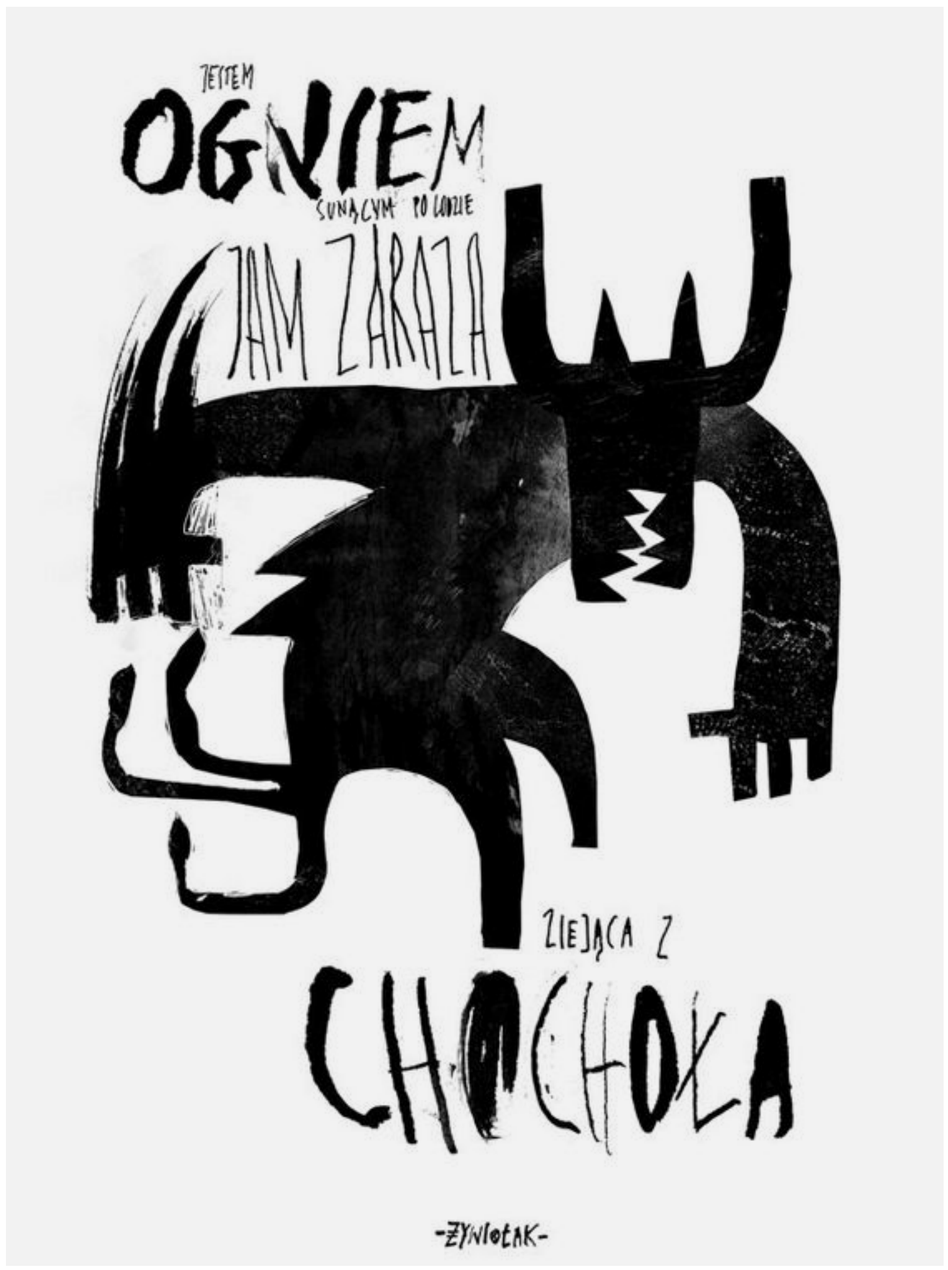
LETTERING A MANO

Por *lettering a mano* se entienden textos hechos a mano: en este tipo de diseño gráfico no se usan fuentes, sino que **se escriben a mano los caracteres** y, a menudo, también los demás elementos del diseño (líneas, cajas, iconos, etc.). Es necesario saber dibujar los caracteres a mano para poder aventurarse en esta forma de hacer diseño gráfico, **a medio camino entre la caligrafía y la ilustración.**

En algunos ejemplos que vamos a ver a continuación, el *lettering* a mano se ha convertido en imagen vectorial y, por tanto, el resultado es más preciso y simétrico, mientras que en otros está claramente realizado con herramientas de dibujo o de pintura, haciendo el diseño más inmediato o menos pulido.

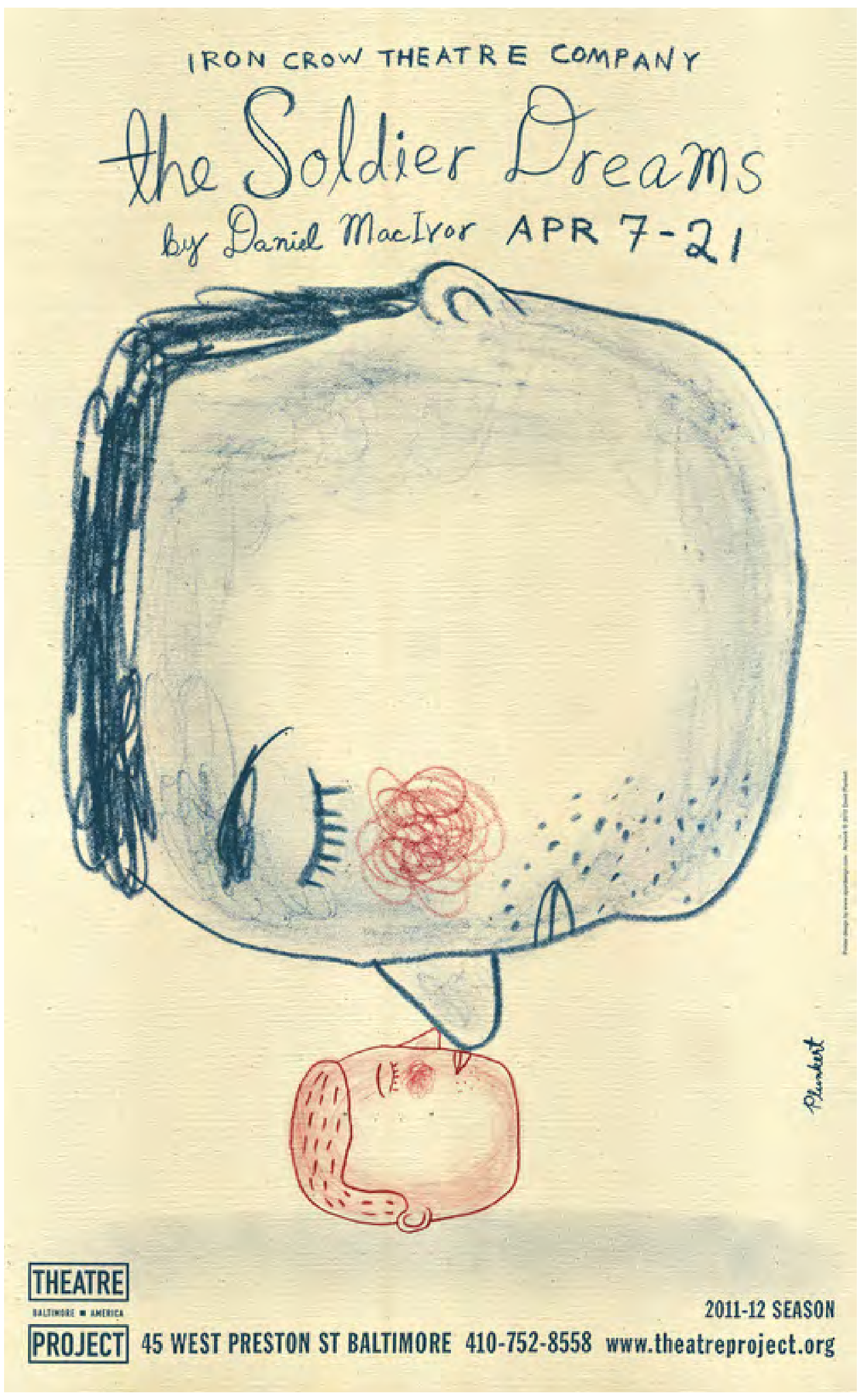
El *lettering* a mano tiene la gran ventaja de que puede rellenar todos los espacios, es flexible y puede adaptarse a cualquier diseño; gusta mucho por su **aspecto familiar** que nos lleva a un mundo ideal pretecnológico en el que la artesanía era un valor.

Una de las subtendencias más de moda en este género de diseño gráfico es la relacionada con la **estética *vintage* y *hipster***, que nos recuerda a un tipo de lettering «popular» con el que todavía hoy en Estados Unidos se realizan carteles, pósteres u objetos decorados de cualquier tipo.



← Cartel para una representación teatral, David Plunkert (EE. UU.), 2011-2013

VER EL DISEÑO >



CONSEJOS

Realizar siempre los **bocetos con bolígrafo o lápiz en papel, escanearlos** después y, por último, transferirlos a un programa de diseño gráfico vectorial, **convirtiendo el *lettering* en imagen vectorial** para poder **pulirlo digitalmente**, quitando las imperfecciones demasiado marcadas, alineando de manera coherente las letras, gestionando el grosor de las líneas y, obviamente, coloreándolo.

↖ ↑ Cartel para representaciones teatrales, David Plunkert (EE. UU.), 2011-2013

↖ Cartel para *The Soldier Dreams*, David Plunkert (EE. UU.), 2011-2012

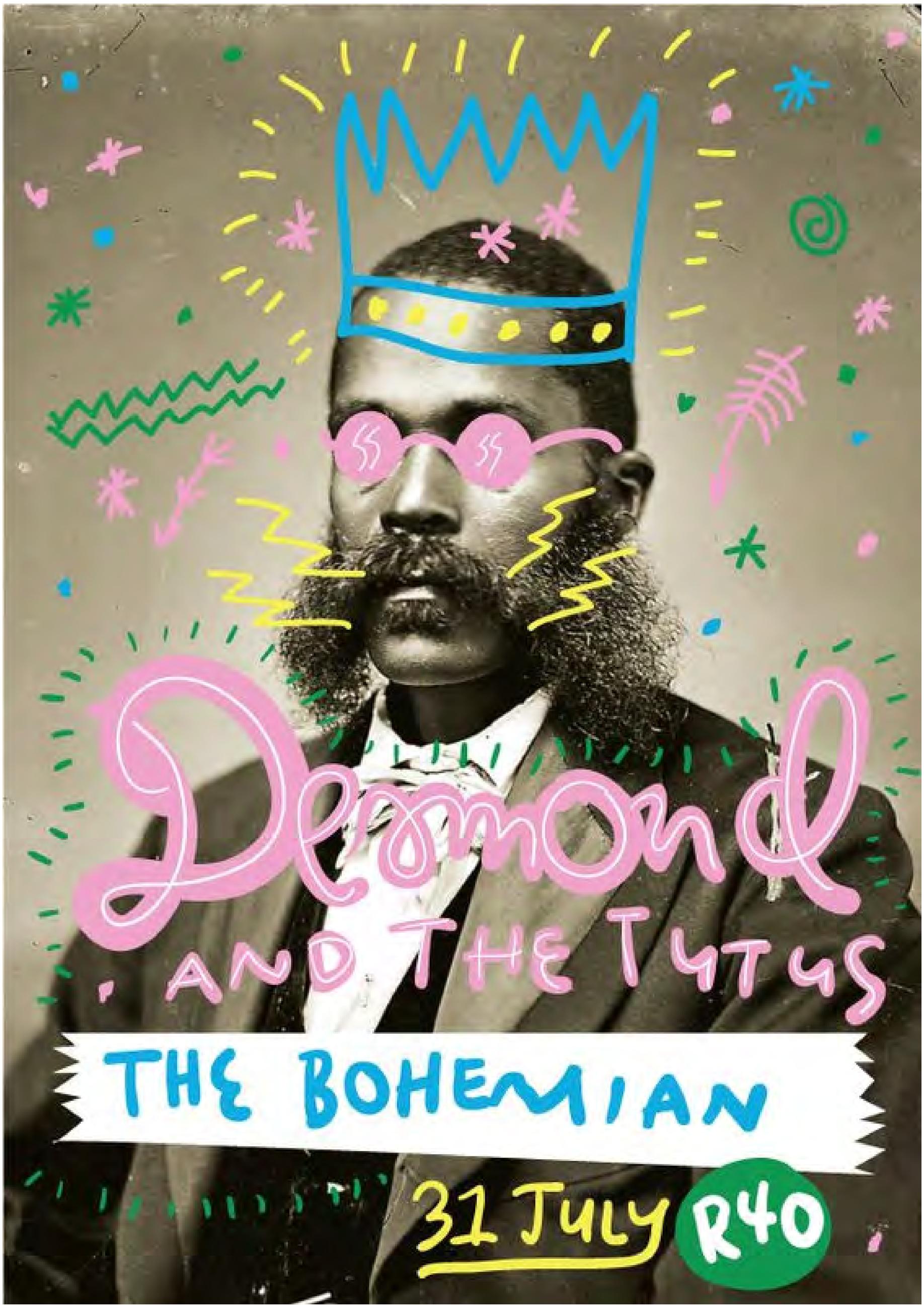
VER EL DISEÑO >

↖ *Torment/ Cement-NY,* Doug Alves (Brasil), 2015

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel para *Detachment (Indiferencia)*, Showbeast (EE. UU.), 2011

VER EL DISEÑO >



↑ Cartel para un concierto, Shane Durrant (Sudáfrica), alrededor de 2010

VER EL DISEÑO >

OBJETOS ENCONTRADOS

El diseño gráfico siempre ha amado **los objetos**, sobre todo en el diseño de pósteres y cubiertas de libros. Los objetos más dispares se fotografían (o escanean) y se incorporan al proyecto de diseño gráfico. De hecho, son ellos los protagonistas del diseño.
En algunos casos, se utilizan objetos coherentes con el diseño (para crear una asociación de ideas o, al contrario, para generar sorpresa o extrañeza); en otros casos, los objetos se construyen, montan o modifican expresamente, sobre todo usando Photoshop para aumentar el efecto chocante y extraño de la imagen.
Este tipo de planteamiento se usa mucho en el ámbito cultural y, en los últimos años, cada vez menos en el ámbito publicitario y editorial.

↑ **Cartel para AIGA Colorado, Stefan Sagmeister (Austria/EE. UU.), 2008**

VER EL DISEÑO >

↖↑← Cartel para un festival y teatro, Isidro Ferrer (España), 2011-2015

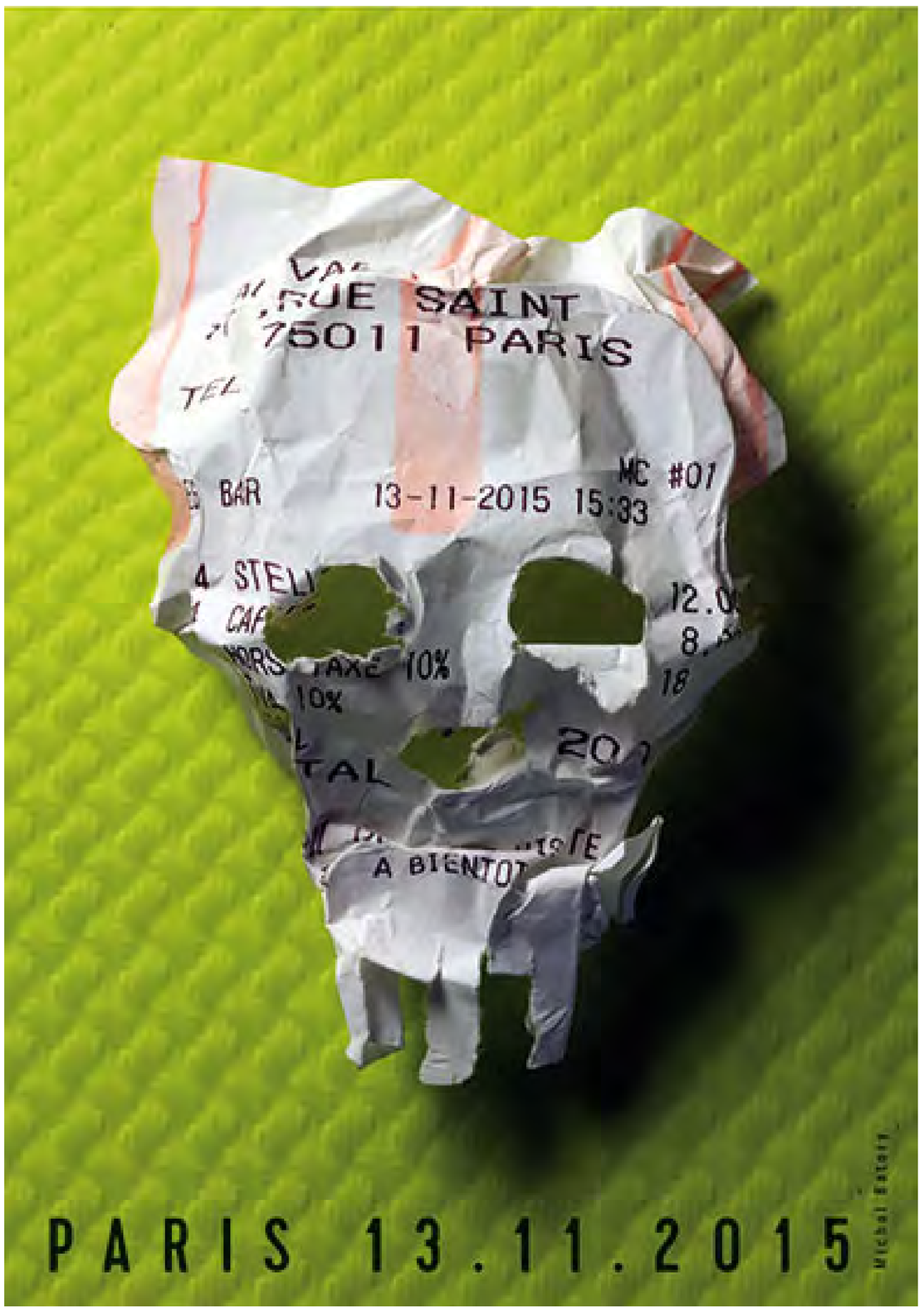
VER EL DISEÑO >

CONSEJOS

Asegurarse de hacer una buena sesión fotográfica con una buena cámara y luces adecuadas para la iluminación del objeto. Otro consejo es tratar de usar siempre que se pueda **sombras naturales** y, por tanto, utilizar las de la fotografía, evitando intervenciones de posproducción que puedan crear un efecto postizo (generalmente, mediante contornos imprecisos y sombras reconstruidas de forma demasiado regular).
A diferencia de hace algunos años, ahora se pueden crear imágenes con objetos encontrados en cualquier sitio usando como cámara fotográfica nuestros *smartphones* o iPhones (siempre que sus objetivos tengan una buena resolución). En este caso, es importante **definir el tamaño de la imagen** de la sesión fotográfica de forma que tenga un tamaño compatible con las dimensiones de impresión que se quieran usar.

↑ **Cartel para un festival y teatro, Isidro Ferrer (España), 2011-2015**

VER EL DISEÑO >

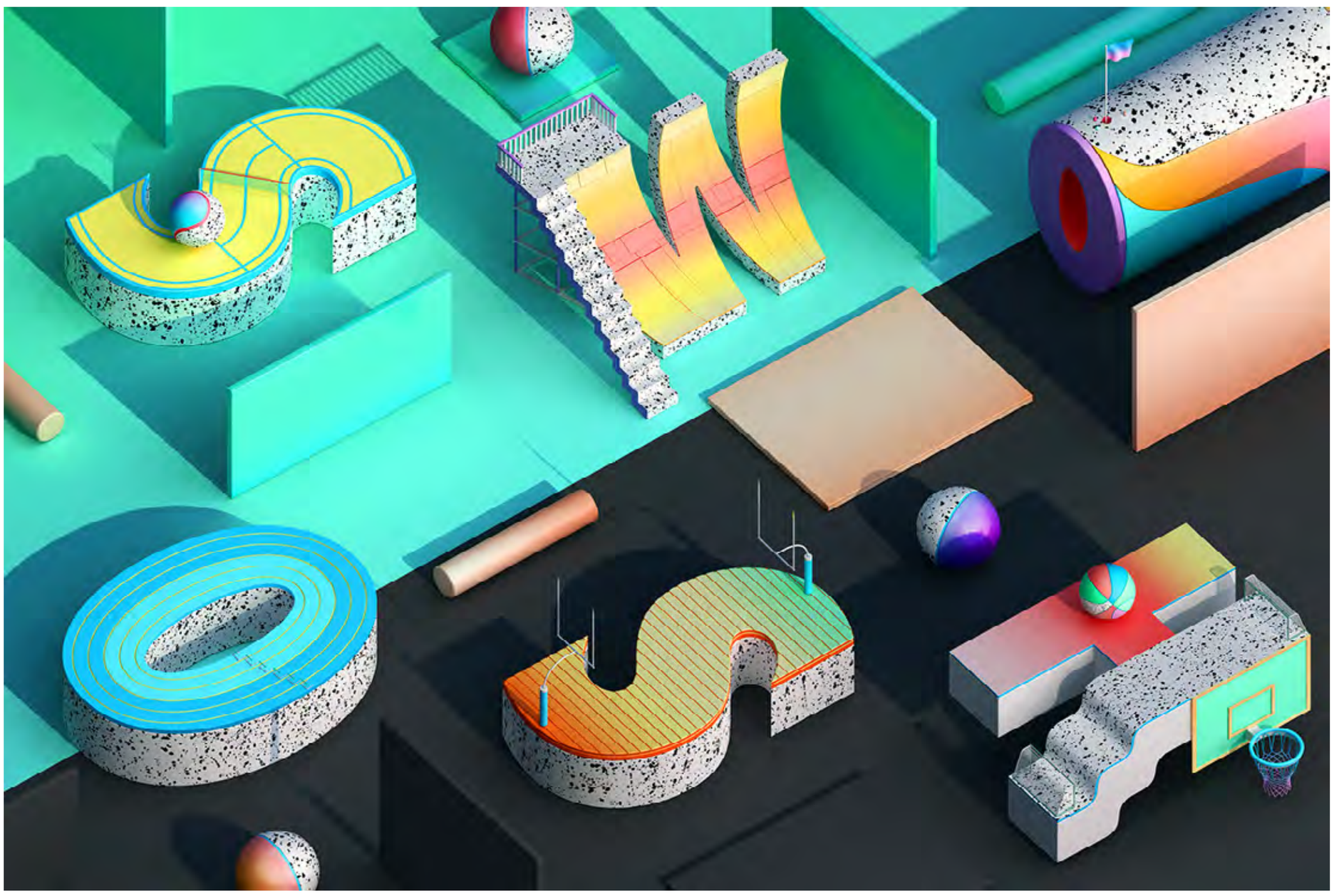


↖↑ Cartel para un festival, Michal Batory (Polonia), 2015

VER EL DISEÑO >

DISEÑO GRÁFICO EN 3D

Este tipo de planteamiento parece estar más relacionado con las imágenes incluidas en los diseños gráficos que con el diseño gráfico en sí. Podría ser una subtendencia del diseño gráfico con ilustraciones o del diseño gráfico tipográfico, pero utiliza de forma marcada el 3D y su estética.
En los últimos años, para obtener imágenes con este efecto se utilizan tanto programas de *software* de modelado 3D como modelos reales fotografiados (de papel, madera, plástico, etc.), de modo que a veces es difícil distinguir el uno del otro.
Por lo general, este tipo de diseño gráfico es muy colorido y muy a menudo utiliza elementos abstractos u orgánicos.
No es adecuado para comunicaciones informativas, pero se presta bien a la **publicidad** y la creación de **pósteres** para festivales y eventos musicales.



↑ *3D Type Collection 1,* Ilovedust (Reino Unido), 2017

VER EL DISEÑO >

↑ Cartel para *We are the 90's*, Alexis Persani (Francia), 2017

VER EL DISEÑO >

↖ Portada para *Album by Shortlist* de CB news, Benoit Challand (Francia), 2017

VER EL DISEÑO >

↑ **Imagen coordinada para los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, Fred Gelli/Tàtil (Brasil), 2015**

VER EL DISEÑO >

CONSEJOS

Aprender a manejar los programas de *software* de modelado 3D más sencillos (como los gratuitos **Blender y SketchUp**) y las herramientas 3D de **Photoshop e Illustrator**. Y luego saber situar en el contexto correcto (composición del diseño y uso de colores y *lettering*) la imagen obtenida.

No hace falta pasarse con los detalles o el realismo: incluso utilizando cualquier forma (geométrica, orgánica o inventada) se obtiene un resultado interesante. De hecho, el efecto realista de los maquetas en 3D se debe al cálculo correcto de la vista en perspectiva, al ángulo y a la extensión de las sombras.

Por tanto, incluso el sencillo modelo en 3D de una esfera puede crear resultados interesantes en un proyecto de diseño gráfico.

DISEÑO GRÁFICO ARTESANAL EN 3D

Al final, todo gira en torno al 3D: recortar el papel, construir maquetas, ilustraciones, *lettering* y fotografiarlos es un método artesanal y manual alternativo al modelado tridimensional. A pesar de la limpieza y precisión de los modelos, difícilmente distinguibles de un cierto tipo de diseño gráfico generado en digital, el papel tiene un no sé qué «humano», cálido y divertido que todavía no ha logrado el medio digital.
Existen muchas muestras de este tipo de diseño gráfico/ilustración: algunos montan sus maquetas tridimensionales después de haberlas diseñado, otros crean composiciones elaboradas solamente recortando el papel y otros todavía intentan reproducir estos efectos con el medio digital.

↑ Campaña para Pro Delight, Hochburg Design (Alemania), 2017

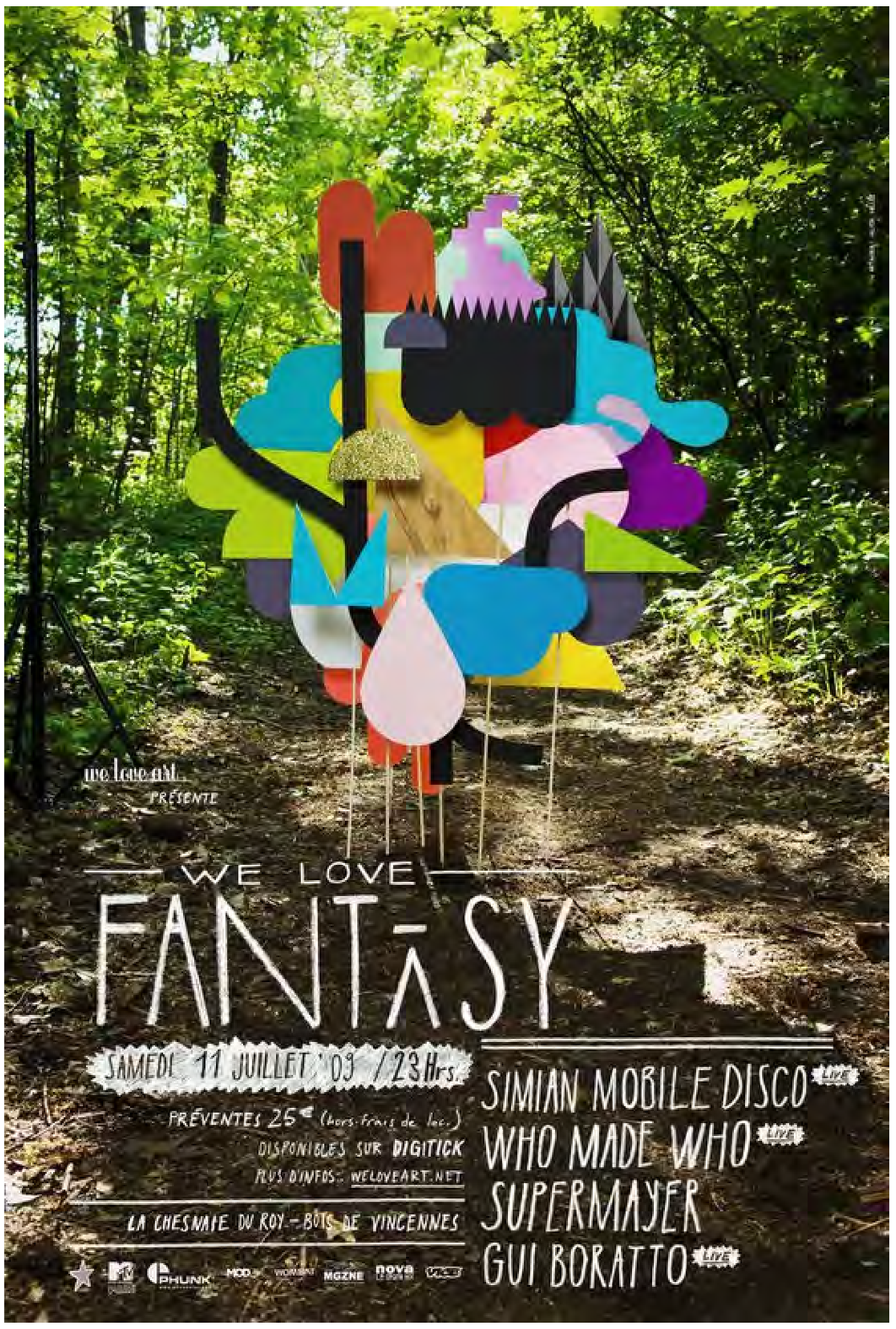
VER EL DISEÑO >

↑ Cartel para el festival Fête du Livre de Villeurbanne, Louis Rigaud (Francia), 2013

VER EL DISEÑO >

↖ Diseño gráfico, Vault49 (EE. UU.)

VER EL DISEÑO >



↑ Cartel para *We love fantasy*, Julien Valee (Canadá), 2009

VER EL DISEÑO >

↖ Cartel para Hyundai Lab, Happycentro (Italia), 2012

VER EL DISEÑO >

↖↑↑ **Campaña para The Malmö Festival, Snask (Suecia), 2013**

VER EL DISEÑO >

CONSEJOS

Armarse de **tijeras, papel, pegamento, precisión**, mucha buena voluntad y una buena **cámara fotográfica**. La alternativa es tratar de reproducir estos efectos con **Illustrator y Photoshop**: un uso inteligente de formas, colores y, sobre todo, sombras puede contribuir a un buen resultado. De hecho, las formas regulares de los recortes y los modelos de papel producen incluso sombras regulares y, por lo tanto, se pueden reproducir bien en formato digital.

4.4 Diseño gráfico híbrido

También existe un tipo de diseño gráfico que trata de mezclar todo («todo todo»).
Está en el extremo opuesto del minimalismo, dado que es redundante, bulímico, barroco y, a veces, caótico.
Puede recordar a las estéticas *underground* y alternativas o más al pop.
Puede ser inquietante o divertido. Puede ser elegante o bellamente caótico.
No son muchos los diseñadores que se atreven con este tipo de método, pero por suerte sigue sobreviviendo, en un mundo tan dominado por la tecnología y las competencias digitales.

CONSEJOS

Ninguno. Todo está permitido.

← Portada para *The New York Times Magazine*, Sagmeister & Walsh (EE. UU.), 2017

↓ Campaña para Frooti, Sagmeister & Walsh (EE. UU.), 2015

VER EL DISEÑO >

↑ Proyecto fotográfico «Having Guts Always Works Out For Me», Sagmeister & Walsh (EE. UU.), 2017

VER EL DISEÑO >

5. Conclusiones
CONSEJOS PARA UNA APLICACIÓN MÁS CREATIVA DE LA DISCIPLINA

No hay un solo tipo de diseño gráfico: podemos imaginar que existe un tipo de diseño gráfico por cada individuo que lo crea. En realidad, los caminos recorridos por el diseño gráfico en su historia son bien visibles y en los últimos años la tecnología ha fomentado mezclas de todo tipo, pero también un impulso hacia el redescubrimiento de métodos analógicos, artesanales y no tecnológicos, como ya se ha comentado antes.
El **diseño gráfico contemporáneo** es todo esto y mucho más: se nutre continuamente de todo lo que es producido por el arte, las culturas y las contraculturas, las modas y las rebeliones. Toda la cultura visual es citada, revisada y transformada por el diseño gráfico moderno.
Por ello, es necesario que quien se dedique al diseño gráfico observe, estudie y archive todo lo que pueda del mundo de la cultura visual. Gracias a la Web, hay disponibles miles de imágenes realizadas por una multitud de artistas y diseñadores.

El primer consejo es **crear archivos para encontrar inspiración, ideas y estímulos** usando plataformas como **Pinterest** o aplicaciones como **Diigo**.

El segundo es **experimentar** algo nuevo y diferente en cada trabajo que se realiza, aunque solo sea un pequeño detalle insignificante.

El tercer consejo consiste en **utilizar varios estilos** según los clientes y los proyectos; como se ha mencionado en cada capítulo, algunos tipos de diseño gráfico son adecuados para ciertos ámbitos, pero otros no. Elegir el más adecuado puede ser la fase clave para el éxito del diseño.

DEFINICIÓN DE CREATIVIDAD. FORMAS PRÁCTICAS PARA ESTIMULARLA

La creatividad es una habilidad que **debe ejercitarse**.
Con la práctica y con el estudio.
No tiene nada que ver con el talento: no está reservada a unos pocos, sino que es una característica innata del ser humano. La definición que le dio el matemático Henri Poincaré se considera la más sencilla y eficaz: «La creatividad es unir elementos existentes con conexiones nuevas que sean útiles».
Por lo tanto, consiste en **crear cosas nuevas y útiles con elementos existentes**. De lo contrario, estaríamos hablando de inventos o de imaginación y fantasía.
Intentar ser creativos es, ante todo, una misión para nosotros, los seres humanos, además de un objetivo que perseguir para quienes se dedican al diseño gráfico.
Para estimularla en el proceso de diseño gráfico, se aconseja lo siguiente:

- **experimentar más y más soluciones**
- **mezclar, incluso de manera casual, los elementos disponibles**
- **crear cuadrículas y luego romperlas**
- **analizar los conceptos clave de un proyecto**

La creatividad es un acto de pensamiento; por tanto, es importante **tomarse algo de tiempo para pensa**r, pero no delante de la pantalla del ordenador. Como ya han confirmado muchos estudios, **dibujar y escribir a mano** tiene un poder calmante y estimulante en nuestra mente, por lo que se aconseja armarse de bolígrafos, lápices, hojas o cuadernos y acostumbrarse a dibujar y escribir para reflejar ahí las primeras ideas de un proyecto. Existen en el mercado herramientas adecuadas para este tipo de **«lluvia de ideas creativa»**: cuadernos para diseñadores, blocs con cuadrículas preimpresas para facilitar diseños y posteriores escaneos, *action notebooks* para desarrollar y gestionar proyectos, y, obviamente, bolígrafos, rotuladores y lápices de todo tipo.

CONSEJOS SOBRE CÓMO Y DÓNDE APLICAR ESTOS MÉTODOS Y ESTOS ENFOQUES EN EL DISEÑO GRÁFICO DEL DÍA A DÍA

La típica queja de muchos diseñadores gráficos es no poder aplicar ciertos métodos al proyecto de diseño gráfico que se les ha encargado: generalmente se culpa a los clientes groseros o a los jefes tercos que, en ambos casos, imponen al pobre diseñador gráfico elecciones improbables y estéticamente desastrosas.
Si bien es cierto, desgraciadamente, que esta situación no es tan rara, al menos en Italia, también es cierto que el diseñador gráfico tiene muchas oportunidades para aplicar lo que aprende y lo que quiere experimentar.
Existe un cliente adecuado para cada tipo de diseño gráfico y un diseño gráfico para cada tipo de proyecto. Debemos aprender a reconocerlo, desarrollarlo y proponerlo de forma correcta.
Se diseña casi siempre para el cliente, no para uno mismo: se debe aprender a escuchar, comprender y anticipar las necesidades, exigencias y gustos del cliente, tratando de **mediar entre nuestro planteamiento y sus expectativas.**
En el *ebook* hay indicaciones que pueden ayudar a los diseñadores gráficos a elegir el tipo de diseño gráfico más adecuado para cada proyecto. Pero no hay reglas y, en cualquier caso, la belleza también está en saltárselas.

6. Consejos técnicos

CONSEJOS PARA EL USO CREATIVO DE PROGRAMAS DE *SOFTWARE*

Los programas de *software* para hacer diseño gráfico ya ofrecen muchísimas posibilidades, así como herramientas tales como escáneres, cámaras fotográficas y *smartphones*.
Debemos tratar de obtener siempre lo mejor de cada uno de ellos, entendiendo bien cómo, por qué y cuándo usarlo.
Por ejemplo, los tres programas de *software* principales de Adobe para hacer diseño gráfico (Photoshop, Illustrator e InDesign) tienen diferentes características y es importante saber cómo integrarlas para utilizar cada uno de ellos en el momento adecuado.

Photoshop es perfecto para **crear y modificar imágenes**.
Es uno de los mejores programas de retoque fotográfico

en circulación y es ideal también para la **pintura y el dibujo digital** (sobre todo si se complementa con la compra del juego de pinceles correcto). Ciertamente, no está diseñado para gestionar textos largos o crear gráficos vectoriales y no puede producir archivos de varias páginas.

Illustrator ya es un programa **muy versátil**: en él se pueden **crear imágenes** (vectoriales) y se pueden **gestionar textos y archivos con varias páginas** que después pueden mandarse a imprimir. Es el programa para **crear y modificar archivos PDF**. Por tanto, es adecuado para crear imágenes individuales y archivos para imprimir, sobre todo de una página o de pocas páginas (pósteres, folletos, tarjetas, cubiertas de libros, dípticos y trípticos, etc.), archivos multimedia, archivos para usar en Internet e ilustraciones.
No es lo mejor si lo que se desea es gestionar documentos maquetados y textos largos.

InDesign es el programa de **maquetación por excelencia**: su punto fuerte es la **gestión de muchas páginas y de textos largos**. En la práctica, es perfecto para gestionar documentos maquetados, ya sean de una página o de mil.
No es un programa para dibujar, pero tiene herramientas de dibujo vectorial y para crear formas. Se puede considerar el **programa de composición gráfica por excelencia**: un flujo de trabajo típico consiste en preparar una imagen en Photoshop o Illustrator para después insertarla en un documento de InDesign con el cual se creará la parte gráfica, es decir, fuentes, colores, elementos gráficos y textos. En comparación con Illustrator, tiene una mejor capacidad de **creación de archivos PDF para imprimir**, tiene **funciones de control de archivos para detectar errores**, una gestión precisa del texto maquetado (*kerning, tracking*, separación de sílabas, etc.), posibilidad de crear y gestionar índices y muchas otras funciones que lo hacen insustituible para la industria editorial (ya sean libros en papel o electrónicos).

Como alternativa a Photoshop, el programa de ***software* libre más famoso es GIMP**: su punto fuerte es el retoque fotográfico, pero también se puede utilizar para el dibujo y la pintura digital. Es completamente de código abierto y cada año desarrolladores de todo el mundo crean nuevas funciones, extensiones y herramientas para mejorarlo.

Otro editor de imágenes a tener en cuenta, aunque es más limitado que Photoshop y GIMP, es sin duda **Paint.net**.

En la **vertiente gratuita** y de código abierto, se puede encontrar **Inkscape**, un excelente **programa de diseño gráfico vectorial**. Se puede considerar como el hermano menor de Illustrator: tiene sus límites y un funcionamiento menos brillante, pero, si se sabe usar, es un excelente programa de *software* con el que empezar y es capaz de gestionar hasta documentos complejos. Sin duda, es la única verdadera alternativa gratuita a Illustrator.
Canva es otra excelente alternativa para **crear imágenes individuales con texto**. Surgió como un servicio en línea para crear encabezados e imágenes para las redes sociales y, poco a poco, ha ido aumentando sus funciones, hasta convertirse en una excelente alternativa para quien quiera crear imágenes rápidamente, con un buen equilibrio de composición, fuentes bonitas y buenas inspiraciones gráficas para utilizar.

También en lo relativo a la maquetación, hay alternativas a InDesign. **Scribus** es un **programa de *software* de maquetación totalmente gratuito** y de código abierto. No tiene la versatilidad ni las posibilidades de InDesign, es un poco más engorroso de usar y la interfaz no es intuitiva, pero es la única alternativa gratuita para maquetar libros, por lo que merece un poco de atención, sobre todo por parte de estudiantes o usuarios ocasionales y aficionados al diseño gráfico.

7. Bibliografía mínima

NEWARK, Quentin.
Introduzione alla grafica.
Logos, 2003.

MAIA, Francisco.
Atlante della grafica.
Edición ilustrada, Logos, 2009.

FALCINELLI, Riccardo.
Critica portatile al visual design.
Einaudi, 2014.

HELLER, Steven.
100 idee che hanno rivoluzionato il graphic design.
Logos, 2012.

GARFIELD, Simon.
Sei proprio il mio typo. La vita segreta dei caratteri tipografici.
TEA, 2015.

HELLER, Steven.
Il libro del graphic design.
Vallardi, 2016.

RUSSO, Dario.
Free graphics. La grafica fuori delle regole nell'era digitale.
Lupetti, 2006.

SAGMEISTER, Stefan.
Things I have learned in my life so far.
Abrams, 2003.

BIERUT, Michael.
How to Use Graphic Design to Sell Things, Explain Things, Make Things Look Better, Make People Laugh, Make People Cry, and (Every Once in a While) Change the World.
Thames and Hudson, 2016.

SHAUGHNESSY, Adrian.
How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul.
Laurence King Publishing, 2010.

8. Webgrafía adicional

Enlaces a recursos y diseñadores gráficos, entre otras cosas, relacionados con los temas de diseño gráfico que se encuentran en Internet y no se han citado todavía en este *ebook*.

Il canone Vignelli
https://www.vignelli.com/canon.pdf

Shape of Design, Frank Chimero
https://shapeofdesignbook.com/chapters/01-how-and-why

Aiap, Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva
http://www.aiap.it

AIGA the professional association for design
https://www.aiga.org/

Alliance Graphique Internationale
http://a-g-i.org/

Graphis Magazine
http://www.graphis.com/

Eye magazine
http://www.eyemagazine.com

Design Matters
https://www.designmattersmedia.com/designmatters

Blog de creatividad visual
https://www.creativebloq.com

How Design Magazine
http://www.howdesign.com

Print Magazine
http://www.printmag.com

Bēhance: la red de los creativos
https://www.behance.net

Acerca del autor

Alessandro Bonaccorsi es diseñador visual, facilitador gráfico e ilustrador.
Desde 2003 trabaja para clientes como Save The Children, Renault Italia y Max Meyer.
Sus ilustraciones se han publicado en *Il Sole 24Ore, La Stampa, Internazionale y Diario Europeo.*

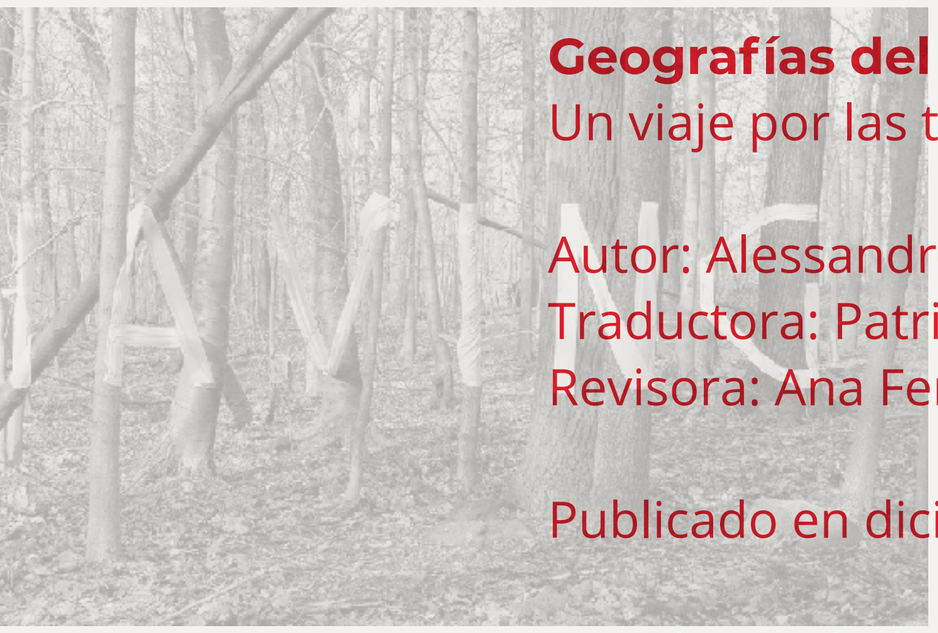
Ha sido seleccionado entre los «200 mejores ilustradores del mundo 14-15» por Lürzer's Archive, para la American Illustrator Annual y la Annual illustratori italiana.

Creó el curso «Disegno Brutto» (dibujo feo), que desde marzo de 2017 está llevando por media Italia, tratando de reeducar en el dibujo, a personas que no saben dibujar.
Tiene un blog —SHIVU.it— en el que habla de creatividad, inspiración, cultura visual, ilustración y diseño gráfico.

Ha escrito el libro *Illustrazione, l'immaginario per professione* para Alkemia Books.

«Cree en un mundo no competitivo, en el intercambio de ideas y en la cultura visual como un poderoso vehículo de bienestar para la sociedad».

Su sitio web: www.bonaccorsiart.com



Geografías del diseño gráfico
Un viaje por las tendencias más curiosas

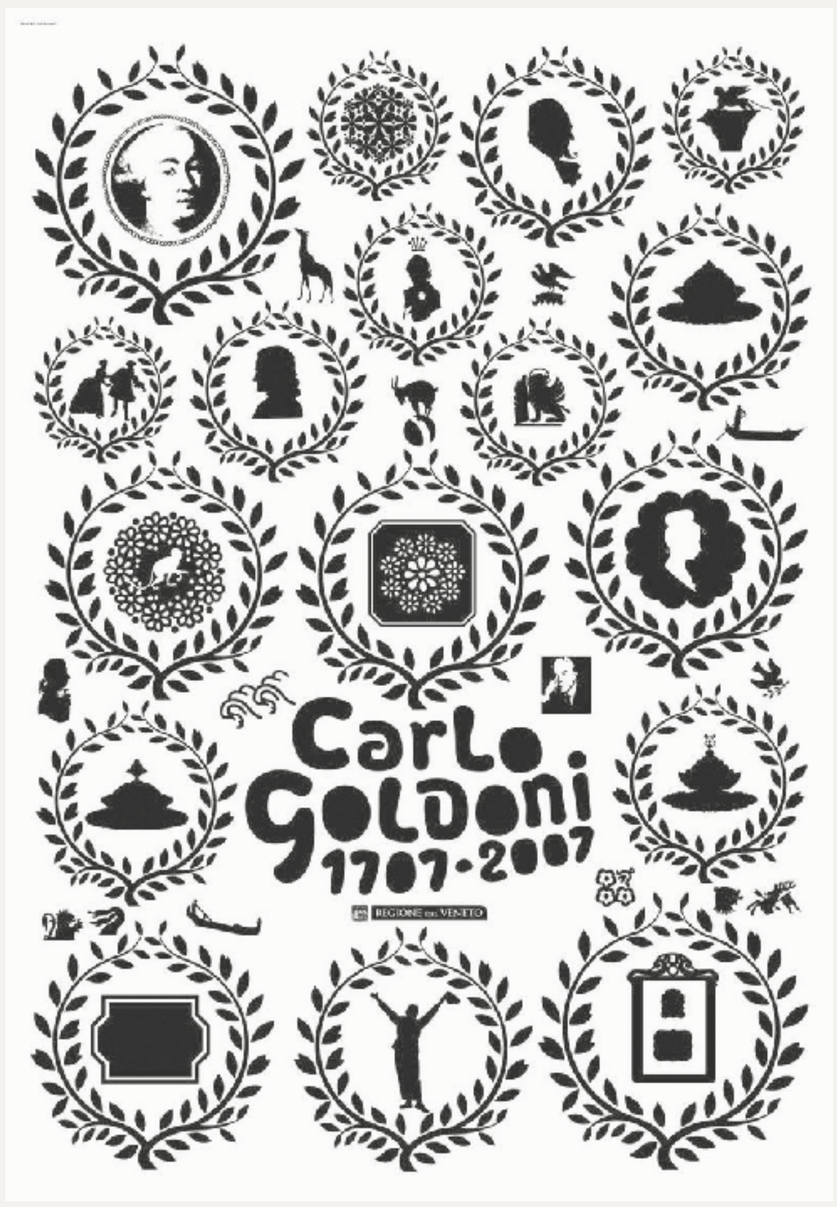
Autor: Alessandro Bonaccorsi
Traductora: Patricia Fuentes García
Revisora: Ana Fernández Ramos

Publicado en diciembre de 2018

por Pixartprinting S.p.A.
pixartprinting.es

Licencia:
Creative Commons, Atribución-SinDerivadas 4.0 Internacional

Todos los derechos reservados. Se prohíbe la carga o la publicación online de este texto, ya sea en su totalidad o parte, salvo previa autorización escrita por parte del editor. Para solicitar la autorización, póngase en contacto con el editor escribiendo a la siguiente dirección: blog@pixartprinting.com



pixartprinting