



UNIVERSITAT^{DE}
BARCELONA

Sistemas visuales en identidades dinámicas

Martin Lorenz

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tdx.cat) i a través del Dipòsit Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tdx.cat) y a través del Repositorio Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tdx.cat) service and by the UB Digital Repository (diposit.ub.edu) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

Sistemas visuales en identidades dinámicas

Martin Lorenz

Departamento de Diseño e Imagen
Facultad de Bellas Artes
Universidad de Barcelona

Director: Dr. Jesús Del Hoyo Arjona
Tutor: Carlos Ameller
Programa: Recerca en imatge i disseny



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Quiero agradecer a mi director de tesis, el Dr. Jesús Del Hoyo su ayuda para clarificar las fases y procesos así como el asegurar el rigor y orientación de esta investigación. También al Dr. Miquel Planas su disposición para solventar todo tipo de dudas, tanto las que se ocupan de disciplinas más artísticas como algunas estructurales; en ese sentido ha sido como un segundo tutor. Mi más sincero agradecimiento a Hannes Hoepfner porque su ayuda en la visualización de datos para Google ha sido indispensable. Quiero agradecer a Lupi Asensio su inestimable ayuda en labores de traducción, edición y redacción en esta investigación, así como el soporte en lo personal y también a Elio Salichs su asistencia en la misma; ambos se han involucrado en esta investigación como si fuera la suya propia y sin su colaboración esta tesis hubiera sido imposible de finalizar. También agradecer a las siguientes personas que puntualmente han ayudado a solventar dudas o cuestiones que pese a ser pequeñas habían atascado el proceso de una manera grande: la Dra. Viviana Narotzky, la Dra. Maria Antonia Ribera, la Dra. Raquel Camacho, el Dr. Efrain Flogia.

1. Introducción	9
2. Hipótesis	12
2.1. Hipótesis: la idea de sistema (visual) no es nueva.	12
2.2. Debe de existir una manera de poder cuantificar las partes variables y constantes de un sistema visual para una identidad visual flexible.	12
2.3. Existen distintos tipos de identidades visuales flexibles.	13
2.4. El uso de la tecnologías y el automatismo es amplio	13
3. Objetivos	17
3.1. Compilar proyectos nuevos y antiguos.	17
3.2. Analizar modelos existentes de sistematización visual.	17
3.3. Cruzar los modelos existentes extraídos del análisis bibliográfico para detectar las coincidencias.	17
3.4. Realizar un modelo para el análisis cuantitativo de sistemas visuales que permita determinar mediante el análisis de casos qué partes de un sistema son variables y cuáles son constantes.	17
3.5. Compilar términos usados por los diseñadores para describir las identidades visuales flexibles para ver si es posible establecer un orden o jerarquía en los mismos.	17
4. Metodología	20
4.1. Consulta de diccionarios.....	20
4.2. Análisis histórico.....	20
4.3. Análisis bibliográfico cualitativo y cuantitativo	20
4.5. Construcción del modelo cuantitativo propio	20
4.6. Estudio de campo.....	20
4.7. Validación del modelo por parte de expertos y revisión del mismo con los comentarios de éstos.....	21
4.8. Análisis terminología existente	21
4.9. Visualización de datos	21
5. Definición de sistema	24
5.1. Definición del término	24
5.2. Teoría del sistema en el ámbito científico	33
5.3. Sistema visual en el ámbito proyectual del diseño	35
5.3.1. Sistemas visuales	38
5.3.2. Del logo a los sistemas visuales para identidades visuales flexibles	42
6. Los sistemas tipográficos como precursores de los sistemas visuales	46

6.1. Análisis histórico de sistemas tipográficos desde 1452 a 1981.....	46
6.1.1. 1452-1454, B42, Johannes Gutenberg, Mainz	50
6.1.2. 1494 – 1597, Imprenta Aldina, Aldo Manuzio, Venecia.....	51
6.1.3. 1501, <i>De Divina Proportione</i> , Luca Paccioli, Venecia.....	53
6.1.4. 1520, Champfleury. Au quel est contenu l'Art et Science de la deue et vraye Proportion des Lettres Attiques, qu'on dit autrement Lettres Antiques, et vulgairement Lettres Romaines proportionnees selon le Corps & Visage humain, Geoffroy Tory, París	54
6.1.5. 1524, Monograma en <i>Lo presente libro</i> de Giovannantonio Taglientes, Venecia	55
6.1.6. 1525, Construcción modular para el alfabeto gótico, Albrecht Dürer, Núremberg	56
6.1.8. anterior de 1583, Mayúsculas latinas, Johann Neudörffer.....	57
6.1.7. Sobre el 1600, Construcción de alfabeto gótico, Pierre Le Bé, París	58
6.1.9. 1692-1695, Romain du Roi, Truchet, Jaugeon, Des Billettes, Grandjean	58
6.1.10. 1927, Die neue plastische Systemschrift, Kurt Schwitters, Hannover.....	60
6.1.11. 1926-1931, Kombinationsschrift, Josef Albers, Dessau	60
6.1.12. 1930-1932, Universal, Herbert Bayer, Berlín.....	61
6.1.13. 1958-1960, Grundalfabet, Herbert Bayer, Berlín.....	62
6.1.14. 1968, LCD, George H. Heilmeier, Princeton, New Jersey	63
6.1.15. 1967, New Alphabet de Wim Crouwel, Amsterdam	63
6.1.16. 1972, Alfabeto para Matrix Printer 7 x 9, Olivetti	64
6.1.17. 1980, Pictogramas de los Ferrocarriles Federales Suizos, Müller-Brockmann y Spalinger	65
6.1.18. 1980, Cartel <i>The architectonic in graphic design, the concert poster</i> <i>series of Josef Müller-Brockmann</i> , J. Müller-Brockmann, Nueva York.....	65
6.1.19. 1981, <i>Grid Systems / Raster Systeme</i> , Josef Müller-Brockmann	66
6.2. Categorización por tipo de herramientas para la reproducción.....	68
6.2.1. El manual	68
6.2.2. El molde.....	73
6.2.3. El <i>kit</i> de construcción	76
6.2.4. El programa	82
6.3. Categorización por tipo de de función	87
6.3.1. Coherencia formal	87
6.3.2. Unificación tecnológica.....	90
6.3.3. La expresión de un orden mundial/universal	92
7. Referencias visuales en la bibliografía	104
7.1. <i>Point and Line to Plane</i>	106
7.2. <i>Programme entwerfen.</i> <i>Statt Lösungen für Aufgaben Programme für Lösungen</i>	108
7.3. <i>Methodik der Form- und Bildgestaltung;</i> <i>Aufbau, Synthese, Anwendung</i>	111
7.4. <i>Standard, Series, Module:</i> <i>New Problems and Tasks of Painting</i>	113
7.5. <i>Semiology of Graphics</i>	115
7.6. <i>Principles of Two-Dimensional Design</i>	118

7.7. <i>Kompendium für Alphabeten</i>	121
7.8. <i>A Primer of Visual Literacy</i>	124
7.9. <i>form + communication</i>	126
7.10. <i>Gestaltung: Methode und Konsequenz</i> <i>Ein biografischer Bericht</i>	132
7.11. <i>Die Formen der Farben:</i> <i>Über die Wechselwirkung der visuellen Elemente</i>	134
7.12. <i>Visual Grammar</i>	137
7.13. <i>Serialize</i> <i>Family Faces and Variety in Graphic Design</i>	140
7.14. <i>Dynamic Identities in Cultural and Public Contexts</i>	144
7.15. <i>Dynamic Identities</i> <i>How to create a living brand</i>	146
 8. Propuesta de modelo para el análisis cuantitativo	152
 8.1. Número de casos de identidades visuales flexibles por año	152
 8.2. Justificación de la necesidad un nuevo modelo de análisis de sistemas visuales para identidades visuales flexibles	155
 8.3. Posible uso de un análisis de sistemas visuales para identidades visuales flexi- les	155
 8.4. Objeto y tipo del análisis	156
 8.5. Desarrollo del modelo de análisis	157
8.5.1. Primer intento de construcción de un modelo para el análisis de sistemas visuales: Modelo I, basado en la “caja morfológica” de Fritz Zwicky	157
8.5.2. Comparativa de diagramas de elaboración propia a partir de la bibliografía específica	164
8.5.3. Sigüientes intentos de construcción de un modelo para el análisis de sistemas visuales: Modelo II, basado en la clasificación tipográfica DIN y en terminolo- gía del <i>software</i> específico de diseño gráfico	167
8.5.3.1.1. Primer desarrollo del Modelo II (primera fase)	168
8.5.3.1.2. Primer desarrollo del Modelo II (segunda fase)	170
8.5.3.2. Segundo desarrollo del Modelo II.....	172
8.5.4.1. Primer desarrollo del Modelo III	174
8.5.4.2. Segundo desarrollo del Modelo III	178
8.5.4.3. Tercer desarrollo del Modelo III.....	182
8.5.4.4. Cuarto desarrollo del Modelo III	187
8.5.4.5. Quinto desarrollo del Modelo III	188
8.5.4.6. Sexto desarrollo del Modelo III.....	189
8.5.4.7. Séptimo desarrollo del Modelo III	190
8.5.4.8. Octavo desarrollo del Modelo III	192
8.5.4.9. Noveno desarrollo del Modelo III	195
8.5.4.10. Décimo desarrollo del Modelo III	200
8.5.4.11. Décimoprimer desarrollo del Modelo III	206
 8.6. Estudios de caso basados en artículos, libros, portafolios y entrevistas.	214

8.7. Resultados del análisis de casos de 2000-2007	216
8.7.1. Visualización de los resultados del análisis de casos con el modelo propio	216
8.7.2. Frecuencia del uso de campos	218
8.7.3. Contrastación de datos para la comprobación de la hipótesis de Felsing (2010)	219
8.7.4. Clientes por país	220
8.7.5. Relación entre “opción únicas”, “múltiples opciones” y “datos externos”	222
8.7.6. Uso de datos externos	223
8.7.7. Relación entre “opción única”, “múltiples opciones” y “datos externos” vista por separado	225
8.7.8. Opciones únicas más escogidas	227
8.7.9. Múltiples opciones más escogidas	228
8.7.10. Opciones con datos externos más escogidas	229
9.1. Terminología utilizada en la descripción de proyectos de las respectivas agen- cias o estudios de diseño.	232
9.2. Terminología existente	236
9.2.1. <i>Generative identity</i>	238
9.2.3. <i>Responsive identity</i>	239
9.2.4. <i>Open brand identity</i>	241
9.2.5. <i>Organic identity</i>	241
9.2.6. <i>Reactive identity</i>	242
9.2.7. <i>Holistic identity</i>	242
9.2.8. <i>Living identity</i>	243
9.2.9. Modular identity	244
9.2.10. <i>Dynamic identity</i>	244
9.2.11. <i>Liquid/ fluid brand</i>	246
9.3. Término integrador para las distintas identidades flexibles: identidades dinámi- cas	247
9.3. Mapa de terminología	248
9.4. Componentes de la identidad visual	249
9.5. Propuesta de clasificación tipológica basada en la morfología	251
9.6.1. TIPO 1	254
9.6.2. TIPO 2	255
9.6.3. TIPO 3	257
9.6.4. TIPO 4	258
9.6.5. TIPO 5	259
9.6.6. TIPO 6	260
9.6.7. TIPO 7	262
9.6.8. TIPO 8	263
9.6.9. TIPO 9	264
9.6.10. TIPO 10	265
9.6.11. TIPO 11	266
9.6.12. TIPO 12	267
10.1. Hipótesis: la idea de sistema (visual) no es nueva. Conclusión: La idea de sistema ya está presente en distintas ciencias.	

—capítulo 5.	270
10.2. Hipótesis: debe de existir una manera de poder cuantificar las partes variables y constantes de un sistema visual para una identidad visual flexible. Conclusión: es posible dividir el sistema visual para identidad dinámica en “elementos y sus propiedades”, “elementos y sus influencias”, “perspectiva” y “aplicación” —capítulo 8.	271
Datos singulares que arroja el análisis de 99 casos (del año 2000 al 2007) ..	271
Posibles desarrollos vinculados a esta conclusión	272
10.3. Hipótesis: existen distintos tipos de identidades visuales flexibles. Conclusión: clarificación terminológica y discriminación de tipologías —capítulo 9.	273
Posibles desarrollos vinculados a esta conclusión	274
10.4. Hipótesis: el uso de la tecnologías y el automatismo es amplio Conclusión: falso; tan sólo 3 casos de 65 casos alimentan sus sistemas visuales de forma automática con datos externos —capítulo 8.	275
11.1. Bibliografía referenciada	276
11.2. Bibliografía consultada.....	279
11.3. Wikipedia.....	280
11.4. Recursos de la web referenciado	282
11.5. Recursos de la web consultado.....	287
Anexo — Resultados	
Evaluación / Visualización de los resultados del análisis con el modelo propio ...	290
Contrastación de datos para la comprobación de la hipótesis de Felsing.....	336
Cientes por país	340
Relación entre “Opción Únicas”, “Múltiples Opciones” y “Datos Externos”	344
Datos Externos (en amarillo).....	350
Relación entre “Opción Única”, “Múltiples Opciones” y “Datos Externos”	356
vistas por separado	356
Opciones Únicas más Escogidas	360
“Múltiples Opciones” más Escogidas.....	362
“Datos Externos” más Escogidas	364

En este momento el mundo del diseño gráfico está experimentando cambios relevantes motivados por el momento social que estamos viviendo, con todo el sistema económico inmerso en una crisis que afecta a las empresas y los consumidores, las redes sociales que transforman nuestra manera de comunicarnos y las nuevas tecnologías que nos permiten comunicarnos diferente. Este contexto está promoviendo cambios en la propia profesión del diseñador gráfico y la manera en cómo diseñamos identidades visuales.

Nos encontramos, pues, nuevos aspectos de la profesión que requieren nuevas especializaciones y herramientas que permitan reaccionar con agilidad a la nueva realidad. Esta nueva realidad queda reflejada en algunas nuevas identidades visuales: NYC, MIT Media Lab (Massachusetts Institute of Technology), Aol, Google, Swisscom, MTV, Ciudad de Amsterdam, Myspace, etc... que nos muestran las posibilidades de implantación flexible de identidades visuales en ciudades, empresas, colectivos, productos, instituciones, organizaciones y eventos.

Los propios diseñadores de los proyectos mencionados hablan de identidades dinámicas, líquidas o fluidas. La nueva terminología se opone a la identidad visual estática basada únicamente en un logotipo inmutable.

En este sentido, los sistemas visuales para identidades visuales flexibles son una herramienta muy efectiva de control y desarrollo del diseño, y son imprescindibles ante la generalización del *outsourcing*. Sin duda el diseño debe asumir estas nuevas formas de desarrollo proyectual que se alejan mucho de la manufactura artesanal y radicalmente personalizada del proyecto, donde la empresa que crea y diseña es diferente de la que aplica y ejecuta. En este contexto, los sistemas visuales son la definición de los elementos de la identidad visual y las reglas que sirven para conjugarlos.

Hay que tener también en cuenta que debido a la gran velocidad en que nuestro mundo se cambia, una identidad ni puede permitirse permanecer estática por demasiado tiempo ni cambiar absolutamente, dado que tiene que garantizar su reconocimiento. Ante este hecho los sistemas visuales tienen un papel clave, dado que permiten crear identidades visuales flexibles de larga duración dejando algunos parámetros abiertos con objeto de poder adaptar la identidad a los nuevos retos sin perder rasgos identitarios significativos. Los sistemas visuales son, además, una herramienta para sistematizar el proceso de formalización y aplicación agilizando y, consecuentemente, abaratando los costes globales del proyecto: una vez definido el sistema visual y debidamente introducido mediante lenguaje de programación, el mismo ordenador puede generar directamente las aplicaciones, o generar mediante

combinatoria las diferentes posibilidades de éstas, de forma que el diseñador sólo tiene que escoger la más adecuada y no ejecutarlas una a una con todo el tiempo y las decisiones que esto conlleva.

En todo caso, observar que no se apuesta ni se plantea una mecanización, ni una automatización como objetivo o como destino, sólo se constatan realidades que ya se están produciendo y que proponen nuevas oportunidades para la profesión del diseñador de identidades visuales y sus clientes. El diseño se extiende, se expande y se adapta y en este trabajo se recoge, se evalúa, se analiza, se valora, y se proponen herramientas para reconocer los actores de estos cambios.

La reciente aparición en el mundo del diseño gráfico de las identidades visuales flexibles y el hecho de que los estudios de diseño profesionales que las crean estén lejos de la realidad académica genera un vacío en el estudio, la definición y la denominación unificada de las mismas que esta investigación quiere llenar.

2. Hipótesis

2.1. Hipótesis: la idea de sistema (visual) no es nueva.	12
2.2. Debe de existir una manera de poder cuantificar las partes variables y constantes de un sistema visual para una identidad visual flexible.	12
2.3. Existen distintos tipos de identidades visuales flexibles.	13
2.4. El uso de la tecnologías y el automatismo es amplio	13

2.1. Hipótesis: la idea de sistema (visual) no es nueva.

La idea de sistema no es nueva en ciencia ni lo es en diseño gráfico.

2.2. Debe de existir una manera de poder cuantificar las partes variables y constantes de un sistema visual para una identidad visual flexible.

Un sistema visual para una identidad visual flexible debe definir las partes constantes y las partes variables de ésta.

Si no hay partes variables, la identidad visual no es flexible, en otras palabras, no es capaz de adaptarse a nuevas demandas. Por ejemplo: un museo tiene que anunciar una nueva exposición. El museo en sí tiene una identidad visual que ayuda al museo para distinguirse de los otros museos. La nueva exposición, como es habitual ahora, se convierte en una subidentidad visual, una identidad visual temporal que funciona dentro de la identidad visual del museo. Por tanto, la identidad visual de la exposición tiene dos tareas: Comunicar el contenido de la exposición, pero comunicar también que la exposición es de ese museo específico. La identidad visual flexible prevé estas situaciones y define partes variables dejan espacio para nuevos contenidos, en este caso la subidentidad visual de las exposiciones; se adapta de manera flexible a las nuevas demandas.

Pero una identidad visual flexible también necesita sus constantes, sino no será reconocible y por lo tanto identificable. Cualquier componente de una identidad visual puede ser variable o constante, pero tiene que haber un equilibrio claramente definido entre las variables y las constantes. Si hay demasiadas variables y menos constantes no reconocerá la corporación, institución, organización, producto o evento. Cada una de sus aplicaciones, como por ejemplo, flyer, carteles, página web, carpeta, etc. se verá diferente. No serán percibidas como una parte de un todo. Por el contrario, si hay demasiadas constantes y muy pocas variables, la identidad visual no será lo suficientemente flexible como para hacer frente a todas las posibles demandas futuras de la comunicación visual de la corporación, institución, organización, producto o evento.

La hipótesis de que las partes variables y constantes de un sistema visual de una identidad visual flexible son cuantificables implica que hay diferentes partes. La experiencia profesional del autor de esta investigación indica que cualquier herramienta de comunicación de un diseñador gráfico, bien sea color, tipografía, fotografía, ilustración, etc., puede formar parte de un sistema visual en una identidad flexible y que cualquiera de estos componentes puede ser variable o constante. Este doctorando también sospecha que por lo general más de un componente se utiliza para diseñar un sistema visual para una identidad flexible, una identidad visual

siempre utiliza varias herramientas de comunicación al mismo tiempo. Cada identidad visual necesita tipografía para visualizar los textos y, a menudo se combina con un conjunto predefinido de colores y un sistema de retículas que define cómo se aplica la tipografía a diferentes formatos. Tampoco es inusual tener reglas para la fotografía o el sistema gráfico utilizado en la identidad visual. Pero incluso en el caso de que haya muchos componentes que definan una identidad visual, cada uno de los elementos tienen su función específica algunos la hacen flexible y otros la hacen reconocible.

Poder cuantificar las diferentes partes de un sistema visual de una identidad visual flexible significa:

- poder identificar las diferentes partes de su sistema visual
- poder identificar de la cantidad de componentes utilizadas en su sistema visual
- poder identificar las variables más y menos utilizados en el sistema visual
- poder identificar las constantes más y menos utilizados en el sistema visual

2.3. Existen distintos tipos de identidades visuales flexibles.

Existe una variedad de términos para identidades visuales flexibles; cada autor de un artículo en un blog, revista o un libro y cada diseñador o estudio de diseño en su descripción del proyecto parece querer inventar un nuevo término. Puede haber términos que describen lo mismo, pero puede haber también términos que describen diferentes tipos de sistemas visuales para identidades flexibles.

Mientras que términos como *visual identity*, *graphic identity*, *brand identity*, *comprehensive identity* y *corporate identity* parecen describir lo mismo, otros términos, como *generative identity*, *content-based identity*, *responsive identity*, *open brand identity*, *organic identity*, *reactive identity*, *holistic identity*, *living identity*, *modular identity* y *dynamic identity*, parecen describir un determinado tipo de identidad visual flexible.

No existe diccionario de diseño, artículo de diseño o descripción de un proyecto de diseño conocido por el autor de esta investigación que ofrezca una terminología de tipología de identidades visuales flexibles normalizada y generalmente aceptada. Ergo no hay manera de saber qué términos describen los mismos o diferentes tipos de identidades visuales flexibles.

2.4. El uso de la tecnologías y el automatismo es amplio

Es asumible que el uso cada vez mayor de las tecnologías tiene como consecuencia una mayor automatización en las identidades visuales flexibles.

3. Objetivos.....	17
3.1. Compilar proyectos nuevos y antiguos.	17
3.2. Analizar modelos existentes de sistematización visual.	17
3.3. Cruzar los modelos existentes extraídos del análisis bibliográfico para detectar las coincidencias.	17
3.4. Realizar un modelo para el análisis cuantitativo de sistemas visuales que permita determinar mediante el análisis de casos qué partes de un sistema son variables y cuales son constantes.	17
3.5. Compilar términos usados por los diseñadores para describir las identidades visuales flexibles para ver si es posible establecer un orden o jerarquía en los mismos.	17

3.1. Compilar proyectos nuevos y antiguos.

Estudiar, analizar y conocer en profundidad los antecedentes y el contexto en el que aparecen los sistemas visuales que definen una identidad visual flexible. En la búsqueda de proyectos se incluye cualquier proyecto gráfico o tipográfico que emplea un sistema visual y crea una identidad visual flexible. La compilación no está limitada a la identidad corporativa.

3.2. Analizar modelos existentes de sistematización visual.

Análisis bibliográfico de autores que proponen una sistematización del lenguaje visual. No sólo del ámbito del diseño gráfico, sino también del ámbito del arte, de la cartografía y de la visualización de datos. El objetivo es determinar los componentes, la estructura y los términos propuestos por los autores.

3.3. Cruzar los modelos existentes extraídos del análisis bibliográfico para detectar las coincidencias.

El cruce de los modelos de distintos autores permitirá ver en qué términos o estructuras coinciden y puede resultar de ayuda a la hora de elaborar el modelo propio.

3.4. Realizar un modelo para el análisis cuantitativo de sistemas visuales que permita determinar mediante el análisis de casos qué partes de un sistema son variables y cuáles son constantes.**3.5. Compilar términos usados por los diseñadores para describir las identidades visuales flexibles para ver si es posible establecer un orden o jerarquía en los mismos.**

Extraer los términos de las descripciones de diseñadores y estudios sobre sus proyectos de identidades visuales flexibles para ver si los distintos términos realmente responden a distintas realidades, a distintos países/culturas o simplemente a distintas modas. Todo esto tiene por propósito ordenar la terminología bien a partir de la ya existente o mediante la elaboración de tipologías que permitan clarificar y diferenciar distintos tipos de identidades visuales flexibles.

4. Metodología	20
4.1. Consulta de diccionarios.....	20
4.2. Análisis histórico.....	20
4.3. Análisis bibliográfico cualitativo y cuantitativo	20
4.4. Construcción del modelo cuantitativo propio	20
4.5. Estudio de campo.....	20
4.6. Validación del modelo por parte de expertos y revisión del mismo con los co- mentarios de éstos	21
4.7. Análisis terminología existente	21
4.9. Visualización de datos	21
4.10. Estilo	21

4.1. Consulta de diccionarios

Consulta del término “sistema” en diccionarios de distintos idiomas a fin de extraer una definición inclusiva.

Constatación de cómo la definición de sistema en distintos ámbitos científicos puede extrapolarse parcialmente a la realidad del diseño gráfico.

4.2. Análisis histórico

Revisión de los comienzos de los sistemas tipográficos como precursores de la sistematización visual en identidades visuales flexibles.

4.3. Análisis bibliográfico cualitativo y cuantitativo

El análisis bibliográfico se hace desde un punto de vista cualitativo porque permite determinar qué bibliografía aporta qué términos y cuantitativo porque con el cruce de los términos aportados por los distintos autores se puede observar cuáles son más los más o menos utilizados y cuáles pese a ser diferentes describen las mismas realidades.

4.4. Construcción del modelo cuantitativo propio

Basándonos en modelos de distintos autores —“caja morfológica” de Fritz Zwicky utilizada por Gerstner (2000) y Gerstner (2007), modelo de Bertin (2001), definiciones de Leborg (2006)— se construye un modelo para permitir analizar en profundidad los distintos sistemas visuales, cuantificar los distintos componentes del sistema visual, la mayor o menor flexibilidad de éste y en dónde reside ésta.

4.5. Estudio de campo

Análisis cuantitativo exhaustivo de una selección representativa de la identidades visuales flexibles encontradas (99 casos, período de 2000 a 2007).

El modelo se envía a los siguientes expertos en sistemas visuales: Albert-Jan Pool, Andrew Blauvelt, Frank Blokland, Hans Wolbers, Irene van Nes, Mika Mischler, Petr van Blokland y Ulrike Felsing —biografías de los mismos en anexo: Comunicaciones personales.

4.7. Análisis terminología existente

Compilación de los términos de las propias páginas de los estudios que han hecho las identidades visuales flexibles y análisis de los más usados, ofreciendo una definición integradora de los mismos basada en la RAE, Wikipedia y los que dicen los distintos autores que los mencionan.

4.8. Construcción de un modelo cualitativo

Como consecuencia de la aplicación de la estructura del modelo cuantitativo se desarrolla un modelo que permite mediante la combinatoria de sus distintas partes proponer 12 tipos diferentes de sistemas visuales.

4.9. Visualización de datos

Utilización de los recursos de la visualización de datos como recurso de evidencia en la investigación.

- Elaboración de diagramas análogos de los modelos presentes en distintos libros
- Visualización de datos de Google del análisis de los 99 casos
- Visualización de datos porcentual por: países, sector cultural, etc.
- Visualización de datos de las transformaciones más frecuentes en los 99 casos analizados

4.10. Estilo

- Referencias bibliográficas según Harvard
- En pro de la claridad se han ignorado las últimas normas sobre acentuación de la RAE
- Para evitar el uso excesivo de comillas y dado que la mayoría de fuentes están en inglés, se utiliza la palabra “logo” o “logotipo” con su acepción en este idioma, equivalente al todo representativo visual que identifica a la marca. Esta acepción es diferente a la española, donde se corresponde con la unidad tipográfica singular con significado específico, conforme a sus orígenes en el propio origen de la fundición tipográfica.

5. Definición de sistema	24
5.1. Definición del término	24
5.2. Teoría del sistema en el ámbito científico	33
5.3. Sistema visual en el ámbito proyectual del diseño	35
5.3.1. Sistemas visuales	38
5.3.2. Del logo a los sistemas visuales para identidades visuales flexibles	42

5.1. Definición del término

A fin de poder extraer una definición de mínimos que nos sea operativa para trabajar, este autor procederá a analizar el término en diccionarios relevantes de distintas lenguas.

sistema¹

(Del lat. *systema*, y este del gr. σύστημα).

1. m. Conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente enlazados entre sí.
2. m. Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto.
3. m. Biol. Conjunto de órganos que intervienen en alguna de las principales funciones vegetativas. Sistema nervioso.
4. m. Ling. Conjunto estructurado de unidades relacionadas entre sí que se definen por oposición; p. ej., la lengua o los distintos componentes de la descripción lingüística.

~ acusatorio.

1. m. Der. principio acusatorio.

~ astático.

1. m. Fís. El formado por dos agujas imantadas que se colocan con los polos invertidos y los ejes paralelos para que resulte insensible al campo magnético terrestre.

sistema²

sistema (del lat. “*systema*”, del gr. “*systema*”)

- 1 m. Conjunto ordenado de normas y procedimientos con que funciona o se hace funcionar una cosa: “Un sistema político”.
- 2 (“Emplear, Implantar, Tener”) Manera empleada para hacer cualquier cosa: “Es un buen sistema para

¹ RAE, Real Academia Española —www.rae.es— El Diccionario de la lengua española (DRAE) es la obra de referencia de la Academia. La edición actual —la 22.ª, publicada en 2001— incluye más de 88 000 entradas.

² *Diccionario de uso del español* es una obra de prestigio creada por la lexicógrafa española María Moliner a partir de 1962, y es una referencia para escritores de todo tipo: literatos, periodistas, e incluso escritores de documentación técnica.

tener tranquilos a los niños”. *Medio, método, procedimiento. Manera de estar dispuesto un mecanismo o utensilio: “Es una marmita de un sistema nuevo”.

3 Conjunto de cosas que se mueven, actúan u obran coordinadamente: “El sistema solar”. Conjunto de aparatos o instalaciones que funcionan de forma conjunta para realizar una función: “Un sistema de canales de riego”. Fisiol. Se aplica en vez de “aparato” a un conjunto de partes del organismo adscritas a una función a la que contribuyen distributivamente: “Sistema arterial, capilar, circulatorio, linfático, nervioso, venoso”. Conjunto de cosas ordenadas entre sí de alguna manera: “Un sistema de montañas”. Red.

4 Conjunto orgánico de principios e *ideas sobre una materia determinada: “Un sistema filosófico. El sistema de Aristóteles”. Doctrina, teoría.

5 (El) Estructura económica, política y cultural de una sociedad, considerada como algo que reprime o aliena al individuo.

6 Mineral. Sistema cristalino o cristalográfico.

7 (se usa como partitivo) *Procedimiento ordenado o sistematizado de hacer las cosas: “Proceder con sistema”.

- Sistema astático. Conjunto de dos agujas imantadas colocadas paralelas y con los polos contrapuestos, de modo que el conjunto resulta insensible a la acción del *magnetismo terrestre.
- S. cegesimal. Sistema de *medidas que tiene por unidades fundamentales el centímetro, el gramo y el segundo. Abrev.: Sistema “cgs”.
- S. cristalino . Mineral. Cada conjunto de formas cristalinas que tienen los mismos elementos de simetría.
- S. decimal. Sistema de *numeración decimal, o sea, formado por órdenes de unidades cada una de las cuales es igual a diez de las del orden anterior.
- S. de ecuaciones. Mat. Conjunto de ecuaciones cuyas soluciones son válidas para cada una de las ecuaciones que lo componen.
- S. métrico decimal. Sistema de *medidas basado en el metro y en el que las demás unidades están en la misma relación que las del sistema de numeración decimal.
- S. de montañas. Conjunto de *montañas apreciables como una unidad.
- S. nervioso. Anat. Conjunto de los *nervios de un organismo animal.

- S. de numeración. Conjunto de las unidades de distinto orden y las maneras de relacionarlas para expresar cualquier *número de cosas.
- S. operativo. Inform. Programa o conjunto de programas que realizan las funciones básicas y permiten operar con programas de aplicación.
- S. periódico. Quím. Tabla con los elementos químicos ordenados por su número atómico.
- S. planetario. Conjunto del Sol y los astros sometidos a su atracción.
- S. político. Cada una de las formas de organización política. *Gobierno.
- S. solar. Sistema planetario.
- S. vascular. Anat. Conjunto de las *venas y arterias de un organismo.

sistema³

1 1 m. [LC] Tot orgànic, conjunt les parts del qual estan coordinades segons una llei i contribueixen a un determinat objecte.

1 2 [GL] sistema de muntanyes [o sistema muntanyós] Conjunt muntanyós, sovint discontinu, que presenta trets morfològics i geològics comuns, considerat una unitat descriptiva del relleu.

1 3 [FL] sistema lingüístic Conjunt d'elements lingüístics connectats per relacions de solidaritat i d'interdependència que els defineixen i els delimiten, de manera que la modificació d'un d'aquests elements afecta l'equilibri de tot el conjunt.

2 1 m. [MD] [ZOA] Conjunt d'òrgans d'origen embrionari generalment comú, especialitzats a dur a terme una funció determinada i constituïts fonamentalment per un sol teixit.

2 2 [ZOA] sistema aquífer Aparell ambulacral.

2 3 [MD] [ZOA] sistema límbic Regió del cervell constituïda per la circumvolució del cos callós i la de l'hipocamp.

2 4 [ZOA] [MD] sistema nerviós Els nervis i els centres d'on parteixen aquests, el cervell, la medul·la espinal, etc., considerats col·lectivament.

2 5 [ZOA] sistema nerviós vegetatiu Sistema nerviós autònom que comprèn el sistema simpàtic i el sistema parasimpàtic.

2 6 [ZOA] sistema parasimpàtic Part del sistema nerviós vegetatiu que, juntament amb el simpàtic, regula l'activitat automàtica dels aparells digestiu i circulatori, de tota la

musculatura llisa, de les glàndules de secreció, de l'aparell urogenital, del metabolisme, etc.

2 7 [MD] [ZOA] sistema simpàtic Gran simpàtic.

3 m. [MD] [ZOA] L'organisme considerat en conjunt.

4 1 m. [FIA] Conjunt de cossos celestes lligats gravitacionalment. El sistema solar. El sistema de Fòrnax.

4 2 [FIA] [FS] [HIH] sistema copernicà Model heliocèntric de l'Univers en què els planetes, àdhuc la Terra, descriuen òrbites circulars al voltant del Sol.

4 3 [FIA] [FIF] sistema local Conjunt de galàxies al qual pertanyen la Galàxia, la nebulosa d'Andròmeda, la del Triangle i altres galàxies menors.

4 4 [FIA] sistema ptolemaic Model geocèntric de l'Univers en què la Terra és el centre i tots els altres astres giren al seu entorn.

5 1 m. [QU] Part de l'Univers, delimitada per unes parets, reals o imaginàries, que gaudeix de certes propietats, que hom aïlla, artificialment, per sotmetre-la a estudi.

5 2 [FIF] sistema termodinàmic Part de l'Univers aïllada mentalment o físicament de la resta, que hom considera per estudiar els bescanvis de matèria i d'energia entre ella i la resta de l'Univers.

6 1 m. [TC] [MT] [MU] Conjunt de principis, regles, etc., sobre una matèria, enllaçats entre ells d'una manera racional, segons un mètode determinat. Un sistema filosòfic.

Un sistema de classificació. El sistema tonal. Un sistema de telecomunicació. Sistema de coordenades, de logaritmes. Sistema dinàmic. Sistema d'equacions.

6 2 [PO] sistema electoral Conjunt d'elements, regles i pràctiques que converteixen les preferències o vots dels ciutadans en designació de titulars de poder.

6 3 [FS] sistema de compensacions Doctrina que admet que, en el món, els mals i els béns es compensen.

7 1 m. [FIF] sistema de forces Conjunt de forces aplicades a un sistema material. Un sistema de forces paral·leles.

7 2 [FIF] sistema inercial Sistema de referència en què són vàlides les lleis de Newton.

7 3 [FIF] sistema tricromàtic Sistema per a l'especificació d'un color, basat en la possibilitat de reconstituir-lo mitjançant la mescla additiva de tres components de colors convenientment elegits.

8 1 m. [GL] [FIF] sistema cristal·lí Grup puntual de classificació de les trenta-dues classes de simetria.

8 2 [GL] sistema cúbic Sistema cristal·lí format per cinc classes cristal·lines que tenen en comú el fet de posseir quatre eixos ternaris equidistants els uns dels altres i que originen

tres eixos binaris perpendiculars entre ells i equidistants dels anteriors.

8 3 [GL] sistema hexagonal Sistema cristal·lí format per set classes cristal·lines amb un eix senari principal.

8 4 [GL] sistema isomètric Sistema cúbic en què els tres eixos cristal·logràfics són iguals.

8 5 [GL] sistema monoclínic Sistema cristal·lí caracteritzat per tenir un eix cristal·logràfic inclinat diferent de 90° respecte als altres dos, i en el qual l'holoèdria només té un eix binari normal a un pla de reflexió i un centre de simetria.

8 6 [GL] sistema ortoròmbic Sistema ròmbic.

8 7 [GL] [FIF] sistema regular Sistema cúbic.

8 8 [GL] sistema ròmbic Sistema cristal·lí que té els tres eixos cristal·logràfics desiguals i perpendiculars.

8 9 [GL] sistema romboèdric Sistema trigonal.

8 10 [GL] sistema tetragonal Sistema cristal·lí format per tres classes cristal·lines, la característica simètrica de les quals és posseir un eix principal quaternari.

8 11 [GL] sistema triclínic Sistema cristal·lí que té tres eixos cristal·logràfics desiguals oblics entre ells.

8 12 [GL] sistema trigonal Sistema cristal·logràfic caracteritzat per un eix ternari principal o senari d'inversió.

9 1 m. [FIM] [FIF] sistema d'unitats Conjunt coherent d'unitats de mesura, constituït per les unitats fonamentals, que s'escullen arbitràriament, i per les unitats derivades, que s'estableixen a partir de les fonamentals.

9 2 [FIM] [FIF] sistema internacional Sistema d'unitats que té com a unitats fonamentals el metre, el quilogram, el segon, l'ampere, el kelvin, el mol i la candela.

9 3 [MT] [FIM] [FIF] sistema mètric Sistema d'unitats decimal que té com a unitats fonamentals el metre i el quilogram.

9 4 [FIM] [FIF] sistema tècnic [o sistema pràctic] Sistema d'unitats que té com a unitats fonamentals el metre, el quilogram força o quilopond i el segon.

10 1 m. [MT] sistema de numeració Conjunt de regles i signes per a representar els nombres.

10 2 [MT] [FIF] sistema de referència Conjunt format per un punt de l'espai, l'origen, i uns eixos de coordenades.

10 3 [MT] sistema homogeni Sistema d'equacions lineals on tots els termes independents són nuls.

11 1 m. [IN] [TC] sistema expert Sistema basat en la intel·ligència artificial per a resoldre problemes en un camp determinat.

11 2 [IN] [TC] sistema informàtic Conjunt dels elements de maquinari i de programari bàsics que permeten el processament de dades.

11 3 [IN] sistema operatiu Conjunt de programes que facilita l'ús del calculador, com ara els programes de control, de servei i els compiladors.

11 4 [IN] [TC] sistema teleinformàtic Sistema compost d'estacions terminals connectades a un sistema informàtic que els dóna suport.

12 1 m. [GL] sistema càrstic Conjunt de l'escolament subterrani i superficial d'un carst.

12 2 [GL] sistema d'erosió [o sistema morfogènic] Conjunt de processos en estat d'interdependència que han afaïçonat el modelat d'un espai geològic determinat.

12 3 [GL] sistema filonià Grup de filons de geometria i de composició relacionats genèticament.

13 m. [GL] Unitat cronostratigràfica de rang superior a la sèrie i inferior a l'eratema. Sistema juràssic.

14 1 m. [MU] Bloc delimitat per una barra inicial que inclou totes les veus instrumentals o vocals en el decurs d'una partitura.

14 2 [MU] sistema pentatònic Sistema de composició musical que utilitza escales pentatòniques.

15 1 m. [LC] [PO] Manera de procedir governada per lleis o regles generals. Un sistema de govern.

15 2 [AN] sistema cultural Conjunt de coneixements i de tècniques de comunicació i d'acció que es manifesten com a organitzacions socials i com a productes materials i espirituals.

15 3 [AN] [SO] sistema de parentiu Conjunt de les actituds, fixades per les normes socials, que observen els individus lligats per parentiu.

15 4 [FLL] sistema literari Teixit de relacions que regula el conjunt d'activitats de producció, distribució i consum de les obres literàries.

15 5 [AN] [SO] sistema social Conjunt de normes ideals d'una societat que regeix les activitats, les funcions i les conductes dels seus components.

16 1 m. [LC] Norma de conducta. He pres el sistema de no contradir-lo mai.

16 2 [LC] per sistema loc. adv. Sistemàticament.

Saltos de línea: sys|tem

Pronunciación: /'sɪstəm/

SUSTANTIVO

¹A set of things working together as parts of a mechanism or an interconnecting network; a complex whole:

the state railway system

fluid is pushed through a system of pipes or channels

Sinónimos

1.1 Physiology A set of organs in the body with a common structure or function:

the digestive system

1.2 The human or animal body as a whole:

you need to get the cholesterol out of your system

1.3 Computing A group of related hardware units or programs or both, especially when dedicated to a single application.

1.4 Geology (In chronostratigraphy) a major range of strata that corresponds to a period in time, subdivided into series: the Devonian system

1.5 Astronomy A group of celestial objects connected by their mutual attractive forces, especially moving in orbits about a centre:

the system of bright stars known as the Gould Belt

1.6 short for crystal system.

2 A set of principles or procedures according to which something is done; an organized scheme or method:

a multiparty system of government

the public-school system

2.1 A set of rules used in measurement or classification:

the metric system

2.2 [MASS NOUN] Organized planning or behaviour; orderliness:

there was no system at all in the company

2.3 A method of choosing one's procedure in gambling.

3 (the system) The prevailing political or social order, especially when regarded as oppressive and intransigent:

don't try bucking the system

4 Music A set of staves in a musical score joined by a brace.

System [gr.-lat.; "Zusammenstellung"] das; -se, -e: 1. Prinzip, Ordnung, nach der etwas organisiert od. aufgebaut wird. Plan, nach dem vorgegangen wird.

2. Gefüge, einheitlich geordnetes Ganzes.

3. aus grundlegenden Einzelerkenntnissen zusammengestelltes Ganzes, Lehrgebäude.

4. Form der staatlichen, wirtschaftlichen u. gesellschaftlichen Organisation; Regierungsform.

5. eine Menge von Elementen, zwischen denen bestimmte Beziehungen bestehen od. die nach bestimmten Regeln zu verwenden sind (EDV, Sprachw., Kybernetik).

6. Zusammenfassung u. Einordnung der Tiere u. Pflanzen in verwandte od. ähnlich gebaute Gruppen (Biol.).

7. Zusammenschluß von zwei od. mehreren Perioden (7; Metrik).

8. in festgelegter Weise zusammengeordnete Linien o.ä. zur Eintragung und Festlegung von etwas.

A la vista de las definiciones anteriores, podemos concluir que una definición inclusiva es la siguiente:

32

SISTEMA:

- CONJUNTO DE REGLAS O PRINCIPIOS SEGÚN LAS QUE SE ORGANIZA ALGO.
- CONJUNTO DE COSAS ORDENADAS QUE FUNCIONAN COMO UN TODO.

Kirchner (1998)⁶ ya en 1907 definió sistema como la conexión ordenada de cosas relacionadas en un conjunto cerrado y relativo.

Kirchner diferencia entre sistemas naturales y artificiales:

Un sistema artificial es la ordenación de un ámbito científico según la selección más o menos aleatoria de sus apariencias externas diferentes, donde el nexo natural entre las diferentes partes no importa tanto como la construcción lógica, hecha a partir de los principios elegidos por los humanos. [...] Un sistema natural, por el contrario, es una ordenación científica que no se basa en detalles aparentes, sino en un análisis meticuloso que tiene en cuenta todas las relaciones conocidas en la naturaleza. Un sistema natural no establece fronteras tan taxativas como un sistema artificial.

Bertalanffy (1950)⁷ usa el término *allgemeine Systemtheorie* (teoría general de los sistemas) para introducir un método científico que se desprende de las categorizaciones:

Creemos que la elaboración venidera de la teoría general de los sistemas será un gran paso hacia la unificación de la ciencia. Quizá estar destinada, en la ciencia del futuro, a desempeñar un papel similar al de lógica aristotélica en la ciencia de la Antigüedad. La concepción griega del mundo era estática, las cosas se consideraban un reflejo de los eternos arquetipos o ideas. De ahí que la clasificación fuese el problema central de la ciencia, cuyo *órganon* fundamental era la definición de subordinación y la superordinación de conceptos. En la ciencia moderna, la interacción dinámica parece ser el problema central en todos los ámbitos de la realidad. Sus principios generales han de ser definidos por la Teoría de Sistemas.

Bertalanffy (1950) propaga por un lado la superación de la separación de la ciencia en disciplinas diferentes, y por otro lado describe una concepción de la realidad flexible e integral.

6 Friedrich Kirchner (Spandau, 1 de mayo de 1848; † Berlin, 6. de marzo de 1900) fue un filósofo alemán, historiador de Filosofía y Literatura, teólogo y profesor de bachillerato. https://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Kirchner_%28Philosoph%29

7 Karl Ludwig von Bertalanffy (Viena, 19 de septiembre de 1901-Búfalo (Nueva York); 12 de junio de 1972) fue un biólogo y filósofo austriaco, reconocido fundamentalmente por su teoría de sistemas. https://es.wikipedia.org/wiki/Ludwig_von_Bertalanffy

Importantes teorías posteriores proceden de Humberto Maturana y Francisco Varela (autopoiesis),⁸ Stuart Kauffman (autoorganización)⁹ y Alfred Radcliffe-Brown (funcionalismo estructural) así como Talcott Parsons (funcionalismo estructural o sistema del funcionalismo estructural)¹⁰ y Niklas Luhmann (teoría de sistemas en sociología).¹¹

- 8 La autopoiesis o autopoyesis —en griego: αὐτο, ποιησις [auto, poiesis], “a sí mismo; creación, producción”— es un neologismo, con el que se designa un sistema capaz de reproducirse y mantenerse por sí mismo. Fue propuesto por los biólogos chilenos Humberto Maturana y Francisco Varela en 1972 para definir la química de auto-mantenimiento de las células vivas. Una descripción breve sería decir que la autopoiesis es la condición de existencia de los seres vivos en la continua producción de sí mismos.
<http://es.wikipedia.org/wiki/Autopoiesis> [Consulta: 12 de diciembre 2011]
- 9 Stuart Kauffman es uno de los biólogos teóricos más relevantes en el ámbito de la complejidad biológica.
En 1971, Kauffman propuso emergencia la auto-organizada de ciclos autocatalíticos sets of polymers, específicamente péptidos, para el origen de la reproducción molecular.
https://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Kauffman
https://es.wikipedia.org/wiki/Stuart_Alan_Kauffman
- 10 El estructural-funcionalismo —también llamado funcionalismo estructural, funcionalismo o estructuralismo— es un marco de construcción teórica que ve a la sociedad como un sistema complejo cuyas partes trabajan juntas para promover la solidaridad y la estabilidad. Se entiende como el estudio de una sociedad social conocida como estructura o sistema social. [...] Fue desarrollado en la antropología social británica por Bronislaw Malinowski y Alfred Reginald Radcliffe-Brown. En sociología, el estadounidense Talcott Parsons es uno de sus mayores exponentes, y sus aplicaciones principales tienen lugar en el campo de la sociología de la cultura.
http://es.wikipedia.org/wiki/Alfred_Reginald_Radcliffe-Brown [Consulta: 12 de diciembre 2011]
- 11 La teoría de sistemas es una teoría con pretensiones universalistas. Aplicada sobre la sociedad, afirma poder describir y explicar su funcionamiento como un complejo sistema de comunicaciones. De esta manera, propone un punto de partida radicalmente diferente al de las teorías tradicionales de la sociedad, que entienden al hombre como “unidad básica” de la construcción social. Para Luhmann esta es una visión vétero-europea, que debe ser dejada de lado a la hora de analizar la estructura de la sociedad moderna: no los individuos sino las comunicaciones son las unidades constituyentes y reproductoras de los sistemas sociales. A su vez, Luhmann parte del concepto de sistema entendido en distinción a su entorno. Esta diferencia sistema-entorno es el punto de partida de toda la teoría de sistemas de Luhmann. Cualquier sistema necesita de su entorno y los límites con el entorno para poder identificarse. El sistema y el entorno nacen juntos y necesitan uno del otro para existir.
http://es.wikipedia.org/wiki/Niklas_Luhmann [Consulta: 12 de diciembre 2011]

Según Erlhoff y Marshall (2008):

En el sentido más amplio, el diseño gráfico describe la organización consciente de texto y/o imágenes para comunicar un mensaje específico [...] Es usado para informar, anunciar, o decorar, y por lo general representa una combinación de estas funciones.

Friedl, Ott y Stein (1998) afirman que el término diseño gráfico no aparece hasta comienzos de siglo xx, acuñado por el americano Dwiggins. Se popularizó después de la Segunda Guerra Mundial —anteriormente el término usado era artista comercial—. La disciplina hereda los milénios de cultura de comunicación visual de la humanidad, como la tipografía o el diseño editorial. El término diseño gráfico se usa aquí por conveniencia, ya que es probablemente el que entiende mejor la mayoría de la sociedad.

Sin embargo, este investigador prefiere el término diseño de comunicación al término diseño gráfico, que se presentará y explicará aquí, porque definirá el ámbito de la investigación.

Erlhoff y Marshall (2008) también dicen que el término diseño de comunicación apareció en los años setenta para sustituir al término diseño gráfico y fue reemplazado posteriormente por el de comunicación visual en América y Europa en los años ochenta y noventa. Dejando aparte la popularidad o impopularidad, la precisión o imprecisión del uso del término, en Alemania diseño de comunicación se usa ampliamente entre los profesionales y académicos desde hace varias décadas, debido a la influencia de la Escuela de Ulm y de uno de sus fundadores, director y profesor, Otl Aicher.

El término es todavía de utilidad para este investigador, porque abarca todas las disciplinas de la cultura humana que se utilizan para comunicar y no se limita a las soluciones gráficas.

Este enfoque multidisciplinar no es nuevo; como se recoge habitualmente en la bibliografía, antes incluso que Ulm ya la Bauhaus en su fundación utilizó la idea de la catedral medieval como integradora de muchas disciplinas.

Entender nuestro trabajo como diseño de comunicación es al mismo tiempo enriquecedor y ambicioso. Extiende un término, diseño gráfico, que tiene claras limitaciones en el campo profesional —aplicaciones gráficas—, a un término que trasciende a diferentes campos profesionales y académicos. Eso es beneficioso porque tanto los diseñadores y como la educación en diseño pueden beneficiarse del conocimiento específico de otras disciplinas

No es que se propague aquí un re-Renacimiento, sino una conciencia sobre los logros de la cultura humana que son los que han conducido a lo que llamamos hoy diseño gráfico o diseño de comunicación.

Algunos movimientos recientes, como el *design thinking*¹², han intentado una nueva definición del diseñador, y por ello nuevas áreas de actividad e influencia. Brown (2010), una de las voces más importantes del *design thinking* explica lo siguiente en una entrevista con Morten T. Hansen:

Las personas con forma de “T” tienen dos tipos de características, de ahí la utilización de la letra “T” para describirlos. El trazo vertical de la “T” es una profundidad de conocimientos que les permite contribuir en el proceso creativo. Esto puede ser de campos diferentes: un diseñador industrial, un arquitecto, un científico social, un especialista en empresas o ingeniero mecánico. El trazo horizontal de la “T” es la disposición para la colaboración interdisciplinar.

Pero las voces críticas preveían en el diseño una pérdida de capacidades específicas y en concreto las manuales, y por lo tanto su utilidad. Advirtieron sobre los límites de un diseñador, y a veces incluso sobre los límites de un ser humano. McCullagh (2010) escribe:

Sin un fuerte tronco vertical de las capacidades que son pertinentes a su dominio del problema, los diseñadores dejan de ser diseñadores, y unirse a las legiones de etéreos generalistas.

McCullagh (2010) también recuerda que la palabra diseño usada como sinónimo de creatividad no puede ser de uso exclusivo de la profesión del diseñador:

Los diseñadores deben también ser suficientemente terrenales como para reconocer que no tienen el monopolio sobre la creatividad. No hay que confundir creatividad visual con la capacidad más general de resolver problemas creativamente que a menudo se requiere en estos nuevos dominios. Cualquiera que haya trabajado con un empresario de éxito, por ejemplo, sabrá cómo son capaces de resolver problemas a diferentes niveles.

12 Se refiere a las actividades cognitivas específicas de diseño que los diseñadores aplican en el proceso de diseñar.
https://en.wikipedia.org/wiki/Design_thinking#cite_note-1

Desde "el hombre del Renacimiento" pasando por el "manifiesto de la Bauhaus" de Gropius y hasta el "diseñador en forma de T" de Brown (2010), la historia prueba que, utilizando las ideas de éste, tanto los trazos vertical como el horizontal son necesarios para lograr la realización de los trabajos; pero también que sin el trazo vertical, el trazo horizontal es inútil.

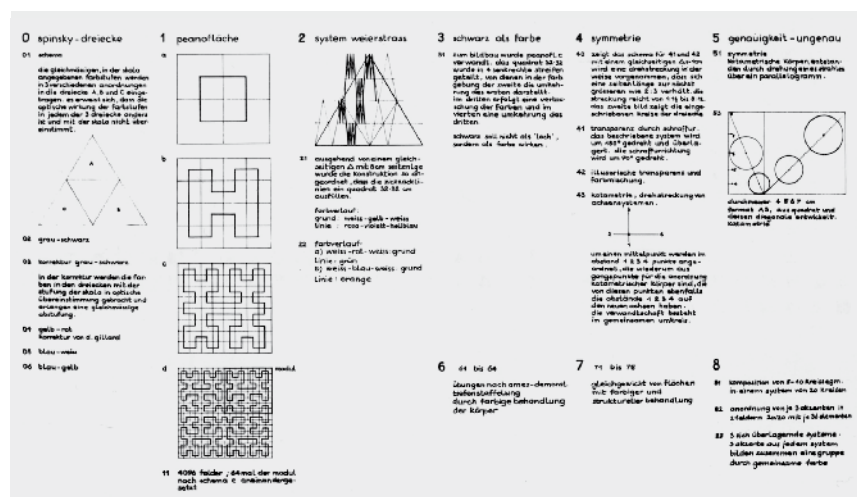
En el contexto de esta investigación el término comunicación visual ha ayudado a poder incluir publicaciones y trabajos sobre tipografía —diseño de tipos, caligrafía, rotulación—, diseño de información, diseño de iconos, diseño de logotipos, creación de imagen de marca, diseño corporativo, diseño editorial, diseño expositivo, diseño web, diseño de interfaces, señalética, etcétera. O, por decirlo brevemente, todas las disciplinas de diseño de comunicación visual.

A pesar de que los primeros ejemplos de los sistemas de comunicación visual aparecen en la lengua escrita, los sistemas visuales utilizan geometría, ornamentos, color —Gerstner (1986)— y aparecen en la arquitectura, la sociología, la lingüística, la biología, el diseño de producto, el arte y la música, y son de origen y desarrollo paralelos a los primeros, este autor ha decidido centrarse en la tipografía y el diseño gráfico como veremos en el siguiente capítulo.

Este investigador desconoce cuándo aparece el término sistemas visuales en el contexto de las identidades visuales, pero con seguridad fue en la Escuela de Ulm donde alcanzó un punto álgido. Concretamente, los trabajos del departamento de Diseño Industrial, tenían un carácter sistemático. Respecto a esto Baresel-Bofinger (1984) afirma:

La idea de pensar sistemas, y de romper complejos de gran tamaño en unidades que pueden ser producidas con técnicas sencillas, ha encontrado muchos seguidores en el campo de los muebles todos estos años, y el gran número de ofertas actuales en este sector sólo viene a demostrar la exactitud de la idea de Hans Gugelot. Su principal objetivo fue siempre el de desarrollar conexiones, porque cualquier sistema presupone una ruptura en los elementos que, de alguna manera, han de estar juntos otra vez. Fue este tipo de pensamiento analítico, también, el que le llevó a la 12,5 cm, un módulo de la octava parte de un metro, que un arquitecto sabe como manejar, y cuyos múltiplos abarcan casi todos los objetos que la gente tiene que poner dentro de un gabinete o armario. [...] Gugelot declaró que, como cuestión de principios, en lo sucesivo sólo desarrollaría sistemas de muebles y no piezas mobiliarias.

Pero también el Departamento de Comunicación Visual mostraba una predilección especial por los sistemas — imágenes de las siguientes páginas de Lindinger (1991).



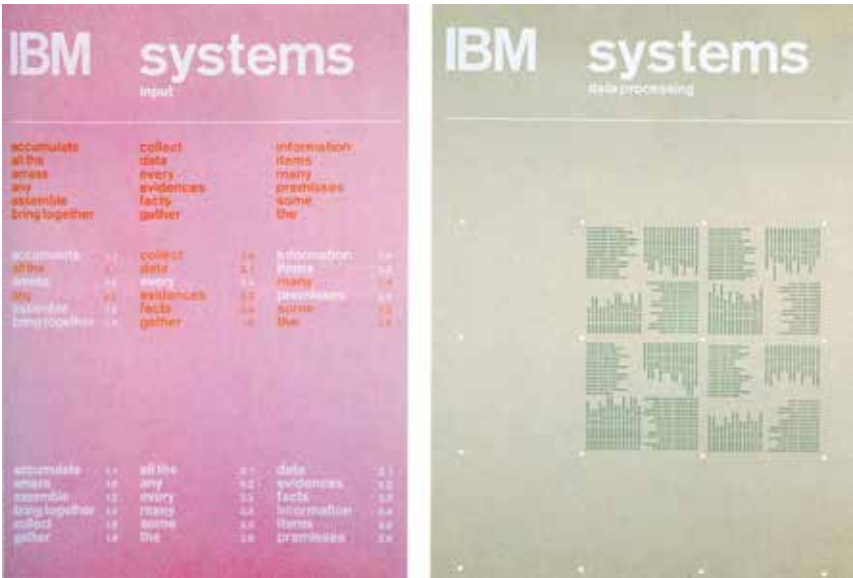
Ejercicio de las clases de Maldonado de Klaus Franck, 1955–56
Tutor: Tomás Maldonado



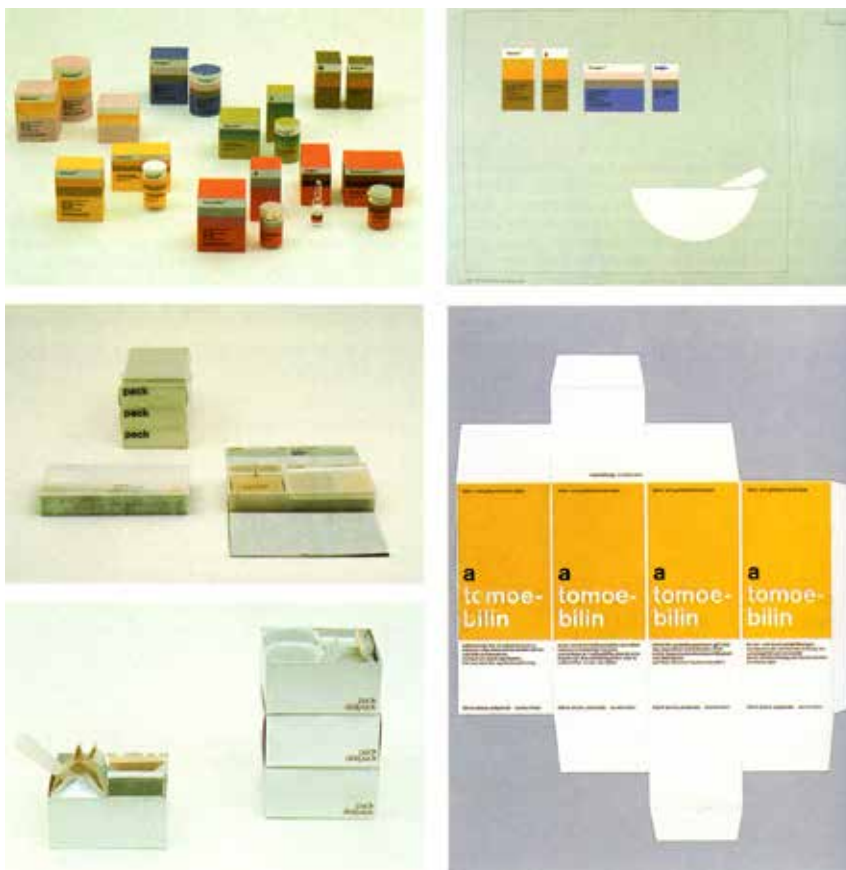
Diseño de un sistema de signos de Karl H.Remy, estudiante de segundo año, 1962-63, Tutor: Gui Bonsiepe



Teoría del color según Paul Klee —técnica: acuarela—, trabajos de Bernd Meurer 1956–, Klaus Franck, 1955-56 y Hans von Klier, 1955-56.



Poster: IBM Systems de Thomas Nittner, estudiante de segundo año, 1964-65 Tutor: Kohei Sugiura



Arriba izquierda y derecha:
Identidad corporativa para una empresa farmacéutica de Ewald Duffner, estudiante de cuarto curso, 1964-65

En medio a la izquierda:
Packaging de Hartmut Kowalke, estudiante de tercer curso, 1964-65
Asistente: Nick Roericht

Abajo a la izquierda:
Packaging de Josef Breuer, estudiante de tercer curso, 1964-65
Asistente: Nick Roericht

Abajo a la derecha:
Packaging para Tomoe-bilin de Shizuko Yoshikawa, estudiante de segundo curso, 1962-63
Tutor: Josef Müller-Brockmann

Se supone que el enfoque sistemático estaba presente durante la formación de este investigador en el Departamento de Comunicación Visual de la FH Darmstadt¹³, pero no fue hasta el año 1999 en la KABK¹⁴ en la que se entró en contacto con éste, ya que el profesor Petr van Blokland¹⁵ utilizaba ya entonces en su asignatura las identidades visuales programadas. A partir de entonces el investigador empezó a utilizar el término sistemas visuales dentro de su trabajo de diseño de identidades visuales en Hort.¹⁶

¹³ Fachhochschule Darmstadt / University of Applied Arts, Darmstadt

¹⁴ Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten / Royal Academy of Art, La Haya

¹⁵ Petr van Blokland (1956) estudió en la Royal Academy of Art —cum laude— en La Haya y en la Universidad Técnica de Delft y se especializó en identidad corporativa, aplicaciones web, tipografía, diseño tipográfico, automatización de diseño, aplicaciones online y sitios web, desarrollo de herramientas de software para diseñadores y teoría de diseño. <http://www.congresotipografia.com/petr-van-blokland/>

¹⁶ Estudio alemán: <http://www.hort.org.uk/>
 Del 2001 al 2005 este investigador fue director creativo en Hort, y dentro de sus tareas principales estaba la de desarrollar identidades visuales para empresas y grupos musicales.

Entonces este investigador aún no conocía a David Skopec. Conforme a su biografía, David Skopec empezó en 1993 su carrera académica en la *Universität der Künste Berlin* (Universidad de Arte de Berlín), también conocida como UdK, como asistente del profesor titular Michael Klar en el campo de diseño de identidades visuales. Desde 2003 hasta 2011 ha impartido la asignatura Diseño de Información en el programa de máster *Visual Systems* en la Zurich University of the Arts. Desde 2001 imparte *Entwerfen Visueller Systeme* (diseño de sistemas visuales) en la UdK de Berlín. Sus ámbitos de investigación son iconicidad y lenguaje visual.

En el año 2009 aparece de nuevo el término en los seminarios organizados por la profesora Andrea Rauschenberg en la HfK Bremen (Universidad de Arte y Diseño de Bremen). Bajo el título *Visuelle Systeme* se realizaban en su asignatura talleres y entrevistas a cargo de estudios de diseño como Bank, Catalogtree, Chewing The Sun, Dirk Laucke, Gregor Ade, Ludovic Balland, Metahaven, Mieke Gerritzen, North Design, Project Projects, Robert Beckand, Sven Völker, Thomas Weyres, Vier5, aunque el diseño de sistemas visuales se trataba muy anecdóticamente. Este investigador fue invitado por Andrea Rauschenberg para impartir un seminario práctico con el nombre marco *Erscheinungsbilder* (identidades visuales). A juzgar por el texto que aparece en la página web de la universidad¹⁷, los otros profesores y ponentes debieron de recibir el mismo marco conceptual para sus intervenciones, pero no era nada más que eso.

Aunque los sistemas visuales —reconocibles con la vista— sean comunes a muchas disciplinas —ver anexo: Sistemas en la creación— y los sistemas como tal tengan su origen en muchas áreas —tal como hemos visto anteriormente en esta investigación— los sistemas visuales —gráficos— están restringidos a la comunicación visual —diseño gráfico, tipografía, ilustración, diseño corporativo, *branding*, *packaging*—. La Tipografía y el Diseño de Tipos, que con la digitalización de las herramientas han pasado a formar parte definitivamente del diseño gráfico, son unas disciplinas más antiguas que éste. Por ello, esta investigación analiza también ambos

Los términos identidad dinámica identidad líquida se han utilizado con mucha frecuencia en los diez últimos años, para describir esas identidades que ya no se basan en logos rígidos y estáticos, sino que se basan en un sistema con identificadores visuales. El cambio que aquí se analiza es el que va de la repetición de una imagen a la repetición de un principio.

El término *dynamic identities* se utiliza mayoritariamente en Los Países Bajos, Alemania y en Suiza. El estudio de diseño Lust de La Haya está, según mencionan en su web, especializado desde el año 2007 en *dynamic identities*, la diseñadora holandesa van Nes (2012) publicó con Bis Publishers uno de los pocos libros sobre el tema llamado *Dynamic Identities, How To Create A Living Brand* y la diseñadora alemana Felsing (2010) publicó con la editorial Lars Müller el resultado de su trabajo de máster titulado *Dynamic Identities in a Cultural and Public Context*.

En círculos de especialistas, aunque no existe ninguna prueba de ello, se ha propagado la idea de que *liquid identity* se encuentra por primera vez en el trabajo de Wolff Olins — consultoría de marca con sedes en Londres, Nueva York, Dubai y San Francisco — y que fue adoptado por la prensa de diseño angloparlante para describir una realidad que cada vez aparecían con más frecuencia.

Este investigador entró en contacto con los términos diseño de sistemas y diseño sistemático gracias Khazaeli (2005). El designar la identidad como sistema visual es nuevo, pero no así la idea. La invención de la identidad visual en sí surge del deseo de una comunicación visual coherente, de un modo integral de abordar el problema de diseño. Peter Behrens¹⁸, con conocimientos interdisciplinarios en las áreas de arquitectura, diseño industrial, ilustración y tipografía, creó la primera identidad visual integral en el año 1918 para AEG.

En ésta no se reconocía visualmente ningún sistema como tal, sino algo que Froshaug (1999) definió como *overall design*. La forma de proceder sistemática se encuentra por primera vez con Gerstner (2007). Su enfoque se basaba en métodos específicos para abordar el diseño creativo: en lugar de esperar a la inspiración divina recomendaba la aproximación sistemática al proyecto.

Aunque la cantidad de identidades visuales flexibles aumentó durante los años sesenta, sólo los sistemas de retícula encontraron aceptación en una escala más amplia. Una de las figuras más importantes de los sistemas de retícula fue Josef Müller-Brockmann,

18 Peter Behrens (Hamburgo, 14 de abril de 1868 - Berlín, 27 de febrero de 1940) fue un arquitecto, pintor, diseñador y tipógrafo alemán, y se considera que es uno de los máximos representantes del diseño industrial moderno.
https://de.wikipedia.org/wiki/Peter_Behrens

como se verá en el capítulo 6: *Los sistemas tipográficos como precursores de los sistemas visuales*. Los promovió no sólo como una herramienta para mantener la coherencia visual sino que veía en el diseño con retículas una actitud político democrática, profundamente arraigada en la naturaleza.

Las identidades visuales flexibles aparecieron primero como animaciones de logos para cine y televisión, algo que hicieron diseñadores gráficos relevantes como Ivan Chermayeff¹⁹.

19 Renombrado diseñador gráfico y arquitecto, Ivan Chermayeff, nacido en Londres, Inglaterra en 1932. Estudió en la Universidad de Harvard, en el Instituto de diseño de Chicago y se graduó en la Escuela de Arte y Arquitectura de la Universidad de Yale. Es fundador, junto a Tom Geismar, de la agencia Chermayeff & Geismar Inc. Responsables del logo de la NBC, de la señalización del National Park Service, la señalización institucional del bicentenario de los Estados Unidos; las empresas Chase Manhattan Bank, Xerox Corporation, y Mobil Corporation, Time Warner, Viacom, The New York Public Library, the Smithsonian Institution, and the Museum of Modern Art, entre otras.
<http://isopixel.net/archivo/2002/11/ivan-chermayeff/>

6. Los sistemas tipográficos como precursores de los sistemas visuales	46
6.1. Análisis histórico de sistemas tipográficos desde 1452 a 1981.....	46
6.1.1. 1452-1454, B42, Johannes Gutenberg, Mainz	50
6.1.2. 1494 – 1597, Imprenta Aldina, Aldo Manuzio, Venecia.....	51
6.1.3. 1501, <i>De Divina Proportione</i> , Luca Paccioli, Venecia.....	53
6.1.4. 1520, <i>Champfleury. Au quel est contenu l'Art et Science de la deue et vraye Proportion des Lettres Attiques, qu'on dit autrement Lettres Antiques, et vulgairement Lettres Romaines proportionnees selon le Corps & Visage humain</i> , Geoffroy Tory, París	54
6.1.5. 1524, <i>Monograma en Lo presente libro</i> de Giovannantonio Taglientes, Venecia	55
6.1.6. 1525, <i>Construcción modular para el alfabeto gótico</i> , Albrecht Dürer, Núremberg	56
6.1.8. anterior de 1583, <i>Mayúsculas latinas</i> , Johann Neudörffer.....	57
6.1.7. Sobre el 1600, Construcción de alfabeto gótico, Pierre Le Bé, París	58
6.1.9. 1692-1695, <i>Romain du Roi</i> , Truchet, Jaugeon, Des Billettes, Grandjean	58
6.1.10. 1927, <i>Die neue plastische Systemschrift</i> , Kurt Schwitters, Hannover	60
6.1.11. 1926-1931, <i>Kombinationsschrift</i> , Josef Albers, Dessau	60
6.1.12. 1930-1932, <i>Universal</i> , Herbert Bayer, Berlín	61
6.1.13. 1958-1960, <i>Grundalfabet</i> , Herbert Bayer, Berlín	62
6.1.14. 1968, LCD, George H. Heilmeier, Princeton, New Jersey	63
6.1.15. 1967, <i>New Alphabet</i> de Wim Crouwel, Amsterdam	63
6.1.16. 1972, Alfabeto para Matrix Printer 7 x 9, Olivetti	64
6.1.17. 1980, Pictogramas de los Ferrocarriles Federales Suizos, Müller-Brockmann y Spalinger	65
6.1.18. 1980, Cartel <i>The architectonic in graphic design, the concert poster series of Josef Müller-Brockmann</i> , J. Müller-Brockmann, Nueva York.....	65
6.1.19. 1981, <i>Grid Systems / Raster Systeme</i> , Josef Müller-Brockmann	66
6.2. Categorización por tipo de herramientas para la reproducción	68
6.2.1. El manual	68
6.2.2. El molde.....	73
6.2.3. El <i>kit</i> de construcción	76
6.2.4. El programa	82
6.3. Categorización por tipo de función	87
6.3.1. Coherencia formal	87
6.3.2. Unificación tecnológica.....	90
6.3.3. La expresión de un orden mundial/universal	92

6.1. Análisis histórico de sistemas tipográficos desde 1452 a 1981

Munari (2006) dice lo siguiente en su capítulo *Coherencia formal*:

En la proyección industrial de un producto o de una “familia” de productos es conveniente considerar la coherencia formal entre las distintas partes y el todo; entre las distintas partes que constituyen un objeto y entre los objetos que constituyen el conjunto.

Esta coherencia se basa en el empleo de elementos iguales, como en el caso de una construcción modular donde los módulos tienen la misma forma y distintas dimensiones en cuyo caso se llaman isomorfos.

Estos elementos modulados también puede tener formas que permitan múltiples combinaciones consiguiendo así muchas variantes de un conjunto. Los ladrillos son un ejemplo de esta combinatoriedad: al tener medidas relacionadas entre sí, es decir, 6 x 12 x 24 cm, pueden encararse en distintas posiciones.

Un grupo de anaqueles de distintas dimensiones, pero de formas iguales para montar estanterías combinables de muchas maneras son elementos homeomorfos.

Todas las hojas del mismo árbol, aunque son distintas, se reconocen por la relación interfigural. Estos elementos se llaman catamorfos. Esta es otra forma para proyectar productos coherentes como, por ejemplo, una cubertería, en el caso del diseño industrial, o un nuevo alfabeto con mayúsculas, minúsculas, números, cursivas y negrita, en el caso del diseño gráfico.

Es por lo tanto pertinente mirar a la tipografía como el origen de los sistemas en diseño, en cuanto que la imprenta permite por primera vez la reproducción sistemática. En concreto, nos centraremos en los primeros ejemplos documentados de lo que se denomina como anatomía de la letra y anatomía de la página. El propósito es no sólo explicar el término retícula tipográfica, sino además examinar diferentes formas de ordenación y normalización del diseño tipográfico en distintas épocas con el objetivo de proporcionar una vista general de la sistematización en tipografía.

Con ello no se pretende ofrecer un recorrido estilístico, sino que interesa tan sólo el surgimiento de los sistemas de organización tipográficos y el desarrollo cronológico de éstos de 1400 a 1998.

No todos los sistemas tipográficos mencionados se detallan en las páginas siguientes. Los criterios de selección fueron el determinar si había suficiente documentación sobre el trabajo y si éste representaba un tipo diferente de sistema tipográfico diferente del resto. Las obras que se desarrollan posteriormente están marcadas en amarillo.

1400	1500	1600	1700	1800
1452-1454, B42, Johannes Gutenberg, Mainz	1494 – 1597, Imprenta Aldina, Aldo Manuzio, Venecia	1660, Mayúsculas latinas, Johann Neudörffer	1764, Manuel Typographique, Pierre Simon Fournier	1899, Edward Johnston enseña caligrafía formal en la Central School en Southampton Row, Londres, desde Septiembre de 1899 en adelante. (Foundational Hand, Lettermodel)
Nicolas Jenson comenzó a imprimir en Venecia con su fuente romana original del 1470.	1501, <i>De Divina Proportione</i> , Luca Paccioli, Venecia	1692-1695, <i>Romain du Roi</i> , Truchet, Jaugeon, Des Billettes, Grandjean	1704, Herstellung der Grandjean-Type für die Königliche Druckerei, Paris, Jaugeon	
	1520, <i>Champfleury. Au quel est contenu l'Art et Science de la deue et vraye Proportion des Lettres Attiques, qu'on dit autrement Lettres Antiques, et vulgairement Lettres Romaines proportionnees selon le Corps & Visage humain</i> , Geoffroy Tory, París	Sobre el 1600, Construcción de alfabeto gótico, Pierre Le Bé, París		
	1525, Construcción modular para el alfabeto gótico, Albrecht Dürer, Núremberg	1686, <i>Regulae trium ordinum litterarum typographicarum</i> , Joseph Moxon		
	1524, Monograma en Lo presente libro de Giovannantonio Taglientes, Venecia			

Tabla 1: fuente propia elaborada en la investigación

1900	1910	1920	1930	1940
<i>Rotterdamsche Schildderschool</i> (Catálogo para rotulistas), A.R. van der Burg	1919, <i>Stijl-Type</i> , Theo van Doesburg	1927, <i>Die neue plastische Systemschrift</i> , Kurt Schwitters, Hannover	1930-1932, bayer-type, Herbert Bayer	1941, Rotulación para la revista, Flax, Bart Van der Leek
		1926-1931, <i>Kombinationsschrift</i> , Josef Albers, Dessau	1931, Construcción de una sanserif, Joost Schmidt	1949, Tipografía para el cartel de una exposición, Max Bill
		1930-1932, Universal, Herbert Bayer, Berlín	1934, <i>Die Kunst des zweckmässigen Schriftzugs</i> , D. Duville, París	
		1925-1930, Futura, Paul Renner	1930, Schablonenschrift, Walter Veit	
		1922-1928, Erbar Grotesk, Jakob Erbar	1930, Fregio Mecano, Italy	
		1928, Rotulación para el Café Aubette en Strasbourg, Theo van Doesburg	1939-1945, Superveloz, Joan Trochut*	

* No desarrollado, pero objeto de la tesis del Dr. Del Hoyo (2001) en esta universidad.

1900	1910	1920	1930	1940
		1928, Carteles para la Bauhaus, Theo Ballmer		
		1929, Tipografía geométrica, Jan Tschichold		

Tabla 2: fuente propia elaborada en la investigación

1950	1960	1970	1980	1990
1958-1960, Grundal-fabet, Herbert Bayer, Berlín	1968, LCD, George H. Heilmeier, Princeton, New Jersey	1972, Alfabeto para Matrix Printer 7 x 9, Olivetti	1980, Pictogramas de los Ferrocarriles Federales Suizos, Müller-Brockmann y Spalinger	1997, Arnold Schönberg Center, Walter Bohatsch
1950-1956, Univers, Adrian Frutiger	1967, New Alphabet de Wim Crouwel, Amsterdam	1977-1980, International Design Centre Berlín, Herbert Kapitzki	1980, Cartel, J. Müller-Brockmann	1997-2000, 2000 en France, Intégral Ruedi Baur et associés
1957, boîte à musique, Karl Gerstner	1967, Identidad Visual Südwestfunk Baden-Baden, Herbert Kapitzki	1973-1975, Schering AG, Berlín, Herbert Kapitzki	LeMo, Frank Blokland	1994-2000, EXPO 2000, QWER
1959, Bech Electronic Centre, Karl Gerstner	1967-1972, Juegos Olímpicos de Munich, Otl Aicher	1972-1973, ZDF, Otl Aicher	1989, Identidad visual Galerie Schlichtenmaier, Dätzingen, Herbert Kapitzki	1997, Quartier des spectacles, Intégral Ruedi Baur et associés
1959, Holzäpfel, Karl Gerstner	1962-1964, Deutsche Lufthansa, Otl Aicher	1970, Tipografía para Stedelijk Museum Catálogo de la exposición del escultor Claes Oldenburg, Wim Crouwel	1988, Rotis, Otl Aicher	1997, Walker Art Center, Andrew Blauvelt, Chad Kloepper, Walker Design Department
1959, Bibliothek Suhrkamp, Willy Fleckhaus	1965, Constructed Typeface, Uk, Edward Wright	1972, Drupa, Wim Crouwel	1989, Dutch PTT, Studio Dumbar	1998, The Google Doodle formula, mwmgraphics
1957, Kunstenaars uit Brabant, Wim Crouwel	1964, Teddymat, Teddy 75, Roby 75, Karl Gerstner	1973, Rabobank, Logo, Wim Crouwel	1981, MTV, Logo, Manhattan Design	1994, NAI, Bruce Mau Design
1957, Liga Nieuw Beelden, Wim Crouwel	1961, ABM Warenhauskette, Hiestand Design	1973, Friesland Bank, Logo, Wim Crouwel		1999, Playstations, Display
1957, Hiroshima poster, Wim Crouwel	1962, Edition Suhrkamp, Willy Fleckhaus	1975, Kalender 1976, Wim Crouwel		1998, Loaded, Ludovic Balland
1957, 8 en 50, Wim Crouwel	1968, Vormgevers poster, commissioned by the Stedelijk Museum, Amsterdam, Wim Crouwel	1976, Typeface Olivetti typewriters, Wim Crouwel		1998, Lomo Copy, Fidel Peugeot
1957, 1958, Tarjetón, Wim Crouwel	1960, Olanda XXX Biennale Venezia, cubierta catálogo, Wim Crouwel	1976-2000, Cijferzegels, Wim Crouwel		1995, Decoratica, Peter Bilak
1958, Rijnja, Logo, Wim Crouwel	1960, Brusselsmans, cubierta catálogo, Wim Crouwel			1996-1999, Thermo, Cornel Windlin
1958, vdg, Logo, Wim Crouwel	1960, XII. Triennale Olanda cartel, Wim Crouwel			1998, FF Peecol, eBoy
	1963, Edgar Fernhout poster, Wim Crouwel			1998, Speech Recognizing Letterforms, 3deluxe
	1964, Alfred Jensen poster, Wim Crouwel			1999, Colorface colour font, Joshua Berger / Plazm
	1964, Job Hansen poster, Wim Crouwel			1997, Interactive Calender for Shiseido, John Maeda

1950	1960	1970	1980	1990
	1967, Jaap Wagema- ker, Wim Crouwel			1996, Sony Xmas, John Maeda
	1968, Linea Grafica, Wim Crouwel			1996, Morisawa, John Maeda
				1999, Richard Paul Lohse exposición, Müller + Hess
				1996-1998, Kaskaden- kondensator, Müller + Hess
				1998, Void, Bruce Mau

Tabla 3: fuente propia elaborada en la investigación

La Biblia de Gutenberg, también conocida como la Biblia de 42 líneas o Biblia de Mazarino es una edición impresa por Johannes Gutenberg en Maguncia, Alemania, en el siglo xv. Es el primer libro impreso en el mundo occidental mediante el sistema de tipos móviles, fue su mayor trabajo y tiene el estatus de icono por simbolizar el comienzo de la conocida como “edad de la imprenta”.

Patau (2000) afirma:

La invención técnica más revolucionaria fue la prensa manual para tipos móviles inventada por Johannes Gutenberg en 1450. La Biblia de 42 líneas fue completada en el 1455. El arte de la imprenta se extendió rápidamente; alrededor de 1500 ya había unas 1100 imprentas en Europa. Un nuevo período en el desarrollo de la escritura había comenzado.

Imhof (2000) nos aclara que el nombre Biblia de 42 líneas se refiere al número de líneas impresas en cada página, y es usado para diferenciarlo de la edición posterior de 40 líneas.

El texto de la biblia está compuesto a dos columnas de la misma anchura que tienen un justificado perfecto. Para alcanzar un equilibrio semejante, Gutenberg no habría diseñado un solo tipo móvil para cada letra y cada signo, sino que diseñó letras mayúsculas y minúsculas, así como ligaduras y abreviaturas con anchuras de tipo móvil variable. Según Hughes (2010) hay un total de 290 caracteres: 47 mayúsculas, 63 minúsculas, 92 abreviaciones, 83 ligaduras y 5 signos de puntuación.



B42 de Johannes Gutenberg, 1452 -1454

Tschichold (1987) escribe:

Aldo Manuzio es el primero en reconocer las leyes intrínsecas del libro impreso y su diferenciación con la escritura a mano. Se puede por ello considerar a Manuzio como el verdadero iniciador de la época tipográfica de producción de libros, Gutenberg aparece en comparación con él como un imitador del manuscrito medieval.

Burnhill (2003) presenta el resultado del análisis de algunos trabajos del siglo XVI del editor y diseñador italiano Aldo Manuzio y su maestro grabador Francesco Griffo en su imprenta Aldina. Burnhill (2003) sugiere que sus impresiones muestran un sistema unificado de dimensiones:

Mi suposición es que esas normas internas existían desde que Gutenberg clasificó la escritura mecanizada en subgrupos en referencia al ancho de los caracteres comunes —es decir, no más de cinco o seis grupos en total— y entonces construyó un grupo de moldes de ancho fijo. Así la clasificación del espaciado de estos moldes variaría en ancho, en correspondencia con los anchos de carácter de los subgrupos —siendo un tipo móvil un espacio con una letra en relieve en lo alto.

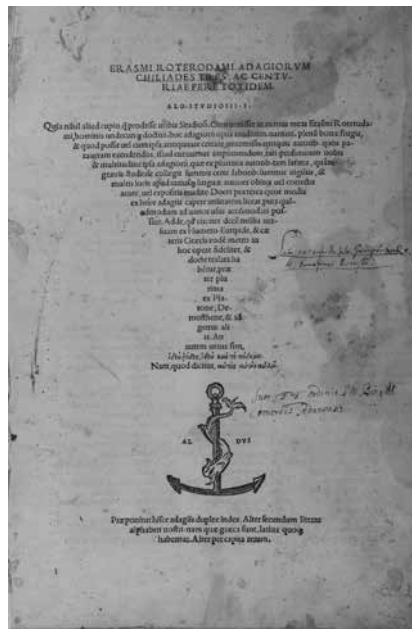
De esta definición se deduce que los anchos predeterminados en los tipos móviles crean una retícula.

Burnhill (2003) añade:

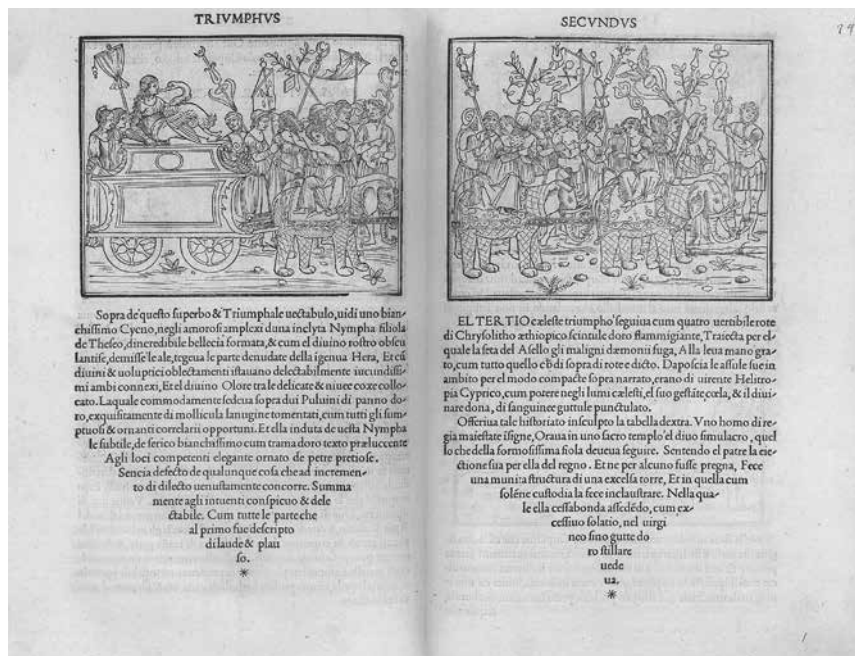
Sólo en el siglo XX, cuando el tipógrafo se convirtió en un arquitecto del documento impreso, fue desarrollada la retícula como un componente diferenciado de un sistema de especificaciones de conjunto para la producción impresa. Hasta esa fecha existía, como mucho, en una forma rudimentaria conocida por los cajistas como pruebas.

En las siguientes páginas Burnhill (2003) muestra la retícula descubierta en los documentos de Manuzio y que él mismo midió.

¹ Aldus Pius Manutius o Aldo Manuzio (1449/50 – 6 de febrero de 1515), humanista e impresor italiano, fundador de la Imprenta Aldina.
https://es.wikipedia.org/wiki/Aldo_Manucio



**Hypnerotomachia Poliphili de Francesco Colonna
impresso y publicado por Aldo Manuzio, 1499**

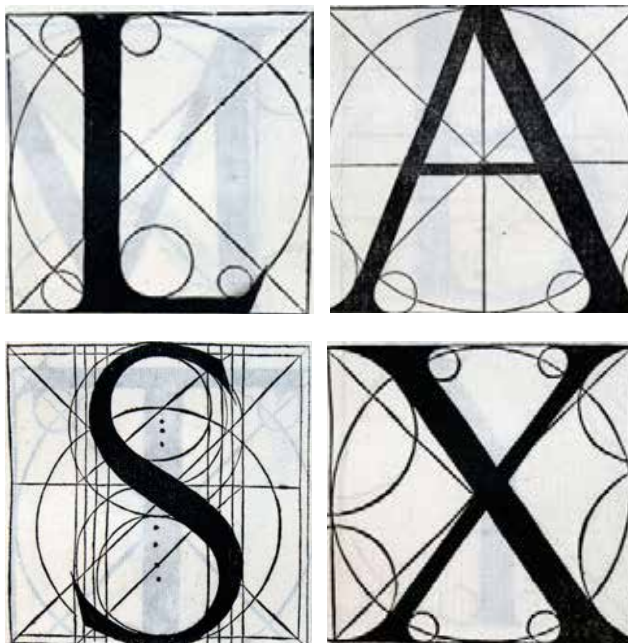


**Hypnerotomachia Poliphili de Francesco Colonna impresso y publicado por Aldo Manuzio,
1499**

González (2009) afirma que *De divina Proportione* es un libro escrito por el fraile franciscano Luca Pacioli e ilustrado por Leonardo da Vinci. El título remite a la sección áurea y sus aplicaciones a la geometría, el arte visual y la arquitectura.

De este libro es particularmente conocido el dibujo “el hombre de Vitrubio” que ilustró Leonardo da Vinci basándose en las medidas que Marcos Vitrubio había definido ya entre los años 27-23 A.C.

Escrito en 1496 —y publicado en 1501 en lengua vernácula italiana— recoge un pequeño tratado con instrucciones para construir un alfabeto con las formas de las letras, basado en el cuadrado y en el círculo y en la aplicación de la divina proporción. A continuación se muestran algunas de las armoniosas letras presentadas en su ensayo.



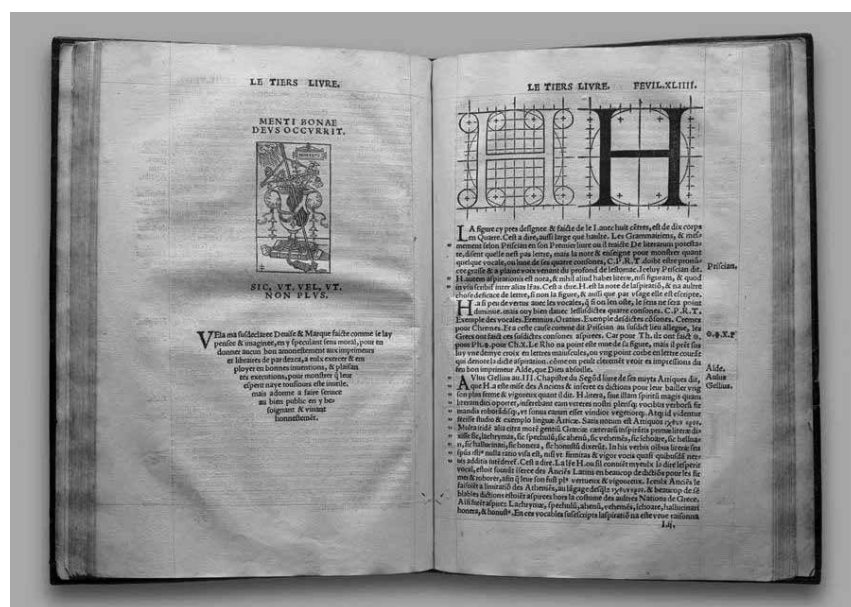
De Divina Proportione de Luca Paccioli, 1501

2 Luca Pacioli fue un fraile franciscano, matemático precursor del cálculo de probabilidades y economista italiano, de nombre completo 'Fray Luca Bartolomeo de Pacioli' 'Luca di Borgo San Sepolcro', cuyo apellido también aparece escrito como Paccioli y Paciolo, (Umbria, 1445 - Roma, 1517). [...] Su obra más divulgada e influyente es *De Divina Proportione* (De la Divina Proporción) término relativo a la razón o proporción ligada al denominado número áureo, escrita en Milán entre 1496 y 1498, y que trata también, en su primera parte, de los polígonos y la perspectiva usada por los pintores del Quattrocento (*Compendio Divina Proportione*); en su segunda, de las ideas arquitectónicas de Vitruvio (*Summa de arithmetica, geometria, proportioni et proportionalita precipitevolissimevolmente*); y en su tercera, de los sólidos platónicos o regulares (*De quinque corporibus regularibus*). Para ilustrarlo encargó dibujos a Leonardo da Vinci, que en la época formaba parte de la corte milanese de Ludovico Sforza (il Moro).
https://es.wikipedia.org/wiki/Luca_Pacioli

Según la entrada de Wikipedia en inglés y en alemán³, Geoffroy Tory⁴ fue uno de los mayores impresores en París durante el primer tercio del siglo dieciséis y escribió e imprimió su tratado teórico sobre el diseño de capitales romanas. Fue galardonado por Francisco I de Francia con el título de Impresor Real en 1531.

En su libro muestra cómo dibujar letras con ayuda de la geometría, y cómo sus proporciones se relacionan con el cuerpo humano. Aunque el libro no tenía la intención de dirigirse a la impresión profesional, el tratado es mencionado por varios escritores posteriores especializados en el dibujo de la letra y su impresión — por ejemplo Blokland⁵ (2012), Friedl, Ott y Stein (1998) y Smeijers (1996) — y ha tenido una gran influencia en tipografía.

Su propósito fue perfilar las teorías de base referidas a la relación entre la forma de las letras y las ideales —divinas— proporciones que él ilustra con numerosos ejemplos. El principio-guía es la idea de la correlación entre macrocosmos y microcosmos como se expresa en la naturaleza, en la forma humana y en la forma de las letras.

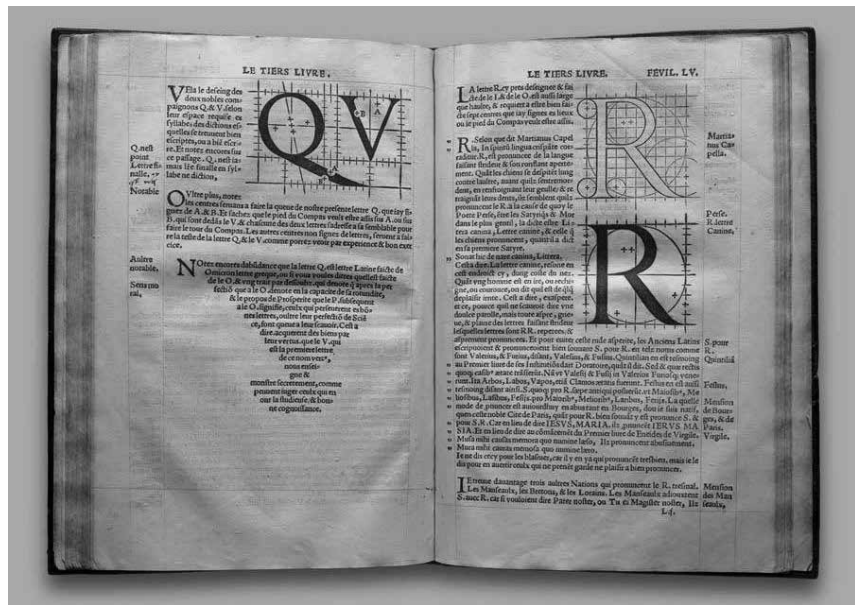


Champfleury de Geoffroy Tory, 1520

3 Wikipedia es particularmente pertinente para esta investigación dado que se está realizando un estudio de campo y en algunas entradas de la misma se recogen artículos ampliamente desarrollados.

4 Geoffroy Tory (Bourges, alrededor de 1480 - París, 1533) fue un impresor, tipógrafo, librero y humanista francés, al servicio del rey Francisco I. A lo largo de su vida llegó a dominar muchos de las técnicas del complejo proceso de confección de un libro. Entre los progresos que desarrolla en el arte de la imprenta destacan la mejora de las técnicas de grabado (para ilustrar los libros), el uso de caracteres romanos (a partir de un estudio de los textos clásicos) y la encuadernación en cuero de los volúmenes bibliográficos.
https://es.wikipedia.org/wiki/Geoffroy_Tory

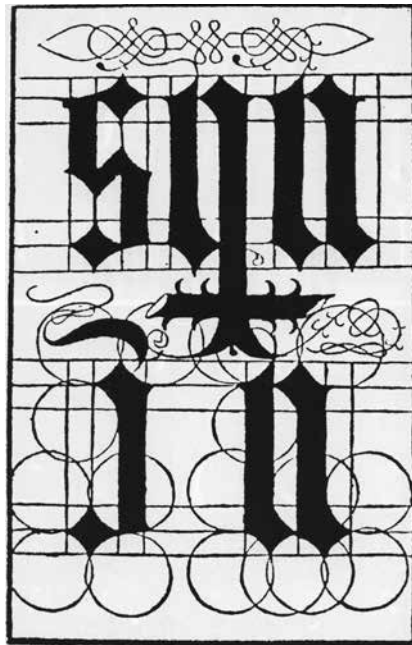
5 <http://www.lettermodel.org> — Este blog ofrece información relacionada con la investigación de Frank E. Blokland en la Universidad de Leiden. Prof. Dr. Adriaan van der Weel es el supervisor principal de Blokland.



Champfleur de Geoffroy Tory, 1520

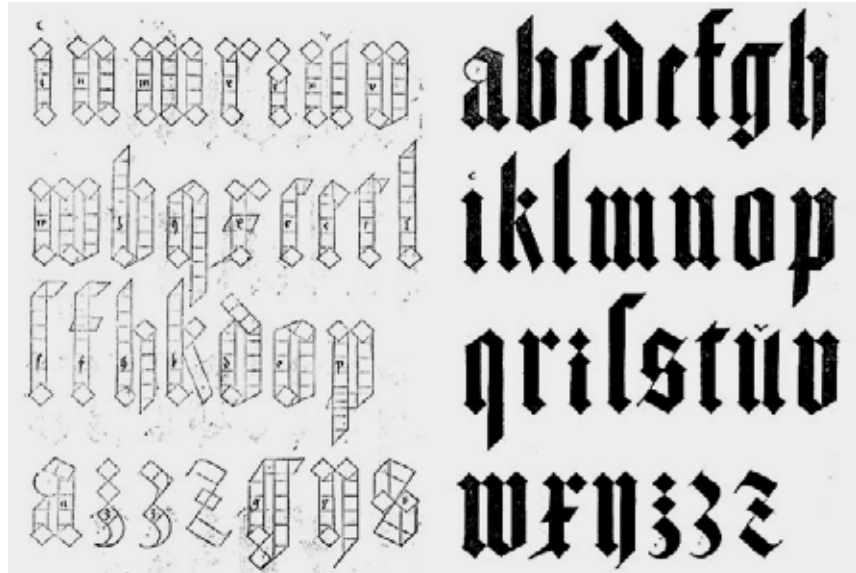
6.1.5. 1524, Monograma en *Lo presente libro* de Giovannantonio Taglientes, Venecia

Monograma con letras góticas construido a partir de regla y compás. Este Monograma aparece en *Lo presente libro* (*El libro presente*) de Giovannantonio Taglientes. Tagliente era un calígrafo veneciano que vivió de 1468 a 1527.



Monograma *Lo presente libro* de Giovannantonio Taglientes, 1524

Dürer⁶ propone un sistema de construcción modular para el alfabeto gótico Textura, construido a partir módulos cuadrados sobre una rejilla matemática adaptada perfectamente a un ángulo de pluma de 45°.



1525, Construcción modular del alfabeto gótico

Según *Biografía de Alberto Durero* (2014) la obra de Dürer sobre la geometría se titula *Underweysung der mit dem Messung Zirckel und Richtscheyt* (*Los cuatro libros sobre medición. Instrucciones de medición con compás y regla*⁷). En el tercer libro reconstruye caracteres romanos y góticos para su hacer posible su reproducción por parte de artesanos.

A continuación se muestra una imagen de las capitales romanas:



1525, Construcción modular del alfabeto gótico

6 Conocido en el mundo latino como Alberto Durero.

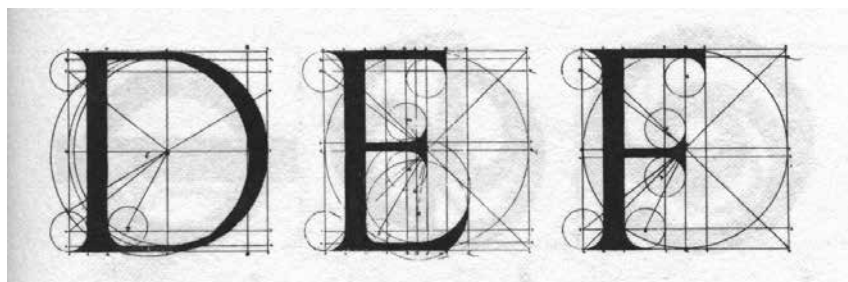
7 Existe una edición en castellano de la editorial Akal (Madrid) titulada *De la medida*.

Müller-Brockmann (1996) nos muestra una imagen de la estructura de las mayúsculas latinas de Neudörffer⁸, construidas con regla y compás sobre un cuadrado que se divide en 10 partes iguales, una de las cuales corresponde al grosor del trazo de la letra.

Se desconoce dónde se publicó este trabajo por primera vez — Müller-Brockmann (1996) no lo recoge.

A este investigador le ha llamado la atención la incongruencia entre la fecha que Müller-Brockmann (1996) le atribuye a esta tipografía de Neudörffer, y la biografía de éste, que falleció en 1563. Mediante una consulta en Facebook con expertos —ver Anexo de comunicaciones personales— gracias a la ayuda de Frank Blokland⁹ se pudo dilucidar que el grabado de 1660 fue hecho por J. Fleischberger a partir de los dibujos de Neudörffer:

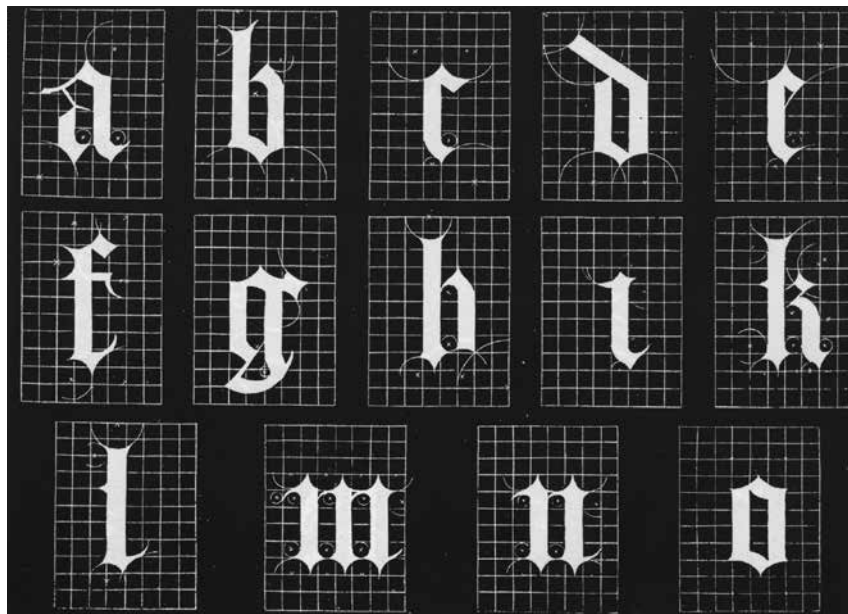
Según Werner Doede en *Schön schreiben, eine Kunst – Johann Neudörffer und die Kalligraphie des Barock*¹⁰ las imágenes que se muestran aquí son de *Gründlicher Bericht der alten lateinischen buchstaben*, que data de antes de 1538. En 1660 fue grabado otro modelo de Neudörffer en cobre por J. Fleischberger.



Sobre 1538, Mayúsculas latinas, Johann Neudörffer

- 8 Johann Neudörff(er) el Viejo (en Núremberg * 10 1497 ; † 12 de noviembre 1563 ibid) el Viejo fue maestro alemán de escritura y matemáticas.
Neudörffer de los más importantes e influyentes maestros de escritura de su tiempo. Como tal , jugó un papel decisivo en el desarrollo de la tipografía Fraktur alemana. Al ser el autor de libros de texto tuvo una gran influencia educativa en los estudiantes de arte de toda la zona de habla alemana. La alta estima de la que disfrutó en vida Neudörffer se refleja entre otras cosas en el hecho de que él fue comisionado por Alberto Durero para escribir la caligrafía de su cuadro *Los cuatro apóstoles*.
https://de.wikipedia.org/wiki/Johann_Neud%C3%B6rffer_der_%C3%84ltere
- 9 Eduard Frank Blokland (Leiden, 1959) es el fundador del grupo Letters], del cual han surgido muchos diseñadores de tipos holandeses famosos. Fundó el grupo mientras estudiaba diseño gráfico y tipografía en la Royal Academy of Art de La Haya. [...] Después de años de preparación, Frank E. Blokland fundó en 1990 la Dutch Type Library (DTL), la primer fundición tipográfica de fuentes digitales en los Países Bajos.
https://nl.wikipedia.org/wiki/Frank_E._Blokland
- 10 DOEDE, W 1988. Segunda edición. *Schön schreiben, eine Kunst: Johann Neudörffer und die Kalligraphie des Barock*, Prestel, Nueva York.

El alfabeto gótico caligráfico de Le Bé¹¹ está construido sobre una retícula de 8 x 11 cuadrados iguales.



Alfabeto gótico caligráfico de Le Bé, sobre 1600

6.1.9. 1692-1695, *Romain du Roi*, Truchet, Jaugeon, Des Bille- tes, Grandjean

Según Boardley (2008) La *Romain du Roi* o romana del rey —encargada por Luis XIV en 1692 para uso exclusivo de la *Imprimerie Royale*¹²— es una de las primeras tipografías transicionales diseñada en plena era de la Ilustración.

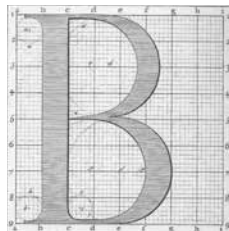
Su diseño se atribuye a Grandjean aunque en realidad como dice Boardley (2008), fue un comité científico creado por la Academia Francesa de las Ciencias quien realizó el proyecto. El dibujo de esta tipografía se llevó a cabo sobre una cuadrícula con el objetivo de dotarla del máximo rigor científico. La mayúscula se diseñó sobre retículas cuadradas de 8 x 8 unidades —con un total de 2.304

11 Pierre Le Bé es un maestro escritor francés, vivió en París a finales de los siglos XVI y XVII. Las dos compilaciones de sus ejemplos publicadas contienen en el título un anagrama de su nombre: Bele Prérie:
– *Béle Prérie, contenant divers caractères et différentes sortes de lettres alphabétiques, à sçavoir de lettres romaines, de forme, de lettres propres... et autres pour marquer sur toiles et linges.* París : 1601
– *Béle prairie, où chacun peut voir les lettres tant romaine que de forme en leur fleur et perfection. Avec leur vraie proportion, réduites au pied du compas, par Pierre Le Bé de Bar sur Aube, maistre écrivain juré à Paris.* París : 1613
https://fr.wikipedia.org/wiki/Pierre_Le_B%C3%A9

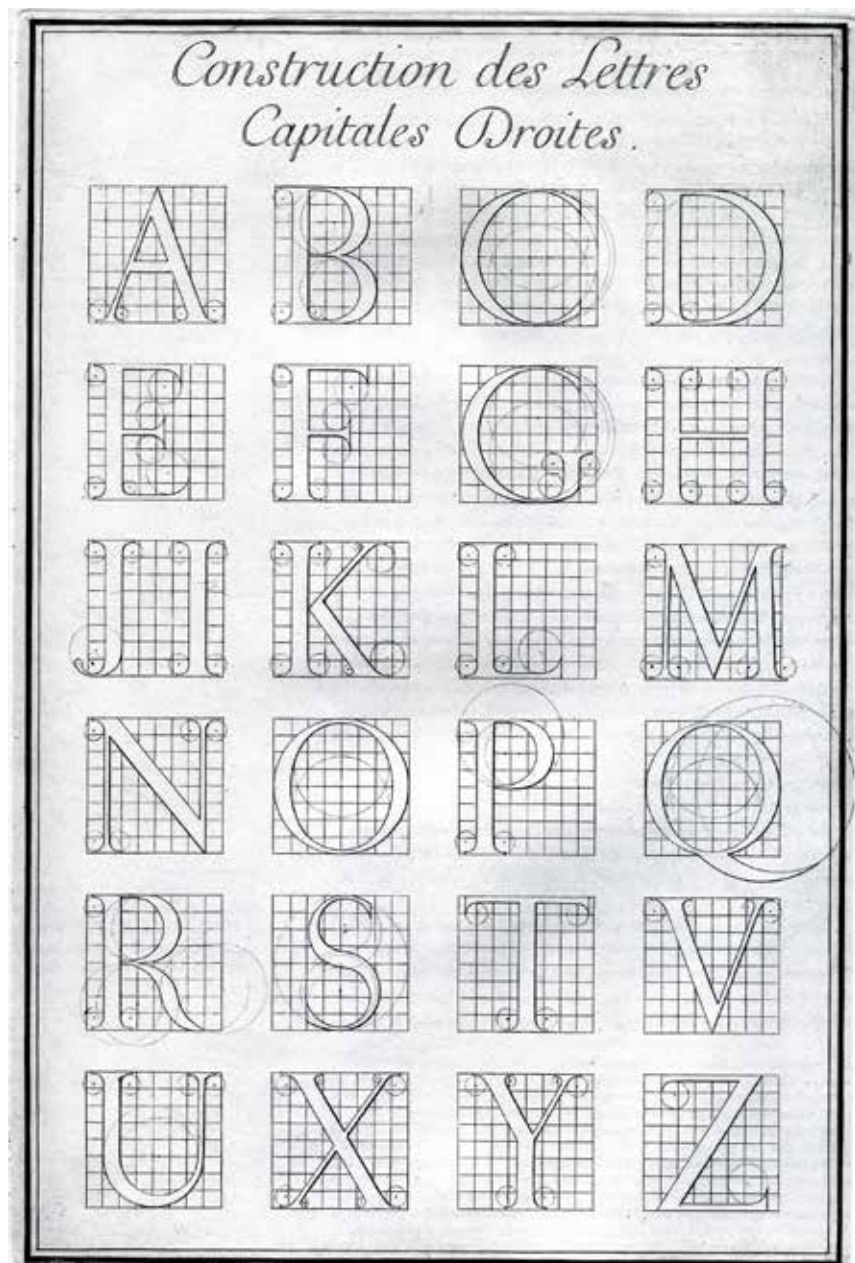
12 Sucesora de *Imprimeurs du Roi pour le Grec* (impresores reales griegos) creada por Francisco I en 1538 para publicar la literatura, la *royale Imprimerie* fue fundada en 1640, por Luis XIII de Francia a instancias del cardenal Richelieu. Los sucesivos gobiernos la llamaron la *Imprimerie de la République*, el *impériale Imprimerie*, la *royale Imprimerie* y finalmente la *Imprimerie Nationale*.
https://en.wikipedia.org/wiki/Imprimerie_nationale

cuerpos— y la minúscula sobre retículas rectangulares. Se dibujó con regla y sus curvas con arcos de círculos y elipses.

59



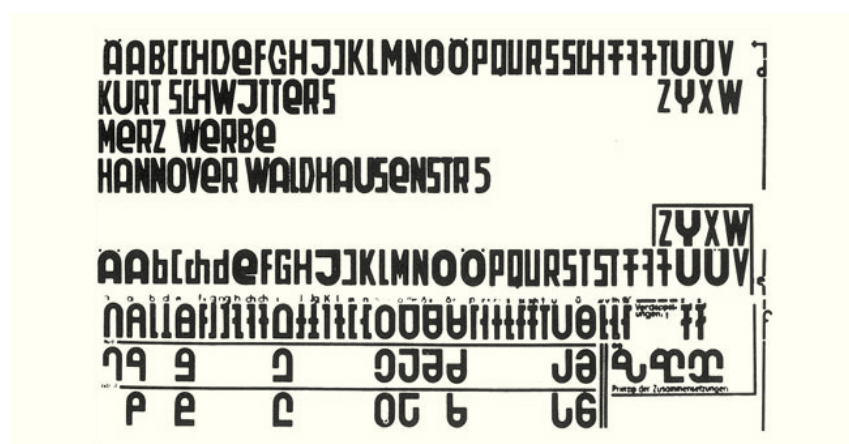
1692-1695, *Romain du Roi*,
Truchet, Jaugeon and Des Billettes



1692-1695, *Romain du Roi*, Truchet, Jaugeon and Des Billettes

La construcción de la estructura de la letra a partir de formas geométricas simples representaba para la Bauhaus la voluntad de objetividad en oposición a la subjetividad de la escritura a mano. Cuando Kurt Schwitters¹³ —a mitad de los años veinte— desarrolló *Die neue plastische Systemschrift* (El nuevo sistema de tipos plásticos) fue un paso más allá: intentó establecer una nueva relación entre el alfabeto, la palabra y la construcción de la frase.

Brüning (1991) nos indica que Schwitters reflexionó no sólo sobre una nueva ordenación de las letras existentes, sino sobre la idea de que la forma de la letra es dependiente del sonido que ésta tiene y construyó nuevos signos para sonidos definidos por él pero inexistentes hasta el momento.



Die neue plastische Systemschrift, Kurt Schwitters, 1927

6.1.11. 1926-1931, *Kombinationsschrift*, Josef Albers, Dessau

Según Stock-Allen (2010) partiendo de diez formas básicas geométricas —creadas a partir de círculos y rectángulos— Josef Albers¹⁴ creó un sistema tipográfico que pretendía ser eficiente, fácil de aprender y de producir.

13 Kurt Schwitters (20 de junio de 1887 – 8 de enero de 1948) fue un artista alemán, pintor, escultor, poeta y diseñador gráfico, nacido en Hannover. Excluido del movimiento Dadá Berlin, reacciona fundando Dadá Hannover. Este movimiento se fundó sobre el apolitismo (en las antípodas de las concepciones del grupo Dadá en Berlín, que se caracterizaba por estar comprometido políticamente), lo fantástico y el constructivismo. Sus principales pilares eran la revista Merz y el arte del mismo nombre. Su actividad artística se fundaba sobre el collage; sobre sus telas se encontraban boletos de ómnibus, pedazos de afiches, periódicos, lana, botones, telas, etc. El nombre Merz alude a un fragmento de papel donde estaba escrito “Commerzbank”.
https://es.wikipedia.org/wiki/Kurt_Schwitters

14 Josef Albers (19 de marzo de 1888 - 25 de marzo de 1976) fue un artista y profesor alemán cuyo trabajo, tanto en Europa como en los Estados Unidos, creó la base de algunos de los programas de educación artística más influyentes del siglo xx.
https://es.wikipedia.org/wiki/Josef_Albers



Kombinationsschrift, de Josef Albers, 1926 - 1931

6.1.12. 1930-1932, *Universal*, Herbert Bayer, Berlín

En 1925, Walter Gropius¹⁵ encargó a Bayer¹⁶ el diseño de una tipografía para la Bauhaus. Bayer se aprovechó de su visión sobre la tipografía moderna para crear un tipo de letra idealizado. Tal como dice Stock-Allen (2010) el resultado fue una sanserif sin adornos construida a partir de formas geométricas. En ella no hay letras mayúsculas puesto que el autor no las consideraba necesarias.



Tipografía *Universal* de Herbert Bayer, 1930 - 1932

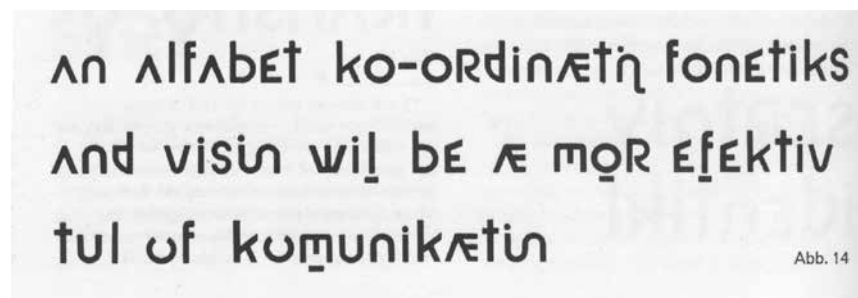
¹⁵ Walter Gropius nació en Berlín, hijo y nieto de arquitectos. Estudió arquitectura en Múnich y en Berlín. Después de sus estudios trabajó durante tres años en el despacho de Peter Behrens y a continuación se independizó. [...] Gropius fue el fundador de la famosa escuela de diseño Escuela de la Bauhaus, en la que se enseñaba a los estudiantes a utilizar materiales modernos e innovadores para crear edificios, muebles y objetos originales y funcionales.
https://es.wikipedia.org/wiki/Walter_Gropius

¹⁶ Herbert Bayer (Hagg, Austria, 1900 - Santa Bárbara, Estados Unidos, 1985) fue un diseñador gráfico, pintor, fotógrafo y arquitecto austriaco. Bayer fue el diseñador de publicidad más innovador de la Escuela de la Bauhaus, a la que perteneció: su trabajo destaca por la temprana introducción de la fotografía en los años 1920.
https://es.wikipedia.org/wiki/Herbert_Bayer

Según Bayer (1967), él perteneció en su tiempo dentro de la Bauhaus a aquellos que no se conformaban con encontrar un nuevo diseño de las letras existentes basado formalmente en elementos geométricos. Treinta años después —en su exilio americano— desarrolló su primer alfabeto optofonético —equivalencia óptica de los fonemas que permiten una rápida percepción óptica de los textos.

A continuación se enumeran los principios de diseño de Bayer para el *grundalfabet* (alfabeto básico) — que en concordancia con sus postulados escribía en minúscula pese a llevar mayúscula en alemán otra de las particularidades de su alfabeto es que cambia la “ph” alemana por “f”, que corresponde a su fonema.

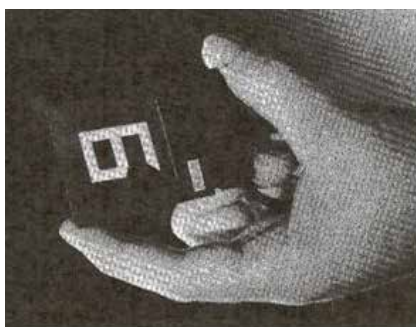
- Si la letra está hecha de formas simples, aligerará el trabajo del ojo y del cerebro —Bayer sostiene también la teoría de que no tiene sentido usar mayúsculas.
- Se leen imágenes de palabras y no letras, por ello unas formas marcadas producen una lectura simple. Esto excluye letras armónicas similares.
- Los ascendentes se perciben mejor que los descendentes, por ello este alfabeto tiene más ascendentes de lo habitual.
- El “grundalfabet” cuenta con los borrones resultantes del proceso de impresión y por ello se amplían las trampas de tinta.
- También debe estimular el ojo y por ello la mancha de texto no debe generar un gris uniforme.
- Aunque el “grundalfabet” se genera a partir de formas geométricas es posible crear variaciones siempre que se mantenga el principio básico.



Grundalfabet de Herbert Bayer, 1958 - 1960

Según la entrada de Wikipedia en inglés George Harry Heilmeier fue un ingeniero estadounidense pionero en el diseño de pantallas de cristal líquido, también conocidas como LCD —acrónimo del inglés *liquid cristal display*.

Las LCD son capaces de mostrar imágenes arbitrarias —como en una pantalla de ordenador de uso general— o imágenes fijas que se pueden mostrar u ocultar, ya sean palabras predefinidas, dígitos o *diplays* de siete segmentos, como los que tiene un reloj digital.



LCD de George H. Heilmeier, 1968

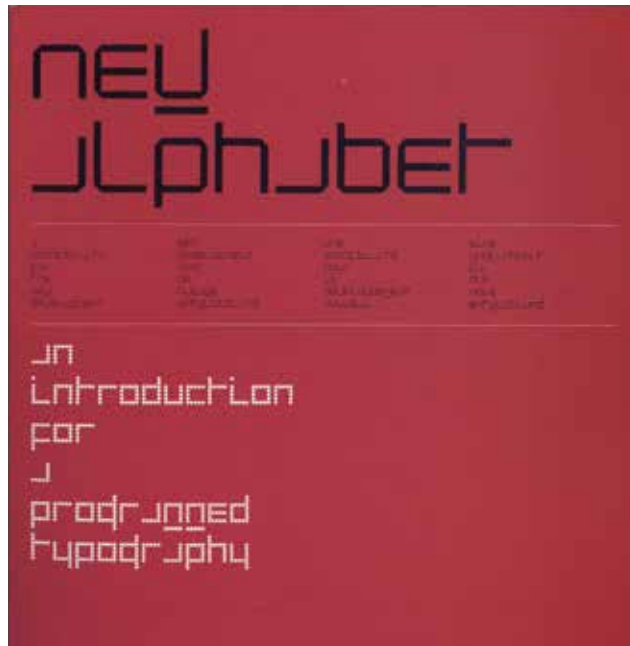
6.1.15. 1967, *New Alphabet* de Wim Crouwel, Amsterdam

Según Middendorp (2004) *New Alphabet* fue un proyecto personal y experimental de Wim Crouwel¹⁷. El tipo de letra fue diseñada para la tecnología de tubo de rayos catódicos utilizada por las primeras pantallas de visualización de datos y equipos de fotocomposición. Las tipografías convencionales podían sufrir restricciones de legibilidad bajo las condiciones de reproducción de dichas pantallas, debido a que el nivel de detalle no era lo suficientemente alto.

Crouwel quería adaptar su diseño a esta nueva tecnología. Para conseguirlo, las letras se dibujaron a partir de una cuadrícula de 5x9 unidades con esquinas de 90 y 45 grados. Las formas de sus letras solo contenían trazos horizontales y verticales, y no presentan diferenciación entre mayúscula y minúscula. El resultado fue un alfabeto de apariencia abstracta con algunas formas de la letra poco convencionales y algunos caracteres de difícil reconocimiento.

Según Crouwel (2009): “*New Alphabet* era exagerado y nunca estuvo destinado a ser utilizado en realidad ... era ilegible.” Sin embargo, para su gran sorpresa, la tipografía experimentó un resurgimiento décadas más tarde en 1988, cuando la legendaria banda de

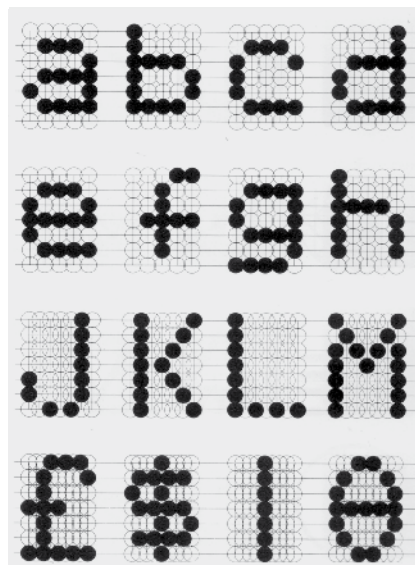
¹⁷ Willem Hendrik “Wim” Crouwel (nacido el 21 de noviembre 1928) es un diseñador gráfico, diseñador de tipos y tipógrafo holandés. Entre 1947 y 1949, estudió Bellas Artes en la Academia Minerva en Groningen, Países Bajos. Además estudió tipografía en lo que hoy es la Gerrit Rietveld Academie de Amsterdam.
https://en.wikipedia.org/wiki/Wim_Crouwel



New Alphabet, Wim Crowel, 1967

6.1.16. 1972, Alfabeto para Matrix Printer 7 x 9, Olivetti

Según Müller-Brockmann (1996) con un campo rectangular de 35, 49 o 63 círculos del mismo tamaño se pueden representar todas las letras del alfabeto, incluidos los números del 1 al 9. La sistematización de los signos a partir de superficies circulares genera tipos caracterizados por un lenguaje formal unificado fácilmente reconocible.



1972, Alfabeto para Matrix Printer 7 x 9, Olivetti, Josef Müller-Brockmann

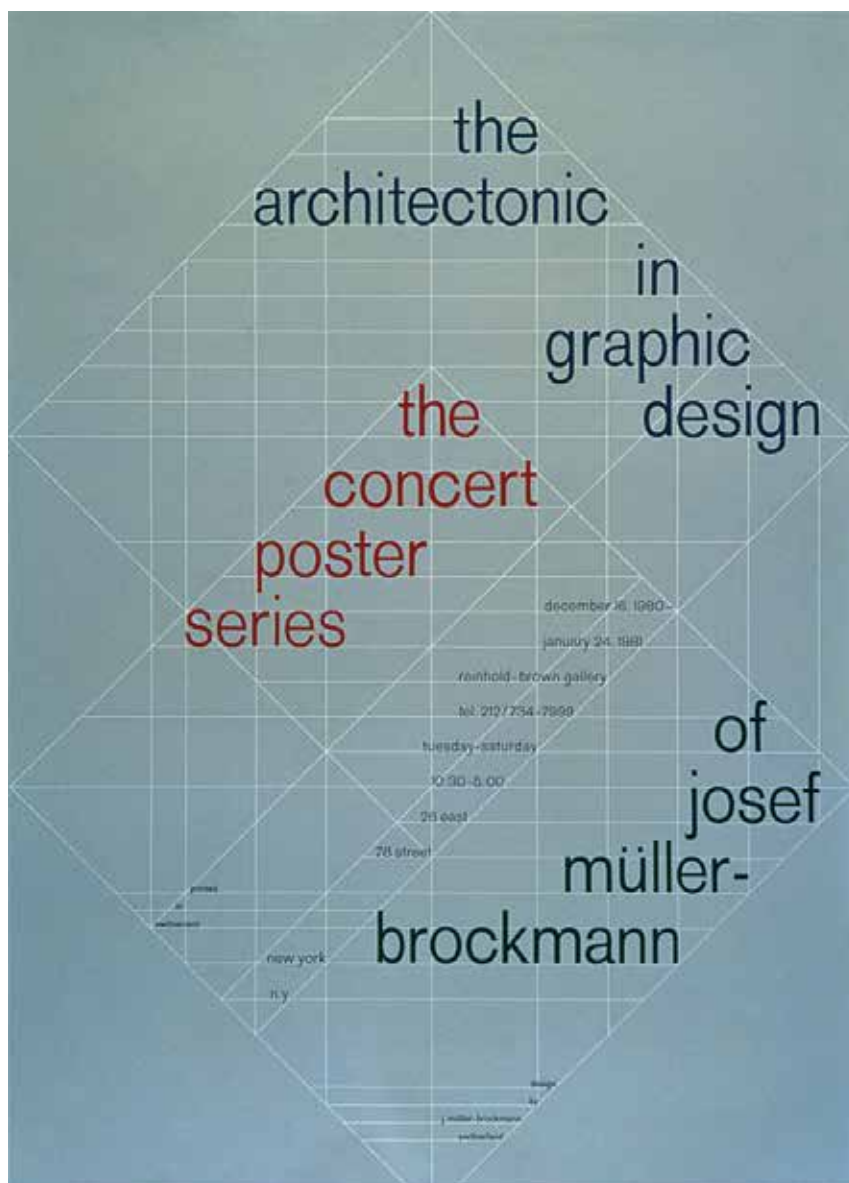
Como expone Güntensperger (1988) Müller-Brockmann y Spalinger realizaron estos pictogramas sobre la base de una retícula cuadrada. El uso de un elemento básico de longitud y grosor específicos en el diseño de los pictogramas permitió sistematizar los signos y construir un sistema unificado. Esto es particularmente importante si, por un lado, debe brindarse a los usuarios un número elevado de elementos informativos con la ayuda de varios pictogramas y, por el otro, los pasajeros deben encontrarse siempre con los mismos signos allí donde vayan. Todo ello reduce el riesgo de malentendidos.



Pictogramas de los Ferrocarriles Federales Suizos de Müller-Brockmann y Spalinger, 1980

6.1.18. 1980, Cartel *The architectonic in graphic design, the concert poster series of Josef Müller-Brockmann*, J. Müller-Brockmann, Nueva York

Como afirma Müller-Brockmann (1996) la retícula como sistema sirve como estructura en la que el diseñador puede organizar los elementos gráficos de forma racional. Una rejilla se puede utilizar para organizar los elementos gráficos en relación a una página, en relación con otros elementos gráficos en la página, o en relación con otras partes del mismo elemento gráfico o forma.



Cartel para una exposición sobre su trabajo, J. Müller-Brockmann, 1980

6.1.19. 1981, *Grid Systems / Raster Systeme*, Josef Müller-Brockmann

Josef Müller-Brockmann consideraba la retícula tipográfica un invento suizo situado en la historia después de la segunda guerra mundial. Ésta se basaría en las reglas teórico-prácticas concebidas por la Bauhaus y que fijó por escrito Tschichold (1987) en 1928.

Müller-Brockmann presenta en este libro suyo la retícula tipográfica como medio para la estandarización del diseño de áreas. Estas áreas pueden ser bidimensionales, como la doble página de un libro, o tridimensionales como una exposición. Como dice el título, Müller-Brockmann quiere explicar con su libro el uso práctico de las retículas. Sin embargo, dedica la segunda parte del libro a la historia de la idea que subyace en los sistemas de organización.

Müller-Brockmann contempla el sistema de organización —la retícula— como un acontecimiento de la naturaleza y un deseo del

Servirse de las retículas significa para Müller-Brockmann subordinarse a “leyes universalmente válidas” y con ello mostrar voluntad de orden, claridad y objetividad. Aquí, lo que Müller-Brockmann entiende por sistemas de retículas va más allá del uso práctico de estas. Él define la ética profesional del diseñador como aquella según la cual el diseñador debe contribuir al bien común y producir cultura. Según él, el diseñador, a través de un diseño claro-comprendible, realista-sistemático y funcional, expresa “actitud democrática”.



Izquierda: cartel *Internationale Juni-Festwochen 1962 Stadttheater Zürich* de J. Müller-Brockmann, 1962



Derecha: cartel *Strawinsky berg fortner* de J. Müller-Brockmann, 1955

Se han dividido las herramientas que se utilizan para la reproducción de un diseño en cuatro tipos diferentes:

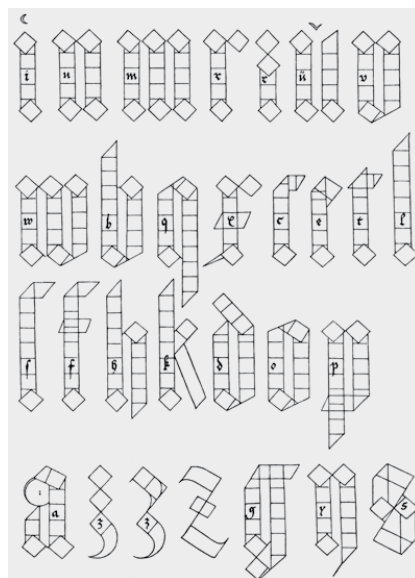
1. El manual
2. El molde
3. El *kit* de construcción
4. El programa

Aunque algunos de los ejemplos ya se han visto con anterioridad cronológicamente se revisarán de nuevo para poder inscribirlos en la categoría correspondiente.

6.2.1. El manual

La reconstrucción de un (tipo de) diseño con una descripción geométrica permite su reproducción exacta. Los manuales de diseño se crearon cuando un diseño debía ser aplicado por alguien que no fuera el diseñador original.

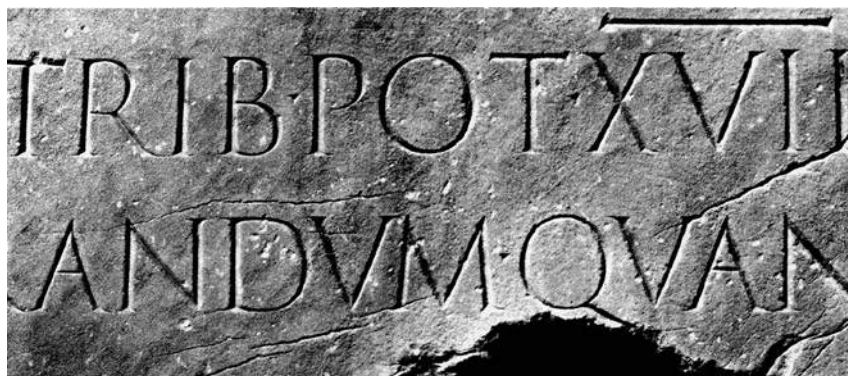
Dürer reconstruye tanto capitales romanas como minúsculas góticas en su libro de 1525. Reconociendo el trabajo realizado por los italianos, afirma en la dedicación a su patrono y amigo Wilibald Pirckheimer que su trabajo, la construcción geométrica de las letras, esta pensada: “[...] no sólo para pintores, sino también para orfebres, y para escultores y canteros, y talladores de madera, y para todos aquellos, en resumen, que utilizan compás, y regla o metro —a los que pueda servir de utilidad.”



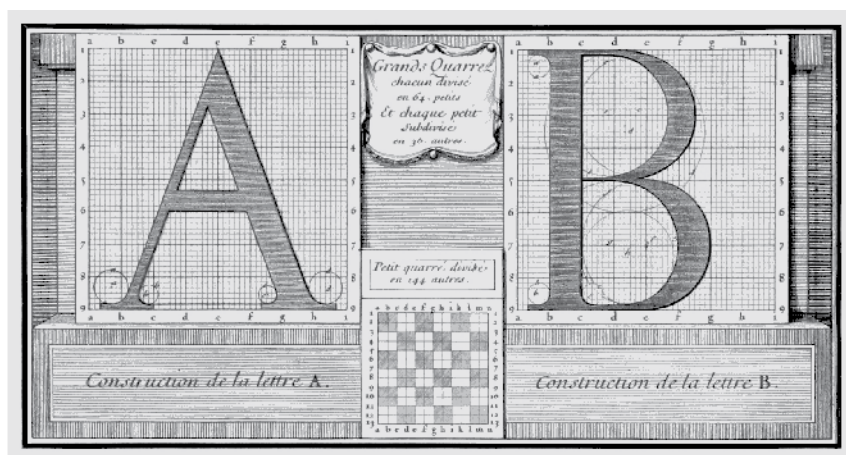
Construcción modular para el alfabeto gótico de Dürer, 1525

Los manuales de los diseñadores de tipos del Renacimiento reconstruyeron las letras de la capital romana para enseñar a los punzonistas, pero también a pintores, orfebres, escultores, cante-

Uno de los mejores ejemplos documentados de este tipo de manual de diseño es la reconstrucción de capitales romanas para el rey Luis XIV, la *Romain du Roi*.



Capital romana: detalle de la columna de Trajano, Roma, 113 d.C.



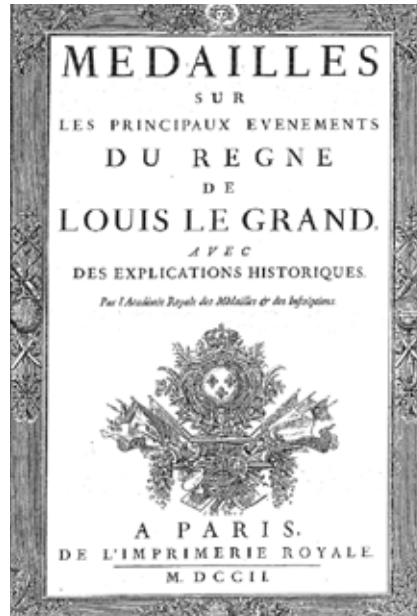
Romain du Roi de Grandjean: Construcción de la letra "A" y "B", 1692 - 1695

Según Devroye (s.f.) para la *Romain du Roi* fue diseñada una retícula, en la cual un cuadrado era dividido en 64 cuadrados, y cada uno de estos cuadrados en 36 cuadrados más pequeños, creando una cuadrícula con 2.304 campos. El uso del sistema de retículas para posicionar formas geométricas se usaba para construir letras. La definición de las formas de la letra a partir de cuadrados y formas geométricas hace que Devroye (s.f.) la defina como “la primera fuente digital, y al menos la primera matemáticamente definida”.

Además, Blokland (2012) afirma:

Se han hecho intentos para capturar las formas de la letra en modelos geométricos, como las reconstrucciones de las capitales romanas hechas por ejemplo por Felice Feliciano, Luca de Pacioli, Albrecht Dürer, Giovan Francesco Cresci, y muchos otros artistas, calígrafos, y los estudiosos del Renacimiento. También están los patrones geométricos de la *Académie des Sciences* para la

La construcción de la *Romain du Roi* se usó, como ya se ha mencionado, para crear una tipografía exclusiva para el rey Louis XIV y su imprenta, la *Imprimerie Nationale*. Todos los glifos y los diferentes cuerpos fueron grabados a partir de este manual, que le otorgaba a la tipografía y las publicaciones la misma coherencia y exclusividad formal.



La fuente se usó por primera vez en el libro *Médailles sur les principaux événements du règne de Louis-le-Grand* de 1702.

Como Blokland (2012) afirma:

[...] Estas pautas descriptivas renacentistas y barrocas eran absolutas, es decir, que estaban destinadas a describir y definir ciertas formas de las letras a través de esquemas creados con regla y compás. Las diferentes pautas para básicamente las mismas formas de las letras capitales de Feliciano y consortes, y más tarde las de la comisión de Jaugeon de tipo romano, no sirven como modelos genéricos para describir las estructuras subyacentes, sino que su propósito era proporcionar métodos de construcción específicos para formas de letras específicas.

Blokland (2012) define aquí la distinción entre un manual de diseño, como el de la *Romain du Roi*, y un programa como el suyo¹⁸, que intenta usar y descubrir sistemas genéricos.

La (re)construcción podría tener y haber tenido así —en el caso de las interpretaciones renacentistas de la capital romana imperial— la función de comprender mejor las estructuras genéricas de los tipos de letra, pero se ha de ser consciente de que la herramienta para la propia reconstrucción influencia el diseño original en la racionalización de su geometría y crea, en realidad, una nueva interpretación del tipo de letra.

Las construcciones de fuentes, como los tipos de letra sanserif contruidos —*Groteskschriften*— creados durante el siglo IX y XX por rotulistas, muestran una fuerte simplificación de las letras, muy probablemente, como resultado de su necesidad de ser fácilmente reproducibles.



Manual para rotulistas de C. E. Fetzer, 1871 - 1872

Según Pool¹⁹ (2010) en Alemania este tipo de manuales de diseño dieron como resultado la definición de un tipo de letra normalizado, la DIN 1451.

Pool (2010) también expone que DIN 1451 se diseñó en la década de los años 30 para el *Deutsches Institut für Normung* —Instituto Alemán de Estándares Industriales—. En 1936 fue declarada por el Comité Alemán de Estándares como la tipografía oficial para las áreas de tecnología, tráfico, administración y negocios. Los encargados del diseño fueron ingenieros en vez de tipógrafos. DIN 1451 es un producto de la construcción geométrica sin sofisticaciones tipográficas que actualmente se sigue usando en la señalización de

18 “El LetterModeller (Lemo) además de una aplicación es también una herramienta para la investigación de (la relación entre) los sistemas de grafema, sistemas armónicos (subdividido en modelos armónicos), los sistemas proporcionales (subdivididos en modelos proporcionales), los sistemas relacionales y sistemas rítmicos Se centra en la capital grafema sistemas, libro a mano minúscula, minúscula y cursiva (no incorporado aún) en uso desde el Renacimiento italiano, y los minúsculos libro a mano morfológicamente relacionados desde la Baja Edad Media (textura y la rotunda, para ser preciso). La versión actual de Lemo no soporta el lápiz con punta flexible, pero esto es una cuestión de tiempo”. http://www.lettermodel.org/wordpress/?page_id=13

19 En 2004 comenzó a investigar sobre la historia de los tipos de letra de acuerdo con DIN 1451 y se ha convertido en un conocido autor y orador sobre este tema. En el año 2007 se decidió a apoyar sus conclusiones científicamente y comenzó a trabajar en su tesis doctoral sobre la historia de las tipografías sanserif contruidas en Alemania, sobre todo de la DIN 16, DIN 17 y DIN 1451. Su tesis está siendo dirigida por el profesor Gerard Unger, de la Universidad de Leiden. <https://www.fontfont.com/designers/albert-jan-pool>

carreteras. En 2004 Abert-Jan Pool lanzó una versión refinada —FF DIN— con algunos ajustes ópticos y curvas más fluidas.

72



DIN 1451 para rotulistas, de autor desconocido para DIN (Instituto Alemán de Normalización), 1927

Se encuentra en la naturaleza de una matriz el ser fácil de entender y fácil de reproducir, lo que conllevaba también una simplificación del diseño en muchos casos. Especialmente cuando se utiliza un solo molde para reproducir una tipo completa. Las plantillas fueron y están hechas para las ocasiones en las que un texto tiene que aplicarse manualmente pero sin interpretaciones personales.

Kindle (2007) explica que en 1876 J.A. David adquirió la patente para un sistema que había inventado para escritores de signos, la *Plaque Découpée Universelle*.

Con una plantilla de símbolos universales las mayúsculas, minúsculas, números, puntuación, acentos, etcétera, se podían generar con la retícula de la plantilla.

GRAND SUCCÈS DE L'EXPOSITION AMÉRICAINE

Plaque Découpée Universelle DE J. A. DAVID

BREVETÉ EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER
POUR TRACER GÉOMÉTRIQUEMENT
LES LETTRES, LES CHIFFRES & LES ORNEMENTS

Le savez-vous déjà, il paraît certain que les Chinois se servent de 80 mille caractères pour écrire leur langue.

L'inventeur du dessin ci-contre, M. J.-A. David, prouve qu'avec ce dessin unique, découpé, recouplé en quelque sorte à un croquis chinois, il peut tracer d'une façon correcte et géométrique, en lettres majuscules et minuscules, tous nos caractères modernes, toutes celles qui dérivent du grec et du latin, toutes que : le français, l'anglais, l'italien, l'espagnol, etc. Il trace en outre tous les chiffres, tous les accents, tous les signes de ponctuation, ainsi qu'une variété illimitée d'ornements géométriques avec lignes doubles ou simples. L'alphabet grec se trace aussi avec ce type.

Avec l'aide de cette plaque et de la clef explicative qui l'accompagne, toute personne, même un enfant intelligent de dix ans, peut apprendre en quelques heures à dessiner une écriture élégante et correcte.

Elle est indispensable pour tracer les affiches dans tous les magasins.

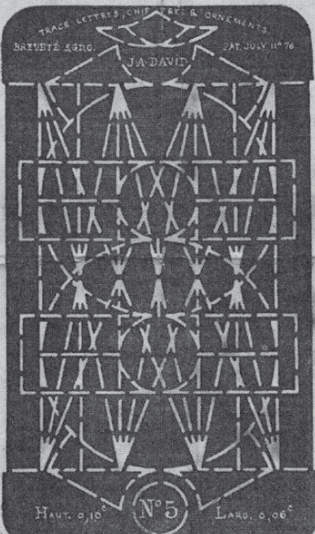
Tout homme ayant à faire des enseignes devrait en posséder une, car, dans cette simple plaque, il a un cours complet du dessin de la lettre et des chiffres; il apprend, en outre, à tracer une quantité infinie de dessins pour bandes, bordures, papiers, etc.

Dans la famille il sera un jeu amusant et instructif pour les jeunes filles et les jeunes filles, car, en outre des lettres, des chiffres et des ornements, ils y trouveront tous les éléments du dessin linéaire.

La plaque découpée universelle est en vente à l'Exposition universelle, section des États-Unis, Galerie des Machines, en papier-carton fort à 1 fr. avec la clef.

E. S.
(Extrait du journal l'Exposition de 1876)

Paris, 25 octobre 1876.
Monsieur le rédacteur en chef,
Comme je vous ai fait déposer à divulguer ce qui peut être utile aux lecteurs de l'Éducation, je tiens à vous



HAUT. 0,10 N°5 LARG. 0,06

faire connaître la plaque découpée universelle que j'ai exposée dans la galerie des machines de la section des États-Unis, au milieu d'une foule de visiteurs.

Cette plaque en carton découpé, d'environ 13 centimètres de longueur sur 5 de largeur, permet de tracer d'une façon correcte et géométrique toutes les lettres de l'alphabet majuscules, minuscules, accents, virgule, point, les chiffres arabes, l'alphabet grec, et une foule innombrable de dessins.

Tout instituteur pourra, à l'aide de cette seule plaque, composer des jeux de lettres mobiles pour faire le cours du lecture d'après la méthode naturelle ou syllabaire; il peut la placer sur les murs de son école de sentences morales, pour exposer aux yeux de ses élèves un trait d'histoire, une règle de grammaire.

La plaque découpée universelle est si simple qu'un enfant de dix ans peut dans quelques minutes en apprendre le maniement. Les lettres, chiffres, ornements, etc., se font sans effort, elle a une source inépuisable d'enseignements, on les apprend à dessiner géométriquement les ornements les plus variés et les plus surprenants.

La plaque découpée universelle de M. J. A. David offre un franc enseignement, et tout acheteur a droit à la clef du système.

Une lettre très-chaleureuse a été adressée à M. Barthelemy par un journal français, M. Victor Naudet, qui le prie de recommander l'introduction de ce merveilleux petit instrument dans tous les établissements d'instruction publique. Pour moi, je compte surtout sur les lumières et l'amour du progrès de nos bons instituteurs, qui ne tarderont pas à adopter la plaque de M. David, quand ils seront, comme moi, convaincus de son excellence.

Veuillez agréer, etc.
G. T.
(Extrait du journal l'Éducation du 26 octobre, page 678.)

(1) Cette méthode a été exposée dans l'Éducation, par M. Théodore.

EN VENTE

Détail : 26, Passage Jouffroy.

Détail et gros : Chez l'inventeur, 69, avenue du Maine.

Prix, avec clef explicative 1 fr.
Par la poste, franco pour Paris, la France et l'Europe (Union postale) en timbres ou mandats-postes 1 10

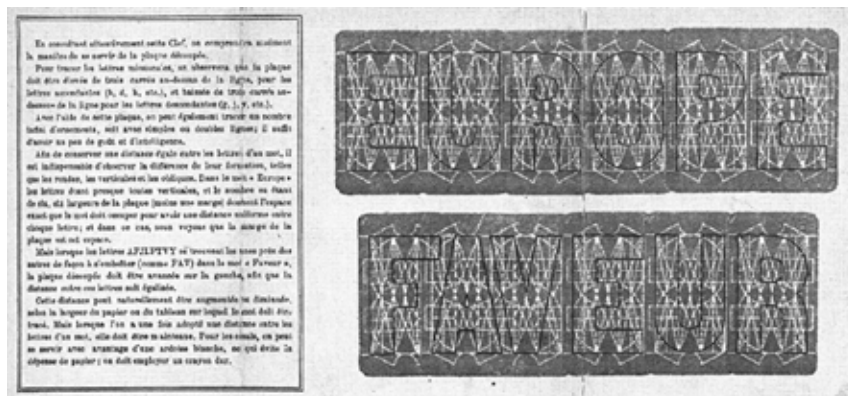
NOTA. — Toutes les correspondances doivent être adressées chez l'inventeur, 69, avenue du Maine, Paris.

FORTE REMISE POUR LES ACHATS EN GROS

Prière de communiquer ce Prospectus aux personnes auxquelles cette invention pourrait être utile.

Paris. — Typ. MAUVRET et DUBOIS, rue du Cardinal-Lemoine, 41.

Plaque Découpée Universelle de J.A. David, 1876



Plaques Découpées Universelles de J.A. David, 1876

Este tipo de plantillas fueron utilizadas por rotulistas, artistas gráficos —antigua descripción de los diseñadores gráficos o publicistas—, ingenieros, arquitectos o incluso trabajadores de la construcción. Era una herramienta fácil de usar para no tipógrafos que les permitía aplicar un tipo de letra formalmente coherente.

Según Pool (2010) el uso de fuentes sanserif en el ferrocarril prusiano marca el comienzo de una nueva tendencia en la señalización pública. Los signos ya no son como obras de arte, sino que cada vez más son vistos como soporte de información funcional. Asumiendo que cualquier supuesta decoración entorpecería la lectura al usuario, las preferencias cambiaron de fractura²⁰ a letra de palo seco.



Detalle de un patrón para la rotulación de los ferrocarriles prusianos, 1897

Pool (2010) afirma que lo mismo sucedió en la señalización técnica. Cada vez más a menudo se prefiere la letra de molde simple a la tipografía alemana Kurrent²¹, popular en aquella época en Alemania. En la primera década del siglo xx George Bahr de Charlottenburg, un profesor de las escuelas de formación profesional de Berlín, desarrolló una nueva máquina de etiquetado/rotulación. Es una especie de plantilla de caracteres en forma de regla y embudo de pluma a juego. La plantilla contiene sólo un conjunto de formas elementales —rectas, diagonales y arcos circulares—. El artista utiliza la regla una y otra vez y dibuja las letras con formas prediseñadas. El procedimiento es bastante largo, pero la plantilla es pequeña y económica. En 1909 Bahr patentó su “curva de regla

²⁰ Las fracturas —del alemán *Fraktur*— corresponden a las tipografías normalmente denominadas góticas. Estos estilos se caracterizan por formas puntiagudas y angulosas.

²¹ Tipografía alemana antigua de corte caligráfico, evolucionada de la cursiva gótica de principios del s.xvi.

para dibujar letras.” En 1910, vendió la patente a dos de sus amigos: Paul Filler y Oscar Fiebig. Filler y Fiebig fundaron una empresa en la que la patente era el 50% del capital inicial. La nueva compañía de Filler y Fiebig produjo y vendió entonces la *Bahr'schen Normographen*. Más tarde se desarrollaron plantillas de escritura que incluían un alfabeto completo; estas fueron llamadas *Standardgraph*. La compañía tuvo tanto éxito con esta plantilla de la fuente que en 1967 se cambia el nombre de la empresa a *Standardgraph Filler und Fiebig GmbH*²². Hasta la fecha, la producción de una amplia gama de plantillas constituye una parte sustancial del negocio de la compañía. Muchas plantillas contienen elementos de acuerdo con las normas DIN, que se utilizan en los dibujos técnicos.



***Bahr'sche Normograph*, plantilla para escribir, 1909**

Un conjunto limitado de elementos para construir una tipografía puede ser el resultado de la limitación de posibilidades que ofrece una retícula o una elección consciente. Este investigador denomina a esta tipología como “*kit* de construcción”. Incluso si su significado tiene la intención de ser conceptual, en la historia de las tipografías construídas han existido, en efecto, algunos “*kits* de construcción” físicos.

Según Pool (2010), después de que los alumnos hubieran aprendido las formas de escritura, empezaban a aplicarlas. Con una *Platt-enfeder* —pluma con una placa circular en la punta— se dibujaban letras mayúsculas sobre una cuadrícula. La idea detrás del método *Soennecken*²³ era que tanto las formas elementales como la pluma simplificada facilitaran el aprendizaje de la escritura. En vez del uso habitual de la pluma fina de punta flexible, se usaba la pluma con la placa circular en la punta, ya que esta no se atascaba con el papel si el alumno aplicaba demasiada presión.

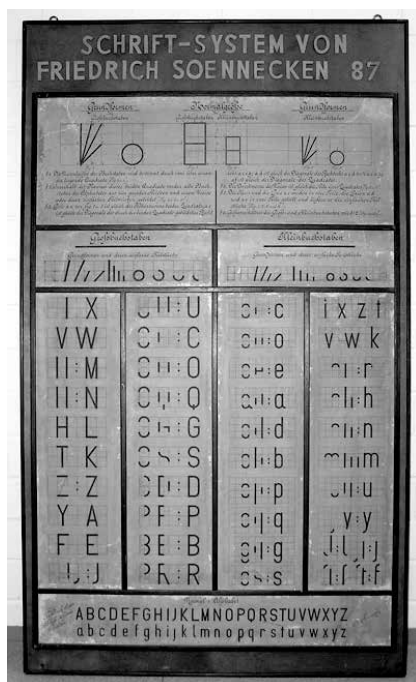
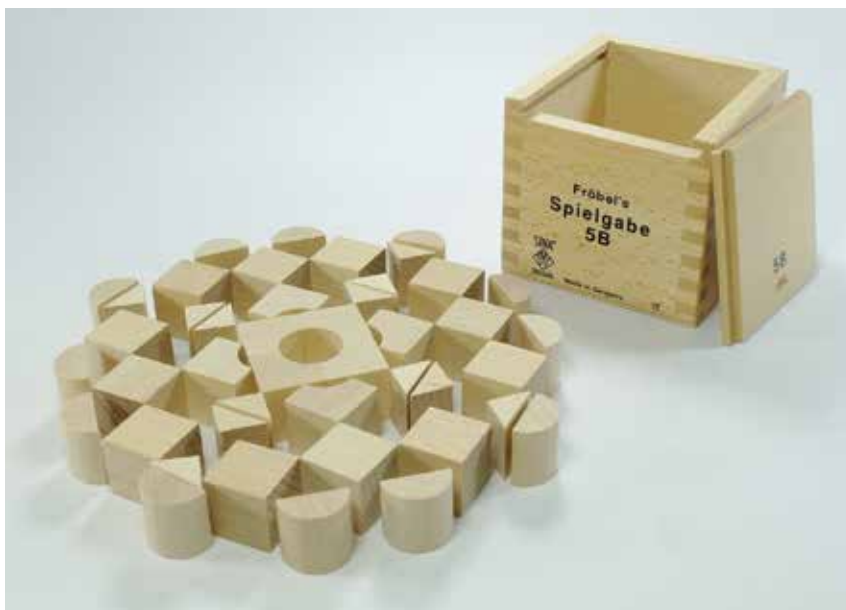


Tabla de pared con el sistema de escritura de *Soenneckens Schriftsystem*, Friedrich Soennecken, 1878

Pool (2010) también expone que solo unos pocos años más tarde, se publicó un método similar para la construcción de tipos de letra. Esta vez sin embargo, es un método de escritura para escuela primaria realizado por Friedrich Soennecken. Según Pool (2010)

23 Friedrich Soennecken (1848-1919) fue un empresario e inventor alemán, fundador de Soennecken, un proveedor para oficinas en Alemania. Su invención principal fue un estilo “redondeado de escritura caligráfica” y la punta de la pluma asociada a ella. Se conoce como método *Soennecken* al sistema de escritura que se basaba en líneas rectas y círculos y que servía para que los niños aprendieran a escribir usando sus elementos metálicos. https://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Soennecken



Spielgabe 5B de Fröbel, de la compañía Sina Spielzeug, especializada en reproducción de juegos clásicos; fecha y lugar del juego original desconocidos

Como continuación lógica Soennecken desarrolló un sistema de escritura que se basaba en líneas rectas y círculos. En primer lugar, y antes de aprender a escribir, los niños construyen las letras de una frase con elementos metálicos circulares y rectos. La principal diferencia entre el método Soennecken y el anterior —de Fetzer— fue que el sistema Fetzer hacía coincidir los contornos con la cuadrícula, mientras Soennecken hacía coincidir la línea central de los elementos con ésta.

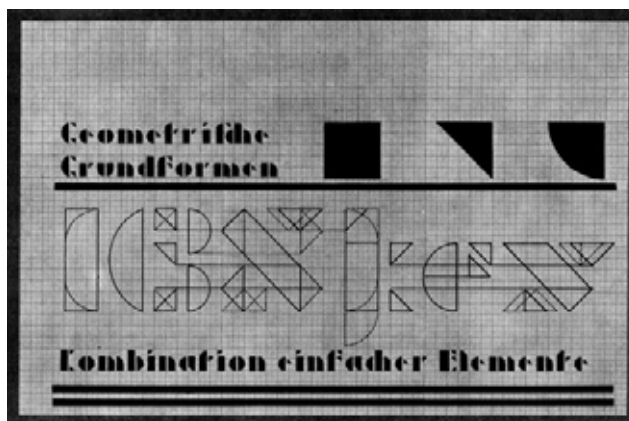
24 Friedrich Fröbel o Froebel (Oberweissbach, Turingia, 21 de abril de 1782 - Marienthal, 21 de junio de 1852), conocido en los países de habla hispana como Federico Froebel, fue un pedagogo alemán, creador de la educación preescolar y del concepto de jardín de infancia, llamado “el pedagogo del Romanticismo”. Él diseñó los materiales de juego educativo denominado Regalos Froebel o Fröbelgaben, que incluía la construcción de bloques geométricos y bloques patrón de actividad. Un libro titulado La invención del Kindergarten de Norman Brosterman examina la influencia de Friedrich Fröbel sobre Frank Lloyd Wright y el arte moderno. https://es.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Fr%C3%B6bel



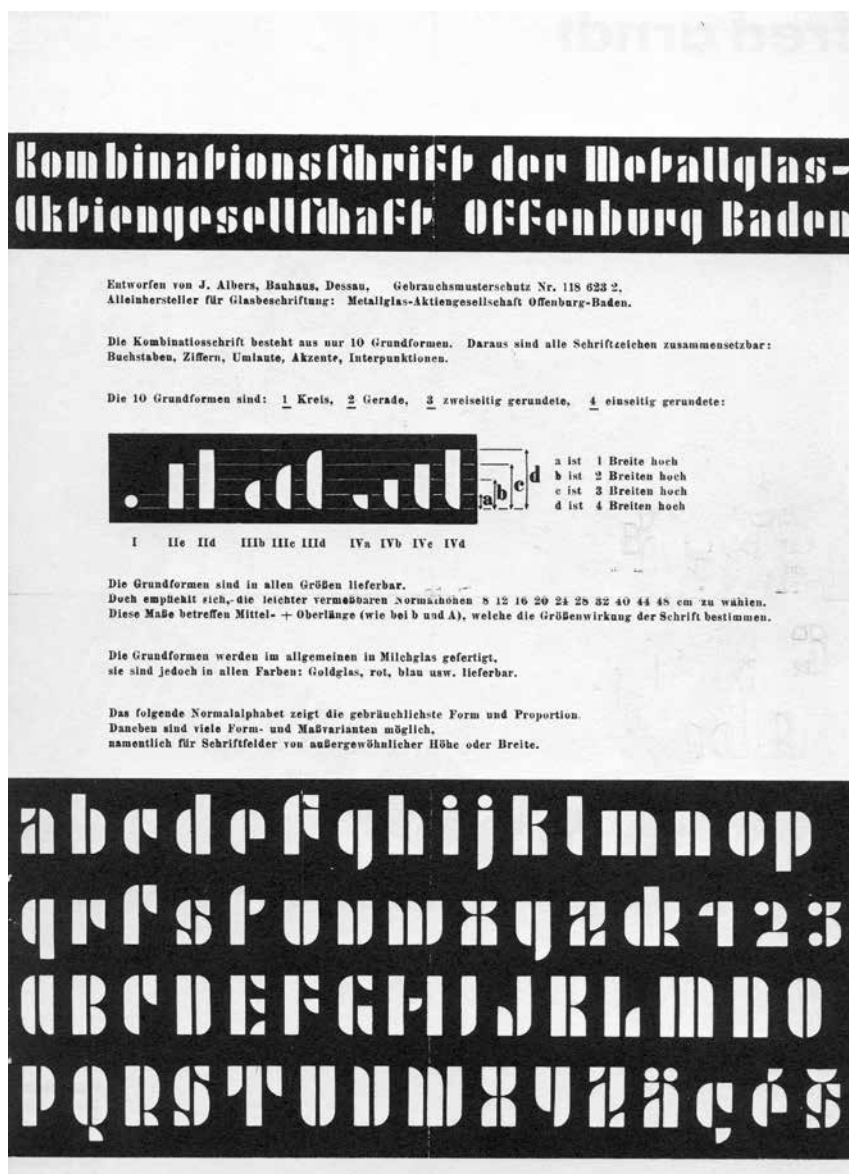
Sistema de escritura Soennecken para escuela primaria, 1913

El constructivismo ruso tuvo una influencia en la metodología y la estética gráfica y tipográfica de la Bauhaus. En círculos de especialistas, aunque no existe ninguna prueba de ello, se ha propagado la idea de que la obra de Friedrich Froebel también la tuvo, porque los adultos que luego formaron parte de la Bauhaus habrían sido niños educados con su método. Esta misma idea la recoge y apunta Albert-Jan Pool en su trabajo doctoral sobre *Constructed Sans Serif Fonts in Germany*, tutorizado por el Dr. Unger.

Según sus propias palabras Albers (1931) comenzó en 1923 un normalización de tipos elementales, que publicó por primera vez en 1926 en *Offset*²⁵, número 7. Primero en forma de un tipo de letra de plantilla, también conocida como *Schablonenschrift*, más tarde como el *Kombinationsschrift*.



Formas elementales de la *Kombinationsschrift* de Josef Albers, 1926



1930, folleto promocional de la versión comercializada de la *Kombinationsschrift* de J. Albers

Albers (1931) presenta la *Kombinationsschrift* (tipografía combinable). Las ventajas de este tipo de letra según su autor son principalmente de carácter económico. El tipo de letra se compone, en comparación con la versión anterior, sólo de tres cuadrados móviles con tres formas geométricas básicas: una cuadrado, un cuarto de círculo y un círculo. Con estas tres formas Albers es capaz de construir 72 glifos diferentes. Él sostiene que la reducción a

tipos cuadrados ayuda a los impresores a optimizar espacio, evitar la sobre o infrautilización de los tipos y, por lo tanto, el deterioro irregular. La simplicidad de las formas, según Albers, es otra de las razones de su longevidad. Especialmente cuando se produce con un material frágil como el vidrio o la porcelana, pero también cuando se utiliza para señales en madera, metal, cartón, papel o neón. Otra de las ventajas mencionadas por Albers es la posibilidad de calcular el ancho de las líneas, lo que según él hasta entonces sólo era posible con la máquina de escribir.²⁶

- 26 Blokland disiente de esta afirmación. Él afirma que los punzonistas del Renacimiento ya usaban una estandarización del ancho de la tipo para ser capaces de calcular la anchura de las líneas.



La biblia de 42 líneas de Gutenberg (1455) muestra estandarizaciones en la dirección horizontal y en la vertical.



Tipos móviles de la *Moyen Canon Romain* de Van den Keere's en anchos estandarizados. Imágenes de Frank Blokland.



Artículo de Albers en *Sonderdruck: aus Bauhaus, Zeitschrift der Gestaltung*, que explica el sistema de su *Kombinationsschrift*, 1931

Especialmente la imagen de arriba es de gran interés para esta investigación. Ejemplifica la flexibilidad de un sistema. El “*kit de construcción*” se compone de sólo tres elementos, pero Albers es capaz de crear 27 glifos diferentes, hasta cuatro variaciones diferentes de cada letra, seis alturas diferentes —versiones estrechas— y dos pesos diferentes.



Cubierta original del libro de Gerstner, K. 1964 , Verlag Arthur Niggli AG, Teufen

El cuarto tipo se remonta a la terminología introducida en el mundo del diseño por Gerstner (2007) donde propaga que el lenguaje escrito, la arquitectura, la morfología, el proceso del pensamiento, la tipografía, la retícula, la fotografía, el diseño gráfico, el arte generativo, el movimiento, la literatura, la música, la construcción (de casas) y el urbanismo, se pueden entender o hacerse como un programa. En lugar de sistemas flexibles basados en elementos sólidos inmutables, define el programa como un método, un proceso diseñado para pensar y crear. En otras palabras, él no está hablando acerca de qué elementos o herramientas se utilizan para crear, sino de cómo se utilizan. Una cámara fotográfica por sí misma no es un programa, se trata de una herramienta, pero puede ser utilizado de forma sistemática, como un programa, cuando se ha diseñado un sistema de reglas para definir la forma en la que tiene que ser utilizada.

A pesar de que no afirma que esta perspectiva sea nueva —cita una obra arquitectónica del siglo xv para explicar los programas en la arquitectura— su forma de pensar se avanza a la era del ordenador. A mitad de los años cincuenta ya utiliza configuraciones matemáticas y geométricas para crear obra gráfica. En noviembre de 1955 se publicó un número especial de *Werk*²⁷ en el que ya se manifiesta su forma de pensar.



Programmiertes Gestalten. Grundlagen für die Visualisierung mit Zeichen de H.W. Kapitzki, 1980

A pesar de la popularidad del “diseño programado”, éste no parece haber prevalecido entre la masa general de diseñadores, tal vez debido a su complejidad en la creación y aplicación. El diseño de la rejilla, por otro lado, a la que Gerstner se refiere como un programa, encontró interés renovado gracias a la Escuela Suiza. Uno de los documentos más importantes de esta tendencia es probablemente el libro de Müller-Brockmann (1981), ya mencionado en esta investigación. “Renovado interés” porque el diseño con retículas ya existía desde hace siglos, y las retículas fuera del ámbito del diseño gráfico, incluso desde hace miles de años —consultar anexo: Sistemas en la creación.

La innovación, que entró en vigor gracias a la “escuela suiza”²⁸, fue la aplicación de la retícula en todas las áreas de reciente adquisición del diseñador. Ayudó a crear un “diseño integral”. Sin embargo, la aplicación del sistema de retículas en diferentes tamaños se limita a la ampliación ya que se mantenían las proporciones de la rejilla. Era un sistema fácil de usar, pero sin embargo limitado en su diversidad estética, como el tiempo demostró.

Ruder afirma en Hollis (2006) que el concepto visual de un libro necesita un plan definitivo hecho acorde a las necesidades que el diseño debe cumplir. El término “diseño de conjunto” —o overall design al que se refería Froshaug (1967)— se refiere también al diseño de aplicaciones.

La retícula es una herramienta. Si el elemento impreso tiene variaciones de texto, notas e ilustraciones de distintos tamaños, esta ayuda a crear un “diseño de conjunto” correcto y consistente. Froshaug (1999) escribe:

28 El Estilo Tipográfico Internacional, también conocido como *International Typographic Style*, Escuela suiza o Swiss Style, es un estilo de diseño gráfico, desarrollado en Suiza en la década de 1950, y que tuvo una gran fuerza y repercusión durante más de dos décadas, llegando incluso a tener gran influencia en la actualidad.
https://es.wikipedia.org/wiki/Estilo_Tipogr%C3%A1fico_Internacional

Mencionar ambos, tipografía y retículas en la misma frase es estrictamente tautológico. La palabra tipografía significa escribir/imprimir usando elementos estándar, usar elementos estándar implica una relación modular entre esos elementos, como esta relación es bidimensional, implica la determinación de dimensiones que son verticales y horizontales (retícula).



Typography is a Grid, A. Froshaug, 1967

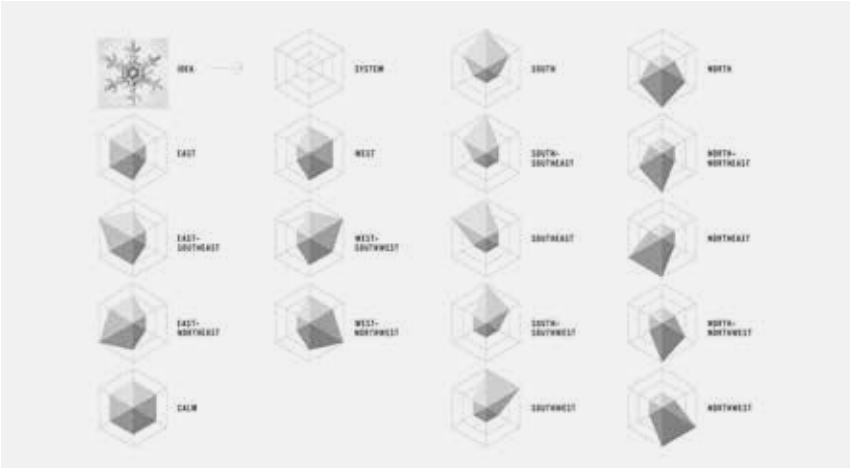
De la misma manera que Froshaug (1967) considera que mencionar tipografía y retícula es tautológico, Gerstner (2007) define la retícula como programa “par excellence”. Gerstner (2007) escribe: “¿Es la retícula un programa? Me gustaría especificar que: si la retícula está concebida como un regulador proporcional, como un sistema, es un programa *par excellence*.”

Hay una diferencia importante entre los “programas” de Gerstner y las de las identidades visuales flexibles programadas de hoy: las identidades visuales recientes programadas han comenzado a utilizar datos externos. Uno de los ejemplos más notables de ese tipo de sistema visual es la identidad visual para Nordkyn, península del norte de Noruega que buscaba promocionar su turismo.

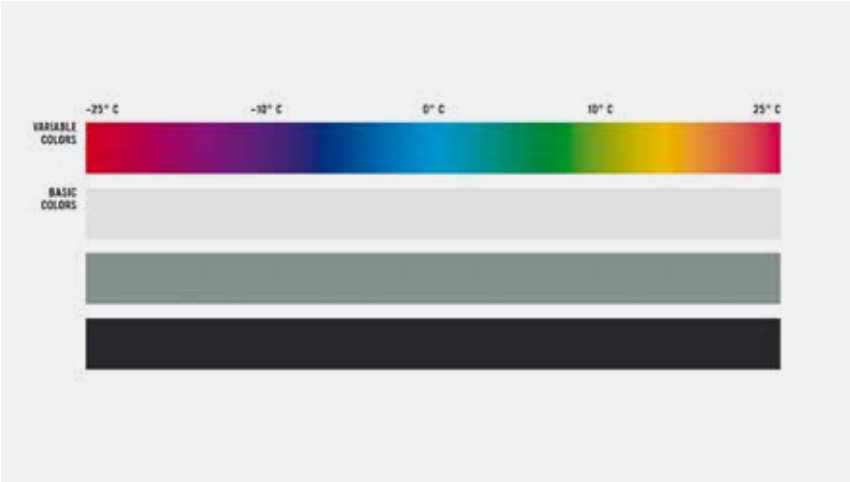
Vit (2010) cita a Neue Design Studio:

La identidad visual se basa en dos componentes principales; nuestro nuevo eslogan, “donde la naturaleza manda”, y las estadísticas meteorológicas del Instituto Meteorológico de Noruega. Una alimentación con las estadísticas del tiempo afecta al logotipo —un copo de nieve— que cambia con la dirección del viento o los cambios de temperatura. En el sitio web, el logotipo se actualiza cada cinco minutos. Hemos desarrollado un generador de logo donde Visita Nordkyn puede descargar su logotipo dadas las condiciones meteorológicas exactas de ese momento en particular. Nordkyn es ver-

daderamente un lugar donde reina la naturaleza, incluso a través de la identidad visual.



Estructura del icono cambiante. El estado de reposo *Calm*, abajo a la izquierda, es el icono que representa un copo de nieve. Éste se deforma — en la web — en perspectiva según la dirección del viento que sopla en ese preciso instante.



Los colores cubren un rango de temperatura de -25°C (-13°F) a 25°C (77°F).



Ejemplos de variaciones del logo con las variables de viento y temperatura.

6.3.1. Coherencia formal

El sistema de retícula tipográfica es un sistema visual realizado para crear la coherencia formal entre una serie de páginas con diferentes composiciones. Como en el mundo occidental se lee de izquierda a derecha y de arriba a abajo, la rejilla tipográfica generalmente se compone de filas horizontales y columnas verticales. Los bloques resultantes de las divisiones horizontales y verticales se denominan campos, compartimentos o módulos. Los sistemas de retículas tipográficas definen no sólo las posiciones y tamaños de las imágenes y el texto, sino también los espacios entre ellos.

Müller-Brockmann (1996) describe la retícula tipográfica de la siguiente manera:

La retícula divide una superficie bidimensional en campos menores o un espacio tridimensional en compartimentos más reducidos. Dichos campos o compartimentos pueden ser iguales o diferentes en tamaño. La altura de los campos corresponden a un número determinado de líneas de texto y su anchura es idéntica a la de las columnas.

Aunque actualmente el término “retícula” está asociado —en diseño gráfico— con la “escuela suiza” y con diseñadores como el propio Müller-Brockmann, las rejillas tipográficas se han utilizado desde hace siglos.

Como Blokland (2012) expone, los punzonistas del Renacimiento normalizaron el ancho de las letras para ser capaces de calcular la longitud de la línea y las fórmulas matemáticas, como la proporción áurea, se han utilizado para generar el diseño general de la página e incluso el formato de la misma.

Rosarivo²⁹ (wiki), analizó los libros renacentistas con la ayuda de regla y compás, y describe el uso del “número de oro”, refiriéndose a la proporción de 2:3, utilizada en los libros producidos por Gutenberg —así como Peter Schöffer, Nicolas Jenson, y otros—. Rosarivo lo detalla así: “[...] el número de oro o número clave en que Gutenberg se basó para establecer las relaciones armónicas que guardan las diversas partes de una obra”.

El renovado interés en la cultura griega y romana durante el Renacimiento también significó interés en la geometría y el uso de la

29 Raúl Mario Rosarivo (Buenos Aires, 1903 – Ib., 1966) fue un tipógrafo, investigador, diseñador, poeta, pintor e ilustrador argentino, conocido por su trabajo en el análisis de la Biblia de Gutenberg. Fue director general de los Talleres Gráficos de la Provincia de Buenos Aires.
https://es.wikipedia.org/wiki/Ra%C3%BAl_Rosarivo

misma para construir el tipo y la tipografía. Pero sobre todo una figura histórica es conocida por diseñadores gráficos y tipógrafos: Fibonacci.

Bringhurst (1992) afirma:

Aunque murió dos siglos antes que Gutenberg, Fibonacci es importante en la historia de la tipografía europea, así como en las matemáticas. Nació en Pisa, pero estudió en el norte de África. A su regreso, él introdujo la matemática árabe a los estudiosos del norte de Italia y también los números arábigos a los escribas del norte de Italia.

Fibonacci es conocido por la espiral logarítmica de crecimiento, la serie de Fibonacci. La pregunta que se hizo fue: ¿qué pasa si todo crece y nada muere? En matemáticas la espiral es infinita, en la vida real muere pronto. La espiral se puede encontrar en la estructura de las piña, girasoles, erizos de mar, caracoles, el nautilo y en las proporciones del cuerpo humano como afirma Bringhurst (1992). En la tipografía la serie de Fibonacci se utiliza hoy en día para crear armonía y coherencia formal entre diferentes tamaños de texto. Cuando la serie de Fibonacci se convierte en porcentajes se traduce en la sección áurea que se utiliza por los diseñadores para crear proporciones armónicas para —sobre todo— el diseño de páginas de libros.

La coherencia formal y la armonía no sólo cumplen un propósito estético —que responde a una creencia conceptual e ideológica— sino que pueden también hacer el diseño más económico y eficiente.

El formato de papel DIN A, desarrollado por el ingeniero Dr. Walter Porstmann³⁰ significó grandes ahorros económicos porque se desperdiciaba menos papel.

Tschichold (1987) propagó ya en 1928 —año de la primera publicación— las ventajas de uso formal del sistema DIN:

Para el consumidor:

- La adquisición de papel es más simple y barato.
- El almacenamiento de documentos y material impreso es más fácil y más funcional.
- Los medios son de orden práctico y eficiente, y al ser la producción en masa más fácil, mucho más barata.

Para la imprenta:

³⁰ Dr. Walter Porstmann fue el fundador de Deutschen Institut für Normung (DIN) y autor del libro "Sprache und Schrift" (Idioma y letra), Verlag des Vereins Deutscher Ingenieure, Berlin, 1920, que tuvo un gran impacto en los tipógrafos de la Neue Typographie. Porstmann propagó el uso de minúsculas, abordó la cuestión de la unificación de la lengua escrita y hablada, que se tradujo en experimentos con alfabetos fonéticos de Herbert Bayer y Kurt Schwitters y milita en contra de la letra gótica debido a su ilegibilidad.

- La obtención de papel se ve facilitada.
- Los formatos DIN permiten la impresión simultánea de diferentes tamaños de material impreso y por lo tanto una mejor optimización de las prensas de impresión que antes.
- En la sala de composición y en la de impresión se utiliza menos tiempo y material.
- El encuadernador puede trabajar más rápido debido a que el ajuste es siempre el mismo.

Para el vendedor:

- La inversión innecesaria en pequeños formatos cae.
- El volumen de almacenamiento se reduce y el servicio al cliente se incrementa.
- Las listas de precios se simplifican.

Para el productor:

- Se reduce el número de formatos de papel y rollo.
- La producción es más barata y el almacenamiento más fácil.
- Incluso en épocas de baja de producción se puede trabajar con el *stock*.
- Las listas de precios son más cortas y más claras, el cálculo es más fácil.
- El número de diferentes máquinas de impresión y de papel disminuye.

Incluso si el supuesto generalizado es que el formato DIN A surge de la sección áurea, la realidad es que es falso. La relación entre la anchura y la altura se encuentra en todos los formatos de $1: \sqrt{2}$. El A0 tiene una superficie de un metro cuadrado. El siguiente tamaño más pequeño en una serie se produce al reducir a la mitad —convolución— el formato anterior.

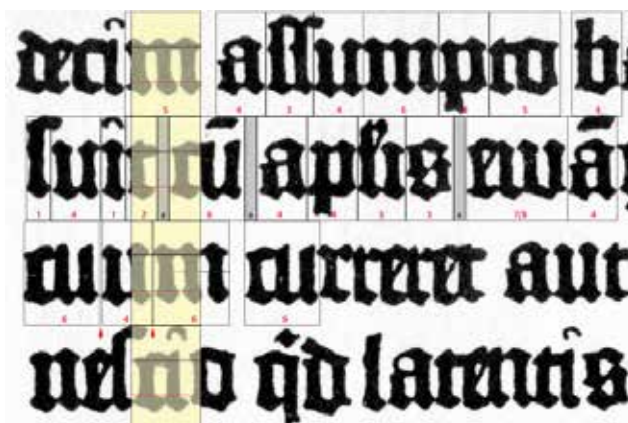
El afán de sistematización de la forma —tipografía o imagen— pudo originarse gracias a las condiciones técnicas. Antes de que Gutenberg inventara la imprenta de tipos móviles, los libros se escribían a mano. Gutenberg eligió el tipo caligráfico Textura como referencia para sus matrices, porque, como Blokland (2012) sugiere, el sistema de la letra hace la sistematización de los tipos móviles más fácil.

Esta imitación —de la letra escrita— sería el caso de libros impresos en tipos Textura como por ejemplo los de Gutenberg, Fust y Schöffer. Después de todo, la Textura Quadrata escrita fue un modelo perfecto para justificar y fundir, porque hacía muy simple la distribución regular de espacio entre las letras cuando se colocaban en rectángulos. También puede limitarse el número de anchos de los caracteres, lo que hace posible por ejemplo la fundición con moldes de ancho fijo. Así sistematización y normalización se podrían haber aplicado de manera relativamente fácil a diferentes niveles: en punzones, matrices, y fundición de tipos Textura.



Textura Quadrata de Rudolf Koch en de *Das Schreibbüchlein*, 1930

Después argumentará que no fue un accidente que Gutenberg eligiera una Textura como referencia para grabar sus tipos móviles. La Textura, como fue probado por Albrecht Dürer en 1525, tiene un alto ritmo estático gracias a su carácter construido.



Biblia de 42 líneas de Gutenberg (1455) analizada por Frank Blokland para mostrar las estandarizaciones en la dirección horizontal y vertical.

Pero también los punzonistas del Renacimiento italiano sistematizaron tipografías humanísticas —Antiguas—. Peter Burnhill (2003) analiza en su libro la retícula usada para los punzones y la composición de la página.

Blokland (2012) también ha medido tipos humanísticos.



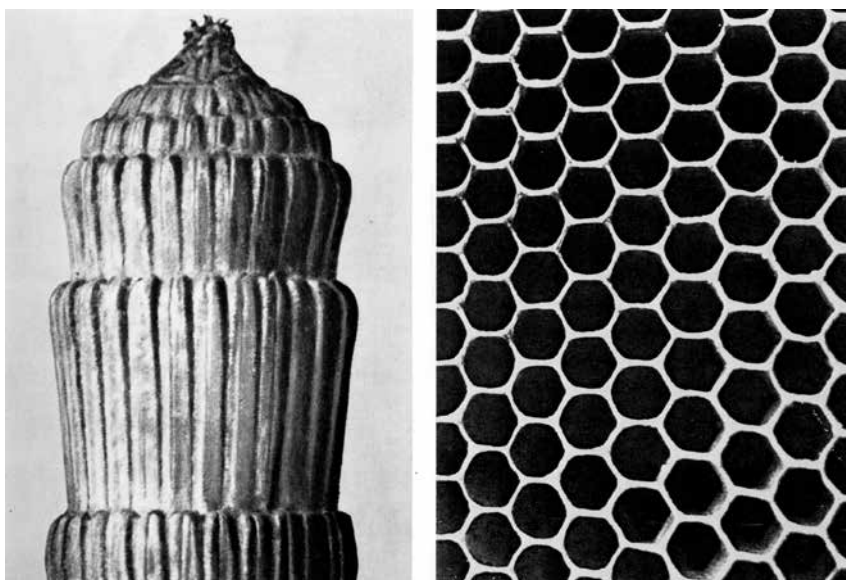
Tipos móviles de la *Moyen Canon Romain* de Van den Keere en anchuras estandarizadas

La transición de la manuscrita minúscula humanística, más tarde humanista cursiva a romana e itálica debió ser más compleja que la transición de Textura Quadra-ta a tipo Textura. En realidad, es difícil de rastrear una interpretación literal de la caligrafía del Renacimiento a la escritura en tipos móviles. Sin embargo, producir tipos romanos con el mismo esquema en mente que fue usado para fundir la morfológicamente relacionada Textura podría haber ayudado a simplificar las cosas. De esta manera la estandarización y sistematización se podría haber aplicado a diferentes niveles: en punzones, matrices y fundición del tipo.

La hipótesis de Blokland (2012) es que un enfoque de ese tipo requiere una estandarización de las proporciones del tipo, no sólo en sentido horizontal sino también en sentido vertical, porque estas dimensiones están intrínsecamente vinculadas. Básicamente esto implicaría que los tipos del Renacimiento se hicieron en un sistema predefinido, lo cual no sólo hizo más fácil la parte de diseño sino también la justificación de las matrices y el molde del tipo.

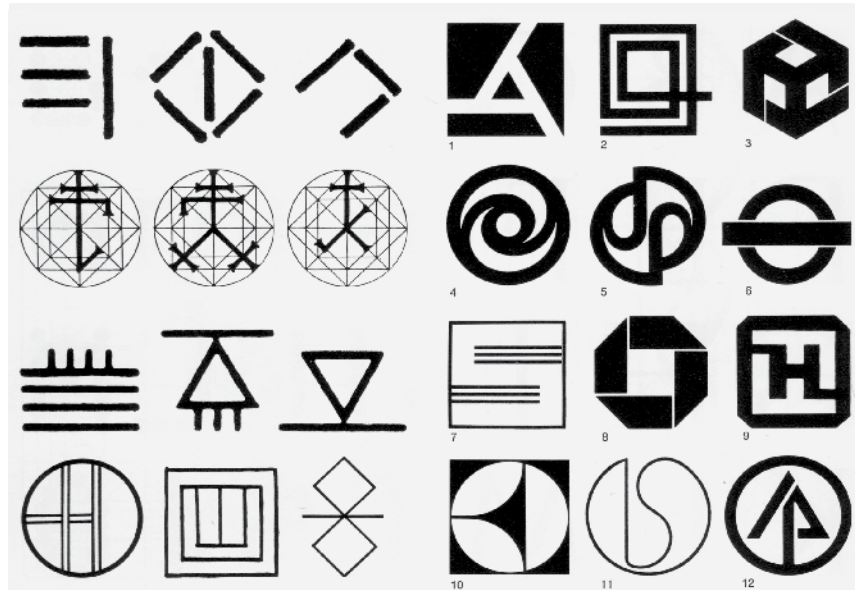
Como ya hemos mencionado, servirse de las retículas significa para Josef Müller-Brockmann³¹ subordinarse a “leyes universalmente válidas” y con ello mostrar voluntad de orden, claridad y objetividad. Aquí lo que Müller-Brockmann entiende por sistemas de retículas va más allá del uso práctico de éstas. Él define la ética profesional del diseñador como aquella según la cual el diseñador debe contribuir al bien común y producir cultura. Según él el diseñador, a través de un diseño claro-comprensible, realista-sistemático y funcional, expresa “actitud democrática”.

Para probar estas “leyes universalmente válidas” Müller-Brockmann (1996) ofrece una serie de comparaciones entre ejemplos de tiempos “antiguos y contemporáneos” e intenta con ello probar la atemporalidad de los sistemas de organización matemáticos. A continuación, veremos el capítulo *Sistemas de ordenación antiguos y contemporáneos* que se ocupa tanto de acontecimientos naturales como de creaciones humanas.



cola de caballo en invierno / detalle de panal de miel

³¹ Josef Müller-Brockmann (Rapperswil, 9 de mayo de 1914 — Unterengstringen, 30 de agosto de 1996) Diseñador gráfico y profesor universitario de origen suizo. Fue docente de la HfG de Ulm en Alemania y uno de los impulsores, junto con Armin Hoffmann, de la llamada Escuela Germano Suiza de diseño, caracterizada por la sencillez y la claridad y por el uso de la retícula.
https://de.wikipedia.org/wiki/Josef_M%C3%BCller-Brockmann



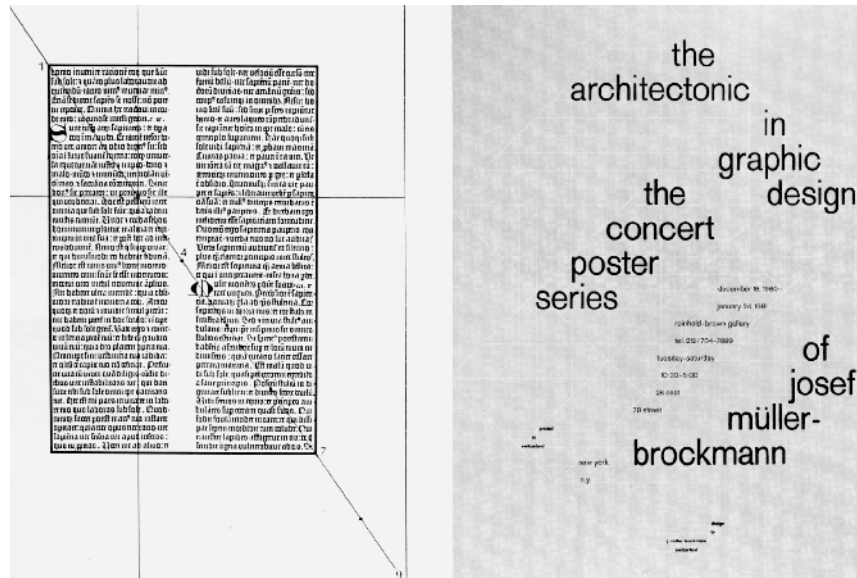
Signos y logotipos: Símbolos de los siglos XIV a XIX / isotipos del siglo XX

Müller-Brockmann (1996) escribe: “Los signos comerciales son la expresión de la voluntad de alcanzar una regularidad formal que sea atemporal.” Un vistazo a los signos comerciales actuales nos hace observar que estos muestran quizá voluntad, pero no así atemporalidad.



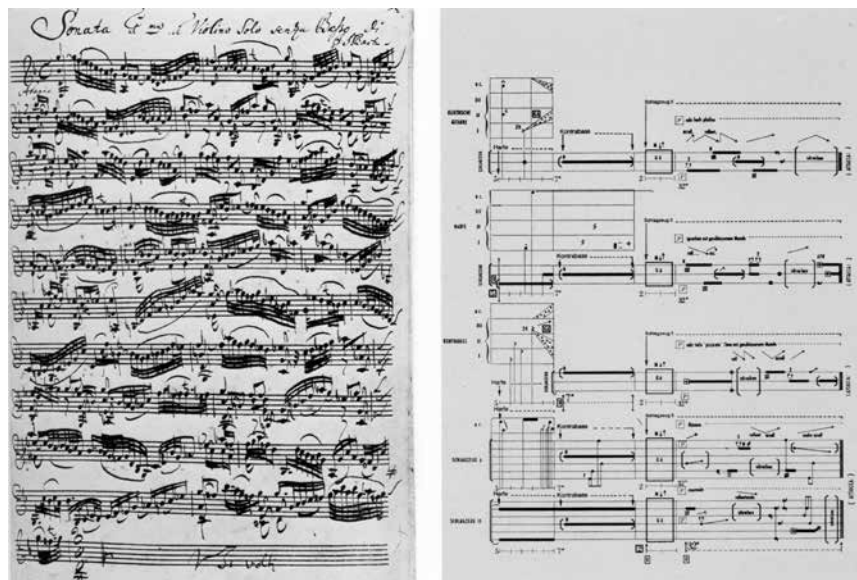
Pictogramas: pictogramas egipcios / pictogramas de los Ferrocarriles Federales Suizos, 1980

Müller-Brockmann compara signos figurativos egipcios con modernos pictogramas y menciona que su sistema de representación es rápidamente comprensible y universal.



Tipografía: página de la Biblia de 42 líneas de Gutenberg (ca. 1455) / cartel del propio Müller-Brockmann (1980)

La organización según las reglas fijas de tipografía facilitan tanto la configuración funcional como la estética.



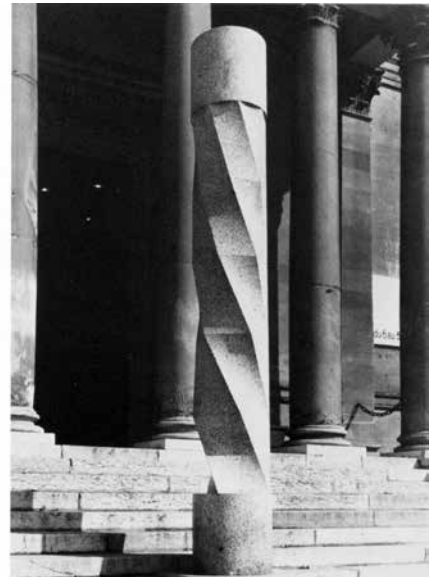
Música: Sei Solo a violino. Sonata 1, J. Sebastian Bach / Sonant, Mauricio Kagel

Según Müller-Brockmann (1996) los elementos de la música están contruidos conforme a normas regulares. Él habla aquí de melodías armónicas.



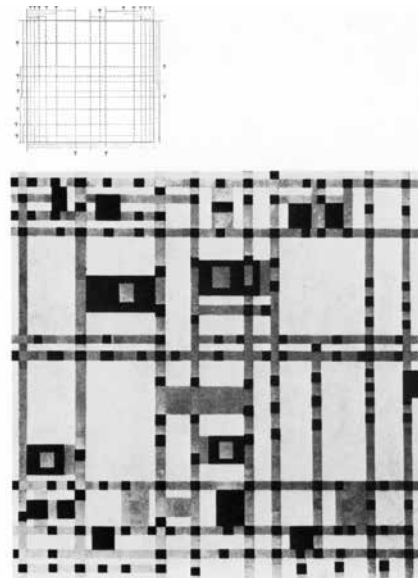
Ornamentos en la construcción: relieve en el Palacio de las Columnas de Mitla (México) / relieve de hormigón de Shizuko Yoshikawa en el Centro Municipal de Zúrich (1973)

Para Müller-Brockmann (1996) los ornamentos en la construcción que más convencen son los que se corresponden en la concepción formal con las proporciones de la edificación.



Escultura: oficial asirio, relieve de Khorsabad / Max Bill, columna de granito (1966)

Müller-Brockmann (1996) también afirma que la calidad de la concepción es cuestión de composición y proporción.



Pintura: Pinturicchio (1454-1513), fresco de la Biblioteca de Siena / **Piet Mondrian (1872-1944), daigrama de las proporciones de la obra Broadway Boogie Woogie**

Mategha, Raffael, Piero della Francesca, Leonardo da Vinci, Dürer, entre otros, trabajaban bajo estrictas normas de proporción. Como ejemplo pictórico de estos artistas que trabajaron con la sección áurea, Müller-Brockmann (1996) presenta el de la Biblioteca de Siena realizado por Pinturicchio. Como elemento comparativo muestra la imagen *Broadway Boogie Woogie* de Piet Mondrian que es un representante de la orientación concreta y constructiva del siglo xx, cuyos autores crearon obras deudoras del pensamiento matemático, como se recoge habitualmente en la bibliografía.



Arquitectura: Kyoto, Katsura Villa / **Le Corbusier, Unité d'Habitation, Marsella (1947-1952)**

Müller-Brockmann (1996) describe la arquitectura como matemática hecha espacio y presenta junto al complejo de viviendas *Unité d'Habitation* de Le Corbusier, la Villa Katsura de Kyoto. La estructura de las casas y templos japoneses está basada en la unidad de medida del felpudo Tatami $90 : 180 \text{ cm} = 1:2$.



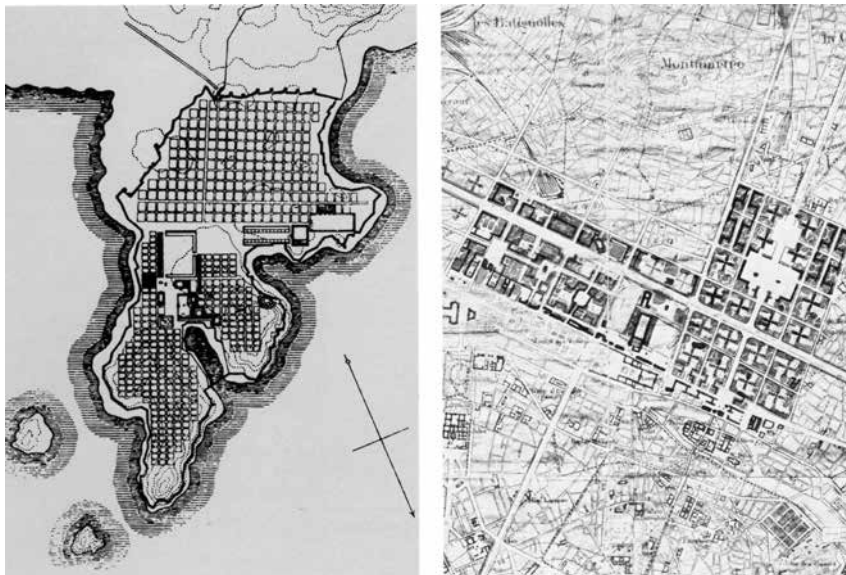
Diseño industrial

Aquí Müller-Brockmann (1996) ya no habla de determinados sistemas de ordenación o retículas, sino de calidad técnica y funcional — ergonomía — así como de fascinación por la belleza de la forma, de las proporciones y del material.



Arquitectura de exposiciones

El Palacio de cristal de la Exposición Universal de Londres en 1851 revolucionó según Müller-Brockmann (1996) la arquitectura de exposiciones al ser la primera construcción prefabricada. Éste no sólo modificó las técnicas de producción, sino también la relación estética del hombre con la arquitectura. Afirma. “el tranquilo fluir del ritmo de las delicadas partes produce un efecto elegante, transparente, casi poético”.



Ordenación urbana

El “estilo milesio” surgió de la ordenación urbana de la ciudad griega de Mileto. Para su construcción se usaron dos mallas reticulares de distinto tamaño, una de 51,6m x 29,9m. También las ciudades japonesas Nara y Kyoto ambas del siglo VII d.C. y muchas ciudades americanas como Philadelphia del siglo XVII se basaron en mallas reticulares.

Como ejemplo de los nuevos tiempos muestra Müller-Brockmann (1996) el diseño inacabado *Plan Voisin* de Le Corbusier.

Lindinger (1991) expone:

Lo que sí existía era la creencia de que el caos podría contrarrestarse con racionalidad, y que la saturación en el mercado de nuevos objetos podría ser contenida sistematizándolos en unidades modulares de construcción. Y en lo que respecta a los métodos, el trabajo en la HfG de Ulm se concentraba exclusivamente en su carácter instrumental.

Mientras que la creencia de Müller-Brockmann (1996) en los sistemas reticulares se expande del propósito funcional de organizar texto e imagen en dos o tres dimensiones hasta una dimensión social, política, e incluso religiosa, Blauvelt³³ (2008) se centra 27 años más tarde en la recién surgida dimensión relacional del diseño.

El diseño, debido a sus intenciones funcionales, ha tenido siempre una dimensión relacional. En otras palabras, todas las formas de diseño producen efectos, algunos pequeños y otros grandes. Pero lo que hay de diferente en esta fase de diseño es el papel fundamen-

33

Andrew Blauvelt es comisario de Arquitectura y Diseño y Director de Comunicación del Walker Art Center de Minneapolis. Es diseñador gráfico, ha recibido numerosos premios, ha sido publicado y exhibido en América del Norte, Europa y Asia. Ha organizado numerosas exposiciones.
<http://designobserver.com/profile/andrewblauvelt/16/>

tal que se le ha dado a las áreas que una vez parecían más allá del ámbito del diseño como ecuación forma/ contenido. Por ejemplo, el público imaginado y a menudo idealizado se convierte en usuario(s) —el llamado *market of one* promete la personalización en masa y la impresión a demanda; o quizás el “usuario final” se convierte en el diseñador, a través de proyectos personales, el *hacking* de diseños ya existentes, o por el de *crowdsourcing*, —producción de soluciones con gente de ideas afines— para solventar problemas que antes eran demasiado complejos y costosos para resolver de modo convencional.[...] No es de extrañar que la propia naturaleza del diseño y las funciones tradicionales de los diseñadores y los consumidores hayan cambiado radicalmente. En la década de 1980, la revolución de la autoedición amenazaba con hacer de cada usuario de ordenadores un diseñador, pero, en realidad, sirvió para ampliar la función del diseñador como autor y editor. La verdadera “amenaza” llegó con el advenimiento de la Web 2.0 y las redes sociales y sitios de colaboración que ha engendrado. Al igual que el papel que desempeña el usuario se ha ampliado y abarca incluso el papel del tradicional diseñador a veces (en los denominados futurísticamente por el profético Alvin Toffler como “prosumer”), la naturaleza del diseño se ha ampliado; de dar forma a objetos pasando por la creación de sistemas hasta la de marcos conceptuales abiertos: diseños para realizar diseños.” [...] Si la primera fase del diseño nos ofrece infinitas formas y la segunda fase variables interpretaciones (la inyección de contenido para crear nuevas formas) la tercera fase presenta una multitud de soluciones contingentes o condicionales: abierta en lugar de sistemas cerrados; limitaciones y contextos del mundo real en vez de utopías idealizadas; conexiones relacionales en lugar de imbricaciones reflexivas; en lugar del diseñador aislado la posibilidad de muchos diseñadores; la pérdida de del diseño altamente controlado y prescrito y el dominio de sistemas generativos; el final de objetos específicos, significados herméticos, y el principio de ecologías conectadas. [...] Después de 100 años de experimentos en la forma y el contenido, el diseño ahora explora el ámbito del contexto en todas sus manifestaciones —sociales, culturales, políticos, geográficos, técnico, filosófico, informáticos, etc. Debido a que los resultados de este trabajo no se fusionan en un solo argumento formal y a que desafían los modelos de trabajo y procesos convencionales, es posible que no sea obvio que la diversidad de formas y prácticas desencadenadas puedan determinar la trayectoria del diseño para el próximo siglo.”

7. Referencias visuales en la bibliografía	104
7.1. <i>Point and Line to Plane</i>	106
7.2. <i>Programme entwerfen.</i> <i>Statt Lösungen für Aufgaben Programme für Lösungen</i>	108
7.3. <i>Methodik der Form- und Bildgestaltung;</i> <i>Aufbau, Synthese, Anwendung</i>	111
7.4. <i>Standard, Series, Module:</i> <i>New Problems and Tasks of Painting</i>	113
7.5. <i>Semiology of Graphics</i>	115
7.6. <i>Principles of Two-Dimensional Design</i>	118
7.7. <i>Kompendium für Alphabeten</i>	121
7.8. <i>A Primer of Visual Literacy</i>	124
7.9. <i>form + communication</i>	126
7.10. <i>Gestaltung: Methode und Konsequenz</i> <i>Ein biografischer Bericht</i>	132
7.11. <i>Die Formen der Farben:</i> <i>Über die Wechselwirkung der visuellen Elemente</i>	134
7.12. <i>Visual Grammar</i>	137
7.13. <i>Serialize</i> <i>Family Faces and Variety in Graphic Design</i>	140
7.14. <i>Dynamic Identities in Cultural and Public Contexts</i>	144
7.15. <i>Dynamic Identities</i> <i>How to create a living brand</i>	146

La idea inicial era comprobar si era viable la aplicación de los modelos de análisis formal utilizados en Historia del Arte para analizar los sistemas visuales flexibles que se utilizan en las identidades visuales.

La aproximación inicial no funcionó por dos razones:

1. En la historia del arte las metodologías de investigación son de naturaleza semántica, se analiza el significado de la forma. Sin embargo, el interés de esta investigación se centra en la pura naturaleza formal. Incluso aquellos trabajos como Kandinsky (1979) que diseccionan el lenguaje visual, no se analiza la relación formal entre los elementos, o dentro del propio sistema, sino sólo sus semánticas.
2. Pero incluso cuando se analizan los aspectos formales de la obra de arte, el objeto de análisis es mayoritariamente estático, no flexible, no móvil, no cambiante y que no es el resultado de varios regulados por un sistema. El sujeto de esta investigación es el sistema visual que controla las aplicaciones, es decir, que el objetivo último no es la definición del objeto de análisis, sino del sistema que lo produce.

En este sentido, se podría argumentar que cada pieza de arte en sí es un sistema ya que todo puede verse como tal. Es una manera de ver el mundo, poniendo sus piezas en contexto y viéndolas como elementos de naturaleza relacional. En lugar de la comprensión de cada forma como un elemento independiente, la combinación de éstas da a cada elemento su función. Si un elemento se quita afectaría a todo el sistema y a todos sus elementos. Kandinsky (1979) argumenta de una manera similar. A pesar de que no habla de sistemas, afirma que hay elementos básicos sin los cuales el arte no puede volverse real: “Debemos, en primer lugar distinguir los elementos básicos de otros elementos —elementos sin los cuales una obra en cualquier arte particular, ni siquiera puede existir.”

Es por ello que se tiene en cuenta a Kandinsky (1979) para el análisis bibliográfico pese a referirse al arte, pues, como veremos más adelante, muchos diseñadores posteriores basan sus reflexiones en su texto.

La temática de esta investigación es el sistema visual y el control de sus aplicaciones. Lo que significa, que el objetivo no es definir los actuales sistemas de análisis, sino el sistema que hace posible producirlo.

El sistema puede ser entendido como la “idea” en el sentido de la alegoría de la caverna de Platón. La alegoría puede estar relacionada con la teoría platónica de las formas, según la cual son

las “formas” (o “ideas” / “arquetipos”), y no el mundo material de cambio que conocemos a través de la sensación, las que poseen la clase más alta y más fundamental de realidad.

Para la posterior aproximación al tema de estudio, se consultaron los métodos de análisis de la imagen en movimiento, extraídos de la teoría del cine, y concretamente de Kress y van Leeuwen (2010) y de van Leeuwen y Jewitt (2001) pero, de nuevo y como en el caso de la historia del arte, el análisis se centra en la semántica del imaginario.

Por consiguiente, la investigación se va a centrar en libros con descripciones sistemáticas del contenido formal, con la esperanza que las relaciones establecidas y los términos puedan ser utilizados en la metodología resultante para analizar futuros y actuales sistemas visuales.

Para tal propósito se ha elaborado una ficha de cada libro donde se destacan el nombre, el autor, la primera publicación, la edición consultada y la edición castellana si la hay — en caso de no haberla el título se traduce —, así como el país original de publicación por ser de relevancia para esta investigación. También se ha incluido en esta ficha la disciplina a la que pertenece cada libro.

En el análisis de los libros también se han incluido, siempre que ha sido posible, diagramas que son el resultado de una lectura y desglose analítico estricto de diversos autores. Éstos se han desarrollado como parte de la investigación — no están presentes en las propias obras como tal — para permitir entender los rangos, enfoques, singularidades, énfasis y déficits que presentan cada uno de ellos como modelo de análisis.



Título del libro:	Point and Line to Plane
Autor:	Kandinsky, Wassily
Primera publicación:	1926¹
Edición consultada:	Dover Publications Inc., 1979 , New York,
Edición en castellano:	Punto y línea sobre plano. Barral, Ediciones de Bolsillo, Barcelona, 1971
País primera publicación:	Alemania
Disciplina:	Arte

Este libro de Kandinsky es un texto de referencia, y es por su relevancia por lo que se ha analizado a continuación. El texto de la contracubierta en la versión publicada en inglés por Dover Publications en 1979 dice que *Point and Line to Plane* ha sido uno de los libros de arte de mayor influencia del siglo xx, cuya aparición en idioma alemán data de 1926. El mismo Kandinsky lo relató así:

El objetivo de este pequeño libro es simplemente señalar, a grandes trazos, los elementos “gráficos” básicos observados:

1. “En abstracto”, es decir, aislados de la forma real del plano que los rodea.
2. Sobre el plano. Efecto de las propiedades básicas de éste.

Aunque Kandinsky se centra aquí en el significado de la forma, sus afirmaciones proponen interesantes puntos de vista en relación a los aspectos formales del arte “gráfico”. De acuerdo con Kandinsky una obra de arte consiste en elementos básicos:

La primera cuestión inevitable se refiere, naturalmente, a los elementos artísticos, que son el material de construcción de cada obra y que, por lo tanto, variarán según cada género artístico. Se deben distinguir los elementos básicos del resto de elementos, es decir, aquellos sin los cuales un género artístico no podría existir. Los demás elementos serán denominados elementos secundarios.

1

Publicado como *Punkt und Linie zu Fläche*, originalmente formaba parte de una serie de catorce libros de la Bauhaus, editados por Walter Gropius y László Moholy-Nagy

En ambos casos es necesario llevar a cabo clasificaciones orgánicas de los mismos.

Este libro trata de los elementos básicos utilizados en la etapa más primaria de toda obra pictórica, sin los cuales esta no se podría ni siquiera iniciar, y que constituyen además la base del arte gráfico, independiente de la pintura.

Kandinsky habla, cuando menciona los “elementos básicos”, del punto y de la línea. Para él, el punto y la línea no son lo mismo. El punto es un “proto-elemento” de la pintura. Kandinsky afirma que recoge el término “proto-elemento” de Rudolph Koch² y cita así sus palabras:

Existe una caracterización geométrica del punto a través de “O”, “origo”, es decir, “comienzo” o surgimiento. El punto geométrico y el pictórico coinciden.

El elemento secundario es la línea. De acuerdo con Kandinsky la línea se origina a partir del movimiento del punto, así que es opuesta a éste, que es estático. Kandinsky describe la transformación de punto en línea como un proceso donde lo estático se vuelve dinámico.

El plano o PB (plano básico) tiene como función principal ser la superficie de la obra de arte.

Por plano básico se entiende la superficie material llamada a recibir el contenido de la obra.

También describe el plano como una construcción de líneas. Normalmente aparece en combinación con otros elementos gráficos y se interpreta sólo en relación a los demás elementos —que puede ser otro plano.

Este texto ha sido de gran ayuda en esta investigación para determinar los elementos básicos y definir cómo distintos procesos convierten estos elementos en diferentes obras de arte. La diseción de algunas de estas formas resultan interesantes, pero el que se centre en el aspecto emocional en los humanos no es de interés para la investigación. Leborg (2006) recoge el legado de Kandinsky centrándose en una descripción sistemática del lenguaje formal o gramática visual, y no en la interpretación humana.

² Rudolf Koch (Nürnberg, 20 de noviembre de 1876 - Offenbach, 9 de abril de 1934) fue un tipógrafo, calígrafo, artista y profesor alemán. Se especializó en la caligrafía, donde creó diferentes tipos de estilos. Escribió un libro que contiene 493 símbolos del mundo antiguo, monogramas y runas titulado *El libro de los signos*.
https://ca.wikipedia.org/wiki/Rudolf_Koch

Statt Lösungen für Aufgaben Programme für Lösungen



Título del libro:	Programme entwerfen. Statt Lösungen für Aufgaben Programme für Lösungen
Autor:	Gerstner, Karl
Primera publicación:	1964
Edición consultada:	2007, Lars Müller Publishers, Baden, Suiza
Edición en castellano:	Diseñar programas, 1979, Gustavo Gilli, Barcelona
País primera publicación:	Suiza
Disciplina:	Principalmente diseño; también contiene ejemplos de arte, fotografía, literatura, música y arquitectura.

Karl Gerstner³ escribió en la reedición de 2007 de su libro:

El libro trata de los métodos específicos para abordar el diseño creativo: en lugar de esperar a la inspiración divina recomienda la aproximación sistemática al proyecto.

Este enfoque lo toma prestado del astrofísico suizo Fritz Zwicky⁴. Este desarrolló el “método morfológico”, que enumera los distintos elementos de un problema e intenta darles un orden lógico. El resultado es una “caja morfológica”. La combinación de los elementos de la caja morfológica genera instantáneamente nuevas y sorprendentes soluciones. Sin embargo, no provee soluciones como tal, sino que es una herramienta para encontrar la solución. Gerstner intenta aplicar el método en este libro.

Gerstner hace aquí una distinción entre tres tipos diferentes de información en la caja morfológica. Él utiliza los términos “pará-

3 Karl Gerstner (2 de julio de 1930 en Basilea) es un diseñador gráfico y publicista suizo y un representante importante de la “escuela suiza”. [...] Gerstner estudió en la década de 1960 en la *Allgemeinen Gewerbeschule* en Basilea con Emil Ruder. Junto con Markus Kutter fundó en 1959 la agencia de publicidad Gerstner + Kutter, que con la incorporación en 1962 de Paul Gredinger pasó a llamarse “GGK”. La GGK fue durante mucho tiempo una de las agencias de mayor éxito en Suiza y luego en Alemania con sucursales en muchos países europeos.
https://de.wikipedia.org/wiki/Karl_Gerstner

4 Fritz Zwicky (14 de febrero, 1898, Varna, Bulgaria-8 de febrero, 1974, Pasadena, California, EE. UU.) fue un astrónomo y físico suizo de origen búlgaro. [...] Fritz Zwicky fue el inventor de la “morfológica”, un método de pensamiento para la solución de problemas que intenta todas las combinaciones posibles en una matriz llamada “caja morfológica”. Este método permite combinar las expresiones en un cuadro de combinaciones completamente loco, que estimulan la creatividad del espíritu e ideas interesantes.
https://es.wikipedia.org/wiki/Fritz_Zwicky

metro” para los diferentes grupos, como el color, “componentes” para los subgrupos, como el tono, y “valores”, para los valores específicos, como la luz o la oscuridad.

Un ejemplo:

Parámetro color:

Componente tono

Valor “combinación de diferentes tonos”

La “caja morfológica” aborda los trabajos a partir del método empírico prueba-error. Las variaciones se desarrollan dentro de un conjunto de parámetros predefinidos. Los valores se eligen aleatoriamente, no hay una causa-efecto del proceso de selección.

a base

1. elemento	11. palabra	12. abreviatura	13. grupo de palabras	14. combinado	
2. tipo	21. sinserifa	22. antigua	23. gótica	24. otro	25. combinado
3. técnica	31. escrita	32. dibujada	33. norma	34. otro	35. combinado

b color

1. tono	11. claro	12. medio	13. oscuro	14. combinado	
2. valor	21. multicolor	22. sin color	23. mixto	24. combinado	

c comportamiento

1. tamaño	11. pequeño	12. medio	13. grande	14. combinado	
2. proporción	21. sinserifa	22. antigua	23. gótica	24. combinado	
3. grosor	31. fino	32. normal	33. grueso	34. combinado	
4. inclinación	41. recto	42. oblicuo	43. combinado		

d expresión

1. dirección de lectura	11. de izquierda a derecha	12. de arriba a abajo	13. de abajo a arriba	14. otro	15. combinado
2. espaciado entre letras	21. estrecho	22. normal	23. amplio	24. combinado	
3. forma	31. tal cual	32. mutilado	33. proyectado	34. otro	35. combinado
4. diseño	41. tal cual	42. eliminar algo	43. sustituir algo	44. añadir algo	45. combinado

Tabla 4: “caja morfológica” de Gerstner

Este libro presenta, aparte de la “caja morfológica”, muchos sistemas diferentes en diversos campos creativos, como el lenguaje escrito, el diseño de tipos, la tipografía, el arte, la creación de imágenes, la fotografía, la arquitectura, la literatura y la música; pero al contrario de la “caja morfológica”, los otros sistemas presentados no proponen un método de cómo abordar un problema, sino que presentan el sistema que se ha desarrollado para resolver un problema.

Gerstner tiene, por ejemplo, una mirada analítica a las 16 ventanas de una iglesia gótica y reconoce que el sistema subyacente es el mismo. Gerstner formula un “programa” con las constantes y variables que produce una determinada variedad de soluciones.

Los sistemas modulares de la arquitectura y el urbanismo contemporáneo son presentados por Gerstner como soluciones para una mayor flexibilidad en la vida moderna. La ciudad en sí se convierte en el marco a la que se añaden, eliminan o combinan módulos, de acuerdo a las necesidades individuales. Gerstner cita en su libro al urbanista Rudolf Doernach:

En sus primeros años uno compra con quizás 30.000 marcos alemanes su *Wohncontainer* (casa – container) y la coloca cerca del centro de la ciudad en el marco de ésta. Posteriormente se embala un camión con los contenedores y los transporta a los suburbios más tranquilos de la ciudad. Cuando uno se retira cuelga su casa móvil en un helicóptero y la lleva volando a Mallorca.

La segunda mitad del libro está dedicada a sistemas desarrollados por el propio Gerstner. Uno encuentra ejemplos de su trabajo como diseñador de tipos, diseñador gráfico y artista. Gerstner se centra en la explicación de los sistemas, en lugar de la presentación de una sola aplicación. La forma en que presenta y explica su obra muestra su metodología de trabajo sistemático, pero también que el resultado final de su trabajo nunca es una forma estática, inmutable, sino un sistema que permite una multitud de variaciones.



Título del libro:	Methodik der Form- und Bildgestaltung; Aufbau, Synthese, Anwendung
Autor:	Hofmann, Armin
Primera publicación:	1965
Edición consultada:	2004, Verlag Niggli AG, Sulgen
Edición en castellano:	Manual de Diseño Gráfico: Formas, síntesis y aplicaciones, 1996, Gustavo Gill, México
País primera publicación:	Suiza
Disciplina:	Diseño

Hofmann⁵ propone un sistema educativo para cualquier ámbito artístico, incluyendo al *Grafiker* —que podríamos traducir como grafista— que era el término usado para designar a los diseñadores durante el periodo de la publicación del libro en Suiza. En su metodología para crear formas e imágenes, todas las imágenes resultantes siguen un principio específico; en ocasiones se utilizan elementos básicos y retículas pero, normalmente, no hay un sistema reconocible y los resultados dependen de la creación individual.

Hofmann no hace ninguna referencia directa a Kandinsky (1979), pero su influencia parece obvia, porque llama a uno de sus capítulos *Punkt, Linie, Konfrontation, Schrift und Zeichen* (Punto, línea, confrontación, escritura y signo). En cada capítulo experimenta con cada uno de estos conceptos, pero en lugar de realizar una investigación sistemática de todas las posibilidades, los capítulos parecen ejemplificar posibles resultados a partir de una creación metódica de formas e imágenes.

5 Armin Hofmann (nacido el 29 de junio 1920) es un diseñador gráfico suizo. Comenzó su carrera en 1947 como profesor en la *Allgemeine Gewerbeschule Basel School of Art and Crafts* (Escuela de Arte y Oficios de Basilea) a la edad de veintiséis años. Hofmann siguió Emil Ruder como jefe del departamento de diseño gráfico en la *Schule für Gestaltung de Basilea* (Escuela de Diseño de Basilea) y fue fundamental en el desarrollo del estilo gráfico de diseño conocido como el estilo suizo.
https://en.wikipedia.org/wiki/Armin_Hofmann

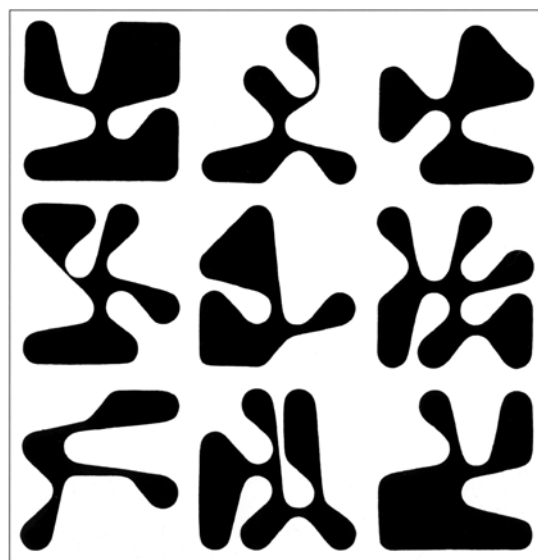
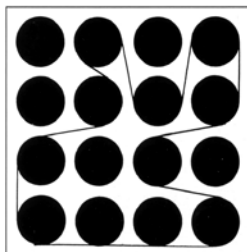
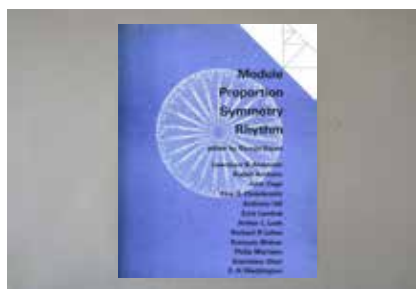


Imagen del primer capítulo, Punkt, que muestra un sistema visual basado en éste (el punto).



Artículo:	Standard, Series, Module: New Problems and Tasks of Painting (Estándares, series, módulo: problemas y tareas de la pintura)
Título del libro:	Module, Proportion, Symmetry, Rhythm
Autor:	Lohse, Richard P.
Primera publicación:	1966
Edición consultada:	1966, Kepes, G. (ed.), George Braziller Inc., New York
Edición en castellano:	No
País primera publicación:	EEUU / Suiza.
Disciplina:	Arte

Así comienza Lohse⁶ su artículo:

Algunos de los problemas más significativos en la pintura son aquellos que se enfrentan con las estructuras de las organizaciones, la estandarización de los elementos pictóricos y la construcción de módulos.

Richard P. Lohse analiza en su artículo la pintura moderna, comenzando con el cubismo analítico o estructural.

Argumenta que el cubismo analítico fue una de las contribuciones más importantes a la nueva oleada de pintores. Establece en un primer momento el paralelismo entre los elementos pictóricos y el formato de sus pinturas. El cubismo analítico o estructural desarrolla un “vocabulario” propio de semicírculos, líneas y curvas que se disuelven creando nuevas estructuras.

Los elementos utilizados por Mondrian minimizan la fragmentación y la obertura de las curvas. La reducción de los elementos es

⁶ Richard Paul Lohse (13 de septiembre de 1902, Zúrich - 16 de septiembre 1988, Zurich) fue un pintor suizo y artista gráfico y uno de los principales representantes de los movimientos artísticos constructivismo y arte concreto. Lohse nació en Zúrich en 1902 [...] En 1918, se unió a la agencia de publicidad Max Dalang, donde se entrenó para convertirse en diseñador de publicidad. Lohse, entonces un autodidacta, pintaba bodegones expresivos del cubista tardío. En la década de 1930, su trabajo como artista gráfico y diseñador de libros le situó entre los pioneros del diseño gráfico suizo moderno; en las pinturas de este período, trabajó en construcciones curvas y diagonales. El éxito finalmente le permitió establecer su propio estudio de diseño gráfico en Zúrich. [...] Las pinturas clásicas típicas de Lohse son no figurativas y sistemáticas; planos bidimensionales de elementos de color que interactúan en diferentes relaciones lógicas/matemáticas visibles para el ojo, usando la estructura de color que percibimos, y de manera que cada elemento juega un papel cualitativo igual. https://en.wikipedia.org/wiki/Richard_Paul_Lohse

progresiva en la obra de Mondrian, como *Color Squares in Oval* de 1914 y *Pier and Ocean* del mismo año, las cuales se reducen a líneas verticales y horizontales. Los experimentos de Mondrian con elementos rectangulares, en pinturas como *Composition: Checkerboard*, *Bright Colors* y *Composition in Gray* de 1919 son un paso más allá en la sistematización de los elementos pictóricos. Tanto el lienzo como los elementos pictóricos tienen las mismas proporciones. Lohse define como “red” a las divisiones del lienzo en multitud de pequeños elementos pictóricos con las mismas proporciones de Mondrian. Un término más moderno sería “retícula”. En las obras de Mondrian de 1919–1921, éste utiliza una retícula como sistema para establecer una relación proporcional entre los elementos pictóricos. Aunque las formas, los tamaños y la distribución de los elementos varían, todos están relacionados con la retícula.

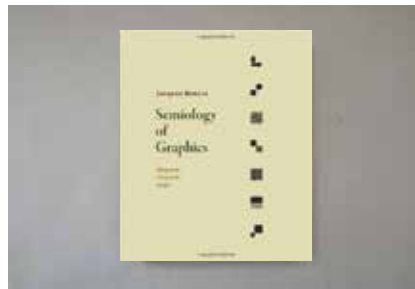
El posicionamiento de Lohse es que el problema de las variaciones pictóricas está aún por resolver. Aunque el problema de los elementos adicionales parece de inescapable lógica en Mondrian, él no lo desarrolló: la diferencia de los tamaños de los elementos no está sistematizada, su ubicación y disposición en el plano son puramente emocionales.

Es interesante observar que Lohse considera las variaciones de elementos pictóricos como elementos “adicionales”, a pesar de que su lógica se deriva de la misma retícula. Lohse los podría llamar elementos adicionales debido a que se crean a través del proceso aditivo de un solo elemento estándar; la unidad más pequeña de un sistema.

En las últimas páginas de su artículo Lohse utiliza los trabajos de los pintores Theo van Doesburg, Bart van der Leek, Josef Albers y Georges Vantongerloo para ejemplificar la evolución de la sistematización de los elementos pictóricos.

Concluye su análisis de la pintura moderna con la siguiente evaluación:

El intento, tanto mental como emocional, es crear una obra con significados racionales [...] la sistematización de los elementos aparece de forma esporádica. No existe un método uniforme para organizar la obra [...] El método y el resultado no son congruentes. [...] Una de las tareas más difíciles e importantes consiste en la creación de un sistema flexible, cuya prolongación controle los elementos básicos y donde el desarrollo sea lógico [...] El más flexible en su sistema modular, con el mayor campo de acción, con la máxima libertad en la organización de las piezas.



Título del libro:	Semiology of Graphics; Diagrams, Networks, Maps (La semiología de los gráficos: Diagramas, Redes y mapas)
Autor:	Bertin, Jacques
Primera publicación:	1967
Edición consultada:	Esri Press, 2011, Redlands, USA
Edición en castellano:	No
País primera publicación:	Francia
Disciplina:	Diseño de información, cartografía

Jacques Bertin⁷ escribió en 1965 —aunque fue publicado dos años después— este libro en el que teorizaba sobre la construcción de diagramas, redes y mapas. Es un libro esencial de la sistematización gráfica en la cartografía, cuya metodología de trabajo se puede extrapolar al desarrollo de un sistema visual.

En la reedición de 1983 Bertin escribió en retrospectiva:

[...] fue la era de la confrontación entre la “teoría de la información” y la “teoría de la comunicación”, lo que inspiró la mayoría de las investigaciones gráficas: ¿Cómo deberíamos dibujar? ¿Cómo debemos imprimir para facilitar la “comunicación,” esto es, explicarle a los demás lo que sabemos sin pérdida de “información”? [...] Diez años de evolución nos han llevado a una perspectiva distinta [...] Estamos entrando en la era de los “gráficos operacionales”.

Según Bertin un “sistema gráfico” tiene ocho “variables visuales” a su disposición, aunque sólo nombra siete en sus diagramas: el plano, la posición del elemento en el plano, el tamaño del elemento, el valor del elemento —la manera de Bertin de llamar al tono—, la textura del elemento, el color del elemento, la orientación del elemento y su tipo de forma —por ejemplo triángulo o rectángulo—. Estas variables tienen distintas propiedades y diferentes capacidades para representar tipos de información dada. Los elementos pueden estar basados en punto —para Bertin el punto es una forma pequeña cuadrada—, línea —la línea para Bertin es tam-

7 Jacques Bertin (27 de julio de 1918 - 3 de mayo de 2010) fue un cartógrafo y teórico francés, conocido por su libro *Sémiologie Graphique (La Semiología de los Gráficos)*, publicado en 1967. Esta obra monumental, con base en su experiencia como un cartógrafo y geógrafo, representa el primer y más amplio intento de proporcionar una base teórica a la Visualización de Información.
https://en.wikipedia.org/wiki/Jacques_Bertin

Bertin afirma:

Ellas —las variables— forman el mundo de las imágenes. Con ellas los diseñadores proponen perspectivas, el pintor realidades, el delineante ordena relaciones, y el cartógrafo espacios.

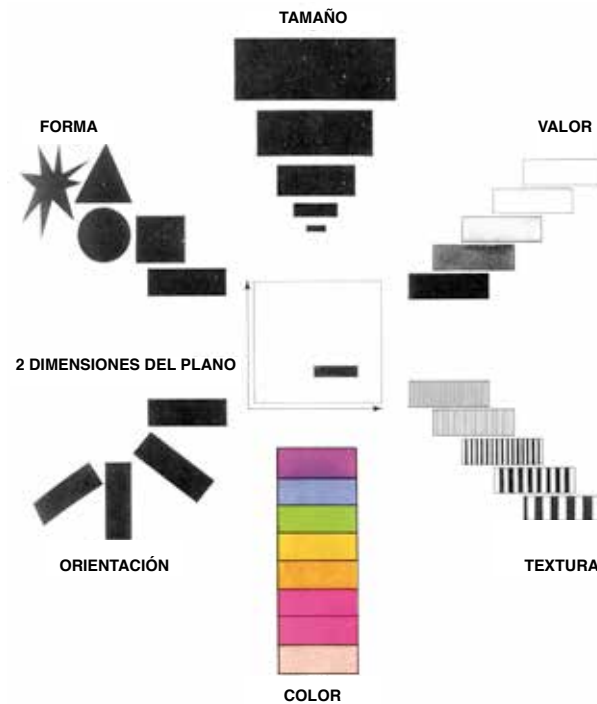


Fig. 1: Diagrama de las variables de Bertin

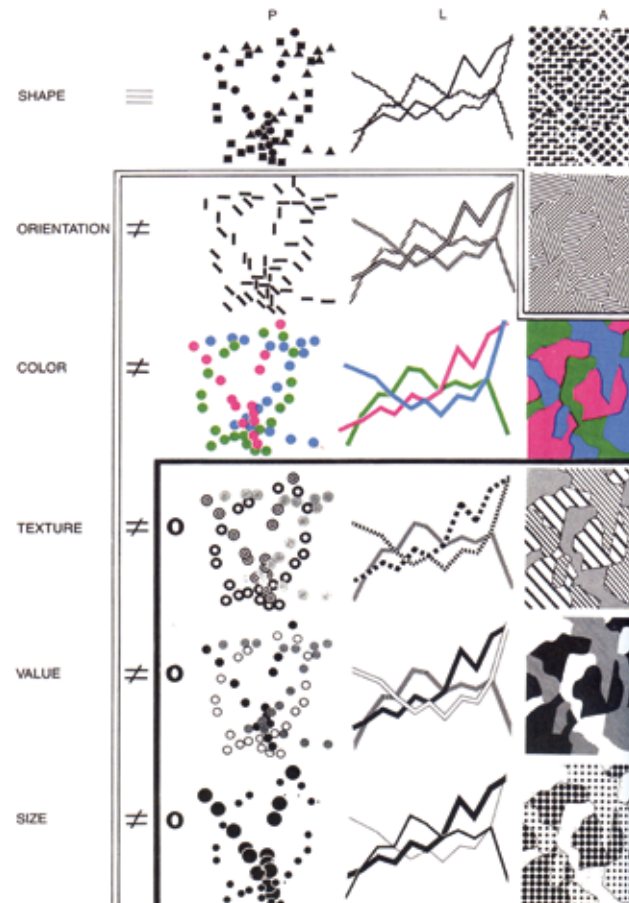


Fig. 2: Diagrama de las variables de Bertin, diferenciadas por plano, línea y área

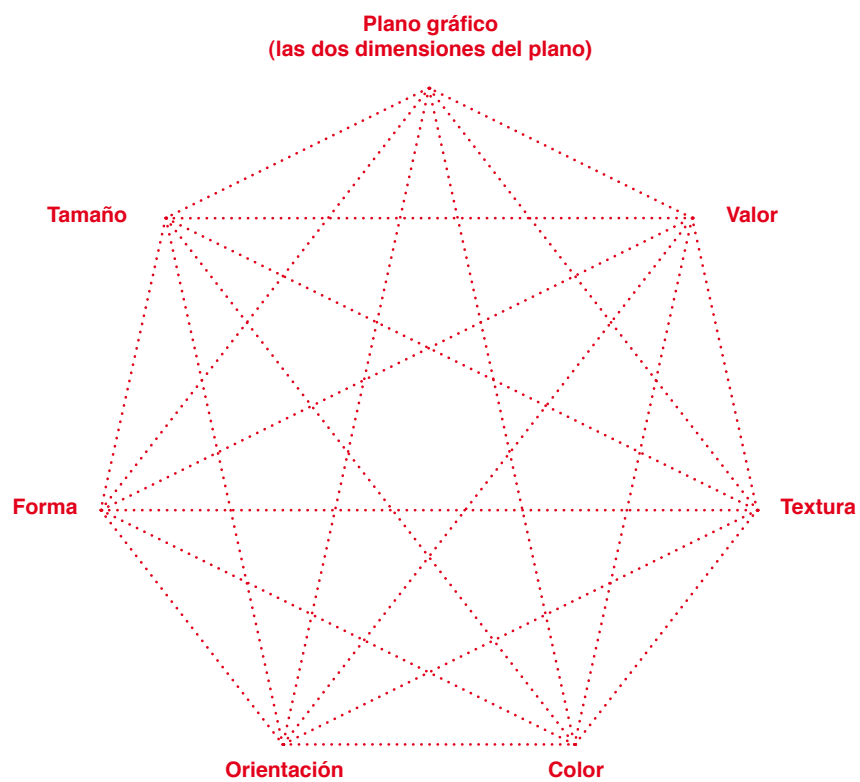


Fig. 3: fuente propia elaborada en la investigación



Título del libro:	Principles of Two-Dimensional Design
Autor:	Wong, Wucius
Primera publicación:	1972
Edición consultada:	1972, John Wiley & Sons, New York
Edición en castellano:	Principios del diseño bidimensional. Introducción al alfabeto visual, 1976, Gustavo Gili, Barcelona
País primera publicación:	Hong Kong
Disciplina:	Diseño

En 1966 Wucius Wong⁸ empezó a impartir clases de diseño nocturnas. De acuerdo con Wong no existía en ese momento un sistema educativo organizado en diseño en Hong Kong, y sus estudiantes tenían un bagaje muy variado. La mayoría de ellos trabajaban durante el día. Su objetivo era enseñar los fundamentos básicos del diseño. Con los años y hasta la publicación de este libro en 1972, los contenidos de sus clases se fueron modificando.

Afirma:

Lo que persigo es desarrollar algún tipo de lógica visual para los estudiantes que les permita entender los elementos del diseño, las posibilidades de organizarlo y sus limitaciones.

Cuando Wong habla de elementos no se ciñe exclusivamente a elementos visuales. Kandinsky (1979) habla sobre los conceptos externos e internos de los elementos. El concepto externo es la forma del elemento y el interno son las fuerzas sin las cuales no se construiría la forma.

⁸ Wucius Wong nació en Taiping (provincia de Guandong, China) en 1936 aunque a muy temprana edad se mudó a Hong Kong donde comenzó a interesarse por la pintura occidental y el diseño. En los años 50 Wong se trasladó a EE.UU. para realizar sus estudios en la Columbus College of Art and Design de Columbus (Ohio) y más tarde en el Maryland Institute of Art de Baltimore, donde se graduó como Bachelor y Master. [...] Fue durante la época de los 70 y 80 cuando Wong investiga sobre el lenguaje occidental expresado a través de líneas, texturas, luces y composición. Desde los años 80 su obra va más allá del cambio estilístico e incorpora con el uso de materiales y de un enfoque más occidental. https://es.wikipedia.org/wiki/Wucius_Wong

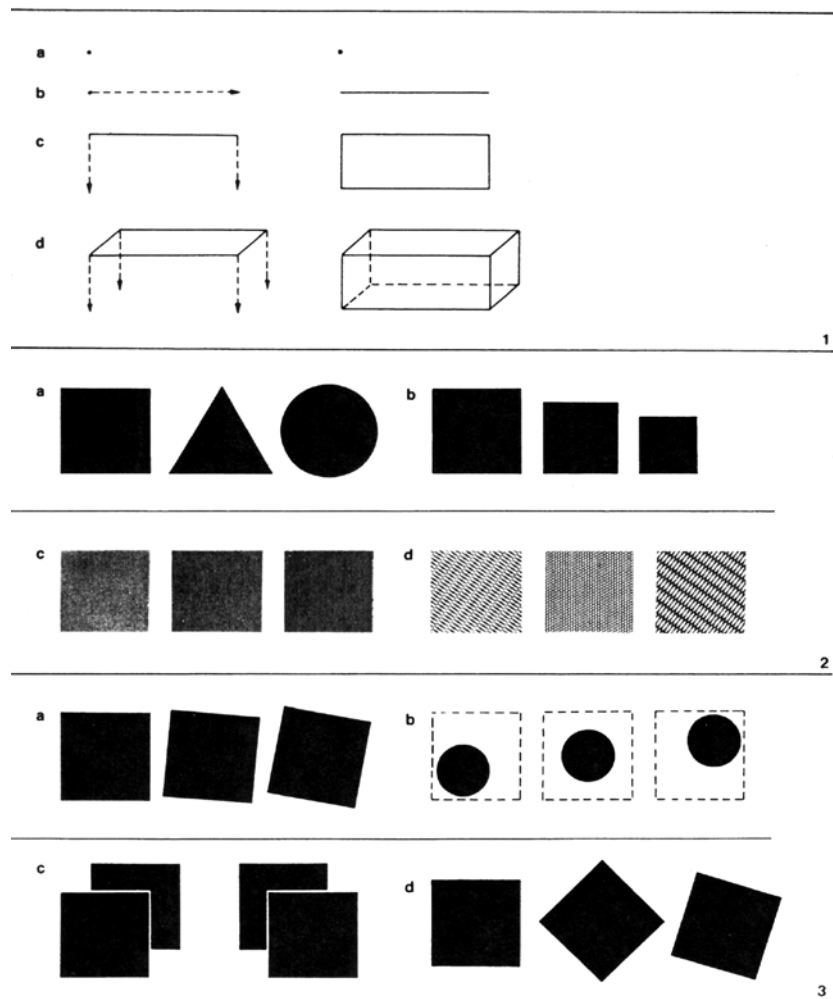


Fig. 4: los cuatro grupos de elementos de Wong

- a) Elementos conceptuales: son descripciones matemáticas como la forma, el punto, la línea, el plano y el volumen. A pesar de que pueda sonar contradictorio a las primeras ideas de Kandinsky (1979), Kandinsky y Wong consideran el punto invisible. La diferencia entre ambos es que Kandinsky le da al punto una “forma material” para hacerlo visible y Wong crea una nueva categoría, el elemento visual.
- b) Elementos visuales: cuando los elementos conceptuales se hacen visibles tienen forma, color y textura, dadas por los materiales utilizados para hacer los elementos conceptuales reales.
- c) Elementos relacionales: este grupo describe la interrelación entre formas y sus posiciones. Los elementos definidos por Wong son dirección, posición, espacio y gravedad (fuerza).
- d) Elementos prácticos: el último grupo de elementos no se explica en el libro. Éstos subyacen en el contenido del diseño y lidian con la representación, el significado y la función.

Describe así su texto:

[...] el libro lidia con los conceptos forma y estructura, cubriendo las mayoría de situaciones en composiciones bidimensionales, formales e informales.

No pertenecientes al grupo de los elementos, pero mencionados en el contexto de los elementos de diseño tenemos “el marco de referencia” — que Wong describe como el marco no necesariamente visible que limita el diseño: límites del cartel, de la hoja, etc — o “el plano de la imagen” — la superficie del diseño —; ambos definen el plano gráfico de los elementos visuales.

El siguiente diagrama representa la relación conceptual entre los grupos de Wong y su contexto formal. También representa el orden que Wong establece entre los grupos.

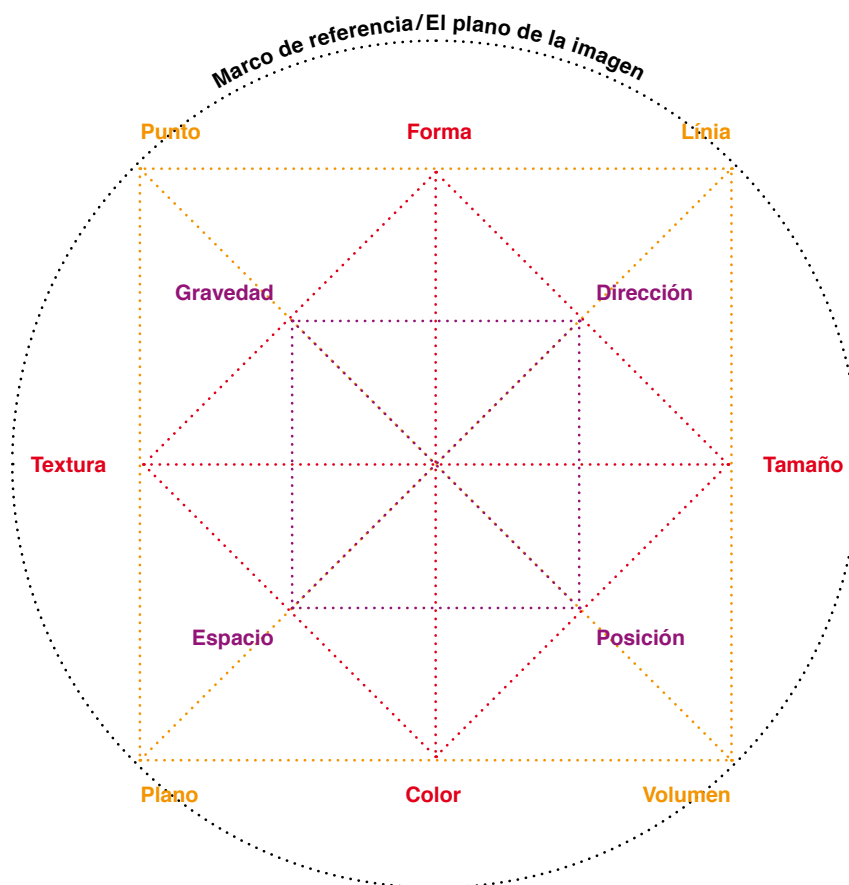


Fig. 5: fuente propia elaborada en la investigación

La representación del orden de los grupos sugiere una metodología que puede usarse para analizar o crear sistemas visuales flexibles.

Una diferencia entre los sistemas de Wong y Bertin (2011) es que el plano gráfico es un elemento integral en el sistema de Bertin — en su nomenclatura, “las dos dimensiones del plano” — mientras que en el de Wong aparece de forma circunstancial; es simplemente la superficie donde se aplican las imágenes producidas gracias al sistema visual. En Wong, el plano gráfico no es otro elemento flexible más.



Título del libro:	Kompendium für Alphabeten
Autor:	Gerstner, Karl
Primera publicación:	1972
Edición consultada: :	2000, Verlag Niggli, Sulgen
Edición en castellano:	Compendio para alfabetos, 2003, Gustavo Gili, Barcelona
País primera publicación:	Suiza
Disciplina:	Diseño (Tipografía)

Gerstner estructura este libro de la misma manera que estructura la “caja morfológica” de su libro — ya visto en este capítulo — *Programme entwerfen*. Al igual que en la “caja morfológica”, distingue entre parámetros y componentes.

Los capítulos están a su vez divididos en “parámetros”, y estos en “componentes”. Todos componentes son elementales. [...] el aspecto final, con toda su diversidad no se manifiesta en los componentes, sino solo en sus repeticiones y combinaciones.

Los dos primeros capítulos, *Schrift und Sprache* (Escritura y lenguaje) y *Handwerk* (Oficio), son importantes para el tema del libro pero irrelevantes para esta investigación. Por el contrario, los últimos tres capítulos, *Bild* (Imagen), *Funktion* (Función) y *Ausdruck* (Expresión), ofrecen una estructura interesante del lenguaje tipográfico. La estructura y términos utilizados en estos capítulos pueden jugar un papel importante para el posterior desarrollo del modelo de análisis, propósito de esta investigación.

Gerstner propone como parámetros imagen, función y expresión. En el índice del libro vemos un listado de estos tres parámetros así como sus componentes.

Imagen

Imagen de las letras
 Imagen de la palabra
 Características del trazado
 Tamaño
 Proporción
 Grosor
 Configuración
 Color
 Acordes
 Claridad
 Textura
 Imagen de la composición
 Dimensión
 Interlineado

Figura
Fondo
Posición
Unidad
Cuadros morfológicos
Función
Expresión
Coordinar
Articular
Destacar
Ordenar
Subrayar
Derivar
Visualizar
Jugar

En cualquier caso, Gerstner no es muy preciso en definir qué considera componentes. En este texto se refiere al color como componente — en tanto que característica elemental e indivisible — pero sin embargo en el capítulo dedicado al color lo subdivide basándose en la teoría de Ostwalds⁹ de la siguiente manera:

- colores neutros; tonos del blanco y negro
- colores vivos; los colores puros amarillo-rojo-azul-verde
- colores quebrados; todas las mezclas de colores neutros y vivos

El capítulo “imagen” iba a llamarse “forma”, pero como el término forma no incluye color y el término imagen sí, Gerstner le puso el nombre de “imagen”. El capítulo se divide en tres componentes, imagen de las letras, imagen de las palabras y imagen de la composición.

Gerstner también reformula otro término para hacerlo funcionar en esta estructura. En el apartado *textura* en *Imagen de las palabras*, Gerstner menciona el artículo *Grundbegriffe der neuen gestaltenden Kunst* (Términos básicos del nuevo arte) del libro *Bauhaus*, No.6 de Theo van Doesburg¹⁰. En ese artículo Doesburg escribe sobre el parámetro “material” pero Gerstner renombró el término material como textura para poder usarlo en el contexto de la tipografía.

En el capítulo Imagen profundiza en la caja morfológica de ésta — como vemos a continuación —, pero advierte que aunque la lista de componentes es exhaustiva no es completa. Esta caja debería

9 Friedrich Wilhelm Ostwald (Riga (Letonia), 2 de septiembre de 1853 - Grossbothen (Alemania), 3 de abril de 1932) fue un químico, profesor universitario y filósofo alemán, premio Nobel de Química en 1909 «por su trabajo en la catálisis y por sus investigaciones sobre los principios fundamentales que rigen los equilibrios químicos y las velocidades de reacción». https://es.wikipedia.org/wiki/Wilhelm_Ostwald.

10 Theo van Doesburg (Utrecht, 30 de agosto de 1883 - Davos, 7 de marzo de 1931) fue un pintor, teórico, poeta y arquitecto neerlandés. Fundador junto a Piet Mondrian, junto a quien en Leiden la revista *De Stijl*,¹ órgano de prensa del movimiento neoplasticista, cuyo primer número saldría en octubre de 1917. Entre 1921 y 1923 seguiría editando la revista desde Weimar, donde organizaría unos cursos paralelos a los que se impartían en la Bauhaus sobre el nuevo estilo a los que asistirían muchos de los estudiantes y profesores de la Bauhaus. Theo van Doesburg fue el primer artista abstracto que contribuiría a modificar la visión de la Bauhaus. https://es.wikipedia.org/wiki/Theo_van_Doesburg

de ser revisada, según Gerstner, con un proyecto específico a fin de que funcione.

Esta imposibilidad de completar totalmente la “caja morfológica” fue uno de los problemas para este investigador a la hora de basar su propio modelo de análisis en ella.

Imagen de la palabra

31 Ima- gen de letras	31.1 ma- nus- crita	31.2 pinta- da	31.3 gótica	31.4 Schwa- bach	31.5 garal- da	31.6 didona	31.7 moder- nista	31.8 fanta- sia	31.9 palo seco	otras	com- bin.
--------------------------------	------------------------------	----------------------	----------------	------------------------	----------------------	----------------	-------------------------	-----------------------	----------------------	-------	--------------

Imagen de la palabra

321 Traza- do	321.1 apreta- das	321.2 com- pacta- das	321.3 espa- ciadas	321.4 Nor- males	com- bin.						
322 Tama- ño	322.1 peque- ño	322.2 Grande	322.3 Nor- mal	com- bin.							
323 Pro- por- ción	323.1 estre- cha	323.2 ancha	323.3 Nor- mal	com- bin.							
324 Grosor	324.1 fino	324.2 grueso	324.3 Nor- mal	com- bin.							
325 Confi- gura- ción	325.1 mutila- do	325.2 con añadi- do	325.3 seccio- nado	325.4 defor- mado	325.5 dismi- nuido	325.6 borro- so	325.7 contor- neado	325.8 disuel- to	325.9 Nor- mal	otras cosas	com- bin.
326 Color	326.1 vivo neutro	326.2 vivo vivo	326.3 Vivo que- brado	326.4 que- brado vivo	326.5 que- brado que- brado	326.6 que- brado neutro	326.7 neutro Vivo	326.8 neutro que- brado	326.9 neutro neutro	com- bin.	
327 Acor- des	327.1 diada	327.2 triada	327.3 uniso- no	com- bin.							
328 Clari- dad	328.1 claro oscuro	328.2 igual igual	328.3 oscuro claro	com- bin.							
329 Tex- tura	329.1 mate brillan- te	329.2 bri- llante brillan- te	329.3 bri- llante mate	329.4 mate mate	com- bin.						

Imagen de la composición

331 Dimen- sión	331.1 pala- bra tras pala- bra	331.2 entre- cruza- do	331.3 cruza- do	331.4 de- lante detrás	331.5 entre- lizado	331.6 línea debajo de otra	otras cosas	com- bin.			
332 Interli- neado	332.1 Sin inter- linea- dad	332.2 líneas tocán- dose	332.3 mucho espa- cio	332.4 normal	com- bin.						
333 Figura	333.1 me- dida exacta	333.2 según núme- ro de letras	333.3 según forma	333.4 distribuir	333.5 disper- sar	333.6 arbi- traria- mente	333.7 Mar- gen iz- quier- do	333.8 vertical sobre letra común	333.9 líneas centra- das	otras cosas	com- bin.
336 Unidad	336.1 llenar	336.2 reba- sar	336.3 deter- minar	336.4 a la vez	otras cosas	com- bin.					

Tabla 5: “caja morfológica” de Gerstner aplicada a “imagen”

Importante: El parámetro 336 no es adicional, sino una alternativa a 333, 334 y 335.



Título del libro:	A Primer of Visual Literacy
Autor:	Dondis, Donis A.
Primera edición:	1973
Edición consultada:	1974, MIT Press, Cambridge
Edición en castellano:	La sintaxis de la imagen, 1976, Gustavo Gili, Barcelona
País primera publicación:	EEUU
Disciplina:	Diseño

Dondis muestra en su libro su método de aprendizaje de cómo leer y ver la visualización de datos. Éste se ha convertido en una referencia para estudiantes y profesores, sobre todo en el campo de la comunicación visual. El libro contiene ensayos teóricos así como ejercicios al final de cada capítulo.

En el capítulo tres Dondis disecciona los elementos básicos de la comunicación visual. De acuerdo con Dondis, mucho de lo que conocemos sobre interacción y el efecto de la percepción humana en significados visuales, se extrae de la experimentación de la psicología de la *Gestalt*.¹¹

Dondis considera los análisis de la *Gestalt* como uno de los acercamientos analíticos “más reveladores” cuando se aplica al trabajo visual. El objeto analizado o sujeto se concibe como un sistema, un todo construido con partes que interaccionan pero son totalmente independientes. Si alguna parte se modifica afecta a todo el sistema.

La disección, en lugar de ser una herramienta para generar una pieza final, debería ser considerada un método para analizar o crear los primeros esbozos. Dondis escribe:

¹¹ La Psicología de la Gestalt (o Psicología de la Forma) es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo xx, y cuyos exponentes más reconocidos han sido los teóricos Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin. El término Gestalt proviene del alemán y fue introducido por primera vez por Christian von Ehrenfels. No tiene una traducción única, aunque se entiende generalmente como ‘forma’; sin embargo, también podría traducirse como ‘figura’, ‘configuración’, ‘estructura’ o ‘creación’. [...] La mente configura, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas). En nuestra experiencia del medio ambiente, esta configuración tiene un carácter primario por sobre los elementos que la conforman, y la suma de estos últimos por sí solos no podría llevarnos, por tanto, a la comprensión del funcionamiento mental. Este planteamiento se ilustra con el axioma: El todo es mayor que la suma de sus partes, con el cual se ha identificado con mayor frecuencia a esta escuela psicológica. https://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_de_la_Gestalt

Un apunte importante es que la elección del énfasis de los elementos visuales, la manipulación de éstos hacia un efecto intencionado reside en las manos del artista, del artesano o del diseñador; él es el formalizador. Lo que determina qué hace con ellos es su arte y oficio, y las elecciones son infinitas.

En las siguientes páginas Dondis se centra en cada uno de los elementos visuales porque, como ella afirma, una mayor comprensión de sus cualidades únicas ayuda a comprender la estructura total del lenguaje visual.

Los elementos visuales son: punto, línea, forma, dirección, tono, color, textura, tamaño, escala y movimiento. Según Dondis crean la comunicación visual. Dondis no contempla sin embargo el medio o el material como elementos visuales.

Este investigador entiende el punto de vista de Dondis al limitar los elementos de la comunicación visual a los que son visualmente perceptible e ignorar los perceptibles por los demás sentidos. La cualidad visual del material se representa con el elemento visual “textura”. Sin embargo, difiere en el hecho de que desprecie el medio como actor de la comunicación visual, o no considere ni siquiera el formato y el tamaño del medio como importantes para la misma. Bertin (2011), Lohse (1966) and Hofmann (2004) sí que lo tienen en cuenta.

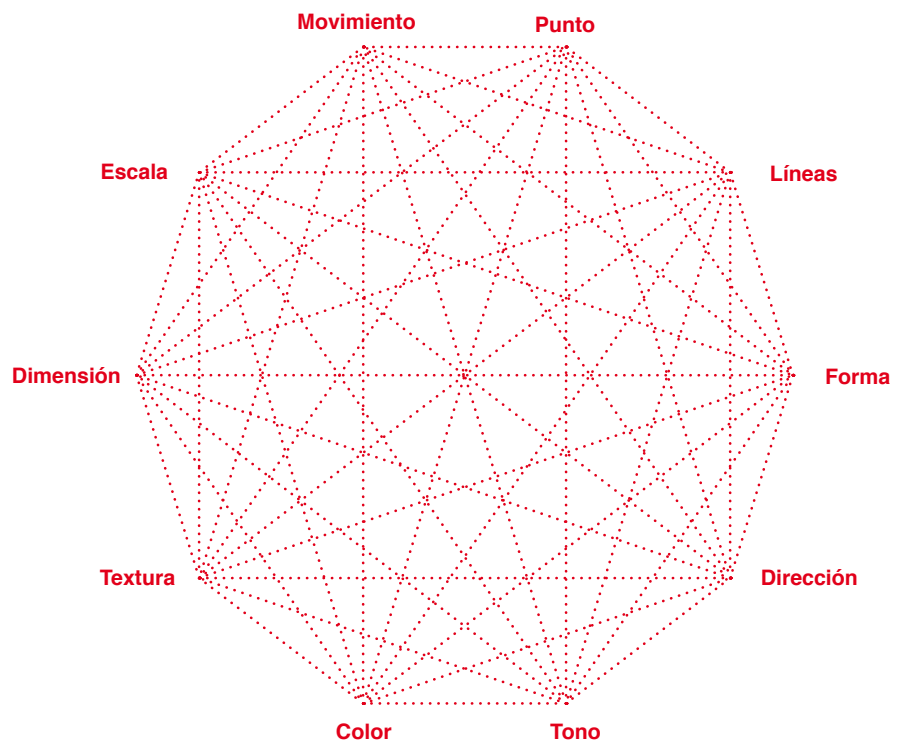


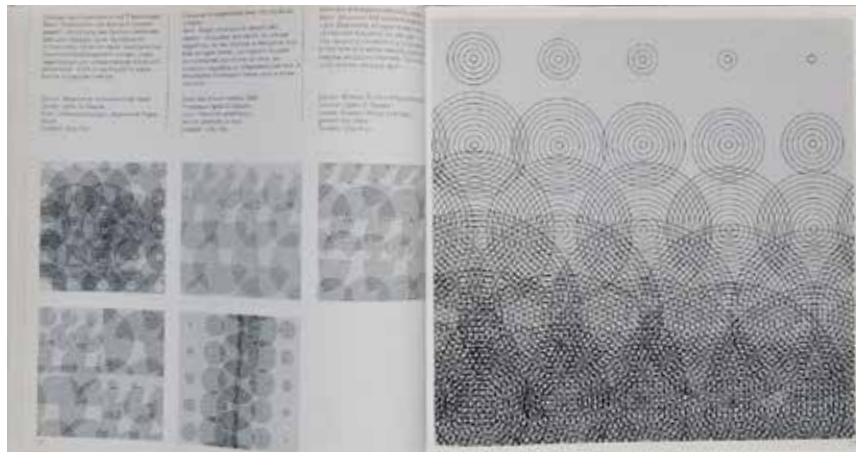
Fig. 6: fuente propia elaborada en la investigación



Título del libro:	form + communication (forma + comunicación)
Autor:	Walter Diethelm
Primera publicación:	1974
Edición consultada:	1974, ABC Verlag, Zürich (versión digital escaneada)
Edición en castellano:	No
País primera publicación:	Suiza
Disciplina:	Diseño

Diethelm recopila en este libro ejemplos de desarrollos gráficos sistemáticos. Muchos de los ejemplos son trabajos de estudiantes, meros ejercicios formales sin objetivo comunicacional específico, aunque también presenta trabajos profesionales, desarrollados específicamente con una función comunicacional.

El libro se divide en cuatro capítulos: *The starting point* (El punto de inicio), *Sign systems and system signs* (Sistemas de signos y signos de sistema), *Overcoming the sign babel* (La superación del babel de los signos) y *Advances in new dimensions* (Avances en nuevas dimensiones). El primer capítulo comienza con trabajos de los estudiantes que utilizan como primer elemento el punto; después la línea y después el plano. Vemos que la estructura está claramente inspirada en Kandinsky (1979), como también lo están muchos otros libros presentes en este capítulo—Hofmann (2004), Dondis (1974), Wong (1972) y Leborg (2006).



Ejercicios y experimentos con el compás. Bases : Aspectos estructurales y selectivos de signos. Disposición de los signos entre sí número y la frecuencia de un tipo de signo. Esta correlación recíproca debe ser representado en forma de una serie donde alternan estructuras regulares e irregulares. El círculo también puede superponerse.

Escuela: Allgemeine Gewerbeschule Basel

Docente: Igildo G. Bieseke

Curso: ejercicios gráficos, grupo de día

Estudiante: Otto Frei

La diferencia es que comienza a dejar de lado los experimentos visuales — y su percepción intencional — para mostrar diseños de proyectos gráficos como imagotipos, símbolos, iconos, pósters y diseño de logotipos.

Algunos de los trabajos mostrados son formas únicas y otros variaciones formales, pero en ambos casos son claramente el resultado de una generación sistemática.



Izquierda:

Compagnie Financière et du Crédit SA., Lausanne, Switzerland

Diseño: David Gentleman, London, England

The University of Aston in Birmingham

Diseño: Kewith Murgatroyd, London, England

Tokyo Denky Kagaku Kogyo, Ltd.

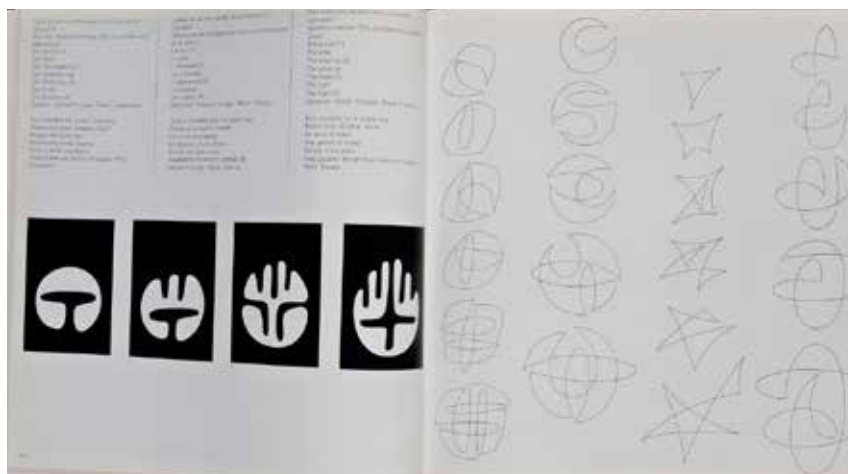
Diseño: Yusaku Kamekura, Tokyo, Japan

Derecha:

Cartel de Blazer Holidays para Blazer Financial Services

Diseño: Stephan Geissbühler / Ansprach Grossman Portugal Inc., New York, USA

La mayoría de los gráficos están realizados con formas geométricas a partir de retículas geométricas, pero también hay ejemplos gráficos dibujados a mano que son una serie coherente de gráficos, o en este caso símbolos, pero no parecen seguir un sistema gráfico estricto.



Izquierda:

Símbolos. Serie de litografías El candelabro y la cruz: El lugar (1), El altar, La ofrenda (2), La promesa, La esperanza (3), La luz, El signo (4)

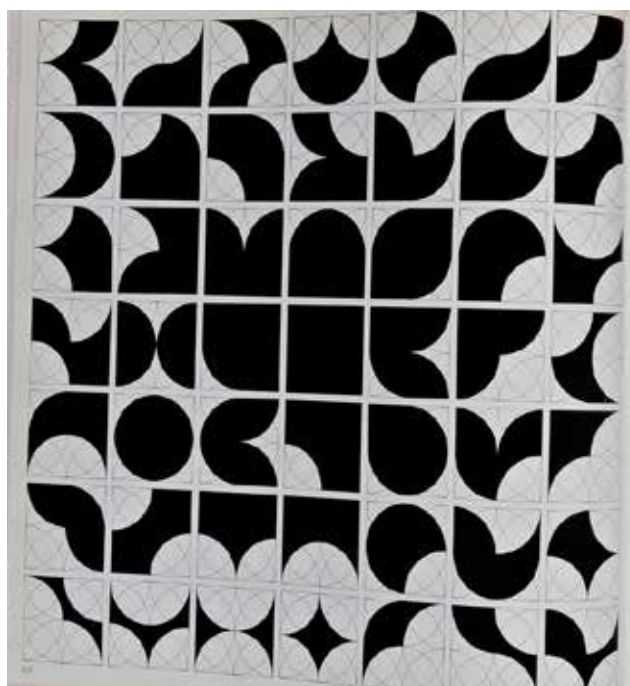
Diseño: Adrian Frutiger, Paris, France

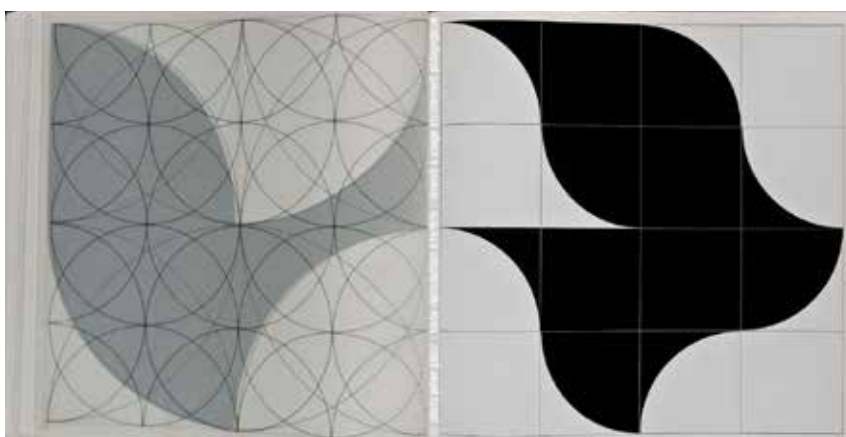
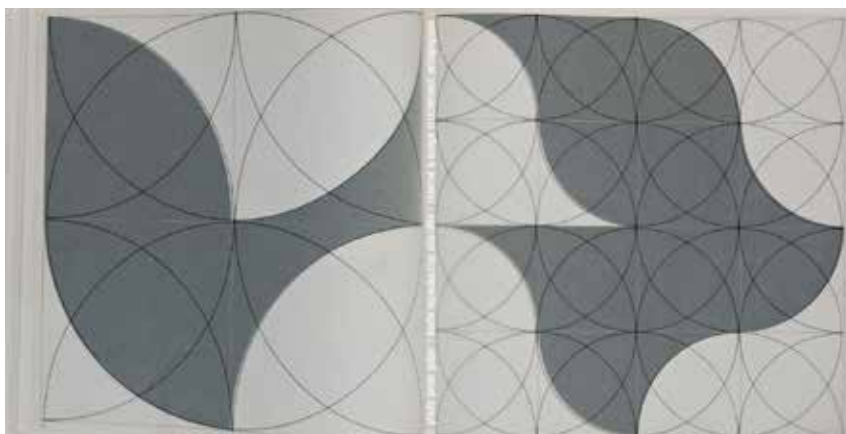
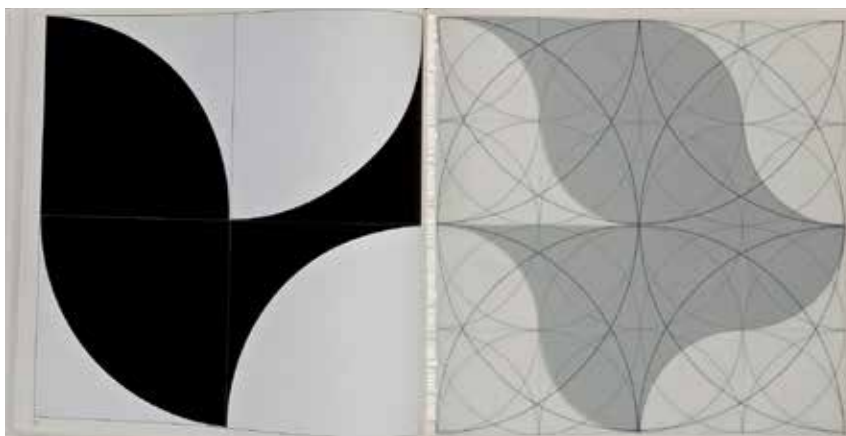
Derecha:

Cuatro sonatas para una sola línea. La poesía de otro mundo. Un arco de una estrella. Bailar en una órbita.

Diseño: Adrian Frutiger, Paris, France

Las siguientes imágenes muestran un sistema gráfico basado en círculos que se superponen. Las líneas y sus intersecciones se usan para crear formas nuevas. El primer sistema utiliza una retícula modular de 2 x 2 (utilizando cuatro cuartos de círculos, cuatro medios círculos y un círculo completo), el segundo sistema utiliza una retícula de 4 x 4, con lo que se cuadriplan las posibilidades.



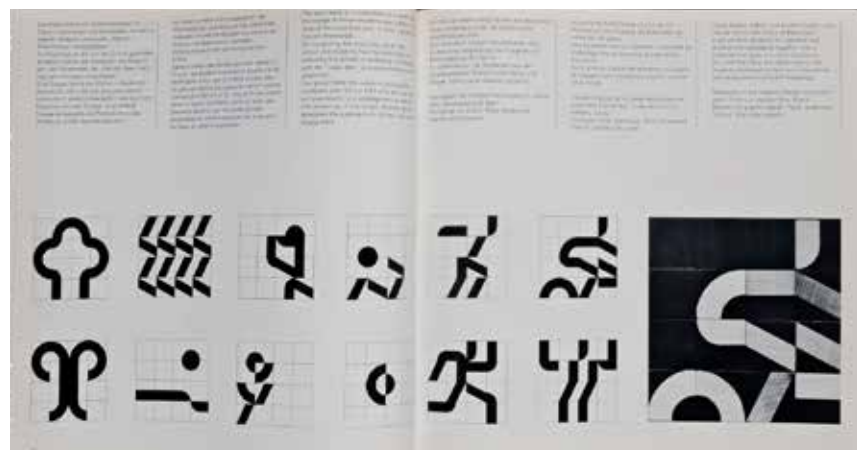
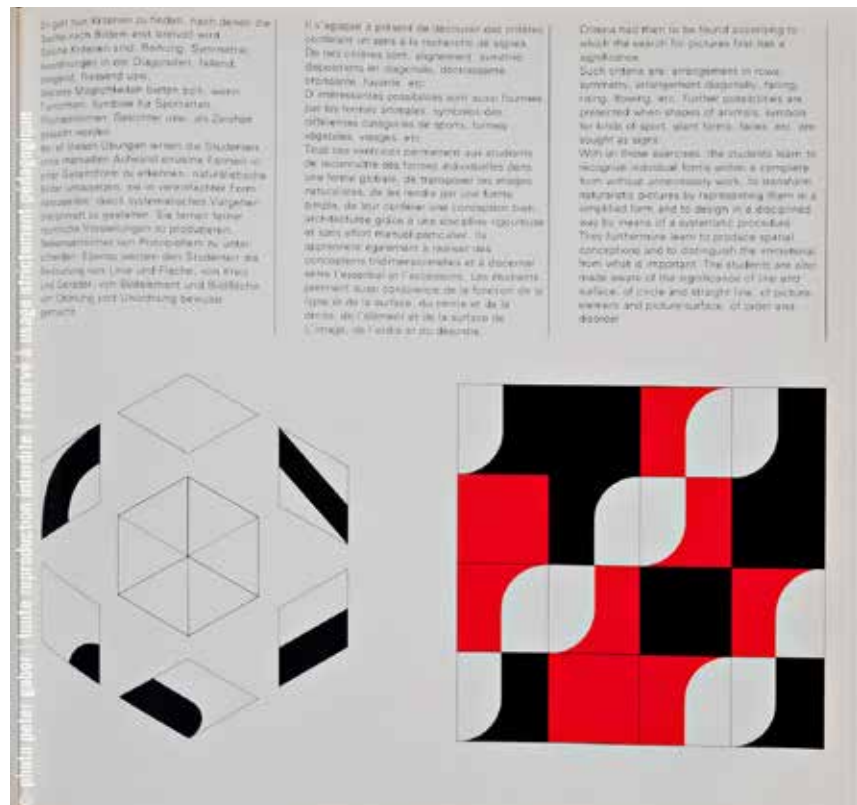


Sistema gráfico de Diethelm basado en círculos con páginas transparentes intercaladas que muestran la retícula.

Posteriormente vemos un sistema muy similar — si no el mismo —. Diethelm los llama *Quadradius*. Esta vez se trata de un proyecto especulativo para mostrar el potencial del sistema gráfico. Diethelm pensó que podría funcionar para personalizar las casas de vacaciones de una colonia y para crear el sistema de señalítica para encontrarlas. Para aumentar las diferencias entre un gráfico y otro los colores — seis en la doble página — se aplican adicionalmente.



Más adelante encontramos otro sistema gráfico modular: se les ofreció a los estudiantes un cubo con cinco distintos elementos gráficos y una cara vacía. A los estudiantes se les enseñó un método sistemático para creación de imágenes y una vez que tomaron conciencia del significado de línea y superficie, de círculo y línea recta, de elemento-imagen y superficie-imagen y de orden y desorden, fueron instados a jugar con el cubo y a buscar formas que pareciesen animales, símbolos de deportes, formas de plantas, caras, etcétera. Después de esto se les dió la libertad de probar más en torno a la idea del cubo. Uno de los equipos amplió el tamaño del cubo a 50 x 50 cm e hicieron pruebas con peatones en la calle y con niños en la guardería. Otro equipo utilizó las formas positivas del cubo para construir una exposición. Un estudiante realizó una película de 10 minutos utilizando una composición de Beethoven para mover los cubos al ritmo de ésta. Otro alumno realizó un alfabeto, otro un folleto y el *naming* (nombre de marca) de una compañía (Combino).



Trabajo de grupo de la clase de diseño gráfico (segundo año), School of Applied Arts, Berne.

Docente: Peter Andermatt

Tema: el sistema del cubo



Título del libro:	Gestaltung: Methode und Konsequenz Ein biografischer Bericht (Diseño: Método y consecuencia. Un informe biográfico)
Artículo:	Programmiertes Gestalten; Grundlagen für das Visualisieren mit Zeichnen (Diseño programado. Fundamentos para la visualización con signos)
Autor:	Herbert W. Kapitzki
Primera publicación:	1980
Edición consultada:	1997, Edition Axel Menges, Stuttgart / Londres
Edición en castellano:	No
País primera publicación:	Alemania
Disciplina:	Diseño

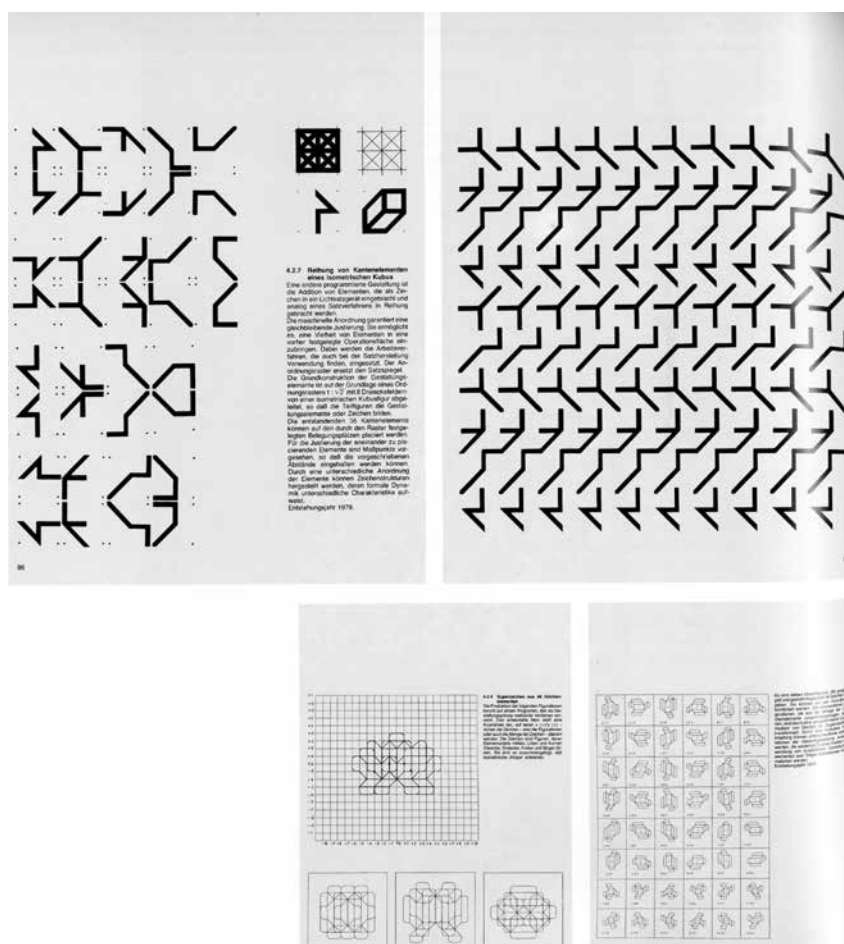
Desafortunadamente no se ha podido encontrar la publicación original *Programmiertes Gestalten; Grundlagen für das Visualisieren mit Zeichnen* (Diseño programado. Fundamentos para la visualización con signos), sino únicamente un resumen de cuatro páginas del mismo Kapitzki en su libro de 1997 *Gestaltung: Methode und Konsequenz, Ein biografischer Bericht* (Diseño: método y consecuencia. Un informe biográfico).

Este artículo es muy interesante por distintas razones. Kapitzki lo escribió durante los años 70 como una introducción para sus estudiantes que empezaban el *Grundstudium* (curso básico). Según Kapitzki este curso siempre había sido motivo de discusión; desde el *Vorkurs* de la Bauhaus al *Grundlehre* de la HfG¹³ de Ulm — ambos cursos básicos con distintas estructuras —. Kapitzki afirmaba que el curso básico e introductorio era “actualmente” —en 1980— más importante que nunca; según él debería de ser universalmen-

13 La Hochschule für Gestaltung (HfG, Escuela Superior de Proyección o Escuela de Ulm) fue una escuela universitaria de diseño radicada en Ulm, Alemania. Fundada en 1953, entre otros, por Inge Aicher-Scholl, Otl Aicher y Max Bill, este último, primer rector de la escuela. La HfG ganó rápidamente el reconocimiento internacional. Durante su funcionamiento fueron investigados y puestos en práctica nuevos enfoques en el diseño, dentro de los departamentos de: Comunicación Visual, Diseño Industrial, Construcción, Informática, y más tarde de Cinematografía. El edificio de la HfG fue diseñado por Max Bill y sigue siendo, hoy en día un edificio importante y funcional dentro del campus de la Universidad de Ulm. La HfG fue una de las más progresistas instituciones de enseñanza del diseño y el diseño ambiental en las décadas de los 50s y 60s, pionera en los estudios y del perfil profesional del diseñador de hoy en día. La historia de la HfG se formó por medio de la innovación y el cambio, en consonancia con la propia imagen de sí misma de escuela como una institución experimental. Esto dio lugar a innumerables modificaciones en el contenido, la organización de las clases y a los continuos conflictos internos que influyeron en la decisión final del cierre de la HfG en 1968.
https://es.wikipedia.org/wiki/Hochschule_f%C3%BCr_Gestaltung

En el artículo *Programmiertes Gestalten; Grundlagen für das Visualisieren mit Zeichnen*, Kapitzki explica distintas metodologías y principios teóricos sobre el diseño de sistemas; se explican tanto conocimientos básicos de diseño manual como de diseño programado. Comparado con Gerstner (2007), el texto de Kapitzki se centra sólo en soluciones programables con ordenador. Aparentemente todos los ejemplos de Kapitzki presentan ejemplos programados, aunque no todos lo están con código de programación.

En este sentido, Kapitzki menciona el *Lichtsatzgerät* — equipo de fotocomposición — como herramienta para programar. Funcionaba como una máquina de escribir que al pulsar las teclas grababa directamente las letras con luz en un acetato llamado fotolito. Kapitzki sustituyó las letras por signos y esto le permitió grabar directamente dibujos en el mismo.



Programmiertes Gestalten; Grundlagen für das Visualisieren mit Zeichnen (Diseño programado. Fundamentos para la visualización con signos) , Herbert W. Kapitzki



Título del libro:	Die Formen der Farben: Über die Wechselwirkung der visuellen Elemente
Autor:	Gerstner, Karl
Primera edición:	1986
Edición consultada:	1986, Athenäum, Frankfurt
Edición en castellano:	Las formas del color, 1988, Hermann Blume, Madrid
País primera publicación:	Alemania
Disciplina:	Diseño

Gerstner compila en su libro *Die Formen und Farben: Über die Wechselwirkungen der visuellen Elemente* (Las formas del color: la interacción de elementos visuales) antiguos y en el año de la publicación nuevos sistemas de forma y color. Primero los analiza y luego los usa como punto de partida para sus propios experimentos. El fin de sus experimentos es por un lado la exploración de las posibilidades del sistema y por el otro el desarrollo del sistema mismo.

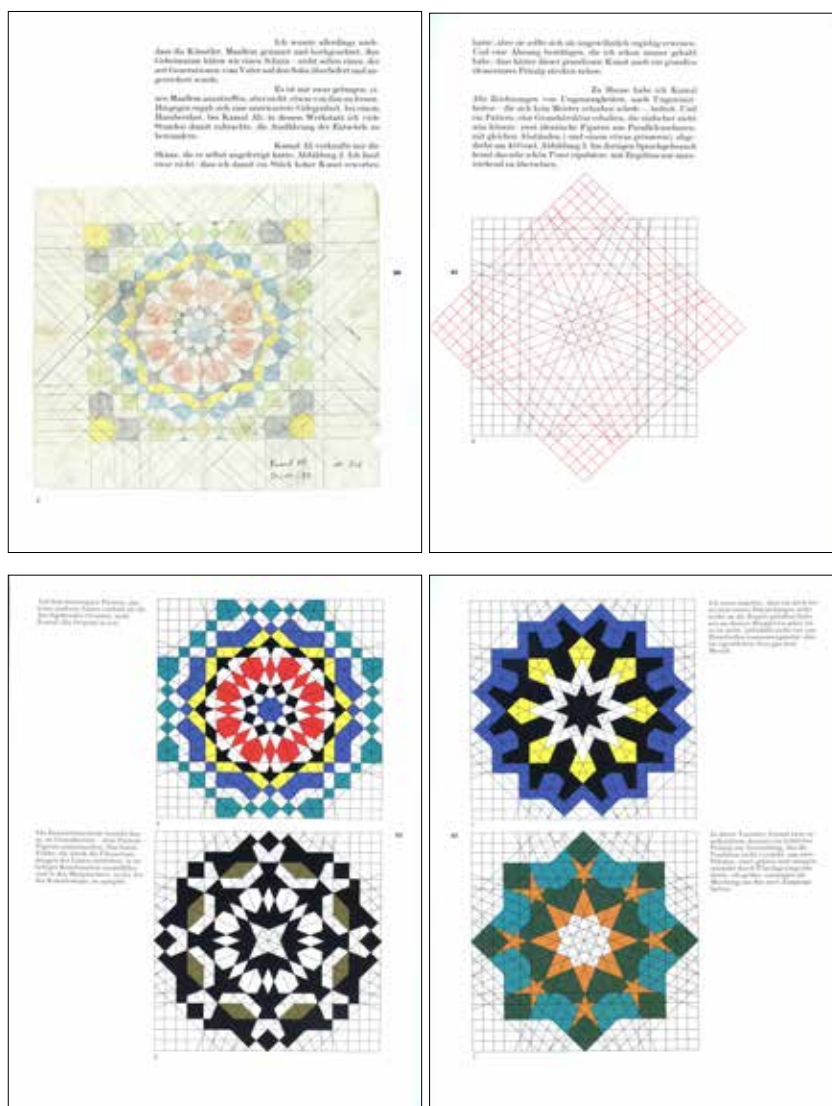
Los sistemas de color¹⁴ y forma¹⁵ mencionados por Gerstner son relevantes para el lector, el artista o diseñador que busca un sistema en el cual basar su trabajo, como lo hace Gerstner en su propio trabajo, pero para esta investigación resultan ser demasiado específicos. Pocas veces una identidad visual se basa en un sistema de color o forma concreto. La mayoría desarrolla su propio sistema de forma y aplica un rango de colores limitados que garantizan el

¹⁴ En el primer capítulo *Das Farbenuniversum* (El universo del color), Gerstner resume varios sistemas de color, desde el “primero” hasta el “último”, según él. Menciona los sistemas de Sigfrid A. Forsius de 1611, el *Die Farbenkugel* (Esfera de color) de Philipp Otto Runge del año 1810, *A Color Notation* by Albert H. Munsell de 1905, la *Tetrahedral representation of the color solid* (Representación tetraédrica del color sólido) por Carl E. Foss de 1947 y *Uniform color space* (Espacio de color uniforme) por Gunter Wyszecki de 1954.

¹⁵ En el segundo capítulo *Formsysteme* (Sistemas de formas) está dedicado a crear sistemas. Lo forman nueve ensayos cortos sobre la historia de la geometría, la ciencia de la forma. Cada ensayo desarrolla un aspecto distinto de la geometría. Gerstner menciona la geometría euclidiana (antiguos griegos, Pitágoras, Euclides, Platón, Andrea Palladio), la geometría de la medida (Vitruvio, Albrecht Dürer, Le Corbusier), la geometría proyectiva (Leone Battista Alberti, Piero della Francesca, Paolo Uccello, Masaccio, Johann Jacob Schübler, Diderot et d’Alembert, Thomas Malton, Gérard Desargues), la geometría de coordenadas (René Descartes, Albrecht Dürer, Hans Holbein, D’Arcy Thompson), la geometría como ley universal (Johannes Kepler), la teoría de conjuntos (Pitágoras, Evariste Galois, Père Dominique Douat, Andreas Speiser), la geometría no euclidiana (Carl Friedrich Gauss, Bolyai / Lobachevsky, Bernhard Riemann. Escher, Abraham Bosse, Wilhelm Magnus, Felix Klein), la topología (Escher, August F. Möbius, David Hilbert, Klein) y la geometría fractal (Mandelbrot).

reconocimiento. Lo que sí parece ser relevante para esta investigación es la estructura de la construcción de los sistemas, por que es un motivo que se repite y puede resultar en una tipología de sistemas. Todos los sistemas presentados por Gerstner se basan en elementos, retículas y las reglas que definen cómo se usan. Por lo tanto este investigador se centra sólo en dos capítulos: *Kamal Alis Pattern* y *Harmonie der Form*.

En el capítulo *Kamal Alis Pattern. Formsystern für eintausend und ein Bild* (El patrón de Kamal Ali. Un sistema para mil y una imágenes) Gerstner toma una retícula de Kamal Alis, un artesano de la ciudad de Fez (Marruecos), la analiza, la limpia y la usa para crear una multitud de imágenes. El análisis de la retícula y la exploración de sus posibilidades demuestran la complejidad que puede derivarse de una retícula simple. Las posibilidades de combinación de los módulos parecen casi ilimitadas, a pesar de la limitación de la retícula, pues tiene en el motivo de la baldosa unos límites claros.



Kamal Alis Pattern. Formsystern für eintausend und ein Bild (El patrón de Kamal Ali. Un sistema para mil y una imágenes)

Gerstner explora la flexibilidad dentro del margen de la retícula de Kamal Ali y analiza el conjunto de los módulos en el sistema de formas de Wilhelm Ostwald. En el capítulo *Harmonie der Form. Ein (beihäufig vergessenes) Formsystern von Wilhelm Ostwald*. (La armonía de las formas. Un sistema de formas (casi olvidado), de Wilhelm Ostwald) Gerstner explica el sistema de formas de Wilhelm Ostwald, de su libro *Harmonie der Farben*, Leipzig, 1921, Unesma.

El sistema de formas de Ostwald, presentado por Gerstner, se usa para crear estampados. Gerstner distingue entre elementos y redes. Los elementos son los módulos básicos que luego están reflejados y repetidos hasta que forman un motivo repetido. Gerstner llama al estampado, „red“. Los elementos pueden tener varias formas geométricas. Gerstner muestra elementos triangulares, hexagonales y cuadrados, pero añade que cualquier forma que puede formar un estampado puede ser un elemento de una red.

El primer módulo que presenta Gerstner consiste en un triángulo, que se divide en 15 puntos y 3 ejes. Un número arbitrario de puntos está conectado por una línea formada arbitrariamente y la línea a su vez se refleja en los ejes. Alineando a los triángulos entre sí resulta un motivo complejo que tiene un punto de partida muy simple. En las siguientes páginas Gerstner probó la combinación y superposición de módulos de diferentes tamaños con diferente grado de detalle.

Curiosamente la interacción de los elementos visuales forma y color se ha abordado tangencialmente en el libro de Gerstner. Gerstner asocia en el capítulo *Color Signs. Kandinsky und die Folgen* y *Die Formen der Farben, Zur Sache* un color a cada forma, basándose en la teoría de color y forma de Kandinsky.



Título del libro:	Gramática visual
Autor:	Leborg, Christian
Primera edición:	2004
Edición consultada:	2006, Princeton Architectural Press, NY, USA
País primera publicación:	Noruega

Leborg decide narrar los elementos de la gramática visual en secuencia de la misma manera que Kandinsky (1979) comienza con el punto que luego convierte en línea y después en superficie. La diferencia es que Leborg no explica el efecto de la interacción de la obra con el espectador, como sí hace Kandinsky. Leborg se centra en una descripción formal de la gramática visual; sus elementos, sus actividades y sus relaciones. Es la secuencia, la relación entre una descripción formal y la siguiente, lo que distingue este texto de otros autores analizados que ofrecen modelos sin evolución.

Este texto de Christian Leborg del 2004 parece una continuación de Kandinsky (1979) pero concentrado en una descripción sistemática sobre el lenguaje formal —o gramática visual— y no en su interpretación semántica. Los 78 años que han pasado entre ambas publicaciones, los movimientos culturales / *zeitgeist* y especialmente, la invención del ordenador y su influencia en la cultura han impactado el punto de vista de los respectivos autores.

A pesar de los paralelismo entre Kandinsky (1979), Wong (1972), Bertin (2011) y Leborg (2006), la terminología y las categorías son distintas. Leborg divide el libro en cuatro capítulos, *Abstract*, *Concrete*, *Activities* y *Relations*. Los dos primeros capítulos están divididos en *Objects* y *Structures*.

El libro explica en una secuencia cronológica la evolución de un estado a otro, a través de una visualización que permite leer coherentemente desde el principio hasta el final, de izquierda a derecha. No muestra, como muchos otros diagramas, un estado único sin relación.

Abstracto	Concreto	Actividades	Relaciones
Objetos abstractos	Objetos Concretos	Repetición	Atracción
Punto	Forma	Frecuencia/Ritmo	Estaticidad
Línea	Tamaño	Reflejo	Simetría/Asimetría
Superficie	Color	Reflejo sobre volumen	Equilibrio
Volumen		Rotación	Grupos
Dimensiones		Ampliación/Reducción	Fino/grueso
Formato		Movimiento	Difusión
Estructuras Abstractas	Estructuras concretas	Trayectoria	Dirección
		Dirección	Posición
Estructuras formales	Estructuras visibles	Movimiento supraordinado/subordinado	Espacio
Gradación	Estructuras activas	Desplazamiento	Peso
Radiación	Textura	Dirección de desplazamiento	Cantidad/Predominio
Estructuras informales			Neutro
Distribución Visual			Fondo/Primer plano
Estructuras invisibles/Inactivas			Coordinación
Amazón estructural			Distancia
			Paralelas
			Ángulo
			Negativo/Positivo
			Transparente/Opaco
			Tangente
			Superposición
			Combinación
			Sustracción
			Coincidencia
			Penetración
			Extrusión
			Influencia
			Modificación
			Variación

Las diferencias entre los autores pueden explicarse a través de las diferentes funciones y objetivos que cada libro tiene. El libro de Leborg pretende ser un primer lenguaje visual coherente — los paralelismos con Dondis (1974) son más que evidentes: en el capítulo 3, Leborg disecciona *The Basic Elements of Visual Communication* — y un diccionario de los aspectos de la comunicación visual.

La razón para escribir una gramática sobre el lenguaje visual es la misma que en todos los idiomas: definir sus elementos básicos, describir patrones y procesos, y comprender las relaciones entre los elementos visuales en el sistema.

No exclusivamente los conceptos que explica Leborg son los relevante en cuanto a la creación de la imagen, pero sí el orden en el que los menciona. Como si uno trabajase en un programa de ordenador.

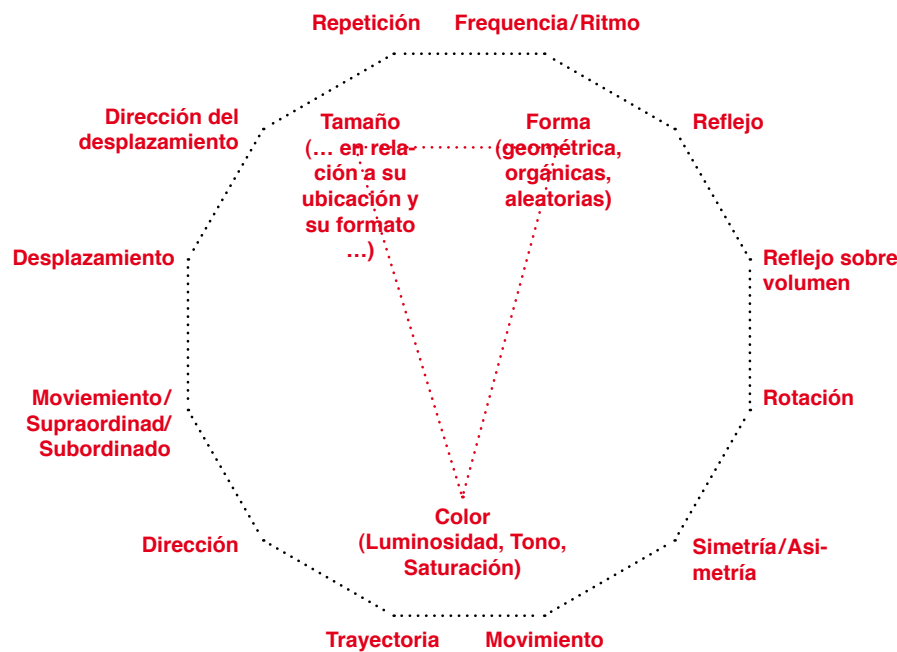


Fig. 7: fuente propia elaborada en la investigación

Family Faces and Variety in Graphic Design



Título del libro:	Serialize. Family Faces and Variety in Graphic Design (Serialización - Familias y variedades del diseño gráfico)
Autor:	Klanten, Robert, Mischler, Mika, Brumnjak, Boris
Primera publicación:	2006
Edición consultada:	Gestalten Verlag, Berlin, 2006
Edición en castellano:	No
País primera publicación:	Alemania
Disciplina:	Diseño

El presente libro propone una categorización de la cantidad de elementos variables —flexibles— de un sistema visual flexible.

En el prefacio del mismo se aclara:

Con el fin de explorar como las series se presentan y se hacen posibles, hemos decidido olvidar lo tradicional, estructurando un capítulo centrado en los elementos actuales, creando un hilo conductor entre trabajos más o menos seriados.

En diseño seriado, las constantes proveen a la identidad (la existencia de logo, la gama de color, la tipografía o la maquetación), mientras los elementos variables generan la variación y vida necesaria. Basado en el contenido relacionado, variables formales y conceptuales (como el color, tipografía, imágenes, composición y realizaciones técnicas), cada serie ha sido clasificada en una escala variable de complejidad, desde lo más simple y purista con pequeñas variaciones ligeramente señaladas para apuntar el estilo y la firma del autor.

Dividiendo el libro en la cantidad de variables y la tipografía usada se intenta diseccionar los trabajos de diseño gráfico con un carácter seriado. En lugar de analizar sus reglas o sistemas básicos, los autores han considerado que lo relevante son los componentes decisivos para su definición.

Capítulo 1

1 variable: color

Hay un primer texto introductorio en cada capítulo. Los autores escriben en torno a la variable “color” que normalmente se acompaña de “tipografía y elementos de diseño, reducidos al mínimo”. El marco de este capítulo son proyectos con una constante —formal formas gráficas y tipográficas— donde sólo varía el color.

Capítulo 2

1 variable: imagen

El segundo capítulo recopila trabajos bastante estáticos, donde la distribución de los elementos la composición, como dicen los autores es la misma, donde cambian las imágenes. Sucede especialmente en proyectos editoriales, como revistas, que generan un sistema que les garantice un “alto factor de reconocimiento”.

Capítulo 3

2 variables: color, imagen

De acuerdo con los autores la combinación de las variables “color” e “imagen” crean un “escenario perfecto” para los proyectos de la mayoría de los diseñadores. Las constantes en este tipo de proyectos son supuestamente el logo y la maquetación.

Capítulo 4

2 variables: color, composición

Los autores no especifican las variables en este capítulo, pero comentan que un proyecto de diseño se trabaja, normalmente, a partir del uso del color y de la composición. Éstos sirven para adaptarse a los distintos medios como el cartel y el *flyer*, pero no para soportes duraderos como libros o cd's.

Capítulo 5

2 variables: imagen, composición

Los trabajos que usan la imagen y la composición, son propuestas que buscan dar un rol protagonista a la fotografía. Sirve para poner el accento en la imagen y establecerla como elemento esencial.

Capítulo 6

3 variables: color, imagen, composición

El contexto más amplio de los elementos variables crea más oportunidades para la experimentación. Los clientes de los proyectos que se muestran en este capítulo no rechazan “aproximaciones inusuales” dicen los autores. La mayoría de estos proyectos vienen del sector cultural.

Aquí afirman: “Con el incremento de la complejidad, el estilo del diseñador o ilustrador se vuelve más y más importante para dar coherencia a los aspectos básicos.”

Capítulo 8

3 variables: imagen, composición, realización

La posición de los autores es que el uso de tres variables provee suficientemente bien a publicaciones que necesitan reiventarse constantemente.

La variable “realización” engloba cada posibilidad de la producción técnica y material usadas para crear una serie.

Capítulo 9

4 variables: color, imagen, tipografía, realización

La introducción de una cuarta variable, según los autores, produce una inestabilidad en el aspecto serial y conduce a su propia destrucción. Los trabajos que usan cuatro variables, en la mayoría de los casos sirven como un laboratorio para nuevas técnicas y estilos, afirman los autores.

Capítulo 10

4 variables: imagen, composición, tipografía, realización

Al aumentar la complejidad y la variedad, aumenta la dificultad de mantener una coherencia visual. Normalmente, dicen los autores, suele haber un denominador común o constante; generalmente la gama de colores. Un interesante comentario de los autores es que el trabajo es una carga para los diseñadores también. Él o ella debe empezar con cada nuevo elemento desde cero.

Capítulo 11

5 variables: color, imagen, composición, tipografía, realización

Lo único diseñado en el último capítulo está realizado por los propios autores. Su estilo permite una coherencia perfecta. Los autores de *Serializado* comentan que este tipo de trabajos precisan mucha confianza por parte del cliente hacia el diseñador, y supone un reto conceptual y visual constante de diseño para el público. Los autores afirman que con un número reducido de variables es más fácil crear y predecir variaciones dentro de la misma serie. También mencionan que series con menor cantidad de variables y más constantes son más fáciles de consumir y producir una vez definidas. Por lo tanto, los clientes más conservadores prefieren “sistemas visuales” simples. A mayor número de variables, mayor

libertad para el diseñador, pero es posible llegar a un nivel en el que la comprensión se vuelve difícil, tanto para crear como para leer. Al final, la única constante es el estilo, que desde el punto de vista de los autores es opuesto a las reglas objetivas.

A juicio de este investigador la simplicidad del sistema de la categorización del libro es muy potente, pero cuando se intenta usarlo para analizar otras identidades flexibles se reconoce que variables como “imagen” o “tipografía” son demasiado generales. No son capaces de reflejar los tratamientos específicos del sistema o de la totalidad de los subsistemas que los crearon. Los autores mismos dicen en el prefacio: “Aunque *Serialize* destaca 5 variables, sus permutaciones de hecho son infinitas”.

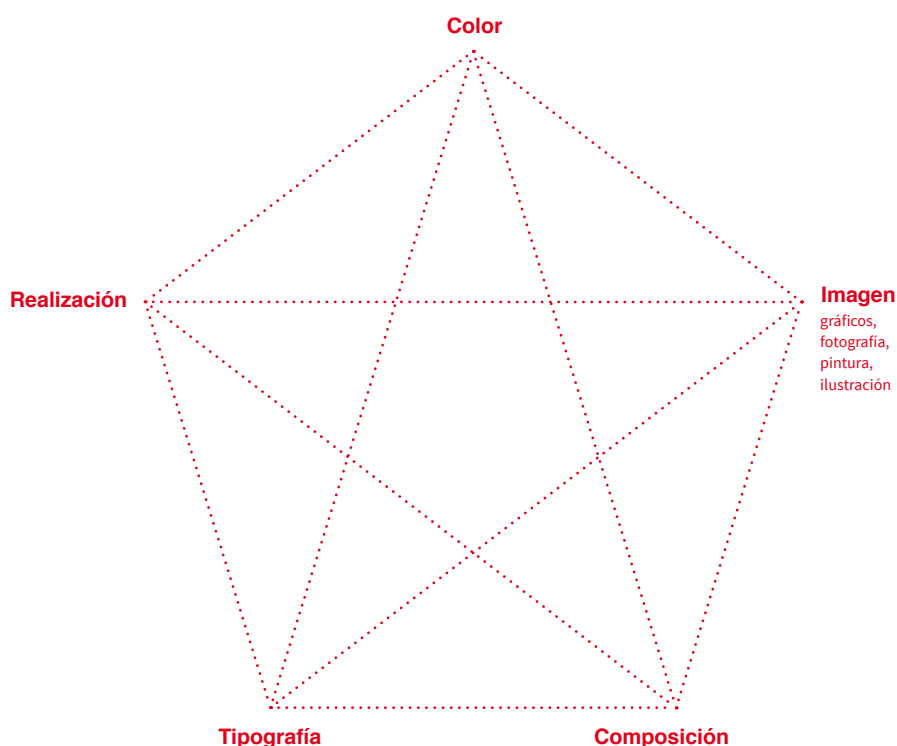


Fig. 8: fuente propia elaborada en la investigación



Título del libro:	Dynamic Identities in Cultural and Public Contexts (Identidades dinámicas en contextos culturales y públicos)
Autor:	Felsing, Ulrike, Design 2 context, ZHdK (el libro es el trabajo final de un máster y por ello la autoría es compartida con éste y con la escuela)
Primera edición:	2010
Edición consultada:	2010, Lars Müller Publishers, Baden, Switzerland
Edición en castellano:	No
País primera publicación:	Suiza
Disciplina:	Diseño

Este libro propone una categorización por el método de creación de la identidad visual flexible dinámica. No se centra tanto en elementos sino en procesos; menos en las herramientas que se utilizaron y más en cómo fueron usadas. Esta categorización es útil porque permite clasificar más proyectos, pero las categorías parecen estar hechas basándose en los proyectos que se muestran en el libro, lo que predetermina las limitaciones del modelo.

Además de listar el nombre del capítulo se han intentado extraer las partes constantes y flexibles de la identidad visual mostrada en cada capítulo y se han hecho comentarios a la validez de cada categoría.

Capítulo 1

Contenido y contenedor: Máscaras/Reticulas.

Constante: Forma o Reticula.

Flexible: Contenido.

Capítulo 2

Elemento y secuencia: Movimiento/Cambio de Perspectiva.

Constante: Objeto o Secuencia.

Flexible: Un gran número de “fotogramas” tomados de una “película” que pueden determinar un movimiento o cambio de perspectiva.

Este capítulo trata de los procesos de variación, como la forma, el tamaño, el color, la abstracción, la producción y los medios, aplicado a signos concretos.

Sin embargo, ni la selección de trabajos ni la explicación introductoria no permiten entender el tema común de la sección.

Capítulo 4

Combinatoria: Vínculos / Módulos / Kits de Construcción elementales.

Constante: Un pequeño conjunto de imágenes.

Flexible: La combinación de estas imágenes crea un mayor número de variaciones.

Capítulo 5

Elemento y estructura: Permutación

Constante: Un pequeño conjunto de imágenes, colores y tipos de letra.

Flexible: La combinación de estas imágenes, colores y tipos de letra crea un mayor número de variaciones.

Capítulo 6

Interacción: Factores de Control / Transferencia / Forma Abierta

Las muestras de trabajos de este capítulo usan programación. Eso es todo lo que tienen en común. Algunos no difieren del primer capítulo *Contenido y contenedor* y otros usan datos externos como variable.



Título del libro:	Dynamic Identities How to create a living brand (Identidades dinámicas. Como crear una marca viva)
Autora:	Irene van Nes
Primera edición:	2012
Edición consultada:	2012, Bis Publishers, Amsterdam
Edición en castellano:	No
País primera publicación:	Países Bajos
Disciplina:	Diseño

Irene van Nes argumenta en este libro que ha habido un cambio en la forma de crear las identidades visuales: durante muchos años, dice, un logo, una gama de colores y una fuente habían sido suficientes para diseñar una identidad visual. Las nuevas tecnologías han hecho posible identidades más “orgánicas” utilizando más cantidad elementos y haciendo éstos más variables. Cuando van Nes hace referencia a las tecnologías, ella se refiere tanto a los medios en los que se aplican las identidades visuales y como con los que se generan.

Internet, las redes sociales y las innovaciones tecnológicas han hecho posible — y demandan — identidades visuales cambiantes, según la autora. Como la comunicación necesita cada vez menos de material impreso, pero sí digital, se ha vuelto más fácil y barato el cambio frecuente. Esto ofrece a las compañías nuevas oportunidades para ser más versátiles en la comunicación visual y, como dice van Nes, “empezar a comportarse como animales vivos”. Van Nes afirma que ahora las compañías están más cerca de sus clientes, que las nuevas formas de interacción incluso empiezan a “alimentar” a la compañía y que esta realidad debería de expresarse en la identidad. Irene van Nes habla también de desplazamientos conceptuales de la marca; mientras que en el pasado éstas tenían la función de hacer un *branding* reconocible y marcar la diferencia del resto, ella dice que las marcas se han convertido en plataformas para atraer ideas similares y que esta experiencia es capaz de crear un vínculo con la marca y, por lo tanto, con la empresa.

No queda claro a qué se refiere van Nes con “alimentar”. Este autor supone que significa que hay partes de la identidad corporativa que están cambiando y adaptándose a las exigencias de los consu-

midores. La evolución de una empresa y su identidad visual son naturales en un mundo en evolución, ¿pero puede y debe un sistema visual poder expresar esos cambios profundos en la identidad visual y, como consecuencia, incluso en la identidad corporativa y su valores? ¿No es mucho pedir de un sistema visual? Este doctorando cree que si el número de variables — flexibilidad — se eleva se pone en riesgo el reconocimiento y que una identidad con tanto grado de flexibilidad deja de ser reconocible

Gobé (2010) habla sobre el vínculo emocional con las marcas, pero no asigna apego emocional sólo para nuevas marcas sino que menciona Coca-Cola y de cómo se acuerda haberla bebido en la playa cuando era niño, y por tanto, el hecho de vincular los recuerdos de infancia a una marca crea un vínculo emocional valioso para una marca y empresa.

Según van Nes:

Una identidad debería reflejar los valores y objetivos de la compañía como un todo. Qué lo guía, en qué cree, por qué existe. Esto no es algo estático, congelado en el tiempo. Siempre está evolucionando, creciendo, adaptándose a las nuevas circunstancias. Una persona tiene una visión, una manera de vestirse y un círculo de amigos entorno a él que cambian al tiempo que él lo hace, conoce a otras personas, viaja, vive. Del mismo modo, una compañía es un ente orgánico, influenciado por los demás, que se adapta, que cambia a través de circunstancias sociales y económicas, por la visión de un nuevo directivo, o debido a los principales avances tecnológicos.

Una identidad dinámica y sus componentes deben que ser capaces, según Irene van Nes, de reaccionar a las necesidades comunicacionales de compañías dinámicas. De acuerdo a Irene van Nes, una identidad dinámica consiste en seis componentes.

Van Nes dibuja, en el prefacio de este libro tres diagramas para explicar el dinamismo de las identidades dinámicas. A los componentes de las identidades dinámicas les llama, también, variables. Como dice van Nes, las variables crean el dinamismo, “manteniendo ciertas constantes que hagan perdurar el reconocimiento”.

Una malinterpretación de diagrama de Van Nes inspiró hacer un diagrama donde cuanto más distante es un componente del centro el más dinámico que es —en Van Nes hay las constantes son los puntos rellenos y las variables los puntos vacíos y alejados de su posición original. Los componentes que se quedan en su posición original son las constantes que mantienen el reconocimiento de la identidad visual.

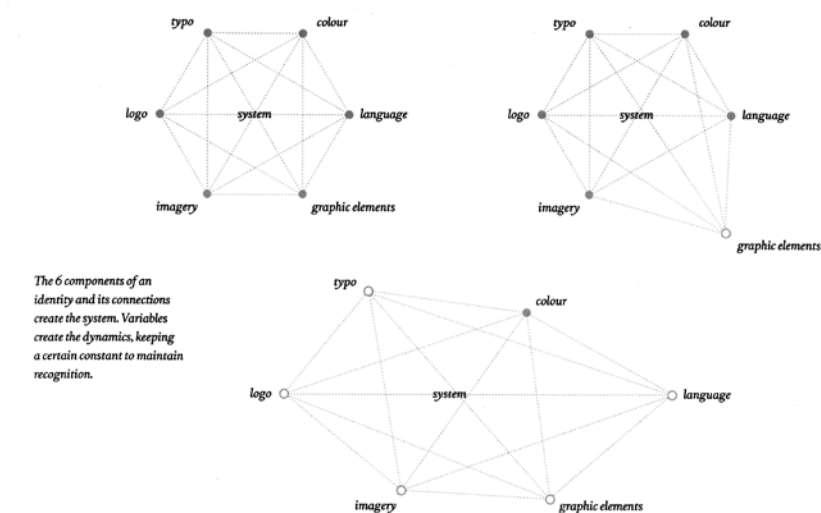


Fig. 9: el diagrama de 6 variables de van Nes se deforma en función de la flexibilidad de los componentes

Cada componente ayuda a perfilar la identidad a la que representa la marca. Cuanto más componentes se definen más específica se vuelve la identidad.

Aparentemente el diagrama de Irene van Nes representa todos los elementos posibles para una identidad visual. Únicamente los puntos vacíos muestran los elementos que se han utilizado para crear la identidad visual. Como dice van Nes, añadir elementos también aumenta la especificación de la identidad visual.

Van Nes añade que los logos animados, como el de Swisscom y el de UPC, no se consideran “variables” propiamente dichas en su diagrama, ya que para ella no son más que versiones animadas de logos estáticos: “Crear una identidad dinámica requiere mucha más libertad que sólo mero movimiento”, dice.

Para este libro Irene van Nes recopila identidades dinámicas de todo el mundo y las clasifica en seis categorías distintas. Aunque van Nes no distingue claramente entre elementos constantes y flexibles de un sistema visual este investigador ha tratado de extraer esta información de su categorización.

Al primer capítulo lo denomina *Container*. Van Nes utiliza este término para describir todas las identidades dinámicas que utilizan una forma inmutable (a menudo el logo o *wordmark*), que se llena con imágenes cambiantes. El contenedor es la constante y el contenido la variable.

El segundo capítulo dos lo llama *Wallpaper* (Fondo). Al igual que en el primer capítulo una forma inmutable —con frecuencia el logo o *wordmark*— es la constante de la identidad dinámica, pero en “fondo” se cambia no el contenido de la forma sino el fondo de ésta o incluso una parte de la forma misma.

El tercer capítulo se llama *DNA* (ADN) y van Nes recoge para este capítulo identidades dinámicas que funcionan con un conjunto

de elementos que se pueden combinar de diferentes maneras. La constante del sistema visual son los elementos y la diversidad de las imágenes se obtiene a través de sus diferentes combinaciones.

El cuarto capítulo se llama *Formula*. Éste tiene la intención de invertir la idea del tipo de identidad dinámica descrita en el capítulo anterior. El foco no está en los elementos que se utilizan, sino el sistema o fórmula que define la forma de aplicarlos. La constante de tal sistema es el tratamiento de los elementos y no los propios elementos.

El quinto capítulo se llama *Customised* (Personalizado). Describe todas las identidades dinámicas que pueden personalizarse, mayoritariamente a mano. Los proyectos que van Nes muestra en este capítulo tienen una base constante, inmutable que se hace flexible a través de la intervención de un ser humano.

El último capítulo, el sexto, se llama *Generative*, y en él van Nes compila identidades dinámicas que utilizan una fuente externa de información para cambiar su apariencia. Todos los proyectos, excepto uno, utilizan la programación para procesar la fuente externa y generar los gráficos. La excepción es un proyecto que utiliza las plantas; el crecimiento de las plantas son la variable del proyecto.

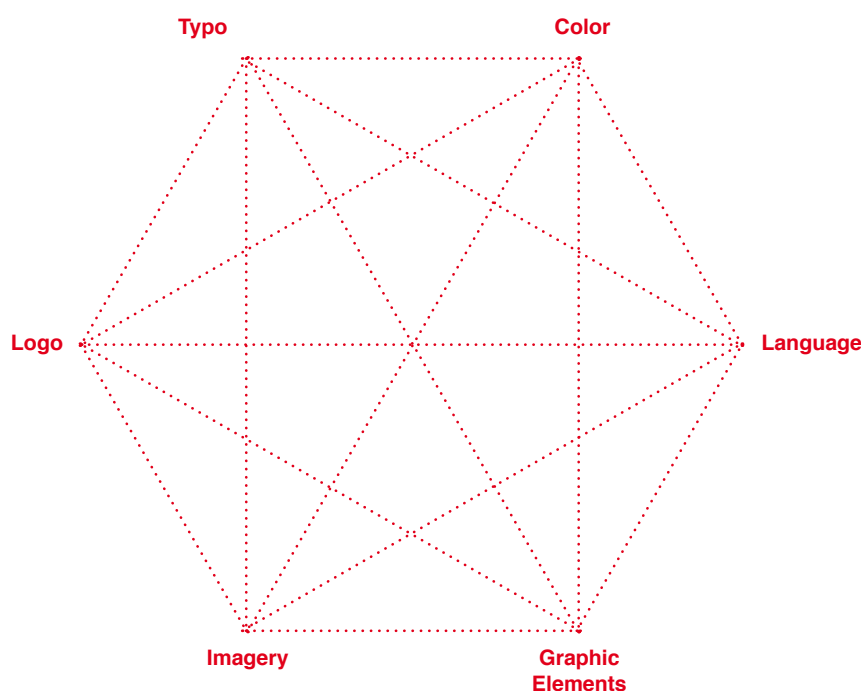


Fig. 10: fuente propia elaborada en la investigación

8. Propuesta de modelo para el análisis cuantitativo	152
8.1. Número de casos de identidades visuales flexibles por año	152
8.2. Justificación de la necesidad un nuevo modelo de análisis de sistemas visuales para identidades visuales flexibles	155
8.3. Posible uso de un análisis de sistemas visuales para identidades visuales flexibles	155
8.4. Objeto y tipo del análisis	156
8.5. Desarrollo del modelo de análisis	157
8.5.1. Primer intento de construcción de un modelo para el análisis de sistemas visuales: Modelo I, basado en la “caja morfológica” de Fritz Zwicky	157
8.5.2. Comparativa de diagramas de elaboración propia a partir de la bibliografía específica	164
8.5.3. Sigüientes intentos de construcción de un modelo para el análisis de sistemas visuales: Modelo II, basado en la clasificación tipográfica DIN y en terminología del <i>software</i> específico de diseño gráfico	167
8.5.3.1.1. Primer desarrollo del Modelo II (primera fase)	168
8.5.3.1.2. Primer desarrollo del Modelo II (segunda fase)	170
8.5.3.2. Segundo desarrollo del Modelo II.....	172
8.5.4.1. Primer desarrollo del Modelo III	174
8.5.4.2. Segundo desarrollo del Modelo III	178
8.5.4.3. Tercer desarrollo del Modelo III.....	182
8.5.4.4. Cuarto desarrollo del Modelo III	187
8.5.4.5. Quinto desarrollo del Modelo III	188
8.5.4.6. Sexto desarrollo del Modelo III	189
8.5.4.7. Séptimo desarrollo del Modelo III	190
8.5.4.8. Octavo desarrollo del Modelo III	192
8.5.4.9. Noveno desarrollo del Modelo III	195
8.5.4.10. Décimo desarrollo del Modelo III	200
8.5.4.11. Décimoprimer desarrollo del Modelo III	206
8.6. Estudios de caso basados en artículos, libros, portafolios y entrevistas.	214
8.7. Resultados del análisis de casos de 2000-2007	216
8.7.1. Visualización de los resultados del análisis de casos con el modelo propio.	216
8.7.2. Frecuencia del uso de campos	218
8.7.3. Contrastación de datos para la comprobación de la hipótesis de Felsing (2010).....	219
8.7.4. Clientes por país.....	220
8.7.5. Relación entre “opción únicas”, “múltiples opciones” y “datos externos”	222
8.7.6. Uso de datos externos.....	223
8.7.7. Relación entre “opción única”, “múltiples opciones” y “datos externos” vista por separado	225
8.7.8. Opciones únicas más escogidas	227
8.7.9. Múltiples opciones más escogidas	228
8.7.10. Opciones con datos externos más escogidas	229

8.1. Número de casos de identidades visuales flexibles por año

El número de identidades visuales flexibles (IVF) encontradas¹ —y los estudios que las diseñan— fue creciendo entre los años 2000 y el 2005. Tuvieron una declive en 2006 y se estabilizaron entre los años 2007 y 2010. En el 2011 hubo un nuevo repunte de 18 casos.

20												
19												
18												
17												
16												
15												
14												
13												
12												
11												
10												
9												
8												
7												
6												
5												
4												
3												
2												
1												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011

Tabla 6: fuente propia elaborada en la investigación

No se ha podido recabar ningún dato para comparar las IVF con las inflexibles (adaptadas) y no se pudo encontrar ningún estudio que las comparara. Quizá no eran de interés para las publicaciones de diseño o quizá, y más probablemente, el logo inflexible y estático orientado a identidades visuales sea aún la forma más común de identidad visual. En una búsqueda en google el 21 de diciembre del año 2013 se obtuvieron 8.560.000.000 resultados con la palabra logo. Por otro lado la palabra “identidad dinámica” obtuvo solamente 208.000.000 resultados. Otro indicador es el blog especializado y más visitado Brand New², que aún da mayor importancia al logo como la pieza central de una marca o identidad visual.

¹ Obviamente, esta investigación no puede dar cuenta de todas las IVF. Las IVF “encontradas” son las que fueron de interés para las publicaciones de diseño y las que aparecían en los blogs y libros que se han utilizado.

² Brand New es una división de UnderConsideration. Su único propósito es hacer una crónica y proporcionar comentarios sobre el trabajo de identidad corporativa y de marca. Cubrimos rediseños y nuevos diseños de conocidos productos, empresas y organizaciones. Brand New está editado y escrito al 99% por Armin Vit. Brand New se publica desde octubre de 2006, cuando se escindió de la ya desaparecida Speak Up.
www.underconsideration.com/brandnew/

Hay más estudios sobre *responsive design*. Un estudio realizado en 2012 por Google³, Sterling e Ipsos, determina que el 90% de la información consumida tiene lugar en pantallas y el 38% en teléfonos inteligentes⁴. De acuerdo con Google⁵ el cambio a los móviles es imperativo para los negocios de hoy en día.

En este sentido, el 26 de febrero del 2015 Google anunciaba a través de su Blog Oficial de Webmaster, en el post *Finding more mobile-friendly search results*, que las webs que no estén preparadas para móviles, el 21 de abril del mismo año perderan posicionamiento con respecto a otras webs optimizadas.

El *responsive design*⁶, que ha tenido una influencia directa en las identidades visuales creadas recientemente, nació de la nueva necesidad de estar en diferentes dispositivos, tales como los móviles. Hasta la fecha este investigador aún considera que los “logos flexibles” o “adaptables” — de estos encontramos un ejemplo conocido en Google, con su logo fijo que se hace flexible con sus *doodles* — son IVF, aunque son parte de una transición en la que el logo es un icono y el sv es la pieza central de una identidad visual.

Las páginas web adecuan su contenido para hacerlo visible desde un portal móvil y la identidad visual también se adapta a este formato de visualización.

Harrison (2014) realizó un experimento e intentó ver cómo los logos podían adaptarse a los distintos dispositivos.



Responsive Logos, Harrison, 2014

- 3 <http://www.seocial.com/infographic-why-responsive-web-design-is-important-for-success-in-2013/>
<https://www.thinkwithgoogle.com/research-studies/the-new-multi-screen-world-study.html>
- 4 http://ssl.gstatic.com/think/docs/multi-screen-world-infographic_infographics.pdf
- 5 https://ssl.gstatic.com/think/docs/the-new-multi-screen-world-study_research-studies.pdf
- 6 El diseño web adaptable o adaptativo, conocido por las siglas rwd del inglés Responsive Web Design, es una filosofía de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que se esté utilizando para visualizarla. Hoy día las páginas web se visualizan en multitud de tipos de dispositivos como tabletas, teléfonos inteligentes, libros electrónicos, portátiles, PC, etcétera. Además, aún dentro de cada tipo, cada dispositivo tiene sus características concretas: tamaño de pantalla, resolución, potencia de CPU, capacidad de memoria, entre otras. Esta tecnología pretende que con un solo diseño web, se tenga una visualización adecuada en cualquier dispositivo.
https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web_adaptable

El objetivo es determinar si existen modelos de repetición en los sistemas visuales (sv) para las identidades visuales flexibles ya existentes y si estos pueden conducir a una tipología determinada.

Los autores de los libros analizados han sugerido algunas tipologías, pero no queda claro cómo han llegado a ellas, si las conclusiones eran el resultado de un método científico, y si era así, cuántos casos se habían analizado.

Aunque las tipologías parecen pausibles es probable que no se haya utilizado ningún método científico al desarrollar esas tipologías; al menos no existe ninguna documentación sobre ello.

A juicio de este investigador, los únicos libros rigurosos sobre sv o identidades visuales flexibles son los de Felsing (2010) y van Nes (2012). Ambos libros usan IVF para ejemplificar un cierto tipo de identidad visual, pero no queda claro cómo fue hecha la selección de proyectos y su categorización. Parece que las tipologías se basan en una preselección intuitiva de IVF relativamente pequeña — Irene van Nes muestra 85 casos de IVF y Ulrike Felsing muestra 24 —. No hay documentación que pueda demostrar que ha habido más o cuáles han sido los criterios para seleccionar los ejemplos que se muestran en los libros. En el caso de van Nes (2012), al ser un libro comercial, se puede asumir que los proyectos tenían que ser visualmente potentes y recientemente desarrollados, pero el libro de Felsing (2010) surge de un trabajo de máster¹.

8.3. Posible uso de un análisis de sistemas visuales para identidades visuales flexibles

Un modelo de análisis científico, y la tipología resultante de éste, podría ser de enorme ayuda en el campo profesional y académico.

- Un modelo de análisis abierto, prospectivo, transparente y bien documentado permitiría continuar con la búsqueda cuando aparezcan nuevos tipos de identidades visuales. Se podría modificar y adaptar a nuevas herramientas y aplicaciones de diseño. La estructura del modelo de análisis en sí mismo constituiría una guía útil para entender cómo se diseñan y aplican los sv.
- Permitiría cuantificar cuántas IVF se han desarrollado bajo cada tipo. Esto daría información valiosa sobre la eficiencia en el diseño y aplicación de ciertos tipos de sv para ciertos tipos de tareas, como por ejemplo qué sv funciona mejor para una compañía mediana que tiene un equipo de diseño interno y utiliza sólo Internet como medio de comunicación.

- Aportaría una perspectiva histórica sobre las IVF. El análisis de diferentes casos a lo largo de un periodo determinado de tiempo con el mismo modelo arrojaría información sobre el desarrollo de las IVF y posibilitaría detectar tendencias, progresos y regresiones en la tecnología y el conocimiento.²
- El modo en que se enseñan y se utilizan los procesos de diseño cambia radicalmente cuando, en palabras de Gerstner (2007) “no se desarrollan soluciones para las tareas sino programas para las soluciones”. Según este investigador este mismo de pensamiento sistemático se puede aplicar a las identidades visuales flexibles: en vez de diseñar logos se deberían de diseñar sistemas que produzcan logos. Un logo es solamente una minúscula parte de una identidad visual. Incluso se podría decir que ya no necesitamos logos y que el concepto mismo de logo es anacrónico, tanto en sentido formal como semántico.

8.4. Objeto y tipo del análisis

El propósito ha sido seleccionar todas las posibles IVF realizadas a partir del año 2000 para su análisis, sin hacer una preselección individual basada en la preferencia personal o en su origen. Las fuentes consultadas se mencionan en el capítulo 7 —Referencias visuales en la bibliografía—. Obviamente, la localización y las fuentes disponibles han podido condicionar la selección, pero a juicio de este investigador, los desarrollos recientes en IVF se han dado mayormente en el mundo occidental. Los casos analizados se podrían expandir a casos más antiguos y a casos en campos distintos al del diseño gráfico, pero éstos no se han tenido en cuenta con el objetivo de concentrar la atención en un campo concreto de investigación. Los casos no analizados se documentan en el anexo: Sistemas visuales aplicados a la creación.

Un sv para identidad visual flexible no se define sólo por sus elementos, sino sobre todo por su desarrollo o proceso de aplicación. El modelo de análisis y los elementos y procesos que éste incluye se basan en los libros consultados — ver capítulo 7: Referencias visuales en la bibliografía— y en la experiencia profesional del investigador.

Los conceptos tales como coherencia y diversidad, constantes y variables, estático y flexible también son esenciales en los sv para identidades visuales. La flexibilidad es necesaria para adaptarse y reaccionar a las diferentes necesidades comunicacionales, la coherencia es necesaria para garantizar el reconocimiento de una corporación, institución, organización o producto.

2 Este doctorando se atreve a afirmar que Karl Gerstner y que la educación en el HfG Ulm estuvieron avanzadas a su tiempo, pero en muchas de las escuelas de diseño actuales, se olvida el conocimiento y el progreso que ellos produjeron.

El proceso de desarrollo del modelo de análisis ha sido experimental: prueba-error. Se ha documentado el desarrollo del mismo en las siguientes páginas.

8.5. Desarrollo del modelo de análisis

8.5.1. Primer intento de construcción de un modelo para el análisis de sistemas visuales: Modelo 1, basado en la “caja morfológica” de Fritz Zwicky

La inspiración para un primer acercamiento organizado para el análisis de sistemas visuales vino de Gerstner (2000) —publicado por primera vez en 1972— que usó la “caja morfológica” de Fritz Zwicky —también aparece en Gerstner (2007), cuya primera publicación data de 1964 — como ya se ha visto en el capítulo 7: Referencias visuales en la bibliografía.

La “caja morfológica” de Gerstner (2007) aplicado a un problema de diseño, utilizando términos de diseño (tipográfico), se supone que ayuda al diseñador a encontrar una solución formal. Solución, en este contexto, no debería ser confundido por respuesta a un problema de diseño de comunicación. Las soluciones que se obtienen mediante la “caja morfológica” son elecciones aleatorias y constelaciones de un término de cada categoría de herramientas de diseño. La categorización de términos y de herramientas utilizadas por y para la identidad visual parecían un punto de inicio interesante para organizar un sistema visual para identidades visuales.

Este autor intentó adaptar la “caja morfológica” de Fritz Zwicky a las IVF, pero en vez de centrarse en las herramientas visuales se incluyó también la contextualización del proyecto de diseño por considerarlo relevante para la IVF.

Página 1	Estudio de caso Rotterdam Culturele Hoofdstadt	Cliente City of Rotterdam	Año 2001	Estudio Mevis & van Deursen	Equipo 2 Socios 3 Freelancers 0 Becarios	Pais Países Bajos	
0 Condiciones del sistema visual flexible							
A Creación del sistema visual (SV)		Tiempo	Económico	Geográfico	Personal	Medio	
		Descripción	Descripción	Descripción	Descripción	Descripción	
	A1 Retícula	A1.1 Con espaciado de filas y columnas	A1.2 Sin espaciado de filas y columnas	A1.3 Retículas múltiples	A1.4 Retícula simple	A1.5 Con margen	A1.6 Sin margen
		Cantidad		Cantidad		Cantidad	
	A2 Elementos	A2.1 Fuente					
		A2.1.1 Venecianas [Humanistas o Renais sance-antiqua]:	A2.1.2 Garaldas [Romanas antiguas o de estilo antiguo]	A2.1.3 De transición [Neo-clásicas]	A2.1.4 Didonas [nuevas romanas o modernas]	A2.1.5 Mecanas [Clarendonas o egipcias]	A2.1.6 Sanserif
		Amalthea, Ascot, Berkeley Old Style, Centaur, Concorde, Deepdene, Eusebius, Goudy Italian, Guardi, Horley Old Style, Jersey, Lutetia, Menhart-Antiqua, Normandy, Seneca, Schneider-Mediaeval, Trajanus, Verona, Weidemann, Worcester Round.	Aeterna, Aldus-Buchschrift, Bembo, Berling, Charter, Come-nius-Antiqua, Ga-ramond, Granjon, Leipziger Anti-qua, Meridien, Michelangelo, Octavian, Pala-tino, Perpetua, Plantin, Sabon-Antiqua, Trump-Mediaeval, Van Dijk, Vendome, Weiß-Antiqua.	Baskerville, Bern-hard Modern, Bookman, Cale-donia, Caslon, Century, Cen-tury Schoolbook, Cheltenham, Cochin, Diotimà, Ehrhardt, Impri-matur, Janson, Life, Nicolas Cochin, Poppl-Antiqua, Raleigh, Schoolbook, Scotch, Tiffany, Times.	Bauer Bodoni, Bodoni-Antiqua, Linotype Centen-nial, Corvinus, De Vinne, Lino-type Didot, El-lington, Falstaff, Fat Face, Fenice, Madison-Antiqua (Amts-Antiqua), Normande, Tiemann-Antiqua, Torino, Walbaum-Antiqua.	Aachen, Claren-don, Memphis, Old Towne, Pro Arte Schadow-Antiqua, Serifa, Volta.	Akzidenz-Grotesk, Antique Olive, Avant Garde Gothic, Cosmos, Delta, Erbar-Grotesk, Eurostile, Folio, Franklin Gothic, Frutiger, Futura, Gill, Helvetica, Univers.
		Especifi-cación	Especifi-cación	Especifi-cación	Especifi-cación	Especifi-cación	Especifi-cación

Tabla 7: fuente propia elaborada en la investigación

Especificación

Página 2	Estudio de caso Rotterdam Culturele Hoofdstadt	Cliente City of Rotterdam	Año 2001	Estudio Mevis & van Deursen	Equipo 2 Socios 3 Freelance 0 Becarios	País Países Bajos
-------------	---	---------------------------------	-------------	-----------------------------------	---	----------------------

A2.2
Ilustración

A2.2.1 Forma geométrica	A2.2.2 Libre	A2.2.3 Subsistema para generar diversas ilustraciones
--	-------------------------------	--

Forma	Descripción	Retícula Ver A1.1: Ver A1.2: Ver A1.3: Ver A1.4: Ver A1.5: Ver A1.6: Ver A1.7:
--------------	--------------------	---

A2.3
Fotografía

A2.3.1 Retrato	A2.3.2 Objeto	A2.3.3 Paisaje	A2.3.4 Subsistema para generar diversos collages
---------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	---

Description	Descripción	Descripción	Retícula Ver A1.1: Ver A1.2: Ver A1.3: Ver A1.4: Ver A1.5: Ver A1.6: Ver A1.7:
--------------------	--------------------	--------------------	---

A2.4
Colores

A2.4.1 Rojo	A2.4.2 Naranja	A2.4.3 Amarillo	A2.4.4 Verde	A2.4.5 Azul	A2.4.6 Violeta
... o matiz de ese color (%)	... o matiz de ese color (%)	... o matiz de ese color (%)	... o matiz de ese color (%)	... o matiz de ese color (%)	... o matiz de ese color (%)

Tabla 8: fuente propia elaborada en la investigación

A2.4.7 Blanco	A2.4.8 Negro	A2.4.9 Combinación
... o matiz de ese color (%)	... o matize de ese color (%)	... de... Descripción de dónde aplicarla

Izquierda: Tabla 9: fuente propia elaborada en la investigación
Derecha: Tabla 10: fuente propia elaborada en la investigación

Página 4	Estudio de caso Rotterdam Culturele Hoofdstadt	Cliente City of Rotterdam	Año 2001	Estudio Mevis & van Deursen	Equipo 2 Socios 3 Freelance 0 Becarios	País Países Bajos
C Conclusiones	C1 Desembolso económico	C1.1 Creación de la identidad visual	C1.2 Aplicación la identidad visual	C1.3 Futuro de la identidad visual		
		Descripción	Descripción	Descripción		
	C2 Personal	C2.1 Durante la creación de la identidad visual	C2.2 Durante la aplicación de la identidad visual	C2.3 Aplicaciones futuras de la identidad visual		
		Descripción	Descripción	Descripción		
	C3 Tiempo invertido	C3.1 Durante la creación de la identidad visual	C3.2 Durante la aplicación de la identidad visual	C3.3 Aplicaciones futuras de la identidad visual		
		Descripción	Descripción	Descripción		
	Notas adicionales. ¿Qué es lo que se podría mejorar?	¿Ha habido algún problema?	¿Cómo se podría haber solucionado ese problema?	¿Ha tenido algún problema al rellenar el formulario?		

Pero el intento de hacer una lista completa de todas las posibilidades —ver la sección sobre tipografía utilizando una clasificación DIN—, solamente hizo más obvia la imperfección del modelo.

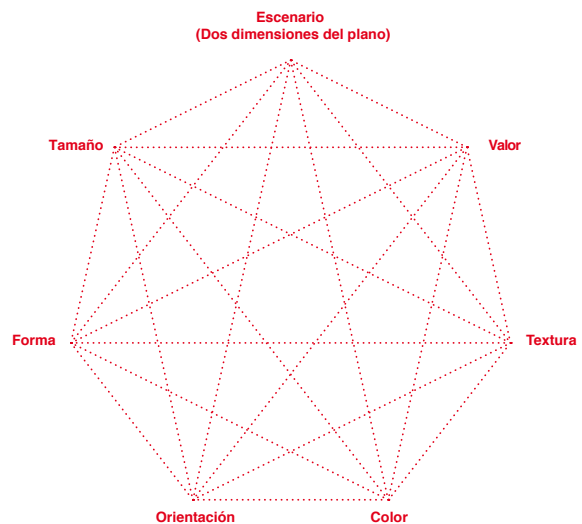
Otro gran problema fue el intentar que el modelo diera respuesta también al contexto del proyecto: cuestiones como el análisis de marca, la estrategia, los presupuestos, el número de personas que llevaron a cabo el proyecto y los problemas que pudieron surgir en el proceso de desarrollo son sin duda muy interesantes pero hacían la investigación muy compleja y por ello inabarcable.

Como consecuencia de esto a partir de ese momento se decidió que la investigación se centraría exclusivamente en los aspectos puramente formales de la identidad visual flexible.

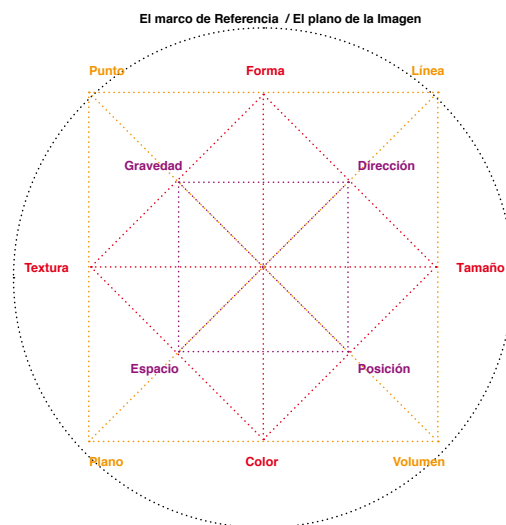
Otra lección aprendida durante el primer intento fue que había un problema de escala. Ésta llegó a ser tan detallada que podía reproducir la realidad, en vez de producir una abstracción que ayudara a entender mejor ésta.

Antes de intentar desarrollar un nuevo modelo, se examinaron a los diferentes autores que, por una razón u otra, analizaron los elementos y procesos del lenguaje visual.

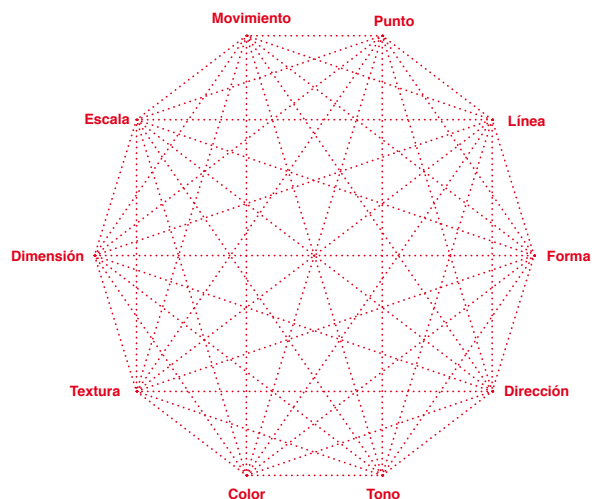
Título:
Semiology of Graphics; Diagrams, Networks, Maps
Autor:
Bertin, Jacques
Primera publicación:
1967
Edición consultada:
Esri Press, USA, english edition 2011



Título:
Principles of Two-Dimensional Design
Autor:
Wong, Wucius
Primera publicación:
1972
Edición consultada:
John Wiley & Sons, Inc., Hong Kong, 1972



Título:
A Primer of Visual Literacy
Autor:
Dondis, Donis A.
Primera publicación:
1973
Edición consultada:
MIT Press, USA, 1974

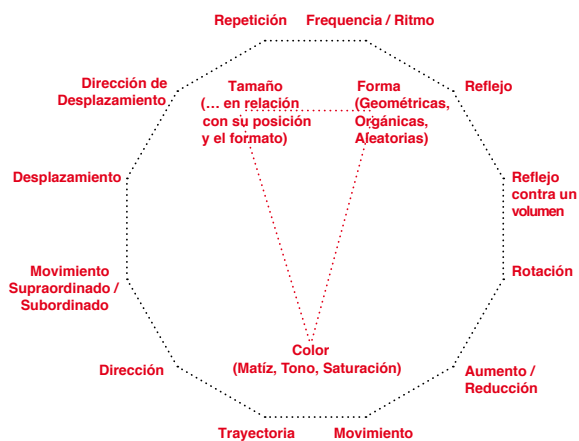


Título:
Visual Grammar

Autor:
Leborg, Christian

Primera publicación:
2004

Edición consultada:
Princeton Architectural Press, NY, USA, 2006

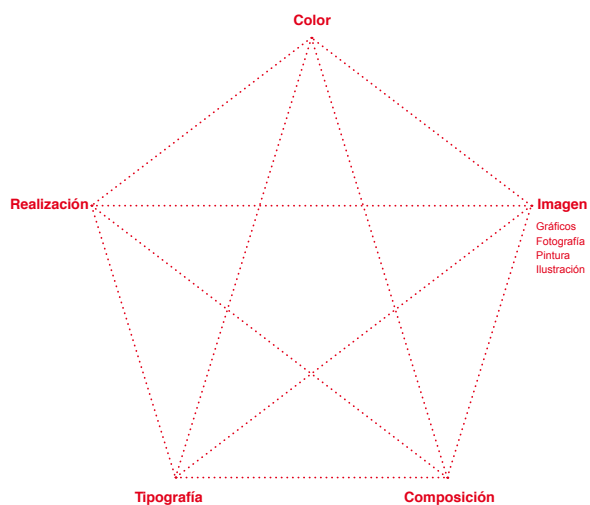


Título:
Serialize; Family Faces and Variety in Graphic Design

Autor:
Klanten, R., Mischler, M., Brumnjak, B.

Primera publicación:
2006

Edición consultada:
Gestalten Verlag, Berlin, 2006

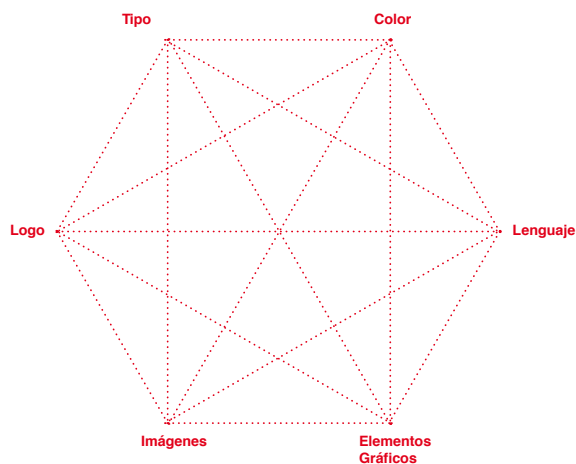


Título:
Dynamic Identities; How to create a living brand

Autor:
Irene van Nes

Primera publicación:
2012

Edición consultada:
Bis Publishers, Amsterdam, 2012



Esquemas: Fuente propia desarrollada en la investigación.
Comparativa de los diagramas desarrollados como fruto del análisis de los libros del capítulo 7.

Kandinsky (1979), Wong (1972), Hofmann (1965), Dondis (1973) y Leborg (2006) dan ejemplos exhaustivos de la transformación de la forma, comenzando todos por el elemento visual “punto”. El libro de Kandinsky, publicado por primera vez en 1926, parece haber sido la fuente de inspiración para ellos, pero el propio Kandinsky también tuvo sus fuentes, como ya vimos en el capítulo 7: Referencias visuales en la bibliografía.

Wong (1972), Hofmann (1965) y Dondis (1973) en sus libros ya mencionados — todos escritos en los años sesenta y setenta — tienen en común el hecho de que trabajaban como profesores de diseño y trataron de ofrecer ejemplos de un acercamiento sistemático a la educación en diseño, sugiriendo diferentes métodos de una posible transformación de los elementos básicos.

La ilustración de Leborg (2006) de posibles transformaciones es aún más exhaustiva, pero su propósito parece ser diferente. No parece que su intención sea el acercamiento sistemático al diseño, más bien parece que pretenda redefinir la terminología para mejorar la “literalidad visual”, un término que parece inspirado por Dondis (1973).

Gerstner (2000), Klanten, Mischler y Brumnjak (2006), Felsing (2010) y van Nes (2012) no tienen extensas listas de posibles transformaciones, sino que definen una constelación simple que puede derivar en un diseño específico.

Pero hay una diferencia entre Gerstner (2000) y el resto de los autores. Aún sin ser específico en las herramientas, refuerza la idea de soluciones sistemáticas dando ejemplos de sistemas.

El subtítulo de su libro: *Statt Lösungen für Aufgaben Programme für Lösungen* (En vez de soluciones para tareas, programas para soluciones), básicamente se refiere a que con un sistema —o programa— se puede producir cualquier cosa visual, pero eso no limita las herramientas que se utilicen. Gerstner alaba el sistema, o como Gerstner lo llamaría, el *Programm*, como una manera afrontar un problema de diseño. En vez de una solución (visual), él quiere desarrollar un sistema que genere soluciones (visuales). La definición de Gerstner (2000) de la metodología es más abstracta, pero por ello menos limitada y caduca que las explicaciones de sistema para identidad visual proporcionadas por los otros autores mencionados.

Klanten, Mischler y Brumnjak (2006) utilizan una manera distinta de categorizar proyectos: la diferenciación de proyectos de diseño gráfico a través del total de las variables utilizadas.

En los libros de Felsing (2010) y van Nes (2012) se ve por primera vez una tipología de IVF. Van Nes ofrece tanto un diagrama de un sistema con los objetos y atributos básicos, como una tipología para IVF, estructurando su libro en capítulos.

Ni Klanten, Mischler y Brumnjak (2006), ni Felsing (2010) ni van Nes (2012) explican de dónde viene la definición de elementos, estructuras, categorías y tipologías, ni porqué son los adecuados y los únicos a utilizar.³

8.5.3. Sigüientes intentos de construcción de un modelo para el análisis de sistemas visuales: Modelo II, basado en la clasificación tipográfica DIN y en terminología del *software* específico de diseño gráfico

A continuación se realizaron más intentos para crear el modelo de análisis, esta vez más centrado en una escala abstracta igualitaria, que se basara no sólo en los elementos de diseño, sino también en los procesos de creación utilizados en el diseño gráfico para IVF. Para que fuera lo más completo posible se utilizaron elementos y procesos basados en fuentes tales como los libros de consulta, la clasificación DIN y terminología de programas informáticos tales como InDesign, Photoshop e Illustrator.

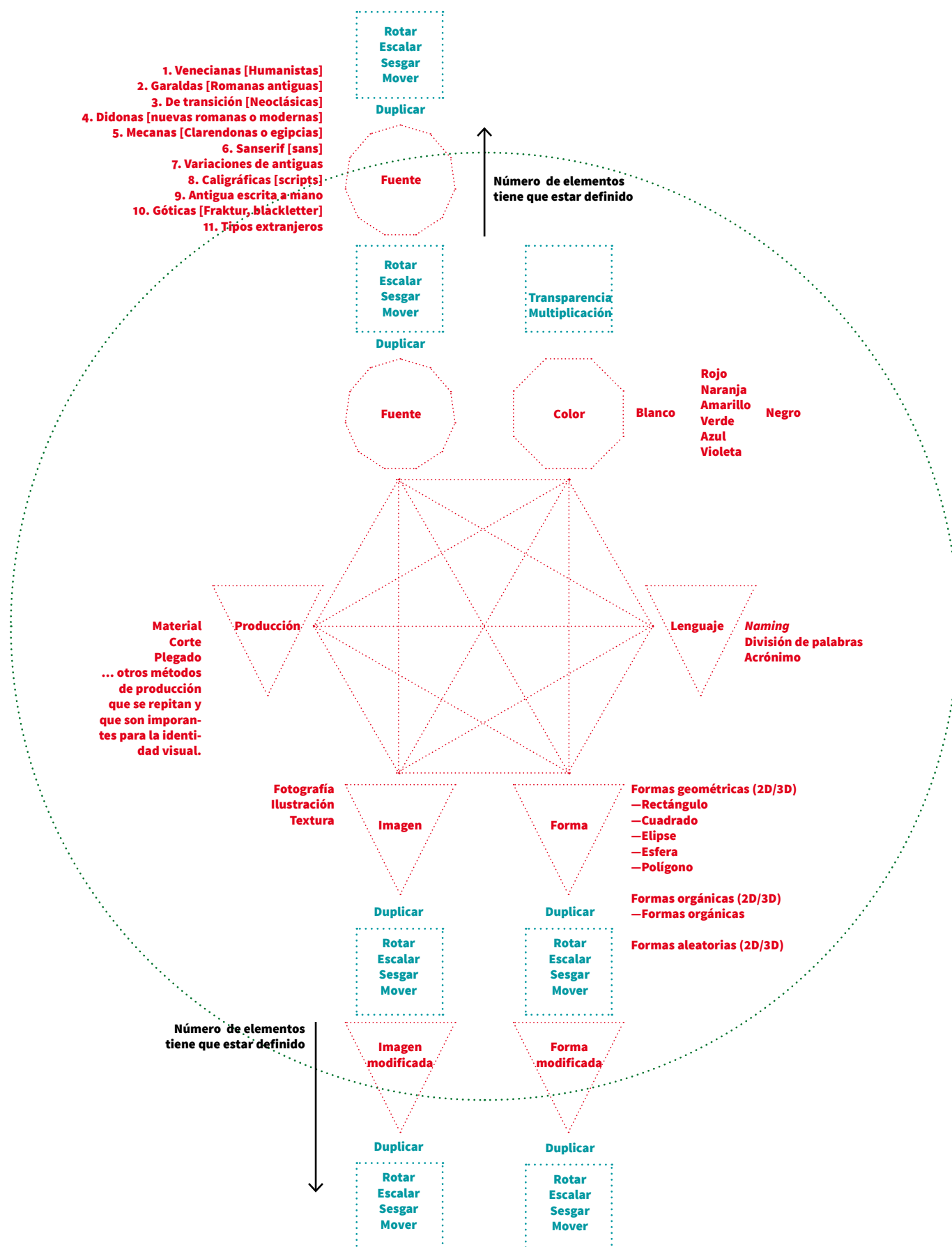
El modelo simplificaba las opciones en cuanto a las herramientas que uno tiene para diseñar IVF, utilizando solamente las herramientas más comunes. Aunque nunca fue esa la intención, hubo que hacer un esfuerzo para recordar que el modelo estaba pensado para analizar IVF y no para crearlas.

3 Se supone que el criterio de los distintos autores ha sido su experiencia y los objetos mismos presentados, lo que los hace funcionar para los proyectos mostrados y dibuja un cuadro concreto de las, en su momento contemporáneas, metodologías de trabajo en el diseño gráfico. Pero muy probablemente el precio a pagar por su concreción es la caducidad de sus modelos.

8.5.3.1.1. Primer desarrollo del Modelo II (primera fase)

En la primera fase se definieron el número de elementos que se identifican visualmente, sus propiedades y las reglas de modificación e interacción. Los elementos básicos de una identidad son la tipografía, el color, el lenguaje, la forma, la imagen y la producción.

Aunque la producción es normalmente la última fase del desarrollo de una identidad visual, debemos incluirla en la primera fase del modelo, ya que puede ser por un lado conformadora de la identidad y por el otro el resto de elementos deben poderse ajustar a las técnicas de producción. Una tarjeta de presentación se puede imprimir en Pantone o CMYK, pero un coche se pinta en RAL. No todos los sistemas de colores representan todos los colores. El sistema visual debe tener opciones acordes para cada uno de los casos escogidos para cada medio.



La segunda fase es la aplicación a un formato concreto de los elementos; el sistema de aplicación controla el comportamiento de los elementos en el formato para garantizar la legibilidad y el reconocimiento de la identidad visual.

Aplicado a distintos formatos

() con o
() sin retícula
... como ayuda para mover o posicionar elementos.

„Divide un formato vertical en 18 columnas y 12 filas (216 módulos). El margen en el cual no se posiciona ningún elemento mide un módulo. “

() Rotar
() Sesgar

() Mover o posicionar
(... en el módulo x5/y7)

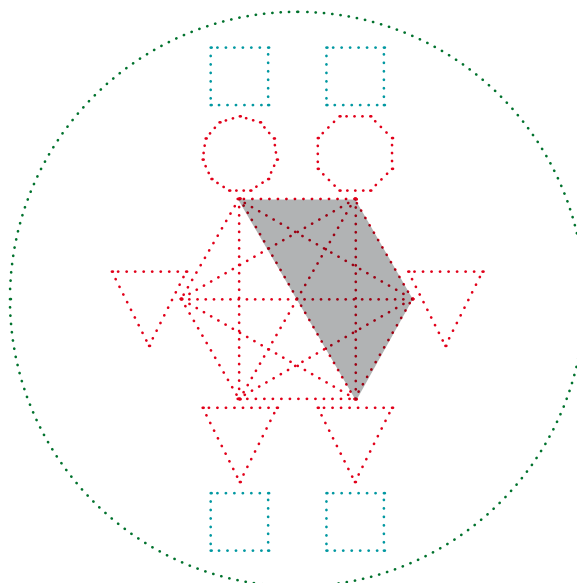
() Escalar (() Horizontal y/o () vertical)
() Duplicar (() Horizontal y/o () vertical)
() Duplicar

hasta que el formato o
los módulos de x5/y7 a x9/y7 están llenas.

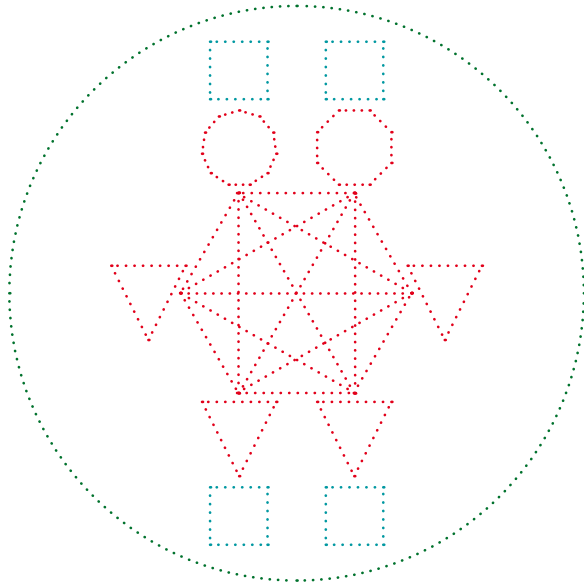
Excepciones

...

Los resultados del análisis se representan con una forma —ver el polígono gris al final de la página—. Las diferentes formas deberían permitirnos observar una nueva tipología de sv. En caso de que la identidad visual utilizara subsistemas para crear elementos que pudieran usarse en el sistema principal, se podría repetir el mismo análisis tantas veces como fuera necesario.



(Variable)
Elementos
básicos de una
Identidad Visual



Datos

Composición
/ Maquetación
/ Reticula
dependiente del
formato



Aplicación al
formato



Producción
con o sin valores
singulares



Producción

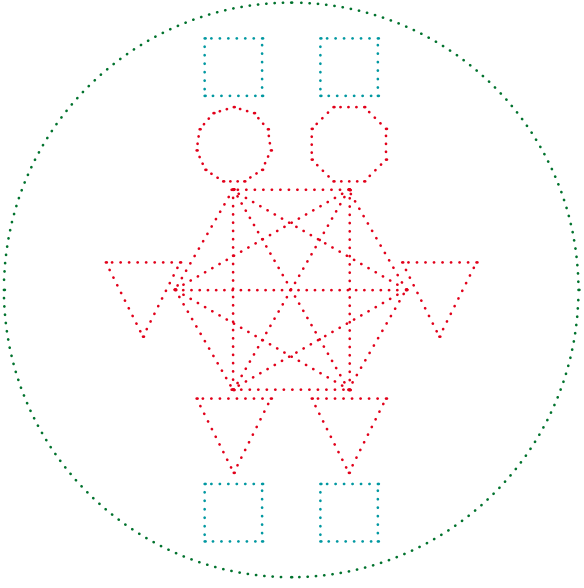


Evolución



Datos

Variable
Elementos
básicos



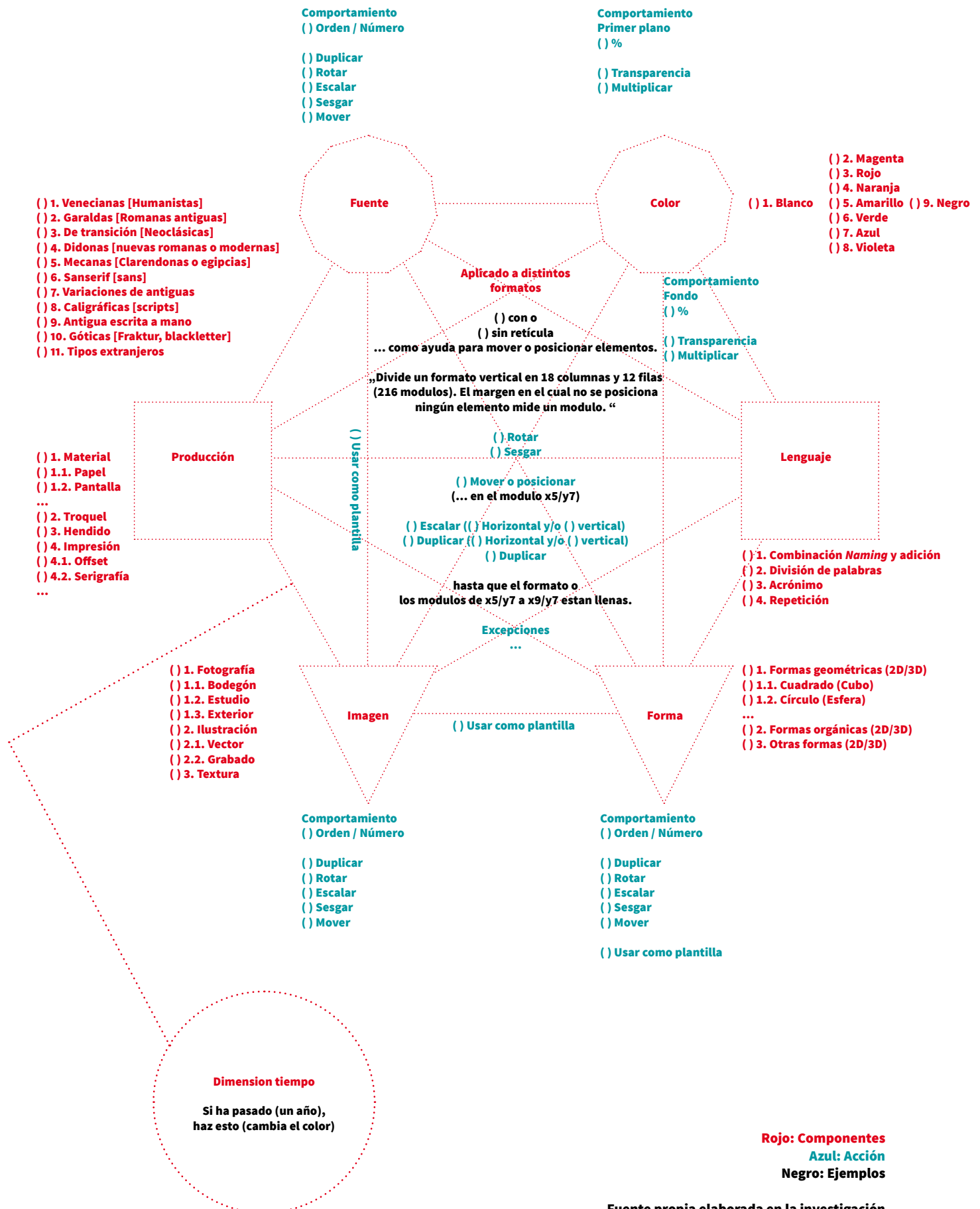
Composición
/ Maquetación
/ Reticula



Aplicación al
formato



En un último intento se mejoró el modelo anterior agrupando diferentes fases en una sola e intentando completando los elementos y los procesos.



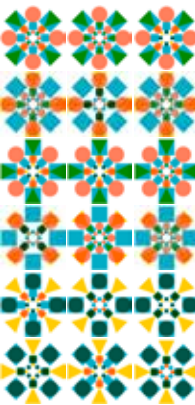
El desarrollo del modelo anterior tampoco funcionó por las siguientes razones:

- Los resultados obtenidos con este modelo simplemente mostraban que la mayoría de las identidades visuales utilizaban los mismos elementos, no se podían obtener datos suficientemente distintos como poder crear tipologías.
- Consumía demasiado tiempo analizar los casos.
- Era necesaria una fuente más completa de la que obtener términos y organización de términos.

Este modelo se realizó tomando como referencia la estructura y la terminología de Leborg (2006) — que ya se vio en capítulo 7. Referencias visuales en la bibliografía— transformándolo en un modelo propio, una mezcla de la terminología de éste, el análisis biográfico y la propia experiencia como diseñador. La idea era tener una estructura del proceso abierta dividida en: elementos, transformación, combinación, perspectiva y aplicación, que no repitiera el error de limitar las ilimitadas posibilidades de los elementos y los procesos y, por ende, proporcionara tan sólo una estructura capaz de organizar los elementos y los procesos en el orden en el que estos aparecen en el proceso de diseño.

La idea era crear un modelo de análisis que pudiera mostrar dónde, cuándo y qué tipo de flexibilidad se había producido durante el proceso de diseño. El modelo también tiene la voluntad de hacer posible el mostrar de un solo vistazo la cantidad de posibles imágenes que se pueden generar y en qué fase del proceso se generan.

Éste primer ejemplo muestra el análisis de la cubierta de la revista alemana Page diseñada por TwoPoints.Net.

Elemento(s)	Transformación(es)	Combinación(es)	Perspectiva(s)	Aplicación(es)
				
Cuatro círculos Cuatro cuadrados Cuatro triángulos <i>Un elemento de dos dimensiones se define por su forma (forma o tipografía), relleno (color o imagen) y trazado.</i> <i>Un elemento tridimensional se define por su forma, material (superficie, textura) y sus propiedades.</i> <i>En este ejemplo solo hay tres elementos. No tiene que haber solo tres elementos. Podría haber 2, 20, 2000 o una cantidad ilimitada de elementos.</i>	Reducción tamaño Reducción tamaño Rotación 45° <i>La transformación del elemento podría ser un cambio de tamaño (no el tamaño real de cada elemento, sino en relación con los otros elementos), de forma, o el uso de una herramienta o de un filtro.</i> <i>Uno podría pensar que hay una superposición entre la definición de las propiedades de los elementos y la definición de la transformación. Tiene que hacerse una distinción entre elementos estáticos y flexibles.</i> <i>Al haber más de una transformación posible tiene sentido enumerarlas en esta columna en vez de atribuir las al elemento.</i> <i>Tomando como ejemplo el color, un elemento podría tener un color que no cambia. En ese caso se consideraría el color un atributo del elemento. Si el color del elemento cambia el color se consideraría parte de un acto de transformación.</i>	Tres elementos de Tres tamaños Todas las combinaciones posibles Múltiples colores <i>En este ejemplo cada objeto transformado se combinó con los demás lo que multiplicó la cantidad de imágenes (en total 216, no se muestran todas).</i>	Sin cambios Una combinación es seleccionado <i>Punto de vista y Tiempo</i> <i>Un elemento tridimensional puede ser visto desde diferentes ángulos. Una imagen en movimiento u objeto que envejece podría ser separado en varios fotogramas con el fin de crear diversas imágenes.</i> <i>En este ejemplo la perspectiva no cambia el elemento transformado.</i>	Sin cambios Ancho total dentro del área de composición <i>La aplicación del repertorio de diferentes imágenes es un sistema completamente nuevo.</i> <i>Mirar responsive design en el diseño web.</i>

El siguiente caso analizado con este modelo fue la identidad visual de Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe, diseñada en el año 2000 por Mevis en Van Deursen.



Elemento(s)	Transformación(es)	Combinación(es)	Perspectiva(s)	Aplicación(es)
2	?	?	?	?
Círculo Cuadrado	Tamaño original (1 módulo en una retícula cuadrada) Reducción tamaño (4 módulos en una retícula cuadrada) Reducción tamaño (9 módulos en una retícula cuadrada) Reducción tamaño (81 módulos en una retícula cuadrada) Reducción tamaño (729 módulos en una retícula cuadrada) (Todas las opciones posibles sin módulos vacíos, con un módulo vacío entre elementos horizontales o con un módulo vacío entre elementos horizontales y verticales.)	Combinación de una opción de un estado de una retícula de un círculo o cuadrado con otra opción de un estado de una retícula de un círculo o cuadrado. Una opción será sustraída de otra combinación. En dos combinaciones diferentes las serán aplicados dos colores diferentes de una paleta de tres diferentes colores o una de las combinaciones se usa como máscara para una imagen en blanco y negro.	Sin cambios	La variación durante la aplicación solamente sucede si el formato o el tamaño cambia. El tamaño de la retícula parece mantener un tamaño fijo. Si el formato es más ancho y/o largo, la retícula se repite. Hay un margen en uno de los bordes de los formatos (que podría ser el espacio restado de un módulo no completo), pero no hay medianil. La tipografía usa la retícula de la gráfica.

... y se añadió una descripción del proyecto / cliente, autor / diseñador y su público objetivo.

Ficha de la empresa y / o del producto o proyecto	Ficha del autor	Ficha del destinatario
La Capital Europea de la Cultura es un título conferido por el Consejo y el Parlamento Europeo a una o dos ciudades europeas, que durante un año tienen la posibilidad de mostrar su desarrollo y vida culturales. Algunas ciudades europeas han aprovechado esta designación para transformar completamente sus estructuras culturales y ser reconocidas en el ámbito internacional. Cuando una ciudad es nombrada capital europea de la cultura, en ella se desarrollan todo tipo de manifestaciones artísticas. Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_Europea_de_la_Cultura	Mevis & Van Deursen es un estudio de diseño gráfico holandés con sede en Ámsterdam, considerado ampliamente como uno de los más reconocidos estudios de diseño gráfico de los Países Bajos. La oficina fue fundada en 1987 por Armand Mevis y Linda van Deursen. Mevis (1963, Oirsbeek) estudió desde 1981 hasta 1982 en la Academia de Arte y Diseño St. Joost de Breda, y se graduó en 1986 de la Gerrit Rietveld Academie, donde obtuvo su licenciatura. van Deursen (1961, Aardenburg) estudió desde 1981 hasta 1982 en la Academia de Artes Gráficas de Tilburg, y luego desde 1982 hasta 1986 en la Academia Gerrit Rietveld en Ámsterdam, donde obtuvo su licenciatura. Se conocieron durante sus estudios en Ámsterdam. Fuente: http://en.wikipedia.org/wiki/Mevis_%26_Van_Deursen	Ciudadano de Rotterdam y visitantes. Róterdam¹ (en neerlandés Rotterdam) es una ciudad situada al oeste de los Países Bajos, y puerto sobre el río Mosa, cerca de La Haya. Situada a 30 km del mar, tiene una población de 610 412 habitantes.² El área metropolitana de Róterdam cuenta con una población de 2,82 millones de personas. Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Rotterdam

Después de consultar con el Dr. Del Hoyo, tutor de esta tesis, se convino en que el análisis debía de ser cuantificable. Así que se añadieron casillas para marcar con un “sí” o un “no” las distintas opciones.

Se mantuvo la partición por fases pero se añadieron diferentes capas conceptuales al análisis. Primero, una descripción formal del proyecto, después un cálculo de la cantidad de posibles imágenes y, al final, la definición de cuál de las fases tenía la posibilidad de incluir lo externo como parte de la identidad visual, y por lo tanto si se trataba de un sistema abierto o cerrado.

Con este desarrollo del modelo III se analizaron dos casos.

2001, Federal Building Department of Zürich, Prill & Vieceli



Ficha de la empresa y/o del producto o proyecto	Ficha del autor	Ficha del destinatario
Nuestra misión: desarrollamos e implementamos construcciones de alta calidad para un Zúrich urbano habitable; esa es nuestra motivación. Alineamos los intereses de la sociedad, el medio ambiente y la rentabilidad. Cumplimos con las exigencias de nuestros usuarios, nos comprometimos con una arquitectura de alta calidad y nos preocupamos por nuestra herencia arquitectónica. Fuente: https://www.stadt-zuerich.ch/hbd/de/index/ueber_das_departement/organisation/ahb/zahlen_fakten.html	Prill Viecele Cremers es un estudio de diseño con sede en Zurich. Fundado con anterioridad por Tania Prill y Alberto Viecele (Prill y Viecele) en 2001. Fuente: http://www.prillviecelecremers.ch/about/	Zúrich, es la principal ciudad de Suiza, con una población de 376.815 habitantes en 2007 y un área metropolitana de 1.007.972 de habitantes. Es la capital del cantón de Zúrich y se encuentra ubicada en el distrito de Zúrich, en la llanura central de Suiza y próxima a los Alpes. Es el motor financiero (en Zúrich se encuentra la banca internacional) y centro cultural del país, siendo además una ciudad galardonada con el título de ciudad con mayor calidad de vida en el mundo por dos ocasiones consecutivas (2006-2008). Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Z%C3%BArich

	Elemento(s)	Transformación(es)	Combinación(es)	Perspectiva(s)	Aplicación(es)
Descripción del proyecto.	☐ No ☒ Sí. Los elementos gráficos derivan de las siluetas de los edificios que se muestran de Zúrich, éstos son negros.	☐ No ☒ Sí. Hay tres colores de fondo distintos para los tres pósters, amarillo, cian y naranja.	☒ No ☐ Sí	☐ No ☒ Sí. Cada edificio se muestra solamente una vez pero la perspectiva cambia según el punto de vista.	☐ No ☒ Sí. El formato y el tamaño de los pósters no cambia, 128 x 90,5 cms. Tampoco cambia la tipografía. La cantidad de elementos gráficos no cambia de póster a póster. La posición de los elementos sí que cambia, aparentemente de acuerdo con su forma de crear una distribución equilibrada de espacios positivos y negativos.
Flexibilidad.	☐ No ☒ Sí. Ilimitados. Distintos edificios producirían distintas formas.	☐ No ☒ Sí. Tres colores de fondo, amarillo, cian y naranja.	☒ No ☐ Sí	☐ No ☒ Sí. Dos perspectivas diferentes.	☐ No ☒ Sí. Ilimitados. No hay una retícula clara. Las posibilidades de posición son ilimitadas dentro de los parámetros generales de la apariencia estética.
Sistema abierto.	☐ No ☒ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí



Ficha de la empresa y/o del producto o proyecto	Ficha del autor	Ficha del destinatario
Este es el Ministerio del Primer Ministro, que también es el ministro de Asuntos Generales. Sus funciones son la coordinación de las políticas gubernamentales y las comunicaciones. El Ministerio también emite información sobre cuestiones relacionadas con la Casa Real. El instrumento constituyente de 1947 establece que el Ministerio es el encargado de los asuntos relacionados con la política de las administraciones públicas en el Reino, siempre que éstas no están reguladas expresamente por otros Ministerios. Los deberes del ministerio como se ha descrito consisten en la responsabilidad de coordinar la política general del gobierno. Cuenta con aproximadamente 400 empleados lo que lo hacen, con mucho, el ministerio más pequeño. Fuente: http://www.government.nl/ministries/az http://nl.wikipedia.org/wiki/Ministerie_van_Algemene_Zaken	Studio Dumbar es una agencia internacional con tradición holandesa. El diseño es en el corazón de lo que hacemos. Describimos nuestro trabajo como <i>branding visual</i>, <i>online branding</i>, lo que significa que creamos cada expresión visible de una marca u organización —offline and online. Esto implica experiencia en estrategia, comunicación, marca y gestión de procesos. Está en nuestra naturaleza a buscar la esencia pura —en las personas con las que trabajamos, y los proyectos que asumimos. Es una mentalidad que nos ayuda a construir un gran equipo y lograr resultados extraordinarios, sin importar su complejidad o exigiendo un proyecto podría ser. Equipo y portafolio Studio Dumbar atrae a personas con talento de todo el mundo. Con los años, esto ha llevado a un funcionamiento con personalidades y proyectos notables. Tenemos nuestra base en Holanda (Rotterdam) y una oficina de enlace en Corea del Sur (Seúl). En promedio, tenemos 5 nacionalidades y culturas diferentes en el equipo. Nuestra cartera es igualmente diversa y abarca el trabajo para una variedad de clientes tanto grandes como pequeños — desde empresas y gobiernos hasta culturales y sin ánimo de lucro. El estudio está dirigido por Liza Enebeis (Directora Creativa), Karmen Kekic (Director de Servicio al Cliente) y Tom Dorrestijn (CEO y Estrategia). La colorida historia de Studio Dumbar comenzó en 1977 cuando Gert Dumbar fundó la compañía en La Haya. Fuente: http://studiodumbar.com/	Las principales tareas son el apoyo al Primer Ministro en la coordinación de la política general de gobierno y la comunicación y la coordinación de la comunicación del gobierno. El Ministerio de Asuntos Generales consiste en las siguientes partes: - Oficina del Primer Ministro - Servicio de información del Gobierno (RVD) - Servicios públicos y comunicación El ministerio también actúa para: - La Oficina del Consejo Científico para la Política Gubernamental (WRR). - El Comité de Revisión de la Inteligencia y Seguridad. Además, el ministerio es responsable de: - El Consejo de ministros del Rey Fuente: http://nl.wikipedia.org/wiki/Ministerie_van_Algemene_Zaken

	Elemento(s)	Transformación(es)	Combinación(es)	Perspectiva(s)	Aplicación(es)
Descripción del Proyecto.	☐ No ☒ Sí. El elemento central de la identidad visual es un sistema de retículas flexibles como un elemento visual adicional al emblema tradicional de los Países Bajos y el grafotipo del Ministerio de Asuntos Generales y sus responsabilidades asignadas. El sistema de retículas consta de dos rectángulos, cada uno dividido en 4 columnas y 4 filas. El sistema de retículas se utiliza de manera diferente, como 4 x 1, 1 x 4 o 2 x 2 para crear distinción visual entre las diferentes subdivisiones del ministerio y el logotipo general del Ministerio. El rectángulo superior utiliza también en contraste con el rectángulo inferior líneas diagonales dentro de los módulos, mientras que el rectángulo inferior no. En el logotipo general, la línea va de abajo-izquierda hacia derecha-arriba y en las subdivisiones al revés.	☐ No ☒ Sí. El sistema de retículas del logotipo se utiliza también para otras aplicaciones. La regla de dividir un espacio en 4 x 4, 4 x 1, 1 x 4 o 2 x 2 no parece aplicable a las otras aplicaciones. El elemento básico parece ser repetido para cubrir superficies más grandes.	☐ No ☒ Sí. El rectángulo superior utiliza contornos, el rectángulo inferior rellena los módulos, ya sea con verde claro o azul oscuro. Esta última regla sólo se aplica a los logotipos, en el resto de aplicaciones se utilizan tanto contornos como rellenos. Los módulos están rellenos con color verde claro, azul oscuro o un tono más claro del mismo color azul oscuro. Las líneas son de color blanco, excepto en el logo.	☒ No ☐ Sí.	☐ No ☒ Sí. Dependiendo del tamaño y la superficie de la aplicación del diseño se adapta de manera diferente. La única regla visible son las proporciones del elemento rectángulo básico del logotipo, que se repite a continuación para llenar la superficie.
Flexibilidad	☐ No ☒ Sí. Hay tres versiones diferentes del logo, pero al menos 14 podría ser posibles.	☐ No ☒ Sí. El elemento básico/sistema de retículas puede producir hasta 14 constelaciones modulares diferentes. Si, como sucede en el sobre, los módulos pueden ser tratados de manera diferente, aparecen incluso más posibilidades.	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí	☐ No ☒ Sí. Ilimitadas. Como el diseño depende del tamaño y el formato de la superficie las posibilidades son ilimitadas.
Sistema Abierto.	☐ No ☒	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí

Se observó que el nuevo modelo de análisis había perdido la habilidad de informar de una ojeada de cómo de flexible era la identidad visual y en qué fase se producía la misma, así que posteriormente se añadió un indicador en diferentes tonalidades de gris para mostrar dónde se producía la mayor flexibilidad y se analizó un nuevo caso.

2003, Döll, Dietwee



Ficha de la empresa y/o del producto o proyecto	Ficha del autor	Ficha del destinatario
La noción de “práctica reflexiva” está en la base de nuestra filosofía de oficina. Es sinónimo de una actitud en que podamos desplegar la creatividad y la innovación con el fin de abordar proyectos de una manera no dogmática. La atención se centra en la interacción entre el <i>briefing</i> y el diseño en una comunicación abierta entre los clientes, los futuros usuarios y arquitecto. Nuestras actividades principales son la arquitectura, el urbanismo y el diseño de interiores. Estamos especializados en la transición entre estas escalas: entre el contexto urbano y la arquitectura y entre la construcción y el diseño de interiores. Nuestra experiencia comprende diseños para grupos específicos de destino, alojamientos innovadores y conceptos para oficinas y la reconstrucción de las zonas urbanas y edificios. Sector Arquitectura y Planificación Tamaño de empresa 1-10 empleados Fundación 2003 Fuente: https://www.linkedin.com/company/d-ll---atelier-voor-bouwkunst	Somos una empresa de diseño gráfico y comunicación con 25 años de experiencia y clientes que van desde clientes culturales (Oerol, Vrede van Utrecht, Vredenburg, Naturalis), organizaciones sin fines de lucro (IDH Dutch Sustainable Trade Initiative, Free Press Now, DDiD Dutch Design in Development), a bancos (InSinger, Postbank, ING) y minoristas (Men at Work, Maxeda, Vlisco y V & D). Nuestra especialidad es en nuestra aproximación conceptual a cualquier tipo de problema de diseño, y nuestro objetivo es explorar, descubrir y expresar la mentalidad de nuestros clientes en el mundo y ayudarles a establecer un mejor contacto con su público, así como a sus propios empleados. Dietwee se esfuerza por combinar una mentalidad basada en el pensamiento sostenible con diseño gráfico general, <i>branding</i> e identidad, diseño web, todo tipo de comunicación de alta calidad gráfica, informes anuales, diseño de locales comerciales, diseño de logotipo, dirección de arte, etc. La consultoría estratégica sostenible de diseño se ofrece como un servicio independiente. Hemos ganado todo tipo de premios nacionales e internacionales. En la editorial Bij 2003 se publicó un libro sobre nuestra agencia. Ahora somos 28 personas y trabajamos en el centro de Utrecht, Países Bajos. Especialidades identidad corporativa, campañas de identidad, diseño de páginas web, informes anuales, diseño de libros. Web http://www.dietwee.nl Sector Diseño Gráfico Tamaño de empresa 28 empleados Fundación 1988 Fuente: https://www.linkedin.com/company/dietwee	Todos los posibles clientes de un arquitecto.

	Elemento(s)	Transformación(es)	Combinación(es)	Perspectiva(s)	Aplicación(es)
Descripción del proyecto	☐ No ☒ Sí. El elemento flexible de la identidad es la "o" de Döll. Dietwee diseñó para cada arquitecto que trabajaba para Henk Döll una "o" única. No parece haber forma o sistema de color para la "o", pero hay una voluntad de crear coherencia visual mediante el uso del contorno exterior "o" y a veces también el círculo interior. La fuente corporativa parece ser Avant Garde Bold.	☐ No ☒ Sí. Repetición. Los elementos pueden repetirse bien para crear un estampado homogéneo o heterogéneo para usar en las aplicaciones, no en el logo.	☐ No ☒ Sí. Las diferentes versiones de la "o" pueden colocarse superpuestas y con multiplicación.	☒ No ☐ Sí	☐ No ☒ Sí. La ausencia de un sistema para diseñar las aplicaciones obliga al diseñador a crear cada aplicación de manera diferente, lo que crea diversidad.
Flexibilidad	☐ No ☒ Sí. En este momento parece haber 24 iconos diferentes de "o", pero podría haber más, hasta que unos no se distingan de otros.	☐ No ☒ Sí	☐ No ☒ Sí	☒ No ☐ Sí	☐ No ☒ Yes
Sistema abierto	☐ No ☒ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Yes
Sistemático	☐ No ☒ Sí	☐ No ☒ Sí	☐ No ☒ Sí	☒ No ☐ Sí	☒ No ☐ Yes

Cantidad de posibles variaciones:

- 1 - 10
- 10 - 100
- 100 - 1000
- 1000 - ∞

La casilla "sistemático" referida a comprobar si era o no un sistema se eliminó posteriormente por no tener sentido ya que todos lo son, de lo contrario no pueden ser objetos de este análisis.

Posteriormente se decidió incluir más términos que pudieran ser marcados con un “sí” o un “no” con el objetivo de crear más resultados distintos en cada uno de los casos analizados. Para este propósito se realizó una tabla de la coincidencia de términos de uso entre los distintos autores para ver cuáles de ellos se podían incluir en el modelo.

Bertin 2011	Wong 1972	Dondis 1973	Leborg 2004	Klanten et al. 2006	Van Nes 2012
Dos dimensiones del plano	El marco de referencia / El plano de la imagen				
	Punto	Punto	Forma (geométrica, orgánica, aleatoria)	Imagen	Elementos Gráficos
	Línea	Línea			
	Plano				
	Volumen				
					Imaginario
Forma	Forma	Forma		Tipografía	Tipo
					Logo
				Realización	
Textura	Textura	Textura			
Tamaño	Tamaño	Escala	Tamaño (... en relación con su colocación y el formato ...)		
	Espacio				
	Posición				
Color	Color	Color	Color (Matiz, Tono, Saturación)	Color	Color
		Tono			
				Composición	
	Gravedad				
			Repetición		
			Frecuencia / Ritmo		
			Reflejo		
			Reflejo contra un volumen		
			Rotación		
			Aumento / Disminución		
		Movimiento	Movimiento		
			Trayectoria		
Orientación	Dirección	Dirección	Dirección		
			Movimiento Superordinado / Subordinado		
			Desplazamiento		
			Dirección del desplazamiento		
					Lenguaje
Valor					

Escenario	Objetos	Atributos	Valor (Variable para datos externos)
-----------	---------	-----------	--------------------------------------

A continuación se agruparon estos por categorías dando como resultado cuatro: “plano gráfico”, “objetos”, “atributos” y “valor”.

Plano gráfico	Objetos	Atributos	Valor (Variable para datos externos)
---------------	---------	-----------	--------------------------------------

Se entiende por “plano gráfico” el espacio de comunicación del diseñador; con esta expresión se han unificado ambos términos: las dos dimensiones del plano de Bertin (2011) y el plano de la imagen de Wong (1972).

El término “objetos” agrupa todos los elementos visibles de un sistema visual para una identidad visual flexible, como el punto, la línea, el plano, el volumen —y también la imagen en general y la tipografía— posteriormente se decidió que este grupo se llamara “elementos” en vez de “objetos” para evitar la idea errónea de que incluía objetos tridimensionales.

“Atributos” describe todo lo que se puede aplicar a un elemento visual, como por ejemplo el color y la textura, y también el cambio de posición, la dirección y el tamaño o el reflejo y la duplicación.

El término “valor” sólo aparece en Bertin (2011), pero sin embargo se consideró importante porque expresa el concepto de influjo de una fuente externa. Este concepto que no es mencionado explícitamente por los otros autores, pero en el caso de Bertin (2011), el “valor” son los datos que tienen que representarse con visualización de datos en cartografía.

Después de la comparativa de las terminología y estructuras de Bertin (2011), Wong (1972), Dondis (1973), Leborg (2006), Klanten, Mischler y Brumnjak (2006) y Van Nes (2012) el modelo analítico se modificó. El objetivo principal fue el de llenar las columnas con los términos que podían o no seleccionarse con el fin de obtener un modelo analítico que permitiera la cuantificación.

Lo que este investigador intentó evitar es la duplicidad de términos que ocurría en la comparación de la terminología de los autores nombrados. La primera modificación del modelo de análisis se llevó, por lo tanto, implementando sólo los términos de Leborg (2006) ya que parecía tener la lista más completa por ser su objetivo el nombrar todos los términos relevantes de la gramática visual.

La estructura se ha mantenido, ya que todavía era válida y no existía conflicto entre ésta y los distintos autores. De la misma manera las columnas mantuvieron los colores utilizados en la comparativa de términos de los diferentes autores para ver qué columnas (términos y estructuras) se han adoptado de los autores y qué añadió el doctorando. El término “objetos” se cambió por “elemento (s)”, el término “atributos” por “transformación (es)”, “combinación (es)” y “perspectiva (s)” y el término de “plano gráfico” se ha agregado a “Aplicación”.

En este desarrollo sólo se añadieron los términos de Leborg (2006), ya que parecía abarcar todos los componentes necesarios para describir el sistema visual de una identidad visual flexible.

	Elemento(s)	Transformación(es)	Combinación(es)	Perspectiva(s)	Aplicación(es) Plano gráfico
Descripción del proyecto	☐ Formas ☐ Geométricas ☐ Orgánicas ☐ Aleatorias*	☐ Tamaño (... en relación con su colocación y el formato...) ☐ Color ☐ Matíz ☐ Tono ☐ Saturación ☐ Repetición ☐ Frecuencia / Ritmo ☐ Reflejo ☐ Reflejo contra un volumen ☐ Rotación ☐ Aumento / Reducción ☐ Movimiento ☐ Trayectoria ☐ Dirección ☐ Movimiento Supraordinado / Subordinado ☐ Desplazamiento ☐ Dirección del desplazamiento	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí
Flexibilidad	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Yes
Sistema abierto	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Yes

En este desarrollo se añadieron todos los términos mencionados por Bertin (2011), Wong (1972), Dondis (1973), Klanten, Mischler y Brumnjak (2006) y Van Nes (2012) que se consideraron relevantes.

	Elemento(s)	Transformación(es)	Combinación(es)	Perspectiva(s)	Aplicación(es) Plano gráfico
Descripción del proyecto	☐ Formas ☐ Geométricas ☐ Orgánicas ☐ Aleatorias ☐ Imagen ☐ Elementos Gráficos ☐ Punto ☐ Línea ☐ Plano ☐ Volumen ☐ Tipografía ☐ Logo	☐ Tamaño ☐ Aumento ☐ Reducción ☐ Espacio ☐ Posición ☐ Color ☐ Matíz ☐ Tono ☐ Saturación ☐ Composición ☐ Gravedad ☐ Repetición ☐ Frecuencia/Ritmo ☐ Reflejo ☐ Reflejo contra un volumen (Deformación) ☐ Rotación ☐ Movimiento ☐ Trayectoria ☐ Orientación ☐ Dirección ☐ Movimiento Supraordinado ☐ Movimiento Subordinado ☐ Desplazamiento ☐ Dirección del desplazamiento ☐ Lenguaje ☐ Textura	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí
Flexibilidad	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí
Sistema abierto	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí

No hay ningún equilibrio entre la cantidad de términos de cada una de las columnas del Modelo III; algunos de los términos parecían funcionar también en otras columnas y algunos de los términos parecían estar fuera de lugar en la columna de color rojo. También se puede apreciar que los términos de las columnas aún no son definitivos. Una nueva idea se puso en práctica en este modelo analítico: la de un sistema de micro que creara una biblioteca de elementos antes de que éstos fueran utilizados por el sistema macro.

	Elemento(s) (Micro Sistema)	Actividad /Modifi- cación/ Transfor- mación	Relaciones entre elementos / Combinación	Perspectiva	Aplicación Plano gráfico
Descripción del proyecto	Abstractos Objetos Abs- tractos ☐ Punto ☐ Línea ☐ Superficie ☐ Volumen ☐ Dimensiones (2D, 3D o 4D) ☐ Formato Estructuras Abstractas ☐ Estructuras Formales ☐ Gradación ☐ Radiación ☐ Estructuras Informales ☐ Distribución Visual ☐ Estructuras Invisibles/ Inactivas ☐ Esqueleto estructural Concretos Objetos Concretos ☐ Forma ☐ Tamaño ☐ Color Estructuras Concretas ☐ Estructuras Visibles ☐ Estructuras Activas ☐ Textura	☐ Repetición ☐ Frecuencia/ Ritmo ☐ Reflejo ☐ Reflejo contra un volumen ☐ Rotación ☐ Aumento/Reduc- ción ☐ Movimiento ☐ Trayectoria ☐ Dirección ☐ Movimiento Supra/ ☐ Subor- dinado ☐ Desplazamiento ☐ Dirección de des- plazamiento	☐ Atracción ☐ Estaticidad ☐ Simetría/Asi- metría ☐ Equilibrio ☐ Grupos ☐ Fino/Grueso ☐ Difusión ☐ Dirección ☐ Posición ☐ Espacio ☐ Peso ☐ Cantidad/ Predominio ☐ Neutro ☐ Fondo/ Primer Plano ☐ Coordinación ☐ Distancia ☐ Paralelas ☐ Ángulo ☐ Negativo/ Positivo ☐ Transparente/ Opaco ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ Combinación ☐ Sustracción ☐ Coincidencia ☐ Penetración ☐ Extrusión ☐ Influencia ☐ Modificación ☐ Variación	☐ Espacio ☐ Tiempo	☐ Atracción ☐ Estaticidad ☐ Simetría/ Asi- metría ☐ Equilibrio ☐ Grupos ☐ Fino/Grueso ☐ Difusión ☐ Dirección ☐ Posición ☐ Espacio ☐ Peso ☐ Cantidad/ Predominio ☐ Neutro ☐ Fondo/ Primer Plano ☐ Coordinación ☐ Distancia ☐ Paralelas ☐ Ángulo ☐ Negativo/ Positivo ☐ Transparente/ Opaco ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ Combinación ☐ Sustracción ☐ Coincidencia ☐ Penetración ☐ Extrusión ☐ Influencia ☐ Modificación ☐ Variación
Flexibilidad	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí
Sistema abierto	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí

En este desarrollo se amplió mucho especialmente la primera columna debido a que el micro-sistema necesitaba más de términos para poder describirlo mejor, ya que éste podría, en teoría, tener todos los términos utilizados en el macro-sistema. También en la tercera columna, “relaciones de elementos entre sí” se amplió el número de términos.

	Elemento(s) (micro-sistema)	Transformación	Relaciones de elementos entre sí	Perspectiva	Relaciones entre elementos y el plano grá- fico (macro-sis- tema)
Descripción del proyecto	Objetos Abstractos ☐ Punto ☐ Línea ☐ Superficie ☐ Volumen ☐ Dimensiones ☐ Formato Objetos Concretos ☐ Forma ☐ Geométricas ☐ Orgánicas ☐ Aleatorias ☐ Tamaño ☐ Color ☐ Matiz ☐ Tono ☐ Saturación Transformación ☐ Repetición ☐ Frecuencia ☐ Ritmo ☐ Reflejo ☐ Reflejo contra un volumen ☐ Rotación ☐ Aumento ☐ Reducción ☐ Movimiento ☐ Trayectoria ☐ Dirección ☐ Movimiento ☐ Supraordinado ☐ Subordinado ☐ Desplazamiento ☐ Dirección de desplazamiento Relaciones ☐ Atracción ☐ Estaticidad ☐ Simetría / Asimetría ☐ Equilibrio ☐ Grupos ☐ Fino ☐ Grueso ☐ Difusión ☐ Dirección ☐ Posición ☐ Espacio ☐ Peso ☐ Cantidad ☐ Predominio ☐ Neutro ☐ Fondo ☐ Primer Plano ☐ Coordinación ☐ Distancia	☐ Repetición ☐ Frecuencia ☐ Ritmo ☐ Reflejo ☐ Reflejo contra un volumen ☐ Rotación ☐ Aumento ☐ Reducción ☐ Movimiento ☐ Trayectoria ☐ Dirección ☐ Movimiento ☐ Supra/ ☐ Subordinado ☐ Desplazamiento ☐ Dirección de Desplazamiento	☐ Atracción ☐ Estaticidad ☐ Simetría/Asimetría ☐ Equilibrio ☐ Grupos ☐ Fino ☐ Grueso ☐ Difusión ☐ Dirección ☐ Posición ☐ Espacio ☐ Peso ☐ Cantidad ☐ Predominio ☐ Neutro ☐ Fondo ☐ Primer Plano ☐ Coordinación ☐ Paralelas ☐ Ángulo ☐ Negativo ☐ Positivo ☐ Transparente ☐ Opaco ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ Combinación ☐ Sustracción ☐ Coincidencia ☐ Penetración ☐ Extrusión ☐ Influencia ☐ Modificación ☐ Variación Estructuras Abstractas ☐ Estructuras Formales ☐ Gradación ☐ Radiación ☐ Estructuras Informales ☐ Distribución Visual ☐ Estructuras Invisibles/Inactivas ☐ Esqueleto estructural Estructuras Concretas ☐ Estructuras Visibles ☐ Estructuras Activas	☐ Espacio ☐ Tiempo	Estructuras Abstractas ☐ Estructuras Formales ☐ Gradación ☐ Radiación ☐ Estructuras Informales ☐ Distribución Visual ☐ Estructuras Invisibles/Inactivas ☐ Esqueleto Estructura

	Elemento(s) (Micro Sistema)	Transformación	Relaciones de elementos entre sí	Perspectiva	Relaciones entre elementos y el plano grá- fico (macro-sis- tema)
Descripción del proyecto	☐ Paralelas ☐ Ángulo ☐ Negativo ☐ Positivo ☐ Transparente ☐ Opaco ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ Combinación ☐ Subtracción ☐ Coincidencia ☐ Penetración ☐ Extrusión ☐ Influencia ☐ Modificación ☐ Variación ☐ Transparente ☐ Opaco ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ Combinación ☐ Subtracción ☐ Coincidencia ☐ Penetración ☐ Extrusión ☐ Influencia ☐ Modificación ☐ Variación		☐ Textura ☐ Formal ☐ Informal ☐ Gradiación ☐ Radiación ☐ Espiral ☐ Radiación ☐ Espiral		
Flexibilidad (Múltiples opci- ones)	☐ M.O. ☐ O.U.	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí
Sistema abierto (Influjo de Datos Externos)	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí

M.O.: Múltiples opciones**O.U.: Opción única**

Cuanto más términos se incluían en el modelo analítico mejor parecía estar equipado para describir cualquier tipo de sistema visual de identidades visuales flexibles. Por el contrario el modelo se hacía cada vez más difícil de manejar y usar.

En este desarrollo este doctorando trató de establecer una mejor visión de conjunto mediante la creación de jerarquías. Alguien que usara el modelo analítico no tendría que ir más a través de todos los términos, sino que podría saltar entre las categorías que los engloban. En la primera jerarquía el o la analista ya toma decisiones sobre qué términos marcar y esto acota las posibilidades posteriores. Digamos que el analista no marca “línea”, entonces no tendrían que ser considerados ya todos los términos que aparecen en “línea”.

Pese a las jerarquías, este desarrollo se hizo muy extenso debido a la voluntad de que el modelo fuera lo más completo posible. También se añadieron las alternativas “opción única” (o.u.) y “múltiples opciones” (m.o.).

Elemento(s) (Subsistema)	Transformación	Relaciones entre elementos	Perspectiva	Relaciones entre elementos y el marco de referencia (Macro System)
Elementos y sus atributos				
☐ Punto/Círculo ☐ Geométrico/ Matemático ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Orgánico ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Aleatorio ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Línea ☐ Geométrica/ Matemática ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Orgánica ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Aleatoria ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Superficie/Forma ☐ Geométrica/ Matemática	☐ Repetición ☐ Frecuencia ☐ Ritmo ☐ Reflejo ☐ Reflejo contra un volumen ☐ Rotación ☐ Aumento ☐ Reduc- ción ☐ Movimiento ☐ Trayectoria ☐ Dirección ☐ Movimiento Supra/ ☐ Subordinado ☐ Desplazamiento ☐ Dirección del des- plazamiento	☐ Atracción ☐ Estaticidad ☐ Simetría ☐ Asimetría ☐ Equilibrio ☐ Grupos ☐ Fino ☐ Grueso ☐ Difusión ☐ Dirección ☐ Posición ☐ Espacio ☐ Peso ☐ Cantidad ☐ Predomi- nio ☐ Neutro ☐ Fondo ☐ Primer Plano ☐ Coordinación ☐ Distancia ☐ Paralelas ☐ Ángulo ☐ Negativo ☐ Positivo ☐ Transparente ☐ Opaco ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ Combinación ☐ Sustracción ☐ Coincidencia ☐ Penetración ☐ Extrusión ☐ Influencia ☐ Modificación ☐ Variación Estructuras Abstractas ☐ Estructuras Formales ☐ Gradación ☐ Radiación ☐ Estructuras Infor- males ☐ Distribución Visual ☐ Estructuras Invisi- bles/Inactivas ☐ Esqueleto estructural	☐ Espacio ☐ Tiempo	Estructuras Abstractas ☐ Estructuras Formales ☐ Gradación ☐ Radiación ☐ Estructuras Infor- males ☐ Distribución Visual ☐ Estructuras Invisibles ☐ Inactivas ☐ Esqueleto estructural

Elemento(s) (Subsistema)	Transformación	Relaciones entre elementos	Perspectiva	Relaciones entre elementos y el marco de refe- rencia (Macro System)
☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Orgánica ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Aleatoria ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Volumen ☐ Geométrico/ Matemático ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Orgánico ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen ☐ Aleatorio ☐ Contorno ☐ Relleno ☐ Color ☐ Textura ☐ Imagen Transformación ☐ Repetición ☐ Frecuencia ☐ Ritmo ☐ Reflejo ☐ Reflejo contra un volumen ☐ Rotación ☐ Aumento ☐ Reducción ☐ Movimiento ☐ Trayectoria ☐ Dirección ☐ Movimiento ☐ Supraordinado ☐ Subordinado ☐ Desplazamiento ☐ Dirección del desplazamiento Relaciones ☐ Atracción ☐ Estaticidad ☐ Simetría ☐ Asimetría ☐ Balance ☐ Groups ☐ Fino ☐ Grueso ☐ Difusión ☐ Dirección ☐ Posición ☐ Espacio ☐ Peso		Estructuras Concretas ☐ Estructuras Visibles ☐ Estructuras Activas ☐ Textura ☐ Formal ☐ Informal ☐ Gradiación ☐ Radiación ☐ Espiral		

Elemento(s) (Subsistema)	Transformación	Relaciones entre elementos	Perspectiva	Relaciones entre elementos y el marco de refe- rencia (Macro System)
☐ Cantidad ☐ Predominio ☐ Neutro ☐ Fondo ☐ Primer Plano ☐ Coordinación ☐ Distancia ☐ Paralelas ☐ Ángulo ☐ Negativo ☐ Positivo ☐ Transparente ☐ Opaco ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ Combinación ☐ Sustracción ☐ Coincidencia ☐ Penetración ☐ Extrusión ☐ Influencia ☐ Modificación ☐ Variación				
☐ M.O. ☐ O.U.	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí
☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí	☐ No ☐ Sí

En este desarrollo las opciones múltiples se desdoblaban en “múltiples opciones” y “datos externos”. También han sido eliminados de la penúltima fila y se ha añadido a cada término la opción. Si se marca “múltiples opciones” (m.o.) significa que existe un conjunto previamente definido de opciones, si se marca “datos externos” (d.e.) significa que estas opciones proceden de datos externos y si no se marca ninguno significa que hay sólo una opción. Como consecuencia la última fila se podría eliminar: si no están marcadas ni “múltiples opciones” ni “datos externos” significa que el sistema visual no es flexible.

Elementos (Subsistema)	Transformación	Relaciones entre elementos	Perspectiva	Relaciones entre elementos and el marco de referencia
Elementos (y sus atributos) ☐ Línea ☐ Geométrica/Matemática ☐ Contorno ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Relleno ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Color ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Textura ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Imagen ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Orgánica ☐ Contorno ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Relleno ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Color ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Textura ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Imagen ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Aleatorio ☐ Contorno ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Relleno ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Color ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Textura ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Imagen ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Forma ☐ Geométrica/Matemática ☐ Contorno ☐ M.O. ☐ D.E.	☐ Duplicación ☐ Repetición ☐ 2D ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Reflejo ☐ 2D ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Deformación ☐ 2D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. (una sombra deformada por el cambio de una fuente de luz se considera una deformación tridimensional) ☐ Rotación ☐ 2D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Escalado ☐ Aumento ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Reducción ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Color ☐ Matíz ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Saturación ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Tono ☐ M.O. ☐ D.E.	Relación espacial entre elementos ☐ Tangente ☐ Superposición ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Coincidencia Interacción formal de elementos ☐ Combinación ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Sustracción ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Penetración ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Extrusión ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Influencia ☐ M.O. ☐ D.E. Interacción formal de la superficie de los elementos ☐ Opaco ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Transparente ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Multiplicación ¹ ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Diferencia ² ☐ M.O. ☐ D.E. Alineado / Distribución ☐ Centrado ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Izquierda ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Derecha ☐ M.O. ☐ D.E.	☐ Espacio (objeto en el espacio, desde diferentes ángulos puede cambiar su apariencia. La fuente de luz puede influir en la imagen final también) ☐ D.E. ☐ Tiempo ☐ Deformación (un objeto podría cambiar su apariencia o forma a través del tiempo, como una manzana envejeciendo, un metal oxidado o una vela al sol) ☐ D.E. ☐ Movimiento (las imágenes producidas por la captura de un objeto en movimiento pueden diferir de un objeto visto desde diferentes ángulos) ☐ D.E.	☐ Duplicación ☐ Repetición ☐ 2D ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Reflejo ☐ 2D ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Deformación ☐ 2D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Rotación ☐ 2D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ 3D ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Escala ☐ Aumento ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Reducción ☐ M.O. ☐ D.E. Estructura / Reticula ☐ Formal/Regular ☐ Informal/Irregular ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Gradación ☐ M.O. ☐ D.E. ☐ Radiación ☐ M.O. ☐ D.E. Alineado/Distribución ☐ Centrado ☐ M.O. ☐ D.E.

Elementos (Subsistema)	Transformación	Relaciones entre elementos	Perspectiva	Relaciones entre ele- mentos and el marco de referencia
☐ Relleno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Color ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Textura ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Image ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Orgánica ----- ☐ Contorno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Relleno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Color ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Textura ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Imagen ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Aleatorio ----- ☐ Contorno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Relleno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Color ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Textura ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ ID.E. ----- ☐ Imagen ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Volumen ----- ☐ Geométrico / Ma- temático ----- ☐ Contorno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Relleno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Color ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Textura ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Imagen ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Orgánico ----- ☐ Contorno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Relleno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Color ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ----- ☐ Textura		☐ Arriba ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Abajo ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Delante ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Detrás ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E.		☐ Izquierda ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Derecha ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Arriba ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Abajo ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Delante ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Detrás ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E.

Elementos (Subsistema)	Transformación	Relaciones entre elementos	Perspectiva	Relaciones entre ele- mentos and el marco de referencia
----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ---- ☐ Imagen ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ Aleatorio -- ☐ Contorno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ Relleno ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ---- ☐ Color ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ---- ☐ Textura ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ---- ☐ Imagen ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Tipografía ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Logo (<i>Wordmark</i> o símbolo) ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Copy (Eslogan, <i>naming</i>, etc.) ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. (Subsistema) Transformación -- ☐ Duplicación -- ☐ Repetición ---- ☐ 2D ---- ☐ 3D ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ Reflejo ---- ☐ 2D ---- ☐ 3D ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ Deformación -- ☐ 2D ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ 3D ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ Rotación -- ☐ 2D ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ 3D ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Scalado -- ☐ Aumento ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. -- ☐ Reducción				

Elementos (Subsistema)	Transformación	Relaciones entre elementos	Perspectiva	Relaciones entre ele- mentos and el marco de referencia
----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. Estructura / Retícula ☐ Formal / Regular ☐ Informal / Irregular ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Gradación ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Radiación ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. Alineado / Distribu- ción ☐ Centrado ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Izquierda ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Derecha ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Arriba ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Abajo ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Detrás ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E. ☐ Delante ----- ☐ M.O. ----- ☐ D.E.				

1 Según nomenclatura de Photoshop

2 Según nomenclatura de Photoshop

O.M. = Opción Múltiple

D.E. = Influjo de Datos Externos

Se envió por correo electrónico el siguiente documento a los expertos en IVF: Albert-Jan Pool, Andrew Blauvelt, Frank Blokland, Hans Wolbers, Irene van Nes, Mika Mischler, Petr van Blokland y Ulrike Felsing.

(Consultar la conversación completa en el anexo: Comunicaciones personales)

El documento constaba de un texto introductorio, explicando por qué se les enviaba, cuáles eran los objetivos del modelo de análisis y qué es lo que debería ser comentado.

El primer modelo analítico que se envió a los expertos se divide en cinco secciones: “Los elementos y sus atributos”, “Las transformaciones de los elementos”, “Las relaciones entre los elementos”, “Perspectiva desde la que se observan los elementos” y “Las relaciones entre los elementos y el formato”.

La primera sección de “Los elementos y sus atributos” puede incluir un subsistema para los elementos utilizados en el sistema. En ese caso, las secciones están amplificadas con los términos “Transformación”, “Estructura / Retícula”, “Formas compuestas de elementos”, “Mezcla de elementos” y “Alineación y distribución”.

Aquí se presenta una versión simplificada del modelo analítico enviado a los expertos:

A — Sistema

Los elementos y sus atributos

- ☐ Línea
- ☐ Forma
- ☐ Volumen
- ☐ Tipografía
- ☐ Logo
- ☐ Texto

Las transformaciones de los elementos

- ☐ Duplicación
- ☐ Deformación
- ☐ Rotación
- ☐ Escala
- ☐ Color
- ☐ Textura
- ☐ Imagen

Las relaciones entre los elementos

- Formas compuestas de elementos
- Mezcla de elementos
- Alineación y distribución

Perspectiva desde la que se observan los elementos

☐ Espacio

☐ Tiempo

Las relaciones de los elementos entre ellos y con el formato

— Las transformaciones de los elementos

— Estructura / Retícula

— Alineación y distribución

B — Subsistema

La primera sección de “Los elementos y sus atributos” puede incluir un sub-sistema para los elementos utilizados en el sistema. En ese caso, la sección se amplía con los siguientes términos:

Los elementos y sus atributos — Subsistema

— Transformación

— Estructura / Retícula

— Formas compuestas de elementos

— Mezcla de elementos

— Alineación y distribución

A continuación se presenta el documento original enviado a los expertos —en inglés.

Departamento de Diseño e Imagen
Facultad de Bellas Artes de la
Universidad de Barcelona

Antiguo Programa de Doctorado
Recerca en Disseny

Título de la tesis
Sistemas visuales en los
ámbitos proyectuales del diseño

Doctorando
Martin Lorenz

Director
Dr. Jesús Del Hoyo Arjona

Tutor
Carlos Ameller

Nombre: Martin
Apellido: Lorenz
Dirección: Pau Claris 181, 4-2
08037 Barcelona
Teléfono: 934 272 761
Móvil: 646 371 055
Email: martin@twopoints.net

Why do you get this email? You are one of the few persons i consider an expert in the field of flexible visual systems in graphic design.

During the last five years i have been working at the University of Barcelona on my dissertation (Ph.D.) about flexible visual systems in graphic design. I have to finish it until the end of the year. A quick reply is therefore much appreciated.

Part of my dissertation is the development of a model to analyse flexible visual systems. You will find my current model and an example how to use it on the following pages.

What do i need from you? Any kind of comment which helps me to improve the model.

Would you suggest a different structure or order? Are there too many or too less terms? If so, which ones would you delete or add and why? Any comment is welcome. You can either answer my email or, even better, add comments to the pdf.

As soon as i receive your answer, i will revise the model. (If you are fine with it i would like to mention you and your input in the dissertation.) The revised model will be used by me to analyse flexible visual systems from the last 10 years. The results should lead to a typology of flexible visual systems and a better terminology.

I will, of course, share my complete dissertation with you, as soon it is approved by the University of Barcelona. Until then i will have to ask you to treat any information related to my dissertation with complete discretion.

Please let me know if you have any questions.
Very much looking forward to hear from you!

Thank you very much!
Martin

The model to analyse flexible visual systems is divided in five sections. (The list of terms was simplified to be more clear. A detailed list can be found on the following page.)

A note on the abbreviations used on the following page:

———— □ M.O.
 ————— □ E.D.

M.O. means "Multiple Options" and E.D. means "Influenced by External Data". Both concept are important to generative visual identities and are used as indicators to detect them.

A — System

Elements and their attributes

- Line
- Form
- Volume
- Typeface
- Logo ^A
- Copy ^B

Transformations of the elements

- Duplication
- Deformation ^C
- Rotation
- Scaling
- Color
- Texture
- Image

Relations between elements

- Compound shapes of elements
- Blending of elements
- Alignment / Distribution

Perspective in which the elements are seen

- Space ^D
- Time ^E

Relations between elements and the framal references

- Transformations of the elements
- Structure / Grid
- Alignment / Distribution

B — Sub-System

The first section "Elements and their attributes" may include a sub-system for the elements used in the system. If so, the sections are amplified by the following terms:

Elements and their attributes — Sub-System

- Transformation
- Structure / Grid
- Compound shapes of elements
- Blending of elements
- Alignment / Distribution

A — A logo (abbreviation of logotype, from Greek: λόγος logos "word" and τύπος typós "imprint") is a graphic mark, emblem, or symbol commonly used by commercial enterprises, organizations and even individuals to aid and promote instant public recognition. Logos are either purely graphic (symbols/icons) or are composed of the name of the organization (a logotype or wordmark).

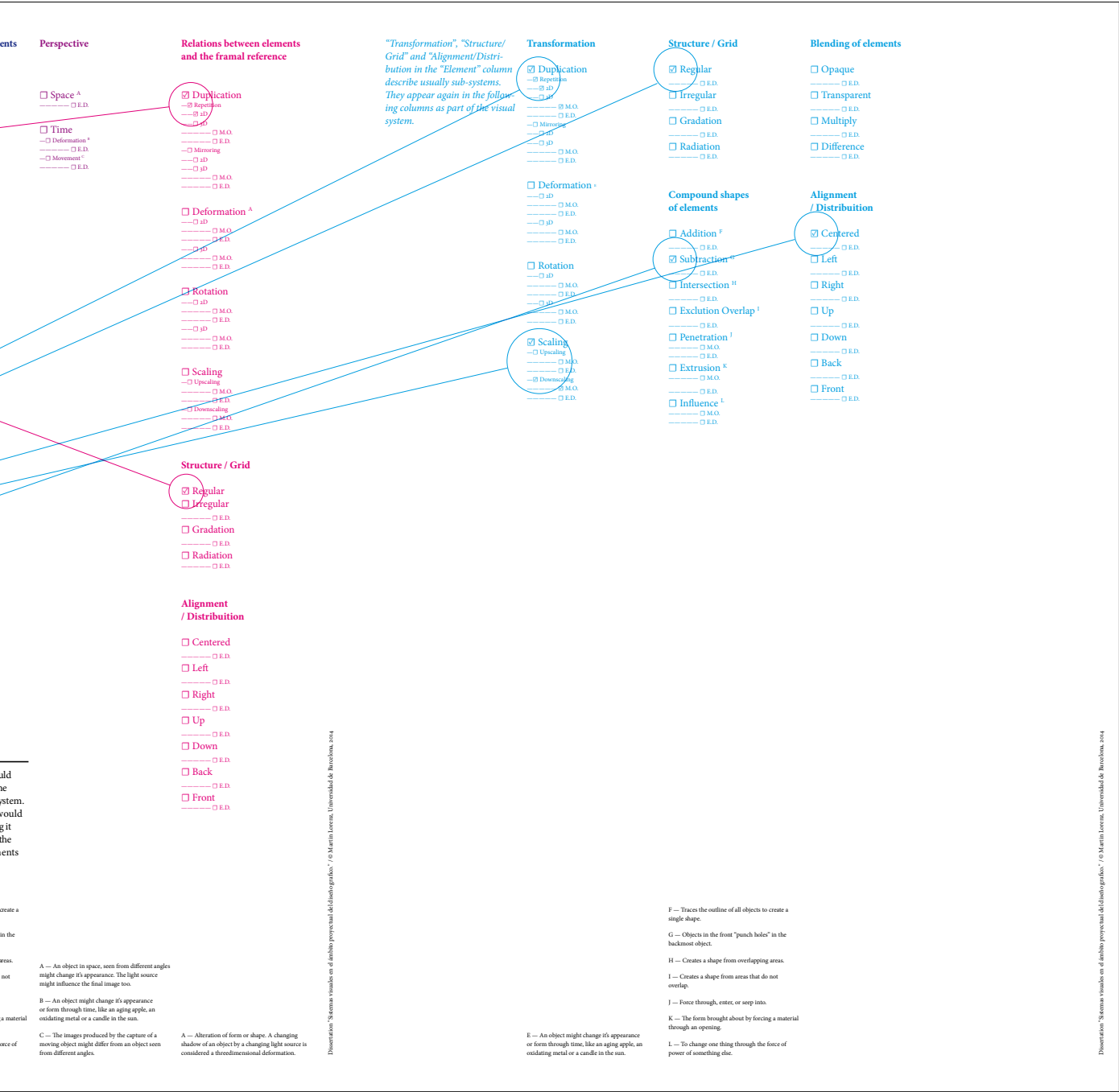
B — Copy refers to written material, in contrast to photographs or other elements of layout, in a large number of contexts, including magazines, advertising, and books.

C — Alteration of form or shape. A changing shadow of an object by a changing light source is considered a three-dimensional deformation.

D — An object in a three-dimensional space, seen from different angles might change its appearance.

E — An object might change its appearance or form through time, like an aging apple, an oxidating metal or a candle in the sun. The images produced by the capture of a moving object might differ from an object seen from different angles.

[illegible]



Tras las respuestas de Albert-Jan Pool, Hans Wolbers, Mika Mischler, Petr van Blokland e Irene van Nes, se revisó el modelo y se les reenvió una segunda versión. Ulrike Felsing y Frank Blokland quisieron comentar el modelo, pero no tuvieron tiempo —consultar biografías en el anexo Comunicaciones personales.

Las reacciones de los expertos fueron similares. El modelo analítico parecía ser demasiado complejo, y los términos no parecían estar en el mismo nivel de abstracción.

Irene van Nes aconsejó a este doctorando agregar “opción única” para documentar las constantes del sistema. Originalmente se suponía que las constantes quedaban registradas al no marcar “múltiples opciones” ni “datos externos”, pero este investigador coincidió con van Nes en que la adición de “opción única” haría más evidente cuáles son las constantes del sistema visual. Como consecuencia de esto, se añadió “opción única” al modelo.

Petr van Blokland recomendaba volver a consultar a (Bertin 2011) y su diagrama de las ocho variables de un sistema gráfico y también añadió que el sistema podría llevarse a la tercera y cuarta dimensión.

El segundo modelo de análisis que se envió a los expertos se dividió en tres secciones: “Los elementos del sistema visual”, “Las propiedades de los elementos” y “Las reglas del sistema visual”.

A - Los elementos del sistema visual

Los elementos de un sistema visual de una identidad visual son línea, plano, volumen, y también tipografía y logotipo. El punto, siendo invisible, se quedó fuera. Si se ha utilizado un círculo, hubiera sido representado a través del plano. El autor de esta investigación es consciente de que tipografía y logotipo no pertenecen a la misma jerarquía que línea, plano y volumen, ya que consisten en líneas y planos, pero esta inconsistencia se toleraba con el fin de ser capaz de detectar estos dos elementos esenciales de la identidad visual.

B - Las propiedades de los elementos

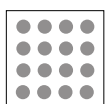
En esta sección se describen las propiedades de los elementos. Cada una de las propiedades usadas se clasifican con “opción única”, lo que significa que, por ejemplo, sólo un color se ha utilizado, “múltiples opciones”, lo que significa que una multitud de colores se han utilizado, o “datos externos”, lo que significa que el color está cogido o está influenciado por datos desde el exterior del sistema, algo común en las identidades visuales generativas.

Tamaño
Imagen
Color
Orientación
Forma
Producción

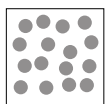
C - Las reglas del sistema visual

Si hay más de un elemento, la relación específica entre los elementos se hace relevante. ¿Se organizan de una manera específica?

Organización de los elementos



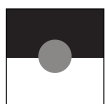
Regular



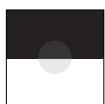
Irregular

Cuando los elementos se superponen su apariencia puede cambiar. ¿Cómo reaccionan los elementos entre ellos? ¿Cambian su forma? ¿Hay diferentes grados de intensidad de la mezcla o la forma de cambiar? Se ha añadido pequeñas ilustraciones inspiradas en Leborg (2006) para explicar algunos términos.

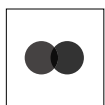
Mezcla



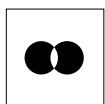
Opacidad



Transparencia

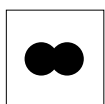


Multiplicación

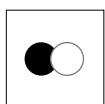


Diferencia

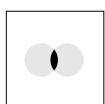
Formas compuestas



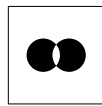
Adición



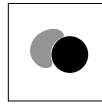
Sustracción



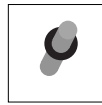
Intersección



Exclusión



Influencia



Penetración



Extrusión

Perspectiva de la tercera y cuarta dimensión

Un volumen capturado desde diferentes ángulos obtiene distintas imágenes. La fuente de luz, iluminando el volumen, puede influir en la imagen capturada también. Ambos, el objeto y la fuente de luz necesitan un espacio de tres dimensiones con el fin de obtener múltiples imágenes. Un cambio de apariencia puede suceder también a través del tiempo, como una manzana que se oxida o una planta que crece, pero la 4ª dimensión también añade la posibilidad de movimiento.

3-D

4-D

Procesamiento de imágenes

Sin especificar el tipo de procesamiento de imágenes, el término “Procesamiento de imágenes” abarca todas las formas posibles de procesamiento de imágenes, que sea a través de un filtro de photoshop, una ilustración a mano o una fotocopia.

Procesamiento de imágenes

C - La aplicación del sistema visual

El paso final en el proceso de diseñar una identidad visual es la aplicación del sistema visual a distintos formatos. La aplicación en sí contiene reglas que pueden reaccionar al formato. Los tres siguientes términos fueron cogidos de las opciones que da html al implementar una imagen.

Aplicación al formato

Escala a tamaño

Repetición al tamaño

Posicionamiento

An identity (for a company, institution, organization, campaign or product) could be perceived through all human senses, sight (ophthalmoception), hearing (audioception), taste (gustaoception), smell (olfacoception or olfactoception), and touch (tactioception). Today most of the information of an identity is still transmitted through the visual sense. The model therefore concentrates on visual systems for visual identities.

I had doubts if copy or corporate language should be included in the model as in some cases the text had a direct influence on the typography. I decided against including copy to keep the model as simple as possible, but I nevertheless mention it here because it can play a vital role in an identity.

Most of the structure and terminology goes back to the "Semiology of graphics" by Bertin.

The questions I am trying to answer with my analytic model are:

1. Are there different types of flexible visual systems for visual identities?
2. At which point of the process flexibility is produced?
3. Which parts of the visual system create coherence and which create diversity? ^A

The structure and terms of the analytic model are chosen in respect to these questions. Terms which are irrelevant to these questions were disregarded.

A — The elements of the visual system

The elements of a visual system for a visual identity are line, plane, volume, but as well typeface and logo. I am aware that typefaces logos do not belong to the same hierarchy as line, plane and volume, because they consist of lines and planes, but I allow myself this inconsistency in order to be able to detect the behaviour of these to essential elements of a visual identity.

☐ Line ☐ Plane ☐ Volume ☐ Typeface^B ☐ Logo^C

B — The properties of the elements

This section describes the properties of the elements. Can they appear in for example different sizes (M.O. = Multiple Options^D) or not (S.O. = Single Option^E) and are they influenced by external data (E.S. = External Source^F), which is common for generative visual identities.

Size ^G	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Image ^H	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Color ^I	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Orientation	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Shape ^J	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Production ^K	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.

A — The checkboxes "S.O. = Single Option", "M.O. = Multiple Options" and "E.S. = External Source" are supposed to help answer that question.

B — I am aware that typefaces do not belong to the same hierarchy as line, plane and volume, because they consist of lines and planes, but I allow myself this inconsistency in order to be able to visualize typographic systems.

C — A logo (abbreviation of logotype,^[1] from Greek: λόγος logos "word" and τύπος typos "imprint") is a graphic mark, emblem, or symbol commonly used by commercial enterprises, organizations and even individuals to aid and promote instant public recognition. Logos are either purely graphic (symbols/icons) or are composed of the name of the organization (a logotype or wordmark). An important number of visual identities still use logos as the constant value of the flexible visual identity.

D — "M.O. = Multiple Options" describes a pre-defined set of options.

E — "S.O. = Single Option" describes the constant in the flexible system which establishes visual coherence.

F — "E.S. = External Source" describes the influence by an external source. An external source can be a value/number, but as well an image. Usually the external sources obtain multiple options are not limited in number.

G — If there is more than one element they may vary in size. The frame reference is not yet taken into account. "Size" merely talks about the relation between elements.

H — Bertin calls this category "Texture". I renamed it "Image", so the category can contain any kind of image, such as texture and pattern, but as well illustration and photography. The images fill the above mentioned elements. There might be cases in which an identity uses full bleed images, but even in these cases the images fill a rectangle in size of the format.

I — Includes hue, tone and saturation. The differentiation hasn't been made in order to keep the same level of abstraction between the terms.

J — As Bertin says, "The world of shapes is infinite". "Shape" contains all possible shapes. Geometric, organic and random shapes. A Logo is considered a shape too.

K — The production values are not mentioned by Bertin, because they usually aren't relevant to the creation of diagrams, networks and maps. In Visual Identities the production can play an important role. Using always the same kind of ink, punch cut, paper, binding, etc. can establish brand recognition.

Dissertation "Sistemas visuales en el ámbito proyectual del diseño gráfico" / © Marín Llorens, Universidad de Barcelona, 2014

C — The rules of the visual system

If there is more than one element, the relation between the elements becomes relevant. Do they organize themselves in a specific structure?

Arrangement of elements

Regular	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Irregular	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

When elements overlap their appearance might change. How do the elements react to each other? How do they blend into each other? Do they change their shape? Are there different grades of intensity of blending or shape changing?

Blending

Opacity	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Transparency	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Multiplication	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Difference	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

Compound shapes

Addition ^L	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Subtraction ^M	☐ S.O.	☐ S.O.		☐ S.O.	☐ S.O.
Intersection ^N	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Exclusion Overlap ^O	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Influence ^P	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Penetration ^Q			☐ S.O.		☐ S.O.
Extrusion ^R			☐ S.O.		☐ S.O.

L — Traces the outline of all objects to create a single shape.

M — Objects in the front "punch holes" in the backmost object.

N — Creates a shape from overlapping Planes.

O — Creates a shape from Planes that do not overlap.

P — To change one thing through the force of power of something else.

Q — Force through, enter, or seep into. Can only be applied to Volumes.

R — The form brought about by forcing a material through an opening. Can only be applied to Volumes.

Perspective from the 3rd and 4th dimension

A volume captured from different angles obtains multiple images. The light source, illuminating the volume might influence the captured image as well. Both, object and light source need a three-dimensional space in order to obtain multiple images. Appearance can change through time too, like an oxidating apple or a growing plant, but the 4th dimensions also adds the possibility of movement.⁵

3-D	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
4-D	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

Image Processing

Without further declination of the type of image processing, the term "Image Processing" embraces all possible ways of processing images, may it be through a photoshop filter, illustrating the image by hand or photocopying it.

Image Processing	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

C — The application of the visual system

The final step when designing a visual identity is the application of the visual system. The application itself contains rules which can react to the format. The three concepts were lend from the options html gives when implementing an image.

Framal Reference

Scale to size ^T	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Repetition to size ^U	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Positioning ^V	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

S — "S.O." does not appear as a checkbox because the 3rd and 4th dimension are options which can help to augment the variety of created images. If one wants to represent a single shape or volume, one can choose them in the list of elements.

T — "Scale to size" contains the different options of scaling. Horizontal scaling, vertical scaling or uniformly horizontal and vertical scaling.

U — "Repetition to size" is also referred to as "tiling".

V — When elements are not scaled or repeated to the size of the frame, they are positioned in the frame. They may be positioned left, right, up, down, centered or randomly.

Los comentarios de los expertos a este modelo revisado no llevaron a ninguna modificación de éste. Se transformó el modelo definitivo en formulario de Google. En el proceso de transformación este investigador tuvo que adecuar la estructura: en lugar de tener un eje horizontal con los elementos visuales, éstos aparecen ahora en cada sección con la opción de elegir entre la “opción única” (s.o. del inglés *single option*), “múltiples opciones” (m.o.) y “datos externos” (e.s. del inglés *external source*).

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014

1. Año

2. Nombre del proyecto

3. Ficha de la empresa y/o del producto o proyecto.

4. Ficha del destinatario

1 von 9
20.11.14 14:37

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

5. Ficha del autor

A — The elements of the visual system

The elements of a visual system for a visual identity are line, plane, volume, but as well typeface and logo. I am aware that typefaces logos do not belong to the same hierarchy as line, plane and volume, because they consist of lines and planes, but I allow myself this inconsistency in order to be able to select the behaviour of these 5 essential elements of a visual identity.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

B — The properties of the elements

This section describes the properties of the elements. Can they appear in for example different size, as M.O. = Multiple Options or not (S.O. = Single Option) and are they influenced by external data (E.S. = External Source)?, which is common for generative visual identities.

6. Size

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

2 von 9
20.11.14 14:37

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

7. Image

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

8. Color

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

9. Orientation

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

10. Shape

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

3 von 9
20.11.14 14:37

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

11. Production

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

C — The rules of the visual system

If there is more than one element, the relation between the elements becomes relevant. Do they organize themselves in a specific structure?

Arrangement of elements

12. Regular

Mark only one oval per row.

S.O.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

13. Irregular

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

Blending

When elements overlap their appearance might change. How do the elements react to each other? How do they blend into each other? Do they change their shape? Are there different grades of intensity of blending or shape changing?

4 von 9
20.11.14 14:37

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

14. Transparency

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

15. Multiplication

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

16. Difference

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

Compound shapes

17. Addition

Mark only one oval per row.

S.O.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

5 von 9
20.11.14 14:37

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

18. Subtraction

Mark only one oval per row.

S.O.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

19. Intersection

Mark only one oval per row.

S.O.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

20. Exclusion Overlay

Mark only one oval per row.

S.O.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

21. Influence

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

22. Penetration

Mark only one oval per row.

S.O.

Volume

Logo

6 von 9
20.11.14 14:37

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

23. Extrusion

Mark only one oval per row.

S.O.

Volume

Logo

Perspective from the 3rd and 4th dimension

A volume captured from different angles obtains multiple images. The light source, illuminating the volume might influence the captured image as well. Both, object and light source need a three-dimensional space in order to obtain multiple images. Appearance can change through time too, like an oxidizing apple or a growing plant, but the 4th dimension also adds the possibility of movement. S

24. 3-D

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

25. 4-D

Mark only one oval per row.

M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

Image Processing

Without further declaration of the type of image processing, the term "Image Processing" can include all possible ways of processing images, may it be through a photoshop filter, illustrating the image by hand or photocopying it.

7 von 9
20.11.14 14:37

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014
<https://docs.google.com/forms/d/11USRycpCnqNPaag...>

26. Image Processing

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

D — The application of the visual system

The final step when designing a visual identity is the application of the visual system. The application itself contains rules which can lead to the format. The three concepts were listed from the options listed gives when implementing an image.

Framal Reference

27. Scale to size

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

28. Repetition to size

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

29. Positioning

Mark only one oval per row.

S.O. M.O. E.S.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

8 von 9
20.11.14 14:37

8.6. Estudios de caso basados en artículos, libros, portafolios y entrevistas.

214

A continuación se numeran los casos de IVF encontradas y se destacan en amarillo las que se analizaron con el modelo definitivo.

2000 A.C.	2001 A.C.	2002 A.C.	2003 A.C.	2004 A.C.	2005 A.C.
2000, Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe, Mevis en Van Deursen	2001, Federal Building Department of Zürich, Prill & Vieceli	2002, Norm: The Things, Dimitri Bruni, Manuel Krebs	2003, Lakeside Science & Technology Park, Büro für konkrete Gestaltung	2004, Brooklyn Museum, 2x4	2005, Ffm Lounge, Martin Lorenz (egh)
2000-2004, Cité Internationale Universitaire de Paris, Intégral Ruedi Baur et associés	2001, Simian "Chemistry is what we are", Big Active	2002, Poetry on the Road, Jung und Pfeffer	2003, Kunsthaus Graz, Lichtwitz	2004, Visual Identity Lesley Moore, Lesley Moore	2005, Cinémathèque française, Intégral Ruedi Baur et associés
2000, Krankenschwesternvereinigung Lindenhof, Klauser Weibel Design	2001-2002, Dirty Vegas, Big Active	2002, Ministerie van Algemene Zaken, Studio Dumbar	2003, Flughafen Köln-Bonn, Intégral Ruedi Baur et associés	2004-2005, Athlete Tourist, Big Active	2005, Champalimaud Foundation, Studio Dumbar
2000, Bananen & Film, Elektrosmog	2001, Basement Jaxx, Big Active	2002, Gemeente Leidschendam-Voorburg, Total Identity	2003, A Typeface for Twin Cities, LettError	2004-2006, La Comédie de Clermont-Ferrand, Antoine + Manuel	2005, SSH Utrecht, Studio Dumbar
2000, Bildbesprechung, Norm	2001-2003, Theater Improphil, Erich Brechbühl (Mixer)	2002, Gemeente Lelystad, Anthon Beeke	2003, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Koeweiden Postma	2004-2005, Maxim Gorki Theater, milchhof: atelier	2005, Haus der Wissenschaft, Jung und Pfeffer
	2001-2004, Archis, Maureen Mooren, Daniel van der Velden	2002, Gemeente Middelburg, Koeweiden Postma	2003, Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, FHV/BBDO	2004-2005, Cross Magazine, Kasia Korczak / SLAVS	2005, Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst, 75B
	2001, Lego Font Creator, Blokes (Jürg Lehni, Urs Lehni, Rafael Koch)	2002, Latent Space, Posters for NAI, Stout / Kramer	2003, Gemeente Amsterdam, Eden Design / Thonik	2004, Springdance, Kummer & Herrman	2005, Effenaar, Fabrique
		2002, Coldplay "A Rush Of Blood To The Head", Blue Source	2003, TV Asahi, Tomato	2004, Soulwax, Trevor Jackson	2005, Vrede van Utrecht, Dietwee
		2002-2003, Stawon, Richard Niessen	2003, Döll, Dietwee	2004-2006, Treader, Frauke Stegmann	2005, Peace of Mind Mercy, CoDesign
		2002, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2003, Du741-David Bowie. Beruf: Popstar, Müller+Hess	2004-2005, Marta Carlyle, Non-Format	2005, Seed media group, Sagmeister
		2002-2005, Tubelight, Stout / Kramer	2003, Posters Cultuur-Nacht The Generator, NLXL	2004, Sure Thing Productions, Value and Service	2005, Rau, Dietwee
		2002-2003, Good and Plenty, Bank, Blotto	2003-2004, Perdu, Richard Niessen	2004, NSV Nidwalden, Melk Imboden	2005-2006, Economist / Contemporary Art Society, Value and Service
		2002-2003, Pulchri Studio, Studio Dumbar	2003, Staatsoper Hannover, >heutemorgen	2004, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2005, Springdance, Kummer & Herrman
		2002-2005, Collection Lambert en Avignon, Antoine + Manuel	2003-2004, Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel, The Remingtons	2004, The Forsythe Company, Surface	2005, Centre Culturel Suisse, Norm
			2003, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2004, Tate ETC, Cornel Windlin, Laurenz Brunner	2005, Garbage, Big Active
				2004, Gerrit Rietveld Academie, Karen Willey	2005, Protocol „Rules Of Engagement“, Big Active
				2004, ARBM, Richard Niessen	2005-2006, Das Schiff, The Remingtons
				2004, SMCS, Experimental Jetset	2005, Gerrit Rietveld Academie, Laurenz Brunner

Tabla 11: fuente propia elaborada en la investigación

2006 A.C.	2007 A.C.	2008 A.C.	2009 A.C.	2010 A.C.	2011 A.C.	2012 A.C.
2006, C Broadcasting, Studio Dumbbar	2007, Muselon - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen, Intégral Ruedi Baur et associés	2008, "Heimat", Stefan Adlich	2009, Aol. wallpaper, Wolff Olins	2010, Nordkyn, Neue	2011, House of Visual Culture, Edhv	2012, Moscow Design Museum, Lava
2006, Ile Seguin-Rives de Seine, Intégral Ruedi Baur et associés	2007, Aktau Marina Residential District, Kazakhstan, Intégral Ruedi Baur et associés	2008, Museum of Arts and Design, Pentagram	2009, FRAC Centre, Atelier Muesli	2010, Art Collection Fund, Base	2011, Nikolaj Kunsthal, Scandinavian Design Lab	2012, Odooproject, Hidden Characters
2006, International Red Cross and Red Crescent Movement,	2007, IDTV Identity, Lava	2008, Stedelijk Museum Competition, Lust	2009, Circus, Mind Design	2010, Secca, Pentagram	2011, Traditional Chinese Architecture Exhibition, TGIF	2012, CX, Moving Brands
2006, Frankfurter Kunstverein, adhauser lacour	2007, Marres, Maureen Mooren	2008, Impakt Festival, Lava	2009, de Balie, Lava	2010, Z33, Edhv	2011, Tivoli, & Co.	2012, Pigmentpol
2006-2008, Beaux-arts de Paris, Intégral Ruedi Baur et associés	2007, New Museum, NYC, Wolff Olins	2008, De Buitenvoer, Edhv	2009, Republique Theatre, Scandinavian DesignLab	2010, La Transat AG2R LA MONDIALE, Studio Dumbbar	2011, x was here, Vandejong and Fabrique	2012, Stedelijk Museum Competition, Mevis & Van Deursen
2006, Max Planck Institute, Michael Schmitz	2007, The Brno House of Arts, 2011 Designers	2008, De Treeswijkhoeve, Edhv	2009, Oerol, Dietwee	2010, Nam Pak Cultural Day, TGIF	2011, Baltan Laboratories, Eric de Haas and Jonathan Puckey	
2006, Norwegian University of Life Sciences, Tangram Design	2007, Casa da Musica, Sagmeister	2008, Mobile Media Lab, FEED	2009, onedotzero, Wieden+Kennedy	2010, Design Academy Eindhoven, The Stone Twins	2011, Hong Kong Heritage Theater and Education, TGIF	
2006, CAC Brétigny, Vier5	2007, Lovebytes, Universal Everything	2008, Gumbo TV, Mind Design	2009, Seconde Nature, Universal Everything	2010, Helsinki Design Lab, Two-Points.Net	2011, MIT Media Lab, TheGreenEyl	
	2007, Cafe King, Schoene Neue Kinder	2008, Banjo Music, TwoPoints.Net	2009, Pantone Hotel, Base	2010, New Prevention Technologies, COOEE	2011, OCAD University, Bruce Mau Design	
	2007, Dokfest Lounge, Field	2008, Stedelijk Museum Competition, Mevis & Van Deursen	2009, NHL, Koeweiden Postma	2010, Imagine 8, Blow	2011, Wikipedia, Moving Brands	
	2007, New York City, Wolff Olins	2008, Stedelijk Museum Competition, Irma Boom	2009, Clear Village, Lava	2010, VPRO, Thonik	2011, Catalpa Childcare, Koeweiden Postma	
	2007, Niconico Douga, Dwango	2008, Stedelijk Museum Competition, Pierre di Scullo	2009, City of Melbourne, Landor Associates	2010, Management for Design, Pidgeon	2011, MAIO, Two-Points.Net	
	2007, Get Up, Alexis Rom Estudio, Atelier Vostok	2008, Stedelijk Museum Competition, Atelier de Création Graphique	2009, ExpatCenter, Fabrique & Silo	2010, Dezeen watch store, zerofee	2011, OVG re/developers, Studio Dumbbar	
			2009, Tess Management, Mind Design		2011, EDP, Sagmeister	
					2011, Ziens-wijze, Restruct	
					2011, Belmacz, Mind Design	
					2011, Cinematics, Frederic Brodbeck	
					2011, Esquire, Universal Everything	

Tabla 12: fuente propia elaborada en la investigación

8.7.1. Visualización de los resultados del análisis de casos con el modelo propio

Estos son los resultados del análisis de 99 casos —los de los años 2000 a 2007— exportados a un pdf de Google Docs. Siempre que se marca una casilla se rellena una casilla de excel. El cuestionario ofrece las opciones: “opción única” (O.U.), “múltiples opciones” (M.O.) y “datos externos” (D.E.), de manera que solamente una puede aparecer marcada en la celda de la tabla.



En la siguiente página se puede ver la visualización de datos Google. Para hacer más fácil la evaluación —y para ver correctamente los porcentajes calculados por Google— se desarrollaron visualizaciones de datos propias.

Se han coloreado “opción única” (O.U.) en rojo, “múltiples opciones” (M.O.) en verde y “datos externos” (D.E.) en azul para poderlos distinguir más fácilmente.

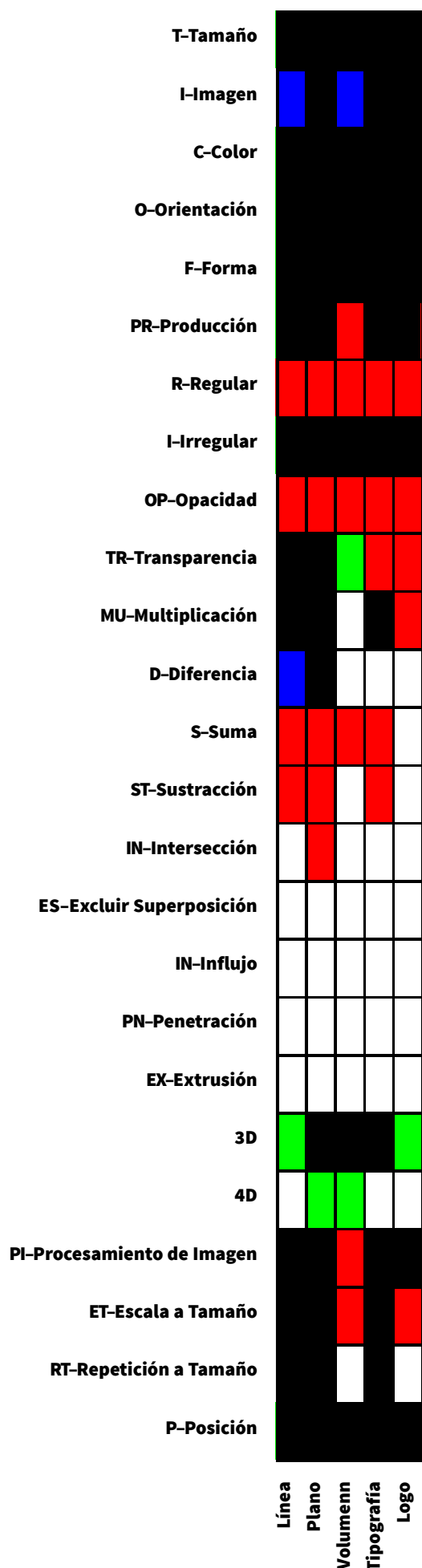
“Opción Única” (O.U.) Rojo

“Múltiples Opciones” (M.O.) Verde

“Datos Externos” (D.E.) Azul

Izquierda, Fig. 11: resultados del análisis

Derecha, Fig. 12: visualización de Google



(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

El análisis muestra que algunos de los campos del modelo se usan más que otros y que algunos ni siquiera se han utilizado.

La mayoría de los campos que se dejaron en blanco son campos que describen opciones de diseño relacionadas con el volumen, pero en la mayoría de los casos analizados las opciones de diseño en la cuarta dimensión, tiempo, tampoco parecen jugar un gran papel.

En resumen, la mayoría de los casos analizados utilizan opciones de diseño de la segunda y tercera dimensión, y la cuarta dimensión raramente se usa.

Fig. 13: fuente propia elaborada en la investigación.

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

Felsing (2010) dedicó su libro a las identidades dinámicas en contextos culturales y públicos. Ella afirma: “la investigación amplia de estudios de casos accesibles actualmente revela que las identidades visuales flexibles son, en su mayor parte, por encargo de organizaciones en el sector cultural y público.”

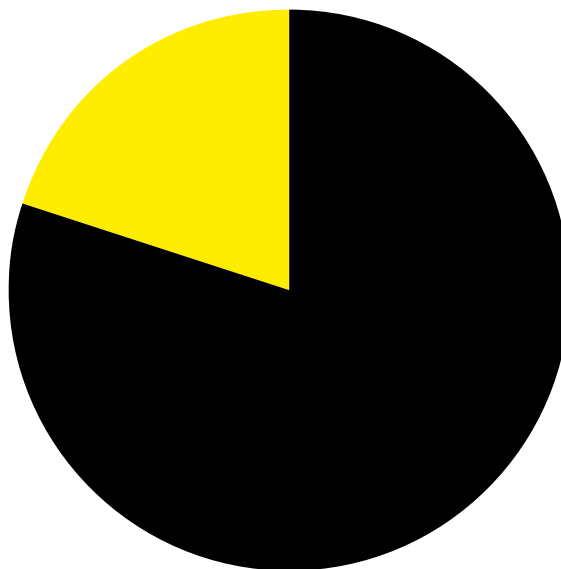


Fig. 14: fuente propia elaborada en la investigación

Negro, casos que utilizan "Datos Externos"
Amarillo, casos que NO utilizan "Datos Externos"

Esta investigación llega a la misma conclusión: de los 99 casos analizados, 80 casos se realizan para el sector cultural, privado o público, 38 de los cuales eran para instituciones gubernamentales y 8 para instituciones gubernamentales no relacionadas con el sector cultural.

La explicación de Felsing (2010) es la siguiente: “Una de las principales razones de que las identidades visuales flexibles aparezcan predominantemente en los sectores culturales y públicos radica sin duda en la transferencia de los contenidos básicos de la forma de la identidad visual.”

Lo que Felsing (2010) está tratando de decir es que la identidad visual flexible se utiliza para comunicar el contenido de la institución, en lugar de imponer la estética de una identidad visual y, en este sentido, en el sector cultural los contenidos son más cambiantes.

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

Felsing (2010) observó que la mayoría de identidades visuales flexibles —por ella encontradas— estaban realizadas para el sector cultural. Lo que no mencionó en su libro es que la mayoría de los proyectos estaban realizados para clientes de los Países Bajos.

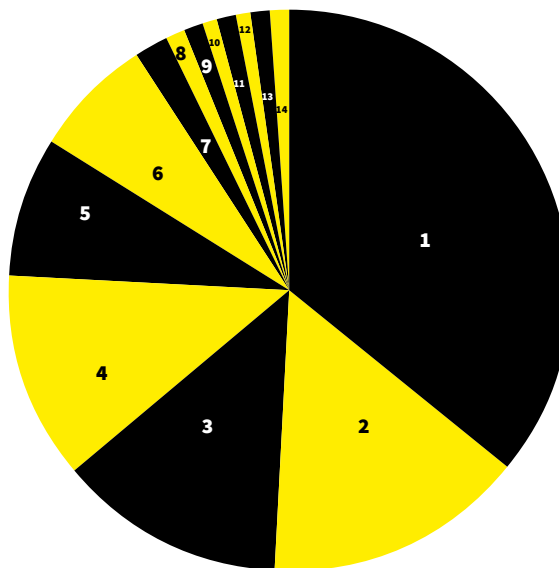


Fig 15: fuente propia elaborada en la investigación.

- 1. Países Bajos — 36 Casos**
- 2. Reino Unido — 15 Casos**
- 3. Alemania — 13 Casos**
- 4. Suiza — 12 Casos**
- 5. Francia — 8 Casos**
- 6. Estados Unidos — 6 Casos**
- 7. Japón — 2 Casos**
- 8. Austria — 1 Caso**
- 9. República de Kazajistán — 1 Caso**
- 10. República Checa — 1 Caso**
- 11. Portugal — 1 Caso**
- 12. Italia — 1 Caso**
- 13. España — 1 Caso**
- 14. Noruega — 1 Caso**

Los Países Bajos tienen una larga tradición en el diseño de identidades visuales. Agencias de diseño como Studio Dumbar y Total Design¹ popularizaron el término “diseño holandés” y han tenido una influencia mundial en diseño corporativo.

Total Design, actualmente llamada Total Identity fue fundada en 1962 por Dick Schwarz, Friso Kramer, Benno Wissing, Ben Bos, Paul Schwarz y Wim Crouwel. Wim Crouwel es un diseñador holandés también conocido por el apodo *Gridnik* —del inglés *grid*, que significa rejilla— por su prolífico uso de retículas. Él, así como muchos otros de sus colegas de Total Design utiliza las retículas para diseñar identidades visuales. Ésta da forma a logos,

gráficos y tipografías; define el diseño general. El diseño de una identidad visual con una retícula y el diseño de una identidad visual con el diseño del logotipo como pieza central de la identidad requieren de una mentalidad diferente. Tal vez, el tener a Total Design como modelo a seguir y pionero en el diseño corporativo ha hecho a los diseñadores, a los clientes y al público general de los Países Bajos más receptivos a las identidades visuales flexibles.

Sorprende ver a Suiza sólo en puesto cuarto de los 14 países que utilizan identidades visuales flexibles ya que una tiene una tradición igual de fuerte sino más que los Países bajos en el uso de sistemas de retículas —con Josef Müller-Brockmann, Armin Hofmann y Karl Gerstner como máximos exponentes de éste—. Karl Gerstner, dijo en una entrevista con Ulrike Felsing en 2007 incluida en el citado libro en Felsing (2010): “Un día me di cuenta de que (el logo) no tiene sentido, se hace un sello y siempre se añade en alguna parte. El diseño en sí debe tomar el lugar del sello.”

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

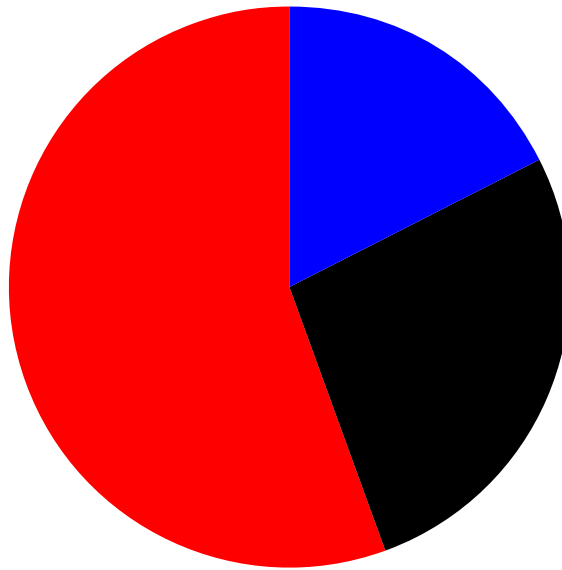


Fig. 16: fuente propia elaborada en la investigación

“opción única” (rojo), “múltiples opciones” (verde)
y “datos externos” (azul).

De entre 1.294 opciones de diseño que arroja el análisis de los 99 casos, se ha marcado “opción única” (rojo) 718 veces, “múltiples opciones” (verde) 349 veces y “datos externos” (azul) 227 veces.

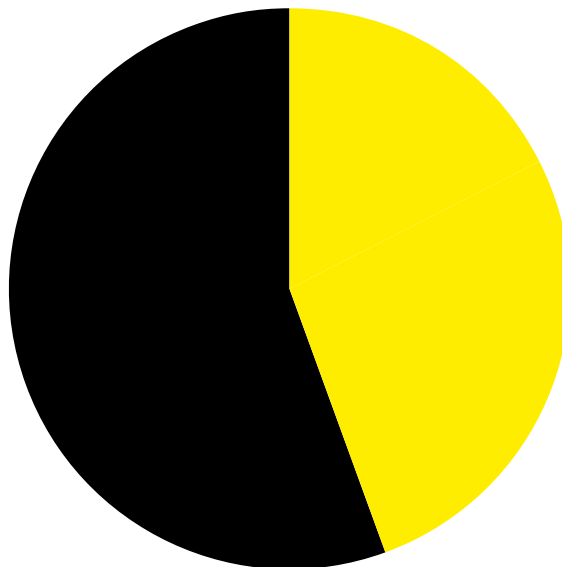


Fig. 17: fuente propia elaborada en la investigación

Negro, casos que utilizan “datos externos”
Amarillo, casos que no utilizan “datos externos”

Lo que significa que los elementos variables —“múltiples opciones” y “datos externos”— de una identidad visual representan una minoría con respecto a los elementos no variables. En otras palabras, hay un equilibrio entre la diversidad y la coherencia, teniendo más fuerza la coherencia. Esto tiene sentido porque una de las funciones principales de la identidad visual es el reconocimiento.

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

La automatización completa no es funcional. Una marca sostenible necesita definir espacios para D.E. con el fin de atender las necesidades de comunicación imprevistas o muy específicas. Una campaña, por ejemplo, requiere sensibilidad en el uso de los tiempos, tener en cuenta el contexto y pensar en el receptor, y esto proviene a menudo de la intuición.

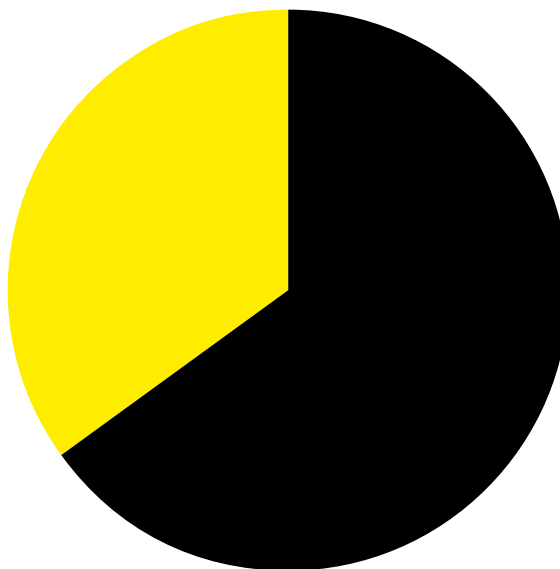


Fig. 18: fuente propia elaborada en la investigación

Negro, casos que utilizan "datos externos"
Amarillo, casos que no utilizan "datos externos"

¿Qué proyectos utilizan D.E.? 65 casos de 99 utilizan una fuente externa de datos (D.E.).

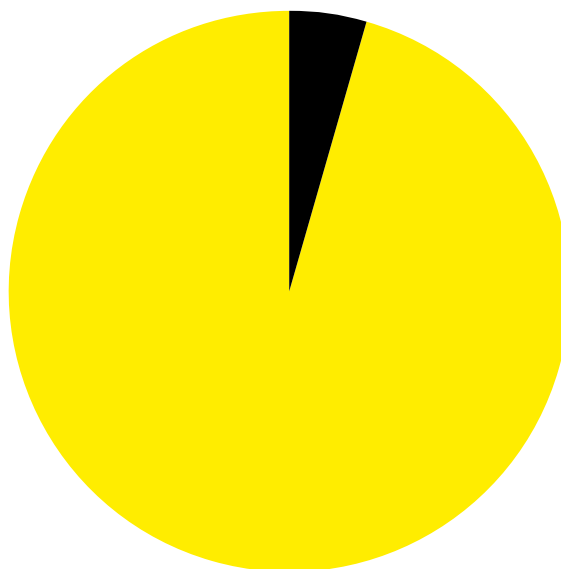


Fig. 19: fuente propia elaborada en la investigación

Negro, automatización, casos que usan código de programación para alimentar su sistema con "datos externos".

Amarillo, casos que usan la interacción humana como "datos externos".

¿Qué tipo de D.E. se utilizan? Hay dos tipos de D.E., el ser humano que alimenta el sistema con datos — imágenes o texto — y el programa que alimenta el sistema con datos de una fuente predefinida. Ambos casos son clasificados por Felsing (2010) como *Interaction: Control Factors / Transfer / Open Forum* y por van Nes (2012) como *Generative* y *Customize*.

De los casos —65 de 99— que utilizan una fuente externa de datos, sólo 3 de los 65 alimentan sus sistemas visuales de forma automática con datos externos.

Este investigador supone que las posibles causas para esta distribución tan desigual podrían ser:

- No muchos diseñadores gráficos saben cómo escribir código de programación.
- La automatización es demasiado inflexible.
- La empresa necesita mostrar imágenes que no pueden ser reproducidas por el sistema visual. Las imágenes que la compañía muestra se convierten desde ese momento en parte de su identidad visual y tienen que coexistir con o integrarse en el sistema visual. Ejemplo, un museo que debe promocionar imágenes de una nueva exposición o una empresa que tiene que hacer una campaña a favor de un nuevo producto.

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

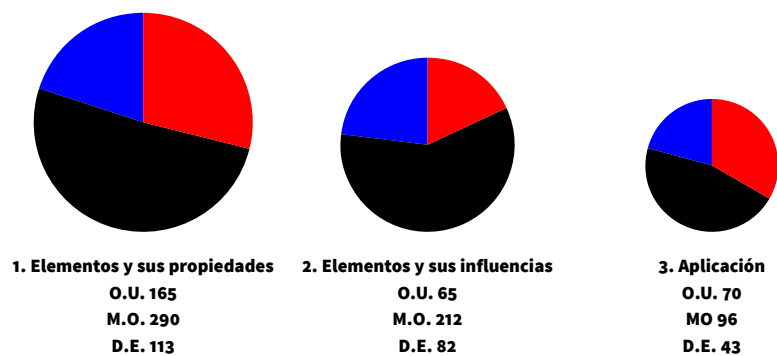


Fig. 20: fuente propia elaborada en la investigación
(Perspectiva se obvia puesto que no arroja datos significativos.)

“opción única” (ROJO)
“múltiples opciones” (VERDE)
“datos externos” (AZUL).

Una de las aportaciones del modelo es la división de los componentes del sistema en “elementos y sus propiedades” y “elementos y sus influencias”, “aplicación” y “perspectiva” —debido a la escasez de proyectos que utilizan la tercer dimensión, los datos de esta categoría no se han visualizado.

A lo largo del proceso de tratar de encontrar una manera de cómo describir los componentes de un sistema visual, la descripción detallada del proceso de trabajo de un diseñador gráfico parecía ser una fuente interesante, en especialmente los programas informáticos con los que el diseñador gráfico trabaja en la actualidad, ya que tienen procesos y términos predefinidos. En Photoshop, por ejemplo, uno tiene la barra de herramientas que le permite a uno elegir entre diferentes herramientas de dibujo, como por ejemplo bolígrafos o pinceles, pero también cuadrados o círculos. En la misma barra de herramientas se puede elegir el color del relleno y del contorno. La barra de herramientas se usa, por así decirlo, para definir los elementos y sus propiedades.

No muy lejos de la barra de herramientas, en la barra de menú superior, están los filtros. Los filtros modifican la apariencia de los elementos. Ellos los hacen borrosos, cambian su color, los distorsionan, etc. Hay docenas de opciones de cómo modificar un elemento, pero todos hacen algo con el elemento original, necesitan de un “objeto” al que aplicar las distintas opciones. En Illustrator, incluso si una modificación / filtro ha sido elegido, el elemento original no se pierde y convive con su modificación hasta uno

decide aplicar ésta. Hay una clara distinción entre el elemento y sus propiedades y su modificación que se pueden aplicar a éste.

¿Por qué tiene sentido distinguir entre “elementos y sus propiedades” y “elementos y sus influencias”?

Imaginemos un cuadrado, un círculo y un triángulo. El color no ha sido elegido todavía. Uno ahora tiene la opción de aplicar un color específico a un objeto específico, o tratar el color como una variable que podría ser cambiada en cualquier momento del proceso de aplicación. La idea de la “variable” es esencial para las identidades visuales flexibles. A menudo es la fuente de flexibilidad o dinamismo.

Si nos fijamos en la distribución de “opción única” (rojo), “múltiples opciones” (verde) y “datos externos” (azul) separados por secciones podemos ver que la primera sección se marco el mayor número de veces: Esto significa que la primera fase a menudo define los sistemas visuales mientras que la última fase, la aplicación del sistema visual, a menudo se descuida cuando se diseña un sistema de identidad. El análisis prueba este supuesto.

El mayor porcentaje de las constantes (O.U.) se puede encontrar en la primera y última fase.

El mayor porcentaje de múltiples opciones de diseño (M.O.) que crean diversidad visual, se pueden encontrar en la segunda fase.

El influjo de datos externos (D.E.) se puede encontrar en las tres secciones.

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

Estas tablas ayudan a tener un conocimiento específico y detallado de qué elementos de diseño son los más usados.

La primera tabla muestra las opciones únicas (O.U.) más populares, o sea, las constantes más utilizadas en las identidades visuales flexibles. (N.M. significa “no marcado”).

	O.U.	O.M.	D.E.	N.M.
Regular [Plano]	51	0	0	48
Tamaño [Plano]	45	17	13	24
Regular [Tipografía]	41	0	0	58
Tamaño [Tipografía]	40	10	9	40
Orientación [Plano]	38	7	2	52
Orientación [Tipografía]	32	3	2	62

Simplemente eligiendo los seis primeros resultados podemos apreciar que una posición regular y una orientación no cambiante de una tipografía o plano, son las constantes más populares en un sistema visual.

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

Esta tabla refleja la popularidad de las múltiples opciones, un conjunto de variaciones predefinidas.

	O.U.	M.O.	D.E.	N.M.
Color [Plano]	47	11	16	25
Color [Tipografía]	27	22	5	45

Un conjunto de colores predefinidos aplicados a un plano o una tipografía es un elemento utilizado con frecuencia en una identidad visual flexible.

	O.U.	M.O.	D.E.	N.M.
Forma [Plano]	22	18	10	49

Un conjunto de formas (o planos) con diferentes apariencias se ve con frecuencia en un sistema visual.

	O.U.	M.O.	D.E.	N.M.
Posición [Plano]	19	7	14	59

La permutación de estos elementos es una manera fácil de crear diversas imágenes.

	O.U.	M.O.	D.E.	N.M.
Tamaño [Plano]	17	45	13	24

... y el cambio de tamaño de las formas también.

Los cinco elementos —línea, plano, volumen, tipografía y logo— de diseño más utilizados se encuentran a menudo en combinación entre ellos en las identidades visuales flexibles.

(Consultar tabla correspondiente en el anexo: Resultados).

La tercera tabla describe los elementos que utilizan datos externos.

	O.U.	M. O.	D.E.	N.M.
Imagen [Plano]	1	5	32	61

Es lógico que la imagen en un plano, procedente de una fuente externa, sea el elemento más popular. Por ejemplo en un museo que tiene que anunciar cada tres meses una nueva exposición; las imágenes provienen con frecuencia de los artistas y no de la propia identidad visual.

	O.U.	M. O.	D.E.	N.M.
Color [Plano]	11	47	16	25
Irregular [Plano]	0	7	16	76
Posición [Tipografía]	20	14	14	51
Posición [Plano]	7	19	14	59
Tamaño [Plano]	45	17	13	24
Forma [Plano]	18	22	10	49

9.1. Terminología utilizada en la descripción de proyectos de las respectivas agencias o estudios de diseño.	232
9.2. Terminología existente	236
9.2.1. <i>Generative identity</i>	238
9.2.3. <i>Responsive identity</i>	239
9.2.4. <i>Open brand identity</i>	241
9.2.5. <i>Organic identity</i>	241
9.2.6. <i>Reactive identity</i>	242
9.2.7. <i>Holistic identity</i>	242
9.2.8. <i>Living identity</i>	243
9.2.9. Modular identity	244
9.2.10. <i>Dynamic identity</i>	244
9.2.11. <i>Liquid / fluid brand</i>	246
9.3. Término integrador para las distintas identidades flexibles: identidades dinámicas	247
9.3. Mapa de terminología.....	248
9.4. Componentes de la identidad visual.....	249
9.5. Propuesta de clasificación tipológica basada en la morfología	251
9.6.1. TIPO 1	254
9.6.2. TIPO 2	255
9.6.3. TIPO 3	257
9.6.4. TIPO 4	258
9.6.5. TIPO 5	259
9.6.6. TIPO 6	260
9.6.7. TIPO 7	262
9.6.8. TIPO 8	263
9.6.9. TIPO 9	264
9.6.10. TIPO 10	265
9.6.11. TIPO 11	266
9.6.12. TIPO 12	267

9.1. Terminología utilizada en la descripción de proyectos de las respectivas agencias o estudios de diseño.

A continuación se destacan en verde los términos usados por cada diseñador o estudio para describir los proyectos de IVF ya mencionados.

2000 A.C.	2001 A.C.	2002 A.C.	2003 A.C.	2004 A.C.	2005 A.C.
Visual Identity 2000, Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe, Mevis en Van Deursen	2001, Federal Building Department of Zürich, Prill & Viececi	2002, Norm: The Things, Dimitri Bruni, Manuel Krebs	2003, Lakeside Science & Technology Park, Büro für konkrete Gestaltung	2004, Brooklyn Museum, 2x4	2005, Ffm Lounge, Martin Lorenz (egh)
identité visuelle 2000-2004, Cité Internationale Universitaire de Paris, Intégral Ruedi Baur et associés	2001, Simian „Chemistry is what we are“, Big Active	2002-2007, Museum Boijmans van Beuningen Rotterdam, Mevis en Van Deursen	2003, Kunsthau Graz, Lichtwitz	2004, Visual Identity Lesley Moore, Lesley Moore	2005, Cinémathèque française, Intégral Ruedi Baur et associés
2000, Krankenschwesternvereinigung Lindenhof, Klauser Weibel Design	2001-2002, Dirty Vegas, Big Active	2002, Poetry on the Road, Jung und Pfeffer	2003, Flughafen Köln-Bonn, Intégral Ruedi Baur et associés	2004-2005, Athlete Tourist, Big Active	2005, Champalimaud Foundation, Studio Dumbar
2000, Bananen & Film, Elektromog	2001, Basement Jaxx, Big Active	huisstijl, beeldmerk 2002, Ministerie van Algemene Zaken, Studio Dumbar	2003, A Typeface for Twin Cities, LettError	2004-2006, La Comédie de Clermont-Ferrand, Antoine + Manuel	2005, SSH Utrecht, Studio Dumbar
2000, Bildbesprechung, Norm	2001-2003, Theater Improphil, Erich Brechbühl (Mixer)	logo, beeldmerk, 2002, Gemeente Leidschendam-Voorburg, Total Identity	huisstijl, logo, woordmerk, beeldmerk, 2003, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Koeweiden Postma	2004-2005, Maxim Gorki Theater, milchhof: atelier	2005, Haus der Wissenschaft, Jung und Pfeffer
	2001-2004, Archis, Maureen Mooren, Daniel van der Velden	logo, huisstijl, huijstijllogo, 2002, Gemeente Lelystad, Anthon Beeke	huisstijl, logo, cluster, 2003, Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, FHV/BBDO	2004-2005, Cross Magazine, Kasia Korczak / SLAVS	2005, Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst, 75B
	2001, Lego Font Creator, Blokes (Jürg Lehni, Urs Lehni, Rafael Koch)	huisstijl, visuele identiteit, identiteitskenmerken, dynamiek, logo, basislogo, 2002, Gemeente Middelburg, Koeweiden Postma	huisstijl, 2003, Gemeente Amsterdam, Eden Design / Thonik	2004, Springdance, Kummer & Herrman	2005, Effenaar, Fabrique
		Series 2002, Latent Space, Posters for NAI, Stout/Kramer	2003, TV Asahi, Tomato	2004, Soulwax, Trevor Jackson	2005, Vrede van Utrecht, Dietwee
		2002, Coldplay „A Rush Of Blood To The Head“, Blue Source	2003, Döll, Dietwee	2004-2006, Treader, Frauke Stegmann	2005, Peace of Mind Mercy, CoDesign
		2002-2003, Stawon, Richard Niessen	2003, Du741-David Bowie. Beruf: Popstar, Müller+Hess	2004-2005, Marta Carlyle, Non-Format	2005, Seed media group, Sagmeister
		2002, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2003, Posters Cultuur-Nacht The Generator, NLXL	2004, Sure Thing Productions, Value and Service	2005, Rau, Dietwee
		2002-2005, Tubelight, Stout/Kramer	2003-2004, Perdu, Richard Niessen	2004, NSV Nidwalden, Melk Imboden	2005-2006, Economist/Contemporary Art Society, Value and Service
		2002-2003, Good and Plenty, Bank, Blotto	2003, Staatsoper Hannover, >heutemorgen	2004, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2005, Springdance, Kummer & Herrman
		2002-2003, Pulchri Studio, Studio Dumbar	2003-2004, Kunsthalle Basel/ETH Studio Basel, The Remingtons	2004, The Forsythe Company, Surface	2005, Centre Culturel Suisse, Norm

2000 A.C.	2001 A.C.	2002 A.C.	2003 A.C.	2004 A.C.	2005 A.C.
		2002-2005, Collection Lambert en Avignon, Antoine + Manuel	2003, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2004, Tate ETC, Cornel Windlin, Laurenz Brunner	2005, Garbage, Big Active
				2004, Gerrit Rietveld Academie, Karen Willey	2005, Protocol „Rules Of Engagement“, Big Active
				2004, ARBM, Richard Niessen	2005-2006, Das Schiff, The Remingtons
				2004, SMCS, Experimental Jetset	Combinations, Versions, Colour Code 2005, Gerrit Rietveld Academie, Laurenz Brunner

2006 A.C.	2007 A.C.	2008 A.C.	2009 A.C.	2010 A.C.	2011 A.C.	2012 A.C.
Logo, Bringing Logo to life, 2006, C Broadcasting, Studio Dumbar	Visual Identity, Elementary Design Principle 2007, Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen, Intégral Ruedi Baur et associés	2008, „Heimat“, Stefan Adlich	Forward-thinking Brand Identity, Brand, 2009, Aol. wallpaper, Wolff Olins	Visual Identity, Logo, Logo Generator, 2010, Nordkyn, Neue	Visual Identity, Tool, Mixes Images, Generated Dynamic Visual Identity, 2011, House of Visual Culture, Edhv	Visual Identity, Patterns, Geometric Figures, Dynamic Identity 2012, Moscow Design Museum, Lava
Programme du communcation, langage visuel, 2006, Ile Seguin-Rives de Seine, Intégral Ruedi Baur et associés	langage visuel, combinaisons, système graphique, variations de motifs, motifs géométriques, typologie de motifs 2007, Aktau Marina Residential District, Kazakhstan, Intégral Ruedi Baur et associés	Graphic Identity, Geometric-based Mark, Logo, Transformation, System, Program of dynamic digital media, Pattern, 2008, Museum of Arts and Design, Pentagram	Identity, Experimental Identity, Generative Identity, 2009, FRAC Centre, Atelier Muesli	Identity, Symbol, 2010, Art Collection Fund, Base	Identity, Color Scheme, Holistic Identity, 2011, Nikolaj Kunsthal, Scandinavian Design Lab	Visual Identity, Logo System, Brand Strategy, Visual Identity Manual, Visual Language, Identity Concept, Dynamic Identity, Dynamic Logo, Dynamic Interaction, 2012, Odooproject, Hidden Characters
2006, International Red Cross and Red Crescent Movement,	Identity, Visual DNA, Combinations, 2007, IDTV identity, Lava	Identity, Corporate Identity, Cultural Identity, Content-based Identity, Language, System, Vocabulary, 2008, Stedelijk Museum Competition, Lust	Identity, Logo, 2009, Circus, Mind Design	Identity, Logo, Fluidity, Motion, Movement, Animated Mark, Evolving, Changing, Continuing Flow, Fluctuation, Configurations, 2010, Secca, Pentagram	Identity, Exhibition Identity, Visual Typeface, Logo, 2011, Traditional Chinese Architecture Exhibition, TGIF	Visual Identity System, Graphic Language, Brand Behaviour, Brand Character, UX, UI, System, Patterns, Iconography, 2012, CX, Moving Brands
gestaltungssystem, 2006, Frankfurter Kunstverein, ade hauser lacour	Identity, Single Logo, Multiple Logos, 2007, Marres, Maureen Mooren	Identity, Visual World 2008, Impakt Festival, Lava	Identity, Logo, Re-Branding, Dynamic Images, 2009, de Balie, Lava	Series, Movements, Experimental Machine, Tracking Software, Organic Identity, Reactive Identity, Pattern, 2010, Z33, Edhv	Corporate Identity, Flexible Pattern, 2011, Tivoli, & Co.	Visual Identity, Identity System, Generate, Custom Logo, Color Scheme, 2012, Pigmentpol
identité visuelle, Composition, combinée, logotype 2006-2008, Beaux-arts de Paris, Intégral Ruedi Baur et associés	Brand, Visual Expression, Tool, Identity System 2007, New Museum, NYC, Wolff Olins	Identity, Corporate Identity 2008, De Buitenwereld, Edhv	Identity, Symbol, 2009, Republique Theatre, Scandinavian DesignLab	Identity, Design Programme, Visual Landscape, Branding, Visual Identity, 2010, La Transat AG2R LA MONDIALE, Studio Dumbar	Icon, 2011, x was here, Vandejong and Fabrique	Visual Identity, Graphic Identity, Visual Rebranding, Logo, Identity, House Style, Graphic Brand, Open, Fluid, Element, Typographic Hallmark, Template System, Versality, 2012, Stedelijk Museum Competition, Mevis & Van Deursen

2006 A.C.	2007 A.C.	2008 A.C.	2009 A.C.	2010 A.C.	2011 A.C.	2012 A.C.
Automatic Generative System, Corporate Designs, Evolving Logo, 2006, Max Planck Institute, Michael Schmitz	Constantly Changing Logotype, Variety, Corporate Alterity, Variants, Generate the Logo, Framework, Logo 2007, The Brno House of Arts, 2011 Designers	Identity, 2008, De Treeswijkhoeve, Edhv	Graphic Design, Brand, Logo, Adapting, Visual Identity, 2009, Oerol, Dietwee	Visual Identity, System, 2010, Nam Pak Cultural Day, TGIF	Identity, Tool, Dynamic Identity, Generative, “Human Design” in contrast to code, Code, Generative and Intuitive, 2011, Baltan Laboratories, Eric de Haas and Jonathan Puckey	
Logo, Symbol, Visual Profile, Personalised Logo, 2006, Norwegian University of Life Sciences, Tangram Design	Comprehensive Identity, Logo, System 2007, Casa da Musica, Sagmeister	Identity, System, Modular, Mobile, Scalable, Open-Source Applications Scriptographer and Fontstruct, Symbols, 2008, Mobile Media Lab, FEED	Identity, Generative Software, Brand Identity, 2009, onedotzero, Wieden+Kennedy	Logo, Infinite Iterations, Unlimited Permutations, Static and dynamic approaches, Brand Expression, Creative Implementation, System, Brand Architecture, 2010, Design Academy Eindhoven, The Stone Twins	Logo, Versions, Sub-Logos, Identity System, Supporting Graphics, Icons, 2011, Hong Kong Heritage Theater and Education, TGIF	
Corporate Design, Corporate Identity, 2006, CAC Brétigny, Vier5	Generative Approach, 2007, Lovebytes, Universal Everything	Identity, Logo, 2008, Gumbo TV, Mind Design	Responsive Identity, Reactive System, Library of Graphics, 2009, Seconde Nature, Universal Everything	Visual Identity, Visual System, 2010, Helsinki Design Lab, TwoPoints.Net	Visual Identity, Logo Design, Combination, Logo, Visual System, Individual Logo, Animation, Software, 2011, MIT Media Lab, TheGreenEyl	
Identity, Vocabulary, 2006, Jan van Eyck Academy, Cobbenha-gen & Hendriksen	Identity, Dynamic Nature, Living Identity, Generating Infinite Variations 2007, Cafe King, Schoene Neue Kinder	Visual System, Visual Identity, 2008, Banjo Music, TwoPoints.Net	Identity, Logo, Logotype, 2009, Pantone Hotel, Base	Identity, 2010, New Prevention Technologies, COOEE	Identity, Visual Identity, Modular Frames, Logo, Living Library of Identities, Dynamic Identity, Modular Identity, 2011, OCAD University, Bruce Mau Design	
	Generative Identity Project, Bespoke Software System, Flow Patterns, Self-organising Patterns, 2007, Dokfest Lounge, Field	2008, Stedelijk Museum Competition, Mevis & Van Deursen	Identity, Diversity, Interaction, Flexible, Dynamic Identity, 2009, NHL, Koeweiden Postma	Identity Design, Overall Image, Graphic Element, Color Combinations, Diversity, 2010, Imagine 8, Blow	System, Brand Architecture, Brand Identity, Mark, Living Identity, Self-Generate, Global Semiotic Language, 2011, Wikipedia, Moving Brands	
	Brand, Brand Identity, 2007, New York City, Wolff Olins	2008, Stedelijk Museum Competition, Irma Boom	Identity, Open Brand Identity, Language, 2009, Clear Village, Lava	Logo, Variations 2010, VPRO, Thonik	Identity, Visual Identity, Versatile, Dynamic, Logo, Supplementary Visuals, Series, Templates, Basic Elements, Brand Portal, Diverse, 2011, Catalpa Child-care, Koeweiden Postma	
	Dynamic, Identity, 2007, Niconico Douga, Dwango	2008, Stedelijk Museum Competition, Pierre di Sciullo	Identity, Identity System, 2009, City of Melbourne, Landor Associates	Identity, Information Graphics, Evolutionary, 2010, Management for Design, Pidgeon	Visual Identity, Visual System, 2011, MAIO, TwoPoints.Net	

2006 A.C.	2007 A.C.	2008 A.C.	2009 A.C.	2010 A.C.	2011 A.C.	2012 A.C.
	Sistema de identidad visual, 2007, Get Up, Alexis Rom Estudio, Atelier Vostok	2008, Stedelijk Museum Competition, Atelier de Création Graphique	Corporate Identity Program, Corporate Identity, Form Language, House Style, Patterns, Image 2009, ExpatCenter, Fabrique & Silo	Identity, Complexity, Responsibility, Brand, Reatil Venture, Typographic Brand Identity, Visual Representation, Style, Aesthetics, Dynamic “Clock” Identity, Dependably and Flexibly, Code, Symbol, 2010, Dezeen watch store, zerofee	Living Identity, Brand, Visual Identity, Logo, 2011, OVG re/developers, Studio Dumbar	
	Identity, Graphic Program, More than a logo design project, Identity System, various combinations 2007, Saks Fifth Avenue, Pentagram		Identity, Logo Variations, Modular System 2009, Tess Management, Mind Design		Identity, Logo, Combination, Simple Shapes 2011, EDP, Sagmeister	
					Identity, Logo, Shape, Elements, Geometric Shapes, Cyclical System, Generates, 2011, Ziens-wijze, Restruct	
					Identity, Shape, Overall Design, 2011, Belmacz, Mind Design	
					Visualization, System, Generates, Graphic Representation, Identity, Series, 2011, Cinematics, Frederic Brodbeck	
					Logo, Series, Program, 2011, Esquire, Universal Everything	

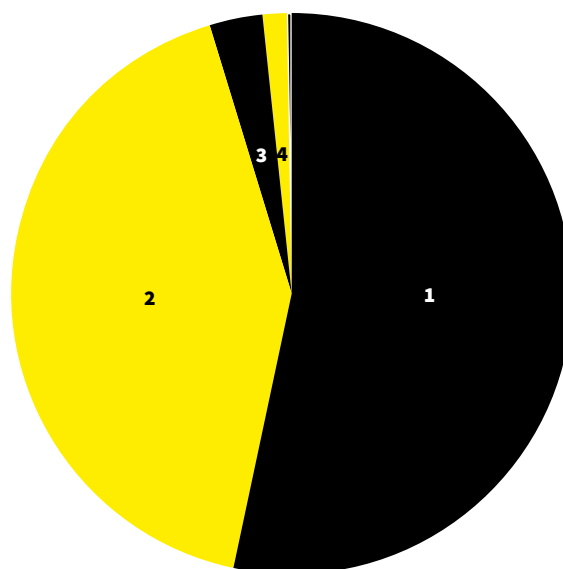
Tal y como muestra una evaluación de los libros y proyectos analizados, no existe una definición clara de cómo llamar a cada tipo de identidad visual, ni si llamarlo identidad visual o de otra manera.

En las descripciones de los proyectos encontrados desde el año 2000 hasta el 2012 se pueden encontrar con mayor frecuencia términos como *visual identity*, *graphic identity*, *brand identity*, *comprehensive identity*, *corporate identity*, *generative identity*, *content-based identity*, *responsive identity*, *open brand identity*, *organic identity*, *reactive identity*, *holistic identity*, *living identity*, *modular identity* y *dynamic identity* —ver tabla de la página anterior.

Los términos se han mantenido en inglés por fidelidad a la bibliografía y porque no es posible traducirlos todos al español y mantener su significado al mismo tiempo.

Algunos de esos términos significan más o menos lo mismo, como *visual identity*, *graphic identity*, *brand identity* y *corporate identity*.

En Erholff y Marshall (2008) encontramos cómo Jürgen Häusler, director ejecutivo de Interbrand Zintzmeyer & Lux describe la diferencia entre *corporate identity* y *brand identity*: “Otros sostienen, por el contrario, que la distinción conceptual entre *corporate identity* y *brand identity* se ha convertido cada vez en más ambigua, y que este último término ha hecho de facto obsoleto al anterior” —refiriéndose a *brand identity*.



1. Corporate Identity 14.400.000
2. Brand 11.300.000
3. Visual Identity 860.000
4. Graphic Identity 312.000
5. Comprehensive Identity 70.500

Una búsqueda en Google¹ muestra también que el término *corporate identity* se utiliza más a menudo que *brand identity*: “*corporate identity*” obtiene 14.400.000 resultados de búsqueda y “*brand identity*” tan sólo 1.300.000.

Es sorprendente ver que el término *brand* se ha utilizado sólo 17 veces —*identity* se ha utilizado 101 veces— en los proyectos analizados y que los términos de *liquid brand* o *fluid brand* no aparecen en absoluto. Una búsqueda en Google —el 04/03/2015— obtuvo 115.000 resultados de búsqueda para “*liquid brand*” y 37.000 resultados de búsqueda para “*fluid brand*”.

Otros términos, como *generative identity*, *content-based identity*, *responsive identity*, *open brand identity*, *organic identity*, *reactive identity*, *holistic identity*, *living identity*, *modular identity* and *dynamic identity*, parecen describir un determinado tipo de identidad visual.²

Pero las preguntas siguen ahí. ¿Es realmente *dynamic identity* el término más adecuado? Si es así ¿se aplica a todas las identidades flexibles? ¿Existen diferentes tipos de identidades flexibles que requieran de diferentes descripciones?

A continuación se revisan algunos de los términos —los más utilizados, teniendo en cuenta que muchos significan lo mismo en sus respectivos idiomas— que se encuentran en las descripciones de los proyectos analizados en las páginas anteriores y se propone una definición integradora de los mismos. En esta definición integradora el término se traduce al castellano.

Los términos que se encuentran con mayor frecuencia en las descripciones de los proyectos que describen identidades visuales son:

Visual identity
Graphic identity
Brand identity
Comprehensive identity
Corporate identity

Términos que describen un determinado tipo de identidad visual:

¹ 4.3.2015

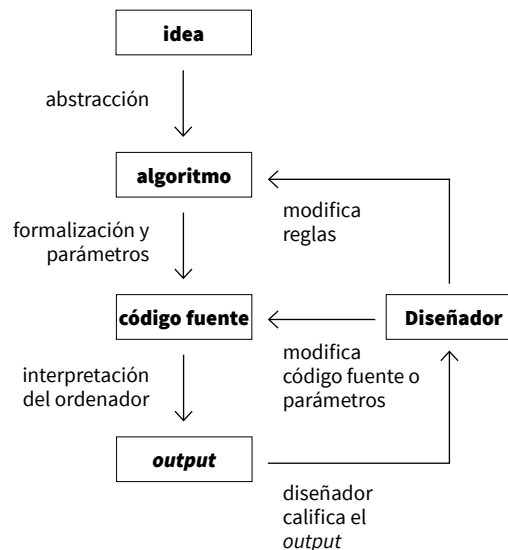
Al realizar la búsqueda los términos se pusieron entre corchetes para que se buscaran como un sólo término y no como varios que aparecían en una misma página.

² Se prefiere el término identidad visual porque abarca cualquier tipo de lenguaje visual y cualquier tipo de sujeto: puede ser una corporación, institución, organización, evento o producto.

generativo, va. (Del lat. *generātus*, generado, e -ivo).
1. adj. Dicho de una cosa: Que tiene virtud de engendrar.

El término *generative identity* deriva del término *generative design*, que es, según wikipedia “[...] un método de diseño en el que la salida —imagen, sonido, modelos arquitectónicos, animación— es generado por un conjunto de reglas o un algoritmo, normalmente mediante el uso de un programa informático.”

Pero el hecho de que los ordenadores están a menudo involucrados, no significa necesariamente que el diseño tenga que ser ejecutado por un ordenador. Puusepp (2013) expone: “Diseño generativo a menudo se utiliza erróneamente para describir los procesos de diseño que impliquen cualquier tipo de programación de la computadora o de *scripting* (codificación). ... Creo que la parte más importante y sobresaliente que hace de un modelo computacional generativo es el bucle de retroalimentación.”



Bohnacker, H, Laub, J, Gross, B, Lazzeroni, C 2009, *Generative Gestaltung*, www.generative-gestaltung.de

En Bohnacker et al. (2009) encontramos un diagrama que explica el proceso y su bucle de retroalimentación.

Aplicado al diseño gráfico o más concretamente, a una identidad visual, se utiliza el término de diseño generativo o identidad generativa cuando se están utilizando datos externos para influir en el proceso de diseño. En el capítulo *Generative* de van Nes (2012), la mayoría de los proyectos destacados usan código de programación, casi siempre Processing, pero uno de los proyectos hace crecer una planta real.

Van Nes (2012) escribe:

La apertura de al menos uno de los elementos de la identidad da a la marca un carácter vivo. Dejar que la

identidad esté influenciada por datos externos —clima, mercado de valores, noticias, *tweets*, número de visitantes, el estado de un proyecto, nada en concreto— la sitúa en tiempo real. La identidad puede reflejar el mundo está viviendo, y adaptarse en respuesta a su entrada de datos.

Propuesta de definición integradora:

Una identidad generativa es una identidad visual que evoluciona. La evolución se acciona por un bucle de retroalimentación que modifica la identidad visual existente. Las modificaciones se pueden realizar por la influencia de una fuente externa o un diseñador. Si se automatiza la modificación este investigador cree que ya no se trataría de una identidad generativa, sino de una identidad autopoiética, teniendo la particularidad de que en ésta última el sistema está cerrado, mientras que en la generativa lo está abierto.

Propuesta propia de definición de género:

Un identidad autopoiética es, por lo tanto, una identidad visual no intervenida; capaz de reproducirse y mantenerse a sí misma.

9.2.2. *Content-based identity*

El término *content-based identity* aparece en la descripción de la propuesta del estudio Lust para la nueva identidad visual del Stedelijk Museum en 2008 en van Nes (2012). El proyecto se presentó en el capítulo *Formula*. Irene van Nes describe este capítulo de la siguiente manera: “En lugar de dejar que los ingredientes sean el núcleo de la identidad, también se podría dejar que el sistema sea la constante, bien sea éste una retícula o un conjunto de reglas, forma un lenguaje, un fórmula, que lo aúna todo.”

Propuesta de definición integradora:

Una identidad basada en el contenido es una identidad visual flexible que se convierte en tal a través de la visualización del contenido siempre cambiante y cuya coherencia viene de un sistema visual claramente definido.

9.2.3. *Responsive identity*

responsivo, va.

1. adj. Perteneciente o relativo a la respuesta.

Al igual que el término *generative identity* deriva de *generative design*, *responsive identity* deriva de *responsive design* y más exactamente del *responsive web design*.

Como Pettit (2012) afirma, “es difícil hablar de responsive design sin mencionar a su creador, Ethan Marcotte.” Marcotte (2010) escribe sobre los orígenes y fundamentos del *responsive web design*:

Recientemente, una disciplina emergente llamada *responsive architecture* ha comenzado a plantear cómo los espacios físicos pueden responder a la presencia de la gente que pasa por ellos. A través de una combinación de robótica incrustada y materiales de tracción, los arquitectos están experimentando con instalaciones de arte y estructuras de la pared que se doblan, flexionan, y se expanden a medida que las multitudes se les acercan. Los sensores de movimiento se puede combinar con sistemas de control climático para ajustar la temperatura ambiente y la iluminación de una habitación, a medida que se llena de gente. Las empresas ya producen tecnología de “vidrio inteligente” que puede convertirse automáticamente opaco cuando los ocupantes de una habitación alcanzan un umbral de densidad determinada, dándoles una capa adicional de privacidad.

En su libro *Interactive Architecture*, Michael Fox y Miles Kemp describen este enfoque más adaptable como “un sistema de circuito múltiple en el que se entra en una conversación; un intercambio continuo y constructivo de información”, el énfasis es mío ya que creo que es una distinción sutil pero poderosa: en lugar de crear espacios inmutables, invariables que definen una experiencia particular, sugieren que habitantes y estructura pueden —y deben— influenciarse mutuamente.

Esta es nuestra manera de avanzar. En lugar de adaptar los diseños desconectados a cada uno de un número cada vez mayor de dispositivos web, podemos tratarlos como facetas de una misma experiencia. Podemos diseñar para una experiencia visual óptima, incrustar estándares basados tecnológicamente en nuestros diseños para que sean no sólo más flexibles, sino más adaptables a los medios que las hacen. En resumen, tenemos que practicar el diseño web *responsive*.

Cuando habla de “diseños desconectados” Marcotte se refiere a diferentes diseños, que no están integrados para funcionar distintas interfaces, como el *móvil-site* y el “escritorio web”.

A pesar de que los orígenes de la idea de la *responsiveness* está basada en el contenido, y el diseño *responsive* no sólo cambia el tamaño y reorganiza el contenido, sino que también lo selecciona, su uso es más bien formal y relacionado con el formato.

Una *responsive identity* en el contexto del *responsive web design* es una identidad visual que es flexible en la adecuación o como Marcotte afirma “adaptativa a los medios de comunicación que la crean”.

En el modelo de análisis propuesto la aplicación en los medios de comunicación está representada en la última fase, la sección D. Ver capítulo 8: Propuesta de modelo para el análisis cuantitativo.

Propuesta de definición integradora:

Una identidad responsiva es una identidad visual que responde a los medios de comunicación en los que se exhibe. Aparte de una adecuación formal a diferentes formatos y tamaños, selecciona la información que se muestra y, por tanto, responde a las limitaciones de los medios de comunicación y a las necesidades del receptor.

9.2.4. *Open brand identity*

abierto, ta. (Del part. irreg. de abrir; lat. apērtus).
11. f. Col. y Nic. abertura (|| acción de abrir).

El término *open brand identity* aparece en la descripción del proyecto Clear Village de 2009 realizado por Lava.

Ellos escriben: “Clear Village Foundation pidió a Lava diseñar una identidad que no sólo le diera un rostro a este proyecto innovador, sino que también se convirtiera en una parte integral de su forma de trabajo colaborativa. Lava desarrolló una ‘identidad de marca abierta’ que visualiza las temáticas y forma de trabajar de Clear Village. Con este lenguaje, se facilitan las sesiones creativas internas, y las comunicaciones externas dan forma a la marca Clear Village. La identidad se construye para crecer conjuntamente con la aldea del futuro.”

Lava desarrolló un sistema de retícula para las diferentes aplicaciones y probablemente también para los iconos. Hay un conjunto básico de iconos que por combinación expresan diferentes significados. La identidad visual se convierte en abierta debido a la posibilidad de añadir nuevos iconos a la identidad visual.

Propuesta de definición integradora:

El término identidad de marca abierta en el sentido de la definición de Lava es una identidad visual donde las posibilidades del sistema visual todavía no están completamente exploradas.

9.2.5. *Organic identity*

orgánico, ca. (Del lat. organicus).
2. adj. Que tiene armonía y consonancia.

El término *organic identity* aparece en la descripción del proyecto de De Buiten Wereld por Edhv, en el cual las plantas crecen del logotipo. Edhv sólo utiliza el término una vez en su web, *dynamic identity* y *branding* utiliza mucho más, pero van Nes (2012) considera el término descriptivo para el trabajo de Edhv porque

el estudio tiene varios proyectos que incluyen organismos vivos como fuente que influye el resultado visual de un proyecto — otros proyectos suyos similares son Z33 y Bits 'n Pieces.

El término aparece en el capítulo *Generative* en el libro de van Nes (2012), se podría, por tanto, considerar una subdefinición de *generative identities*.

Propuesta de definición integradora:

La identidad orgánica según la definición de van Nes (2012) es una identidad visual que está influenciada por la naturaleza. No se propone una nueva definición porque en opinión de este investigador el término no conduce a una definición útil:

Una empresa, organización, institución, evento o producto puede crecer “orgánicamente”, pero la identidad y la identidad visual siempre están desarrolladas artificialmente. Son el resultado de una decisión estratégica y conceptual. Pueden contener elementos orgánicos, pero eso no es más que un aspecto formal.

9.2.6. *Reactive identity*

reactivo, va.

1. adj. Que produce reacción. U. m. c. s. m.

Irene van Nes utiliza el término *reactive identity* en el contexto del proyecto Z33 de Edhv. Unos insectos son seguidos por un *software* cuando se mueven en un espacio predefinido. El recorrido de éstos se hace visible en forma de un dibujo en dos o incluso tres dimensiones.

Este investigador asume que el término *reactive identity* describe una identidad visual que se genera por una reacción. El término aparece en el capítulo *Generative* en van Nes (2012), se podría, por tanto, considerar una subdefinición de *generative identities*.

Propuesta de definición integradora:

Una identidad reactiva reacciona a una fuente externa y cambia como consecuencia a esta.

9.2.7. *Holistic identity*

holismo. (De holo- e -ismo).

1. m. Fil. Doctrina que propugna la concepción de cada realidad como un todo distinto de la suma de las partes que lo componen.

El término *holistic identity* aparece en la descripción del proyecto Nikolaj Kunsthal (Nikolaj Contemporary Art Center) en la página web de sus diseñadores, Scandinavian Design Lab.

La estricta combinación de colores de la identidad corporativa del centro de arte (oro, blanco y negro) garan-

tiza el reconocimiento, y permite destacar a los carteles/material de exposiciones individuales, mientras que al mismo tiempo expresa la visión del centro de arte. Esto significa que cada nueva exposición, no importa cuán diferente de la anterior, se convierte en una parte de esta, y fortalece la identidad holística de Nikolaj.

Sinceramente, este doctorando desconoce por qué el proyecto Nikolaj Kunsthall (Nikolaj Centro de Arte Contemporáneo) debe ser descrito como holístico. El holismo es la idea de que los sistemas naturales — físico, biológico, químico, social, económico, mental, lingüístico, etc.— y sus propiedades deben ser vistos como un todo, no como colecciones de piezas. Esto incluye a menudo la opinión de que la función de los sistemas como un todo y que su funcionamiento no se puede entender plenamente sólo en términos de sus componentes. El proyecto realizado por Scandinavian Design Lab da frases —que describen o no describen la identidad del Nikolaj Kunsthall— que tienen un lugar destacado en la identidad visual. Este investigador supone que la intención de la Scandinavian Design Lab fue que una sola frase no describiera la identidad, pero que el conjunto de todas lo hiciera. El término, por tanto, no pertenece al mismo grupo que los otros términos mencionados anteriormente ya que *holistic identity* no alude a la parte formal del proyecto, sino a la identidad institucional.

El término *holistic identity* podría aplicarse formalmente a las identidades visuales que sólo tienen sentido cuando se les ve como un todo, como un puzzle. Pero entonces se podría argumentar que el reconocimiento de marca podría estar en riesgo y ser parcial, y podría tener lugar comunicación engañosa.

Propuesta de definición integradora:

Una identidad holística es una identidad visual que tiene que ser percibida como un todo y no como un conjunto de partes.

9.2.8. *Living identity*

vivo, va. (Del lat. *vivus*).

1. adj. Que tiene vida. Apl. a pers., u. t. c. s. Los vivos y los muertos.

Van Nes (2012) escribe en la contraportada de su libro: “Hace cincuenta años, una marca era sólo una única marca que la hacía reconocible y la distinguía de la competencia. Ahora una marca se ha convertido en una plataforma, un lugar de intercambio, una experiencia que despierta un vínculo emocional. Las marcas necesitan adaptarse constantemente a su entorno que cambia rápidamente con el fin de sobrevivir. Se convierten en organismos vivos”.

Este investigador pone en cuestión la corrección de llamar a una identidad visual organismo vivo, ya que toma prestada esa vida de la empresa, institución, organización, evento o producto. Los organismos vivos sugieren una vida por sí mismos, pero en lugar de

tener una vida por sí mismas estas marcas poseen un vocabulario utilizado internamente y externamente para comunicarse, o como van Nes (2012) dice “una plataforma, un lugar de intercambio”.

Propuesta de definición integradora:

Una identidad viva es una identidad visual que se adapta constantemente a su entorno cambiante.

9.2.9. Modular identity

modular

1. adj. Perteneciente o relativo al módulo.

El término *modular identity* describe un aspecto formal y metodológico de una identidad visual, que es su construcción a partir de módulos. Una identidad modular por lo general usa un sistema reticular para generar gráficos o tipografías (fuentes) y estructurar el espacio en el que se muestran.

Propuesta de definición integradora:

Una identidad modular es una identidad visual construida con módulos.

9.2.10. Dynamic identity

RAE:

dinámico, caa. (Del gr. δυναμικός, de δύναμις, fuerza).

1. adj. Perteneciente o relativo a la fuerza cuando produce movimiento.

Merriam Webster:

dynamic

adjective dy·nam·ic \dī-'na-mik

: always active or changing

: having or showing a lot of energy

: of or relating to energy, motion, or physical force

Origin of DYNAMIC

French *dynamique*,

from Greek *dynamikos* powerful,

from *dynamis* power,

from *dynasthai* to be able

Ulrike Felsing utiliza desde 2008 el término *dynamic identities*. Ella no se refiere a cualquier texto previamente escrito y no recuerda haber oído el término antes. Ella admite por correo electrónico (comunicación personal, 11 de marzo de 2015; consultar anexo: Comunicaciones personales) que la palabra *dynamic* no es realmente importante y que “los términos de variables, de proceso orientado, de (identidad) sistemática, que describa el contenido, y tal vez incluso (identidad) democrática, serían más descriptivos”.

En el correo electrónico (comunicación personal, 7 de marzo de 2015; consultar anexo: Comunicaciones personales) enviado por Irene van Nes escribe que ella utiliza el término desde que visitó un taller de la escuela de verano del estudio Lava en agosto

de 2011. “El término identidades dinámicas creo que lo oigo por primera vez de Lava, donde hice un curso de verano. Aunque sabía de el fenómeno yo nunca le había dado un nombre definido, identidades flexibles o sistemas flexibles de un mundo de marca... Cuando supe del término de identidades dinámicas, me quedé con él y ya nunca las he llamado de otra manera.” En una pregunta (comunicación personal, 9 de marzo de 2015; ver anexo: Comunicaciones digitales) al fundador de Lava, Hans Wolbers, acerca de los orígenes del término *dynamic identities*, este respondió: “En realidad se nos ocurrió la palabra a nosotros mismos...”

El adjetivo dinámico describe algo que siempre está cambiando o activo. Parece como si en una fase de transición *dynamic identity* parecería ser el término correcto para describir lo opuesto de la identidad basada en el logotipo estático. Dinámica como sustantivo describe una fuerza que estimula el cambio o progreso dentro de un sistema o proceso —ejemplo: la evaluación es parte de la dinámica básica del proyecto.

Como ya hemos visto, Lava, que afirma haber inventado el término *dynamic identity*, explica en su página web³ que las organizaciones son entidades dinámicas y por lo tanto Lava diseña *dynamic identities*:

Las identidades visuales no son estáticas. Una identidad (visual) no se termina en un manual bonito que define sus reglas. Las organizaciones están constantemente en movimiento, se desarrollan e innovan sus servicios y productos. Son entidades dinámicas. Por eso diseñamos identidades dinámicas, identidades que puedan crecer con la organización. La aplicación (de la identidad dinámica) es flexible, viva y representa siempre el contenido y el ADN de la organización.

¿Pero no han sido las organizaciones y empresas siempre dinámicas? ¿Por qué no las identidades visuales? ¿Qué ha llevado al cambio si no un cambio de la dinámica empresarial? ¿Y es correcto llamar a la identidad visual de una organización dinámica también dinámica si el dinamismo proviene de la organización y no de la identidad?

Propuesta de definición integradora:

Una identidad dinámica es una identidad visual en cambio constante, incluso puede ser una fuerza que estimula ese cambio o progreso.

Benedi (2010) escribe:

Una sociedad que, como define el sociólogo Zygmunt Bauman, ha pasado de ser una “sociedad moderna sólida”, a una “sociedad posmoderna líquida” en la que la inmediatez, la poca implicación en proyectos a largo plazo, la rápida pérdida de valor, y la desechabilidad son algunas de sus características más importantes. Con el concepto de “líquida”, Bauman atribuye las características de fluidez, dinamismo, adaptabilidad, y rapidez de los fluidos al comportamiento de la sociedad actual. Partiendo de esta premisa considero interesante postular, y con ello abrir el debate, acerca de cómo ha de adaptarse la marca a este nuevo entorno líquido, ya que el concepto de marca sólida, rocosa e inamovible de antaño, resulta a día de hoy obsoleta.

Es más una suposición que un hecho probado afirmar que el término *brand* se utiliza principalmente por parte de las grandes agencias, que están influenciadas por las teorías y el vocabulario del marketing. Como ejemplo tenemos el artículo⁴ de José Martínez Salmerón, director ejecutivo de Ogilvy Washington, una agencia de publicidad que también hace *branding*. Salmerón menciona términos como *brand identity*, *brand consistency*, *brand fluidity*, *fluid brand identity* y *adaptive brand*.

De acuerdo con Benedi (2010) una identidad líquida es consecuencia de una sociedad dinámica —él utiliza ambos términos indistintamente—. Según él, sólo una identidad dinámica puede funcionar en una sociedad dinámica y, por tanto, la “identidad sólida” ha quedado obsoleta. Al igual que *liquid identity*, el término *fluid identity* trata de tomar la posición contraria a una identidad estática o sólida, pero siguen existiendo las mismas preguntas. ¿Qué tipo de flexibilidad tiene sentido? ¿Es el estado líquido de una identidad visual capaz de permanecer reconocible? ¿Dónde están los elementos identificables; las constantes del sistema de identidad que toda identidad visual necesita? Si la “identidad líquida” es una reacción a una “sociedad líquida” ¿no tendría entonces más sentido llamar a la identidad *reactive* o *responsive* pues se convierte en líquida cuando el usuario y los destinatarios son líquidos?

Propuesta de definición integradora:

Una identidad líquida o fluida es una identidad visual en constante cambio.

El autor de esta investigación opta por utilizar identidad dinámica como término que engloba a todas las identidades visuales flexibles. En un primer momento se consideró el de identidad líquida, porque tenía como ventaja en comparación con identidad dinámica su raíz; Benedi (2010) implica que el término tiene sus orígenes la teoría de la modernidad líquida de Zygmunt Bauman.

Por otra parte, el término identidad dinámica, pese a no tener una raíz etimológica que explique tan clara y descriptivamente como la de identidad líquida de dónde viene y por qué está aquí es el término más utilizado para describir identidades visuales flexibles. De acuerdo con una búsqueda en Google —hecha en el 03 de abril de 2015— “identidad dinámica” fue encontrado 55.400 veces y “identidad líquida” sólo unas 10.700 veces. Tal vez el no estar asociado con una teoría específica es exactamente lo que hizo el término más exitoso. Otra razón para su éxito podría ser que los únicos dos libros existentes sobre el tema —conocidos por este investigador— se titulan “identidades dinámicas”.

El optar por identidad dinámica por ser el término más utilizado para describir una identidad visual flexible, implica que existe como contraparte: la identidad (visual) estática.

A continuación el volcado de datos de la búsqueda en Google de los términos que se encuentran en las descripciones de los proyectos de las identidades visuales flexibles presentadas —realizada el 03 de abril de 2015.

<i>Dynamic identitiy</i> 55400 resultados	<i>Organic identitiy</i> 6800 resultados
<i>Open brand identitiy</i> 29400 resultados	<i>Generative identitiy</i> 5750 resultados
<i>Living identitiy</i> 12800 resultados	<i>Reactive identitiy</i> 3980 resultados
<i>Liquid identitiy</i> 10700 resultados	<i>Content-based identitiy</i> 3880 resultados
<i>Modular identitiy</i> 10400 resultados	<i>Responsive identitiy</i> 1140 resultados
<i>Holistic identitiy</i> 7880 resultados	

Cada término describe una faceta diferente del sistema de identidad visual flexible. Sólo los términos generales describen toda la identidad visual. En el siguiente diagrama el autor organiza los términos existentes según su función en una identidad visual.

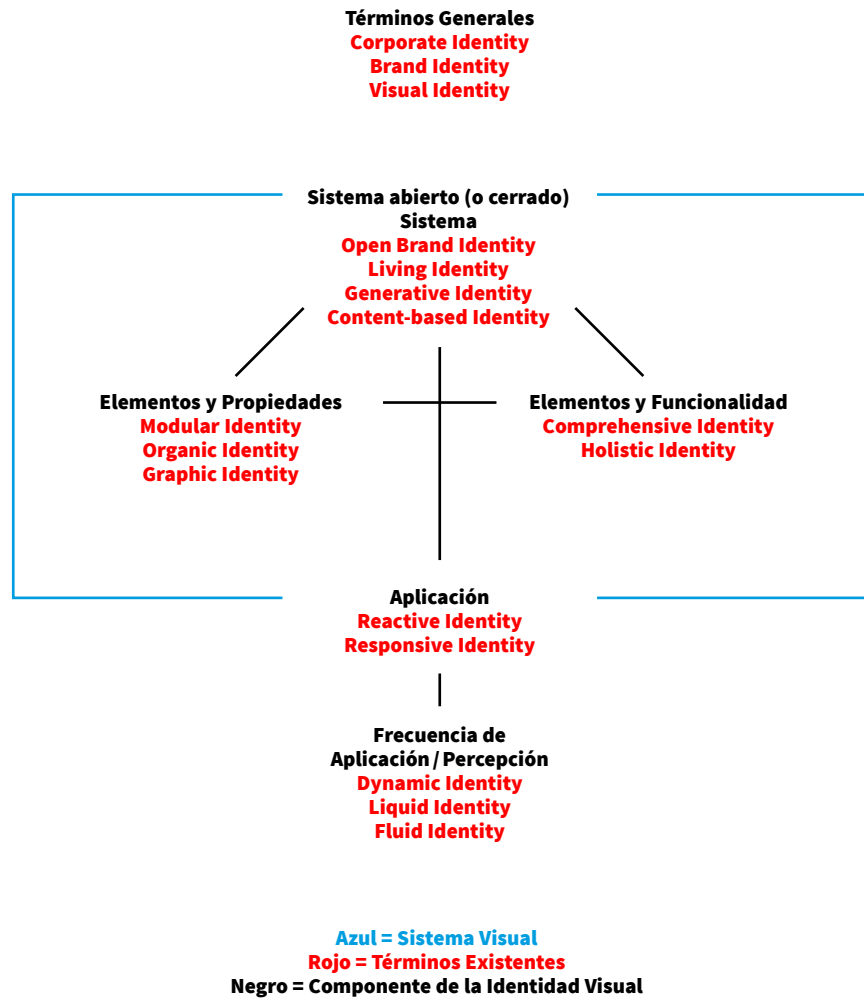


Fig. 21: fuente propia elaborada en la investigación

Este investigador prefiere utilizar el término identidad visual como término general. “Visual” abarca no sólo todas las formas visuales de expresión visual, tales como fotografía, tipografía y gráfica, sino también el texto escrito, ya que se percibe a través del sentido de la vista.

Dependiendo del caso específico se necesita una terminología subordinada. Un ejemplo: una corporación tiene varias marcas. La estrategia de la empresa es que las marcas tengan un enlace (visual) con su empresa, ya que comparten sus valores corporativos. En este caso se necesitan desarrollar varias identidades visuales, una identidad corporativa de la empresa y una identidad de marca para cada marca.

1. (Sistema) Abierto o cerrado — Hay diferentes tipos de sistemas visuales. Bertalanffy (1950) describe dos tipos: sistemas abiertos y sistemas cerrados. Los sistemas abiertos son sistemas que permiten interacciones entre sus elementos internos y el entorno. Un sistema abierto se define como un “sistema de intercambio de materia con su entorno que se mantiene en continua incorporación y eliminación de materia, constituyendo y demoliendo componentes”. Por ejemplo, los organismos vivos. Los sistemas cerrados, por otro lado, se considera que están aislados de su entorno. Por ejemplo, la termodinámica se aplica a sistemas cerrados. Una identidad visual también puede tener un sistema abierto o cerrado. Una identidad visual sistemática abierta para una empresa, institución, organización, evento o producto está influenciada por datos externos. La fuente externa puede ser un diseñador (bucle de retroalimentación manual) o un bucle de retroalimentación automatizado (programado) que modifica el sistema visual.
2. Elementos y sus propiedades — Una identidad visual puede ser definida por sus elementos y sus propiedades.
3. Elementos y sus influencias (bien entre ellos o bien por parte de un “filtro”: entendiéndose como tal una persona, una máquina de fotocopiar, un filtro de Photoshop, ect; algo que modifique al elemento de una manera determinada) — Una identidad visual se puede definir por sus elementos y las influencias de éstos, es decir, la manera cómo interactúan entre ellos o se transforman en otra cosa.
4. Aplicación — Una identidad visual puede ser responsiva cuando se aplica, lo que significa que puede ser selectiva con la información que se va a aplicar y cómo se va a aplicar. Puede también ser simplemente adaptado al tamaño del formato o dispositivo.
5. Frecuencia de aplicación o percepción — Una identidad visual puede tener una frecuencia alta o baja en las comunicaciones,

aplicaciones o percepciones. Un sistema de identidad visual dinámica produce con frecuencia aplicaciones —que son, a su vez, vistas con frecuencia— que tiene como resultado que el receptor —usuario, consumidor o cliente— percibe el sistema de identidad como algo dinámico. Estos sistemas de identidad se encuentran en su mayoría en los medios de comunicación que permiten la visualización de cambios de imágenes rápidos, tales como la televisión, el cine o internet. Una identidad visual estática rara vez cambia de imagen y se percibe como tal. Una identidad visual dinámica, por otro lado, cambia muy a menudo.

El siguiente diagrama es la propuesta del autor de una nueva tipología basada en la morfología. Siempre que un término existente se haya podido utilizar ha sido asimilado.

En los términos generales, se ha elegido el término identidad visual, siendo el más general de todos. Una identidad visual es el lenguaje visual integral de una empresa, institución, organización, evento o producto.

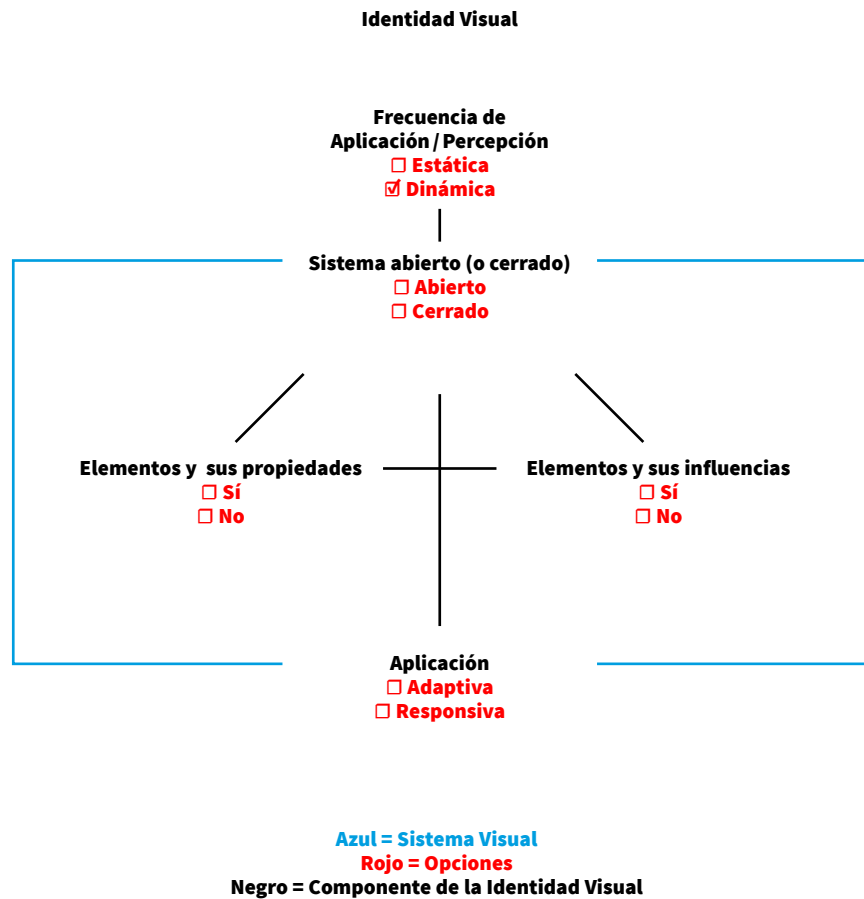


Fig. 22: fuente propia elaborada en la investigación

De la combinatoria anterior se deduce que hay 24 tipos de identidades visuales teóricamente posibles, pero no todos ellas son dinámicas. Esta investigación se centra en las identidades dinámicas, por consiguiente, el autor no tiene en cuenta los tipos que son identidades visuales estáticas. Una identidad visual puede estar diseñada para ser flexible, pero la aplicación podría no ser capaz de representar la flexibilidad o el destinatario no ser capaz de percibirla. Tomemos como ejemplo una pila de 20 membretes diferentes, de los cuales el usuario sólo utiliza tres de ellos o 20 carteles diferentes de los cuales en el vecindario sólo colgaron uno. Como ya hemos visto, la cantidad de tipos de identidades dinámicas posibles son 12 que el autor ejemplifica con casos reales en las páginas siguientes.

TIPO 1: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Aplicación Adaptativa

TIPO 2: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 3: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 4: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Aplicación Responsiva

TIPO 5: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

TIPO 6: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

TIPO 7: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Aplicación Adaptativa

TIPO 8: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 9: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 10: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Aplicación Responsiva

TIPO 11: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

TIPO 12: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

9.6.1. TIPO 1: Identidad visual dinámica, aplicada de forma adaptativa, determinada por un sistema visual abierto basado en sus elementos y las propiedades de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Aplicación Adaptativa

La identidad dinámica de la ciudad de Melbourne se basa en una “M” mayúscula. Se considera una identidad visual dinámica porque la aplicación es visualmente diversa. Se aplica de forma adaptativa porque el logo no cambia su forma, no responde de manera diferente a diferentes formatos y simplemente se repite. Es un sistema visual abierto porque se podrían añadir nuevas versiones del logo, siempre que sea utilizando la retícula subyacente. Cualquier cosa fuera de ésta o que no sea vectorial parece tener prohibido su uso. El sistema se basa en sus elementos —la “M”— y sus propiedades, es decir, su retícula y su paleta de color.

2009, City of Melbourne, Landor Associates



9.6.2. TIPO 2: Identidad visual dinámica, aplicada de forma adaptativa, determinada por un sistema visual abierto basado en sus elementos y las influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

El grafotipo de Casa da Música se basa en la forma de su edificio —realizado por Rem Koolhaas— vista desde seis posiciones distintas. Es una identidad visual dinámica porque la aplicación es visualmente diversa. Se aplica de forma adaptativa porque los logos no cambian su forma, no responde de manera diferente a diferentes formatos y sólo hay dos tamaños diferentes predefinidos para la aplicación de los logotipos: formato de tamaño grande para los carteles y de tamaño pequeño para uso reducido. Es un sistema visual abierto porque pueden crearse nuevas versiones del logo. El punto de partida para nuevas versiones puede ser el color de una imagen o la imagen en sí. Los elementos permanecen igual, sólo el interior puede sustituirse. Es por esto que el sistema se basa en los elementos y sus influencias.

2007, Casa da Música, Sagmeister



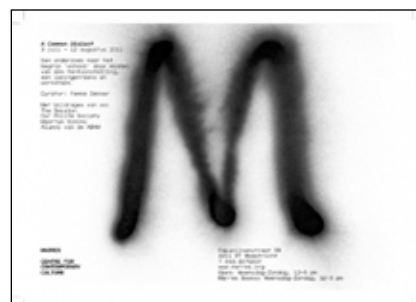
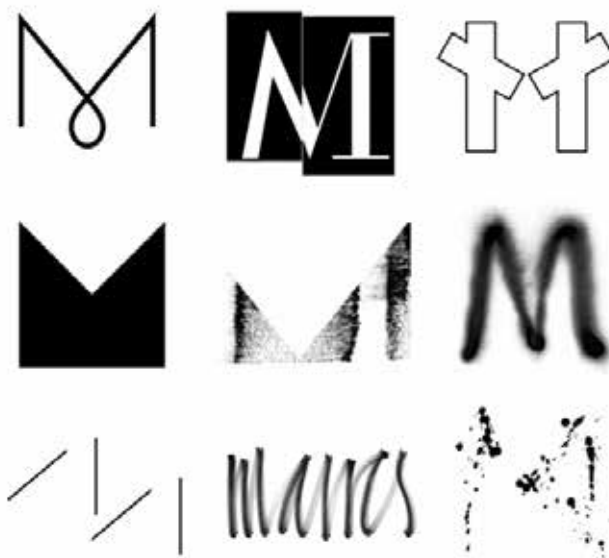


9.6.3. TIPO 3: Identidad visual dinámica, aplicada de forma adaptativa, determinada por un sistema visual abierto basado en sus elementos y las propiedades e influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

La identidad visual del Museu Marres obtiene su flexibilidad y su coherencia formal mayormente debido a las distintas versiones de la letra “M”. Es una identidad visual dinámica porque la aplicación es visualmente diversa. Se aplica de forma adaptativa porque la “M” se aplica siempre en la parte central superior del formato. Es un sistema visual abierto porque se pueden crear nuevas versiones de la “M”. La forma de la “M” se basa más o menos en el arquetipo reconocible de una mayúscula “M”, pero la herramienta utilizada, y por lo tanto la estética, puede cambiar totalmente. Al tener propiedades e influencias de los elementos flexibles, el color y la aplicación al formato tienen que ser constantes con el fin de mantener reconocible la marca.

2007, Marres, Maureen Mooren

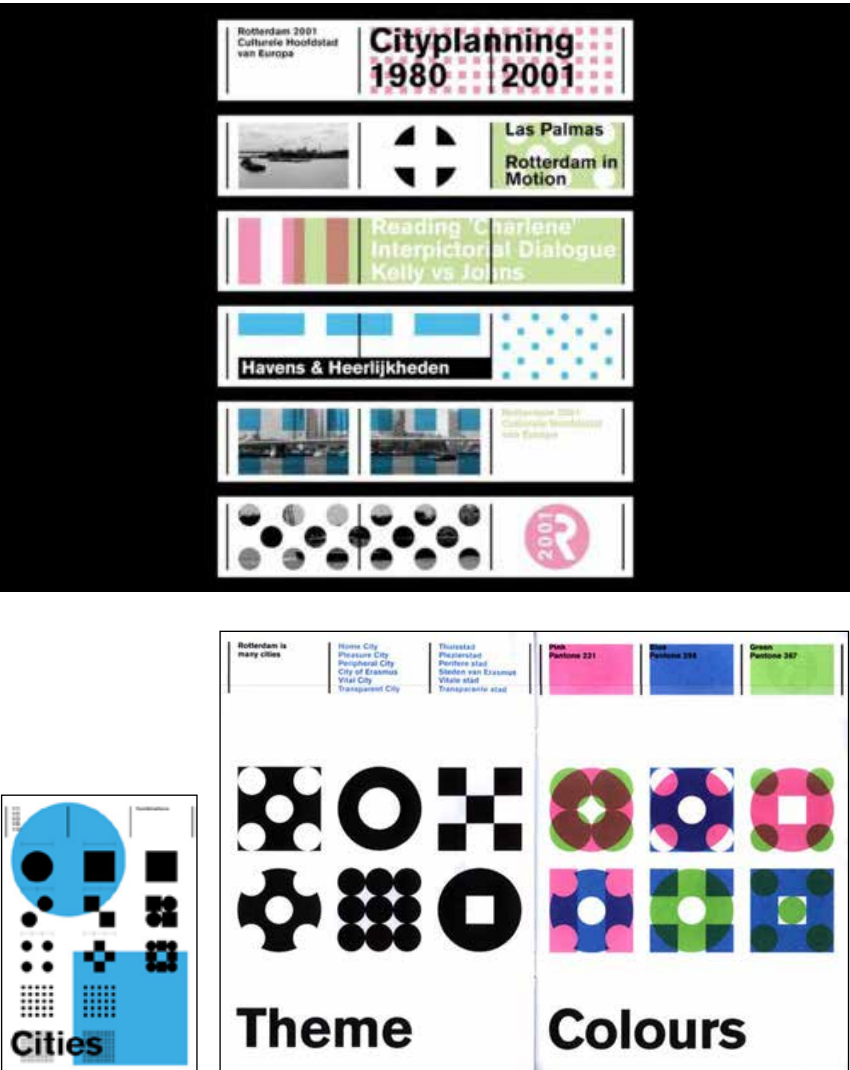


9.6.4. TIPO 4: Identidad visual dinámica, aplicada de forma responsiva, determinada por un sistema visual abierto basado en sus elementos y las propiedades de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Aplicación Responsiva

El siguiente ejemplo es una identidad visual dinámica que se desarrolló para Rotterdam cuando fue la Capital cultural europea en 2001, se considera dinámica porque la aplicación es diversa visualmente. Se aplica de manera responsiva al formato. Se trata de un sistema visual abierto porque se puede añadir nueva fotografías. El sistema se basa en sus elementos y sus propiedades. Los elementos son un círculo y un rectángulo que pueden repetirse, superponerse, multiplicarse y substraerse.

2000, Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe, Mevis en Van Deursen

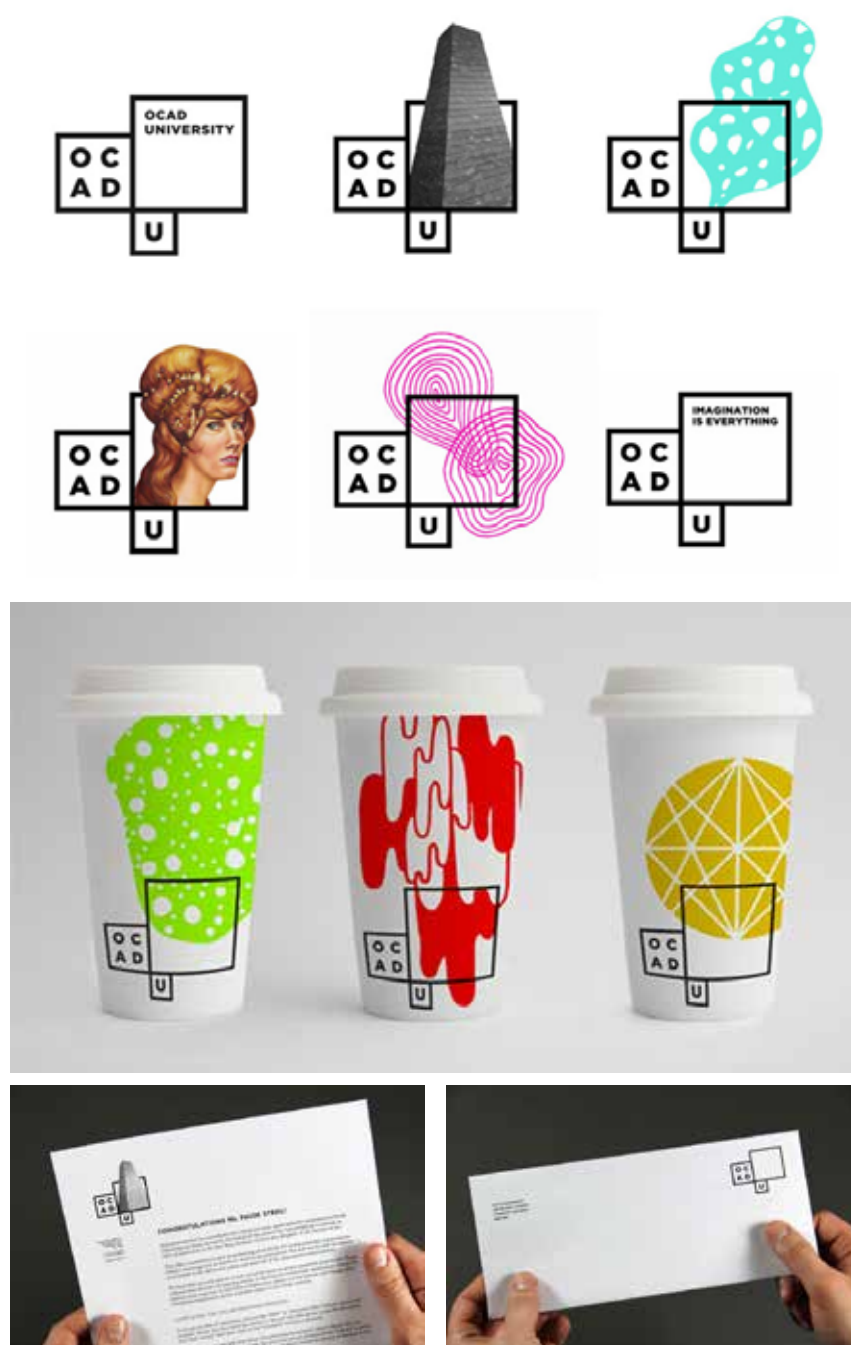


9.6.5. TIPO 5: Identidad visual dinámica, aplicada de forma responsiva, determinada por un sistema visual abierto basado en sus elementos y las influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

La constante en la identidad visual de la OCAD University son los tres cuadrados que se inspiran en la fachada de su edificio. Es una identidad visual dinámica porque cada aplicación es diferente. Se aplica responsivamente porque cada elemento —ilustración añadida— es diferente en tamaño según el formato. Es un sistema visual abierto porque se pueden implementar nuevas ilustraciones y fotografías. El sistema se basa en sus elementos y sus influencias.

2011, OCAD University, Bruce Mau Design

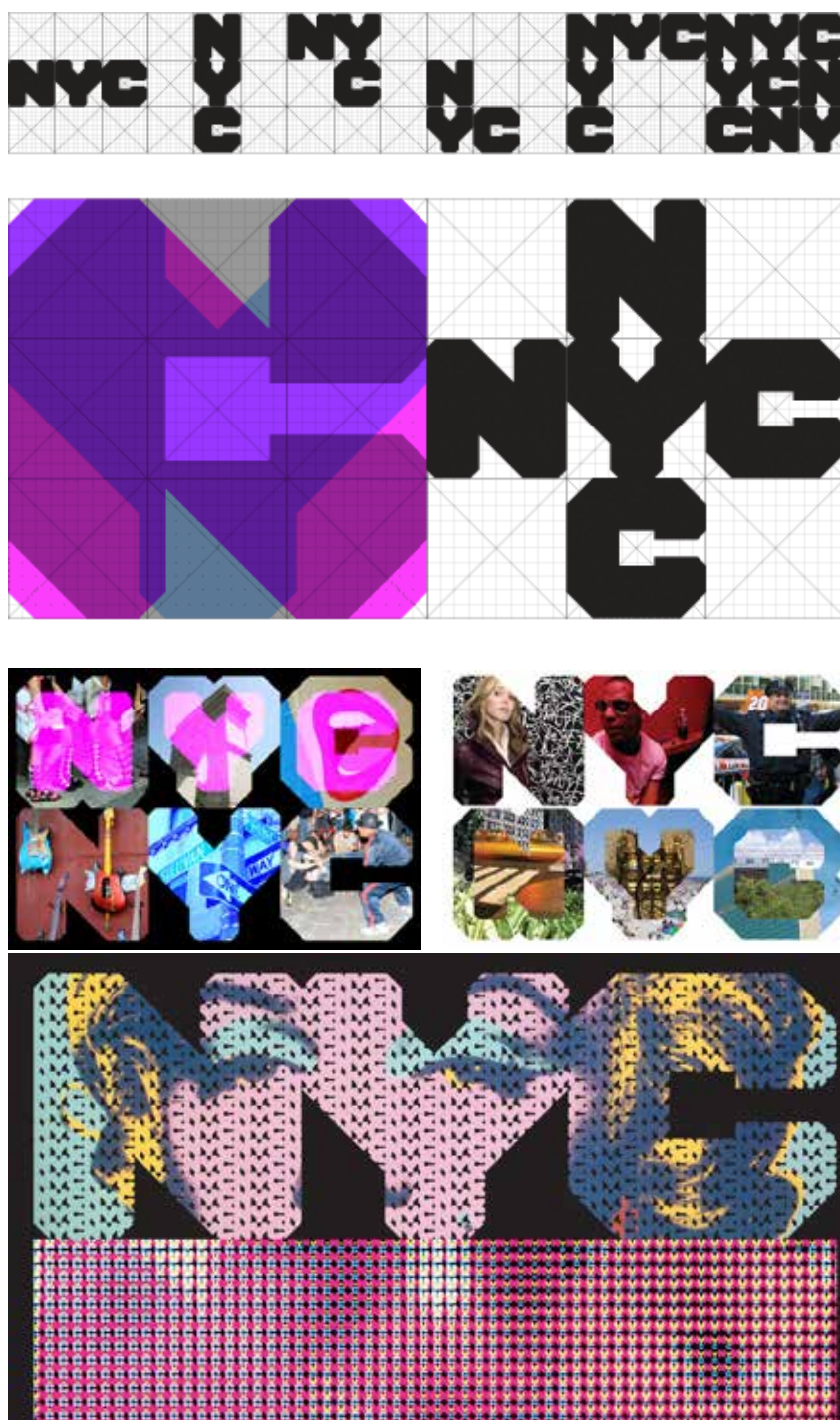


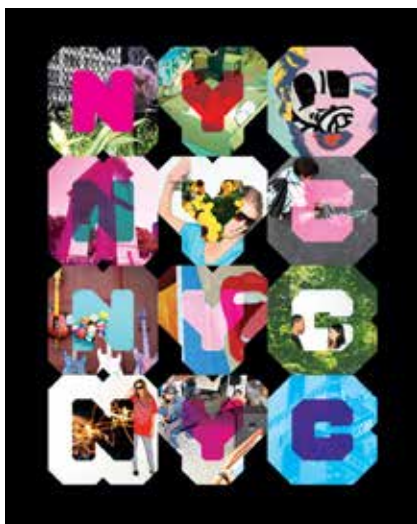
9.6.6. TIPO 6: Identidad visual dinámica, aplicada de forma responsiva, determinada por un sistema visual abierto basado en sus elementos y las propiedades e influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

El siguiente ejemplo, la identidad visual de la ciudad de Nueva York es una identidad visual dinámica, porque cada aplicación puede ser diferente. Se aplica responsivamente. Es un sistema visual abierto porque fotografías y colores se pueden implementar en el contorno de la tipografía y detrás de ésta. La forma y el posicionamiento de la tipografía se basa en una retícula que es la constante de la identidad visual. El sistema se basa por lo tanto en sus elementos y sus propiedades e influencias.

2007, New York City, Wolff Olins





9.6.7. TIPO 7: Identidad visual dinámica, aplicada de forma adaptativa, determinada por un sistema visual cerrado basado en sus elementos y las propiedades de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrado + Elementos y sus propiedades + Aplicación Adaptativa

La identidad visual del Mobile Media Lab se basa en un logotipo que consiste en una parte constante —las letras legibles de abajo— y una parte variable —las iniciales “M”, “M” y “L”, sobrepuestos en la parte arriba—. Por lo tanto es una identidad visual dinámica, porque cada aplicación puede ser diferente. Se aplica de forma adaptativa porque la imagen que varía siempre se coloca en la misma posición y proporción respecto al logotipo. Es un sistema visual cerrado debido a que siempre son los mismos elementos con sus respectivos colores los que se combinan, no necesitan agregarse nuevos elementos. El sistema se basa en sus elementos y las propiedades de éstos.

2008, Mobile Media Lab, FEED



9.6.8. TIPO 8: Identidad visual dinámica, aplicada de forma adaptativa, determinada por un sistema visual cerrado basado en sus elementos y las propiedades e influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrado + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

La siguiente identidad visual se hace dinámica —y a la vez coherente— por la deformación del logotipo. Es una identidad visual dinámica, porque cada aplicación puede ser diferente. Se aplica de forma adaptativa porque la imagen que va variando se coloca siempre en el centro. Es un sistema visual cerrado debido a que el mismo elemento —logotipo— se usa repetidamente. No se añaden nuevos elementos. El sistema se basa en sus elementos y su influencia, es decir, el elemento y la manera en cómo se transforma es la constante y variable al mismo tiempo.

2011, OVG re/developers, Studio Dumbar



9.6.9. Tipo 9: Identidad visual dinámica, aplicada de forma adaptativa, determinada por un sistema visual cerrado basado en sus elementos y las propiedades e influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrado + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

La identidad visual del Brno House of Arts se basa en las variaciones de un círculo. Es una identidad visual dinámica, porque cada aplicación puede ser diferente. Se aplica de forma adaptativa porque la imagen que varía siempre se coloca de la misma manera: en el centro o hacia la izquierda. Es un sistema visual cerrado porque las propiedades e influencias de los elementos se definen por normas que no necesitan el influjo de una fuente externa. El sistema se basa en sus elementos y sus propiedades e influencias.

2007, The Brno House of Arts, 2011 Designers



Dům umění města Brna
The Brno House of Arts

Dům umění
Dům pánů z Kunštátu
Galerie G99



9.6.10. TIPO 10: Identidad visual dinámica, aplicada de forma responsiva, determinada por un sistema visual cerrado basado en sus elementos y las propiedades de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrado + Elementos y sus propiedades + Aplicación Responsiva

La identidad visual del Atelier Vostok se basa en distintos sellos. La constante del sistema visual son los sellos —y su estética— y la variable la combinación entre ellos. Es una identidad visual dinámica porque cada aplicación puede tener un aspecto diferente hasta que se apliquen todas las combinaciones de los sellos existentes. Se aplica responsivamente porque los sellos se pueden colocar libremente en formatos más grandes. Es un sistema visual cerrado debido a que los sellos son siempre los mismos. El sistema se basa en sus elementos y sus propiedades.

2007, Get Up, Alexis Rom Estudio, Atelier Vostok



9.6.11. TIPO 11: Identidad visual dinámica, aplicada de forma responsiva, determinada por un sistema visual cerrado basado en sus elementos y las influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrado + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

El rediseño del año 2007 de Saks Fifth Avenue corta el logotipo anterior en 64 partes. La reagrupación de estos elementos hace a la identidad visual dinámica, porque cada aplicación puede tener un aspecto diferente hasta que se agoten todas las combinaciones de los elementos existentes. Se aplica responsivamente. Los elementos pueden ser escalados y la cantidad de columnas y filas puede variar. Es un sistema visual cerrado porque no se pueden añadir elementos nuevos. El sistema se basa en sus elementos y las influencias de éstos.

2007, Saks Fifth Avenue, Pentagram



Slicing the logo
=



9.6.12. TIPO 12: Identidad visual dinámica, aplicada de forma responsiva, determinada por un sistema visual cerrado basado en sus elementos y las propiedades e influencias de éstos.

Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrado + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

La identidad visual de Banjo Music usa la combinación de los elementos círculo, triángulo, rectángulo y línea como variables y el color y la proporción y posición definidas por una retícula cuadrada como constante. Es por lo tanto una identidad visual dinámica porque cada aplicación puede tener un aspecto diferente hasta que se apliquen todas las combinaciones de los elementos existentes. Se aplica responsivamente. Los elementos pueden escalarse y la cantidad de columnas puede variar. Es un sistema visual cerrado porque no hay elementos nuevos que se puedan añadir. El sistema se basa en sus elementos y las propiedades e influencias de éstos.

2008, Banjo Music, TwoPoints.Net



10.1. Hipótesis: la idea de sistema (visual) no es nueva. Conclusión: La idea de sistema ya está presente en distintas ciencias. Los primeros sistemas visuales en diseño aparecen en tipografía —capítulo 5.	270
10.2. Hipótesis: debe de existir una manera de poder cuantificar las partes variables y constantes de un sistema visual para una identidad visual flexible. Conclusión: es posible dividir el sistema visual para identidad dinámica en “elementos y sus propiedades”, “elementos y sus influencias”, “perspectiva” y “aplicación” —capítulo 8. Datos singulares que arroja el análisis de 99 casos (del año 2000 al 2007): . Posibles desarrollos vinculados a esta conclusión:	271 271 272
10.3. Hipótesis: existen distintos tipos de identidades visuales flexibles. Conclusión: clarificación terminológica y discriminación de tipologías —capítulo 9..... Posibles desarrollos vinculados a esta conclusión:	273 274
10.4. Hipótesis: el uso de la tecnologías y el automatismo es amplio Conclusión: falso; tan sólo 3 casos de 65 casos alimentan sus sistemas visuales de forma automática con datos externos —capítulo 8.....	275

10.1. Hipótesis: la idea de sistema (visual) no es nueva.

Conclusión: La idea de sistema ya está presente en distintas ciencias. Los primeros sistemas visuales en diseño aparecen en tipografía —capítulo 5.

La sistematización de elementos gráficos y tipográficos ha estado presente desde el inicio de la lengua escrita.

En concreto en el ámbito de diseño gráfico la sistematización alcanza un punto álgido con la creación de la imprenta. Las funciones de los ejemplos históricos abarcan la “coherencia formal”, la “unificación tecnológica” o la “expresión del Orden Mundial”. Hoy en día los sistemas visuales utilizados en identidades dinámicas ciertamente buscan la coherencia formal, pero la normalización tecnológica y la expresión de un Orden Mundial son menos importantes.

Se entiende como identidad dinámica el lenguaje visual flexible de una empresa, organización, institución, producto o evento. La función principal de un sistema visual para una identidad dinámica es establecer reglas que definan las variables y constantes de una identidad visual. Las variables permiten a la identidad visual adecuarse a las circunstancias cambiantes y las constantes proporcionan coherencia visual y reconocimiento, que hace que una identidad sea identificable como tal. En este sentido, hablamos de sistema abierto cuando las variables no pertenecen a una biblioteca preseleccionada de elementos sino que se alimentan con datos externos. Este concepto de sistema abierto ya está presente en la biología como vemos con Bertalanffy (1950).

Conclusión: es posible dividir el sistema visual para identidad dinámica en “elementos y sus propiedades”, “elementos y sus influencias”, “perspectiva” y “aplicación” —capítulo 8.

Esta división se inspira en la estructura de Bertin (2011) que propone una distinción entre elementos (punto, línea, área y textura) y lo que se hace con el elemento (escalar, colorear, mover, aplicar textura y (de)forma(r)).

Además de la estructura de Bertin (2011), la división que proponen los distintos *softwares* de diseño gráfico nos da la clave: “elementos y sus propiedades” sería lo que encontramos en la barra de herramientas, mientras que “elementos y sus influencias” serían las transformaciones (filtros incluidos) que encontramos en la barra superior. Con “perspectiva” nos referimos a la aparición de la tercera o cuarta dimensión en el sistema visual y con “aplicación” a la aplicación concreta al medio y formato de éste.

Esta división permite:

- detectar en qué parte del sistema visual se definen las constantes y variables del mismo
- cuantificar la cantidad de variables y constantes en el sistema
- definir si el sistema visual está cerrado o abierto (influenciado por datos externos)
- detectar los componentes más o menos utilizados de un sistema visual

Datos singulares que arroja el análisis de 99 casos (del año 2000 al 2007):

- Constatación de la hipótesis de Felsing (2010) de que la mayoría de identidades dinámicas pertenecen al sector cultural.
- La mayoría de las identidades dinámicas encontradas están realizados para clientes de los Países Bajos.
- Se observa un aumento de las identidades dinámicas (desde 2000 a 2012)
- La tercera y cuarta dimensión (espacio y tiempo) apenas se utilizan en las identidades dinámicas.

- Los elementos variables de una identidad visual dinámica representan una minoría con respecto a los constantes.
- La mayoría de los sistemas visuales para identidades dinámicas no están cerrados sino influenciados por datos externos.
- La mayoría de las identidades dinámicas usan datos externos: 65 casos de 99 utilizan una fuente externa de datos.
- La mayoría de los sistemas visuales para identidades dinámicas se definen por sus elementos y las propiedades de éstos.
- Las constantes más utilizadas de un sistema visual para una identidad dinámica son plano y tipografía.
- Los elementos flexibles más elegidos de un sistema visual de una identidad dinámica son un conjunto de colores y planos predefinidos.
- Una imagen en un plano es el elemento visual más utilizado procedente de una fuente de datos externos.

Posibles desarrollos vinculados a esta conclusión:

- A pesar de que son escasos los proyectos analizados que utilizan la tercera o cuarta dimensión, la categoría “perspectiva” se ha mantenido porque el análisis sólo llega hasta 2007, y se observa una tendencia a partir de entonces que puede abrir una línea de futura investigación.
- Este modelo de análisis abierto, prospectivo, transparente y bien documentado permite continuar con el análisis de nuevas identidades dinámicas. Se podría modificar y adaptar a nuevas herramientas y aplicaciones de diseño. La estructura del modelo de análisis en sí mismo constituye una guía útil para entender cómo se diseñan y aplican los sistemas visuales.

Conclusión: clarificación terminológica y discriminación de tipologías —capítulo 9.

Tal y como muestra la evaluación de los libros y proyectos analizados, no existe una definición clara de cada término que se usa para una identidad dinámica y por lo tanto no hay un consenso sobre cuáles de los términos usados significan lo mismo o algo diferente. Se opta por utilizar identidad dinámica como término que engloba a todas las identidades visuales flexibles.

Se propone una normalización terminológica a partir de un sistema de tipos basado en el modelo de análisis desarrollado en esta investigación, la división en “elementos y sus propiedades”, “elementos y sus influencias”, y “aplicación” —“perspectiva” no se tiene en cuenta para la elaboración de los distintos tipos por la escasez de proyectos que tienen en incluyen la tercera o cuarta dimensión— que resulta en doce tipos diferentes de sistemas visuales para identidades dinámicas.

TIPO 1: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Aplicación Adaptativa

TIPO 2: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 3: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 4: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Aplicación Responsiva

TIPO 5: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

TIPO 6: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema abierto + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

TIPO 7: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Aplicación Adaptativa

TIPO 8: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 9: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Adaptativa

TIPO 10: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Aplicación Responsiva

TIPO 11: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

Tipo 12: Frecuencia Dinámica de Aplicación / Percepción + Sistema Cerrrado + Elementos y sus propiedades + Elementos y sus influencias + Aplicación Responsiva

Posibles desarrollos vinculados a esta conclusión:

- Cuantificar cuántas identidades dinámicas se han desarrollado bajo cada tipo. Esto daría información valiosa sobre la eficiencia en el diseño y aplicación de ciertos tipos de sistema visual para ciertos tipos de tareas, como por ejemplo qué sistema visual funciona mejor para una compañía mediana que tiene un equipo de diseño interno y utiliza sólo internet como medio de comunicación.
- Dibujar la perspectiva histórica de las identidades dinámicas. El análisis de diferentes casos de identidades dinámicas para determinar sus tipologías posibilitaría detectar tendencias, progresos y regresiones en la tecnología y el conocimiento.

Conclusión: falso; tan sólo 3 casos de 65 casos alimentan sus sistemas visuales de forma automática con datos externos —capítulo 8.

Diseñar una comunicación eficaz y eficiente es una tarea muy compleja que depende de muchos componentes diferentes imposibles de prever. Sólo un ser humano bien informado, con un fuerte sentido de la empatía es capaz de abordar estos problemas de la mejor manera. Un sistema visual inteligente para una identidad dinámica, por tanto, permite la intervención por parte de un ser humano para adecuar una parte de ella.

Aparte de la falta de efectividad de un sistema visual completamente programado y automatizado para una identidad dinámica otra razón para que pocos de los sistemas visuales sean programados es la falta de conocimientos de programación por parte de los diseñadores gráficos en general. Sólo en los últimos 5-10 años las escuelas de diseño han comenzado a enseñar a todos sus estudiantes de diseño programación y en muchas escuelas ésta aún limitada a las páginas web o al diseño de aplicaciones.

11.1. Bibliografía referenciada	278
11.2. Bibliografía consultada.....	281
11.3. Wikipedia	282
11.4. Recursos de la web referenciado	284
11.5. Recursos de la web consultado.....	289

ALBERS, J 1995, *Kombinationsschrift, 1930, Prospektblatt der Metallglas Aktiengesellschaft Offenburg-Baden*, 298 x 212 mm. Publicado en Fleischmann, Gerd. 1995. Bauhaus – Drucksachen, Typografie, Reklame. Oktagon. Stuttgart.

BAYER, H 1967, *Herbert Bayer – Das Werk des Künstlers in Europa und USA*, Otto Maier Verlag, Ravensburg.

BERTIN, J 2011, *Semiology of Graphics; Diagrams, Networks, Maps*, Esri Press, Redlands, USA.

BOHNACKER, H, GROSS, B, LAUB, J, LAZZERONI, C 2009, *Generative Gestaltung, Entwerfen, Programmieren, Visualisieren*, Verlag Hermann Schmidt, Mainz.

BOSSHARD, H R 2000, *Der typografische Raster*, Verlag Niggli AG, Zürich.

BRINGHURST, R 1992, *The Elements of Typographic Style*, H&M Publishers, Vancouver.

BRÜNING, U, BÜCHNER, J, HALDENWANGER, M 1991, *Die neue plastische Systemschrift, Typographie kann unter Umständen Kunst sein: Kurt Schwitters – Typographie und Werbegestaltung*, Landesmuseum, Sprengel Museum and Museum für Gestaltung, Hannover.

BURNHILL, P 2003, *Type spaces, in house norms in the typography of Aldus Manutius*, Hyphen Press, London.

BURNHILL, P 2003, *Type spaces: in-house norms in the typography of Aldus Manutius*, Hyphen Press, Londres.

CRITCHLOW, K 1969, *Order in Space – A Design Source Book*, Thames & Hudson, London.

DOCZI, G 1981 (2005), *The Power of Limits – Proportional Harmonies in Nature, Art & Architecture*, Shambhala, Boston.

DONDIS, DA 1973, *A Primer of Visual Literacy*, MIT press, Boston.

DROSDOWSKI, G 1990, *Das Fremdwörterbuch, Notwendig für das Verstehen und den Gebrauch fremder Wörter*, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich.

ERLHOFF, M y MARSHALL, T 2008, *Design Dictionary, Perspectives on Design Terminology*, Birkhäuser Verlag, Basel.

FELSING, U, Design 2 context, ZHdK. 2010. *Dynamic Identities in Cultural and Public Contexts*. Lars Müller Publishers, Baden.

FROSHAUG, A 1999, 'Typography is a Grid', HELLER, S, BIERUT, M (ed.), *Looking Closer 3. Classic writings on graphic design*, Allworth Press, New York.

GERSTNER, K 1986, *Die Formen der Farben – Über die Wechselwirkung der visuellen Elemente*, athenäum, Bodenheim.

GERSTNER, K 1986, *Die Formen der Farben: Über die Wechselwirkung der visuellen Elemente*, Athenäum, Frankfurt.

GERSTNER, K 2000, *Kompendium für Alphabeten – Systematik der Schrift*, Verlag Niggli AG, Zürich. (edición en castellano de Gustavo Gili: *Compendio para alfabetos*).

GERSTNER, K 2007, *Karl Gerstner: Programme entwerfen. Statt Lösungen für Aufgaben Programme für Lösungen*, Lars Müller Publishers, Zürich. (edición en castellano de Gustavo Gili: *Diseñar programas*).

GOBÉ, M 2010, *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*, Allworth Press, New York City.

HOFMANN, A 2004, *Methodik der Form- und Bildgestaltung; Aufbau, Synthese, Anwendung*, Verlag Niggli AG, Sulgen, Zürich.

HOLLIS, R 2006, *Swiss Graphic Design; The Origins and Growth of an International Style; 1920-1965*, Laurence King, London.

KANDINSKY, W 1979, *Point and Line to Plane*, Dover Publications Inc., New York.

KAPITZKI, H W 1997, *Gestaltung: Methode und Konsequenz*. Edition Axel Menges, Stuttgart / Londres.

KAPITZKI, HW 1997, *Methode und Konsequenz – Ein biografischer Bericht*, Edition Axel Menges, Stuttgart, Londres.

KHAZAELI, C D 2005, *Systemisches Design, Intelligente Oberflächen für Information und Interaktion*, Rowohlt, Hamburg.

KINDEL, E 2007, *The 'Plaque Découpée Universelle': a geometric sans-serif in 1870s Paris*, Typography papers 7, Hyphen Press, London

KLANTEN, R, MISCHLER, M, BRUMNJAK, B 2006, *Serialize. Family Faces and Variety in Graphic Design*, Gestalten, Berlin.

KLANTEN, R, MISCHLER, M, BRUMNJAK, B 2006, *Serialize – Family Faces and Variety in Graphic Design*, Gestalten Verlag, Berlin.

LEBORG, C 2006, *Visual Grammar*, Princeton Architectural Press, New York. (edición en castellano de Gustavo Gili: *Gramática visual*).

LINDINGER, H 1991, *Ulm... Die Moral der Gegenstände*, Ernst und Sohn Verlag, Berlin.

LOHSE, R P 1966, 'Standard, series, module: new problems and tasks of painting', KEPES, G (ed.) *Module, Proportion, Symmetry, Rythm*, George Braziller, New York.

MIDDENDORP, J 2004, *Dutch Type*, 010 Publishers, Rotterdam.

MÜLLER-BROCKMANN, J 1996, *Grid Systems / Raster Systeme*, Verlag Niggli Ag, Schweiz, Fürstentum Liechtenstein. (edición en castellano de Gustavo Gili: *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*)

MUNARI, B 2006, *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

RICHARD, H 2006, *Swiss Graphic Design: The Origins and Growth of an International Style*, Laurince King, London.

ROBERTS, L, THRIFT, J 2005 *The Designer and the Grid*, RotoVision S.A.

ROBERTS, L, THRIFT, J 2005, *The designer and the grid*, Rotovision, Hove.

ROTHENSTEIN, J, GOODING, M 2003, *ABZ. More Alphabets And Other Signs*, Redstone Press, London.

SCHMIDT, C 1997, *Klassische Alphabete*, Art Stock / Fourier Verlag GmbH, Wiesbaden.

SMEIJERS, F 1996, *Counterpunch*, Hyphen Press, London.

TSCHICHOLD, J 1987, *Die neue Typografie–Ein Handbuch für zeitgemäss schaffende*, Berlag Brickmann & Bose, Berlin.

VAN LEEUWEN T, JEWITT, C 2001 *Handbook of Visual Analysis*, Sage Publications, New York.

VAN NES, I 2012, *Dynamic Identities, How to create a living brand*, BIS Publishers, Amsterdam.

WONG, W 1972, *Principles of Two-Dimensional Design*, John Wiley & Sons, Inc, Hoboken.

BILL, J 2008, *Max bill – funktion und funktionalismus. Schriften: 1945–1988*, Benteli, Zürich.

BROOS, K 2003, *Wim Crouwel Alphabets*, Bis Publishers, Amsterdam.

BURKE, C 1998, *Paul Renner – The art of typography*, Princeton Architectural Press, New York.

CABEZAS GELABERT, L, ORTEGA DE UHLER, L F 2001, *Anàlisi gràfica i representació geomètrica*, Universitat de Barcelona, Departament de Disseny i Imatge.

CRANFIELD, B 2003, *Examining the visual culture of corporate identity*, Systems Design Ltd. Idn Pro, Hong Kong.

FINEDER, M, KRAUS, E, PAWLIK, A 2004, *Postscript – Zur Form von Schrift heute, A/CH/D*, Hatje Cantz, Ostfildern.

FLEISCHMANN, G 1995, *Bauhaus – Drucksachen, Typografie, Reklame*, Oktagon, Stuttgart.

FRUTIGER, A 2001, *Der Mensch und seine Zeichen. Schriften, Symbole, Signete, Signale*, Fourier Verlag GmbH, Wiesbaden.

LEDA, 1984, *La Rotulacion al pincel*, Leda, Barcelona.

MÜLLER, L 1994 / 2001, *Josef Müller – Brockmann, Ein Pionier der Schweizer Grafik*, Lars Müller Publishers, Zürich.

NIKKELS, W 1998, *Der Raum des Buches*, Tropen Verlag, Köln.

NOORDZIJ, G 1985, *The stroke. Theory of writing*, Hyphen Press, London.

NORM, 2002, *The Things*, Die Gestalten Verlag, Berlin.

OPEL, A 2010, *Adolf Loos – Gesammelte Schriften*, Lesethek Verlag, Wien.

SIMÓN, B 2001, *Sistemes d'ordenació de la imatge gràfica l'arquitectura gràfica en la metodologia del projecte gràfic*, Universitat de Barcelona, Departament de Disseny i Imatge, Barcelona.

UNGER, G 1975, *Tekst over tekst – een documentaire over typografie*, Drukkerij en uitgeversbedrijf, Lecturis bv, Eindhoven.

DEL HOYO ARJONA, J 2001, *El módulo tipográfico. Aproximaciones a su conocimiento contemplado desde la comprensión, el estudio, el análisis y la catalogación sistemática de la obra de Juan Trochut Blanchard*, Universitat de Barcelona, Departament de Disseny i Imatge, Barcelona.

‘Aldus Pius Manutius o Aldo Manuzio’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Aldo_Manucio

‘Alfred Reginald Radcliffe-Brown’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 12 de diciembre 2011, http://es.wikipedia.org/wiki/Alfred_Reginald_Radcliffe-Brown

‘Armin Hofmann’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://en.wikipedia.org/wiki/Armin_Hofmann
 ‘Autopoiesis’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 23 de septiembre 2013, <http://es.wikipedia.org/wiki/Autopoiesis>

‘Biblia de Gutenberg’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 23 de septiembre 2012, http://es.wikipedia.org/wiki/Biblia_de_Gutenberg
 ‘Branding’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, <https://en.wikipedia.org/wiki/Brand>

‘Capital Europea de la Cultura’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 18 de agosto 2012, http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_Europea_de_la_Cultura

‘Design Thinking’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://en.wikipedia.org/wiki/Design_thinking

‘Design thinking’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://en.wikipedia.org/wiki/Design_thinking#cite_note-1

‘Diseño web adaptable’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 12 de agosto 2013, https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web_adaptable

‘Estilo tipográfico internacional’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Estilo_Tipogr%C3%A1fico_Internacional

‘Frank E. Blokland’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://nl.wikipedia.org/wiki/Frank_E._Blokland

‘Friedrich Fröbel’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Fr%C3%B6bel

‘Friedrich Kirchner’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 8 de marzo 2011, https://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Kirchner_%28Philosoph%29

‘Fritz Zwicky’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Fritz_Zwicky

‘Geoffroy Tory’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de noviembre de 2010, https://en.wikipedia.org/wiki/Geoffroy_Tory

‘Gestalt’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_de_la_Gestalt

‘Herbert Bayer’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Herbert_Bayer

‘Imprimerie Royale’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://en.wikipedia.org/wiki/Imprimerie_nationale

‘Jacques Bertin’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://en.wikipedia.org/wiki/Jacques_Bertin

‘Johann Neudörf(f)er el Viejo’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://de.wikipedia.org/wiki/Johann_Neud%C3%B6rffer_der_%C3%84ltere

‘Josef Albers’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Josef_Albers

‘Karl Gerstner’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://de.wikipedia.org/wiki/Karl_Gerstner

‘Karl Ludwig von Bertalanffy’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 9 de marzo 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Ludwig_von_Bertalanffy

‘Kurt Schwitters’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Kurt_Schwitters

‘Luca Pacioli’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Luca_Pacioli

‘Mevis & Van Deursen’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 18 de agosto 2012, http://en.wikipedia.org/wiki/Mevis_%26_Van_Deursen

‘Ministerie van Algemene Zaken’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 14 de diciembre 2012, http://nl.wikipedia.org/wiki/Ministerie_van_Algemene_Zaken

‘Müller-Brockmann’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://de.wikipedia.org/wiki/Josef_M%C3%BCller-Brockmann

‘Niklas Luhmann’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 12 de marzo 2011, http://es.wikipedia.org/wiki/Niklas_Luhmann

‘Wilhelm Ostwald’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 12 de agosto 2012, https://en.wikipedia.org/wiki/Wilhelm_Ostwald

‘Peter Behrens’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 2 de junio 2011, https://de.wikipedia.org/wiki/Peter_Behrens

‘Pierre Le B  ’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://fr.wikipedia.org/wiki/Pierre_Le_B%C3%A9

‘Raúl Rosarivo’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 23 de septiembre 2012, https://es.wikipedia.org/wiki/Ra%C3%BAl_Rosarivo

‘Richard Paul Lohse’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://en.wikipedia.org/wiki/Richard_Paul_Lohse

‘Róterdam’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 17 de agosto 2012, <http://es.wikipedia.org/wiki/Rotterdam>

‘Soennecken’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Soennecken

‘Stuart Kauffman’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 23 de septiembre 2012, https://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Kauffman https://es.wikipedia.org/wiki/Stuart_Alan_Kauffman

‘Theo van Doesburg’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Theo_van_Doesburg

‘Walter Gropius’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Walter_Gropius

‘Wucius Wong’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 16 de diciembre 2011, https://es.wikipedia.org/wiki/Wucius_Wong

‘Z  rich’ s.f., *Wikiversity*, wiki artículo, consultado el 12 de agosto 2012, <http://es.wikipedia.org/wiki/Z%C3%BArich>

ALEXANDER, A 2013, 'Infographic: Why Responsive Design is Important for Success in 2014', *Seocial*, entrada de blog 19 de julio, consultado el 14 de septiembre 2014, <http://www.seocial.com/infographic-why-responsive-web-design-is-important-for-success-in-2013/>

BARESEL-BOFINGER, R 1984, *System-Design Bahnbrecher: Hans Gugelot Hans Wichmann*, Catalogo de exposición, Munich, consultado el 4 de marzo 2012, http://www.hansgugelot.com/bilder/content_rechts/Bofinger-M125.pdf

BENEDI, J 2010, 'La marca líquida', *Marketing Directo portal*, entrada de blog 9 de septiembre, consultado el 9 de noviembre 2010, <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-marca-liquida/#sthash>

BERTALANFFY, KLV 1950, *An Outline of General System Theory*, The British Journal for the Philosophy of Science, Vol. 1, No. 2 (Aug., 1950), pp. 134-165, consultado el 15 de julio de 2014, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Xj4PYbRdud8J:xa.yimg.com/kq/groups/18353846/275082385/name/34099391.pdf+&cd=6&hl=en&ct=clnk&gl=de>

BLAUVELT, A 2008, 'Towards Relational Design', *Observatory: Design Observer*, consultado el 7 de noviembre 2012, <http://designobserver.com/feature/towards-relational-design/7557/>

BLOKLAND, F 2012, 'Notes on patterns and grids', *Lettermodeller*, entrada de blog 12 de septiembre, consultado el 7 de noviembre 2012, <http://www.lettermodel.org>

BLOKLAND, F 2012, 'Notes on patterns and grids', *Lettermodeller*, entrada de blog, consultado el 12 de septiembre 2012, <http://www.lettermodel.org>

BLOKLAND, F s.f., 'On the Origin of Patterning in Movable Latin Type', *Lettermodeller*, consultado el 24 de septiembre 2012, <http://www.lettermodeller.com>

BOARDLEY, J. 2008, 'History of typography: Transitional, Part 3: Siècle des Lumières', *I Love Typography*, entrada de blog, consultado el 24 de noviembre 2010, <http://ilovetypography.com/2008/01/17/type-termstransitional-type/>

Design Observer s.f., 'Andrew Blauvelt', *Design Observer*, <http://designobserver.com/profile/andrewblauvelt/16/>

DEVROYE, L s.f., 'Philippe Grandjean de Fouchy', *Luc Devroye*, consultado el 12 de septiembre 2012, <http://luc.devroye.org/fonts-43482.html>

DEVROYE, L s.f., 'Philippe Grandjean de Fouchy', *McGill University Montreal*, consultado el 23 de septiembre 2012, <http://luc.devroye.org/fonts-43482.html>

DIETHELM, W 1974, *Form + communication*, ABC Verlag, Zürich, consultado el 8 de octubre de 2012, <http://blog.typogabor.com>
Dietwee s.f., 'Dietwee', *Dietwee*, consultado el 16 de agosto 2012, <http://www.dietwee.nl>

Dietwee s.f., 'Dietwee', *Linkedin*, consultado el 16 de agosto 2012, <https://www.linkedin.com/company/dietwee>

FontFont 2010, 'Albert-Jan Pool', *FontFont*, consultado el 7 de noviembre 2012, <https://www.fontfont.com/designers/albert-jan-pool>

FontFont s.f., 'Albert-Jan Pool', *FontFont*, consultado el 13 de noviembre 2010, <https://www.fontfont.com/designers/albert-jan-pool>

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, A M, 2009, 'Luca Pacioli: vida y obra, en el quinto centenario de la primera edición de De Divina Proportione', *Biblioteca Nacional de España*, entrada de blog, consultado el 15 de noviembre de 2010, <http://www.bne.es/es/Actividades/Ciclos/PiezaDelMes/Historico/Piezas2009/piezasjunio.html>

Google 2012, 'The New Multi-Screen World Study', *Google*, entrada de blog agosto, consultado el 14 de septiembre 2014, <https://www.thinkwithgoogle.com/research-studies/the-new-multi-screen-world-study.html>

Google/Ipsos/Sterling 2012, *The New Multi-Screen World Study Infographic*, Google, consultado el 14 de septiembre 2014, http://ssl.gstatic.com/think/docs/multi-screen-world-infographic_infographics.pdf

Google/Ipsos/Sterling 2012, *The New Multi-Screen World Study Research Studies*, Google, consultado el 14 de septiembre 2014, https://ssl.gstatic.com/think/docs/the-new-multi-screen-world-study_research-studies.pdf

GÜNTENSPERGER, R 1988, 'Schweizer Ingenieur und Architekt Nr. 20', *Hochbau, SBB Bauabteilung Kreis 11, 6002 Luzern*, consultado el 9 de octubre de 2014, <http://retro.seals.ch/cntmng?pid=sbz-003:1988:106::340>

HANSEN, M s.f., 'IDEO CEO Tim Brown: T-Shaped Stars: The Backbone of IDEO's Collaborative Culture', *Chief Executive*, consultado el 14 de marzo 2012, <http://chiefexecutive.net/ideo-ceo-tim-brown-t-shaped-stars-the-backbone-of-ideoae%E2%84%A2s-collaborative-culture/>

HARRISON, J 2014, 'Responsive Logos', *Responsive Logos*, consultado el 28 de mayo 2014, <http://responsivelogos.co.uk/>

HOLLIS, R 2002, 'The designer as programmer', *Eye*, entrada de blog, consultado el 13 de marzo 2012, <http://www.eyemagazine.com/review/article/the-designer-as-programmer>

HUGHES, J 2010, 'The Forty-Two Line Bible', *Codex99*, entrada de blog 20 de marzo, entrada de blog, consultado el 15 de noviembre de 2010, www.codex99.com/typography/62.html

IMHOF, A 2000, 'Die Göttinger Gutenbergbibel', *Gutenberg Digital*, entrada de blog, consultado el 15 de noviembre de 2010, www.gutenbergdigital.de

KIRCHNER, F, MICHAËLIS, K 1907, 'Wörterbuch der philosophischen Begriffe', *Textlog*, entrada de blog 12 de diciembre 2004, consultado el 4 de marzo 2012, <http://www.textlog.de/kirchner.html>

Las Tipografías, 'Biografía de Alberto Durero', *Las Tipografías*, entrada de blog 15 de septiembre de 2013, consultado el 9 de octubre de 2014, <http://lastipografias.blogspot.com.es/2014/09/biografia-de-alberto-durero.html>

Lava s.f., 'Dynamic Identities', *Lava*, consultado el 14 de noviembre 2014, <http://www.lava.nl/contentitems/view/dynamic-identities/dutch/>

MARCOTTE, E 2010, 'Responsive Web Design', *Alist Apart blog*, entrada de blog 25 de marzo, consultado el 7 de enero 2013, <http://alistapart.com/article/responsive-web-design>

MCCULLAGH, K s.f., 'Is it Time to Rethink the T-Shaped Designer?', *Core77*, consultado el 14 de marzo 2012, http://www.core77.com/blog/columns/is_it_time_to_rethink_the_t-shaped_designer_17426.asp

Ministerie van Algemene Zaken s.f., 'Ministerie van Algemene Zaken', *Ministerie van Algemene Zaken*, consultado el 14 de agosto 2012, <http://www.government.nl/ministries/az>

Oxford University Press 2013, 'Oxford English Dictionary', *Oxford University Press*, consultado el 13 de junio 2013, <http://www.oed.com/>

PATAU, J 2000, 'Estilos gráficos: Renacimiento y clasicismo', *Unos Tipos Duros*, entrada de blog 17 de octubre, consultado el 1 de julio de 2011, www.unostiposduros.com/estilos-graficos-renacimiento-y-clasicismo/

PETTIT, N 2012, 'Beginner's Guide to Responsive Web Design', *Team Tree House blog*, entrada de blog 8 de agosto 2012, consultado el 19 de enero 2013, <http://blog.teamtreehouse.com/beginners-guide-to-responsive-web-design>

POOL, A-J 2010, 'FF DIN Round', *Design Made in Germany*, entrada de blog, consultado el 7 de noviembre 2012, <http://www.designmadeingermany.de/magazin/5/ff-din-round/>

Prill Vieceli s.f., 'About', *Prill Vieceli*, consultado el 14 de agosto 2012, <http://www.prillviecelicremers.ch/about/>

PUUSEPP, R 2013, 'What is Generative Design', *Renee Puusepp blog*, entrada de blog, consultado el 23 de mayo 2013, <http://www.reneepuusepp.com/what-is-generative-design/>

RAMÍREZ, R. 2002, 'Ivan Chermayeff', *isopixel*, entrada de blog 4 de noviembre, consultado el 24 de noviembre 2010, <http://isopixel.net/archivo/2002/11/ivan-chermayeff/>

RAUSCHENBUSCH, A s.f., 'Visuelle Systeme', *HfK Bremen*, consultado el 7 de febrero 2012, <http://www.visuellesysteme.net/>

Real Academia Española 2001, 'Diccionario de la lengua española', *Real Academia Española*, consultado el 13 de noviembre 2010, <http://www.rae.es/rae.html>

Stadt Zürich s.f., 'Zahlen Fakten', *Stadt Zürich*, consultado el 14 de noviembre 2014, https://www.stadt-zuerich.ch/hbd/de/index/ueber_das_departement/organisation/ahb/zahlen_fakten.html

STOCK-ALLEN, N, 2010, 'Typography Teachers at the Bauhaus - Experiments in Idealist Typefaces', *Design History*, entrada de blog, consultado el 15 de noviembre de 2010, http://www.designhistory.org/Avant_Garde_pages/BauhausType.html

Studio Dumbar s.f., *Studio Dumbar*, consultado el 16 de agosto 2012, <http://studiodumbar.com/>

Total Design s.f., '5 decades of excellence', *Total Design*, consultado el 12 de diciembre 2013, <http://www.totalidentity.com/5-decades-excellence>

Under Consideration, 'Brand New', *Under Consideration*, consultado el 15 de noviembre de 2011, <http://www.underconsideration.com/brandnew/>

VIT, A 2010, 'Where the Cold Wind Blows', *Brand New*, entrada de blog 29 de septiembre, consultado el 7 de noviembre 2012, http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/where_the_cold_wind_blow.php#.VgfHXstet8

Imágenes

COLONNA, F 1499, 'Hypnerotomachia Poliphili', *codex99*, captura del 17 de octubre de 2013, www.codex99.com/typography/images/incunabula

DÜRER, A 1525, 'Unterweysung der mit dem Messung Zirckel und Richtscheyt', *Slub Dresden*, captura del 14 de marzo 2013, <http://digital.slub-dresden.de/werkansicht/dlf/17139/142/o/>

GIOVANNANTONIO 1524, 'Monograma en Giovannantonio Taglientes' "Lo presente libro", *Fulltable*, captura del 14 de marzo 2012, <http://www.fulltable.com/VTS/c/calligraphy/tagliente/tag.htm>

PACCIOLI, L 1501, 'De Divina Proportione', *Italian Ways*, captura del 14 de marzo de 2013, www.italianways.com/paciolis-alphabet/

POOL, A-J 2010, 'Manual para rotulistas, C. E. Fetzer', *Design Made in Germany*, captura del 7 de noviembre 2012, <http://www.designmadeingermany.de/magazin/5/ff-din-round/>

POOL, A-J 2010, 'Soenneckens Schriftsystem für die Grundschule von 1913', *Design Made in Germany*, captura del 7 de noviembre 2012, <http://www.designmadeingermany.de/magazin/5/ff-din-round/>

POOL, A-J 2010, 'Wandtafel mit Soenneckens Schriftsystem von 1878', *Design Made in Germany*, captura del 7 de noviembre 2012, <http://www.designmadeingermany.de/magazin/5/ff-din-round/>

TORY, G 1520, 'Champfleury', *citrinitas*, captura del 14 de marzo de 2012, www.citrinitas.com/history_of_viscom/images/masters/champsfleury.html

BERTALANFFY, KLV 1968, *General system theory*, G, Braziller, New York, consultado el 15 de julio de 2014, http://monoskop.org/images/7/77/Von_Bertalanffy_Ludwig_General_System_Theory_1968.pdf

LEVINE, J s.f., 'Generative Practice. The State Of The Art,' *Digicult*, consultado el 15 de julio de 2014, <http://www.digicult.it/digimag/issue-057/generative-practice-the-state-of-the-art/>

NEVILLE, D 2011, 'A Relational Design Process,' *Nevolution blog*, entrada de blog marzo, consultado el 8 de octubre de 2012, <http://nevolution.typepad.com/theories/2011/03/a-relational-design-process-thesis.html>

Anexo: Sistemas en la creación

Arquitectura	304
Urbanism.....	314
Ornamento	320
Industrial Design	326
Arte	332

Son varias las investigaciones que analizan los sistemas visuales de los tipos de letra *antiqua* y gótica del Renacimiento, como por ejemplo las de Blokland (2012) o Burnhill (2004). Al igual que Frutiger, Aicher y Müller-Brockmann (1996) han mencionado y demostrado, ya se encuentran pruebas de sistematización visual en los lenguajes escritos primigenios. Una investigación futura podría analizar los sistemas visuales en el lenguaje escrito, y también en los sistemas visuales en la arquitectura, el urbanismo, la ornamentación, el diseño industrial y el arte. Este investigador muestra algunos de los ejemplos que encontró durante el desarrollo de esta tesis. Todos los ejemplos se pueden encontrar en su blog propio —<http://involvingsystems.tumblr.com/>—, aunque no se ha podido encontrar la fuente original de todos ellos y, en algunos casos, la información está por confirmar.

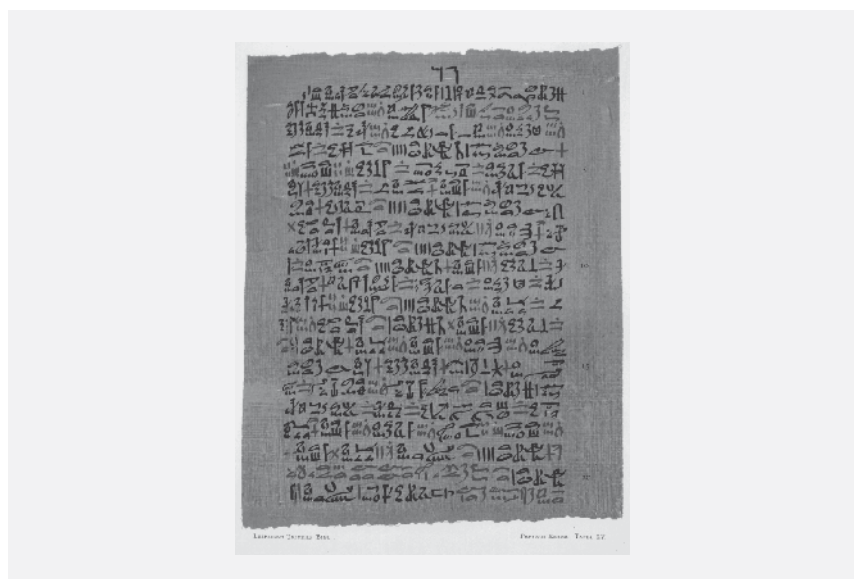


<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9d/Linearb.png> [Consulta: 12 de diciembre 2011]

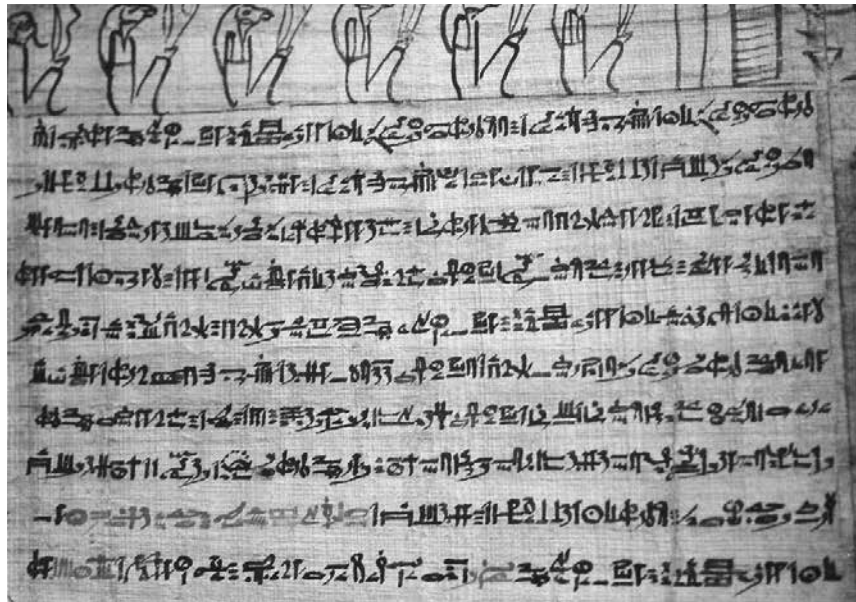
01	┌	da	30	⌘	ni	59	⌘	ra
02	┐	ro	31	⌘	sa	60	⌘	ra
03	⌘	pa	32	⌘	qo	61	⌘	o
04	⌘	te	33	⌘	ra ₂	62	⌘	pte
05	┐	to	34	⌘		63	⌘	
06	┐	na	35	⌘		64	⌘	
07	┐	di	36	⌘	jo	65	⌘	ju
08	┐	a	37	⌘	ti	66	⌘	ta ₂
09	┐	se	38	⌘	e	67	⌘	ki
10	┐	u	39	⌘	pi	68	⌘	ro ₂
11	┐	po	40	⌘	wi	69	⌘	tu
12	┐	so	41	⌘	si	70	⌘	ko
13	┐	me	42	⌘	wo	71	⌘	dwe
14	┐	do	43	⌘	ai	72	⌘	pe
15	┐	mo	44	⌘	ke	73	⌘	mi
16	┐	pa ₂	45	⌘	de	74	⌘	ze
17	┐	za	46	⌘	je	75	⌘	we
18	┐		47	⌘		76	⌘	ra ₂
19	┐	zo	48	⌘	nwa	77	⌘	ka
20	┐	qi	49	⌘		78	⌘	qe
21	┐		50	⌘	pu	79	⌘	zu
22	┐		51	⌘	du	80	⌘	ma
23	┐	mu	52	⌘	no	81	⌘	ku
24	┐	ne	53	⌘	ri	82	⌘	
25	┐	a ₂	54	⌘	wa	83	⌘	
26	┐	ru	55	⌘	nu	84	⌘	
27	┐	re	56	⌘	pa ₃	85	⌘	
28	┐	i	57	⌘	ja	86	⌘	
29	┐	pu ₂	58	⌘	su	87	⌘	

<http://peloponnes.surfino.info/uploads/aufloesung.jpg> [Consulta: 12 de diciembre 2011]

Antiguo egipcio hierático



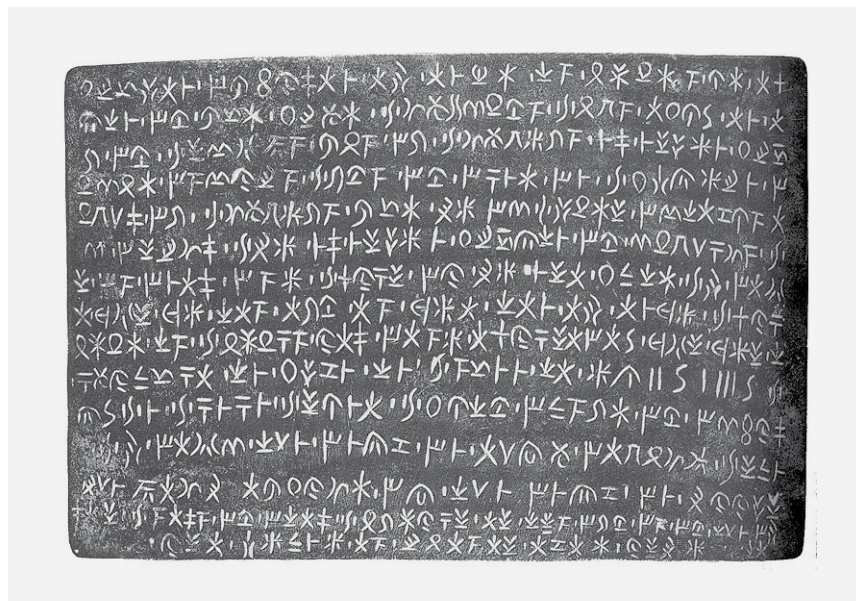
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c5/Papyrus_Ebers.png [Consulta: 12 de diciembre 2011]



<http://images.fotocommunity.de/bilder/deaktivierte-fotos/hieratische-schrift-im-alten-egypten-b9b767f0-0c66-45c2-90af-b3adc6bf1a47.jpg> [Consulta: 18 de diciembre 2011]

http://www.aegyptisches-museum-berlin-verein.de/bilder/g_q_papyr_sinuhe_2.jpg [Consulta: 18 de diciembre 2011]

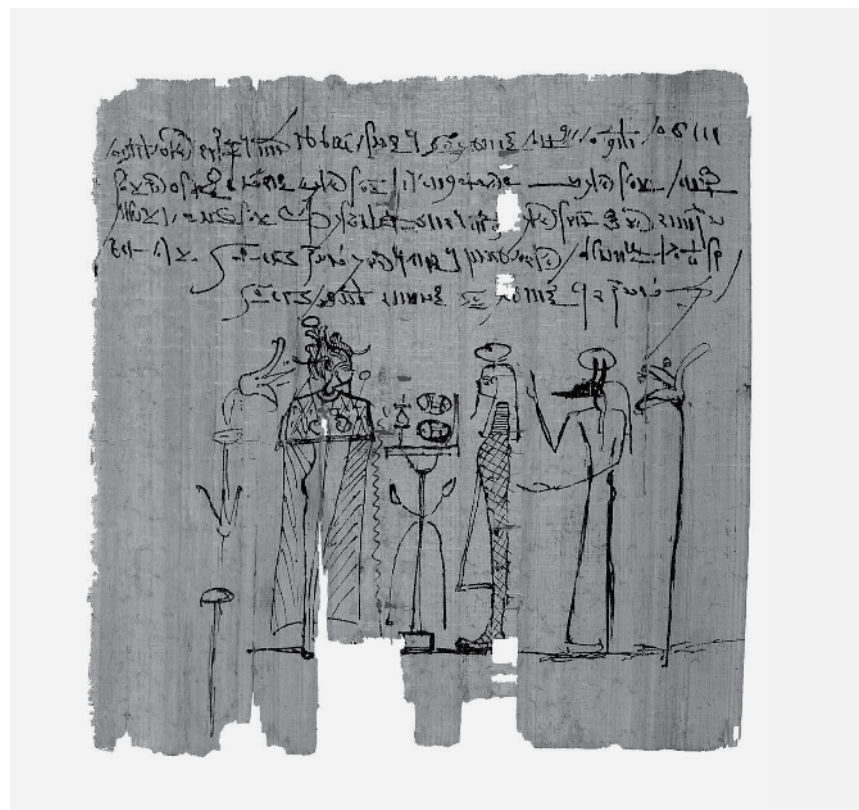
Antiguo griego Kyprisch-silábica



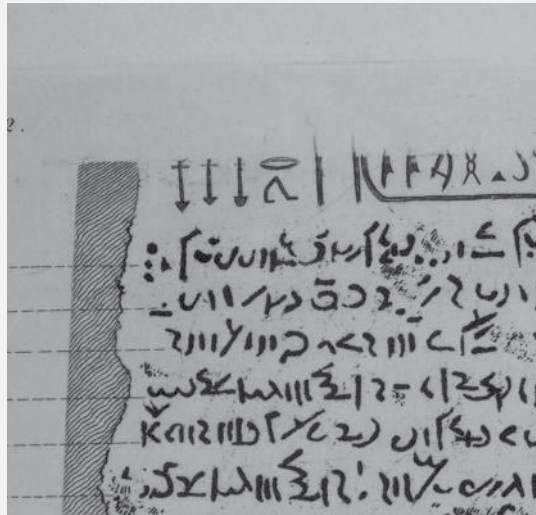
http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Idalion_tablet.jpg [Consulta: 18 de diciembre 2011]

Hieroglyphen					
kursive Hieroglyphen					
Hieratisch (Buchschrift)					
Hieratisch (Geschäftsschrift)					
Demotisch					

https://www.google.es/search?q=alt%C3%A4gyptisch+demotisch&client=firefox-a&hs=4Wt&rls=org.mozilla:de:official&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=zSewUvbMH oKf0QWwu0HIAg&ved=0CAkQ_AUoAQ&biw=1206&bih=680#facrc=_&imgdii=_&imgrc=v GUI7tA-PJpZLM%3A%3BgqsdhQHGi7UUXM%3Bhttp%253A%252F%252Fw [Consulta: 10 de enero 2012]



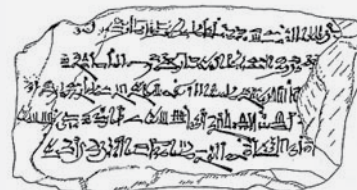
<http://www.akademienunion.de/pressebilder/15woerterbuch.jpg> [Consulta: 10 de enero 2012]



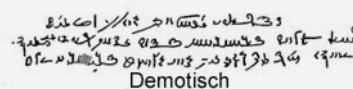
https://www.google.es/search?q=alt%C3%A4gyptisch+demotisch&client=firefox-a&hs=4Wt&rls=org.mozilla:de:official&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=zSewUv bMH0Kf0QWwu0HIAg&ved=0CAkQ_AUoAQ&biw=1206&bih=680#facrc=_&imgdii=_&imgsrc=DMtfAvJTjz0vpM%3A%3B2TfdBYeAEbOTAM%3Bhttp%253A%252F%252Ftecutlituesrexiudaea.files.wordpress.com%252F2013%252F05%252Fdemotisch-block_1-vergrc3b6c39ferung.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Ftecuteli.wordpress.com%252Fcategory%252Fdemotisch-agyptische-schreibschrift%252F%3B420%3B400
[Consulta: 14 de enero 2012]



Hieroglyphen



Hieratisch



Demotisch

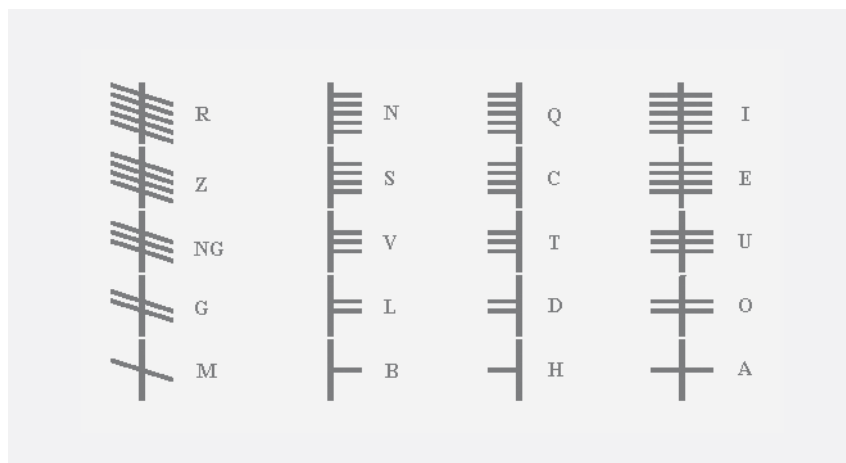
<http://www.sekemreisen.de/allgemein/hieroglyphen2.jpg> [Consulta: 14 de enero 2012]

No pude encontrar muestras.

Maya (yucateco, Quiché) silabario precolombino con el componente ideográfico

No pude encontrar muestras.

Irlandés antiguo Ogham

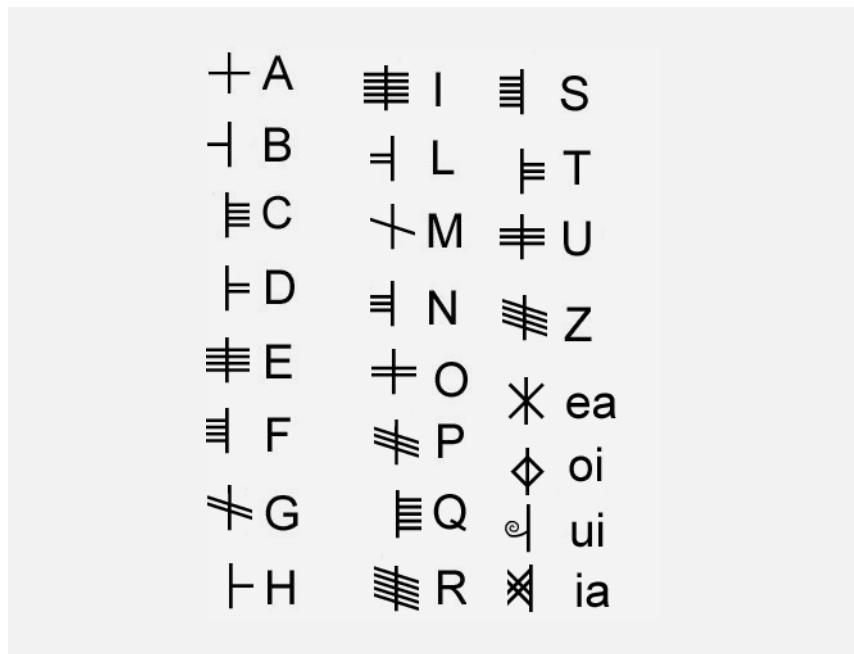


https://www.google.es/search?q=altirisch+ogham&client=firefox-a&rls=org.mozilla:de:official&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=1jCwUtztMoOb0AXEjYHIAg&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1206&bih=680#facrc=_&imgdii=U_EIJEJFEIAIEM%3A%3BzmG9qdzZ0KV-tM%3BU_EIJEJFEIAIEM%3A&imgrc=U_EIJEJFEIAIEM%3A%3BL7F-uWX1lBjgM%3Bhttp%253A%252F%252Fcontent.answcdn.com%252Fmain%252Fcontent%252Fimg%252Ffoxford%252FOxford_Celtic_Myth%252F0192801201.ogham.1.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.answers.com%252Ftopic%252Fogham%3B525%3B334 [Consulta: 22 de enero 2012]

The Ogham alphabet

Beithe birch b	Luis blaze/herb l	Fern alder f	Sail willow s	Nion fork/loft n	Uath fear (?) h	Dair oak d	Tinne rod/metal t	Coll hazel c	Ceirt bush q
Muin neck m	Gort field g	nGéatal wounding (?) ng	Straif sulphur z	Ruis red (ness) r	Ailm ? a	Onn ash-tree o	Úr earth u	Eadhadh ? e	Iodhadr ? i
Éabhadh ? ea	Ór gold oi	Uilleann elbow ui	Ifin pine ia	Eamhancholl double c ae	Peith soft birch p	Eite feather	Spás space	Eite thuathail reversed feather	

https://www.google.es/search?q=altirisch+ogham&client=firefox-a&rls=org.mozilla:de:official&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=1jCwUtztMoOb0AXEjYHIAg&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1206&bih=680#q=ogham+alphabet&rls=org.mozilla:de:official&tbn=isch&facrc=_&imgdii=_&imgrc=Hn98gihhEcZaWM%3A%3Bzs-XiA-B5NuzHM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.angelfire.com%252Frealm3%252Fhiddenwood%252Fimages%252Fogham.png%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.angelfire.com%252Frealm3%252Fhiddenwood%252Fpage11.html%3B583%3B318 [Consulta: 22 de enero 2012]



<http://www.spiritedenterprise.com/ogham.gif> [Consulta: 22 de enero 2012]

Capitalis Monumentalis



http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Inschrift_der_Trajanss%C3%A4ule.jpg&filetimestamp=20130724125802& [Consulta: 5 de febrero 2012]

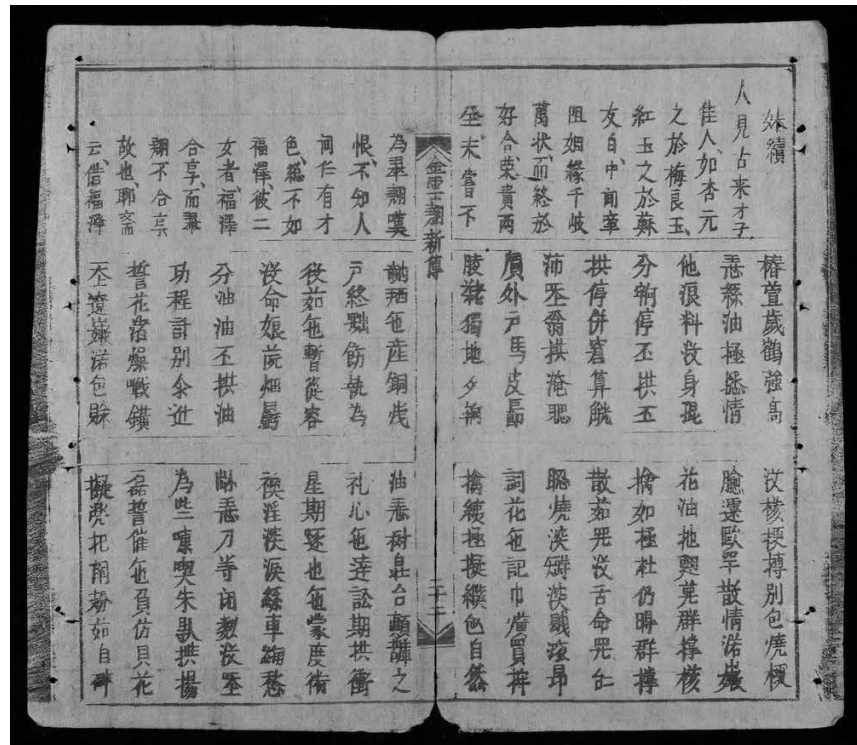
AΛ	BḂ	C)	DḞ	EƆ	Fʃ	[GI]
a	b	c	d	e	v	z
HΘ	I	KX	LJ	MΛM	NʃM	O
h	i	k	l	m	n	o
P1P	QQR	RKR	S	T	V	Φ
p	q	r	s	t	u	ks

<http://www.thebookmarkshop.com/latin/ancientlatin.gif> [Consulta: 5 de febrero 2012]

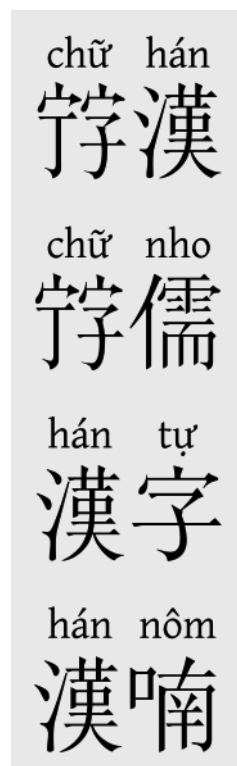
ƿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ
feoh - f "wealth"	ur - u "cattle"	þorn - þ "thorn"	os - o "mouth"	rad - r "ride"	cen - c "torch"	Ʒiefu - Ʒ "gift"	pynn - p "joy"	hæƷl - h "hail"
†		ϕ	ʃ	Ɔ	Y	4	↑	ᵿ
nyd - n "need"	is - i "ice"	Ʒear - Ʒ "year"	eeoh - eo "yew"	peorð - p "game"	eolƷecƷ - x "elk-sedge"	ƷiƷel - s "sun"	tyr - t "Tyr"	beorc - b "birch"
M	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ
eoh - e "horse"	man - m "man"	lagu - l "lake"	ing - Ʒ "Ing"	œðel - œ "estate"	dæƷ - d "day"	ac - a "oak"	æsc - æ "ash"	
A	Y	*	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ	ᵿ
yr - y "bow"	ear - ea "earth"	iar - ia "serpent"	kalc - k "chalice"	kalc - kk "chalice"	gar - g "spear"	cƷeorð - cƷ "fire"	stan - st "stone"	

http://i821.photobucket.com/albums/zz139/Ojibwa/531px-Anglosaxonrunes_svg.png
[Consulta: 5 de febrero 2012]

(Una página del diccionario bilingüe Nhật dụng thường đàm (1851). Los personajes que representan palabras en Hán (chino) se explican en la Nôm (Vietnamita)



http://en.wikipedia.org/wiki/File:Logographic_Vietnamese_Terminology.svg [Consulta: 15 de febrero 2012]



http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/bc/Tale_of_Kieu,_vol._24,_p.22.jpg [Consulta: 15 de febrero 2012]



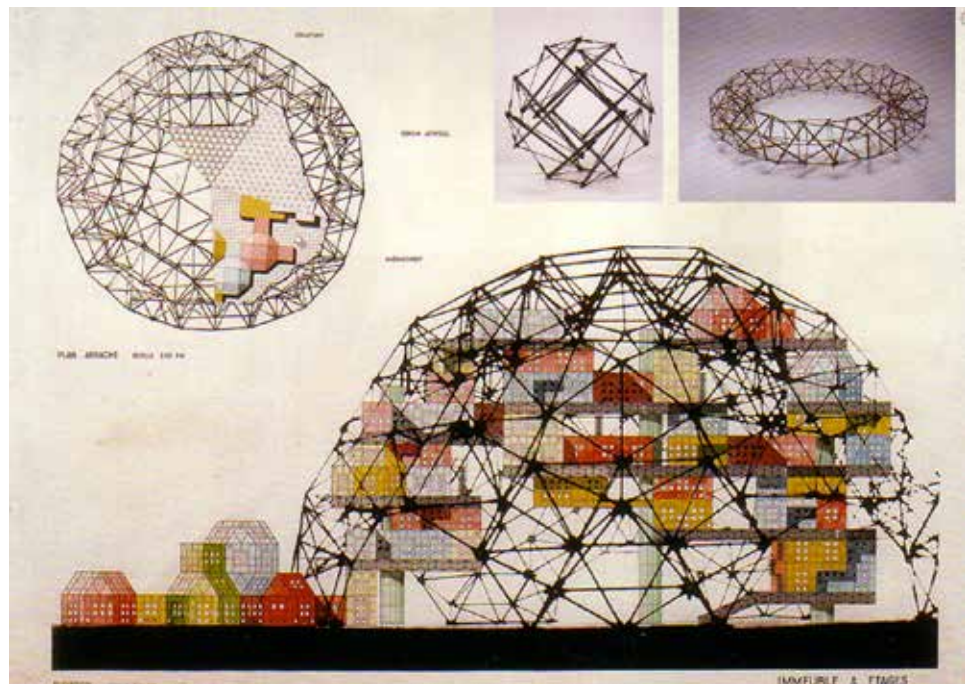
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/05/Ho_Xuan_Huong.png [Consulta: 25 de febrero 2012]

rén zài búxìn shén de shèhuì zhōng zhǎngdà gēnběn jiù búdà xiāngxìn
人 在 不 信 神 的 社 会 中 长 大 ， 根 本 就 不 大 相 信
Shàngdì cúnzài duì yíxià guānniàn jiù gèng nán lǐjiě le Yǒu yí wèi
上 帝 存 在 ， 对 以 下 观 念 就 更 难 理 解 了 ： 有 一 位
zhìgāo de zhǔzǎi wèi rénlei dìngxià le dàodé biāozhǔn rén bù zūnshǒu
至 高 的 主 宰 为 人 类 定 下 了 道 德 标 准 ， 人 不 遵 守
jiùshì fànzui Tāmen gēn Bǎoluó zài shìjì tán dào de mǒuxiē
就 是 犯 罪 。 他 们 跟 保 罗 在 1 世 纪 谈 到 的 某 些
rén kěyǐ shuō fēnbié búdà Bǎoluó shuō zhèxiē rén zài shìjiè shàng
人 可 以 说 分 别 不 大 。 保 罗 说 这 些 人 “ 在 世 界 上
méiyǒu xīwàng méiyǒu Shàngdì Yǐfúsuǒshū
没 有 希 望 ， 没 有 上 帝 ” 。 (以 弗 所 书 2:12)

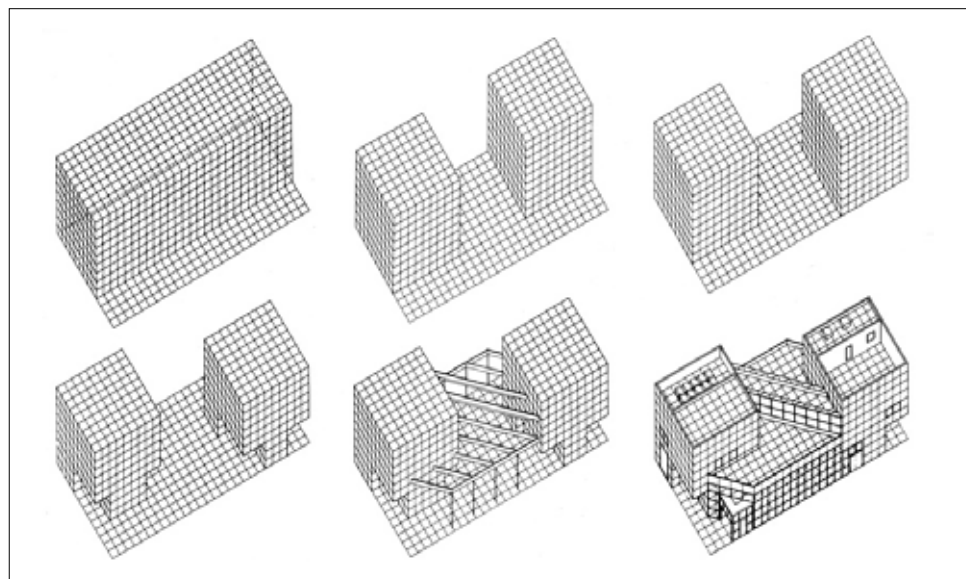
http://pinyin.info/news/news_photos/2011/03/watchtower_pinyin.gif [Consulta: 25 de febrero 2012]

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ﴿١﴾
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٢﴾ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ﴿٣﴾
 مَلِكِ يَوْمِ الدِّينِ ﴿٤﴾ إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ
 نَسْتَعِينُ ﴿٥﴾ اهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ ﴿٦﴾
 صِرَاطَ الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ
 عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ﴿٧﴾

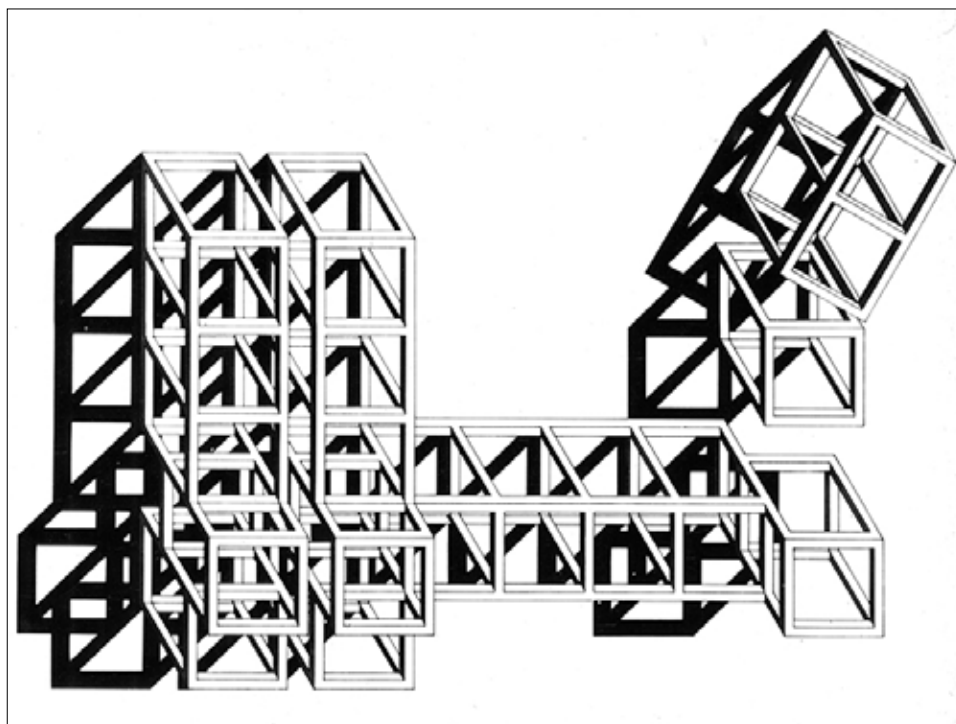
<http://answering-islam.org/PQ/Image755.gif> [Consulta: 25 de febrero 2012]



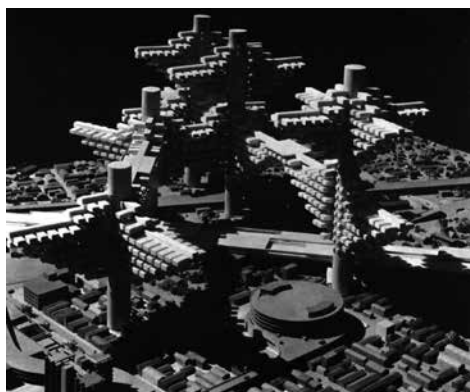
David Georges Emmerich | Tensegridad Urbano | 1958



Arata Isozaki | Fukuoka Mutual Bank | 1972-1973



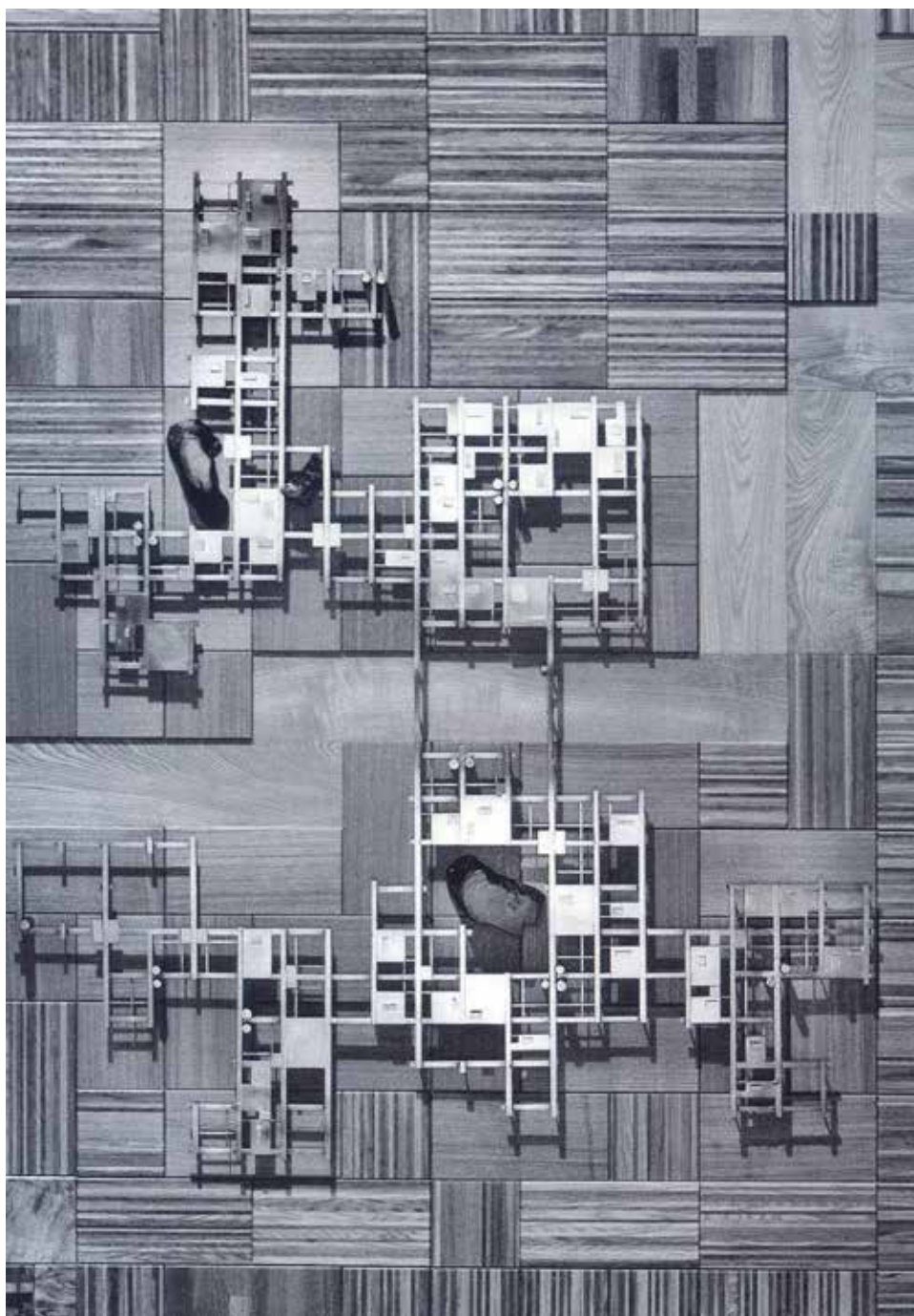
Dibujo de Arata Isozaki de Domus | febrero 1976



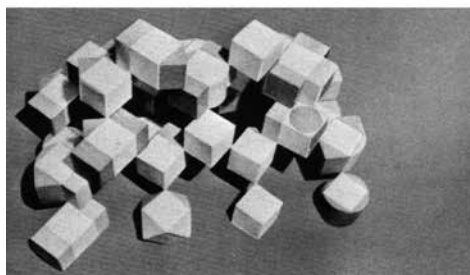
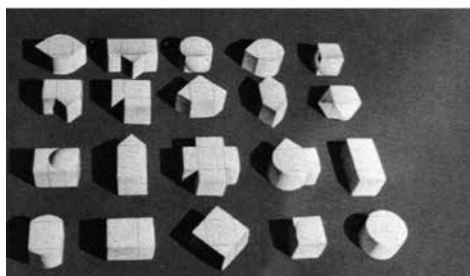
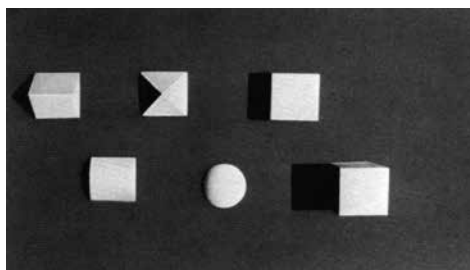
Arata Isozaki | *Cluster in the Air*



Richard Buckminster Fuller | Comunidad flotante *Triton* | 1967



Kisho Kurokawa | Ciudad agrícola | 1961



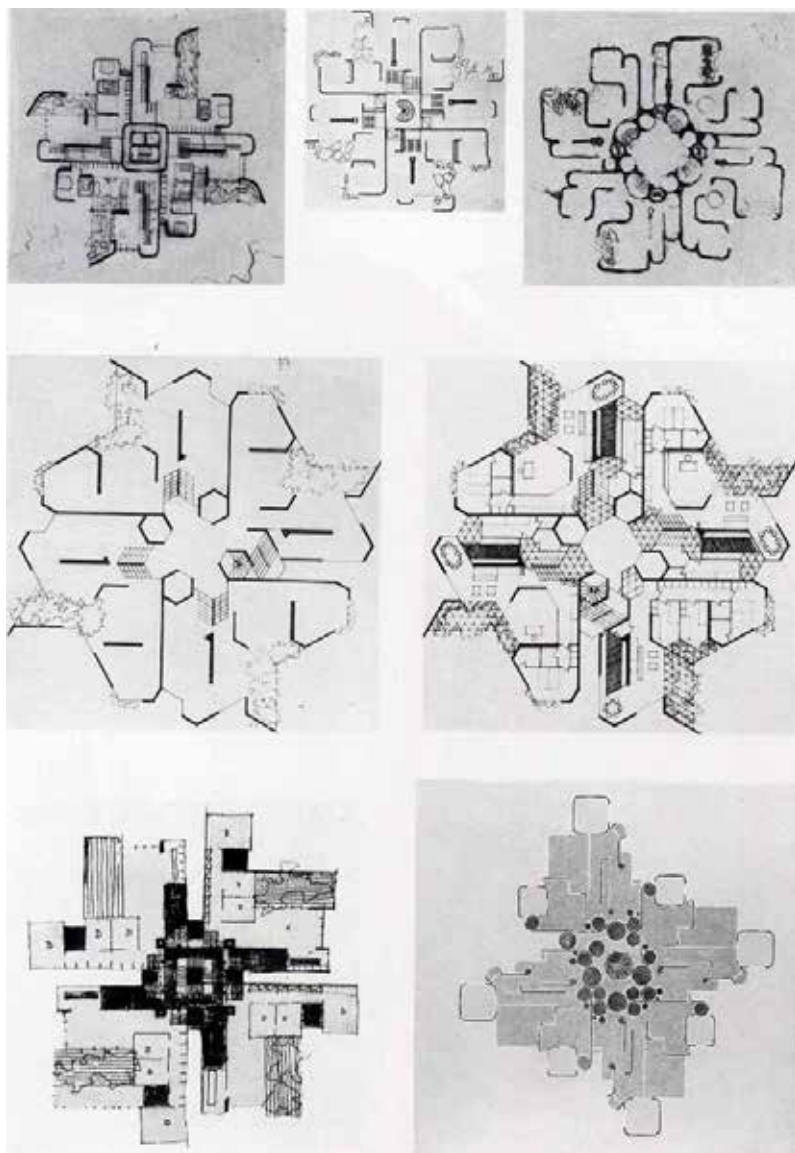
Moshe Safdie | Sistema de Componentes de 6 módulos | 1968



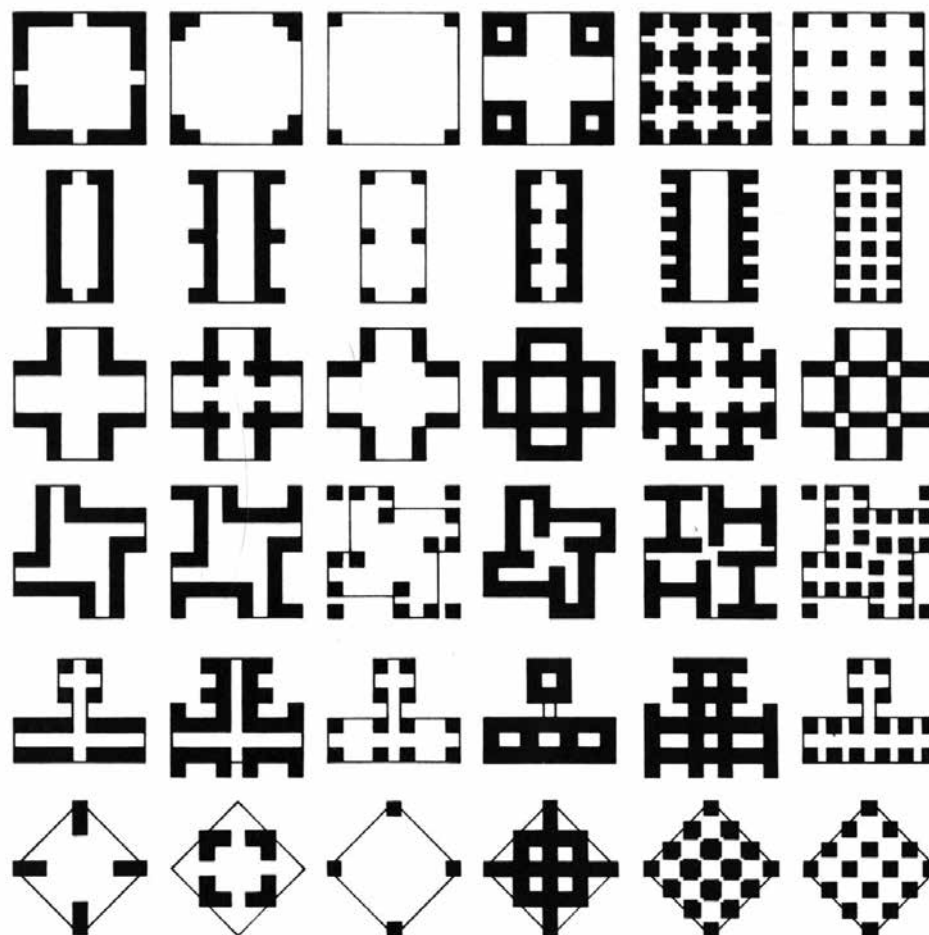
Le Corbusier | *Tower of Shadows* | Chandigarh, India



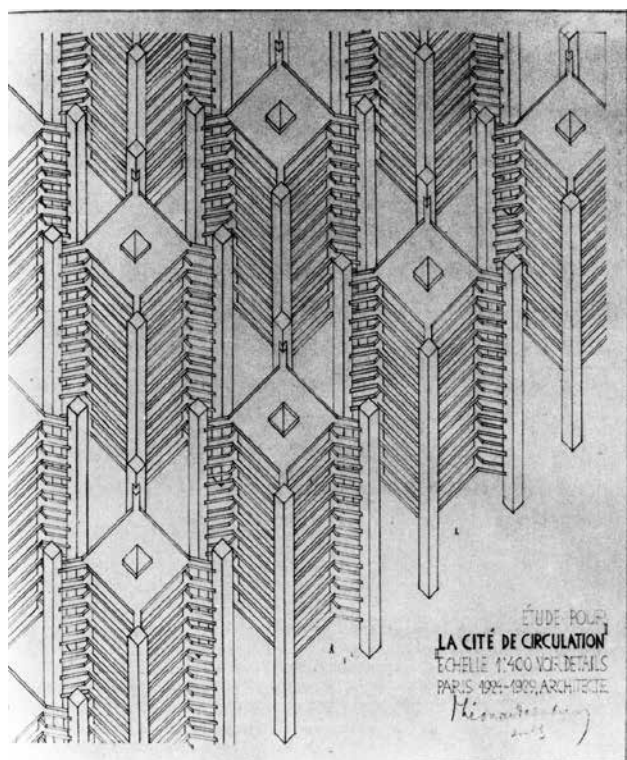
Le Corbusier | Villa Shodhan | Ahmedabad, India | 1951-1956. Diseñada para el secretario de los Millowners, Surottam Hutheesing pero los planes originales fueron posteriormente vendidos a un compañero millowner, Shyamubhai Shodhan.



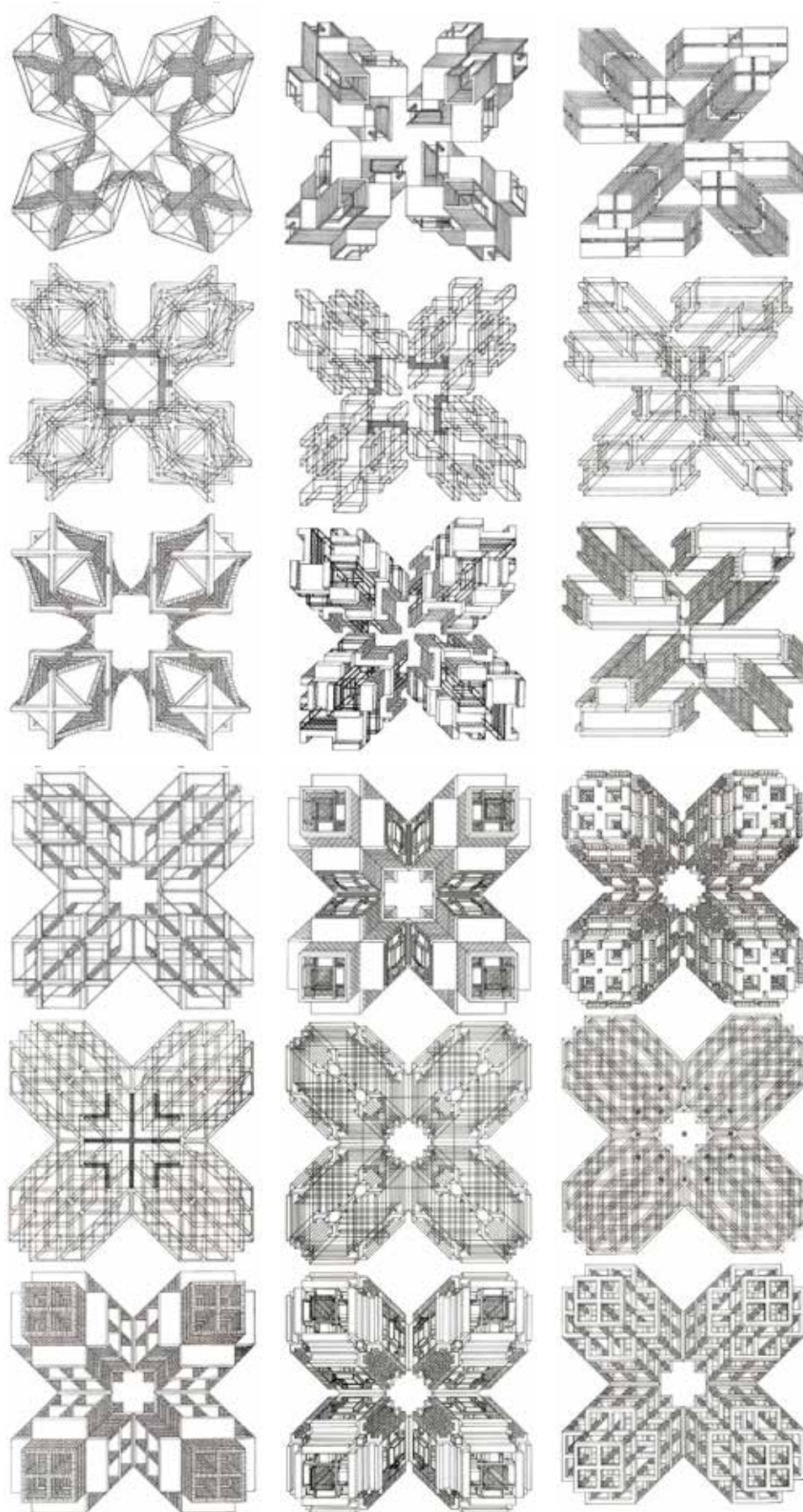
Francisco Javier Sáenz de Oiza | Variaciones esquemáticas en planta de las Torres Blancas | Madrid, España | 1964-1968



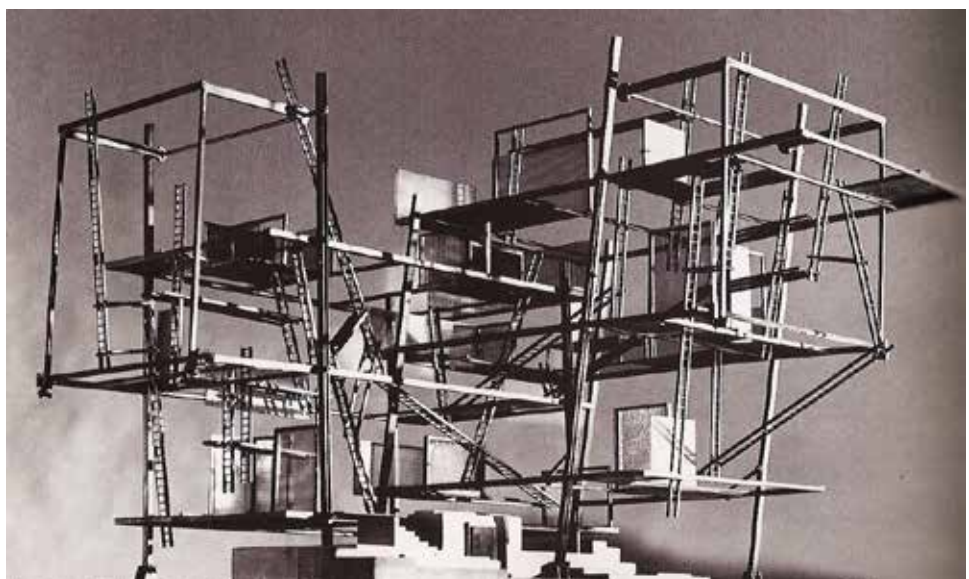
Stanley Tigerman | Seis formas planas con columnas, paredes y contrafuertes

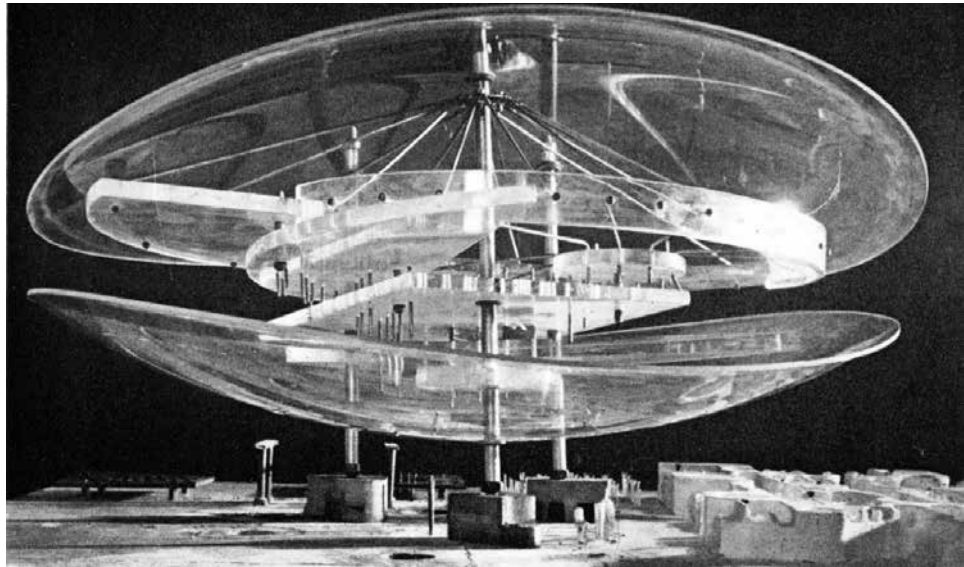


Theo van Doesburg | *La Cité de Circulation* | 1924-1929



Stanley Tigerman y GL Crabtree | Estudios axonométricos





Constant Nieuwenhuys | Nueva Babilonia, ciudad anticapitalista utópica | 1959-1974

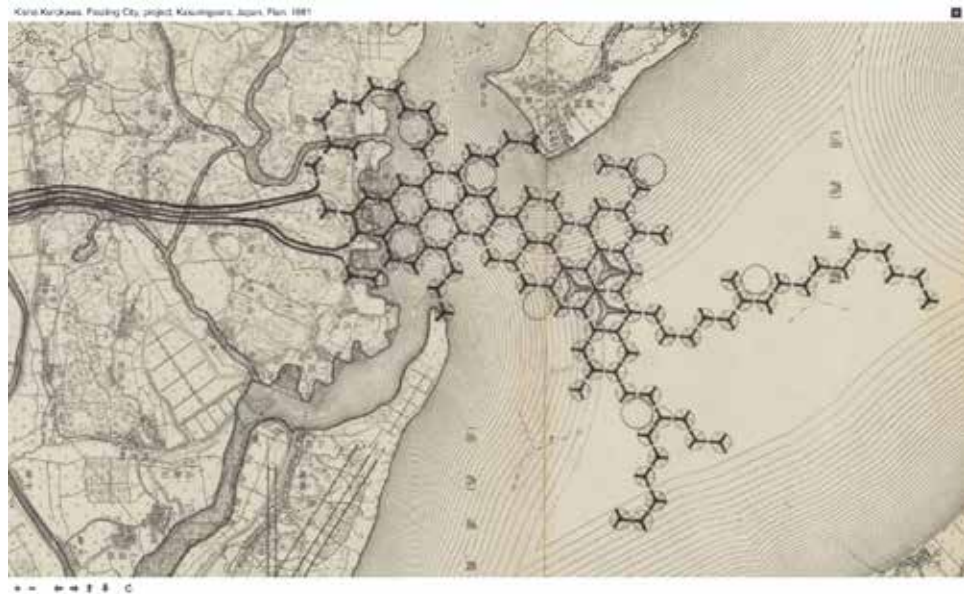
Inicialmente conocido como *Dériville* —de “*ville dérivée*”, literalmente, “la deriva de la ciudad”—, Nueva Babilonia es una ciudad anticapitalista utópica diseñada por el artista/arquitecto Constant Nieuwenhuys (1959-1974). El objetivo era la creación de experiencias de vida alternativas, llamados “situaciones”.

Sarah Williams Goldhagen, explicó:

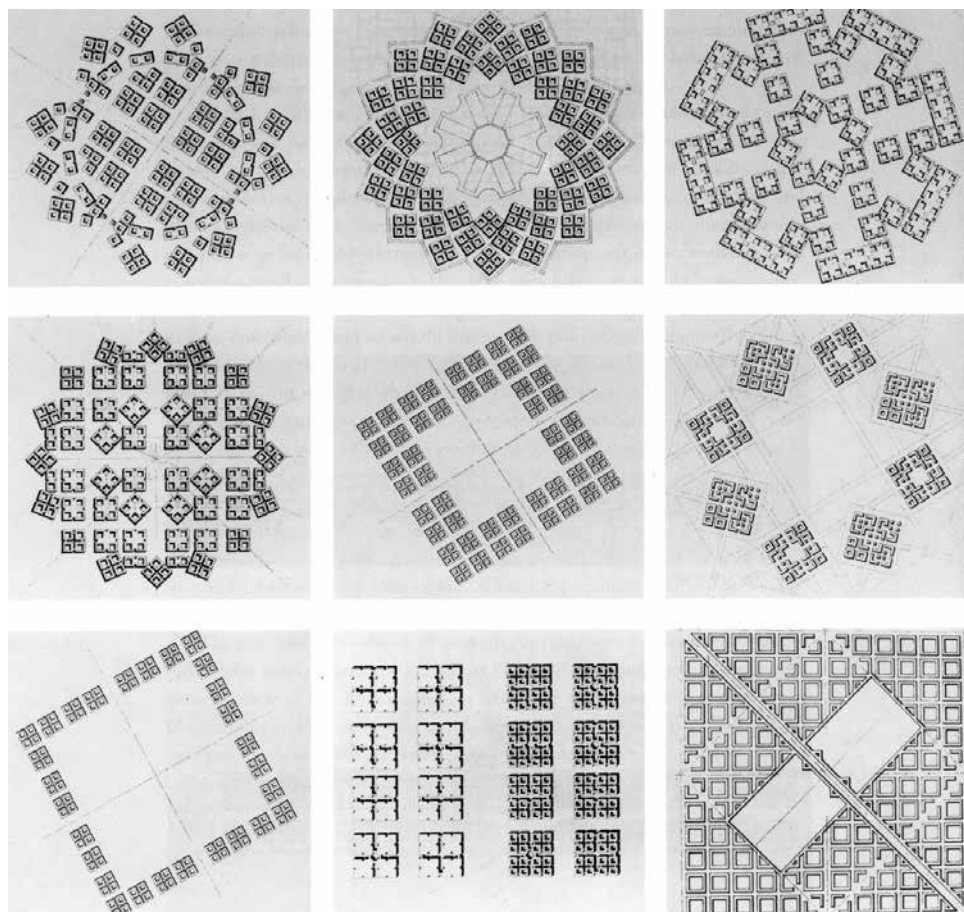
Nueva Babilonia iba a ser una serie de estructuras transformables vinculadas, algunas de los cuales se tenían por sólo solas el tamaño de una pequeña ciudad —lo que los arquitectos llaman una “mega estructura”. Encaramadas sobre el suelo, las mega estructuras de Constant, literalmente, dejarían atrás el aburguesamiento de las metrópolis y serían habitadas a continuación por “Homo Ludens-hombres en el juego” (Homo Ludens es el título de un libro escrito por el gran historiador holandés Johan Huizinga). En la Nueva Babilonia, los grilletes burgueses del trabajo, la vida familiar, y la responsabilidad cívica serían descartados. El individuo posrevolucionario vagaba de un entorno de ocio a otro en busca de nuevas sensaciones. En deuda con nadie, iba a dormir, comer, volver a crear y procrear dónde y cuando quería. La realización personal y la auto-satisfacción eran las metas sociales de Constant. El razonamiento deductivo, la producción orientada hacia los objetivos, la construcción y mejora de una comunidad política se evitaron.”

El mismo Constante Nieuwenhuys escribió:

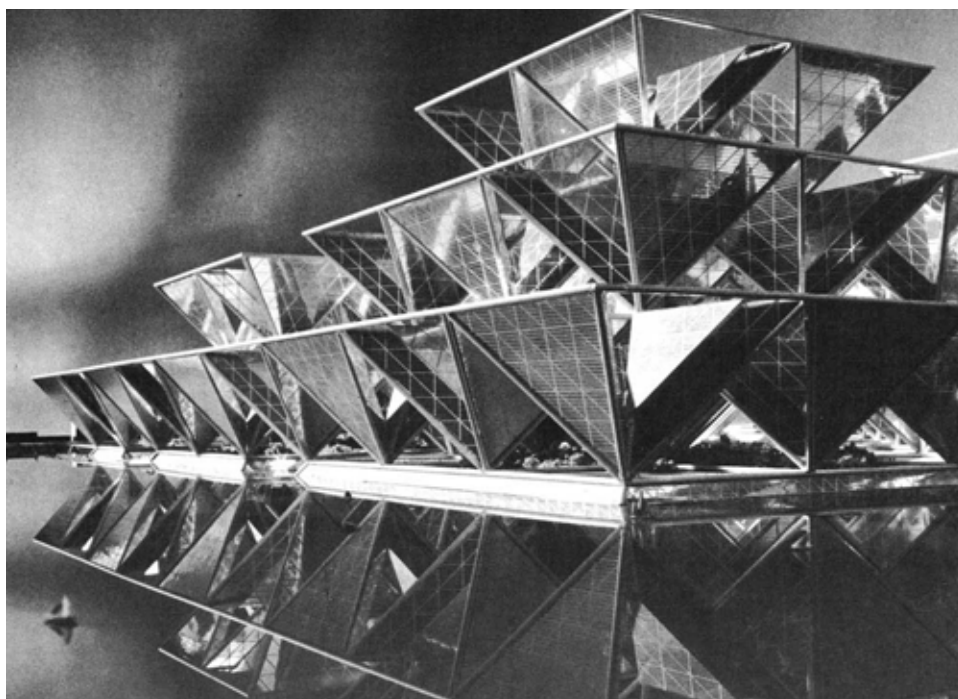
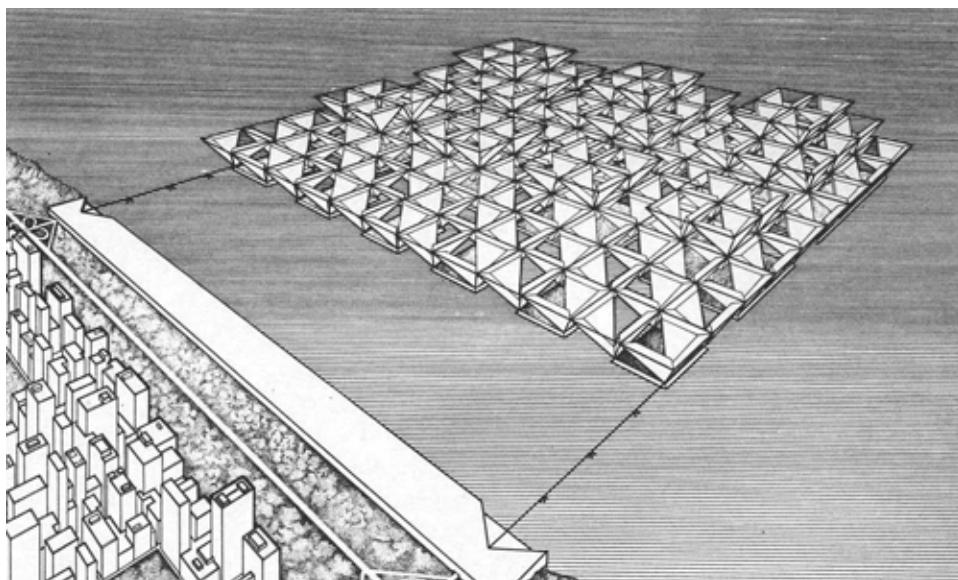
Es obvio que una persona es libre de utilizar su tiempo para el conjunto de su vida, libre de ir donde quiera, cuando quiere, no puede hacer el mayor uso de su libertad en un mundo gobernado por el reloj y el imperativo de un domicilio fijo. Como una forma de vida “Homo Ludens” exigirá, en primer lugar, que responda a su necesidad de jugar, de aventura, de movilidad, así como a todas las condiciones que facilitan la libre creación de su propia vida. Hasta entonces, la actividad principal de hombre había sido la exploración de su entorno natural. El Homo Ludens mismo buscará transformar y recrear los alrededores, ese mundo, de acuerdo a sus nuevas necesidades. La exploración y creación del entorno les coincidirá al mismo tiempo, ya que, en la creación de su dominio para explorar, el Homo Ludens se aplicará a sí mismo la exploración de su propia creación. Por lo tanto vamos a estar presentes en un proceso ininterrumpido de creación y recreación, sostenido por una creatividad generalizada que se manifiesta en todos los ámbitos de la actividad.



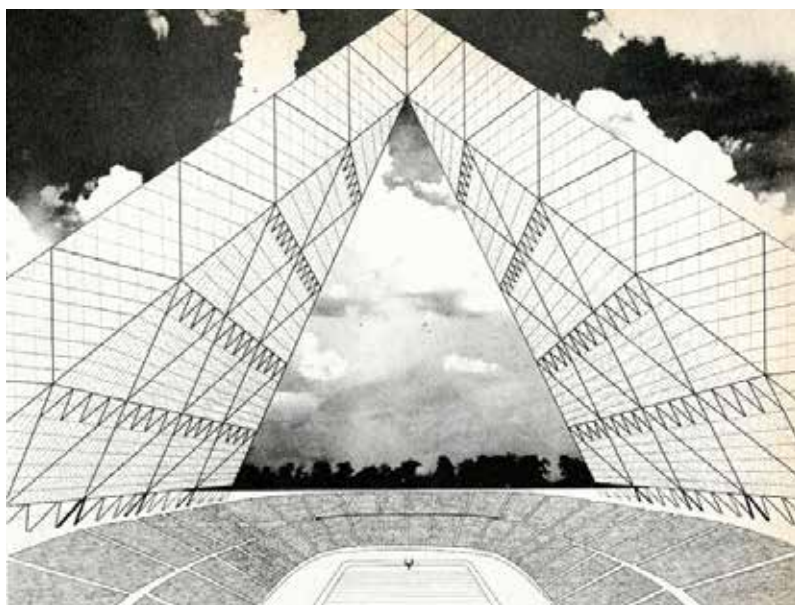
Kisho Kurokawa | Ciudad sobre el lago Kasumigaura | 1961



Ricardo Bofill | Estudios de Ciudades Ideales



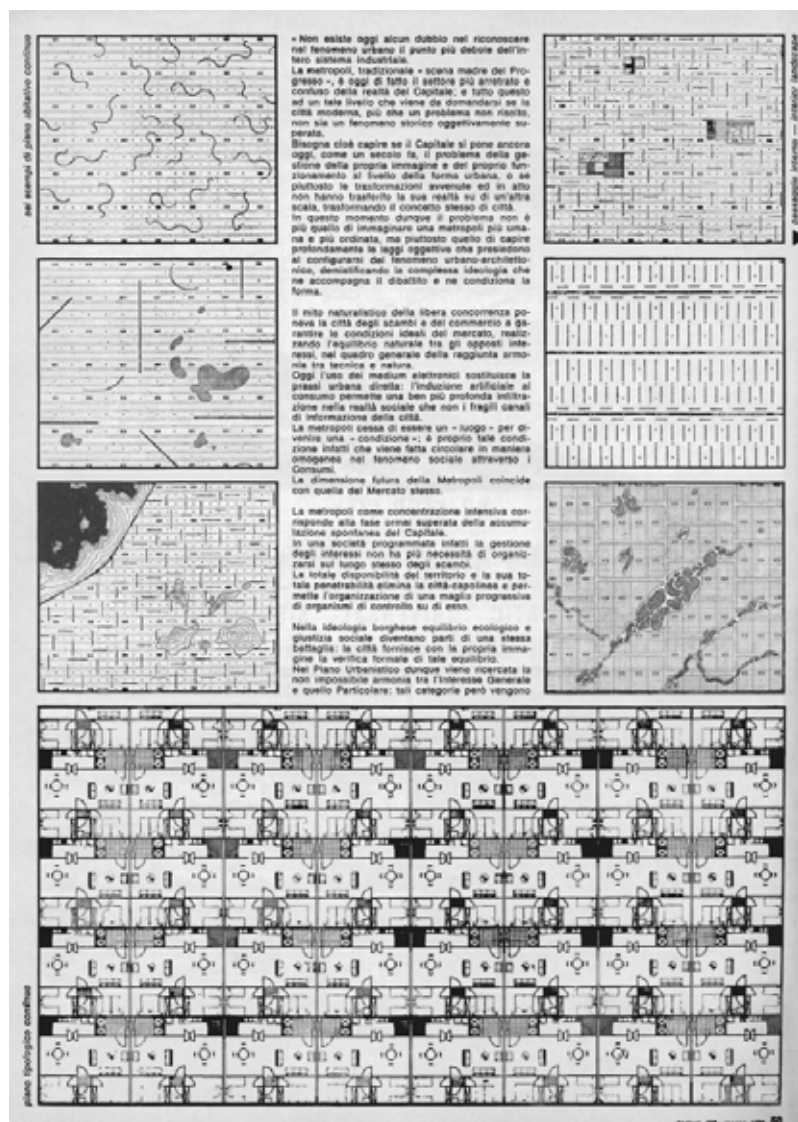
Stanley Tigerman | Matriz urbana | 1967



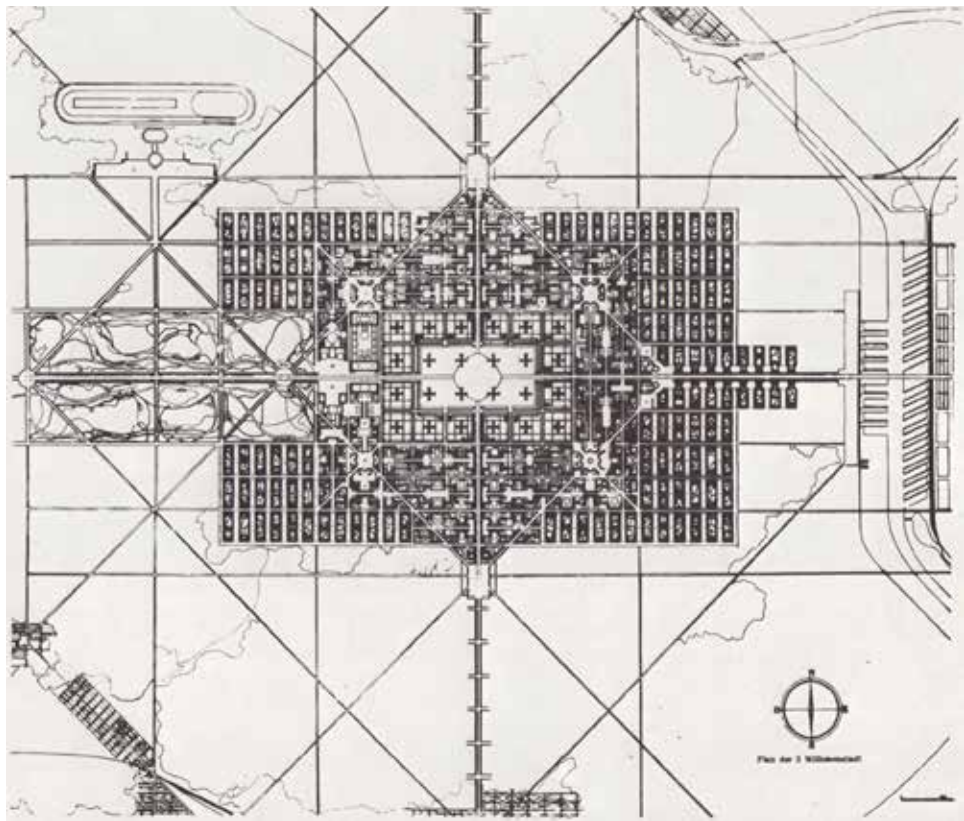
Stanley Tigerman | Proyecto de ciudad instantánea | 1968



Superstudio | Monumento continuo | 1969



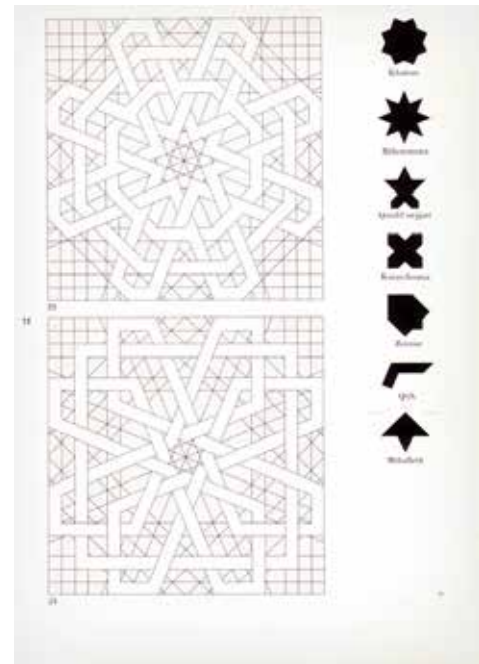
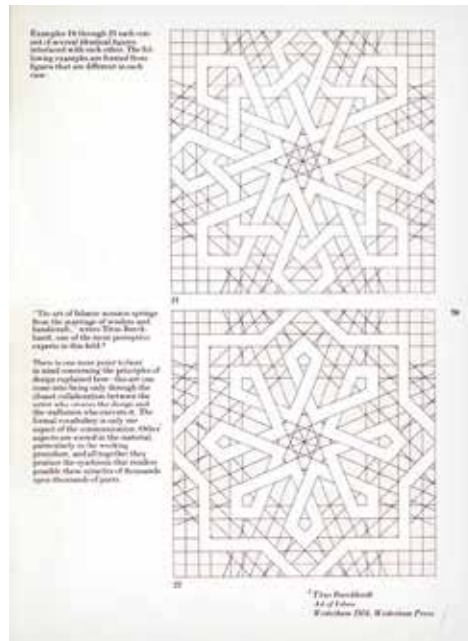
Archizoom | No-Stop City, Aparcamientos residenciales | Sistema universal Climático | Domus N°. 496, 1971, p.50.



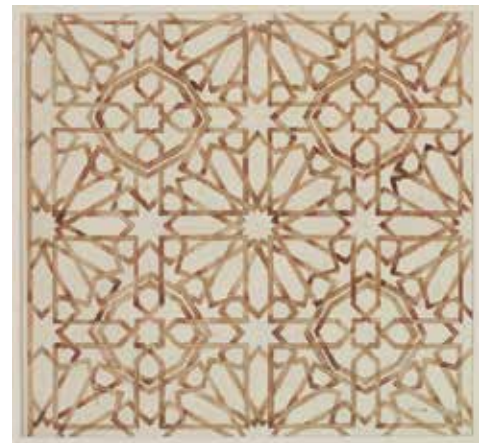
Le Corbusier | Plan para una ciudad de 3 millones de habitantes | 1922



Le Corbusier | *Plan Voisin* | Paris, 1922-1925



Karl Gerstner | de su libro *Las formas del color: la interacción de los elementos visuales* | 1986



Alhambra



Ettore Sottsass (1917 - 2007) | Apartamento propio en Milán | 1959

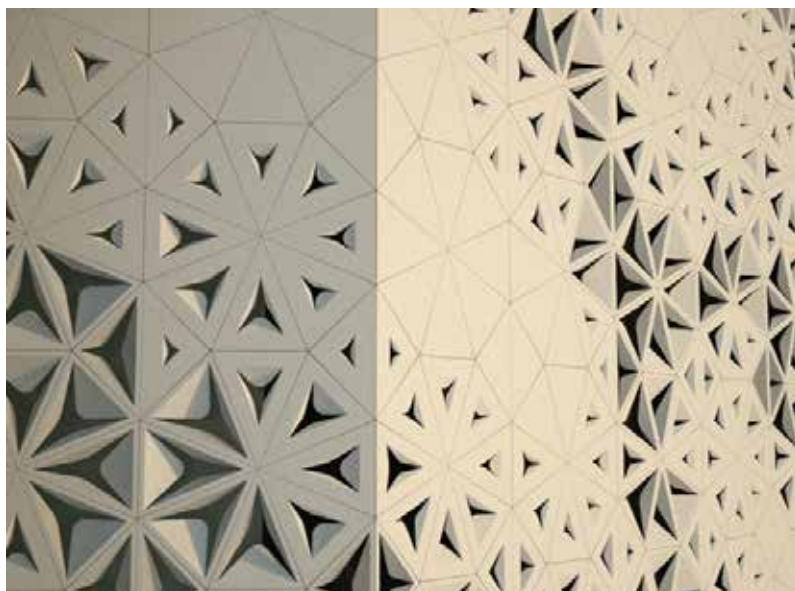


Cabina pintada a mano por los arquitectura *hackney Weave Studio*. El espacio es utilizado como un estudio de arte y la observación de aves, situado en un parque en Kent, Inglaterra.



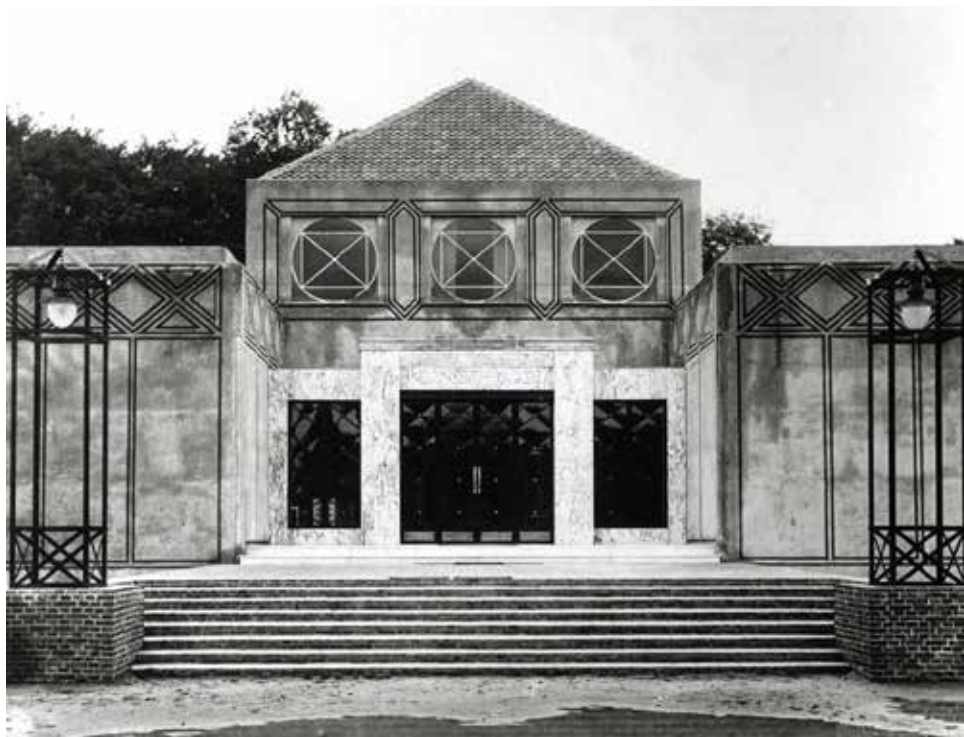
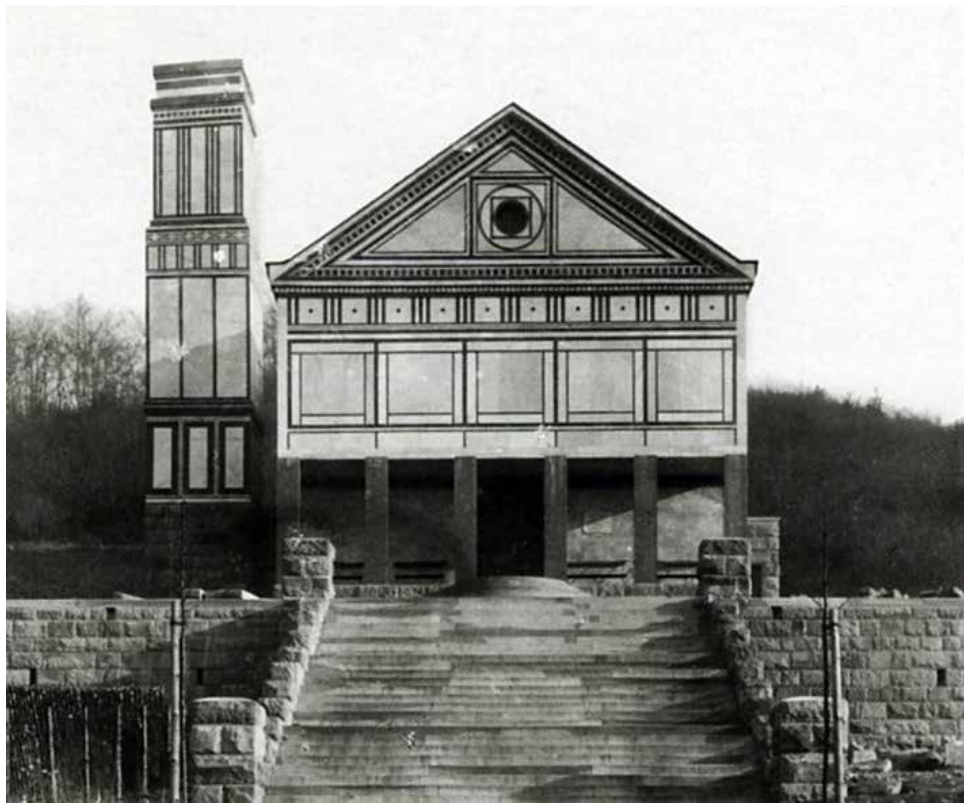
Oscar Niemeyer | Brasília





<http://www.iwamotoscott.com/> [Consulta: 16 de junio 2014]





Peter Behrens | Crematorio | Hagen-Delstern, Alemania, 1906-1907

Según Stanford Adams en *Considerando Peter Behrens*:

En Düsseldorf, Behrens se interesó mucho por la geometría teosofista de Lauweriks y De Bazel. Behrens respondió con esta geometría en varios de sus edificios posteriores, especialmente el Crematorio de Hagen. Walter Gropius insinuó que Behrens había ido demasiado lejos, pero que a él siempre le habían gustado los crematorios.

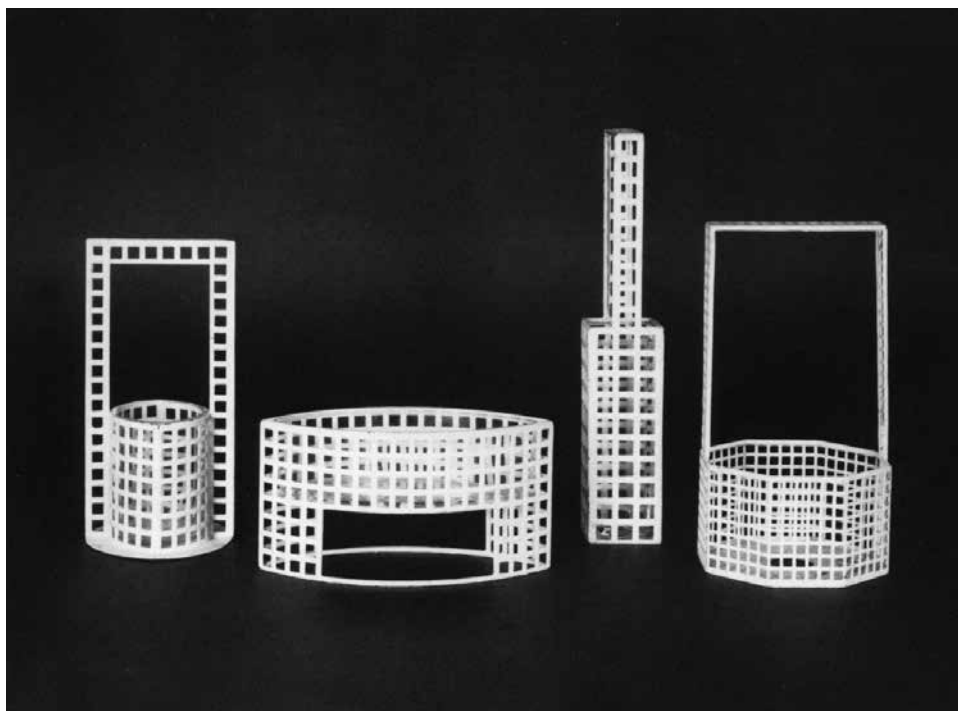
Diseñando con los estrictos principios geométricos un cúbo simétrico cerrado en mente, Behrens fue capaz de hacer que una relativa estructura pequeña pareciera monumental. Su diseño está en deuda tanto con los marcados rasgos de estilo *Art Nouveau* como por la pura funcionalidad por la que él fue conocido más tarde. El crematorio se inauguró en 1911, siendo la cremación era todavía ilegal en Alemania.



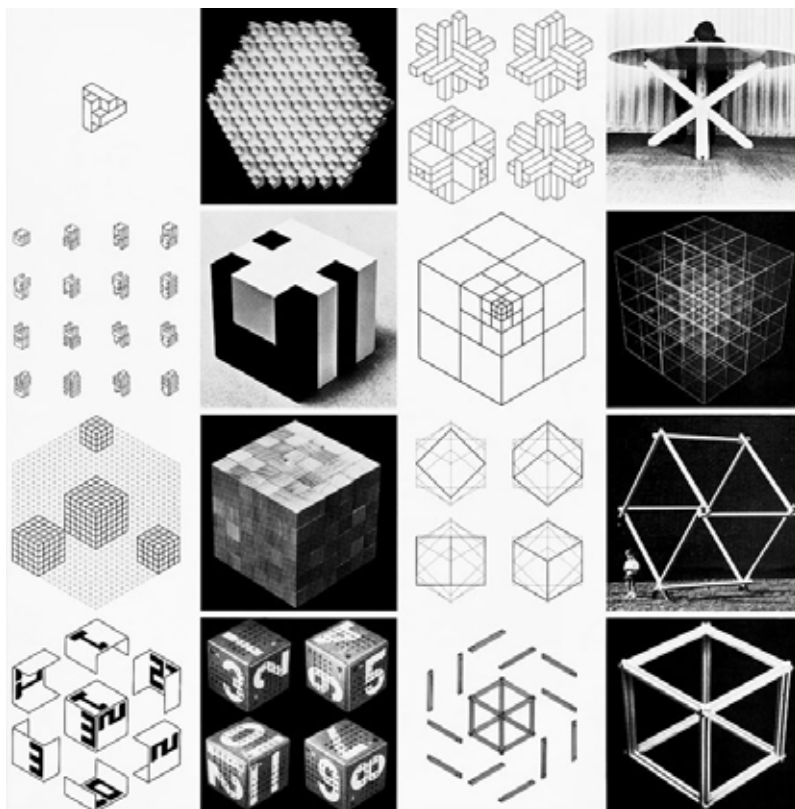
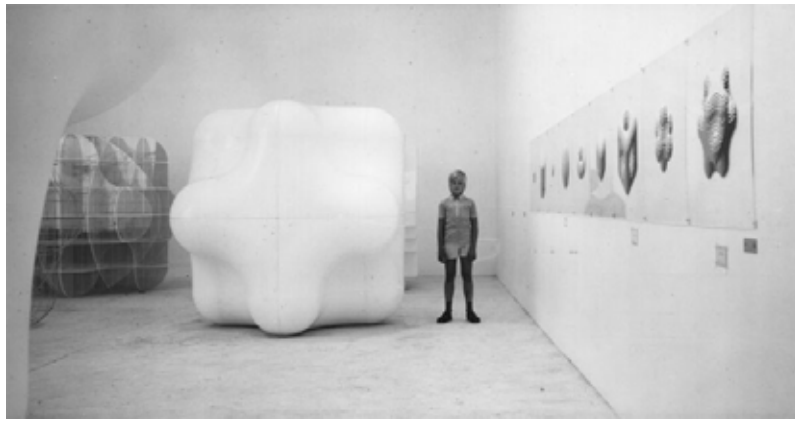
Josef Hoffman | *Serie B Decanter* | 1912



Josef Hoffmann | *A Side Table* | Vienna, 1904



Josef Hoffman | Tiesto, pieza central, florero y tiesto | 1905



Después de su formación en arquitectura Jan Slothouber (1918-2007) y William Graatsma (1925) trabajaron como arquitectos/diseñadores a partir de 1955 para el estado de Minas holandeses (DSM). Aquí diseñaron las aplicaciones de embalaje, productos, publicidad y exposiciones y dieron a la compañía una imagen reconocible. Dentro del servicio de información de DSM los dos tenían una posición única: podrían construir su propio mundo y desarrollar el principio de construcciones cúbica. Lo “cúbico” como punto principal trajo consigo restricciones, pero también multiplicidad de posibilidades según Slothouber y Graatsma. El uso de varios materiales añade cada vez nuevos aspectos para el funcionamiento de las construcciones cúbicas.



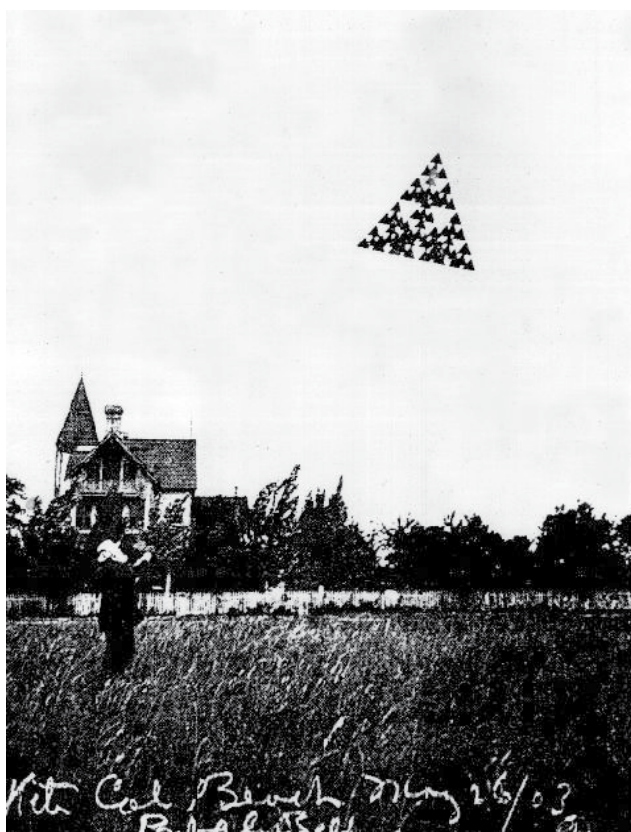
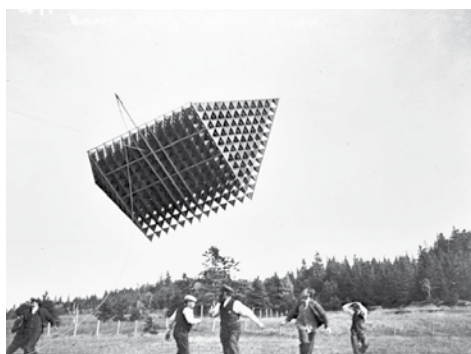
Hans "Nick" Roericht | Productos para el servicio de a bordo para Lufthansa | 1962



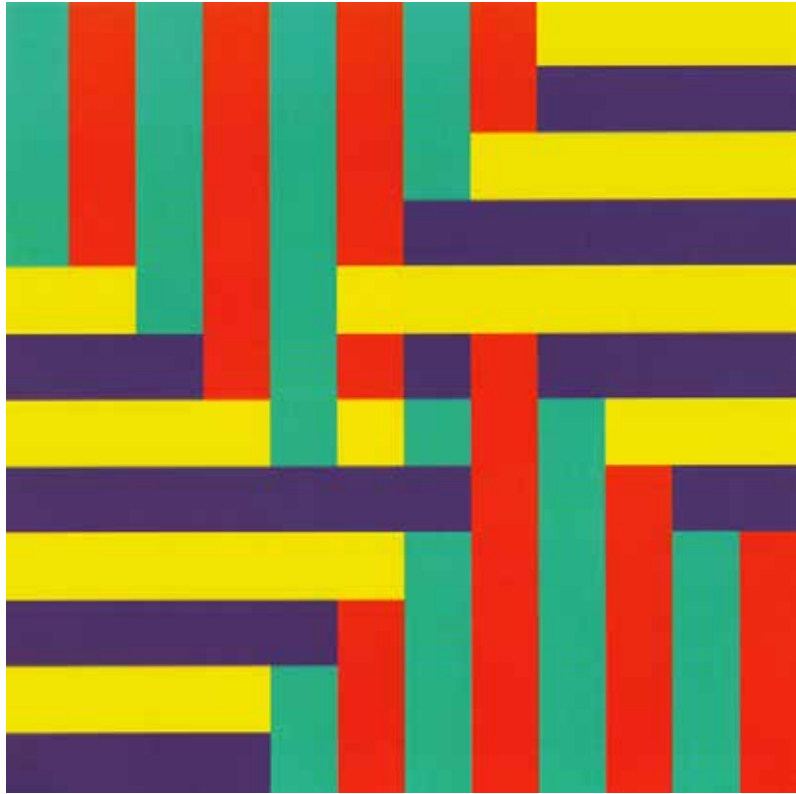
Hans Theo (Teddy) Baumann | Vajilla de porcelanade primera clase para Lufthansa | 1964



Bruno Munari | Acero inoxidable. Edición del 50 esculturas, Galleria Corraini | Acona Biconbi, 1960



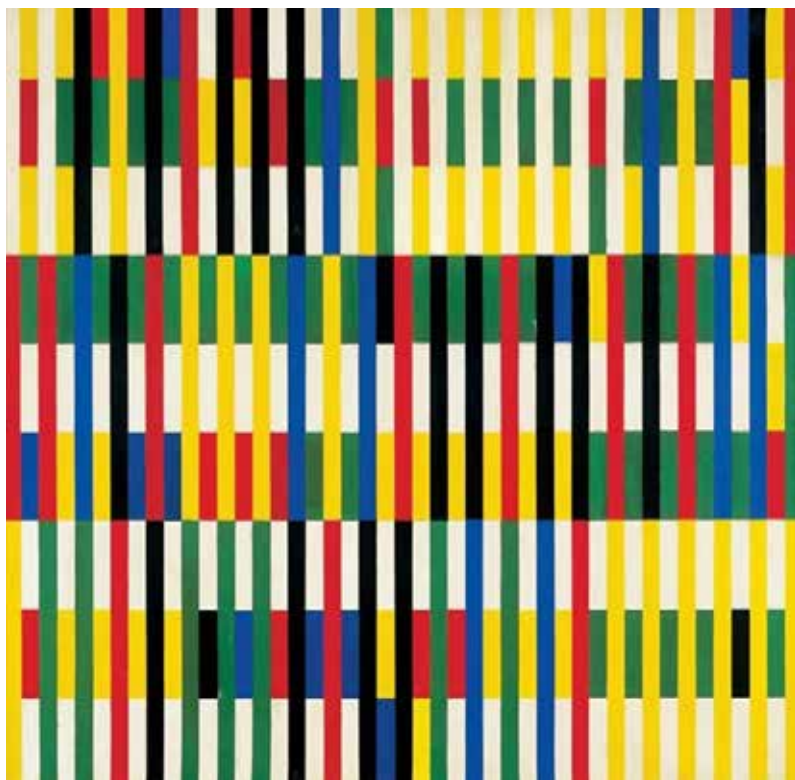
Alexander Graham Bell (1898-1912) | Cometa/tetraedro



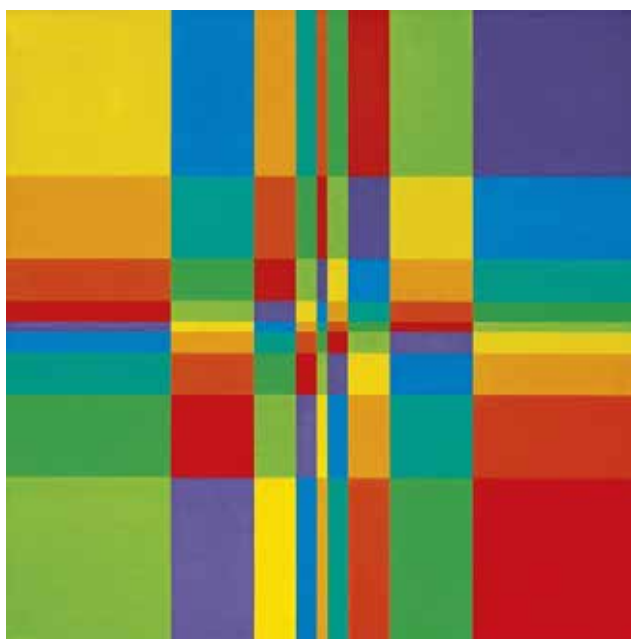
Richard Paul Lohse | 1952-1968



Richard Paul Lohse | Elementos puros concentrados en grupos rítmicos | 1949-1956



Richard Paul Lohse



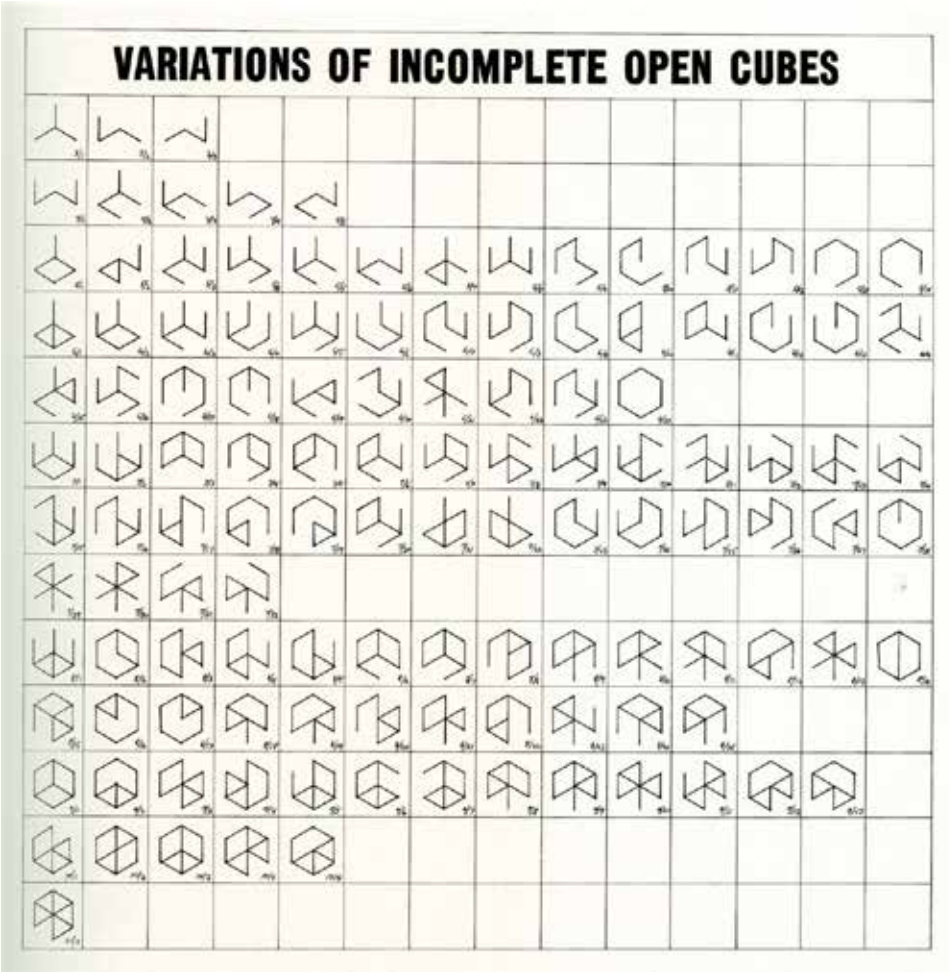
Richard Paul Lohse (Suiza 1902-1988) | Nueve filas sistemáticas de color verticales con compresión horizontal y vertical | Óleo sobre lienzo, 120 x 120 cm. | 1955-1969



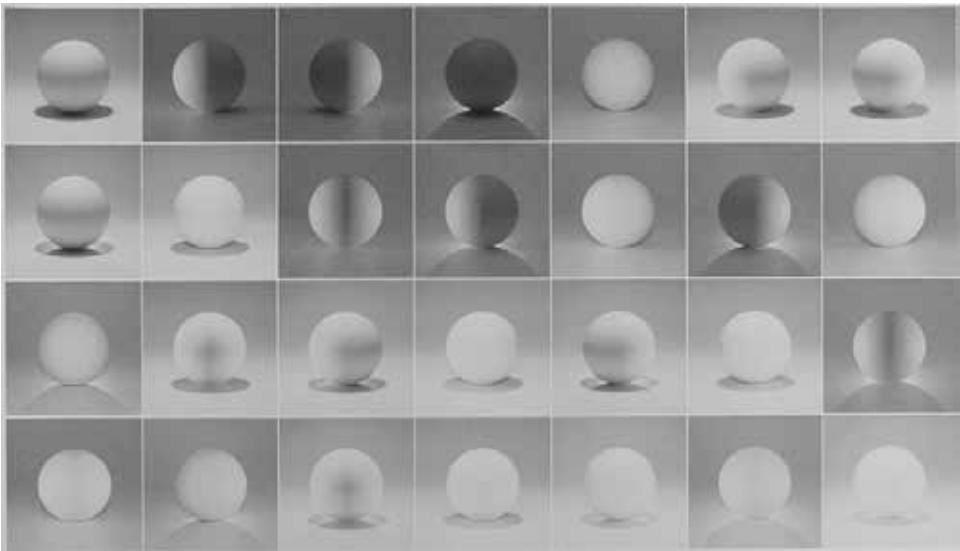
Sol LeWitt | Mass MOCA



Sol LeWitt | Wall Drawing # 260. Todas las combinaciones de arcos desde esquinas y laterales; líneas rectas, no rectas y rotas | 1976



Sol LeWitt | Variaciones de cubos abiertos incompletos



Sol LeWitt



Karl Nawrot

Anexo: Comunicaciones personales.....	338
Conversación por email con los expertos sobre el modelo de análisis.....	338
Conversación por email con Ulrike Felsing, Irene van Nes y Hans Wolbers sobre los orígenes del término “Dynamic Identities“. (Difusión autorizada).....	388
Conversación a través de Facebook para verificar los datos de Josef Müller-Brockmann sobre las letras mayúsculas romanas construídas por Neudörffer	396

Conversación por email con los expertos sobre el modelo de análisis

Contactos establecidos con expertos en sistemas visuales en los ámbitos proyectuales del diseño que formarán parte de un *focusgroup*.

Ulrike Felsing

Zürich, Suiza

Autora del libro *Dynamic Identities in Cultural and Public Contexts*, Lars Müller Publishers, 2010, Baden

Mika Mischler

Berlin, Alemania

Autor del libro *Serialize — Family Faces and Variety in Graphic Design*, Gestalten Verlag, 2006, Berlín

Irene van Nes

Utrecht, Países Bajos

Autora del libro *Dynamic Identities — How to create a living brand*, Bis Publishers, 2012, Ámsterdam

Petr van Blokland

Delft, Países Bajos

Propietario, junto con Claudia Mens, de Buro Petr van Blokland + Claudia Mens. Van Blokland enseñó en la Facultad de Diseño Gráfico de la Academia de las Artes en Arnhem (1984 – 1989), en el Departamento de Diseño Gráfico (1988-2011) y Máster en Tipografía y Medios de Comunicación (1998 – presente) de la Real Academia de las Artes de la Haya, así como en el Departamento de Diseño Gráfico de AKV St. Joost de Breda, Licenciatura y Máster (2010 – presente).

Albert-Jan Pool

Hamburgo, Alemania

Pool nació en Amsterdam el 9 de julio de 1960. Después de estudiar en la KABK en La Haya con Gerrit Noordzij, se fue a Hamburgo y trabajó con Scangraphic y URW. Desde 1994 dirige su estudio Dutch Design y diseña tipos de letra como FF OCR-F y FF DIN, así como tipos de letra corporativa para Jet/Conoco, C&A y HEM/Tamoil. Junto con Stefan Rogen de AdFinder GmbH y Ursula Packhäuser han escrito y diseñado un libro útil y provocativo sobre los efectos de la tipografía en la imagen de marca titulado «Branding with Type», que fue publicado por Adobe Press en 1995. Pool es también profesor de diseño tipográfico en la Academia Muthesius en Kiel.

Frank Blokland

Delft, Países Bajos

Autor de la tesis doctoral “Harmonics, Patterns, and Dynamics in Formal Typographic Representations of the Latin Script — The regularization, standardization, systematization, and unitization of roman type since its Renaissance origin until the Romain du Roi.”, fundador de la Dutch Type Library y profesor de la KABK, La Haya, Países Bajos.

El 9 de octubre se envió por correo electrónico el siguiente documento a los expertos en identidades dinámicas: Albert-Jan Pool, Andrew Blauvelt, Frank Blokland, Hans Wolbers, Irene van Nes, Mika Mischler, Petr van Blokland y Ulrike Felsing.

Departamento de Diseño e Imagen
Facultad de Bellas Artes de la
Universidad de Barcelona

Antiguo Programa de Doctorado
Recerca en Disseny

Título de la tesis
Sistemas visuales en los
ámbitos proyectuales del diseño

Doctorando
Martin Lorenz

Director
Dr. Jesús Del Hoyo Arjona

Tutor
Carlos Ameller

Nombre: Martin
Apellido: Lorenz
Dirección: Pau Claris 181, 4-2
08037 Barcelona
Teléfono: 934 272 761
Móvil: 646 371 055
Email: martin@twopoints.net

Why do you get this email? You are one of the few persons i consider an expert in the field of flexible visual systems in graphic design.

During the last five years i have been working at the University of Barcelona on my dissertation (Ph.D.) about flexible visual systems in graphic design. I have to finish it until the end of the year. A quick reply is therefore much appreciated.

Part of my dissertation is the development of a model to analyse flexible visual systems. You will find my current model and an example how to use it on the following pages.

What do i need from you? Any kind of comment which helps me to improve the model.

Would you suggest a different structure or order? Are there too many or too less terms? If so, which ones would you delete or add and why? Any comment is welcome. You can either answer my email or, even better, add comments to the pdf.

As soon as i receive your answer, i will revise the model. (If you are fine with it i would like to mention you and your input in the dissertation.) The revised model will be used by me to analyse flexible visual systems from the last 10 years. The results should lead to a typology of flexible visual systems and a better terminology.

I will, of course, share my complete dissertation with you, as soon it is approved by the University of Barcelona. Until then i will have to ask you to treat any information related to my dissertation with complete discretion.

Please let me know if you have any questions.
Very much looking forward to hear from you!

Thank you very much!
Martin

The model to analyse flexible visual systems is divided in five sections. (The list of terms was simplified to be more clear. A detailed list can be found on the following page.)

A note on the abbreviations used on the following page:

----- □ M.O.
----- □ E.D.

M.O. means "Multiple Options" and E.D. means "Influenced by External Data". Both concept are important to generative visual identities and are used as indicators to detect them.

A — System

Elements and their attributes

- Line
- Form
- Volume
- Typeface
- Logo ^A
- Copy ^B

Transformations of the elements

- Duplication
- Deformation ^C
- Rotation
- Scaling
- Color
- Texture
- Image

Relations between elements

- Compound shapes of elements
- Blending of elements
- Alignment / Distribution

Perspective in which the elements are seen

- Space ^D
- Time ^E

Relations between elements and the framal references

- Transformations of the elements
- Structure / Grid
- Alignment / Distribution

B — Sub-System

The first section "Elements and their attributes" may include a sub-system for the elements used in the system. If so, the sections are amplified by the following terms:

Elements and their attributes — Sub-System

- Transformation
- Structure / Grid
- Compound shapes of elements
- Blending of elements
- Alignment / Distribution

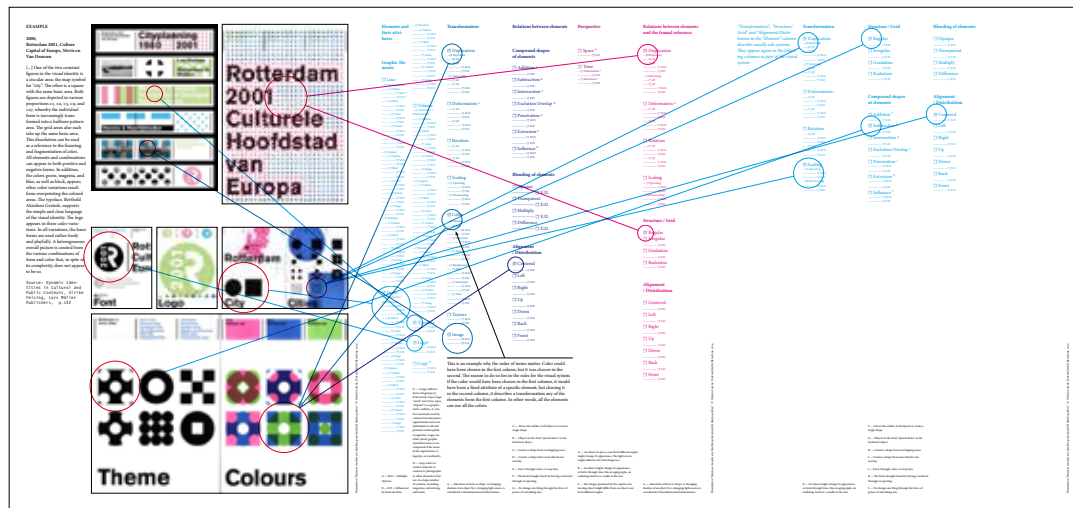
A — A logo (abbreviation of logotype, from Greek: λόγος logos "word" and τύπος typos "imprint") is a graphic mark, emblem, or symbol commonly used by commercial enterprises, organizations and even individuals to aid and promote instant public recognition. Logos are either purely graphic (symbols/icons) or are composed of the name of the organization (a logotype or wordmark).

B — Copy refers to written material, in contrast to photographs or other elements of layout, in a large number of contexts, including magazines, advertising, and books.

C — Alteration of form or shape. A changing shadow of an object by a changing light source is considered a three-dimensional deformation.

D — An object in a three-dimensional space, seen from different angles might change its appearance.

E — An object might change its appearance or form through time, like an aging apple, an oxidating metal or a candle in the sun. The images produced by the capture of a moving object might differ from an object seen from different angles.



Conversación con Albert-Jan Pool

De: Martin Lorenz
A: Albert-Jan Pool
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 09 de octubre 2014 11:54

Querido Albert-Jan,

me alegro haber podido verte en Barcelona! Pronto vamos a tener más oportunidades de vernos. Como sabes tengo que acabar mi tesis. Sería estupendo si me pudieras responder hasta la próxima semana. :) ¿Cómo puedes ayudarme? Necesito tu opinión como experto. El tema de tu tesis tiene que ver con los sistemas visuales de alguna manera. He desarrollado un modelo de análisis para sistemas visuales flexibles y antes de usarlo, me gustaría saber si tienes sugerencias como mejorarlo. En el adjunto de este correo hay un PDF que explica el modelo de análisis, pero si todavía tienes preguntas házmelo saber.

Muchas gracias,
Martin

De: Martin Lorenz
A: Albert-Jan Pool
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 13 de octubre 2014 10:36

Buenos días Albert-Jan,

Sólo quería saber si has recibido mi correo. :)

Saludos cordiales,
Martin

De: Albert-Jan Pool
A: Martin Lorenz
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 13 de octubre 2014 11:38

Hola Martin,

he recibido tu mail y me alegra el poder mirarme tu modelo, pero antes me gustaría comentar las definiciones tuyas de línea y forma. Empezaría con la definición matemática de punto, línea, plano y polígono, etc. Los puntos pueden ser omitidos, porque un punto, matemáticamente, sólo es la intersección de dos líneas, y por lo tanto no es una superficie o un volumen. Si se entiende por punto una forma cuadrada o circular puede llamarse también plano. Con la definición de un punto como una intersección de dos líneas, también se puede eliminar línea, porque una línea es sólo un vector, o la intersección de dos superficies. Si hablas en tu tesis sólo de formas visualmente perceptibles y matemática correctamente descritas (¿Por qué no existe el punto en el contexto del diseño?), sólo queda la serie punto, línea y

plano. La pregunta es cómo llamar a elipses / círculos (incluye punto), rectángulos / cuadrados (incluye línea). El polígono sería una posibilidad porque si los vértices de un polígono son visibles es sólo una cuestión de resolución. Incluso los círculos y manchas pueden entenderse como un polígono. Forma, sin una definición más concreta no me parece útil porque una forma puede ser tridimensional. No sé, no me ocurre nada más, pero es tu tesis y no la mía. ;-)

Lo mismo me pasa con el logotipo, la tipografía y la forma. También hay signos, símbolos y pictogramas. Dependiendo de la definición de tipografía, forma y logotipo pueden ocupar otro lugar, pero eso tienes que definirlo en tu tesis.

Otra cosa: en inglés se escribe la “i” en mayúscula. Así: “I”. Si quieres usar minúscula tiene que tener sentido en la tesis. Tienes que argumentarlo. Si no lo explicas parece un fallo “español” y esto sería una pena.

Espero haberte ayudado un poco :-)
Albert

De: Martin Lorenz
A: Albert-Jan Pool
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 13 de octubre 2014 12:23

Gracias Albert,

los términos usados provienen en su mayoría de seis diferentes los libros que tratan del análisis de imágenes. Las definiciones de Christian Leborg en su libro “Visual Gramatic” fueron particularmente útiles. No uso el término “punto”, porque como tú dices no es visible. Un círculo, sin embargo, es visible. Necesito “forma”, porque el término puede describir círculos, pero lo que no puede describir son líneas no cerradas. Por lo tanto necesito “línea”, aunque sea un objeto abstracto, matemáticamente no visible. El término “Forma” se tiene que entender en relación a su origen griego, el concepto “Eidos” es un silueta (ver “Alegoría de la caverna”). El término “Forma” en oposición a la materialidad y el volumen. Leborg escribe: “Lo que determina el contorno de un objeto sobre un plano es su forma. Todas las formas las delimitan contornos creados por combinaciones infinitas de líneas rectas y curvas.”

Siguiendo tu idea del polígono, ¿cómo estructurarías la definición de los elementos? No tenemos que discutirlo eternamente pero la idea me interesa. :)

Muchas gracias de nuevo,
Martín

De: Albert-Jan Pool
A: Martin Lorenz
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 13 de octubre 2014 11:38

Gracias Albert,

los términos usados provienen en su mayoría de seis diferentes los libros que tratan

> No le conozco, pero estoy seguro que se ha hecho sus reflexiones. :)

No uso el término “punto”, porque tu ya dices, no es visible. Un círculo, sin embargo, es visible. Necesito “forma”, porque el término puede describir círculos, pero lo que no puede describir son líneas no cerradas.

> ¿No da igual sobre qué forma la silueta se produce? Creo que sí. Pero si quieres hacer una distinción en tu sistema tienes que hacerlo aunque sea una decisión subjetiva y por lo tanto puede ser malinterpretada. Creo que es importante para tu tesis que hagas una definición propia de los términos. Luego envías el glosario con los ejemplos a todos los expertos y les preguntas por su opinión. Así conseguirás respuestas más útiles.

Por lo tanto necesito “línea”, aunque sea un objeto abstracto, matemática, no visible. El término “Forma” se tiene que entender en relación a su origen griego, el concepto “Eidos” es una silueta (Vea “Alegoría de la caverna”). El término “Forma” en oposición a la materialidad y el volumen. Leborg escribe: “Lo que determina el contorno de un objeto sobre un plano. Todas las formas las delimitan contornos creados por combinaciones infinitas de líneas rectas y curvas.”

> Me parece una definición limpia.

Siguiendo tu idea del polígono, ¿cómo estructurarías la definición de los elementos? No tenemos que discutirlo eternamente pero la idea me interesa. :)

> Punto, línea, plano. Porque éstas son las formas más importantes desde la perspectiva del diseño. En el diseño distinguimos (desde un punto de vista muy abstracto) de negro con blanco. O incluso de blanco y negro. El hecho de que separamos blanco y negro, hace nuestras formas (imaginarias) visibles. Es por eso que Dios dice en la Biblia “Hágase la luz”. Yo no soy creyente en absoluto, menos aún cristiano, pero cuando se habla de la legibilidad de tipografía, se habla también del contraste de la densidad de la luz (el contraste entre el primer plano y el fondo o bien el contraste entre claro y oscuro, son las condiciones más importantes para la legibilidad. Por lo tanto es la división entre negro y blanco la herramienta más importante que tenemos en diseño. Con ello se hacen contrastes más o menos visibles. La jerarquía resultante (grande o pequeña) es con la que diseñamos (presentamos) la información y la que determina la forma en la se percibe por parte del espectador (al menos eso es lo que intentamos como diseñadores).

> De acuerdo con esta teoría, de hecho solamente tenemos “forma”, porque el término también puede incluir caracteres. Pero tu quieres (con razón) distinguir entre diferentes formas. Y creo que también es importante distinguir en el diseño entre elementos de información (o bien formas y formas “especiales”) y líneas y puntos. Porque se pueden combinar o no y porque las líneas y puntos (invisibles), si las organizamos en función de sus “leyes internas” pueden ser percibidos como formas dominantes por el espectador. Es decir, como una cuadrícula en la que la disposición los elementos está en relación geométrica a los elementos de la cuadrícula. En este sentido líneas y puntos son elementos especiales del diseño. El trabajo de Mevis y van Deursen muestra esto muy claramente. Por un lado definen

el caracter (Theme) por el otro dificultan la legibilidad (Rotterdam 2001 Culturele Hoofdstad van Europa). Hay neurólogos que dicen que nuestra percepción tiene una sensibilidad especial para las formas que son similares a las formas básicas de la geometría. No sé si esto es cierto, pero parece que es una teoría aceptada por la psicología de la percepción.

> Tal vez tenga sentido distinguir entre las formas dinámicas y estáticas. Porque la sugestión del movimiento es un recurso estilístico importante en el diseño. Empieza con las flechas. Apenas hay un símbolo abstracto que se entiende a nivel mundial como la flecha. Esto haría subdivisión de "formas" en triángulo, círculo y el cuadrado, etc. necesario. Pero desde el punto de vista del diseño el triángulo es mucho más dinámico que el cuadrado y el círculo. Es por eso porque no veo una diferencia elemental entre estos elementos, como por ejemplo, vio la Bauhaus. Pero ahora me estoy liando. Y tengo que terminar una cosa ...

> Conclusión: el punto, la línea y la forma pueden ser subdivididos una cantidad ilimitada, pero si esto tiene sentido para tu sistema no lo sé (aún). Supongo que has documentado en algún lado de la tesis porque has desarrollado un modelo de análisis. ¿Que quieres que haga? ¿Que quieres que demuestre? Si lo has definido bien, quizá la argumentación de los elementos y sus atributos viene solo.

Muchas gracias de nuevo,
Martín

> Bueno, como puedes ver me gusta enrollarme. Así que hasta la próxima vez! Albert

Albert-Jan Pool

13. Oktober 2014 11:38

An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net"

Hallo Martin,

deine Mail habe ich bekommen, ich schau da auch sehr gerne rein. Vorab interessiert mich aber deine / die von dir angewendete Definition der Begriffe Line und Form. Ich würde ausgehen von der mathematische Reihe Point, Line, Plane, Polygon usw. Point kann man weglassen, weil ein Punkt mathematisch gesehen nur der Schnittpunkt von zwei Linien ist und deshalb keine Fläche oder Volumen hat. Wenn mit Punkt eine quadratische oder kreisförmige Fläche gemeint ist, dann kann sie vielleicht als Plane beschrieben werden. Aber mit der Definition dass ein Punkt nur der Schnittpunkt zweier Linien sein kann, entfällt auch Line, weil eine Linie nur ein Vektor oder die Schnittmenge zweier Flächen ist. Wenn du in deiner Doktorarbeit nur von visuell wahrnehmbare Formen und mathematisch einwandfrei beschriebene Formen reden möchtest (oder warum gibt es bei dir den aus gestalterischer Sicht so elementare Form namens Punkt nicht?), dann bleibt also von der Reihe Point, Line, Plane nur Plane bzw. die Fläche über. Fragt sich nur wie es heißt wenn wir Ellipsen/Kreise (schließt Punkt ein), Rechtecke/Quadrate (schließt Linie ein) mit einem Begriff bezeichnen wollen. Polygon ginge, weil ob die Ecken eines Polygons sichtbar sind ist nur eine Frage der Auflösung. Auch Kreise und Flecke können als Polygon verstanden werden. Form scheint mir ohne weitere Definition nicht brauchbar, weil eine Form auch dreidimensional sein kann. Weiter weiß ich so schnell nicht, aber es ist ja auch deine Doktorarbeit :-)

Ähnlich verhält es sich mit Logo, Typeface und Form. Es gibt ja auch noch Zeichen, Symbole und Pictogramme. Je nach Definition der Begriffe Typeface, Form und Logo kann man diese natürlich irgendwo unterbringen. Das musst du aber für deine Doktorarbeit definieren.

Noch was: im englischen sollte man i groß schreiben. Also I. Sei es denn, du willst mit der Schreibweise i ein Statement machen. Das müsste dann aber im Kontext deiner Doktorarbeit sinn machen. Oder zumindest in den Stellen oder an eine andere geeigneten Stelle einfließen. Wenn du keine Begründung für i mitlieferst, dann sieht es eher aus wie ein 'spanischer Fehler' und das wäre sehr schade.

Ich hoffe, ich habe dir damit ein wenig weiter geholfen :-)

Albert

Von: Albert-Jan Pool

Datum: 13. Oktober 2014 13:29

Betreff: Re: Ich brauche deine Hilfe!

An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net"

Hallo Martin,

Am 13.10.2014 um 12:23 schrieb Martin Lorenz | [TwoPoints.Net](#):

Vielen Dank Albert,

die verwandten Begriffe entstammen grösstenteils sechs verschiedener Bücher, die sich mit Bildanalyse beschäftigen. Die Definitionen von Christian Leborg in seinem Buch "Visual Grammar" waren besonders hilfreich.

kenne ich zwar nicht, der wird sich aber (auch) Gedanken gemacht haben :-)

Ich brauche "Punkt" nicht, da er wie du auch schon sagst, nicht sichtbar ist. Ein Kreis hingegen ist sichtbar. Ich brauche "Form", da der Begriff unter anderem auch Kreise beschreiben kann, allerdings kann er keine nicht geschlossenen Linien beschreiben.

Ist es für ein Umriss nicht egal, um welche Form er sich reisst? Ich denke schon. Wenn du für dein System aber unterscheiden möchtest, solltest du das ja machen, es ist aber subjektiv und kann deswegen missverständlich interpretiert werden. Deswegen halte ich es für unumgänglich, dass du in deine Doktorarbeit deine Begriffe definierst. Danach alle in dieser Runde die Definitionen mit den Beispielen schicken, dann bekommst du denke ich die bestmögliche / brauchbarste Rückmeldung.

Deshalb brauche ich "Linie", auch wenn dies ein abstraktes/mathematisches Objekt ist. "Form" ist in Verbindung mit dem griechischen Ursprung des Konzeptes "Eidos" als Umriss zu sehen (siehe Höhlengleichnis), und deshalb als Gegensatz zu Materie und "Volumen" wichtig. Leborg schreibt: "A contour of an object in a plane defines its form. All forms are defined by contours created by infinite combinations of straight and curved lines."

Scheint mir eine saubere Definition.

Wenn du den Gedanken der Polygone weiterverfolgen würdest, wie würdest du dann die Beschreibung der Elemente strukturieren? Wir müssen das nicht ewig ausdiskutieren. Der Gedanke interessiert mich aber. :)

Punkt, Linie, Fläche. Weil das aus gestalterischer Sicht die wichtigsten Formen sind. In der Gestaltung trennen wir in stark reduzierter Sicht nur schwarz mit weiß. Oder sogar schwarz und weiß. Dadurch dass wir schwarz und weiß trennen, werden unsere (gedachte) Formen sichtbar. Deswegen sagt Gott in der Bibel vielleicht zuerst "es werde Licht". Ich bin überhaupt nicht gläubig, geschweige christlich, aber auch bei der Leserlichkeit von Schrift ist der Leuchtdichtenkontrast (der Unterschied zwischen Vorder- und Hintergrund bzw. Licht und Dunkel nun mal die allerwichtigste Voraussetzung für die Erkennbarkeit von Zeichen. Somit ist die Trennung von Schwarz und Weiß der größte Hebel woran wir in der Gestaltung überhaupt drehen können. Damit werden gedachte Unterschiede bzw. Kontraste mehr oder weniger sichtbar gemacht. Die daraus folgende Art der Hierarchie (groß oder klein) womit wir Informationen gestalten (bzw. präsentieren) bestimmt wie diese vom Betrachter wahrgenommen wird (zumindest versuchen wir das als Gestalter meistens zu beeinflussen).

Demnach hätten wir eigentlich nur "Form", weil der Begriff auch Zeichen beinhalten kann. Du willst aber (zurecht) zwischen verschiedene Formen unterscheiden. Und ich denke, es macht darüber hinaus in der Gestaltung etwas aus, ob wir neben Informationselemente (bzw. Formen und 'besondere' Formen) Linien und / oder Punkte einsetzen. Weil diese beide entweder eindeutig trennen oder verbinden können. Und weil sie, wenn wir sie nach ihren 'inneren Gesetzen' anordnen (also als Raster bei denen die Anordnung der Elemente in einer geometrischen Beziehung zu den Rasterelementen selbst steht) vom Betrachter als visuell stark dominierende Formen wahrgenommen werden. Sie sind denke ich beide Gestaltungsmittel 'der besonderen Art'. Die Arbeiten von Mevis und van Deuren zeigen das sehr deutlich. Einerseits setzen sie hiermit starke Signale (Theme), andererseits behindern sie damit die Leserlichkeit (Rotterdam 2001 Culturele Hoofdstad van Europa). Es gibt ja Neurologen die behaupten, wir haben in unsere Wahrnehmung eine besondere Empfindlichkeit für eine Reihe von Formen die (vorsichtig gesagt) eine große Ähnlichkeit haben mit bestimmte geometrische (Grund-)formen. Wie wahr das alles ist und wie genau diese Aussage sind, keine Ahnung :-). Scheint aber in der Wahrnehmungspsychologie zum allgemeineren Gedankengut zu gehören.

Vielleicht macht es auch noch Sinn zwischen dynamische und statische Formen zu unterscheiden. Weil das suggerieren von Bewegung aus gestalterischer Sicht ein wichtiges Stilmittel ist. Fängt ja an bei Pfeile. Es gibt kaum ein abstraktes Symbol was global gesehen eindeutiger belegt ist als der Pfeil. Damit kämen wir bei der Unterteilung von 'Formen' an bei Dreieck, Kreis und Quadrat usw. Wobei aus gestalterischer Sicht der Dreieck viel dynamischer ist als Quadrat und Kreis. Deswegen sehe ich diese in der Gestaltung nicht so elementar verschieden wie es beispielsweise die Bauhäuser gerne sahen. Aber jetzt üfere ich aus. Und ich muss gleich noch etwas fertig machen ...

Fazit: Punkt, Linie und Fläche kann man natürlich beliebig fein weiter unterteilen, aber ob das für dein System Sinn macht, weiß ich (noch) nicht. Ich nehme aber an, dass du irgendwo aufgeschrieben hast warum du dein Analysemodell gemacht hast. Was soll es können, was soll es deutlich machen? Wenn du das sauber definiert hast, ergibt sich daraus wahrscheinlich die Begründung dafür inwiefern und wie weit du die 'Elements and their attributes'.

Vielen lieben Dank nochmal,
Martin

OK, wie du siehst fachsimple ich gerne mal rum.
Also bis zum nächsten Mal!

Albert

De: Martin Lorenz
A: Hans Wolbers
Asunto: Ph.D.
Fecha: 9. Oktober 2014 13:45

Querido Hans,

espero que recibas este correo. A pesar de que yo escribo este correo electrónico de mi correo de mi estudio, el propósito de este correo electrónico no es profesional sino puramente académico.

El trabajo de tu estudio ha sido de gran inspiración para mí. Estoy escribiendo una tesis (Ph.D.) sobre los sistemas visuales flexibles en el diseño gráfico en la Universidad de Barcelona y tu estudio "Lava" es uno de los pocos estudios que se especializó en identidades dinámicas.

He desarrollado un modelo que ayuda a analizar las identidades dinámicas, pero antes de que usarlo sería estupendo si, como uno de los pocos expertos en el tema, pudieras echar un vistazo y dejarme saber si tienes alguna sugerencia de cómo mejorarlo.

El pdf adjunto contiene una explicación de cómo funciona el modelo, pero si hay algo que no quede claro, por favor házmelo saber.

Una respuesta aunque no tengas sugerencias sería muy apreciada. :)

Gracias!
Gracias!
Martin

De: Martin Lorenz
A: Hans Wolbers
Asunto: Ph.D.
Fecha: 13. Oktober 2014 10:31

Hola Hans,

¿has recibido mi correo electrónico? ¿Tienes tiempo de comentar mi modelo?

GRACIAS!
Martín

De: Hans Wolbers
A: Martin Lorenz
Asunto: Ph.D.
Fecha: 15. Oktober 2014 20:19

Hola Martin,

Gracias por tu correo electrónico. Me temo que no puedo ayudarte. Yo trabajo como diseñador, no como científico.

Saludos cordiales desde Ámsterdam,
Hans Wolbers

De: Martin Lorenz
A: Hans Wolbers
Asunto: Ph.D.
Fecha: 16. Oktober 2014 09:59

Hola Hans,

gracias por tu respuesta. Normalmente soy un diseñador, pero a veces el teórico dentro de mí tiene hambre. :)

Saludos desde Barcelona,
Martín

Martin Lorenz | TwoPoints.Net [REDACTED] 13. Oktober 2014 10:31
An: [REDACTED]

Hi Hans,

could you please let me know if you received my email and if you do or don't have the time to comment on my model?

THANK YOU!
Martin

2014-10-09 13:45 GMT+02:00 Martin Lorenz | TwoPoints.Net [REDACTED]
[Zitierter Text ausgeblendet]
[Zitierter Text ausgeblendet]

Hans Wolbers | Lava Design [REDACTED] 15. Oktober 2014 20:19
An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net" [REDACTED]

Hello Martin,
Thank you for your email.
I am afraid i cannot help you; i work as a designer, not as a scientist.
Warm greetings from Amsterdam,

Hans Wolbers

Lava Design | 洛梵
Amsterdam | Beijing
Silodam 1F, 1013 AL Amsterdam, the Netherlands

De: Martin Lorenz
A: Mika Mischler
Adjunto: Mika! Necesito su ayuda!
Fecha: 09 de octubre 2014 11:47

Estimado Mika,

hace mucho tiempo. ¿Cómo estás? Estoy todavía en Barcelona y poco a poco estoy terminando mi doctorado. Esta es la razón de mi correo electrónico. Necesito tu opinión como experto del tema. (¿Te acuerdas de tu libro “Serialize“?) He desarrollado un modelo analítico para los sistemas visuales flexibles y antes de que usarlo me gustaría saber tienes sugerencias. En el adjunto de este correo hay un PDF que explica el modelo de análisis, pero si tienes preguntas, házmelo saber.

Muchas gracias,
Martin

De: Mika Mischler
A: Martin Lorenz
Adjunto: Mika! Necesito su ayuda!
Fecha: 09 de octubre 2014 18:09

Hola Martin,

Sí hace mucho tiempo. Estoy bien, y como veo tu también ... siempre lleno de energía para cambiar el mundo del diseño. :-) Me gustaría mirarmelo el fin de semana y darte mi opinión. Mañana no puedo, tengo clase.

Saludos cordiales,
Mika

De: Martin Lorenz
A: Mika Mischler
Adjunto: Mika! Necesito su ayuda!
Fecha: 10 de octubre 2014 09:30

Gracias Mika!
Espero tus comentarios.
Saludos cordiales,
Martin

De: Mika Mischler
A: Martin Lorenz
Adjunto: Mika! Necesito su ayuda!
Fecha: 12 de octubre 2014 19:49

Estimado Martin,

no he tenido tiempo de mirarme tus documentos. Si quieres que me los mire necesito más tiempo. Lo siento. Supongo que el miércoles o jueves podría mirarmelos. Díme si te parece bien

Saludos cordiales,
Mika

De: Martin Lorenz
A: Mika Mischler
Adjunto: Mika! Necesito su ayuda!
Fecha: 12 de octubre 2014 20:42

Es suficiente.
Gracias!
M

De: Mika Mischler
A: Martin Lorenz
Adjunto: Mika! Necesito su ayuda!
Fecha: 16 de octubre 2014 09:43

Estimado Martin,

muy emocionante lo que estas haciendo. :-) Estoy muy curioso de cómo progresará. Ayer por la tarde tuve por fin un poco de tiempo para mirarme el PDF. Voy a compartir contigo lo que me vino a la cabeza cuando me miraba tu sistema. Igual hay algo que te parezca interesante.

El sistema muestra una lista de todos los elementos del diseño en forma textual y los ordena por diferentes secciones. ¿Esto ya es un análisis, o es lo mismo a un nivel diferente? ¿No tendrías que analizar porque se usan que elementos de diseño dónde y como funcionan para que sean útil?

¿El sistema tiene que usarlo una persona instruida o el público? ¿Quién es el público objetivo? Creo que esto sería muy importante para que el sistema sea aplicable por el usuario y quizás habría que hacer pruebas con personas de experimentación.

El sistema está explicado a traves de un ejemplo, el proyecto de Rotterdam 2001 Capital Cultural de Europa. Me gustaría saber si el sistema se puede aplicar a diferentes proyectos y si al final son comparables. En la aplicación a diferentes proyectos se mostrará también si los términos son suficientes o no. A esta pregunta no te puedo responder. Creo que para responder hay que hacer pruebas.

Saludos cordiales,
Mika

Binnenland [REDACTED] 16. Oktober 2014 09:43
 An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net" [REDACTED]

Lieber Martin,

eine spannende Sache hast du da am laufen :-). Ich bin schon sehr gespannt wie es da weitergeht. Ich habe gestern Abend endlich etwas Zeit gefunden um mir dein PDF etwas genauer anzuschauen. Ich schreib jetzt einfach mal alles nieder was mir so durch den Kopf flog als ich mir dein System angeschaut habe. Das kann sein das da einiges an Gedanken ist was für dich vielleicht nicht interessant ist.

Dein System listet alle verwendeten gestalterischen Elemente in Form von Textinformation auf und verortet diese in unterschiedliche Sektionen— ist dies schon eine Analyse, oder das nicht das selbe in grün nur auf einer anderen Ebene? Müsste nicht viel mehr untersucht werden, warum welche Gestaltungselemente wo und wie funktionieren um einen nutzen daraus ziehen zu können?

Soll dein System später für in das System eingeführte Personen funktionieren oder eine Allgemeinheit bedienen? Sprich wer ist dein Zielpublikum? Dies denke ich wäre sehr wichtig um das System anwendbar für den Endverbraucher zu gestalten und würde dann nev. auch Test mit Probanden voraussetzen.

Das System ist Exemplarisch an dem Projekt Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe ... aufgezeigt.

Mich würde interessieren wie sich dein System auf unterschiedliche Projekte anwenden lässt und was man daraus lesen, beziehungsweise vergleichen kann. Über die Anwendung auf unterschiedlichen Projekten würde sich ev. auch zeigen ob die Begrifflichkeiten ausreichen oder nicht. Dies Frage kann ich dir als nicht beantworten sondern sollte meines Erachtens in Test überprüft werden.

So das war's, ich hoffe ich konnte dir weiterhelfen
 Liebe Grüsse mika

Am 09.10.2014 um 11:47 schrieb Martin Lorenz | TwoPoints.Net [REDACTED]

[Zitierter Text ausgeblendet]
 <_Modelo.pdf>

.....
www.binnenland.ch

De: Martin Lorenz
A: Petr van Blokland
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 9. Oktober 2014 12:25

Estimado Petr,

¿cómo estás? Nuestra última conversación en la TypoBerlin fue muy inspiradora para mí. Me hizo repensar la forma en como veo / analizo sistemas visuales flexibles.

Como recordarás, estoy trabajando en un modelo para analizar sistemas visuales flexibles, pero antes de empezar a usarlo, me gustaría saber si tienes sugerencias de cómo mejorar el modelo. Te adjunto un archivo PDF que explica cómo funciona el modelo. Por favor, pregunta si hay algo que no queda claro.

Tu aporte estará documentado en mi tesis, si te parece bien. Eres uno de los pocos expertos con los cuales me he puesto en contacto. ... Y aún más importante, tus comentarios significan mucho para mí, ya que fuiste quien me llevó a seguir este camino hace 15 años en la KABK. :)

Gracias!
Martin

PD: Sería genial si pudieras contestar pronto. No me queda mucho tiempo. ¡Gracias!

De: Martin Lorenz
A: Petr van Blokland
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 13. Oktober 2014 10:34

Hola Petr,

¿podrías por favor házeme saber si has recibido mi correo electrónico y si tienes o no tienes tiempo de comentar mi modelo?

GRACIAS!
Martin

Hola Martin,

aquí un conjunto de preguntas que venían a mi mente con la lectura de tu plan.

- ¿Has leído las publicaciones de y sobre Jacques Bertin? Él era un cartógrafo francés, utilizando un modelo de 7 parámetros. http://en.wikipedia.org/wiki/Jacques_Bertin

Semiología de gráficos: Diagramas, Redes, Mapas
[http://www.amazon.com/Semiology-Graphics-Diagrams-Networks-Maps/dp/1589482611/ref=la_Boo1K79076_1_1?s=libros&ie=UTF8 y qid = 1413203071 y sr = 1-1](http://www.amazon.com/Semiology-Graphics-Diagrams-Networks-Maps/dp/1589482611/ref=la_Boo1K79076_1_1?s=libros&ie=UTF8&qid=1413203071&sr=1-1)

Bertin define 7 parámetros: posición, forma, tamaño, valor, de color, de dirección y de textura.

Deliberadamente no incluye el tiempo, pero si se aplica tiempo a ellos, también existen palabras para eso: posición = movimiento, forma = transformarse, tamaño = crecer/encogerse, valor = aumento/disminución, color = espectro, dirección = rotación y la textura = moiré.

- ¿Dónde se sitúan las otras teorías anteriores, como los principios de color de Itten?
- Tus listas parecen un poco desiguales: línea y tipografía son parte del logotipo, pero no a la inversa. Una línea es una forma, pero una forma no es una línea. Un logo puede ser una forma (pero no necesariamente tiene que serlo), pero una forma no es un logo. Una forma es un atributo, un logotipo es una definición del uso en su contexto. ¿Por qué es la línea allí, y no, por ejemplo, un rectángulo? Es tipografía, tipo o diseño de tipo? Son estos “todos”, en cuyo caso es fácil demostrar que ese no es el caso. ¿O es sólo una selección, pero luego basado en qué? ¿Por qué es esto mejor que los que quedan fuera? Si haces un modelo del mundo, entonces es mejor hacer escala en todos los aspectos a la misma cantidad de detalle. Si no es muy difícil comparar los parámetros y sus valores posibles.
- Se llama “Los elementos y sus atributos”, ¿pero cuáles de los elementos de la lista son los elementos y cuáles son atributos?
- ¿No es la “deformación” un valor del observador? Mejor llamarlo “transformación” (ver arriba).
- Lo mismo para “Las relaciones entre ...”
- Haces definiciones de palabras, pero te dejas algunas palabras indefinidas. ¿Qué es “Volumen” en este contexto?
- ¿Cómo puede ser “imagen” una transformación. ¿No es más un objeto que puede ser transformado?

- ¿Cuál es la relación entre “Sistema” y “Subsistema”?
- Tal vez lo que falta en su conjunto es el contexto y propósito. A medida que el mundo real es un complejo de infinito sistema de significados y relaciones, por lo que una “lista simplificada para ser más clara” sólo funciona si se sabe cual es el contexto. ¿Qué quieres que explicar a quién? El tipo de la simplificación y la escala de ella dependen en gran parte en lo que se quiere comunicar. Si presentas un modelo de una escala 1:100 de una casa de un arquitecto, es una buena manera de dar una primera impresión de la casa y de visualizar la relación con los otros edificios en el barrio. Pero si es para mostrar las soluciones técnicas en la cocina, una escala totalmente diferente es necesario, y no tiene que ser toda la casa. Así que la pregunta es: ¿a qué pregunta es tu enfoque una respuesta? Si tienes éxito, ¿qué es entonces que resolviste? ¿Y cómo lo sabes? En otras palabras, ¿cuáles son tus criterios? Si no existen estos criterios, donde en su proceso se crean? Y lo que es el proceso de juzgar? ¿Preguntas a 20 personas? ¿Qué preguntas y respuestas supones que te dan y como se relacionen con las respuestas que ya has obtenido? ¿Y cómo ayudan a refinar el modelo (para la tarea definida, como se describe más arriba).

Saludos cordiales,
Petr

De: Martin Lorenz
A: Petr van Blokland
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 13. Oktober 2014 18:46

Muchas gracias Petr.

Esta ha sido la respuesta más útil por ahora. Necesito un poco de tiempo para pensar.

Gracias de nuevo.
Martín

Hola Martin,

aquí un conjunto de preguntas que venían a mi mente con la lectura de tu plan.

- ¿Has leído las publicaciones de y sobre Jacques Bertin? Él era un cartógrafo francés, utilizando un modelo de 7 parámetros. http://en.wikipedia.org/wiki/Jacques_Bertin

Semiología de gráficos: Diagramas, Redes, Mapas
http://www.amazon.com/Semiology-Graphics-Diagrams-Networks-Maps/dp/1589482611/ref=la_Boo1K79076_1_1?s=libros&ie=UTF8&qid=1413203071&sr=1-1

Bertin define 7 parámetros: posición, forma, tamaño, valor, de color, de dirección y de textura.

Deliberadamente no incluye el tiempo, pero si se aplica tiempo en ellos, también

existen palabras para eso: posición = movimiento, forma = transformarse, tamaño = crecer/encogerse, valor = aumento/disminución, color = espectro, dirección = rotación y la textura = moiré.

> Sí, estoy familiarizado con las variables de Bertin. Han sido de gran ayuda, pero tuvieron que ser ajustados para el nuevo propósito, para analizar los sistemas visuales flexibles.

- ¿Dónde se sitúan las otras teorías anteriores, como los principios de color de Itten?

- Tus listas parecen un poco desiguales: línea y tipografía son parte del logotipo, pero no a la inversa. Una línea es una forma, pero una forma no es una línea. Un logo puede ser una forma (pero no necesariamente tiene que ser), pero una forma no es un logo. Un forma es un atributo, un logotipo es una definición del uso en su contexto. ¿Por qué es la línea allí, y no, por ejemplo, un rectángulo? Es tipografía, tipo o diseño de tipo? Son estos “todos”, en cuyo caso es fácil demostrar que ese no es el caso. ¿O es sólo una selección, pero luego basado en qué? ¿Por qué es esto mejor que los que quedan fuera? Si haces un modelo del mundo, entonces es mejor hacer escala en todos los aspectos a la misma cantidad de detalle. Si no es muy difícil comparar los parámetros y sus valores posibles.

> Sí, tienes razón. Traté de encontrar el mismo nivel de escala para todos los términos sin llegar a ser demasiado poco indeterminados, para ser capaz todavía de generar una tipología de los sistemas visuales para identidades visuales.

- Se llama “Los elementos y sus atributos”, pero cuáles de los elementos de la lista son los elementos y cuáles son atributos?

> He hecho esta parte más clara ahora. Tengo una sección llamada “Los elementos del sistema visual” y una sección llamada “Las propiedades de los elementos”. Una adaptación libre de los capítulos del libro de Bertin.

- ¿No es “deformación” un valor del observador? Mejor llamarlo “transformación” (ver arriba).

- Lo mismo para “Las relaciones entre ...”

- Haces definiciones de palabras, pero te dejas algunas palabras indefinidas. ¿Qué es “Volumen” en este contexto?

> “Volumen” es otro elemento. La continuación de “punto”, “línea” y “plano”. No utilizo “punto”, porque un punto es invisible. Un círculo es visible, pero ya está representado por “plano”.

- ¿Cómo puede ser “imagen” una transformación. ¿No es más un objeto que puede ser transformado?

> Entiendo lo que quieres decir con “imagen” siendo más un elemento y lo he estado pensando pero he decidido no cambiarlo porque las imágenes suelen cambiar en una identidad visual y un elemento debe ser el arquetipo inmutable del sistema visual. Basado en Bertin trato una “imagen” como una “textura”. Para

Bertin un elemento está relleno con una textura y ésta es, por tanto, una propiedad y no otro elemento. He cambiado “textura” por “imagen” para ser más general y abarcar también la fotografía, las texturas, los estampados, la ilustración, etc.

- ¿Cuál es la relación entre “Sistema” y “Subsistema”?

> He eliminado el subsistema. La idea era que hay un sistema para crear elementos. Los elementos generados podrían utilizarse en el sistema. Hay una diferencia entre la aplicación de un color en el sub-sistema o en el sistema. Si se aplica el color en el sub-sistema, se convierte en una propiedad de ese elemento específico y no se puede cambiar en el sistema. Si se aplica un color en el sistema y no en el sub-sistema, todos los elementos pueden usar este color. ¿Sabes lo que quiero decir?

- Tal vez lo que falta en su conjunto es el contexto y propósito. A medida que el mundo real es un complejo de infinito sistema de significados y relaciones, por lo que una “lista simplificada para ser más clara” sólo funciona si se sabe cual es el contexto. ¿Qué quieres que explicar a quién? El tipo de la simplificación y la escala de ella dependen en gran parte en lo que se quiere comunicar. Si presentas un modelo de una escala 1:100 de una casa de un arquitecto, es una buena manera de dar una primera impresión de la casa y de visualizar la relación con los otros edificios en el barrio. Pero si es para mostrar las soluciones técnicas en la cocina, una escala totalmente diferente es necesario, y no tiene que ser toda la casa. Así que la pregunta es: ¿a qué pregunta es tu enfoque una respuesta? Si tienes éxito, ¿qué es entonces que resolviste? ¿Y cómo lo sabes? En otras palabras, ¿cuáles son tus criterios? Si no existen estos criterios, donde en su proceso se crean? Y lo que es el proceso de juzgar? ¿Preguntas a 20 personas? ¿Qué preguntas y respuestas supones que te dan y como se relacionen con las respuestas que ya has obtenido? ¿Y cómo ayudan a refinar el modelo (para la tarea definida, como se describe más arriba).

> Las preguntas que estoy tratando de responder con mi modelo de análisis son:

1. ¿Existen diferentes tipos de sistemas visuales flexibles para identidades visuales?
2. ¿En qué punto del proceso del desarrollo se produce la flexibilidad?
3. ¿Qué parte del sistema visual crea coherencia y que parte crea diversidad?

La estructura y los términos del modelo analítico se eligen con respecto a estas preguntas. Términos que son irrelevantes a estas preguntas no se usaron. En el nuevo modelo hay explicaciones breves para cada sección y notas de pie para la mayoría de los términos. Yo uso las conversaciones con los expertos para mejorar mi modelo. Si estoy de acuerdo con una crítica modifico mi modelo. Hasta el momento hablé con 11 expertos, pero sólo he utilizado tus comentarios y los de Irene van Nes. Cuando creo que estoy listo, empiezo utilizar el modelo para analizar proyectos reales. Tantos como sea posible. Me puedo imaginar que el análisis de una gran variedad de identidades visuales me hará repensar mi modelo nuevo. Es un proceso largo.

Saludos cordiales,
Petr

Petr van Blokland [REDACTED] 13. Oktober 2014 15:08

An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net" [REDACTED]

Hi Martin,
here a set of questions that popped my mind reading your plan.

- Did you read publications from and about Jacques Bertin? He was a French cartographer, using a model of 7 parameters.

http://en.wikipedia.org/wiki/Jacques_Bertin

Semiology of Graphics: Diagrams, Networks, Maps

http://www.amazon.com/Semiology-Graphics-Diagrams-Networks-Maps/dp/1589482611/ref=la_B001K79076_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1413203071&sr=1-1

Bertin defines 7 parameters: position, shape, size, value, color, direction and texture.

Deliberately he does not include time, but if you apply time on them, there also exist words for that:

position=movement, shape=morph, size=grow/shrink, value=increase/decrease, color=spectrum, direction=rotation and texture=moiré.

- Where do other previous theories come in, such as the principles of color, by Itten?
- Your lists seem a bit unequal: line and typeface is part of logo, but not the other way around. A line is a form, but a form is not a line. A logo can be a form (but not necessarily has to be) but a form is not a logo.

A form is an attribute, a logo is a definition of usage in context.

Why is line there, and not e.g. rectangle? Is typeface type or typedesign? Are these "all", in which case it is easy to show that that is not the case. Or is it just a selection, but then based on what? Why are these better than the ones you left out.

If you make a model of the world, then better make all aspects scale down to the same amount of detail.

Otherwise it is very difficult to compare the parameters and their possible values.

- It's called "Elements and their attributes" but which of the items in your list are the elements and which are attributes?

- Isn't deformation a value of the watcher? Better call that morphing (see above).

- Same for "Relations between..."

- You do some definition of words, but that leaves the rest of the words undefined. What is "Volume" in this context?

- How is "image" a transformation. Isn't is more object that can be transformed.

- What is the relation between your "System" and "Subsystem".

- Maybe what is missing as a whole is the context and purpose. As the real world is an infinite complex system of meanings and relations, making a "simplified list to be more clear" only works if the context is know. What do you want to explain to whom? The type of simplification and the scale of it depend very much on what you want to communicate. If you present a 1:100 scale model of a house as an architect, that is great to see the first impression of the house and to visualize the relation with the other buildings in the neighborhood. But if it is to show the technical solutions in the kitchen, then a totally different kind of scale is needed, and it doesn't have to be the whole house.

So the question is: to which question is your approach an answer? If you succeeded, what is it then that you solved? And how do you know that? In other words, what are the criteria that you hold your solution against? If these criteria don't exist, where in your process will they be created? And what is the process of judging? Do you ask 20 people? Which questions and which answers do you suspect and how do they relate to the answers you really get? And how do these answers relate to the way you can refine your model (for the defined task, as described above).

Kind regards,
Petr

[Zitierter Text ausgeblendet]

[Zitierter Text ausgeblendet]

<_Modelo.pdf>

Petr van Blokland | twitter+skype+fb [REDACTED]

[REDACTED] www.petr.com

mobile [REDACTED] | buro [REDACTED]

Rietveld 56 2611 LM Delft The Netherlands

Claudia Mens | [REDACTED]

mobile [REDACTED] | buro [REDACTED]

Dear Petr,

thanks again for your last email. It has been very helpful and made me rethink my model. I attached a new, revized version of the model. Please read my answer below. THANK YOU!!!

2014-10-13 15:08 GMT+02:00 Petr van Blokland

Hi Martin,
here a set of questions that popped my mind reading your plan.

- Did you read publications from and about Jacques Bertin? He was a French cartographer, using a model of 7 parameters.

http://en.wikipedia.org/wiki/Jacques_Bertin

Semiology of Graphics: Diagrams, Networks, Maps

http://www.amazon.com/Semiology-Graphics-Diagrams-Networks-Maps/dp/1589482611/ref=la_B001K79076_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1413203071&sr=1-1

Bertin defines 7 parameters: position, shape, size, value, color, direction and texture.

Deliberately he does not include time, but if you apply time on them, there also exist words for that: position=movement, shape=morph, size=grow/shrink, value=increase/decrease, color=spectrum, direction=rotation and texture=moiré.

Yes, i am familiar with Bertin's variables. They have been very helpful, but had to be adjusted for their new purpose, to analyse flexible visual systems.

- Where do other previous theories come in, such as the principles of color, by Itten?
- Your lists seem a bit unequal: line and typeface is part of logo, but not the other way around. A line is

a form, but a form is not a line. A logo can be a form (but not necessarily has to be) but a form is not a logo. A form is an attribute, a logo is a definition of usage in context.

Why is line there, and not e.g. rectangle? Is typeface type or typedesign? Are these "all", in which case it is easy to show that that is not the case. Or is it just a selection, but then based on what? Why are these better than the ones you left out.

If you make a model of the world, then better make all aspects scale down to the same amount of detail. Otherwise it is very difficult to compare the parameters and their possible values.

Yes, you are right. I tried with to find the same level of scale for all terms, without becoming too unspecific, so i would still be able to generate a typology of visual systems for visual identities.

- It's called "Elements and their attributes" but which of the items in your list are the elements and which are attributes?

I made this part more clear now. I have a section called "The elements of the visual system" and a section called "The properties of the elements". Freely adapted from Bertin's book chapters.

- Isn't deformation a value of the watcher? Better call that morphing (see above).
- Same for "Relations between..."
- You do some definition of words, but that leaves the rest of the words undefined. What is "Volume" in this context?

"Volume" is another element. The continuance of "point", "line" and "plane". I do not use "point" because a point isn't visible. A circle is, but already represented by "plane".

- How is "image" a transformation. Isn't is more object that can be transformed.

I understand what you mean by "Image" more being an element and i gave it a thought, but decided against it because images usually change in a visual identity and an element should be the unchangeable archetype of the visual system.

Based on Bertin i treat "image" as "texture". To Bertin an element is filled with texture and therefore a property and not another element. I changed "texture" to "image" to be more general and embrace as well photography, texture, pattern, illustration, etc.

- What is the relation between your "System" and "Subsystem".

I deleted the sub-system. The idea was that there is a system to create elements. The generated elements would then be used in the system. There is a difference between applying a color in the sub-system or in the system. If the color is applied in the sub-system, it becomes a property of that specific element and can't be changed in the system. If a color is applied in the system and not in the sub-system, all elements may use the color scheme of the system. Do you know what i mean?

- Maybe what is missing as a whole is the context and purpose. As the real world is an infinite complex system of meanings and relations, making a "simplified list to be more clear" only works if the context is known. What do you want to explain to whom? The type of simplification and the scale of it depend very much on what you want to communicate. If you present a 1:100 scale model of a house as an architect, that is great to see the first impression of the house and to visualize the relation with the other buildings in the neighborhood. But if it is to show the technical solutions in the kitchen, then a totally different kind of scale is needed, and it doesn't have to be the whole house. So the question is: to which question is your approach an answer? If you succeeded, what is it then that you solved? And how do you know that? In other words, what are the criteria that you hold your solution against? If these criteria don't exist, where in your process will they be created? And what is the process of judging? Do you ask 20 people? Which questions and which answers do you suspect and how do they relate to the answers you really get? And how do these answers relate to the way you can refine your model (for the defined task, as described above).

The questions i am trying to answer with my analytic model are:

1. Are there different types of flexible visual systems for visual identities?
2. At which point of the process flexibility is produced?
3. Which parts of the visual system create coherence and which create diversity?

The structure and terms of the analytic model are chosen in respect to these questions. Terms which are irrelevant to these questions were disregarded. In the new model there are short explanations to every section and foot notes for most of the terms.

De: Martin Lorenz
A: Irene van Nes
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 9 de octubre 2014 12:35

Querida Irene,

¿Cómo estás? ¡Necesito tu ayuda! Eres una de las pocas expertas en Identidades Dinámicas y sería genial tener tu opinión. Como recordarás, estoy trabajando en un modelo para analizar flexibles visual sistemas, pero antes de empezar a usarlo, me gustaría saber si tienes sugerencias de cómo puedo mejorar el modelo. Te adjunto un archivo PDF que explica cómo funciona el modelo. Por favor, pregúntame si hay algo que no entiendes. Tu aportación estará documentado en mi tesis si te parece bien. Estaría bien si pudieras contestar rapido. Me queda poco tiempo.

Gracias!
Martín

A: Irene van Nes
De: Martin Lorenz
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 9. Oktober 2014 13:12

¡Guau! Me siento honrada. :) Eché un vistazo rápido, se ve muy interesante. Esta noche me lo miraré con más calma. Ahora mismo estoy con varios proyectos a la vez.

Contestaré lo antes posible.

Saludos,
Irene

De: Martin Lorenz
A: Irene van Nes
Asunto: Necesito su ayuda!
Fecha: 9. Oktober 2014 13:22

¡Genial! Muchas gracias a Irene. Sé lo que es. Niños y proyectos al mismo tiempo puede ser difícil. Es suficiente si me puedes enviar tus comentarios hasta la próxima semana.

Saludos,
Martin

Hola Martin,

Por fin he tenido tiempo de mirar tu modelo para analizar un sistema visual flexible. Siento haber tardado tanto y espero que no sea demasiado tarde.

He adjuntado un PDF con comentarios. Son todas opiniones y sugerencias, no dudes en ignorarlas, podría haber entendido algo mal. :) Espero que todo está claro. Abajo hay un pequeño resumen de mis apuntes:

- Siento que los elementos no están del todo bien. En mi opinión, "Volumen" es una opción de transformación e "Imagen" debe ser un elemento.
- Transformaciones adicionales: Adición, eliminación y sustitución
- Hecho de menos la transformación en relación con la maquetación, o es esto la "referencia al formato"?
- ¿El medio o dispositivo en el se utiliza el sistema podría ser otra perspectiva?
- El Subsistema es un poco confuso para mí.
- Creo que podría haber un submenú debajo MO y ED. "Predeterminado", "conjunto de reglas" y "posibilidades infinitas"
- Las constantes son importantes en un sistema dinámico, sobre todo cuando se habla de identidades. Añade tal vez un "C" a lista de "MO" y "ED".
- Transformaciones múltiples se pueden hacer en múltiples elementos. Esto no queda claro en el resumen del ejemplo de la última página.
- La última página, donde analizas un caso, no me he quedado muy clara. Hay un montón de información irrelevante, y el vínculo entre la transformación y el elemento se pierde. Considera un diseño diferente.
- Cuando uno analiza un sistema visual flexible puede averiguar cómo funciona. Pero quizá podría ser también interesante introducir un "grado" de "dinamicidad"?

Espero que esto te ayude. Si tienes alguna pregunta, no dudes en ponerte en contacto conmigo de nuevo. Mucha suerte en completar el modelo. Tengo ganas de leer tu tesis cuando esté acabada. ¿Ya tienes fecha?

¡Que tengas un buen fin de semana!
Irene

> Hola Irene,

> ¡Muchas gracias! Tus comentarios han sido muy útiles. Por favor, lee mis comentarios a continuación. También te adjunto un nuevo modelo revisado. Por favor hazme saber si tienes preguntas. ¡¡¡GRACIAS!!!

Hola Martin,

Por fin he tenido tiempo de mirar tu modelo para analizar un sistema visual flexible. Lo siento que he tardado tanto y espero que no sea demasiado tarde.

He adjuntado un PDF con comentarios. Son todas opiniones y sugerencias, no dudes en ignorarlas, podría haber entendido algo mal. :) Espero que todo está claro. Abajo hay un pequeño resumen de mis apuntes:

- Siento que los elementos no están del todo bien. En mi opinión, "Volumen" es una opción de transformación, y "Imagen" debe ser un elemento.

> ¿Conoces "Semiology of Graphics" de Bertin? He utilizado muchos de sus ideas. "Volumen" es sólo la consecuencia lógica de "punto", "línea" y "plano". Yo no uso "punto" porque un punto no es visible. Un círculo es visible, pero ya representado por "plano". Entiendo lo que quieres decir con "Imagen" siendo un elemento y me lo estaba pensando, pero he decidido no cambiarlo porque las imágenes suelen cambiar mucho en una identidad visual y un elemento debe ser el arquetipo inmutable del sistema visual. Entiendo que las imágenes juegan un papel importante en una identidad visual y por lo tanto pueden ser una propiedad de un elemento. Un rectángulo en el tamaño del formato relleno con una imagen por ejemplo.

- Transformaciones adicionales: Adición, eliminación y sustitución

> Tuve un problema de escala. Muchos términos no estaban al mismo nivel. Tenía que hacer el nivel más abstracto/general y cambiar el nombre de "Transformaciones" a "Procesamiento de Imagen".

- Hecho de menos la transformación en relación con la maquetación, o es esto la "referencia al formato"?

> Si, ese es el último punto "c".

- ¿El medio o dispositivo en el se utiliza el sistema podría ser otra perspectiva?

> En mi modelo sólo hay 2D, 3D y 4D. Cada dispositivo ofrece las tres opciones de visualización.

- El Subsistema es un poco confuso para mí.

> He eliminado el subsistema. Me hizo el modelo demasiado complica-

- Creo que podría haber un submenú debajo MO y ED. “Predeterminado”, “conjunto de reglas” y “posibilidades infinitas”

- Constantes son importantes en un sistema dinámico, sobre todo cuando se habla de identidades. Añade tal vez un “C” a lista de “MO” y “ED”

> s.o. es la constante de un sistema visual flexible. m.o. es el conjunto de opciones. E.D. (o E.S. Fuente Externa, como lo llamo ahora) son las “infinitas posibilidades”.

- Transformaciones múltiples se pueden hacer a múltiples elementos. Esto no queda claro en el resumen del ejemplo de la última página.

- La última página donde analizas un caso no me he quedado muy clara. Hay un montón de información irrelevante, y el vínculo entre la transformación y el elemento se pierde. Considera un diseño diferente.

- Cuando uno analiza un sistema visual flexible puede averiguar cómo funciona. Pero quizá podría ser también interesante introducir un “grado” de “dinamicidad”?

Espero que esto te ayude. Si tienes alguna pregunta, no dudes en ponerte en contacto conmigo de nuevo. Mucha suerte en completar el modelo. Tengo ganas de leer tu tesis cuando este acabada. ¿Ya tienes fecha?

¡Que tengas un buen fin de semana!

Irene

Irene van Nes

17. Oktober 2014 14:14

An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net"

Hi Martin,

Finally I found some time to look at your model to analyse a flexible visual system. Sorry it took a bit longer, but still within the time range right?! :)

I have added the PDF with my sticky notes. They are all opinions and suggestions, please feel free to disagree or ignore, I might have understood wrong. :) Hope it is all clear, below a little sum up of my notes:

-I feel that the elements are not quite right. In my opinion, 'Volume' is a Transformation option, and 'Image' should be an Element.

-Additional transformations: Addition, elimination and replacing

-I am missing the transformation in relation to the layout, or is that framal reference

-could an other perspective be the medium or devise the system is used?

-The sub-system is a bit unclear to me.

-I feel that there could still be a sub menu underneath MO and ED 'predetermined', 'according to a set of rules' and 'infinite possibilities'

-Contants are also important in a dynamic system, especially when talking about identities. Perhaps add a C to list of MO en ED

-Multiple transformations can be done to multiple elements, this is unclear in the overview at the case in the last page

-In the last page where a case is being analysed, I feel it is very unclear. There is a lot of irrelevant information, and the link between the transformation and the element is lost. Consider a different layout

-When analysing a flexible visual system one can find out how it works. But could it also be interesting to in some way 'grade' the system in terms of dynamicness?

Hope this helps you further. If you have any questions, feel free to contact me again.

Lots of luck in completing the model, and looking foreword to reading your complete dissertation when it is finished. (Do you already have a date set for this?)

Have a good weekend!

irene

Irene van Nes

ireneontwerp
Vechtclub XL
Europalaan 2B, G2.4
3526 KS Utrecht
The Netherlands

www.ireneontwerp.nl

Hi Irene,

thank you very much! Your comments were very helpful. Please read my comments below. I also attached a new, revised model. Please let me know if you have more questions. THANK YOU!!!

2014-10-17 14:14 GMT+02:00 Irene van Nes

Hi Martin,

Finally I found some time to look at your model to analyse a flexible visual system. Sorry it took a bit longer, but still within the time range right?! :)

I have added the PDF with my sticky notes. They are all opinions and suggestions, please feel free to disagree or ignore, I might have understood wrong. :) Hope it is all clear, below a little sum up of my notes:

-I feel that the elements are not quite right. In my opinion, 'Volume' is a Transformation option, and 'Image' should be an Element.

Are you familiar with the "Semiology of Graphics" by Bertin? I used many of his ideas. "Volume" is just the logical consequence of "point", "line" and "plane". I do not use "point" because a point isn't visible. A circle is, but already represented by "plane".

I understand what you mean by "Image" being an element and i gave it a thought, but decided against it because images usually change and an element should be the unchangeable archetype of the visual system. I understand that images might play an important role in the identity, but they can be a property of an element. A rectangle in the size of the format filled with an image.

-Additional transformations: Addition, elimination and replacing

I had a problem of scale. Many terms weren't on the same level. I had to

make level more abstract/general and rename "Transformations" to "Image Processing".

370

| -I am missing the transformation in relation to the layout, or is that framal reference

That's the last point. C.

| -could an other perspective be the medium or devise the system is used?

In my model there is only 2D, 3D and 4D. Every device offers different options of visualization.

| -The sub-system is a bit unclear to me.

I deleted the sub-system. It made the model too complicated to understand and use.

| -I feel that there could still be a sub menu underneath MO and ED 'predetermined', 'according to a set of rules' and 'infinite possibilities'

| -Contents are also important in a dynamic system, especially when talking about identities. Perhaps add a C to list of MO en ED

S.O. is the constant of a flexible visual system. M.O. is a set of options. E.D. (or E.S. External Source, how i call it now) are the "infinite possibilities".

| -Multiple transformations can be done to multiple elements, this is unclear in the overview at the case in the last page

| -In the last page where a case is being analysed, I feel it is very unclear. There is a lot of irrelevant information, and the link between the transformation and the element is lost. Consider a different layout

| -When analysing a flexible visual system one can find out how it works. But could it also be interesting to in some way 'grade' the system in terms of dynamicness?

Hope this helps you further. If you have any questions, feel free to contact me again.

Lots of luck in completing the model, and looking foreword to reading your complete dissertation when it is finished. (Do you already have a date set for this?)

Have a good weekend!

irene

Irene van Nes

ireneontwerp
Vechtclub XL
Europalaan 2B, G2.4
3526 KS Utrecht

Tras las respuestas de Albert-Jan Pool, Hans Wolbers, Mika Mischler, Petr van Bokland e Irene van Nes, se revisó el modelo y se les reenvió una segunda versión. (Ulrike Felsing y Frank Blokland quisieron comentar el modelo, pero no tuvieron tiempo).

Modelo revisado

An identity (for a company, institution, organization, campaign or product) could be perceived through all human senses, sight (ophthalmocoeption), hearing (audioception), taste (gustaoception), smell (olfacoception or olfaccep-tion), and touch (tactioception). Today most of the information of an identity is still transmitted through the visual sense. The model therefore concentrates on visual systems for visual identities.

I had doubts if copy or corporate language should be included in the model as in some cases the text had a direct influence on the typogra-phy. I decided against including copy to keep the model as simple as possible, but i nevertheless mention it here because it can play a vital role in an identity.

Most of the structure and terminol-ogy goes back to the "Semiology of graphics" by Bertin.

The questions i am trying to answer with my analytic model are:

1. Are there different types of flexible visual systems for visual identities?
2. At which point of the process flexibility is produced?
3. Which parts of the visual system create coherence and which create diversity? ^A

The structure and terms of the analytic model are chosen in respect to these questions. Terms which are irrelevant to these questions were disregarded.

A — The elements of the visual system

The elements of a visual system for a visual identity are line, plane, volume, but as well typeface and logo. I am aware that typefaces logos do not belong to the same hierarchy as line, plane and volume, because they consist of lines and planes, but I allow myself this inconsistency in order to be able to detect the behaviour of these to essential elements of a visual identity.

☐ Line ☐ Plane ☐ Volume ☐ Typeface^B ☐ Logo^C

B — The properties of the elements

This section describes the properties of the elements. Can they appear in for example different siz-es (M.O. = Multiple Options^D) or not (S.O. = Single Option^E) and are they influenced by external data (E.S. = External Source^F), which is common for generative visual identities.

Size ^G	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Image ^H	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Color ^I	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Orientation	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Shape ^J	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.
Production ^K	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.	☐ S.O. ☐ M.O. ☐ E.S.

A — The checkboxes "S.O. = Single Option", "M.O. = Multiple Options" and "E.S. = External Source" are supposed to help answer that question.

B — I am aware that typefaces do not belong to the same hierarchy as line, plane and volume, because they consist of lines and planes, but I allow myself this inconsistency in order to be able to visualize typographic systems.

C — A logo (abbreviation of logotype,[1] from Greek: λόγος logos "word" and τύπος typos "imprint") is a graphic mark, emblem, or symbol common-ly used by commercial enterprises, organizations and even individuals to aid and promote instant public recognition. Logos are either purely graphic (symbols/icons) or are composed of the name of the organization (a logotype or wordmark). An important number of visual identities still use logos as the constant value of the flexible visual identity.

D — "M.O. = Multiple Options" describes a pre-defined set of options.

E — "S.O. = Single Option" describes the constant in the flexible system which establishes visual coherence.

F — "E.S. = External Source" describes the influence by an external source. An external source can be a value/number, but as well an image. Usually the external sources obtain multiple options are not limited in number.

G — If there is more than one element they may vary in size. The framal reference is not yet taken into account. "Size" merely talks about the relation between elements.

H — Bertin calls this category "Texture". I renamed it "Image", so the category can contain any kind of image, such as texture and pattern, but as well illustration and photography. The images fill the above mentioned elements. There might be cases in which an identity uses full bleed images, but even in these cases the images fill a rectangle in size of the format.

I — Includes hue, tone and saturation. The differentiation hasn't been made in order to keep the same level of abstraction between the terms.

J — As Bertin says, "The world of shapes is infinite". "Shape" contains all possible shapes. Geometric, organic and random shapes. A Logo is considered a shape too.

K — The production values are not mentioned by Bertin, because they usually aren't relevant to the creation of diagrams, networks and maps. In Visual Identities the production can play an important role. Using always the same kind of ink, punch cut, paper, binding, etc. can establish brand recognition.

Disertación "Sistemas visuales en el ámbito proyectual del diseño gráfico." / © Martín Lorenz, Universidad de Barcelona, 2014

C — The rules of the visual system

If there is more than one element, the relation between the elements becomes relevant. Do they organize themselves in a specific structure?

Arrangement of elements

Regular	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Irregular	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

When elements overlap their appearance might change. How do the elements react to each other? How do they blend into each other? Do they change their shape? Are there different grades of intensity of blending or shape changing?

Blending

Opacity	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Transparency	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Multiplication	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Difference	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

Compound shapes

Addition ^L	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Subtraction ^M	☐ S.O.	☐ S.O.		☐ S.O.	☐ S.O.
Intersection ^N	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Exclusion Overlap ^O	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
Influence ^P	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Penetration ^Q			☐ S.O.		☐ S.O.
Extrusion ^R			☐ S.O.		☐ S.O.

L — Traces the outline of all objects to create a single shape.

M — Objects in the front "punch holes" in the backmost object.

N — Creates a shape from overlapping Planes.

O — Creates a shape from Planes that do not overlap.

P — To change one thing through the force of power of something else.

Q — Force through, enter, or seep into. Can only be applied to Volumes.

R — The form brought about by forcing a material through an opening. Can only be applied to Volumes.

Perspective from the 3rd and 4th dimension

A volume captured from different angles obtains multiple images. The light source, illuminating the volume might influence the captured image as well. Both, object and light source need a three-dimensional space in order to obtain multiple images. Appearance can change through time too, like an oxidating apple or a growing plant, but the 4th dimensions also adds the possibility of movement.⁵

3-D	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
4-D	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

Image Processing

Without further declination of the type of image processing, the term "Image Processing" embraces all possible ways of processing images, may it be through a photoshop filter, illustrating the image by hand or photocopying it.

Image Processing	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

C — The application of the visual system

The final step when designing a visual identity is the application of the visual system. The application itself contains rules which can react to the format. The three concepts were lend from the options.html gives when implementing an image.

Framal Reference

Scale to size ^T	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Repetition to size ^U	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.
Positioning ^V	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.	☐ S.O.
	☐ M.O.	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O	☐ M.O.
	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.	☐ E.S.

S — "S.O." does not appear as a checkbox because the 3rd and 4th dimension are options which can help to augment the variety of created images. If one wants to represent a single shape or volume, one can choose them in the list of elements.

T — "Scale to size" contains the different options of scaling. Horizontal scaling, vertical scaling or uniformly horizontal and vertical scaling.

U — "Repetition to size" is also referred to as "tiling".

V — When elements are not scaled or repeated to the size of the frame, they are positioned in the frame. They may be positioned left, right, up, down, centered or randomly.

A: Irene van Nes

De: Martin Lorenz

Asunto: Necesito su ayuda!

Fecha: 21. Oktober 2014 13:10

¡Genial! Ya está mucho mejor estructurado (quiero decir ,overzichtelijk‘ en holandés, no puede encontrar la traducción al Inglés :) La estructura de Bertin funciona muy bien para esto. ¡Tengo que comprarme ese libro! Es interesante que diseñó el marco para el diseño de la información, para el análisis y la representación de los datos en papel. Los datos hacen el sistema complejo, es por eso que me encantan las identidades generativas. :)

¡Qué bien que hayas añadido S.O.

Buena suerte!

Irene van Nes

Irene van Nes

21. Oktober 2014 13:10

An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net"

Great!

Already much better structured (I mean 'overzichtelijk' in dutch, can't find the english translation :)
) Bertin's structure works good for this. Have to buy that book! Interesting that he designed the framework
for information design, for the analysis and representation of data on paper. Data makes the system
complex, that is why i love the generative identities. :)

Good you added the S.O.

Good luck!

Irene van Nes

ireneontwerp

www.ireneontwerp.nl

De: Martin Lorenz
A: Andrew Blauvelt
Asunto: Relational Design
Fecha: 9. Oktober 2014 13:11

Querido Andrew,

espero reciba este correo. A pesar de que yo escribo este correo electrónico de mi correo de mi estudio, el propósito de este correo electrónico no es profesional, sino puramente académico.

Tu artículo sobre el “diseño relacional” ha sido de gran inspiración para mí. Estoy escribiendo una tesis (Ph.D.) sobre los sistemas visuales flexibles en el diseño gráfico en la Universidad de Barcelona y tu eres uno de los pocos que este especializó en identidades dinámicas.

He desarrollado un modelo que ayuda a analizar las identidades dinámicas, pero antes de usarlo estaría estupendo si, como uno de los pocos expertos en el tema, pudieras echarle un vistazo y hacerme saber si tienes alguna sugerencia de cómo mejorarlo.

El pdf adjunto contiene una explicación de cómo funciona el modelo, pero si hay algo que no te queda claro, por favor házmelo saber.

Una respuesta aunque no tengas sugerencias sería muy apreciada. :)

¡Gracias!
¡Gracias!
Martín

De: Martin Lorenz
A: Andrew Blauvelt
Asunto: Relational Design
Fecha: 13. Oktober 2014 10:34

Hola Andrew,

¿has recibido mi correo electrónico? ¿Tienes tiempo de comentar mi modelo?

GRACIAS!
Martin

De: Andrew Blauvelt
A: Martin Lorenz
Asunto: Relational Design
Fecha: 14. Oktober 2014 05:55

Hola,

He recibido tu correo electrónico. Desafortunadamente estoy ocupado instalando una exposición. Si me lo recuerdas en una o dos semanas puedo intentar revisarlo.

Saludos,
Andrés

De: Martin Lorenz
A: Andrew Blauvelt
Asunto: Relational Design
Fecha: 21. Oktober 2014 12:21

Hola Andrew,

recibí la primera ronda de las respuestas de los otros expertos y he revisado el último modelo. Te adjunto el nuevo modelo revisado. Sería genial si pudieras encontrar el tiempo para echarle un vistazo. :)

Gracias!
Martin

De: Andrew Blauvelt
A: Martin Lorenz
Asunto: Relational Design
Fecha: 21. Oktober 2014 18:06

Estimado Martin,

tuve la oportunidad de revisar sus documentos. Debo admitir cierta confusión en cuanto a lo que tengo que comentar.

La pregunta 1 no es una pregunta de investigación *per se*. La respuesta es obvia: “sí”. Las preguntas 2 y 3 son mejores preguntas para la investigación, pero no creo que tu modelo vaya a dar una respuesta a la pregunta 2.

No entiendo el concepto de “volumen” en este contexto de identidades visuales 2D. ¿Se refiere a “formas”? ¿El termino tipografía no sería mejor que tipo? ¿Es “escalar de tamaño” un escalamiento uniforme o proporcional? o es el tamaño relativo o uniforme dependiendo del formato? (Todas las identidades deben ser escalables porque los formatos son siempre diferentes.)

Espero haber podido ayudar.

Saludos,
Andrew

Texto original:

Blauvelt, Andrew <andrew.blauvelt@wakerart.org>
An: "Martin Lorenz | TwoPoints.Net" <martin@twopoints.net>

21. Oktober 2014 18:06

Dear Martin,

I did have the chance to review your documents. I must admit some confusion as to what you would like me to comment on.

Question 1 is not a research question per se. The answer is obvious: "yes."

Questions 2 & 3 are better questions for research, but I don't think your model will yield an answer

for #2.

I don't understand the concept of "volume" in this context of 2D visual identities. Do you mean "shape"?

Would typography be a better word choice than typeface?

Is "scale to size" about uniform or proportional scaling? Or relative or uniform size depending on format? (All identities must be scalable as the formats are always different.)

Hope this feedback helps.

Best,

Andrew

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014

<https://docs.google.com/forms/d/11UI5JkycepbCnqNPuteqr...>

Modelo Analítico — Sistemas Visuales — 27.10.2014

1. Año

.....

.....

.....

.....

.....

2. Nombre del proyecto

.....

.....

.....

.....

.....

3. Ficha de la empresa y/o del producto o proyecto.

.....

.....

.....

.....

.....

4. Ficha del destinatario

.....

.....

.....

.....

.....

5. Ficha del autor

.....

.....

.....

.....

.....

A — The elements of the visual system

The elements of a visual system for a visual identity are line, plane, volume, but as well typeface and logo. I am aware that typefaces logos do not belong to the same hierarchy as line, plane and volume, because they consist of lines and planes, but I allow myself this inconsistency in order to be able to detect the behaviour of these to essential elements of a visual identity.

Line

Plane

Volume

Typeface

Logo

B — The properties of the elements

This section describes the properties of the elements. Can they appear in for example different sizes (M.O. = Multiple OptionsD) or not (S.O. = Single OptionE) and are they influenced by external data (E.S. = External SourceF), which is common for generative visual identities.

6. Size

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

7. Image

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

8. Color

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

9. Orientation

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

10. Shape

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

11. Production*Mark only one oval per row.*

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

C — The rules of the visual system

If there is more than one element, the relation between the elements becomes relevant.
Do they organize themselves in a specific structure?

Arrangement of elements**12. Regular***Mark only one oval per row.*

	S.O.
Linie	☐
Plane	☐
Volume	☐
Typeface	☐
Logo	☐

13. Irregular*Mark only one oval per row.*

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

Blending

When elements overlap their appearance might change. How do the elements react to each other? How do they blend into each other? Do they change their shape? Are there different grades of intensity of blending or shape changing?

14. Transparency

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

15. Multiplication

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

16. Difference

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

Compound shapes

17. Addition

Mark only one oval per row.

	S.O.
Linie	☐
Plane	☐
Volume	☐
Typeface	☐
Logo	☐

18. Subtraction

Mark only one oval per row.

	S.O.
Linie	☐
Plane	☐
Typeface	☐
Logo	☐

19. Intersection

Mark only one oval per row.

	S.O.
Linie	☐
Plane	☐
Volume	☐
Typeface	☐
Logo	☐

20. Exclusion Overlap

Mark only one oval per row.

	S.O.
Linie	☐
Plane	☐
Volume	☐
Typeface	☐
Logo	☐

21. Influence

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

22. Penetration

Mark only one oval per row.

	S.O.
Volume	☐
Logo	☐

23. **Extrusion**
Mark only one oval per row.

	S.O.
Volume	☐
Logo	☐

Perspective from the 3rd and 4th dimension

A volume captured from different angles obtains multiple images. The light source, illuminating the volume might influence the captured image as well. Both, object and light source need a three-dimensional space in order to obtain multiple images. Appearance can change through time too, like an oxidating apple or a growing plant, but the 4th dimensions also adds the possibility of movement. S

24. **3-D**
Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

25. **4-D**
Mark only one oval per row.

	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐
Plane	☐	☐
Volume	☐	☐
Typeface	☐	☐
Logo	☐	☐

Image Processing

Without further declination of the type of image processing, the term "Image Processing" embraces all possible ways of processing images, may it be through a photoshop filter, illustrating the image by hand or photocopying it.

26. Image Processing

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

D — The application of the visual system

The final step when designing a visual identity is the application of the visual system. The application itself contains rules which can react to the format. The three concepts were lent from the options html gives when implementing an image.

Framal Reference

27. Scale to size

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

28. Repetition to size

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

29. Positioning

Mark only one oval per row.

	S.O.	M.O.	E.S.
Linie	☐	☐	☐
Plane	☐	☐	☐
Volume	☐	☐	☐
Typeface	☐	☐	☐
Logo	☐	☐	☐

Conversación con Ulrike Felsing

Martin Lorenz
09/03/2015

Hola Ulrike,

lástima que no funcionó en ese momento con la conversación. Tal vez podrías darme una respuesta corta a una pregunta diferente.

¿Cómo llegaste al concepto “identidades dinámicas”? ¿Cuándo, dónde y con quién oíste hablar de él / leerlo por primera vez?

Muchas gracias,
Martin

Ulrike Felsing
11/03/2015

Estimado Martin,

es una pena! Hay que ponerse al día! ¡Por supuesto! ¿hacemos un skype en las próximas semanas? El término no me estoy refiriendo a ningún texto. concreto.

En realidad, yo siempre he hablado de *Erscheinungsbilder* dinámicas, “identidades” viene del Inglés. Identidad.

Desafortunadamente dinámicas no dice mucho.

Mejor sería, sistema variable de proceso-para, además de contenido descriptivo, tal vez incluso democrática ...

Saludos Cordiales
Ulrike

Estimada Ulrike,

Sí mucho gusto. :) He pedido el término „Identidades dinámica“ a tener porque reclamaciones Lava inventaron el término y, al mismo tiempo que otros términos que parecen describir la misma cosa, se utilizaron como Liquid Branding, Fluid Branding, la marca de respuesta, etc.

¿Todavía puede recordar el año en el que ha utilizado el término „identidad dinámica“ por primera vez?

Además, hay una versión en alemán de su libro? A veces tengo problemas para entender la traducción.

Muchas gracias,
Martin

Ulrike Felsing
11/03/2015

> Sí, feliz. :) He pedido el término „Identidades dinámica“ a tener porque reclamaciones Lava inventaron el término y, al mismo tiempo que otros términos que parecen describir la misma cosa, se utilizaron como Liquid Branding, Fluid Branding, la marca de respuesta, etc.

¿Quién es la lava?

> Usted puede recordar fácilmente el año en que ha utilizado el término „identidad dinámica“ por primera vez?

Tengo que pensar
2008-9, pero 2009 es el libro publicado

Martin Lorenz
9.03.2015

Hallo Ulrike,

schade, dass das damals mit dem Gespräch nicht geklappt hat. Vielleicht könntest du mir aber eine kurze Antwort auf eine andere Frage geben.

Wie bist du auf den Begriff „Dynamische Identitäten“ gekommen? Wann, wo und bei wem hast du ihn zum ersten mal gehört/gelesen?

Vielen lieben Dank,
Martin

Ulrike Felsing
11.03.2015

Lieber Martin,

ja schade! Das müssen wir nachholen! Unbedingt! Sollen wir in den nächsten Wochen skypen? Mit dem Begriff beziehe ich mich nicht auf einen Text.

Ich habe eigentlich immer von Dynamischen Erscheinungsbildern gesprochen und «Identitäten» kommt dann von dem engl. Identity.

Leider sagt dynamisch nicht viel aus.

Besser wäre variabel, prozesshaft, systemisch, aber auch inhaltsbeschreibend, vielleicht sogar demokratisch...

Liebe Grüße
Ulrike

Liebe Ulrike,

ja, gerne. :) Ich habe nach dem Begriff „Dynamic Identities“ gefragt, weil Lava behauptet den Begriff erfunden zu haben und weil zeitgleich andere Begriffe, die anscheinend dasselbe beschreiben, benutzt wurden, so wie Liquid Branding, Fluid Branding, Responsive Branding, etc.

Kannst du dich noch an das Jahr erinnern, in dem du den Begriff „Dynamic Identity“ zum ersten Mal benutzt hast?

Ausserdem, gibt es eine deutsche Version deines Buches? Ich habe manchmal Schwierigkeiten die Übersetzung zu verstehen.

Vielen lieben Dank,
Martin

Ulrike Felsing
11.03.2015

> ja, gerne. :) Ich habe nach dem Begriff „Dynamic Identities“ gefragt, weil Lava behauptet den Begriff erfunden zu haben und weil zeitgleich andere Begriffe, die anscheinend dasselbe beschreiben, benutzt wurden, so wie Liquid Branding, Fluid Branding, Responsive Branding, etc.

Wer ist Lava?

> Kannst du dich noch an das Jahr erinnern, in dem du den Begriff „Dynamic Identity“ zum ersten Mal benutzt hast?

muss ich überlegen
2008-9 aber 2009 ist das Buch veröffentlicht

Martin Lorenz
06.03.2015 14:27

Hola Irene,

Cómo estás? Tengo una pregunta. ¿Por qué se utiliza el término “Identidades Dinámico”, como el título de tu libro? ¿Cuándo y dónde se enteró / leer el término por primera vez?

Gracias! martín

Irene Van Nes
07/03/2015 doce y cincuenta y cuatro

Irene Van Nes

Lo siento por última contestación, su habido un ratrace aquí. El término identidades dinámicas creo leva primero a mis oídos a través de lava, donde me hice una escuela de verano. Aunque yo sabía que El fenómeno, que nunca había dado un nombre defenite, identidades flexibles o sistemas flexibles de un mundo de marca .. Cuando oí identidades dinámicas, me quedo con ella, y nunca lo llamó de otra manera.

Hice añadir el subtítulo, cómo crear una marca viva “para añadir que no es sólo sobre el cambio que ocurre, pero más el efecto que se puede crear con ella.

Espero que ayude. Tener un buen fin de semana!

Martin Lorenz
06.03.2015 14:27

Hi Irene,

how are you? I have a question. Why did you use the term „Dynamic Identities“ as a title for your book? When and where did you hear/read the term for the first time?

Thank you! Martin

Irene Van Nes
07.03.2015 00:54

Irene Van Nes

Sorry for late reply, its been a ratrace over here. The term dynamic identities i believe cam first to my ears through lava, where i did a Summer school. Although i knew The phenomenon, i never had given it a defenite name, flexible identities or flexible systems of a brand world.. When i heard dynamic identities, I stick to it, and never called it otherwise.

I did add The subtitle ,how to create a living brand‘ to add that it is not just about the change that happens, but more the effect that you can create with it.

Hope that helps. Have a good weekend!

Martin Lorenz
09/03/2015

Hola Hans,

lo siento que te moleste de nuevo, pero Irene van Nes me dijo que se inspiró para llamar a su libro “Identidades dinámicos” después de que ella participó en su escuela de verano.

¿Cuándo y dónde se enteró / leer el término “Identidades dinámica” por primera vez?

GRACIAS!
martín

Hans Wolbers | Diseño Lava
09/03/2015

En realidad se nos ocurrió la palabra nosotros mismos ...
Saludos cordiales,
Hans

Martin Lorenz
09.03.2015

Hi Hans,

i am sorry to bother you again, but Irene van Nes told me she was inspired to call her book „Dynamic Identities“ after she participated in your summer school.

When and where did you hear/read the term „Dynamic Identities“ for the first time?

THANK YOU!
Martin

Hans Wolbers | Lava Design
09.03.2015

Actually we came up with the word ourselves...
Kind regards,
Hans

Martin Lorenz: Estimado Frank E. Blokland, Jan Middendorp, Dan Reynolds, Jacques Le Bailly o cualquier otra persona que escucha, Müller-Brockmann escribe en Rastersysteme “que este tipo de letra fue construido por Neudörffer alrededor de 1660”. Tengo mis dudas porque Neudörffer (Junior) murió en 1581. ¿Tiene usted más información?

Dan Reynolds: Probablemente es un error. Tal vez en 1560, y por Neudörffer der ältere. Albert Kapr publicó una edición facsímil de un manual Neudörffer en 1956. Esto es bastante fácil de encontrar; yo no tengo ninguno pero Florian Hardwig - que no está en Facebook - lo tiene. Los detalles de ese libro son ... Johann Neudörffer der Ältere, ein großer Schreibemeister der Deutschen Renacimiento. VEB Harrassowitz, Leipzig, 1956

Dan Reynolds: Bueno, quizás tampoco en 1560, es más probable 1547

Dan Reynolds: Ver también ...
Oliver Linke und Christine Sauer: schreiben zierlich. Der Schreibemeister Johann. Neudörffer d.Ä. und seine Nachfolger in Nürnberg., Nürnberg / München, 2007

Dan Reynolds: Las leyendas en libros de diseño gráfico son raramente correctas. Voy a dejar de publicar ahora.

Jan Middendorp: Dan sabe mucho más sobre tipografía alemana que yo. Hay expertos en Frankfurt que pueden tener una respuesta inmediata a tu consulta. No están en Facebook -Emoticon “sonrisa”

Dan Reynolds: Bueno, yo no sé si es así! Pero estás en lo correcto. Los más expertos de la comunidad tipográfica alemana son todas las personas que evitan Facebook.

Martin Lorenz: Gracias Dan Reynolds, no pude encontrar la imagen en otro sitio, solo en el libro de Müller-Brockmann, así que incluso empiezo a dudar que las mayúsculas fueran hechas por Neudörffer.

Dan Reynolds: no me sorprendería en absoluto que fueran de Neudörffer. Yo no sé en que libro de Neudörffer libro que podría haber salido de, exactamente.

Martin Lorenz: Sí, exactamente. Neudörffer fue encargado por Durero para escribir el texto en sus cuadros. Apostol y Durero hicieron un libro entero sobre las letras, así que no me sorprendería que las letras de la imagen fueran de Neudörffer.

Martin Lorenz: Bueno, de todos modos, muchas gracias!

Stefan D'Andrea: Hola Martin, tal vez usted puede ponerse en contacto con Klaus-Peter Schaffel; él es un calígrafo suizo y puedes encontrarlo en este sitio: <http://www.kps-fonts.ch/> Una vez me ayudó durante mi tesis de licenciatura con un poco de información acerca de los tipos de letra, él es un tipo muy agradable y abierto. ¡Buena suerte!

Frank E. Blokland: TBH tengo que profundizar más en esto para estar completamente seguro, pero mi opinión inicial es que dos modelos de Neudörffer se mezclan aquí. Según Werner Doede en 'Schön schreiben, del eine Kunst -Johann Neudörffer und die calligrafía des Barock-' las imágenes que se muestran aquí se encuentran en 'Gründlicher Bericht der alten lateinischen buchstaben', que datan desde antes de 1538. En 1660 otro modelo de Neudörffer fue grabado en cobre por J. Fleischberger.

Martin Lorenz: Eso tiene sentido. ¡¡¡Muchas gracias!!!

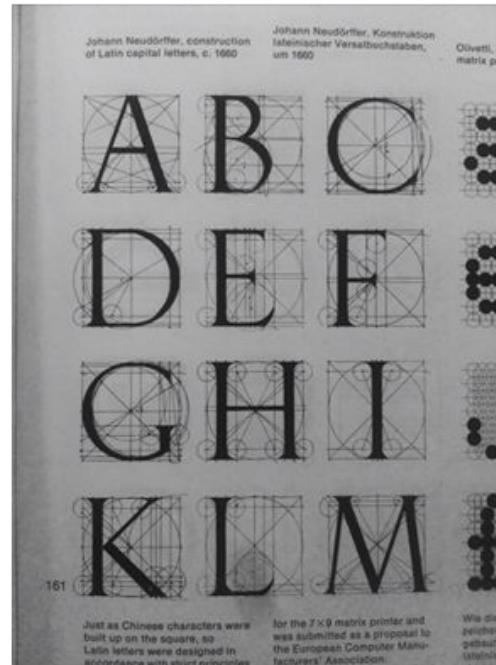
Frank E. Blokland hat deinen Beitrag kommentiert.



Martin Lorenz

20 Std. · 1 · 1

Dear Frank E. Blokland, Jan Middendorp, Dan Reynolds, Jacques Le Bailly or anyone else listening, Müller-Brockmann writes in 'Raster systeme' that this typeface was constructed by Neudörffer around 1660. I have my doubts because Neudörffer (Junior) died in 1581. Do you have more information?



👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

Jimmy Schmid, Kamil Ertürk, Zyan Graphics und 5 anderen gefällt das.



Dan Reynolds It is probably a typo. Maybe 1560, and by Neudörffer der ältere. Albert Kapr published a facsimile edition of a Neudörffer manual in 1956. This is pretty easy to find; I don't have one myself, but Florian Hardwig – who is not on Facebook – does. The details for that book are ... Johann Neudörffer der Ältere, ein großer Schreibmeister der Deutschen Renaissance. VEB Harrassowitz, Leipzig, 1956

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 👍 1 · 20 Std.



Dan Reynolds Well, maybe not 1560, either. Probably more like 1547.

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 👍 1 · 20 Std.



Dan Reynolds See also...

Oliver Linke und Christine Sauer: Zierlich schreiben. Der Schreibmeister Johann. Neudörffer d.Ä. und seine Nachfolger in Nürnberg., Nürnberg / München, 2007

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 👍 1 · 20 Std.



Dan Reynolds Captions in graphic design books are rarely correct. I will stop posting now.

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 👍 2 · 20 Std.



Jan Middendorp Dan knows much more about German type than I do. There are some grand old men in the greater Frankfurt area who may have an immediate answer to your query. They're not on Facebook 😊

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 👍 1 · 20 Std.

➡ Dan Reynolds hat geantwortet · 1 Antwort



Martin Lorenz Thank you Dan Reynolds, i couldn't find the image anywhere else than in the book by Müller-Brockmann, so i was even starting to doubt the capital letters were made by Neudörffer.

Gefällt mir · Antworten · 20 Std.

➡ Vorherige Antworten anzeigen



Martin Lorenz Yes, exactly. Neudörffer was commissioned by Dürer to write the text on his Apostol paintings and Dürer did an entire book about constructed letters, so i wouldn't be surprised neither if the



altare. Albert Kapr published a facsimile edition of a Neudörffer manual in 1956. This is pretty easy to find; I don't have one myself, but Florian Hardwig – who is not on Facebook – does. The details for that book are ... Johann Neudörffer der Ältere, ein großer Schreibmeister der Deutschen Renaissance. VEB Harrassowitz, Leipzig, 1956

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 1 · 20 Std.



Dan Reynolds Well, maybe not 1560, either. Probably more like 1547.

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 1 · 20 Std.



Dan Reynolds See also...

Oliver Linke und Christine Sauer: Zierlich schreiben. Der Schreibmeister Johann. Neudörffer d.Ä. und seine Nachfolger in Nürnberg., Nürnberg / München, 2007

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 1 · 20 Std.



Dan Reynolds Captions in graphic design books are rarely correct. I will stop posting now.

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 2 · 20 Std.



Jan Middendorp Dan knows much more about German type than I do. There are some grand old men in the greater Frankfurt area who may have an immediate answer to your query. They're not on Facebook 😊

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 1 · 20 Std.



Dan Reynolds hat geantwortet · 1 Antwort



Martin Lorenz Thank you Dan Reynolds, i couldn't find the image anywhere else than in the book by Müller-Brockmann, so i was even starting to doubt the capital letters were made by Neudörffer.

Gefällt mir · Antworten · 20 Std.

↩ Vorherige Antworten anzeigen



Martin Lorenz Yes, exactly. Neudörffer was commissioned by Dürer to write the text on his Apostal paintings and Dürer did an entire book about constructed letters, so i wouldn't be surprised neither if the constructed letters of the image were by Neudörffer.

Gefällt mir · Antworten · 1 · 20 Std.

↩ Weitere Antworten anzeigen



Stefan D'Andrea · 7 Gemeinsame Freunde

Hi Martin,

maybe you can contact Klaus-Peter Schäffel; he's a swiss calligrapher and runs this Site:... [Mehr anzeigen](#)



Computerschriften von KPS

KPS-FONTS.CH

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · Vorschau entfernen · 2 · 20 Std.



Frank E. Blokland TBH I have to dig deeper into this to be completely sure, but my initial reaction is that two models from Neudörffer are mixed here. According to Werner Doede in 'Schön schreiben, eine Kunst – Johann Neudörffer und die Kalligraphie des Barock–' are the images shown here from 'Gründlicher Bericht der alten lateinischen Buchstaben', which dates from before 1538. In 1660 another model from Neudörffer was engraved into copper by J. Fleischberger.

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 1 · 16 Min · Bearbeitet



Martin Lorenz That makes sense. Thank you very much!!!

Gefällt mir · Antworten · 3 Min



Schreibe einen Kommentar ...



Anexo: Identidades dinámicas	Muzieklab Brabant Tilburg	450
	Brooklyn Museum	451
	Visual Identity Lesley Moore	452
Identidades dinámicas del año 2000 al 2012	Athlete Tourist	453
	La Comédie de Clermont-Ferrand	454
	Maxim Gorki Theater	455
Estudios de casos de identidades dinámicas basados en artículos libros portafolios y entrevistas.	Cross Magazine	456
	Soulwax	457
	Treader	458
	Marta Carlyle	459
Rotterdam 2001 Culture Capital of Europe ..	Sure Thing Productions	460
Cité Internationale Universitaire de Paris	NSV Nidwalden	461
Krankenschwestervereinigung Lindenhof	Muzieklab Brabant Tilburg	462
Bananen & Film	The Forsythe Company	463
Bildbesprechung	Tate ETC	464
Federal Building Department of Zürich	Gerrit Rietveld Academie	465
Simian “Chemistry is what we are”	ARBM	466
Dirty Vegas	SMCS	467
Basement Jaxx	Ffm Lounge	468
Theater Improphil	Cinémathèque française	469
Archis	Champalimaud Foundation	470
Lego Font Creator	Lego meets Meccano!	471
Norm: The Things	SSH Utrecht	472
Viktor & Rolf	Haus der Wissenschaft	473
Poetry on the Road	Fonds voor Beeldende Kunsten	474
Ministerie van Algemene Zaken	Effenaar	475
Gemeente Leidschendam-Voorburg	Vrede van Utrecht	476
Gemeente Lelystad	Peace of Mind Mercy	477
Gemeente Middelburg	Seed Media Group	478
Latent Space Posters for NAI	Rau	479
Coldplay “A Rush Of Blood To The Head”	Economist / Contemporary Art Society	480
Stawon	Springdance	481
Muzieklab Brabant Tilburg	Centre Culturel Suisse	482
Tubelight	Garbage	483
Good and Plenty	Protocol “Rules Of Engagement”	484
Pulchri Studio	Das Schiff	485
Collection Lambert en Avignon	Gerrit Rietveld Academie	486
Lakeside Science & Technology Park	C Broadcasting	487
Kunsthau Graz	International Red Cross and Red Crescent	
Flughafen Köln-Bonn	Movement.....	489
A Typeface for Twin Cities	Frankfurter Kunstverein	490
Ministerie van Onderwijs Cultuur en	Beaux-arts de Paris	491
Wetenschap	Max Planck Institute	492
Ministerie van Volkshuisvesting	Norwegian University of Life Sciences	493
Gemeente Amsterdam	CAC Brétigny	494
TV Asahi	Jan van Eyck Academy	495
Döll	Museion-Museum für moderne und zeitgenös- sische Kunst Bosen	496
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar	Aktau Marina Residential District	
Posters CultuurNacht The Generator	Kazakhstan	497
Perdu	IDTV identity	499
Staatsoper Hannover	Marres	500
Kunsthalle Basel/ ETH Studio Basel		

New Museum NYC	501	x was here	569
The Brno House of Arts	502	Baltan Laboratories	570
Casa da Musica	504	Hong Kong Heritage Theater and Education	572
Lovebytes	505	MIT Media Lab	573
Cafe King	506	OCAD University	575
Schoene Neue Kinder	506	Wikipedia	577
Dokfest Lounge	508	Catalpa Childcare	578
New York City	509	MAIO	579
Niconico Douga	510	OVG Agentes Inmobiliario	581
Get Up	511	EDP	582
Saks Fifth Avenue	512	Ziens-wijze	584
“Heimat“	514	Belmacz	585
Museum of Arts and Design	515	Cinematics	587
Stedelijk Museum Competition	517	Esquire	589
Impakt Festival	518	Moscow Design Museum	590
De Buitenwereld	519	Odooproject	591
De Treeswijkhoeve	520	CX	593
Mobile Media Lab	521	Pigmentpol	595
Banjo Music	523	Stedelijk Museum Competition	596
Stedelijk Museum Competition	524		
Stedelijk Museum Competition	525		
Stedelijk Museum Competition	526		
Stedelijk Museum Competition	527		
Aol.	528		
FRAC Centre	529		
Circus	531		
de Balie	532		
Republique Theatre	533		
Oerol	535		
Onedotzero	536		
Seconde Nature	537		
Pantone Hotel	538		
NHL	539		
Clear Village	540		
ExpatCenter	542		
Tess Management	543		
Nordkyn	544		
Art Collection Fund	546		
Secca	548		
Z33	550		
La Transat AG2R LA MONDIALE	552		
Nam Pak Cultural Day	554		
Design Academy Eindhoven	555		
Helsinki Design Lab	556		
New Prevention Technologies	558		
Imagine 8	559		
VPRO	560		
Management for Design	561		
Dezeen watch store	562		
House of Visual Culture	564		
Nikolaj Kunsthal	565		
Tivoli	568		

Identidades dinámicas del año 2000 al 2012

2000 A.C.	2001 A.C.	2002 A.C.	2003 A.C.	2004 A.C.	2005 A.C.
2000, Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe, Mevis en Van Deursen	2001, Federal Building Department of Zürich, Prill & Vieceli	2002, Norm: The Things, Dimitri Bruni, Manuel Krebs	2003, Lakeside Science & Technology Park, Büro für konkrete Gestaltung	2004, Brooklyn Museum, 2x4	2005, Ffrn Lounge, Martin Lorenz (egh)
2000-2004, Cité Internationale Universitaire de Paris, Intégral Ruedi Baur et associés	2001, Simian „Chemistry is what we are“, Big Active	2002-2007, Museum Boijmans van Beuningen Rotterdam, Mevis en Van Deursen	2003, Kunsthaus Graz, Lichtwitz	2004, Visual Identity Lesley Moore, Lesley Moore	2005, Cinémathèque française, Intégral Ruedi Baur et associés
2000, Krankenschwestervereinigung Lindenhof, Klauser Weibel Design	2001-2002, Dirty Vegas, Big Active	2002-2007, Viktor & Rolf Mevis & Van Deursen	2003, Flughafen Köln-Bonn, Intégral Ruedi Baur et associés	2004-2005, Athlete Tourist, Big Active	2005, Champalimaud Foundation, Studio Dumber
2000, Bananen & Film, Elektrosmog	2001, Basement Jaxx, Big Active	2002, Poetry on the Road, Jung und Pfeffer	2003, A Typeface for Twin Cities, LettError	2004-2006, La Comédie de Clermont-Ferrand, Antoine + Manuel	2005-2006, Lego meets Meccanol, Rafael Koch
2000, Bildbesprechung, Norm	2001-2003, Theater Improphil, Erich Brechbühl (Mixer)	2002, Ministerie van Algemene Zaken, Studio Dumber	2003, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Koeweiden Postma	2004-2005, Maxim Gorki Theater, milchhof: atelier	2005, SSH Utrecht, Studio Dumber
	2001-2004, Archis, Maureen Mooren, Daniel van der Velden	2002, Gemeente Leidschendam-Voorburg, Total Identity	2003, Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, FHV/ BBDO	2004-2005, Cross Magazine, Kasia Korczak / SLAVS	2005, Haus der Wissenschaft, Jung und Pfeffer
	2001, Lego Font Creator, Blokes (Jürg Lehn, Urs Lehn, Rafael Koch)	2002, Gemeente Lelystad, Anthon Beeke	2003, Gemeente Amsterdam, Eden Design / Thonik	2004, Springdance, Kummer & Herrman	2005, Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst, 75B
		2002, Gemeente Middelburg, Koeweiden Postma	2003, TV Asahi, Tomato	2004, Soulwax, Trevor Jackson	2005, Effenaar, Fabrique
		2002, Latent Space, Posters for NAI, Stout / Kramer	2003, Döll, Dietwee	2004-2006, Treader, Frauke Stegmann	2005, Vrede van Utrecht, Dietwee
		2002, Coldplay „A Rush Of Blood To The Head“, Blue Source	2003, Du741-David Bowie. Beruf: Popstar, Müller+Hess	2004-2005, Marta Carlyle, Non-Format	2005, Peace of Mind Mercy, CoDesign
		2002-2003, Stawon, Richard Niessen	2003, Posters Cultuur-Nacht The Generator, NLXL	2004, Sure Thing Productions, Value and Service	2005, Seed media group, Sagmeister
		2002, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2003-2004, Perdu, Richard Niessen	2004, NSV Nidwalden, Melk Imboden	2005, Rau, Dietwee
		2002-2005, Tubelight, Stout / Kramer	2003, Staatsoper Hannover, >heutemorgen	2004, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2005-2006, Economist / Contemporary Art Society, Value and Service
		2002-2003, Good and Plenty, Bank, Blotto	2003-2004, Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel, The Remingtons	2004, The Forsythe Company, Surface	2005, Springdance, Kummer & Herrman
		2002-2003, Pulchri Studio, Studio Dumber	2003, Muzieklab Brabant, Tilburg, Hans Gremmen	2004, Tate ETC, Cornel Windlin, Laurenz Brunner	2005, Centre Culturel Suisse, Norm
		2002-2005, Collection Lambert en Avignon, Antoine + Manuel		2004, Gerrit Rietveld Academie, Karen Willey	2005, Garbage, Big Active
				2004, ARBM, Richard Niessen	2005, Protocol „Rules Of Engagement“, Big Active
				2004, SMCS, Experimental Jetset	2005-2006, Das Schiff, The Remingtons
					2005, Gerrit Rietveld Academie, Laurenz Brunner

2006 A.C.	2007 A.C.	2008 A.C.	2009 A.C.	2010 A.C.	2011 A.C.	2012 A.C.
2006, C Broadcas- ting, Studio Dumber	2007, Museion - Mu- seum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen, Intégral Ruedi Baur et associés	2008, „Heimat“, Stefan Adlich	2009, Aol. wallpa- per, Wolff Olins	2010, Nordkyn, Neue	2011, House of Visual Culture, Edhv	2012, Moscow De- sign Museum, Lava
2006, Ile Seguin- Rives de Seine, Intégral Ruedi Baur et associés	2007, Aktau Marina Residential District, Kazakhstan, Inté- gral Ruedi Baur et associés	2008, Museum of Arts and Design, Pentagram	2009, FRAC Centre, Atelier Muesli	2010, Art Collection Fund, Base	2011, Nikolaj Kunst- hal, Scandinavian Design Lab	2012, Odooproject, Hidden Characters
2006, International Red Cross and Red Crescent Movement,	2007, IDTV identity, Lava	2008, Stedelijk Mu- seum Competition, Lust	2009, Circus, Mind Design	2010, Secca, Pen- tagram	2011, Traditional Chinese Architec- ture Exhibition, TGIF	2012, CX, Moving Brands
2006, Frankfurter Kunstverein, ade- hauser lacour	2007, Marres, Mau- reen Mooren	2008, Impakt Festi- val, Lava	2009, de Balie, Lava	2010, Z33, Edhv	2011, Tivoli, & Co.	2012, Pigmentpol
2006-2008, Beaux-arts de Paris, Intégral Ruedi Baur et associés	2007, New Museum, NYC, Wolff Olins	2008, De Buitenwe- reld, Edhv	2009, Republique Theatre, Scandina- vian DesignLab	2010, La Transat AG2R LA MONDIALE, Studio Dumber	2011, x was here, Vandjong and Fabrique	2012, Stedelijk Mu- seum Competition, Mevis & Van Deursen
2006, Max Planck Institute, Michael Schmitz	2007, The Brno House of Arts, 2011 Designers	2008, De Treeswijk- hoeve, Edhv	2009, Oerol, Dietwee	2010, Nam Pak Cultural Day, TGIF	2011, Baltan Labo- ratories, Eric de Haas and Jonathan Puckey	
2006, Norwegian University of Life Sciences, Tangram Design	2007, Casa da Musi- ca, Sagmeister	2008, Mobile Media Lab, FEED	2009, onedotzero, Wieden+Kennedy	2010, Design Acade- my Eindhoven, The Stone Twins	2011, Hong Kong He- ritage Theater and Education, TGIF	
2006, CAC Brétigny, Vier5	2007, Lovebytes, Universal Eve- rything	2008, Gumbo TV, Mind Design	2009, Seconde Nature, Universal Everything	2010, Helsinki De- sign Lab, TwoPoints. Net	2011, MIT Media Lab, TheGreenEyl	
2006, Jan van Eyck Academy, Cobben- hagen & Hendriksen	2007, Cafe King, Schoene Neue Kinder	2008, Banjo Music, TwoPoints.Net	2009, Pantone Hotel, Base	2010, New Preven- tion Technologies, COOEE	2011, OCAD Uni- versity, Bruce Mau Design	
	2007, Dokfest Lounge, Field	2008, Stedelijk Mu- seum Competition, Mevis & Van Deursen	2009, NHL, Koewe- den Postma	2010, Imagine 8, Blow	2011, Wikipedia, Moving Brands	
	2007, New York City, Wolff Olins	2008, Stedelijk Mu- seum Competition, Irma Boom	2009, Clear Village, Lava	2010, VPRO, Thonik Postma	2011, Catalpa Child- care, Koeweiden Postma	
	2007, Niconico Douga, Dwango	2008, Stedelijk Mu- seum Competition, Pierre di Sciallo	2009, City of Melbourne, Landor Associates	2010, Management for Design, Pidgeon	2011, MAIO, Two- Points.Net	
	2007, Get Up, Alexis Rom Estudio, Atelier Vostok	2008, Stedelijk Mu- seum Competition, Atelier de Création Graphique	2009, ExpatCenter, Fabrique & Silo	2010, Dezeen watch store, zerofee	2011, OVG re/ developers, Studio Dumber	
	2007, Saks Fifth Ave- nue, Pentagram		2009, Tess Manage- ment, Mind Design		2011, EDP, Sag- meister	
					2011, Ziens-wijze, Restruct	
					2011, Belmacz, Mind Design	
					2011, Cinematics, Frederic Brodbeck	
					2011, Esquire, Uni- versal Everything	

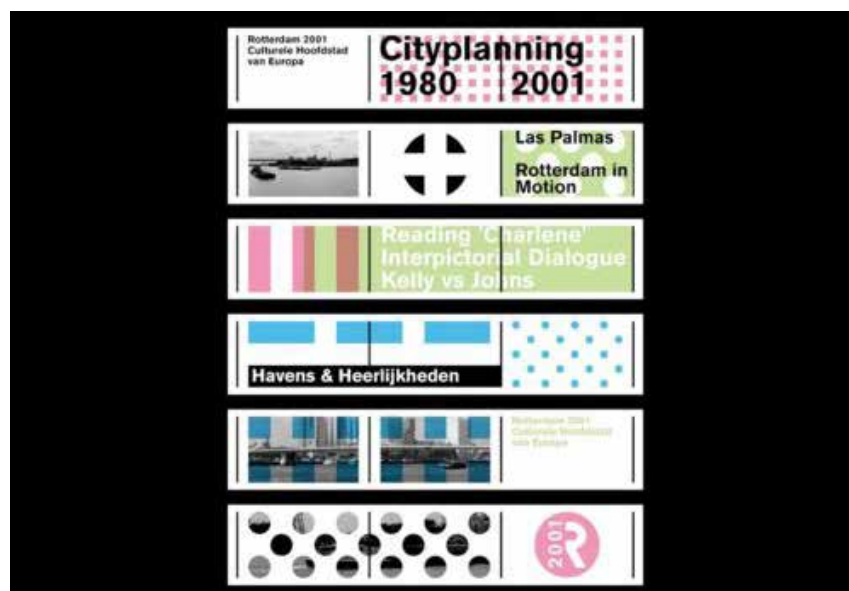
2000,
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe,
Mevis en Van Deursen

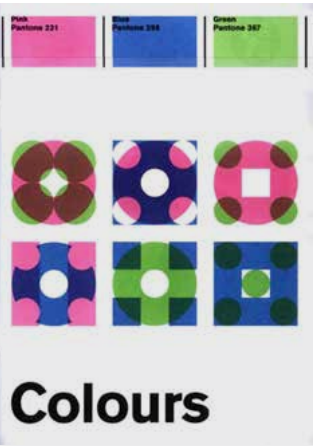
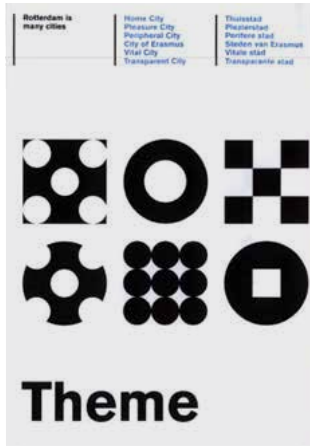
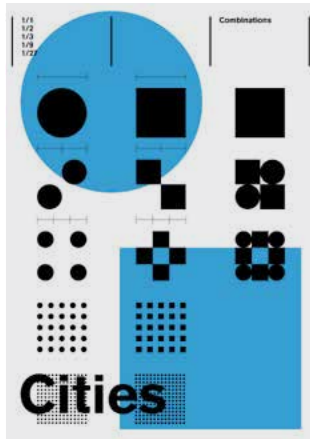
Fuente: Felsing (2010), p.142

La identidad visual de Rotterdam 2001, *Culture Capital of Europe*, tiene dos figuras constantes: un área circular —el símbolo usado en los mapas para “ciudad”— y un cuadrado con la misma área básica. Ambas figuras se representan en proporciones 1:1, 1:2, 1:3, 1:9 y 1:27, mediante lo cual la forma individual se transforma progresivamente en una zona con una trama de semitono. Las zonas de la retícula también ocupan la misma área básica.

Este fraccionamiento se puede interpretar como una referencia a la fisuración y fragmentación de las ciudades. Todos los elementos y combinaciones pueden aparecer en positivo y en negativo. Además, aparecen los colores verde, magenta y azul, así como el negro. El resultado de la sobreimpresión de las áreas coloreadas genera nuevos colores. La tipografía —*Berthold Akzidenz Grotesk*— refuerza el lenguaje sencillo y claro de la identidad visual. El logotipo aparece en tres variaciones de color.

Se crea una imagen de conjunto heterogénea a partir de las distintas combinaciones de forma y color que, a pesar de su complejidad, no parecen serlo.



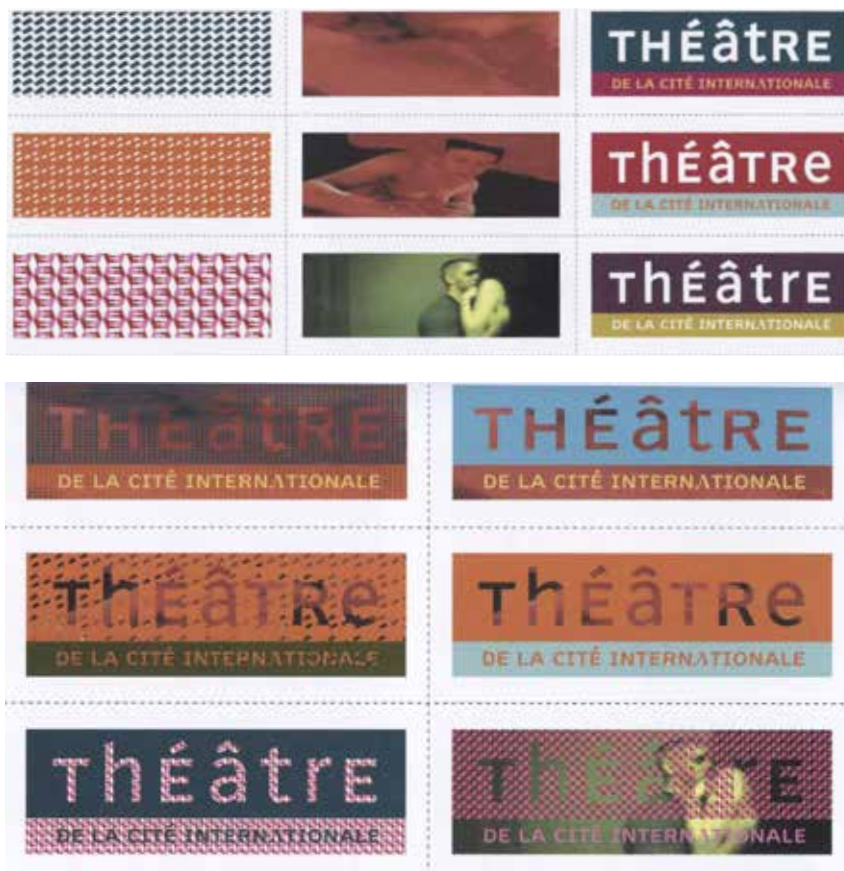


2000-2004,
Cité Internationale Universitaire de Paris,
Intégral Ruedi Baur et Associés

Fuente: <http://www.irb-paris.eu/projet/index/id/55>
[Consulta: 12 diciembre 2012]

La *Cité Internationale Universitaire* de Paris es un espacio de 34 hectáreas, con instalaciones culturales y deportivas abiertas al público. Es un lugar de diversidad arquitectónica y cultural, que reúne estudiantes de 130 nacionalidades dentro de cuarenta edificios de arquitecturas del siglo xx muy diversas, que incluyen obras de Le Corbusier, Dudok y Claude Parent.

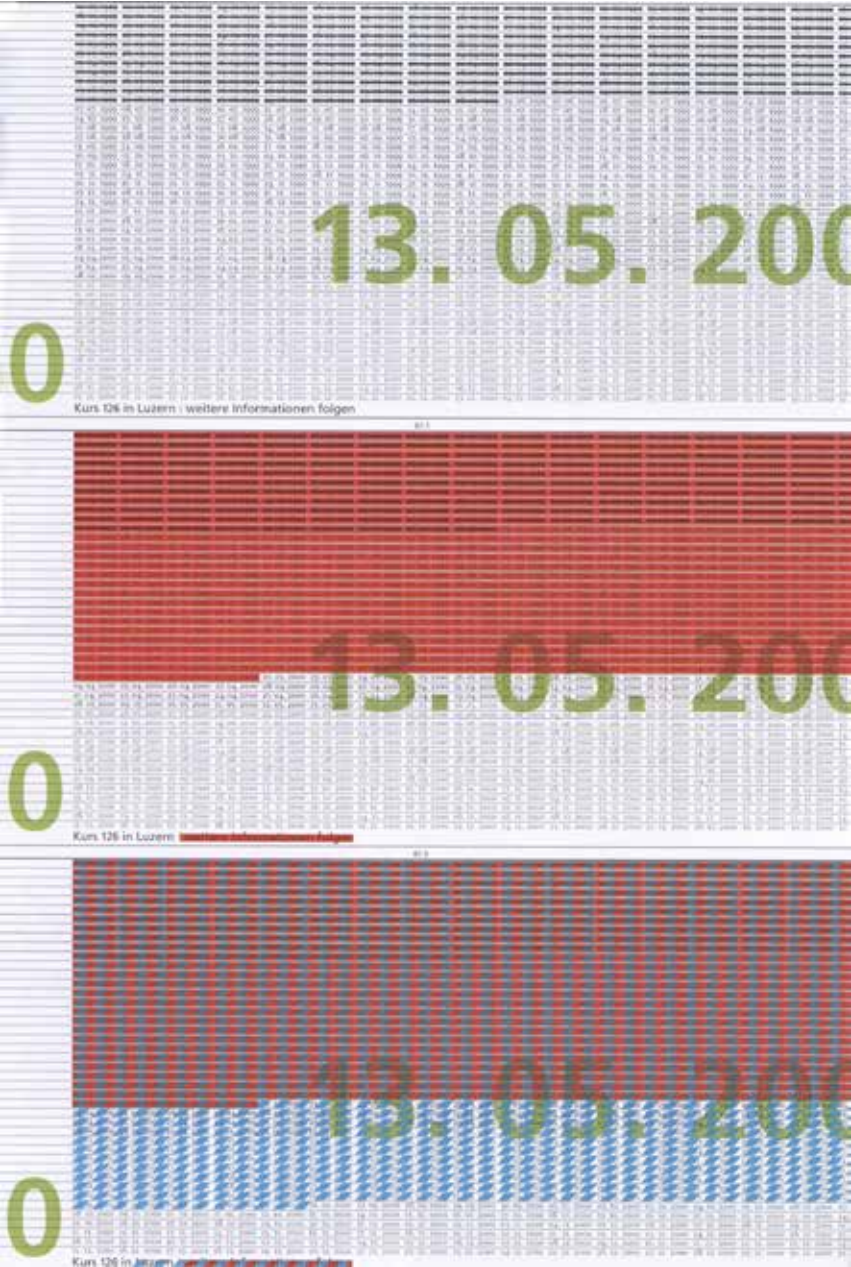
Uno de los requisitos de la intervención fue dar detalles al sitio de su dimensión contemporánea, vibrante y dinámica. También fue necesario mejorar tanto el patrimonio arquitectónico como el urbano y guiar a los estudiantes y visitantes en un sitio complejo. La señalización —desarrollada con el diseñador Eric Jourdan— demuestra como la idea fundacional de la “mezcla” es una realidad con un potencial profundamente relevante. En el centro del patio hay un anillo gigante de hormigón encajado perfectamente. Además, tres grandes banderolas de 7 metros de altura muestran los programas de teatro, conciertos y exposiciones.



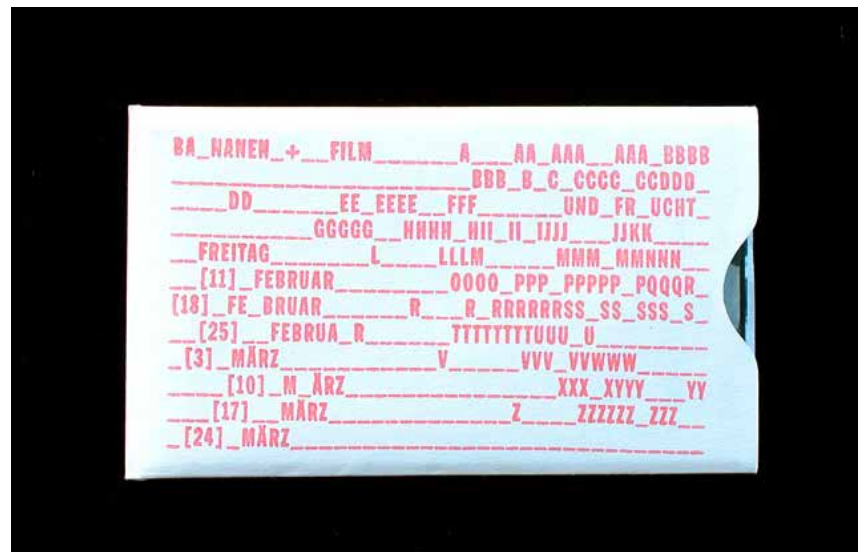
2000,
Krankenschwestervereinigung Lindenhof,
Klauser Weibel Design

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 91

Invitaciones para tres eventos en las que se visualizan los intervalos de tiempo entre las reuniones.



Fuente: Klienten, Mischler, Brumnjak (2006), p.



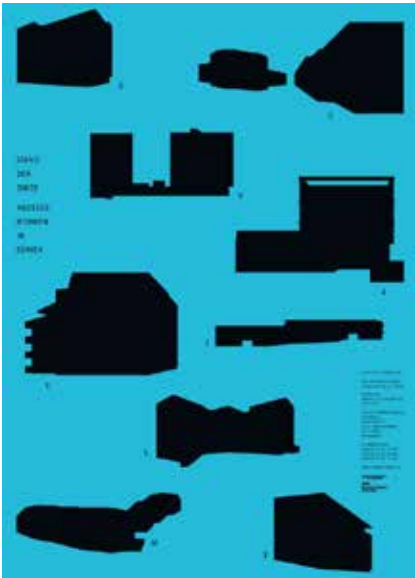
2000,
Bildbesprechung,
Norm

Fuente: Klienten, Mischler, Brumnjak (2006), p.



2001,
Federal Building Department of Zürich,
Prill & Vieceli

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 25



2001,
Simian "Chemistry is what we are",
Big Active

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.37

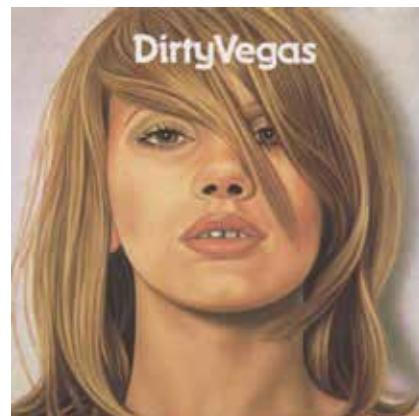
Identidad para portadas de LP y sencillos.



2001-2002,
Dirty Vegas,
Big Active

412

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 46



2001,
Basement Jaxx,
Big Active

413

Fuente: <http://www.bigactive.com/>
[consulta 13 de septiembre de 2012]



2001-2003,
Theater Improphil,
Erich Brechbühl (Mixer)

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 88

Series de postales y *flyers* para representaciones teatrales basadas en la improvisación.



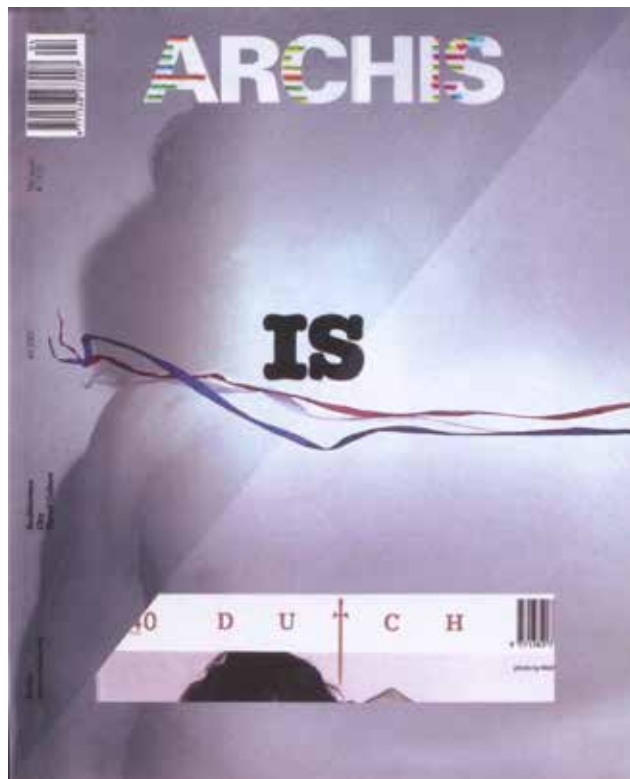
2001-2004,
 Archis,
 Maureen Mooren, Daniel van der Velden

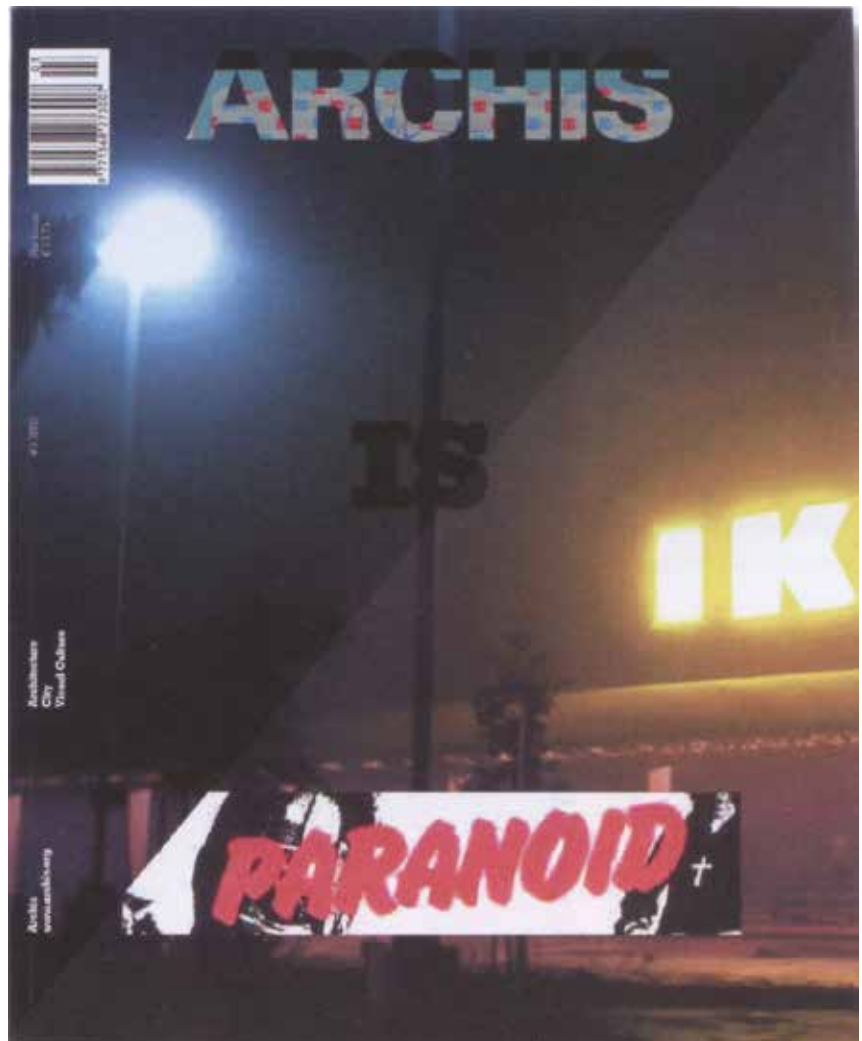
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.180

Con el fin de llamar la atención entre la avalancha de publicaciones en los kioscos, el dúo de diseñadores holandeses Maureen Mooren y Daniel van der Velden decidieron dar a la revista de arquitectura *Archis* una nueva identidad.

Basándose en “contenido externo” apropiado (y a menudo claramente identificable) para indicar lo que “Archis es”, la posición del título y el *claim* sirven como un punto fuerte de referencia visual, mientras la diagonal recurrente de la cubierta y un barnizado parcial introducen una sensación arquitectónica sutil y un contrapeso.

En una industria que se enorgullece de su ejecución y originalidad, portadas arrancadas y *claims* plagiados son una declaración audaz: “Mirando hacia atrás, son unas portadas realmente extrañas. Ni Archis ni nuestra serie de invitaciones de galerías corresponde a lo que mucha gente consideraría ‘buen diseño’ —algunas veces, ambos proyectos eran deliberadamente feos y las reacciones fueron muy fuertes”, dicen los autores.



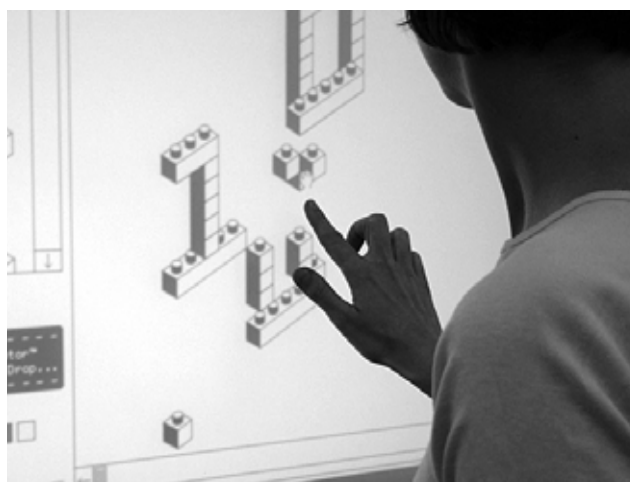


2001,
 Lego Font Creator,
 Blokes (Jürg Lehni, Urs Lehni, Rafael Koch)

Fuente: <http://lineto.com/The+Projects/Lego+Font+Creator>
 [Consulta: 12 diciembre 2012]

Esta pequeña aplicación fue una colaboración entre los diseñadores Urs Lehni y Rafael Koch con el desarrollador Jürg Lehni, como continuación del diseño de su fuente Lego de Lineto. La “lógica irresistible” de los bloques de Lego llevó a los diseñadores a empezar a pensar sobre cómo las fuentes podrían mostrarse en un espécimen de tipografía interactivo, ofreciendo maneras de jugar con él *online*.

Más tarde desarrollaron una aplicación independiente de Shockwave, que ofrece un conjunto de elementos de diseño preseleccionados y alfabetos de la fuente Lineto Lego para jugar con ellos. Los resultados pueden ser exportados como archivos vectoriales y abiertos en programas como Adobe Illustrator.



Fuente: <http://shop.gestalten.com/norm-the-things.html>
[Consulta: 14 diciembre 2012]

Como defensores del diseño gráfico en el sentido tradicional de la palabra Dimitri Bruni y Manuel Krebs representan la pureza conceptual y temática en el marco del diseño suizo.

Su enfoque —ambicioso y metódico— se manifiesta en la reducción estricta y sobria de pictogramas, gráficos vectoriales, representaciones isométricas, manuales de instrucciones y experimentos tipográficos. Con normas oficiales y de creación propia, Norm analiza “las cosas” para juzgarlas con criterios que no son los habituales. Diseccionan, construyen y evalúan una gran variedad de objetos cotidianos —teléfono, coche, casa, etc.

Por otra parte, Norm profundiza en la percepción sensorial con experimentos tipográficos en los que prueba la legibilidad de varios alfabetos como el kanji, árabe, hebreo así como un inventario generado especialmente todos los caracteres posibles y para analizar sus respectivas desventajas.



2002-2007,
 Viktor & Rolf,
 Mevis & Van Deursen con estudiantes y amigos de Zúrich

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.141

Rindiendo homenaje a la temática floreada y psicodélica de los diseñadores de moda Viktor & Rolf en su colección Primavera/ Verano 2003, Linda Van Deursen y Armand Mevis decidieron crear 700 invitaciones únicas para el desfile de moda correspondiente. Para repartir el trabajo y ampliar el alcance de la acción, Van Deursen y Mevis proporcionaron a los estudiantes de diseño gráfico de la *Gerrit Rietveld Academy* muestras de la papelería corporativa de Viktor & Rolf, y se les pidió que hicieran sus propios diseños. Al final cada alumno aportó unas ocho invitaciones hechas a mano.

A los diseñadores Julia Born y Will Holder les gustó tanto la idea que decidieron organizar un *workshop* en Zurich e incluso los propios Viktor & Rolf contribuyeron con algunas invitaciones al proyecto.



2002,
Poetry on the Road,
Jung und Pfeffer

Fuente: Felsing (2010), p. 197

El festival internacional literario anual *Poetry on the Road* de Bremen presenta “la riqueza de las formas y medios de la poesía internacional contemporánea y muestra la poesía en conexión con otras artes, como poesía visual, poesía sonora experimental, performance y rap.”

Su identidad visual evoca una traducción del nivel estructural del lenguaje más que del contenido lingüístico. Cada año, los poemas destacados en el festival se visualizan con un software que se basa en un principio único que genera su propio motivo visual donde los autores están representados por una visualización abstracta de sus poemas.



Fuente: Kunstcommissie Nieuwpoort (2003), p.44

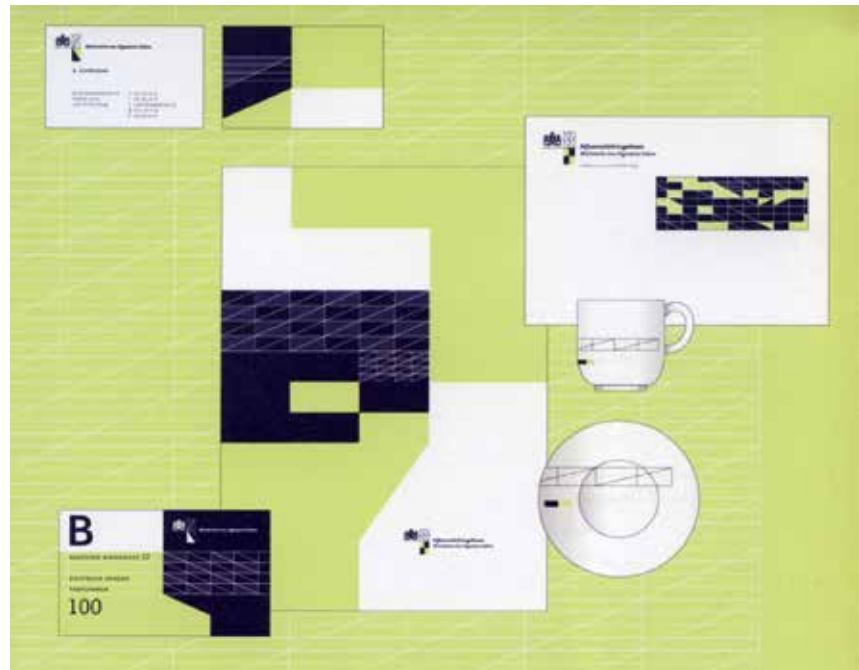
Hasta enero de 2002, el Ministerio de Asuntos Generales no tenía una identidad visual coherente. Cada departamento tenía su propia identidad visual. La Oficina del Primer Ministro (KMP) utilizaba el escudo nacional en su logotipo —lo mismo hacían la mayor parte de los departamentos centrales—. Por otro lado, El Servicio de Información del Gobierno (RVD), tuvo durante mucho tiempo un logotipo propio.

En los últimos años los departamentos del Ministerio de Asuntos Generales se han acercado cada vez más y trabajan con un mismo objetivo: la coordinación de la política general del gobierno. Debido a que el contenido (KMP) y la comunicación (RVD) de la política gubernamental en general forman una unidad, era lógico que el ministerio también tuviese una identidad visual unificada.

La nueva identidad visual aporta al ministerio reconocimiento y coherencia visual, sin perder la visibilidad de la variedad de elementos de servicio. La parte principal de la identidad es el escudo nacional, ya que representa la unidad del gobierno y sus políticas pero se ha añadido un dibujo moderno de un escudo de armas.

El KMP y RVD tienen su propia variación de la identidad visual, pero no hay duda de que pertenecen al Ministerio de Asuntos Generales. Visualmente, el Ministerio ahora también forma una unidad, una unidad que se caracteriza por la diversidad.





2002,
Gemeente Leidschendam-Voorburg,
Total Identity

Fuente: Kunstcommissie Nieuwpoort (2003), p.80

El logotipo hace referencia al escudo del municipio pero la propuesta gráfica tiene un aspecto contemporáneo. El logotipo en sí es estático pero los elementos y siluetas que lo componen se utilizan y combinan de forma flexible.



Fuente: Kunstcommissie Nieuwpoort (2003), p.85-87

El logotipo se desarrolló sobre una retícula isométrica. Los colores rojo, azul y verde hacen referencia al espacio, al agua y al urbanismo de Lelystad. La flexibilidad del logotipo permite la adición de cualquier símbolo o dibujo de manera que la comunicación se pueda adecuar para cada ocasión en el que éste sea utilizado.



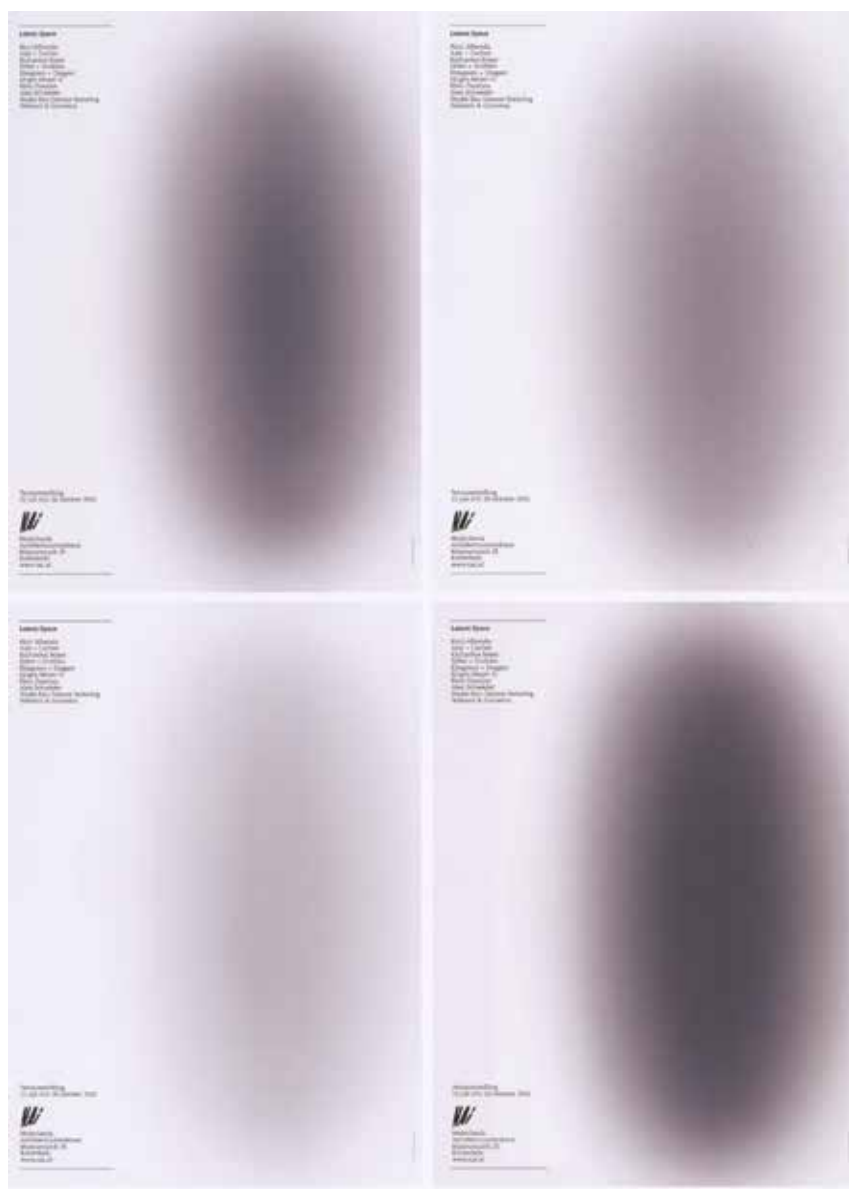
Fuente: Kunstcommissie Nieuwpoort (2003), p.93-95



2002,
Latent Space, Posters for NAI,
Stout / Kramer

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.29

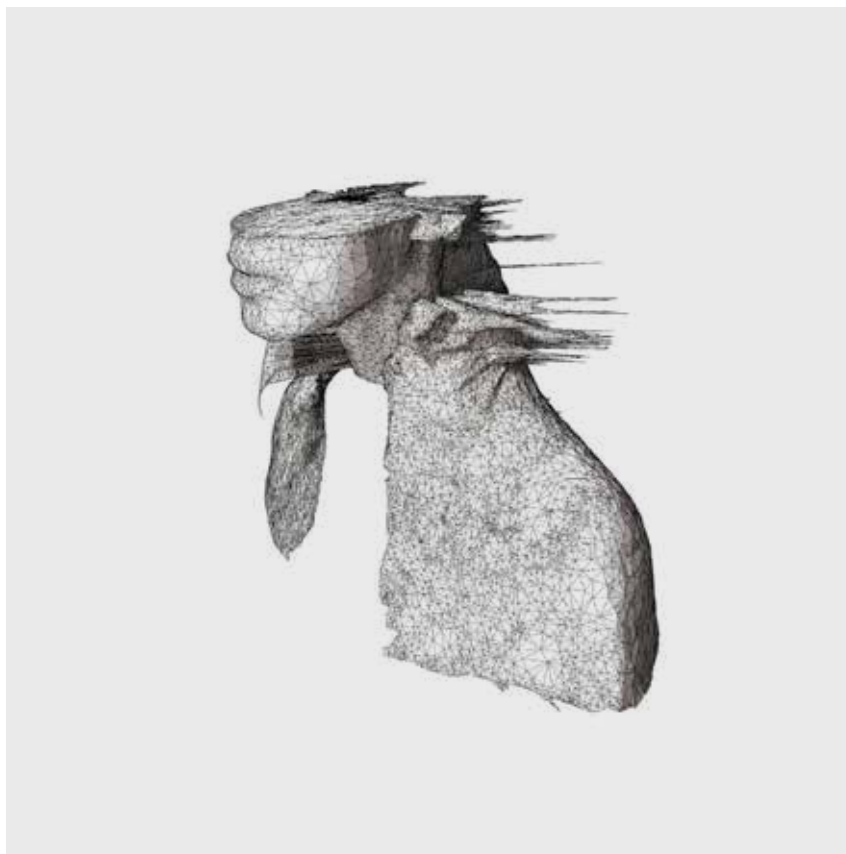
Serie de carteles para la exposición *Latent Space* que reunió obras de artistas y arquitectos americanos y europeos que abordaban aspectos del espacio que tendemos a suprimir de nuestra conciencia.



2002,
Coldplay "A Rush Of Blood To The Head",
Blue Source

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.36

Portadas para álbum y sencillos del LP *A Rush of Blood To The Head* de Coldplay.



Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.82

Newsletters para Stawton, institution de arquitectura.



2002,
Muzieklab Brabant, Tilburg,
Hans Gremmen

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.92

Serie de carteles en los que el tamaño de la tipografía está determinada por la cantidad de texto —poca cantidad de texto significa una tipografía grande y mucha cantidad de texto significa cuerpos más pequeños—. El cuerpo de texto se amplía al máximo hasta los márgenes del papel con la limitación de que no se puede utilizar la partición de palabra.

El cartel se imprime siempre en dos colores: uno se toma del cartel anterior y se combina con otro nuevo.



Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.104

Tubelight fue una revista de arte moderno que se caracterizaba por un equipo editorial que cambiaba a menudo y por presentar en sus páginas gran cantidad de texto e imágenes.

El estudio holandés Stout / Kramer no se dejó intimidar por estas características y propuso un diseño de periódico tradicional. La retícula flexible de columnas y espacios podía ser implementada con textos, imágenes o sencillamente dejarla en blanco.

Teniendo en cuenta la yuxtaposición libre de elementos —entre los que destaca el llamativo uso de la tipografía—, cada número podía componerse desde cero y permitía mantener un alto grado de reconocimiento de la revista. *Tubelight* se imprimía siempre en blanco y negro.



2002-2003, Good and Plenty, Bank, Blotto

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.118

En 2002 un colectivo formado por tres diseñadores gráficos con sede en Berlín, Ian Warner (Blotto design), Sebastian Bissinger (Bank) y Willem Stratmann (Bank/ StudioAnti) y el fotógrafo *free lance* Ingo Kniest, pusieron en marcha su propio club nocturno *Good and Plenty*.

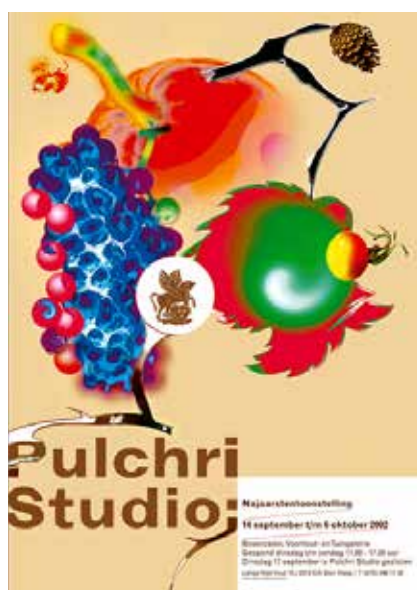
Los *flyers* que diseñaron para fiestas y eventos son un ejemplo de cómo “pensar en grande a escala pequeña”. Trabajando bajo un estricto conjunto de reglas autoimpuestas, el marco básico de diseño —retícula, fuentes y cuerpo de éstas— es una regla fija, sin embargo, cada caso introduce una nueva combinación de colores y temas —p.ej. “burocracia”, manchas, escrito a mano— en el proceso. Alentados por estas limitaciones creativas, cada diseñador aporta su propia interpretación de la comunicación mensual, produciendo tres invitaciones reconocibles del mismo evento.



2002-2003,
Pulchri Studio,
Studio Dumbar / Dennis Koot

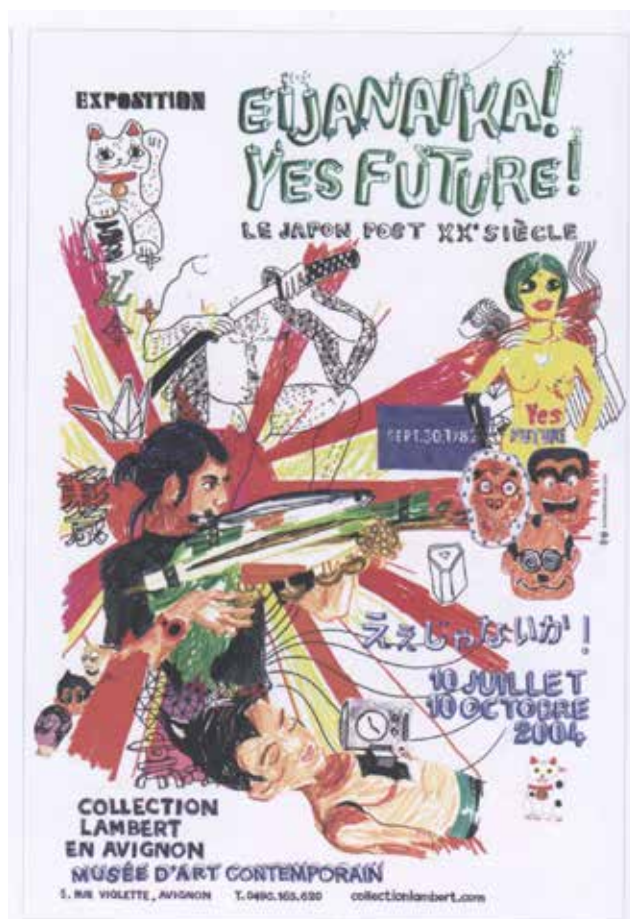
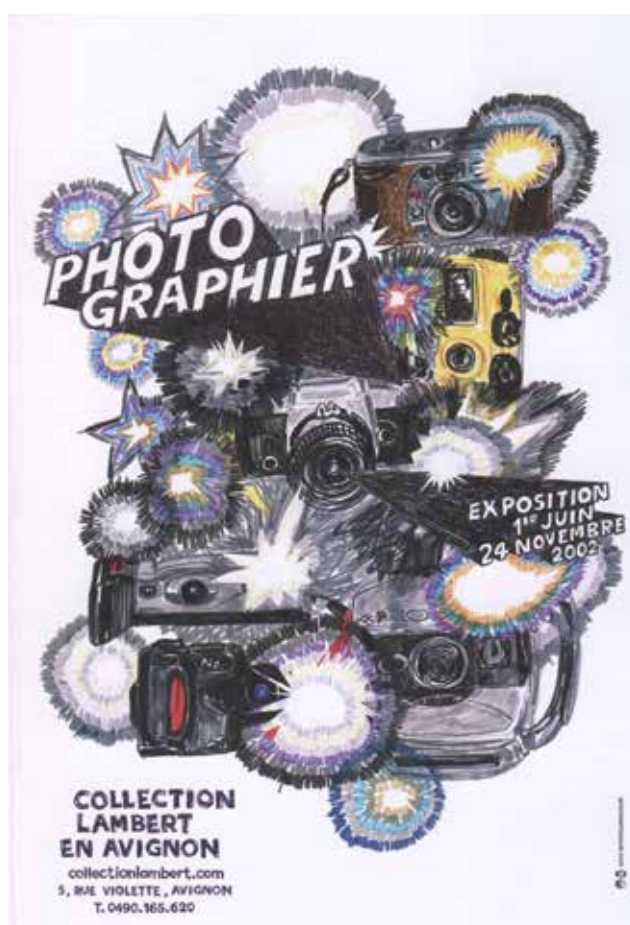
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.130

El *briefing* del cliente pedía promocionar los más de 100 años de Pulchri Studio como sociedad artística activa y espacio expositivo, tanto para artistas consolidados como para jóvenes talentos. La respuesta al *briefing* fue una serie de carteles singulares con una combinación única de un enfoque original del diseño de carteles, un uso de técnicas modernas de ilustración digital y un uso de tintas planas en lugar de CMYK.



2002-2005,
Collection Lambert en Avignon,
Antoine + Manuel

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.162

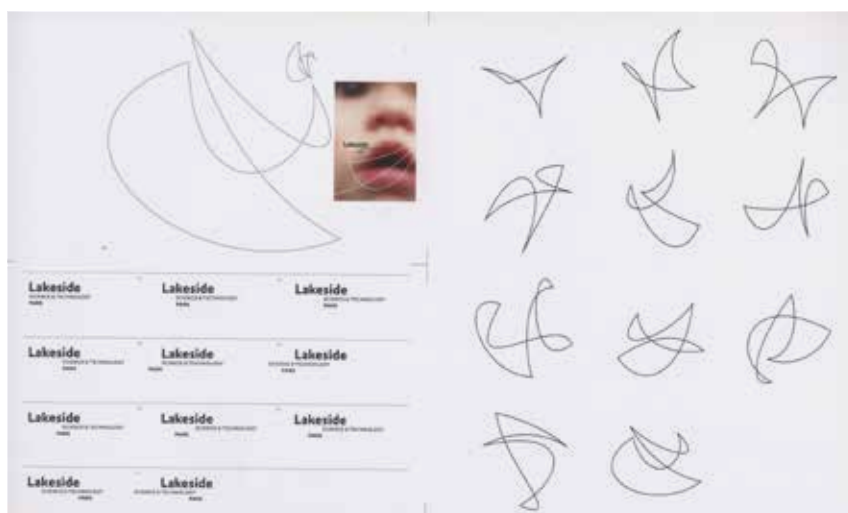


2003,
Lakeside Science & Technology Park,
Büro für konkrete Gestaltung

Fuente: Felsing (2010), p.65

El movimiento está simbolizado por una figura caligráfica dividi-
da en varias “instantáneas”, que forman once variaciones del logo.
Las fuentes DTL Prokyon y TEFF Collis proporcionan el peso de
los tres elementos del logo tipográfico: “Lakeside” es el término
dominante al que está subordinada a “Ciencia y Tecnología”. El
espectro de color utilizado en la identidad visual se compone de
nueve colores, con el azul y el verde como dominantes.

La continuidad también se crea con un diseño reconocible de la
figura caligráfica: las once variantes tienen el mismo grosor de
línea, ocupan la misma zona y cada una consta de curvas y ángu-
los bruscos que intersecan al menos una vez. Primero aparecen en
dos dimensiones pero en relación con una fotografía, de manera
que ópticamente la línea parece tridimensional. En algunas versio-
nes, se funden de nuevo en una figura y parecen estar realmente
animados.



Fuente: Felsing (2010), p.68

El elemento constante de esta identidad visual se deriva de los ejes de coordenadas que representan la espacialidad y la orientación en el espacio. La figura resultante alude también a un elemento de construcción del edificio.

La identidad se basa en un logotipo que presenta diferentes variaciones —“imágenes únicas” generadas a partir de la representación del movimiento espacial— que pueden ser implementadas en diferentes soportes de comunicación —p. ej. en algunas versiones los ejes de coordenadas pueden aparecer como una animación espacial.

La fuente tipográfica se desarrolló específicamente para el Kunsthhaus y comparte ciertas características con el grafotipo: líneas con terminaciones redondeadas y anchura uniforme. En lugar de un esquema de color dominante, los contrastes se crean a través de varios materiales y superficies, como opaco-transparente y mate-brillo.



2003,
Flughafen Köln-Bonn,
Intégral Ruedi Baur et associés

Fuente: <http://www.irb-paris.eu/projet/index/id/99>
<http://www.toanvuhuu.com/projects/cologne-bonn-airport/visual-identity/>
 [Consulta: 12 diciembre 2012]

Los rasgos de la señalética están inspiradas en la tipografía *Simple* diseñada por los tipógrafos Norm —que estuvieron trabajando también en el rediseño específico de la fuente corporativa del aeropuerto. Esta tipografía fue elegida porque permitía construir una tipología paralela de pictogramas. Juntos —pictogramas y tipografía— forman una familia de signos identificativos para el aeropuerto. Fueron diseñados usando principios constructivos similares y con el mismo grosor de línea.

La tipografía *SimpleKölnBonn* y los pictogramas *SimpleKöln-BonnSymbols* se pueden mezclar sin que moleste visualmente; los pictogramas pueden reforzar una palabra o incluso reemplazarla, pueden combinarse dentro de un texto o destacar mediante el uso de un color diferente.



2003,
A Typeface for Twin Cities,
LettError

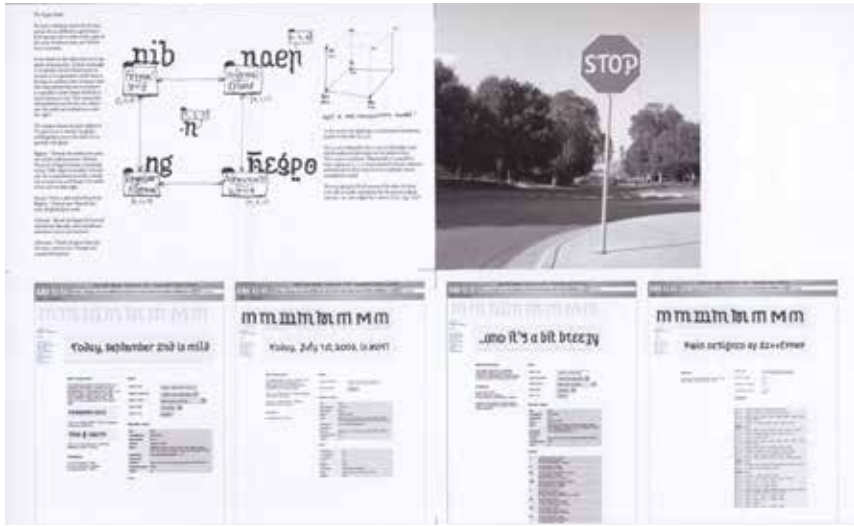
Fuente: Felsing (2010), p. 192-194
<http://lettererror.com/portfolio/twin-cities/>
[Consulta: 14 diciembre 2012]

En Julio de 2002 el *Design Institute* de la Universidad de Minnesota les pidió a seis equipos de diseñadores que propusieran una tipografía para las *Twin Cities*. Según los diseñadores de LettError:

El *briefing* indicaba que la tipografía debía reflejar las características de las ciudades. Esto era un problema porque nunca habíamos visitado Mineápolis —o salido de su aeropuerto—. Cómo hacer una tipografía para una ciudad que nunca había visto, o peor todavía: ¿cómo hacer una tipografía para cualquier ciudad? En lugar de llegar a un estilo particular, queríamos probar una idea acerca de un sistema que pudiera recoger tipografías *ad hoc* basadas en grandes caracteres. El *Panchromatic Hybrid Style Alternator*. Esto intrigó al jurado y el proyecto fue seleccionado.

La tipografía funciona como una veleta dinámica, que se actualiza cada cinco minutos para reflejar la temperatura o la fuerza del viento en la zona en la que se tomaban los datos. A través del uso de distintas tipografías el diseño ilustra la diversidad de las ciudades y, al hacerlo, está tomando parte en un cambio en el que las ciudades necesitan retratarse a sí mismas a través de significados no específicos. Los tipógrafos que diseñaron este dispositivo eran conscientes de las diferencias históricas de los tipos de letra —concretamente cómo se relacionan con actitudes acerca de jerarquías—, el colapso del orden y los métodos no lineales de creación de estructuras. Al estar a la vanguardia de la tipografía son capaces de utilizar tecnologías emergentes para crear obras que no serían posible usando técnicas más tradicionales.

El sistema tipográfico de las *Twin Cities* —diseñado por los tipógrafos Just Rossum y Erik Blokland de LettError— es un diseño dinámico para las ciudades gemelas de St. Paul y Minneapolis. Utiliza varios factores externos como la fuerza del viento y la temperatura de las ciudades como medio para generar la forma. Es una familia de fuentes que cubre una gran variedad de estilos incluyendo una sanserif, una sanserif con terminales redondeados, así como muchas otras fuentes caprichosas. Fue encargado como parte de un concurso para explorar la relación entre la tipografía y las ciudades. De los seis participantes invitados al concurso, su propuesta ganó basándose en su respuesta al *briefing*.



2003,
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
Koeweiden Postma

Fuente: Kunstcommissie Nieuwspoor (2003), p. 34

El Ministerio holandés de Educación, Cultura y Ciencia había comenzado un proceso de cambio radical y en 2001 decidió diseñar una nueva identidad para reflejarlo. El impulso para renovar la imagen fue el cambio de la sede del Ministerio de Zoetemeer a La Haya. Otro motivo detrás de esa decisión fue una corriente de cambio en el Ministerio que perseguía provocar más apertura al exterior e intercambio de ideas.

El encargo exacto fue, por lo tanto, no hacer un logotipo de gobierno tradicional sino un logotipo que destacara, que fuera realmente diferente y que apelara a la imaginación.

El nombre y el logo funcionan juntos en esta nueva imagen. Lo que se ve y lo que no se ve es diferente. En este sentido el logotipo es intrigante y apela directamente a la imaginación. Por otra parte, es extremadamente eficaz, debido a su forma cuadrada y al hecho de que no usa ningún símbolo, permite aplicarlo en cualquier parte en un formato relativamente grande. El tamaño y combinación de color usado en el logo hace que destaque inmediatamente en combinación con logos de otros ministerios u organizaciones.

Tuvieron varias sesiones creativas lugar en el Ministerio antes de que se eligiera el logotipo definitivo. El texto del logo del OCW está escrito en *boustrofedon*, un viejo estilo griego de escritura que va alternativamente desde la izquierda y desde la derecha como los bueyes arando el campo.

Es un logotipo alegre, legible e ilegible simultáneamente. Simboliza la necesidad de lo racional y el poder de la imaginación en los campos del arte, la educación y la ciencia. Por otra parte, su forma lo hace potente y eficaz.

Para complementar el logo se hizo una nueva imagen basada en unos principios sencillos: una retícula flexible y el uso de tres colores en el logo, además de blanco y negro. Así las distintas agencias de diseño y comunicación que trabajan para el Ministerio tienen el máximo espacio creativo para aplicarlo.



Legende

De letters van het woord 'ONDER' zijn rood, 'NUTS' is groen, 'LUTUUR' is blauw, 'NESTEM' is zwart en 'SCHAP' is wit. De letters zijn in een 5x5 raster geplaatst. Het raster is als volgt opgebouwd:

O	N	D	E	R
N	U	T	S	M
L	T	U	U	R
N	E	T	E	M
S	C	H	A	P

De letters zijn in een 5x5 raster geplaatst. Het raster is als volgt opgebouwd:

O	N	D	E	R
N	U	T	S	M
L	T	U	U	R
N	E	T	E	M
S	C	H	A	P

Legende

De letters van het woord 'ONDER' zijn rood, 'NUTS' is groen, 'LUTUUR' is blauw, 'NESTEM' is zwart en 'SCHAP' is wit. De letters zijn in een 5x5 raster geplaatst. Het raster is als volgt opgebouwd:

O	N	D	E	R
N	U	T	S	M
L	T	U	U	R
N	E	T	E	M
S	C	H	A	P

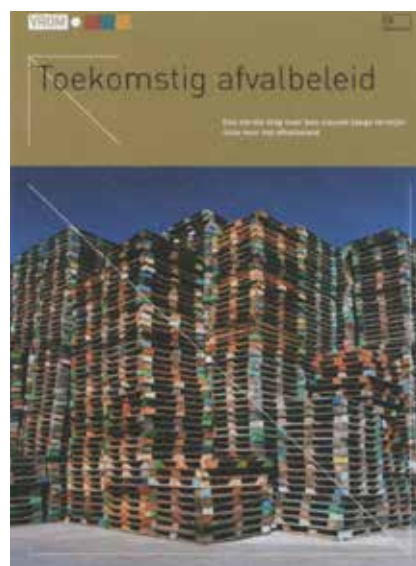


2003,
Ministerie van Volkshuisvesting,
Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,
FHV/BBDO

Fuente: <http://hansstol.totaldesign.nl/en/minvrom.html> [Consulta: 14 diciembre 2012]

Fuente: Kunstcommissie Nieuwspoor (2003), p.36

El logotipo del Ministerio de Medio Ambiente holandés fue diseñado en 2001 por Peter van Deursen de FHV BBDO. Los colores son verde, rojo, azul y naranja y la tipografía utilizada es FF DIN.

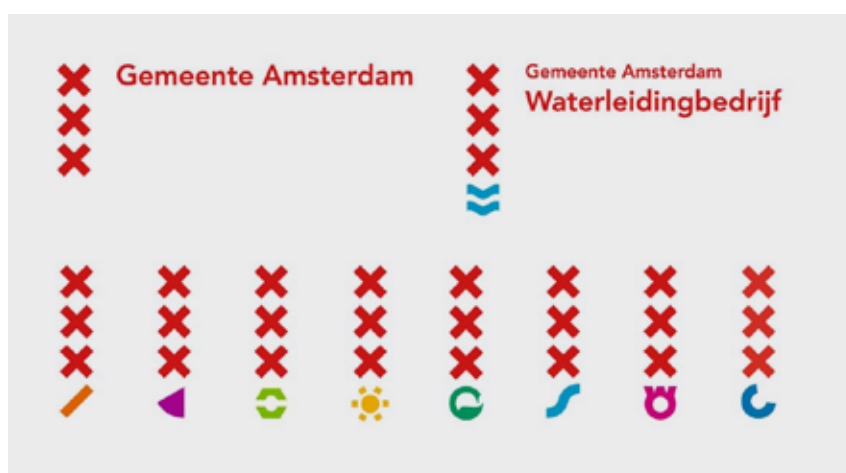


2003,
Gemeente Amsterdam,
Eden Design/ Thonik

Fuente: Van Nes (2012), p.47 ¹

Ámsterdam necesitaba una identidad reconocible para los diversos organismos municipales que trabajan colectivamente para la ciudad. Thonik y Eden Design unificaron más de cincuenta identidades diferentes en un solo sistema.

La nueva identidad visual, aparentemente simple, usa tres cruces rojas de San Andrés para captar la atención y deja espacio a cada distrito para añadir su propia identidad mediante un grafotipo diferente. Los elementos visuales garantizan que la marca sea reconocible y se relacione con Amsterdam.



2002,
TV Asahi,
Tomato

Fuente: Van Nes (2012), p.175

TV Asahi es un canal de televisión comercial en la industria de los medios de comunicación japoneses conocido por su contenido innovador. Con la ambición de crear una identidad visual que dejara espacio la evolución, Tomato estimó que necesitaban ir más allá de los límites de una marca gráfica fija y crearon un logotipo en continuo movimiento que representara una identidad visual completamente nueva más apropiada para un canal de televisión.

La identidad creada consistía en diversos bloques rectangulares que se movían respondiendo al sonido. El tamaño de los bloques simbolizaba el personal, sus programas y sus negocios. Los sonidos que oyen son noticias de última hora y la voz de los espectadores.

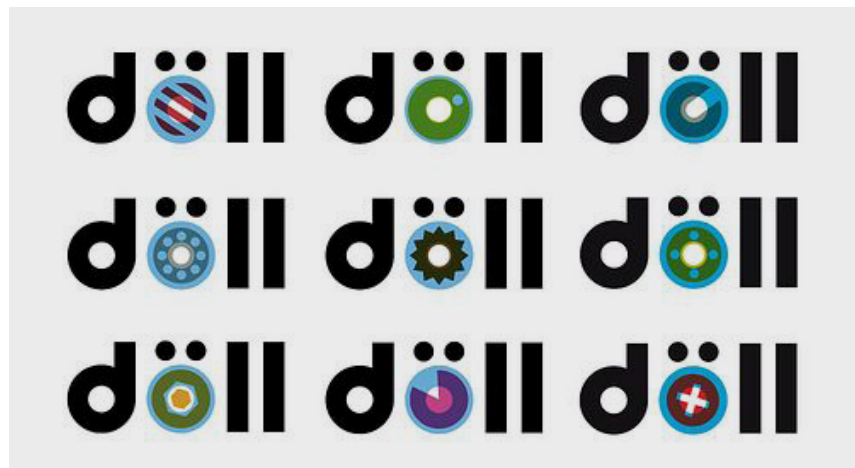
Como la identidad reaccionaba a los espectadores, el contenido y el personal de cada programa, el desarrollo de ésta nunca se completaba y continuaba para siempre.



Fuente: Van Nes (2012), p.135

La identidad dinámica para Döll es la solución a un problema que surgió en el estudio encontró cuando se fundó en 2003. Henk Döll, quería evitar que toda la atención de su agencia se centrara en él. Pensó que tenía que dar un espacio a los arquitectos jóvenes y ambiciosos de la oficina para que desarrollaran sus propias visiones y, por lo tanto, consideró que la agencia no debía llevar el nombre propio de Döll.

Sin embargo, Henk Döll era el único que pensaba así, como revelaron las entrevistas de Dietwee con los empleados. Döll era el nombre obvio para la agencia. En ese caso, el fundador decidió que la identidad visual de la agencia debía dar a los demás arquitectos su lugar. La solución de diseño evolucionó a partir de ese deseo: a cada arquitecto se le daría una forma diferente para poner sobre la “o” de “döll”. Esta idea fue recibida con tanto entusiasmo que se hizo no sólo para los arquitectos sino también para los empleados. Desde entonces todo el personal de la agencia puede personalizar la identidad de la misma con pegatinas o digitalmente. Juntas, todas estas formas individuales componen el estilo visual de la firma: una acumulación de talentos individuales.



2003,
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,
Müller+Hess

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.34



Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.78

Reuniendo música, museos, danza y teatro en una larga noche de verano, *The Hague's annual CultuurNacht* atrae a un público predominantemente joven.

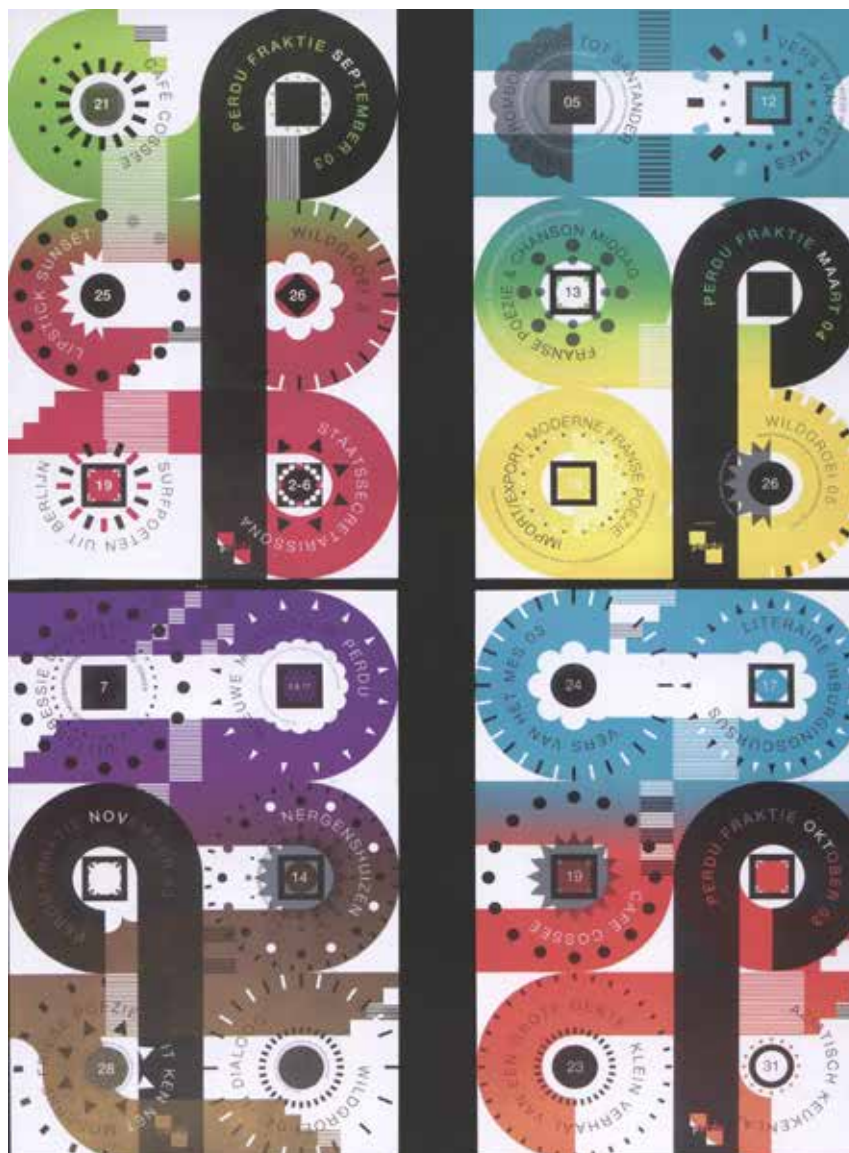
Para visualizar el espíritu divertido, fresco y original del festival con un presupuesto reducido, el estudio de diseño holandés NLXL propuso una especie de “hoja en blanco” que se rellenaba con mucho carácter individual: cada uno de los 1000 carteles preimpreso se pintó con espray y fue modificado a mano. Para repartir el trabajo, las instituciones culturales que participaban fueron invitadas a unirse al proceso de diseño —de repente, la gente, más acostumbrada al teléfono y al ordenador, tuvo que enfrentarse a la mesa de dibujo y explorar su creatividad.

Los autores dicen. “En cierto modo, el cartel básico sirvió como telón de fondo para una nueva pintura y aunque todas las copias terminadas transmitían el mismo mensaje, cada una de ellas lo hacía con una cara diferente... se convirtió en el cartel más robado de La Haya.”



Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.86

Carteles de la programación mensual de Perdu, instituto de poesía.



2003,
Staatsoper Hannover,
>heutemorgen

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.94

Carteles para anunciar ocho conciertos sinfónicos.

1.: RAVEL +
DUTILLEUX +
DEBUSSY

Maestro Ravel Daphnis et Chloé, 3. Suite
Hector Dutilleux „J'attends que vous veniez et m'embrasse"
Claude Debussy Poème

1. Sinfoniekonzert mit dem Staatsorchester Hannover
13. Oktober um 17 Uhr + 14. Oktober um 20 Uhr
Dirigent Shao-Chia Lü Solist Leonidas Kavakos Violine

staatsorchesterhannover

2.: BRAHMS:
REQUIEM

Richard Strauss Ein deutsches Requiem op. 86
Hans-Martin Linz 2. Violoncello

2. Sinfoniekonzert mit dem Staatsorchester Hannover
24.11. um 17 Uhr + 25.11. um 20 Uhr + 26.11. um 18.30 Uhr
Dirigent Shao-Chia Lü Solisten: Daphne Mäkelä, Stefan Nollath, Uchikawa Shiori
Chor der Staatsoper Hannover, Einführung Clemens Hell

staatsorchesterhannover

4.: MOZART +
SCHUBERT/BERIO +
BERG

Wolfgang Amadeus Mozart Kluge und Fuge für Streichorchester + Menu KV 546
Alban Berg Violinkonzert
Franz Schreker Zehn kleine Mären op. 109/110

3. Sinfoniekonzert mit dem Staatsorchester Hannover
19.02.2003 um 17 Uhr + 19.02.2003 um 20 Uhr
Dirigent Johannes Wessely Solist: Natalia von Karlowa Violine

staatsorchesterhannover

5.: BERG +
BEETHOVEN +
SCHÖNBERG

Alban Berg Violinkonzert
Ludwig van Beethoven 5. Sinfonie op. 67
Arnold Schönberg Zyklus op. 39a und 39b

4. Sinfoniekonzert mit dem Staatsorchester Hannover Dirigent Stefan Blauer
18.03.2003 um 17 Uhr + 17.03.2003 um 20 Uhr
Solist: Karl Gersten Klavier, Christiana von Habsburg

staatsorchesterhannover

6.: DVOŘÁK +
JANÁČEK + LISZT +
STRAWINSKI

Antonín Dvořák Ouverture „Karnival“ op. 92
Leoš Janáček Sinfonietta
Franz Liszt 1. Klavierkonzert Es-Dur
Igor Strawinski Symphony in three movements

6. Sinfoniekonzert mit dem Staatsorchester Hannover Dirigent Shao-Chia Lü
27.04.2003 um 17 Uhr + 28.04.2003 um 20 Uhr
Solist Jan Gottlieb Jiracek Klavier

staatsorchesterhannover

8.: WEBERN +
MOZART +
STRAUSS

Anton Webern Fünf Orchesterstücke op. 10
Wolfgang Amadeus Mozart Sinfonie Nr. 39 Es-Dur KV 543
Richard Strauss Don Quixote op. 48

7. Sinfoniekonzert mit dem Staatsorchester Hannover Dirigent Carl St. Clair
29.4.2003 um 17 Uhr + 30.4.2003 um 20 Uhr
Solisten: Stefanie Dumrese Bratsche, Wen-Sinn Yang Violoncello

staatsorchesterhannover

2003-2004,
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel,
The Remingtons

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.97²

Esta serie de invitaciones para *Under Construction* —proyecto multidisciplinar sobre la conceptualización de los cambios en la sociedad contemporánea— es una interpretación más o menos literal del tema principal del proyecto.

Fieles a su principio “al pensar en futuro se gana tiempo para eventualidades inesperadas”, The Remingtons propusieron para cada evento una plantilla roja preimpresa en offset con información general sobre el proyecto. Los detalles de los sucesivos eventos se sobreimprimían sobre la plantilla, sumando una acumulación de información progresiva y rastreable que reflejaba la naturaleza sociológica, histórica y cronológica que subyacía al proyecto.

Teniendo en cuenta la naturaleza transitoria de *Under Construction*, ese método tenía otra ventaja: la impresión láser en el último minuto significaba que el contenido podía ser añadido o modificado hasta el último momento.



2002,
Muzieklab Brabant, Tilburg,
Hans Gremmen

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.160

Muzieklab Brabant promueve una serie de eventos en cuatro lugares diferentes. Para este fin, un A3 promocional fue preimpreso con alguna información general y un degradado de cuatro colores. Una vez que la programación semanal se cerró Gremmen diseñó un capa extra de color negro para que imprimir en láser sobre los carteles y así facilitar su distribución inmediata.

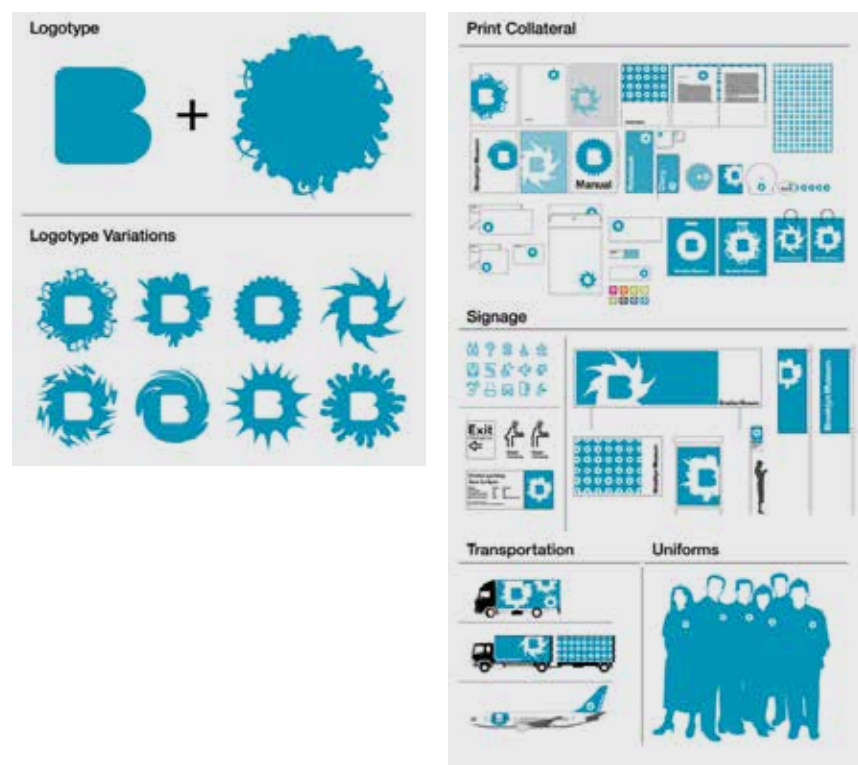


Fuente: Van Nes (2012), p.42

El *Brooklyn Museum* alberga la colección de arte más antigua y grande del país. Es conocido por presentar exposiciones contemporáneas en formatos diversos y experimentales, y por alentar a los visitantes a participar y generar sus propias interpretaciones de las obras de arte.

El estudio de diseño 2x4 imaginó el Brooklyn Museum como el museo alternativo: alternativo en el sentido de que todas las cosas importantes funcionan de maneras diversas e impredecibles y en tiempo real y que, cada vez más, los museos no son tanto un archivo como un mecanismo para experimentar esos actos y expresiones a medida que suceden.

El logotipo es una versión contemporánea de la clásica marca de museo. Comienza como un sello moderno, pero se transforma continuamente. Cada nueva iteración se dibuja con una forma diferente: un sello, una flor, una gota de agua, etc. Este sistema de transformación se aplica a todo el material gráfico, desde las tarjetas de visita y bolsas hasta uniformes y señalética.



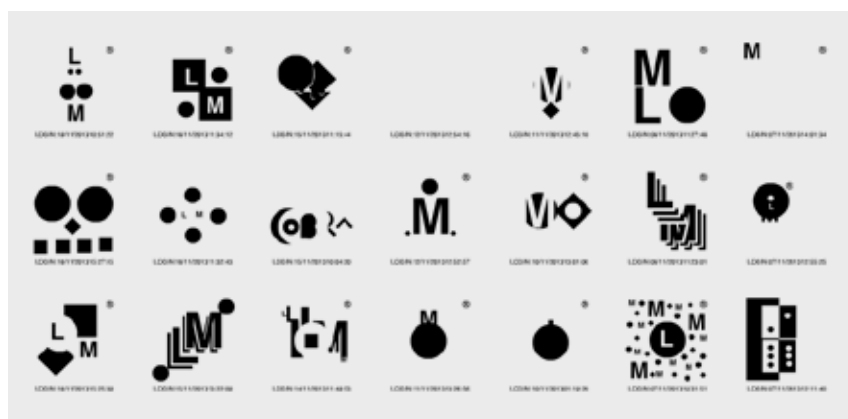
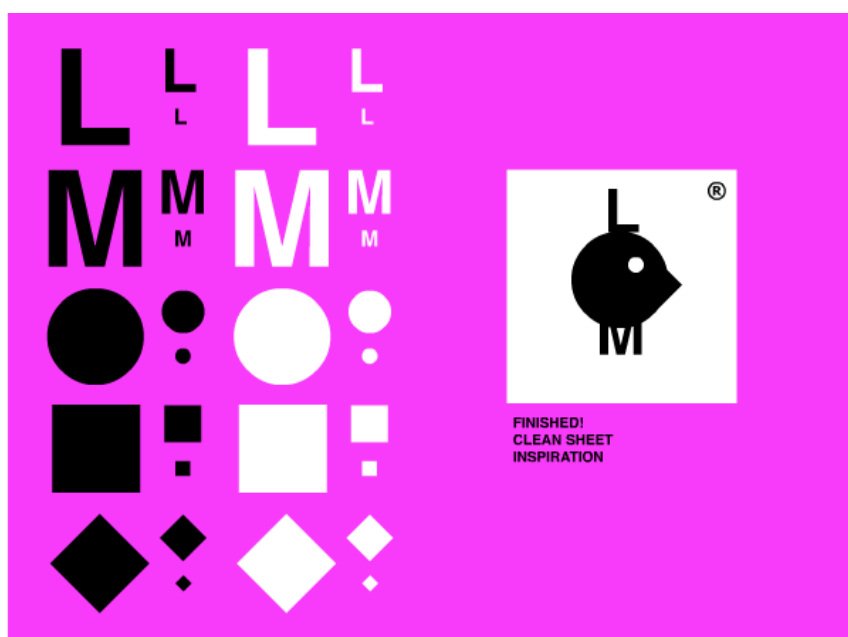
2004,
Visual Identity Lesley Moore,
Lesley Moore

Fuente: Van Nes (2012), p.139

La identidad corporativa de Lesley Moore se basa en la idea de que la identidad de un estudio de diseño pequeño puede ser diferente a la de una gran empresa comercial. Su poder reside no en la repetición de una identidad estricta sino en la diversidad. Este pensamiento derivó en una identidad corporativa que estaba cambiando constantemente, una especie de máquina de logotipos LM.

Los logotipos de Lesley Moore eran generados por los visitantes de la web de Lesley Moore. Cualquiera persona —amigos, familia, colegas, clientes y otros— podía crear un logo y así hacer una contribución a la identidad corporativa de Lesley Moore.

La identidad para generar logotipos consistía en formas gráficas básicas y las iniciales L y M.



Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p. 36

Portadas para LP y sencillos del álbum *Tourist* de Athlete.



2004-2006,
La Comédie de Clermont-Ferrand,
Antoine + Manuel

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p.39



2004-2005,
Maxim Gorki Theater,
milchhof: atelier

455

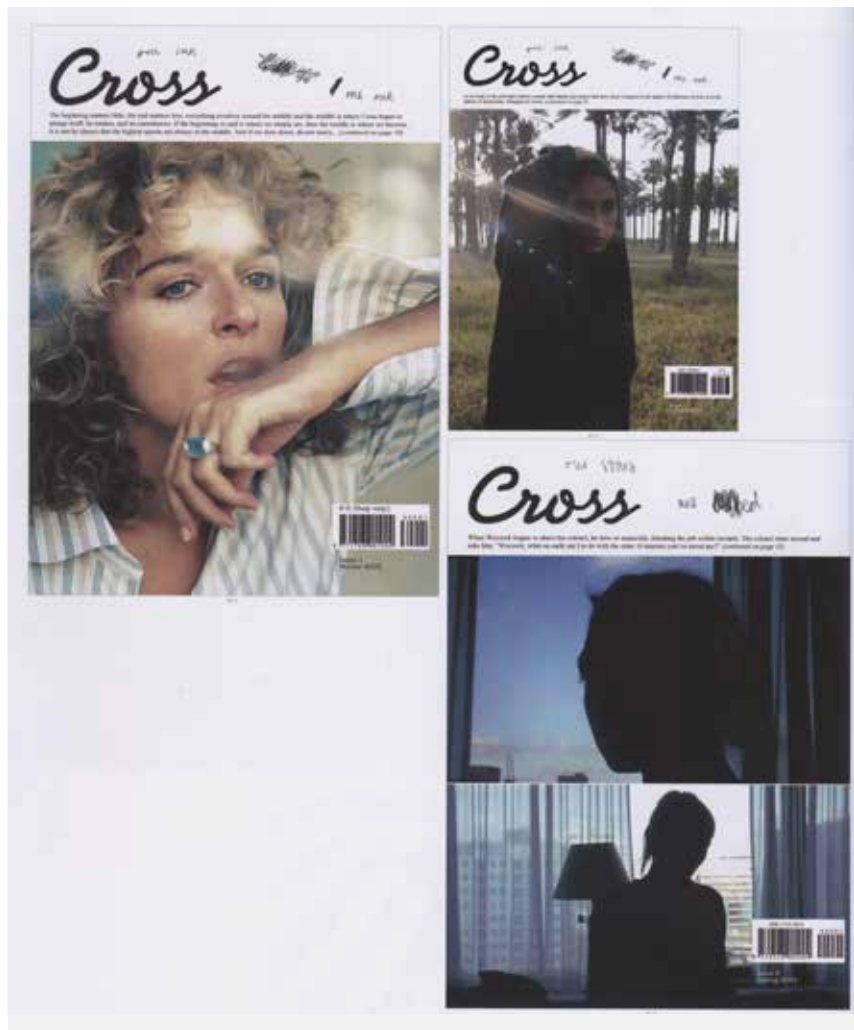
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p. 40



2004-2005,
Cross Magazine,
Kasia Korczak/ SLAVS

456

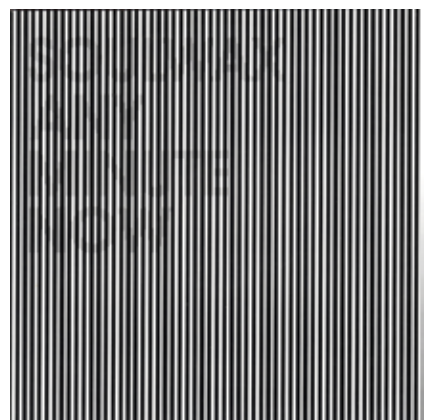
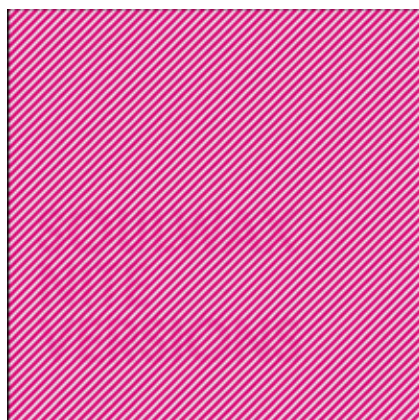
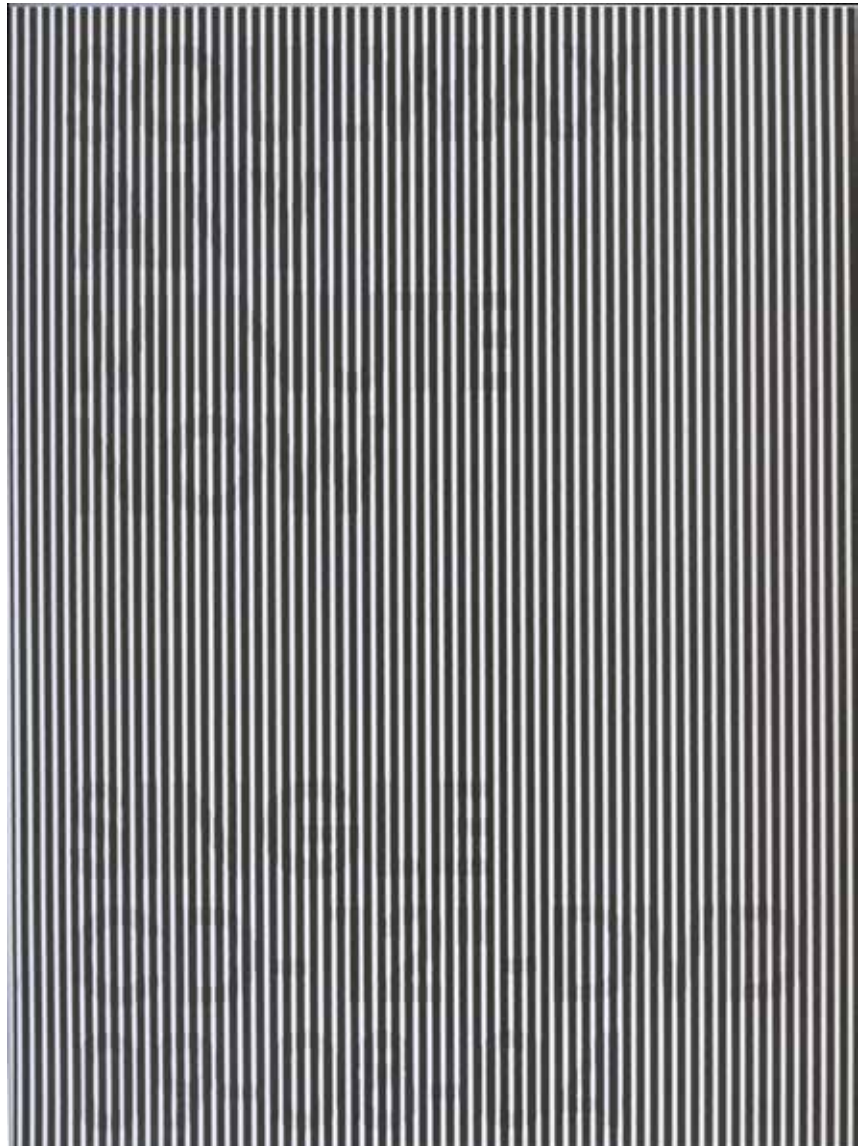
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p. 42



2004,
Soulwax,
Trevor Jackson

457

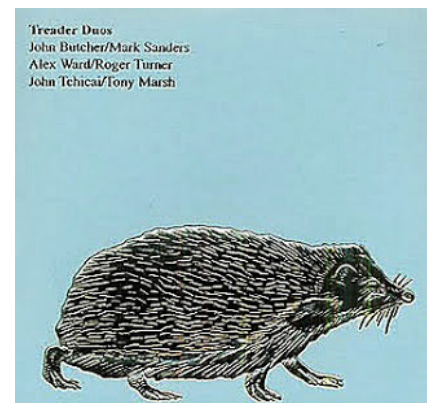
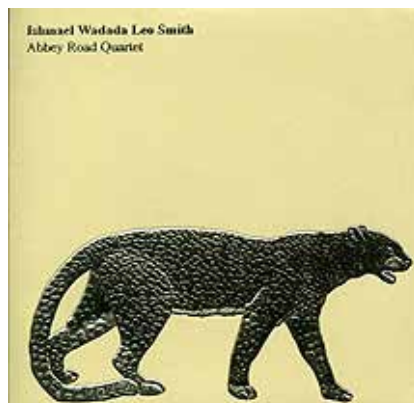
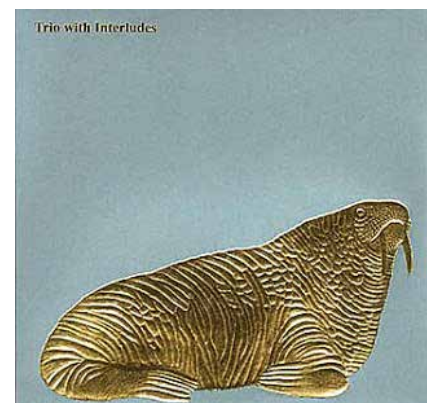
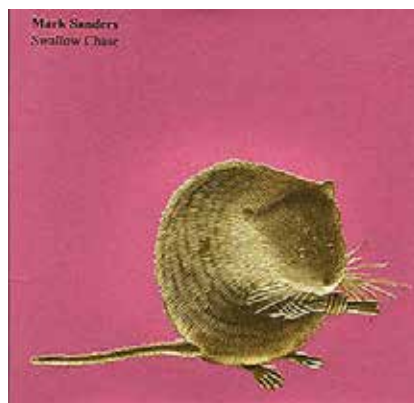
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p. 56



Fuente: <http://mono-blog.com/2011/07/lessons-in-design-frauke-stegmann-treader/>
[Consulta: 14 diciembre 2012]

A Frauke Stegmann —nacida en Alemania, criada en Namibia e instalada en Sudáfrica— le gustan los animales. Tiene una forma peculiar de ver el mundo, que traslada a su profesión.

Un ejemplo de ello es ser su trabajo para el sello independiente de *jazz Treader*: una variedad de animales en relieve dorado impresos en cartón barato de colores; una mezcla bizarra que de alguna manera funciona perfectamente bien.



2004-2005,
Marta Carlyle,
Non-Format

459

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p. 73



2004,
Sure Thing Productions,
Value and Service

Fuente: <http://www.valueandservice.co.uk/design/>
[Consulta: 12 diciembre 2012]



2004,
NSV Nidwalden,
Melk Imboden

461

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006) p. 90



2004,
Muzieklab Brabant, Tilburg,
Hans Gremmen

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.93

Propuesta para la 3ª edición del *Muzieklab Brabant*. Por razones económicas, toda la información está impresa en un solo cartel. Con cinta de color —un color para cada localización— se tacha toda la información que no es necesaria para hacerla ilegible.



2004,
The Forsythe Company,
Surface

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 102



2004,
Tate ETC,
Cornel Windlin, Laurenz Brunner

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 122-123



2004,
Gerrit Rietveld Academie,
Karen Willey

465

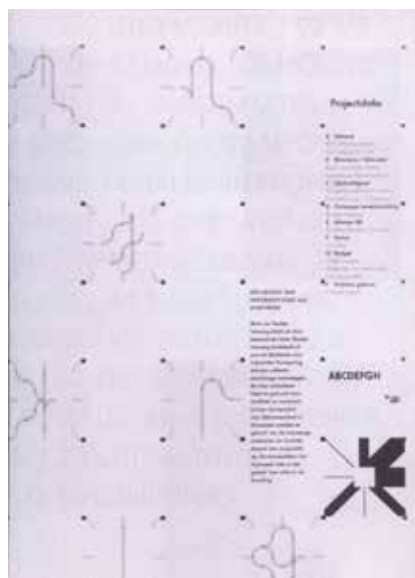
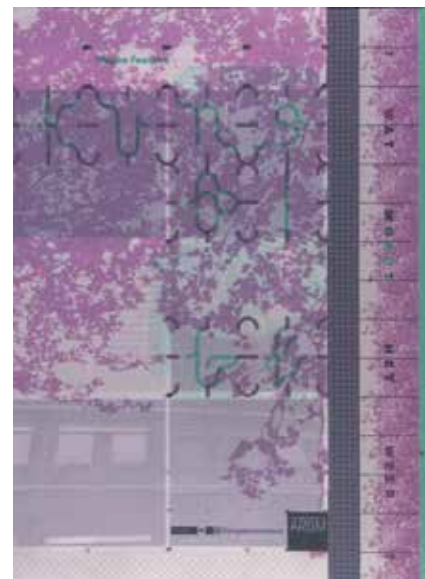
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 138-139



2004,
ARBM,
Richard Niessen

466

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 145



Fuente: <http://www.experimentaljetset.nl/archive/smc-s-logotype>
[Consulta: 14 diciembre 2012]

La identidad visual para Stedelijk Museum cs se basa en dos referencias históricas: la abreviatura SMCS, y el uso de la tipografía Univers —ambas se refieren al logotipo original de Stedelijk Museum (SM), diseñado en los años 70 por Wim Crouwel— y el uso de las líneas diagonales rojo y azul que se refieren al motivo que se halla en los sobres de correo aéreo —la antigua oficina de correos era la nueva ubicación temporal del museo.

El uso de líneas diagonales permitió diseñar el logotipo como un sistema con cuatro variantes diferentes. Estas variaciones mantienen el logotipo en un estado constante de “temporalidad”.

En el sistema de señalética y, para subrayar ese carácter temporal, Experimental Jetset decidió usar en su totalidad portadocumentos de plástico duro —fundas A4 transparentes— dando como resultado un sistema muy fácil y práctico.



2005,
Ffm Lounge,
Eikes Grafischer Hort (Martin Lorenz)

Fuente: Felsing (2010), p.47

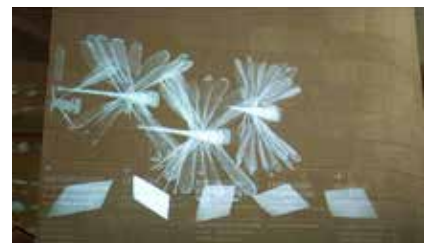
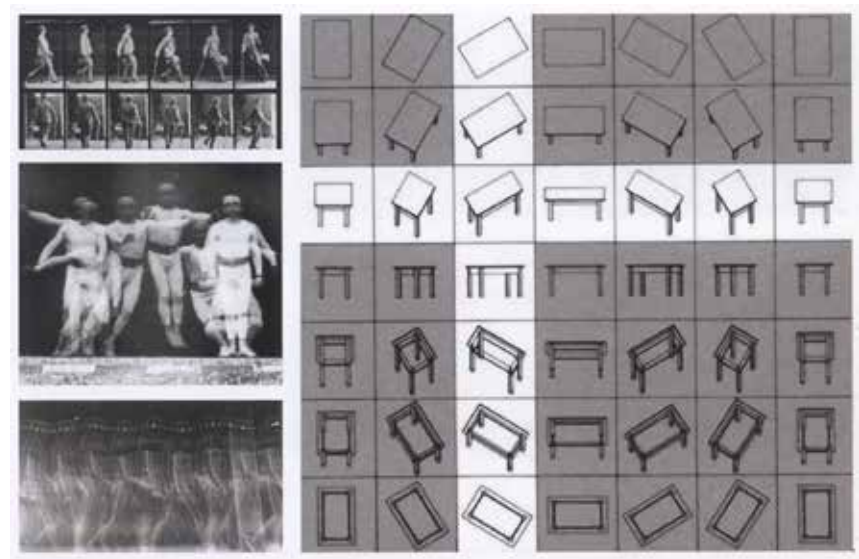
Ffm Lounge es una recopilación de canciones de músicos de *lounge*, artistas y productores de Frankfurt que abarca varios estilos musicales electroacústicos como el *ambient* y el *chill-out* adecuados para escuchar como música de fondo en cafeterías y bares. Ffm Lounge enfatiza sus orígenes locales, pero está diseñado como un concepto ampliable.

En la identidad visual de Ffm Lounge, el sistema de reglas es la base a partir de la cual se desarrollan las variaciones. La diferenciación se produce en el área formada por la tipografía. La tipografía diseñada para Ffm Lounge se construye a partir de una cuadrícula. Las transparencias, los patrones y la sobreimpresión de colores hacen que la estética procesual, y los pasos de desarrollo pueden seguirse en la página web. La retícula de fondo es visible sólo en algunas versiones.



Fuente: <http://www.irb-paris.eu/projet/index/id/59>
[Consulta: 12 diciembre 2012]

La luz está en el corazón de la identidad visual y la señalización de la *Cinémathèque française*. El logotipo está construido alrededor de un monograma de luz y composición variable. Estas pantallas de luz pueden separarse de la parte escrita del logo y extenderse más allá del espacio de la página. También dan vida a la fachada del edificio de Frank O. Gehry. Tres proyectores giratorios colocados en vallas publicitarias recorren las fachadas con sus haces de luz blanca. En el vestíbulo de entrada el visitante se sumerge en un ambiente cinematográfico con una animación proyectada en los volúmenes del interior. Pasado el vestíbulo, en los diferentes espacios se superponen proyecciones en perspectiva en las paredes que sirven como indicaciones direccionales de señalética.

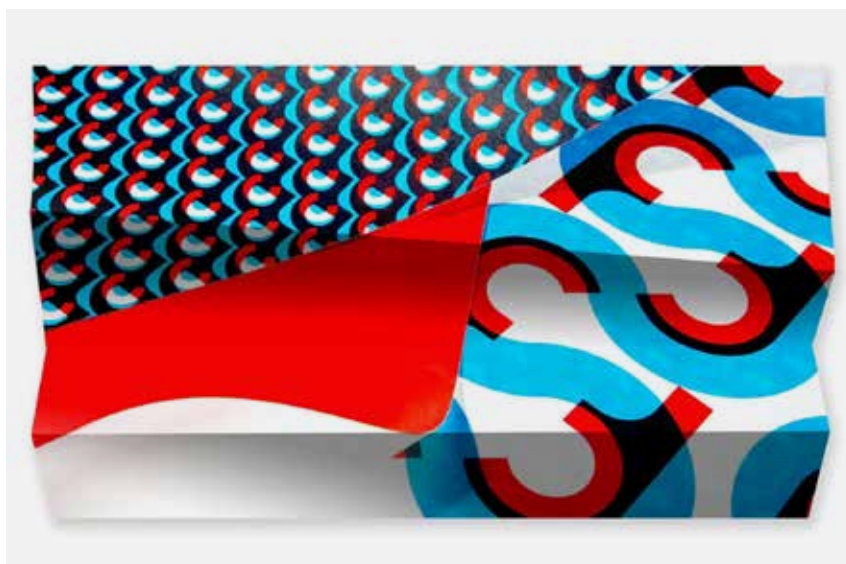


2005,
Champalimaud Foundation,
Studio Dumbar

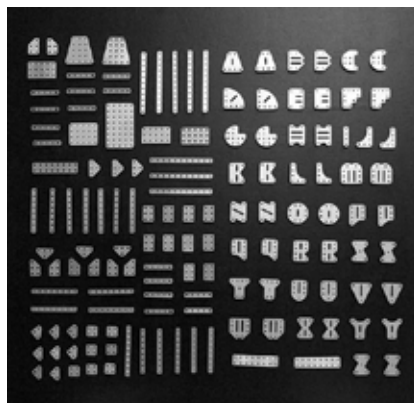
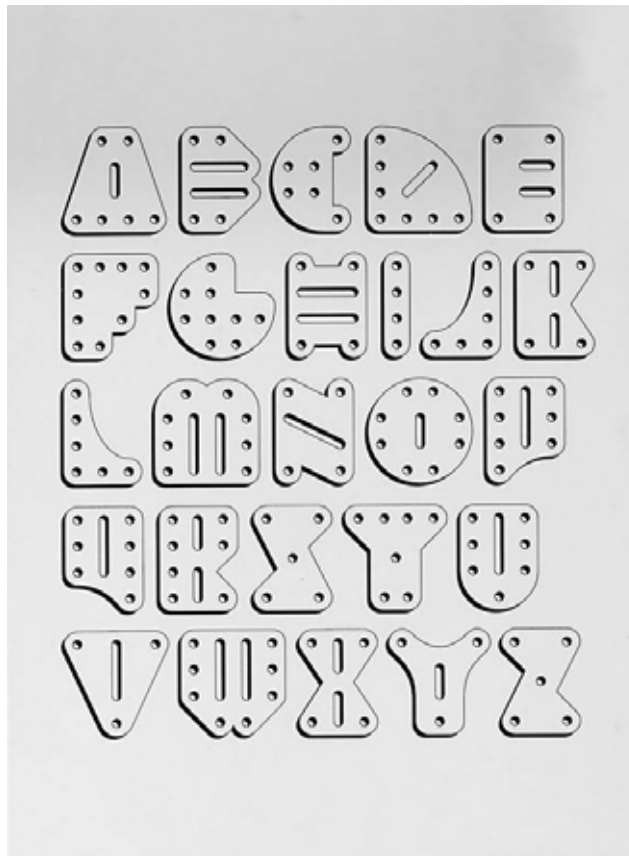
<http://studiodumbar.com/work/champalimaud-foundation>
[Consulta: 14 diciembre 2012]

En 2004 se creó la *Champalimaud Foundation* —dedicada a la investigación biomédica en neurociencias y oncología— gracias al legado de una cuarta parte de la fortuna de Sommer Champalimaud. Studio Dumbar fue invitado a colaborar en el nacimiento de la fundación mediante la creación de su identidad visual.

El concepto refleja el compromiso a largo plazo de la Fundación con la protección del “círculo de la vida” a través de la investigación médica de vanguardia. La identidad visual se basa en las iniciales CF del nombre de la Fundación, al igual que el logotipo, que a su vez, representa una lente del microscopio a través del cual se puede observar el cuerpo humano. Con la repetición del logotipo también se han creado una serie de motivos llamativos que recuerdan fórmulas científicas y estructuras celulares.



Fuente: ???, p.



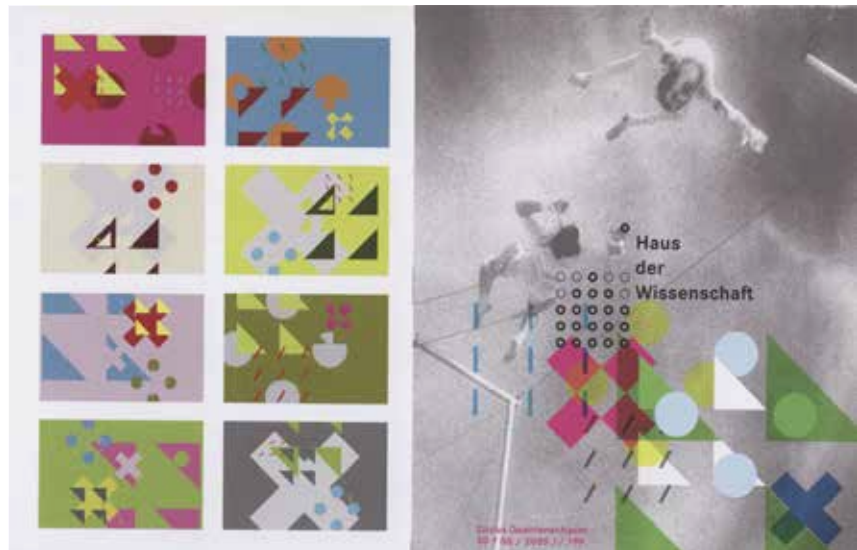
<http://studiodumbar.com/work/ssh-student-housing>
[Consulta: 12 diciembre 2012]

Fundada en 1956, SSH es una empresa de viviendas sociales al servicio de los estudiantes que opera en la ciudad y alrededores. Una de las mejores características de la organización es que está formada por una plantilla joven que se identifica con las necesidades del día a día de los estudiantes. Impulsados por el deseo de proyectar un tono más joven y amable, SSH escogió a Studio Dumbar para revitalizar su identidad.

Utrecht atrae a estudiantes de diferentes países y culturas. Además de estudiar juntos, comparten su vida y espacios comunes. El concepto principal de la identidad refleja esta diversidad para comunicar la energía juvenil de la población estudiantil de la ciudad. La identidad se basa en un logotipo escrito a mano, colores brillantes y retratos abstractos. Cuenta con una familia de seis retratos pero el concepto se presta a una amplia gama de aplicaciones.



Fuente: Felsing (2010), p. 208



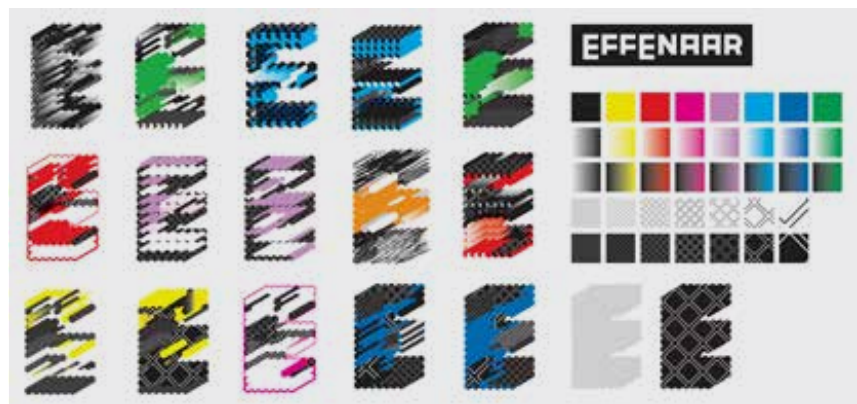
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 20



Fuente: Van Nes (2012), p.65

Effenaar en Eindhoven tiene un papel pionero en el circuito de la música pop holandés y es visto por los visitantes como una institución dinámica, con una programación abierta, contemporánea y, ocasionalmente, idiosincrática. En 2005, el Effenaar encargó a Fabrique una identidad visual que representa a la sede, así como a su programación y a sus visitantes. La amplia variedad de programación condujo a los diseñadores a la solución de una identidad dinámica.

La identidad visual utiliza capas, motivos repetitivos, colores, volumen y tipografía en infinitas combinaciones que juntos crean la letra “E”. Estos elementos se pueden combinar, casi sin restricciones. La letra “E” ocupa un lugar central y aparece de forma diferente cada vez: a veces cruda y con estilo —gracias al uso de las mayas y el sombreado— y otras veces más feroz y colorista. Las cinco combinaciones de colores diferentes también dan la identidad una mirada diferente cada vez. Todo esto asegura que la identidad visual esté perfectamente alineada con la amplia variedad de la programación innovadora de Effenaar.



2005,
Vrede van Utrecht,
Dietwee

Fuente: Van Nes (2012), p.24

Desde 2005 la ciudad de Utrecht trabajó durante los 8 años siguientes en la celebración del 300 aniversario del tratado de Utrecht. El programa del evento —que iba desde conciertos clásicos y obras de teatro a actuaciones de MC's y debates— tenía que hilvanarse bajo una identidad común. El reto fue encontrar una forma que unificara y a la vez creara el espacio suficiente para las distintas actividades. Por otra parte, el diseño tenía que mantener la frescura al menos durante ocho años.

Dietwee encontró la solución en los blasones o escudos heráldicos de las naciones que forjaron la paz en 1713. Combinando una paleta de símbolos heráldicos actuales, el escudo aporta reconocimiento al tiempo que permite a cada evento elegir su propio carácter. Por otra parte, la sencillez del estilo hace que sea adecuado para ser utilizado por muchos partidos diferentes.



2005,
Peace of Mind Mercy,
CoDesign

Fuente: Van Nes (2012), p.117

La Peace of Mind Mercy Foundation fue fundada por dos monjes budistas principalmente para actividades de caridad.

CoDesign utilizó la “sabiduría” que se atribuye a los caracteres chinos para crear la identidad. La palabra “mind” en caracteres chinos significa “corazón”, y en la filosofía budista todo en este mundo es una proyección de nuestra mente. Por lo tanto, casi todos los caracteres chinos relacionados con nuestras emociones y sentimientos, como la misericordia, el enfado, el pensamiento, etc., tienen la palabra corazón como parte del carácter, como se muestra en las imágenes.

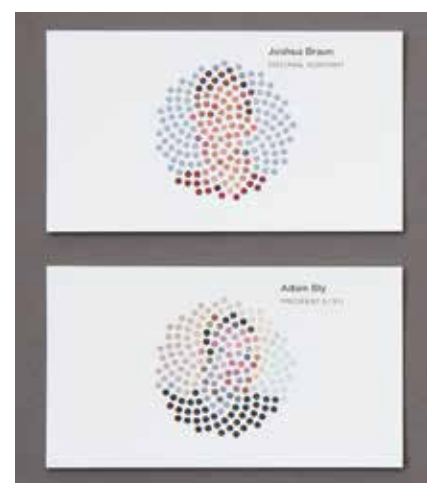
El concepto para la identidad ilustra la idea de que enfrentándose a distintos sentimientos emocionales con una actitud de misericordia uno mismo obtendrá poder para los retos de la vida.



Fuente: Van Nes (2012), p.27

Lo que sigue son algunas refelexiones del equipo de diseño Sagmeister & Walsh sobre el diseño la identidad:

El grupo Seed Media es un editor científico de revistas, libros y películas. Mientras trabajábamos en la identidad se hizo evidente que el resultado final debía constituir una visualización de la ciencia y los medios. La ciencia es cultura, nos rodea, es parte de todo lo que hacemos. Estábamos buscando algo con una composición abierta y flexible, un recipiente que pudiéramos rellenar con nuevos significados. Formalmente la identidad está basada en un *phyllotaxis*, una forma que se encuentra en todas partes desde las caracolas marinas hasta la arquitectura griega, desde las piñas hasta la ópera de Sydney, desde los cuernos de una gacela hasta la curva óptima de una autopista. Juega un papel en la biología, la zoología, la botánica, la medicina, la física, la geometría y las matemáticas. Es parte de la proporción áurea. Mirando el mundo a través de la lente científica del *phyllotaxis*, desarrollamos un camaleón como identidad; siempre toma la forma del medio en el que se aplica.

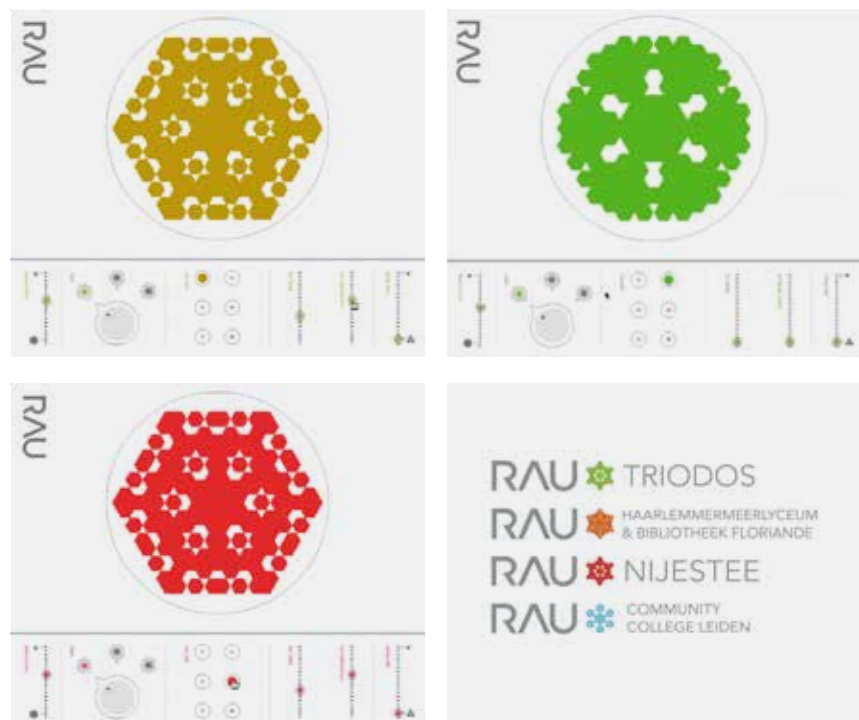


Fuente: Van Nes (2012), p.145

El estudio de Rau trabaja desde una visión holística en la que todos los aspectos de la vida de las personas y su bienestar deberían verse reflejados en la arquitectura. La misión de Rau es mejorar la calidad de vida a todos los niveles, siendo la sostenibilidad uno de los aspectos más importantes. En estrecha colaboración con el cliente Dietwee buscó un estilo visual que no funcionara sólo como signo sino que además ayudara a los arquitectos en su trabajo y a contar su historia.

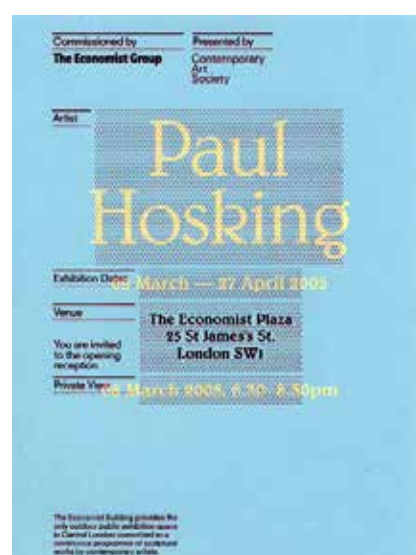
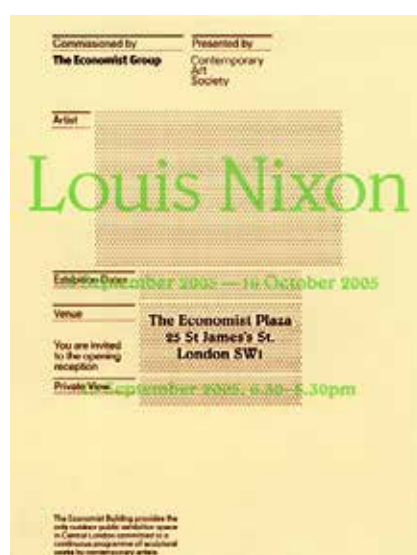
La traducción visual de los valores clave de Rau se plasmaron finalmente en la forma de un cristal, un antiguo bloque de construcción básico en la naturaleza. La forma, color y fondo están determinados por las condiciones ambientales. Un *software* diseñado a medida permitía que los arquitectos pudieran colaborar con sus clientes para componer un “cristal” —basado en opciones fundamentales— que funciona como logotipo para cada proyecto. Además, se añadió un código de color para las distintas fases de un proyecto de construcción.

Adaptando sistemáticamente todos los elementos de la identidad corporativa al color de una cierta fase, todos los participantes podían reconocer inmediatamente el estado actual de un proyecto. La identidad visual de la Rau sirve como ayuda para navegar a través de las actividades diarias de la agencia. La imagen general es el reflejo colorido de todos esos proyectos.

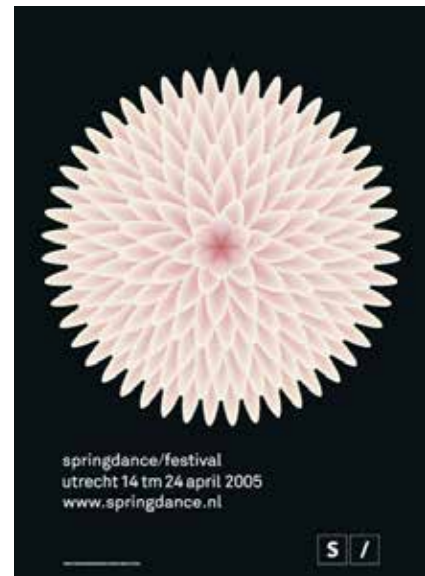


2005-2006,
Economist/ Contemporary Art Society,
Value and Service

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p 24
<http://www.valueandservice.co.uk/design/>
 [Consulta: 12 diciembre 2012]



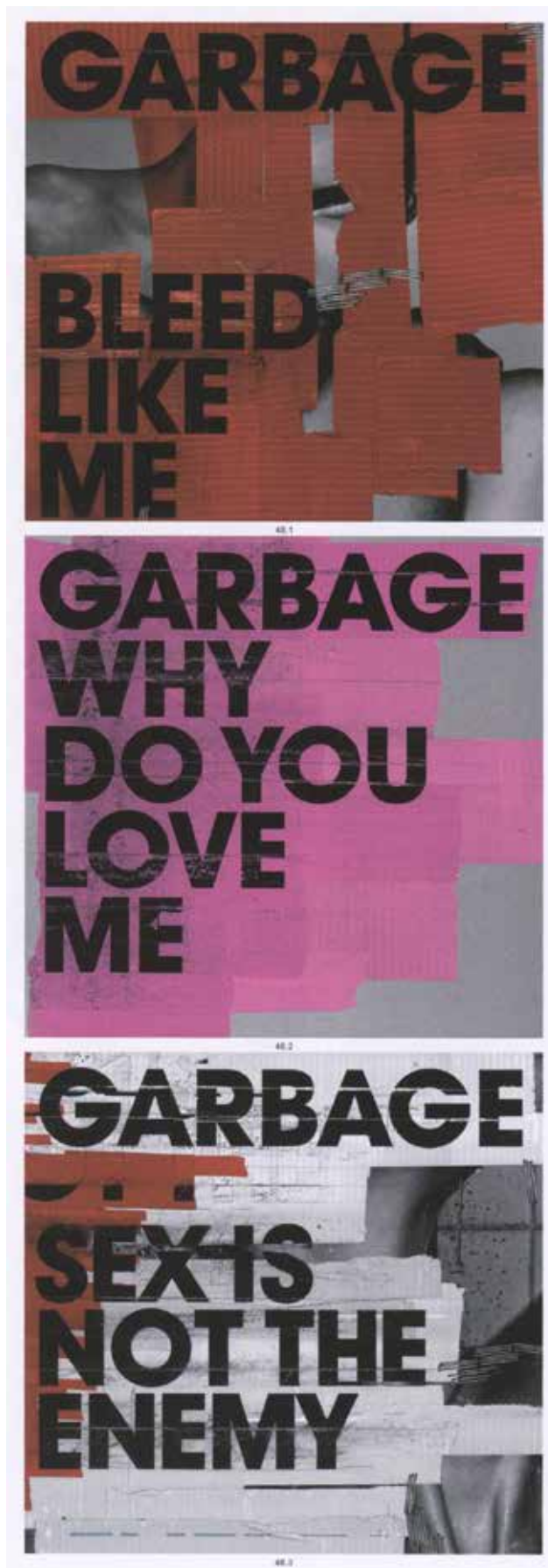
Fuente: Van Nes (2012), p.45



Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.48-49



Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 68



2005,
Protocol “Rules Of Engagement”,
Big Active

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 74



Source: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p. 126



2005,
Gerrit Rietveld Academie,
Laurenz Brunner

Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.142

Los pósters de Laurenz Brunner reflejan el caos lingüístico cotidiano que prevalece en la Gerrit Rietveld Academy de Ámsterdam. Con un alumnado compuesto por más extranjeros que nativos, la clase que se graduó en 2005 abarcaba un total de 32 nacionalidades y 21 lenguas maternas diferentes.

Brunner dispuso de la información del programa de graduación de ese año traducida a los 21 idiomas. Para visualizar la diversidad de lenguas Brunner contrastó el original en holandés con al menos una traducción extranjera. Con cada idioma representado por un código de color distintivo, todos los carteles pasaron de 2 a 21 tiradas de impresión representando así la diversidad lingüística de la escuela. El resultado fueron más de 100 versiones diferentes, múltiples combinaciones de colores y sobreimpresiones que iban más allá de la inteligibilidad. Los nombres de todos los estudiantes estaban listados en la parte inferior, ordenados por departamentos y vinculados a sus países de origen para indicar la frecuencia y origen de cada idioma.



Fuente: <http://studiodumbar.com/work/c-broadcasting>
<https://vimeo.com/45913931>
[Consulta: 19 diciembre 2012]

En 2006, una iniciativa de la radiodifusión holandesa invitó a Studio Dumbar a participar en un proyecto cuyo objetivo era lanzar una plataforma *online* de medios para la programación cultural y, de esta manera atraer a suscriptores para operar en el ámbito público. Studio Dumbar también creó el nombre y propuso el uso de la letra “C” como elemento central de la comunicación, sugiriendo la dedicación del cliente a la cultura.

El logotipo era colorido y multi-capas y representaba la variedad y diversidad de programación. Esto estableció un estilo versátil y reconocible y no limitado a una expresión visual. Para promover las suscripciones, siempre que fuera posible, Studio Dumbar optó por la solución más rentable para incorporar formularios de suscripción con elementos tradicionales como membretes y tarjetas de visita.



2006,
Ile Seguin-Rives de Seine,
Intégral Ruedi Baur et associés

Fuente: <http://www.irb-paris.eu/projet/index/id/22>
[Consulta: 19 diciembre 2012]

El objetivo del programa de comunicación fue desarrollar un lenguaje visual que acompañase al largo período de realización de la obra de *Ile Seguin-Rives de Seine*. La primera intervención fue apropiarse de los locales que estaban en el perímetro de la obra para multiplicar la aparición de la identidad visual de la operación.

El elemento principal del dispositivo de comunicaciones *in situ* consiste en estructuras modulares de metal de color naranja. Para no multiplicar los lenguajes visuales, las comunicaciones de las promociones inmobiliarias se integran en las estructuras de metal. El uso de un color específico para las estructuras modulares permite no crear confusión entre el discurso del actor público y el de los promotores / constructores.



Felsing (2010), p.81



2006,
Frankfurter Kunstverein,
Ade Hauser Lacour

Fuente: <http://hauserlacour.de/w3.php?nodeId=424&lang=1>
[Consulta: 19 diciembre 2012]

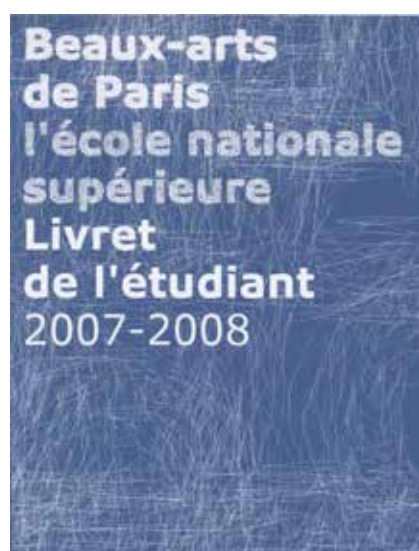
Este sistema visual tiene como enfoque la no conformidad y la flexibilidad con el fin de visualizar el carácter dinámico del programa de la Frankfurter Kunstverein. Cubre todas las áreas de la comunicación: diseño de exposiciones, sistema de señalética, medios impresos y página web.



2006-2008,
Beaux-arts de Paris,
Intégral Ruedi Baur et associés

Fuente: <http://www.irb-paris.eu/projet/index/id/46>
[Consulta: 19 diciembre 2012]

La identidad visual se basa en una fuente enriquecida con dos alfabetos complementarios altamente identificables. Estos alfabetos —formados por caracteres hechos a lápiz— se utilizan para componer titulares. La identidad visual de la escuela de Bellas Artes de Paris no tiene logotipo y se identificación bajo el epígrafe *Beaux-arts de Paris l' école nationale supérieure* con los llamados alfabetos “manuales”. Este epígrafe —que prácticamente nunca aparece solo— se debía integrar en la medida de lo posible con los títulos de las herramientas de comunicación. En los documentos estas composiciones tipográficas combinadas con trazos muy ligeros y colores brillantes en los fondos, generan la nueva identidad de la escuela.



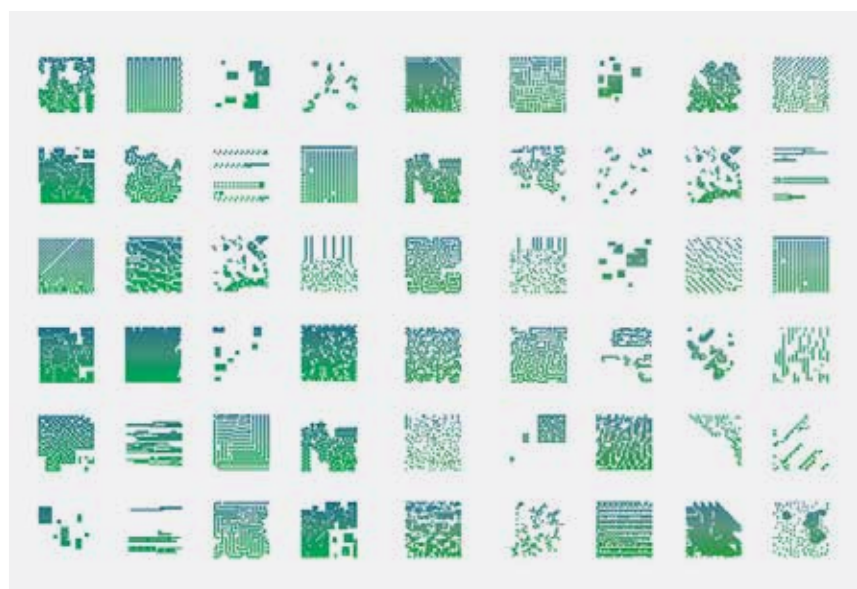
Fuente: Van Nes (2012), p.184

Para su proyecto de graduación, Michael Schmitz quería crear un sistema automatizado generativo para diseños corporativos que se adaptara al estado actual de cada empresa. El concepto de evolución, por tanto, parecía ser la solución perfecta.

Para ello creó el “logo en evolución”, un sistema generativo que usa los principios de evolución para adaptar y mejorar un símbolo de acuerdo al estado actual de su propietario. Este estado no afecta al logo directamente, sino que proporciona un hábitat abstracto en el que la población evoluciona. Los logos individuales se reproducen mientras que sus genes mutan y se recombinan aleatoriamente. La población vive en constante cambio y sólo los más aptos sobreviven y se reproducen. La evolución funciona de dos maneras: en primer lugar, el ordenador compara atributos de cada individuo con los parámetros de la empresa que reflejan su estado actual. En segundo lugar, los empleados de la empresa eligen su logo favorito. Los resultados combinados se traducen en un *ranking*. El logo individual que obtiene la puntuación más alta representa a la empresa en ese momento concreto.

Los individuos en sí mismos son representados usando un modelo matemático de vida que muestra el comportamiento emergente: el autómata celular. Su configuración y comportamiento pueden ser modificados, recombinados, transmitidos a los “hijos” y analizados por el sistema. Como resultado el logo se reinventa a sí mismo una y otra vez y refleja el estado actual de su propietario.

Para probar su tesis, Schmitz la puso en práctica para *The Max Planck Institute of Molecular Cell Biology and Genetics*, que estudia cómo las células forman tejidos. Sin embargo, el concepto de logotipo en evolución podría haber sido usado para cualquier otra empresa.

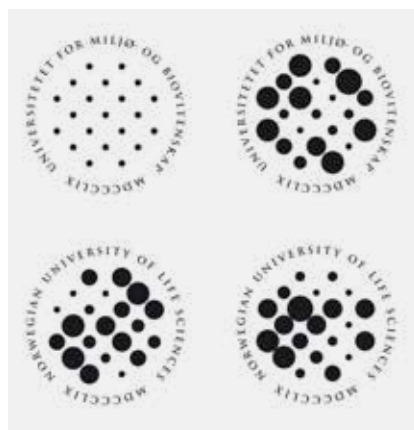
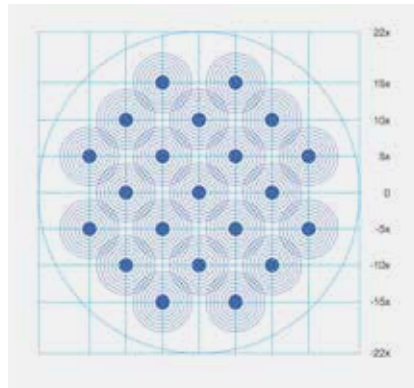


Fuente: <http://www.umb.no/frontpage/article/new-logo-for-umb>
[Consulta: 18 diciembre 2012]

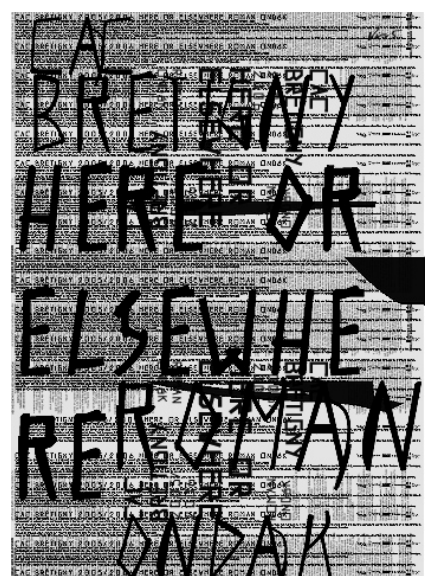
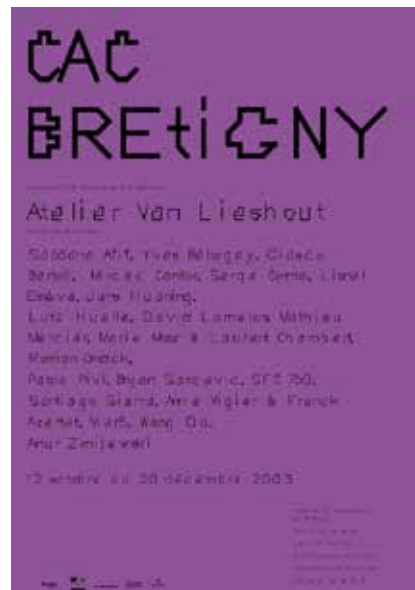
El concepto central para la identidad de la *Norwegian University of Life Sciences* es “la vida”. La idea que se quería plasmar era los estrechos vínculos de la universidad con el mundo de los seres vivos, y ésta necesitaba un logotipo que simbolizara el cambio constante —como la vida misma.

El logotipo se basa en un motivo repetitivo fijo de círculos. Cada uno, sin embargo, puede crecer, hacerse más pequeño o permanecer sin cambios. Si tratamos de calcular el número de combinaciones posibles, nos encontramos con una cifra difícil de calcular. Por tanto, el símbolo también tiene una perspectiva universal. ¿Qué simbolizan los círculos que cambian en el logo? No hay limitaciones para encontrar respuestas a esto salvo nuestra imaginación.

La flexibilidad del logotipo puede responder a problemas concretos como promover el espíritu de equipo dentro de la organización, por ejemplo. De esta manera a cada miembro del personal y estudiante se le podría asignar un “logo personalizado” vinculando el patrón de círculos con fechas de nacimiento. De este modo, cada estudiante o empleado podría tener su logo personal en su tarjeta de visita o página web.



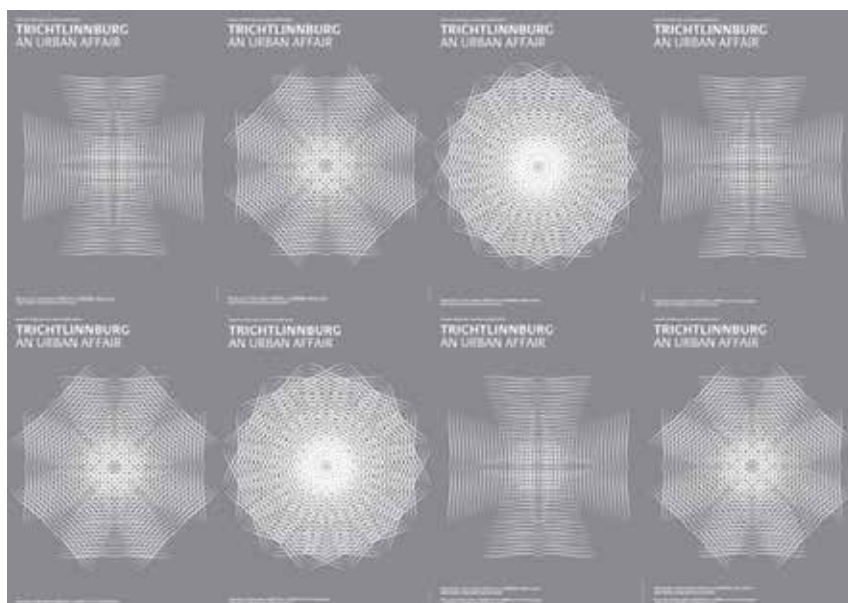
Fuente: Klanten, Mischler, Brumnjak (2006), p.124



2006,
Jan van Eyck Academy,
Cobbenhagen & Hendriksen

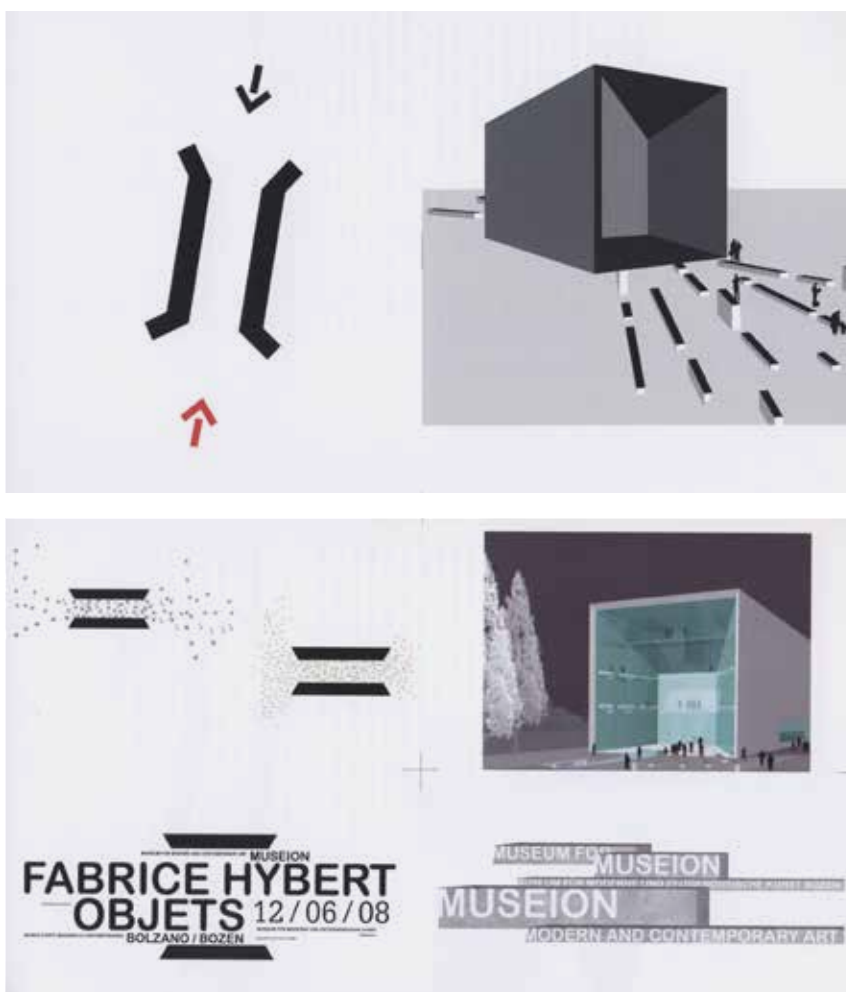
Fuente: http://www.cobbenhagenhendriksen.nl/identity_design/a_vision_on_jan_van_eyck_research
[Consulta: 19 diciembre 2012]

Esta identidad visual es na investigación sobre una nueva identidad para la *Jan van Eyck Academy* de Maastricht, no una propuesta real. La plasmación visual en la que la forma es una exageración del contenido y las citas usadas del llamado vocabulario Jan-van-Eyck sacadas de contexto, hizo que el comisario se diera cuenta de lo que realmente quería: un nuevo membrete con el mismo estilo que la página web.



2007,
 Museion-Museum für moderne und zeitgenössische Kunst,
 Bosen,
 Intégral Ruedi Baur et associés

Fuente: Felsing (2010), pp.98-100



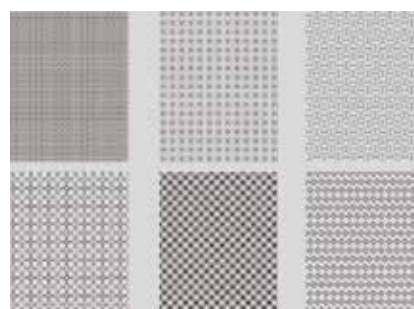
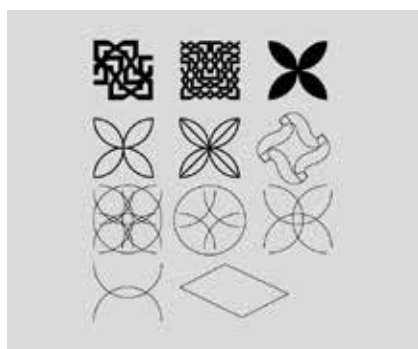
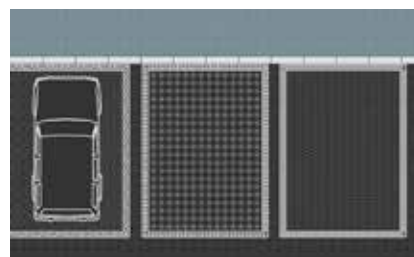
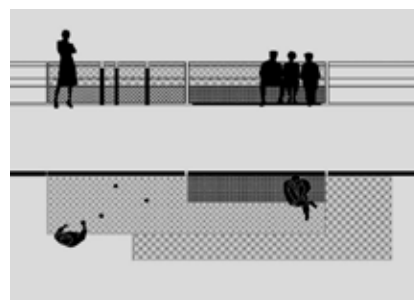
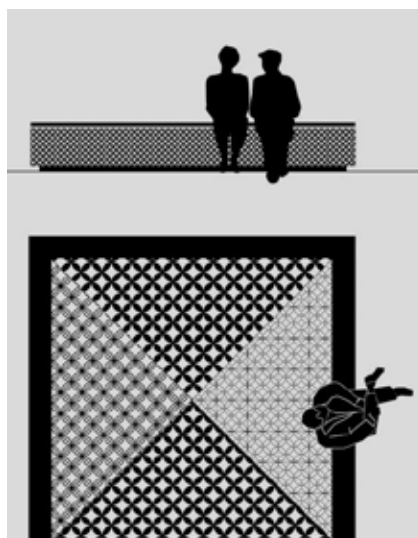
Fuente: <http://www.irb-paris.eu/projet/index/id/28>
[Consulta: 18 diciembre 2012]

El proyecto —no realizado— para la zona residencial de Aktau en Kazajstán, consistía en mejorar las instalaciones para hacer de esta nueva área de la ciudad una parte atractiva para una población privilegiada y para inversores. El objetivo fue desarrollar un lenguaje visual coherente aplicado en soportes urbanos.

El lenguaje visual es una transferencia del arte de las alfombras de las culturas que cruzan el Kazajstán a los distintos soportes de mobiliario urbano. El resultado son múltiples motivos geométricos que hacen de las alfombras la base de un estilo gráfico contemporáneo.

El principio de la señalización y mobiliario urbano de la *Aktau Marina Zona residencial* es el de una caja de herramientas que permite que el sistema formal se pueda aplicar con la máxima flexibilidad a los diferentes materiales y superficies. También permite modular la intensidad de los motivos para estructurar el espacio y adaptar el lenguaje gráfico de las diferentes funciones.



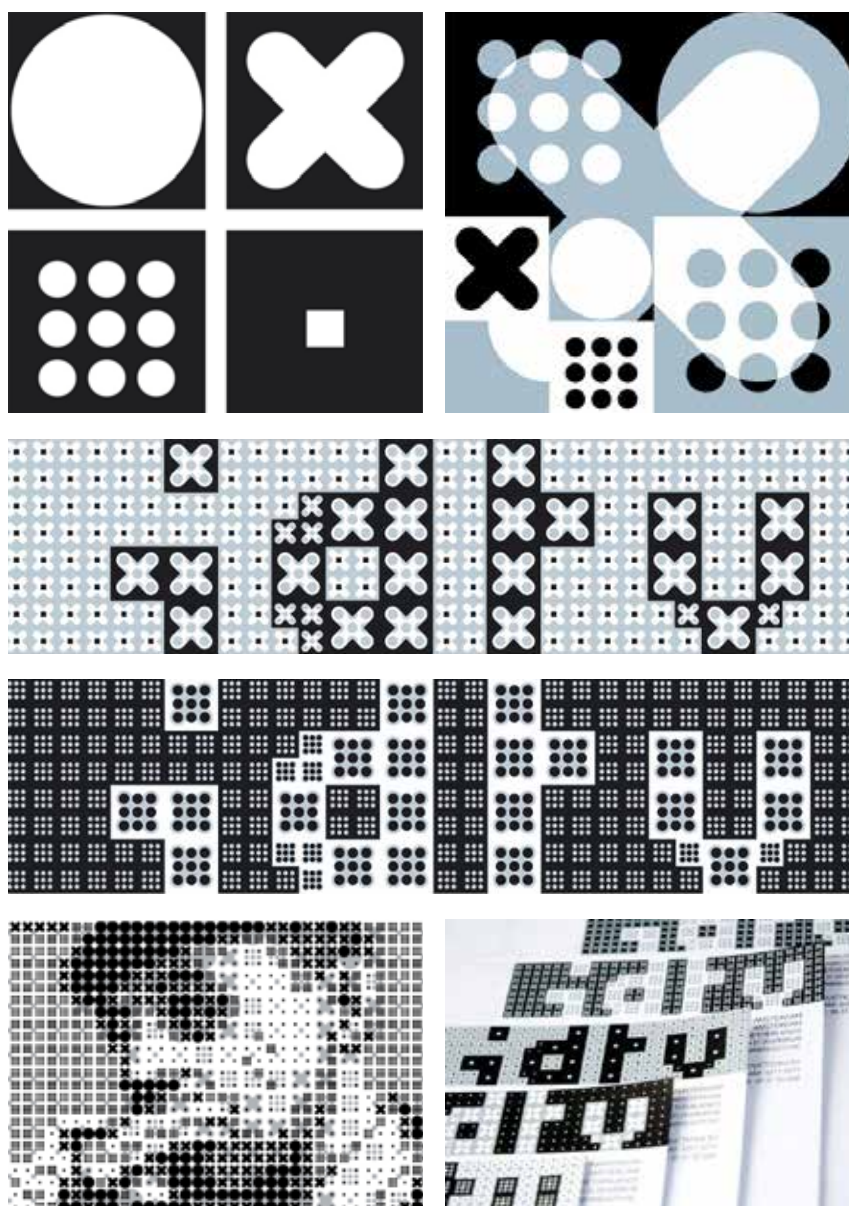


2007,
IDTV identity,
Lava

Fuente: <http://www.lava.nl/projects/view/49/IDTV-Media-/english/>
[Consulta: 17 diciembre 2012]

Lava desarrolló la identidad IDTV, la segunda productora independiente más grande de los Países Bajos, a la vanguardia en desarrollo y producción de programas de tv, películas, documentales y eventos.

La unidad básica del píxel —base de todas las imágenes en pantalla— se utilizó como ADN visual. Lava creó cuatro píxeles únicos que permitían un sinfín combinaciones y diseños. Esta flexibilidad ayudaba a representar no sólo las actividades de ese momento de IDTV, sino que también dejaba espacio para incorporar nuevas iniciativas de manera que lo diseñado con el píxel siempre sería IDTV.



Fuente: Van Nes (2012), p.95

Marres es un centro de cultura contemporánea en Maastricht fundado en 1998. Opera a la vez como institución y promotor, ya que organiza exposiciones pero también pone en marcha proyectos. La identidad debía expresar esta estructura abierta y su personalidad experimental cuando ejerce de comisaria. El objetivo era crear una identidad que fuera lo contrario a una voz institucional estática.

La idea principal para la identidad era hacer múltiples logotipos, uno para cada elemento impreso. Podría ser la palabra Marres o sólo una “M”. La mayor parte de las veces los logotipos eran dibujados —convirtiéndose en símbolos más que en palabras legibles— y generalmente creados sin utilizar tipografías que ya existían. La identidad se basaba pues en la ausencia de un logotipo único y en el uso de manera intermitente de recursos como el formato A4, el uso del blanco y negro y un tratamiento tipográfico aleatorio.

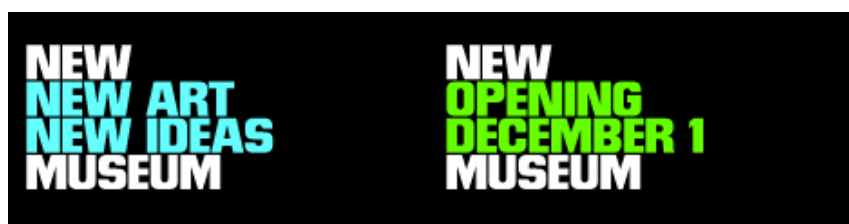


2007,
New Museum, NYC,
Wolff Olins

Fuente: <http://www.wolffolins.com/work/new-museum>
[Consulta: 19 diciembre 2012]

El Nuevo Museo de Arte Contemporáneo es el único museo de la ciudad de Nueva York dedicado exclusivamente a exhibir arte contemporáneo. Es una institución progresista con un programa de fama internacional. En una ciudad muy saturada de instituciones culturales, Wolff Olins se enfrentó al reto de crear una marca que impulsaría la ambición del museo de ser un referente mundial en el arte contemporáneo y una primera opción de destino cultural del siglo XXI.

El primer paso fue simplificar el nombre para relajar la sensación institucional del museo. En colaboración con el museo, Wolff Olins creó una expresión visual que contaba con una amplia gama de color y un logotipo que, literalmente, movía y flexionaba para dar la bienvenida a nuevos artistas y al público y para anunciar el nuevo arte y el nuevo museo.



2007,
The Brno House of Arts,
2011 Designers

Fuente: Van Nes (2012), p.163

The Brno House of Arts es uno de los centros de exposiciones más grandes de la República Checa. Al no tener ninguna colección propia su objetivo principal es hacer exposiciones. Los diseñadores Petr Bosák y Robert Jansa crearon una identidad visual que cambia constantemente, sustituyendo la uniformidad habitual de los logotipos estáticos por la variedad de los flexible. A Bosák y Jansa les gusta llamarlo una “alteridad corporativa” más que una identidad corporativa.

El logotipo está formado de tres capas de superficies circulares concéntricas. La primera capa tiene 24 variantes de color, cada una de las variantes representa una hora del día. La segunda capa está compuesta de sesenta círculos de diferentes colores, cada uno de ellos hace referencia a los minutos de una hora. La tercera capa repite la segunda pero remite a los sesenta segundos en un minuto. El color de la hora combinado con las posiciones de los minutos y segundos se utilizan para generar el logo.

Las formas resultantes son, por tanto, tan individuales como el encuentro del artista con la institución. Si el círculo encarna el ideal institucionalizado del arte, entonces su deformación representa el esfuerzo del artista para transgredir o ampliar este marco. Al mismo tiempo, cada transgresión de este tipo significa una nueva constitución de los límites en el arte.

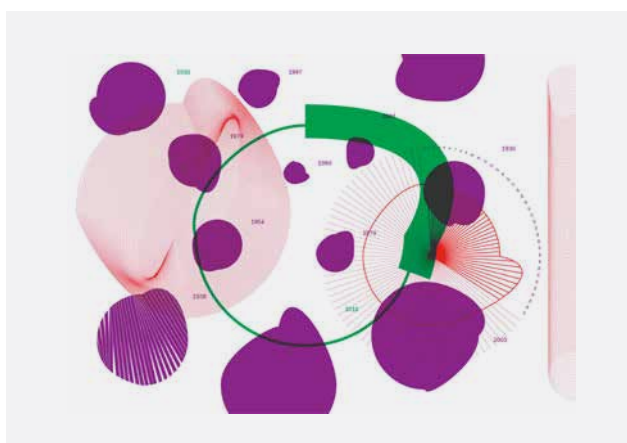
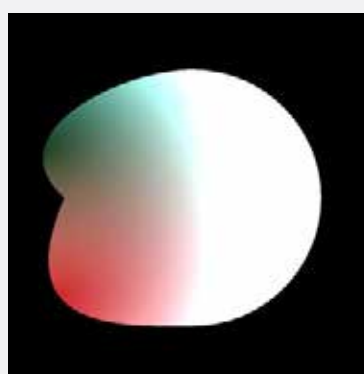
El marco está inevitablemente influido por los visitantes, ya que su encuentro con la obra de arte en la galería es siempre individual. Por lo tanto, cada uno de ellos merece tener su propio logo de House of Arts.





Dům umění města Brna
The Brno House of Arts

Dům umění
Dům pánů z Kunštátu
Galerie G99



2007,
Casa da Musica,
Sagmeister

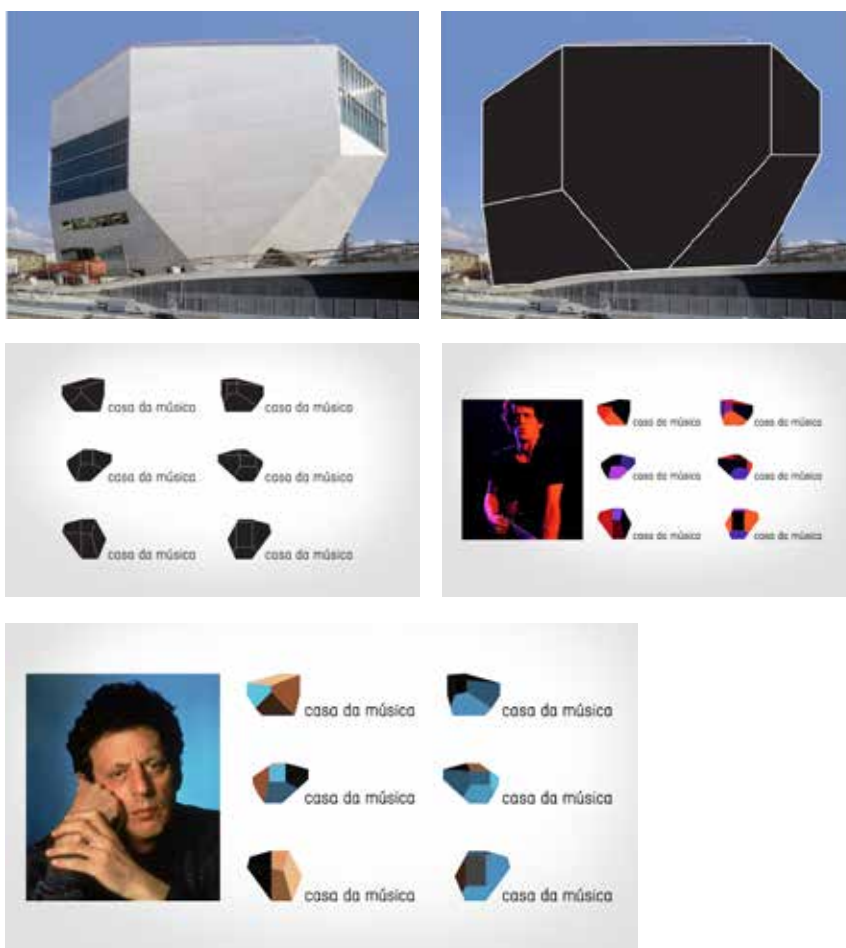
Fuente: <http://www.sagmeisterwalsh.com/work/project/casa-da-musica-identity/> [Consulta: 19 diciembre 2012]
También en: Van Nes (2012), p.147

Casa da Musica es un centro de música en Oporto cuyo edificio fue diseñado por Rem Koolhaas.

Según los autores de la identidad visual, la idea inicial de diseñarla sin representar el edificio fue imposible porque al estudiar la estructura de éste se dieron cuenta de que el edificio era en sí mismo un logotipo.

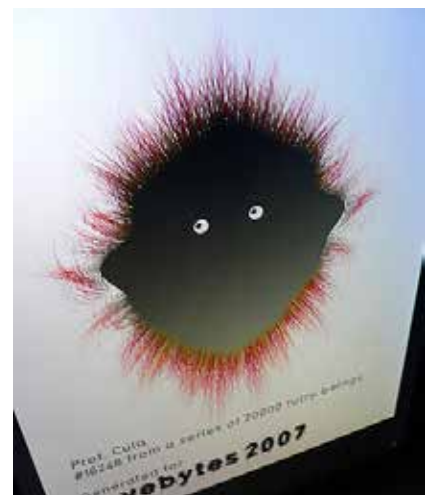
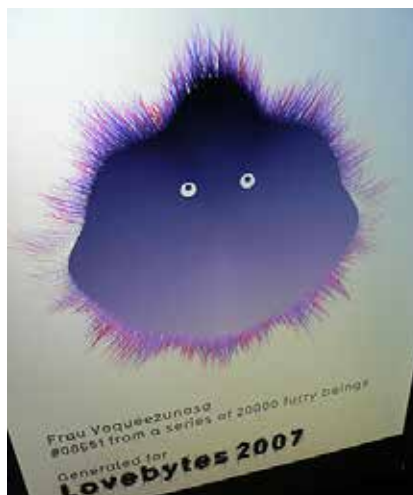
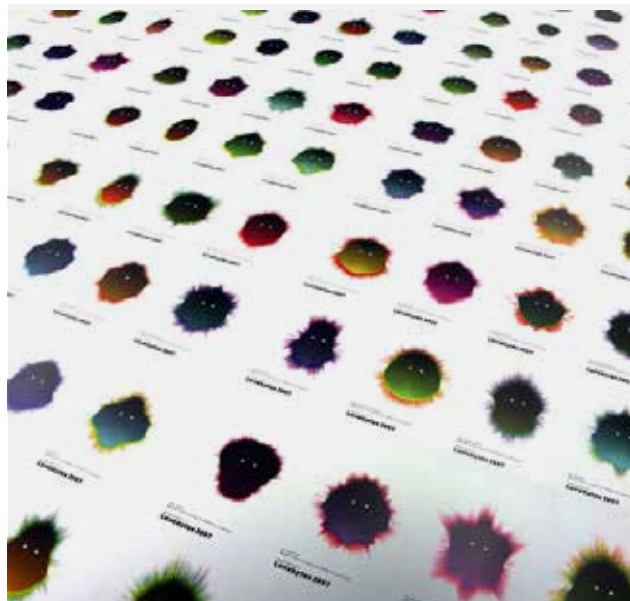
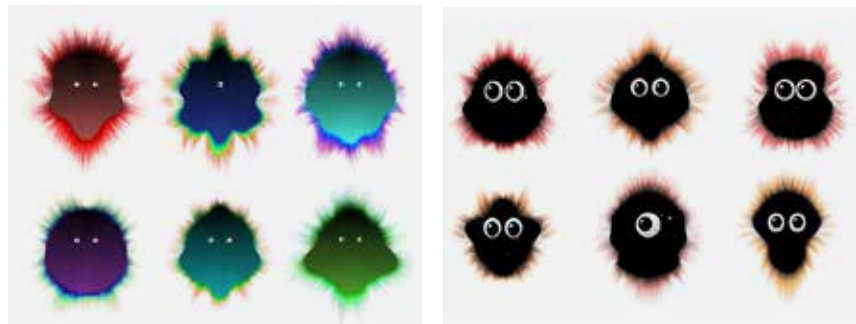
Sagmeister Inc. comenta:

Intentamos evitar otra representación de un edificio desarrollando un sistema donde la forma reconocible del edifio, única y moderna, se transformara como un camaleón de aplicación en aplicación y cambiara de un medio a otro. El propio edificio es la última representación de una larga serie de logos. Nuestro objetivo era mostrar los distintos tipos de música interpretados en el mismo lugar. Dependiendo de la música de la que se llena, el logotipo cambia su aspecto mostrando diferentes puntos vistas y facetas de la música.



Fuente: Van Nes (2012), p. 150

El concepto de “tecnología sencilla”, cálida y suave dio como resultado una población de rostros peludos únicos y amables, que representaron al Digital Art Festival Lovebytes en 2007. El tema del festival ese año, “Process”, llevó al diseñador Matt Pyke a un solución que pasaba por el de diseño generativo, creando una “se-milla” que propagara rápidamente sus genes y formara una familia de 20.000 criaturas únicas, cada una con variaciones en el color del pelo, la longitud, la forma de la cabeza, de los ojos y el nombre.

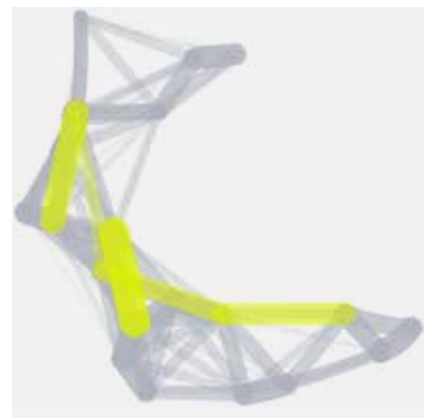
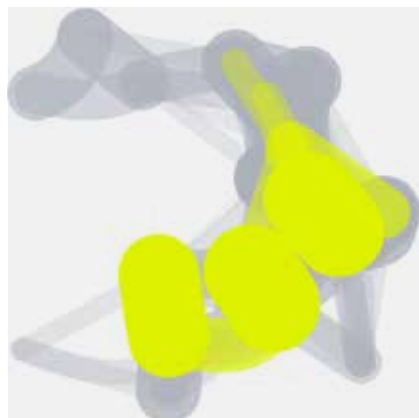
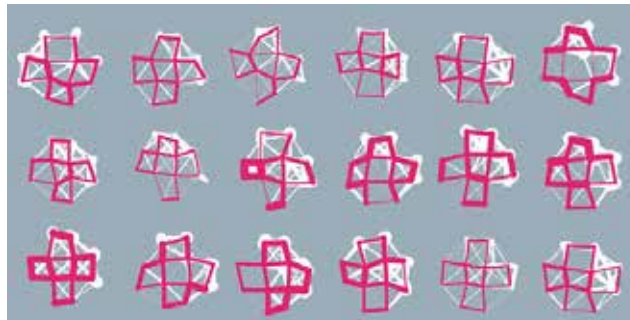


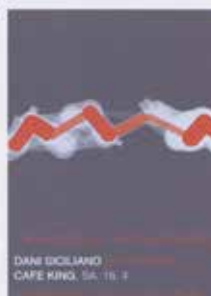
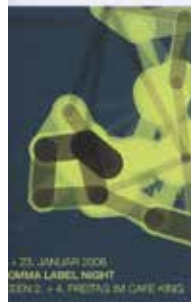
Fuente: Van Nes (2012), p.183

Cafe King es un café y club de Munich conocido por su comida vegana, sus DJ's *electro-house* y sus eventos artísticos. Debido a su programación en constante cambio, Cafe King quería una identidad que pudiera reflejar su naturaleza dinámica.

Los diseñadores optaron por abordar la estética “electrónica” de una manera diferente: Schoene Neue Kinder escribió un algoritmo que permitía a una máquina hacer cosas con un aspecto natural. El *script* final se componía principalmente de dos ¿enjambres? de diferentes colores que pueden cambiar de forma y dibujar líneas entre los más cercanos. Pueden flotar aleatoriamente y construir formaciones y figuras. Para un evento de DJ especial, los diseñadores hicieron n que la identidad fuera audio-reactiva por una noche.

Esta “criatura” electrónica es la base para la identidad flexible y puede continuar entreteniendo y sorprendiendo al visitante al generar infinitas variaciones de la identidad de un mes a otro.





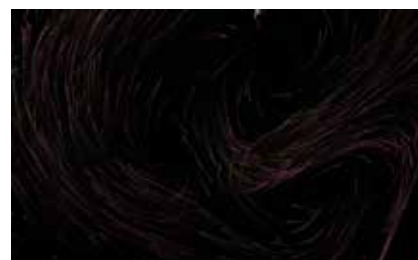
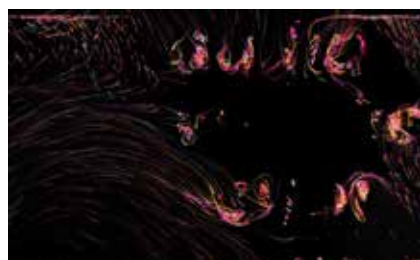
2007,
Dokfest Lounge,
Field

Fuente: <http://www.field.io/project/dokfestlounge>
<https://vimeo.com/468849>
 [Consulta: 19 diciembre 2012]

Un proyecto de identidad generativa, dibujando tipografías con miles de rastros de luz vibrantes.

Field diseñó un software a medida que simula los patrones de flujo de miles de partículas, posándose en las letras a las que son atraídas. La intensidad de los patrones de flujo, que recuerda a los patrones auto-organizados de la naturaleza, crea un conjunto dinámico y efímero de formas tipográficas.

Creado en 2007, el *lounge* y el club del festival presentaban un programa de cuatro noches de actuaciones audiovisuales experimentales y fiestas. Los fondos de pantalla proyectados llenaron el espacio en la tarde-noche. Algunos fotogramas se usaron para el material impreso y las proyecciones de diapositivas en el lugar.



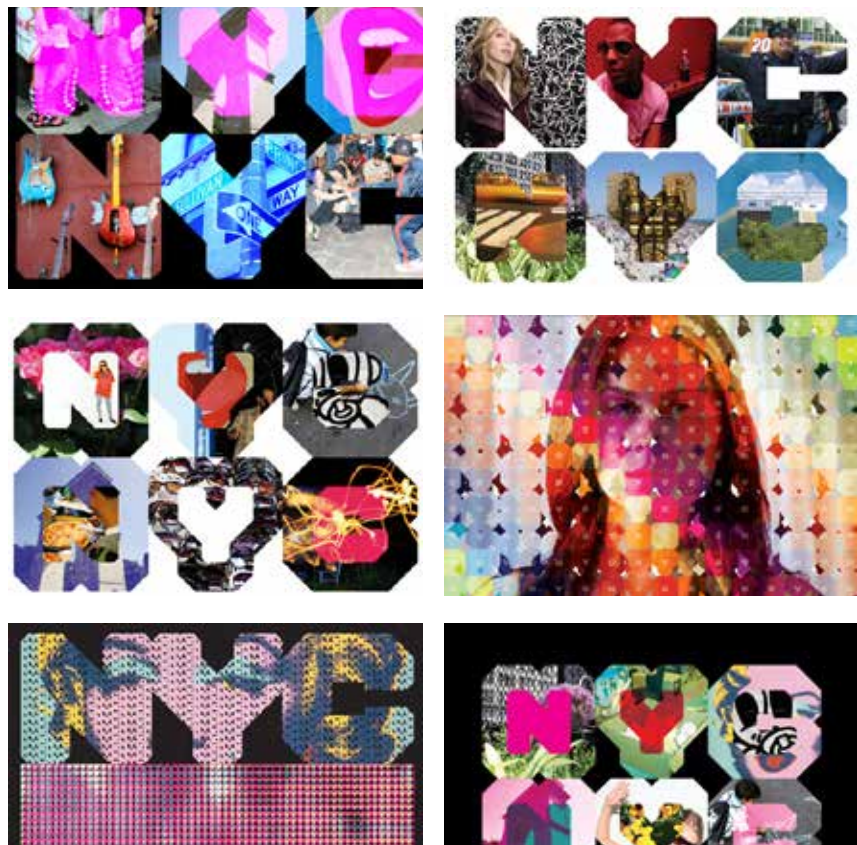
Fuente: <http://www.wolffolins.com/work/new-york-city>
[Consulta: 20 diciembre 2012]

Sólo hay una ciudad de Nueva York. Pero dentro de esa ciudad hay cinco municipios, aproximadamente 191 barrios, cerca de un millón de edificios y unos 8,2 millones de personas. Cada individuo tiene su propio Nueva York.

Dentro de la mente de cada neoyorkino reside una versión diferente de la ciudad de Nueva York. Es un sitio amado en 138 idiomas diferentes y visto a través de una mezcla casi infinita de culturas, ideologías y modos de vida. Todos conviven unos al lado de otros.

Esta cualidad caleidoscópica es una de las grandes características de esta ciudad. Es aquello que encanta a los neoyorkinos. Esta amalgama, a, mismo tiempo, es difícil de representar. No hay un símbolo, un logotipo o una marca que signifique Nueva York para todo el mundo.

Para crear una marca para la ciudad de Nueva York el reto no era definir un propósito sino capturar una esencia. Este camino se articuló bajo la idea “sólo uno, pero nadie NYC”. La identidad resultante de la marca resultante se adoptó por la organización oficial de la ciudad de Nueva York, su marketing, el turismo y por otros muchos departamentos de la ciudad.



2007,
Niconico Douga,
Dwango

Fuente: Van Nes (2012), p.68

Niconico Douga es uno de los mayores sitios web de intercambio de videos —con aproximadamente 28 millones de usuarios registrados en Japón—. Desde que se fundó en 2007, Niconico se ha basado en la filosofía “nacido en la red, conectado por la red”, desde donde ha asentado una reputación como plataforma interactiva con un “toque humano”.

Niconico cuenta con una función de comentarios en tiempo real, lo que permite a los usuarios enviar opiniones sobre el video que se está emitiendo. Los comentarios aparecían inmediatamente en el vídeo mientras éste se reproducía. Aunque los usuarios, en realidad, no veían el mismo vídeo al mismo tiempo y en el mismo lugar, los comentarios hacían que se sintieran como si lo estuvieran viendo juntos y les permitía compartir sus pensamientos y sentimientos.

El contenido divertido y dinámico de la plataforma creada por sus usuarios se traduce en su identidad con dibujos libres y lúdicos de un personaje de la televisión. El personaje no tiene ningún estilo ni concepto y puede ser cambiante siempre que se parece a un televisor —con dos pies y antena.



2007,
Get Up,
Alexis Rom Estudio,
Atelier Vostok

Fuente: <http://alexisromestudio.eu/page%20type%20name/get-up-printing-kid/>
[Consulta: 21 diciembre 2012]

Según Alexis rom:

Un juego de sellos de goma fabricados a mano es suficiente para desarrollar el sistema de identidad visual más delicioso que hayamos visto en mucho tiempo. Y escandalosamente barato y sostenible: no hay coste de imprenta, ni tiradas mínimas, las posibilidades de variación son casi infinitas, pues lo difícil sería conseguir dos ejemplares exactamente iguales. Podría perfectamente ser un juego de niños ricos de la posguerra, y sin embargo ha conseguido destacar en los prestigiosos European Awards, la referencia en lo que a premios de diseño europeo se refiere, imponiéndose a exquisitos manuales de identidad de importantes compañías de diseño con clientes de desorbitados presupuestos.



2007,
Saks Fifth Avenue,
Pentagram

Fuente: <http://new.pentagram.com/2006/12/new-work-saks-fifth-avenue/>
[Consulta: 22 diciembre 2012]

Una nueva identidad diseñada por Pentagram para la emblemática tienda de Nueva York *Saks Fifth Avenue* se presentó el 2 de Enero de 2007. Después del lanzamiento, el socio Michael Bierut (2006) describe el proceso tras el desarrollo de una identidad con multitud de variaciones:

Saks vino a nosotros en 2004 para que le diseñáramos una nueva identidad para sus tiendas, en busca de un programa gráfico que abarcara señalética, publicidad, correo postal, por Internet y, lo más importante, packaging.

Entendimos rápidamente que era más que un proyecto de diseño de logotipo. El logo de *Saks* actual había estado en uso desde mediados de los 90, pero había hecho poco para crear un perfil de marca. Terron Schaefer y la dirección de *Saks* estaban buscando algo que pudiera ser ubicuo e icónico, inmediatamente identificable en una calle muy transitada. Pero, a diferencia de *Tiffany*, la tienda nunca tuvo un color reconocible; a diferencia de *Burberry*, no tuvo un patrón reconocible. Por el contrario, examinando su historia nos encontramos con que la tienda había usado literalmente docenas de logos desde su fundación.

Sin embargo, había un hecho interesante. Muchos de esos logos eran variaciones sobre el mismo tema: escritura cursiva. De ellos, destacaba uno dibujado en 1973 por Tom Carnese [...] Pero simplemente reinstaurando un logotipo de 30 años de antigüedad no sería suficiente. *Saks* estaba feliz de hacer hincapié en su legado pero tenía aún más ganas de señalar que estaba mirando al futuro, un lugar de constante cambio y sorpresa con una atención constante a la calidad. En nuestras primeras sesiones creativas en *Saks*, reunimos mucha inspiración visual [...]. Estábamos emocionados cuando finalmente dimos con la solución. Tomamos el logo en cursiva, lo redibujamos con la ayuda del diseñador de la fuente Joe Finnochiaro y lo situamos en un cuadrado negro. Después subdividimos ese cuadrado en una retícula de 64 cuadrados más pequeños.

Los 64 cuadrados pueden ser combinados y girados para formar un número casi infinito de variaciones. Curiosos acerca de cuánto podría ser, consultamos a un amigo físico graduado en Yale. El calculó que el

número de combinaciones posibles se acerca a los 100 googoles (un googol es un 1 seguido de 100 ceros) y muchas veces el número de electrones conocidos en el universo [...].

La ventaja del programa, implementado en blanco y negro como es que crea una imagen consistente y reconocible sin ser igual. Los elementos del logo se usarán en señalética, correo postal y publicidad. Lo más importante es que hay cerca de cuarenta embalajes diferentes en el programa, desde cajas de joyas a cajas de sombreros y cuatro tamaños de bolsas de la compra. En el nuevo programa no hay dos iguales, sin embargo, todos están relacionados. Nuestro deseo es que todos ellos se asocien con el estilo de Saks Fifth Avenue en la mente de los clientes.



Slicing the logo
=



2008,
 “Heimat“,
 Stefan Adlich

Fuente: http://www.adlich.de/projekte_heimat1.html
 [Consulta: 9 enero 2013]

“Heimat” —hogar en alemán— fue el título de una exposición de artes visuales y diseño de interiores en el Burg Giebichenstein. Las intervenciones artísticas tenían lugar en el edificio “Werkleitz” en el Schleifweg en Halle, Alemania. Los estudiantes del Departamento de Diseño de Interiores trabajaron a partir del tema “museu contemporáneo del hogar”.

Se produjeron una maqueta y un folleto con explicaciones, diseño de los muebles de la exposición —en cooperación con Wolfgang Kreser — y un catálogo del proyecto. Los carteles de la exposición fueron serigrafiados encima de antiguos carteles y fueron premiados en el concurso “los 100 mejores carteles del año de Alemania, Austria y Suiza”.



2008,
Museum of Arts and Design,
Pentagram

Fuente: <http://new.pentagram.com/2008/09/new-work-museum-of-arts-and-de/>
[Consulta: 9 enero 2013]

El *Museum of Arts and Design* de Nueva York reabrió sus puertas en el año 2008. Se le hizo un lavado de cara al edificio (*Allied Works Architecture*) y se diseñó una nueva identidad corporativa (Michael Bierut y Lisa Strausfeld). Se trata de una institución multidisciplinar que ofrece arte, educación y práctica. En él exponen artistas de talento que trabajan con las manos y la mente y se pueden encontrar cerámicas, vajillas y mobiliario diverso.

El logotipo y la identidad son flexibles y pretenden reflejar los valores del museo (ingenioso y sorprendente. “Después de todo, el museo está dedicado a artistas que toman formas típicas, como vasijas o sillas, y las transforman una y otra vez”).

Formalmente el logotipo está construido a partir de círculos y cuadrados, una referencia a la ubicación del edificio en una de las rotondas más conocidas de Nueva York —*Columbus Circle*—. También hacen referencia de forma sutil a las columnas en forma de piruleta visibles a través de la fachada. Además se diseñó un alfabeto entero —*Mad Face*— a partir de las 3 letras del logotipo y se usó selectivamente en materiales y soportes de comunicación.

Mad Face es una tipografía monoespaciada de 1 solo peso y sin letras minúsculas. Su estructura es geométrica (basada en círculos y cuadrados), presenta una reducción / eliminación de las contraformas y una interletra e interletra mínimas.

Como tipografía secundaria se utiliza Futura.





2008,
Stedelijk Museum Competition,
Lust

Fuente: Étienne Hervy, *Étapes, diseño y cultura visual*. nº9. Gustavo Gili S.L. 2008

El estudio Lust fusiona el diseño gráfico y el diseño interactivo integrando la programación y los procesos generativos en sus respuestas.

Su propuesta organizaba la identidad y la expresión del Stedelijk en torno a un metalenguaje dinámico que recreaba la visión del programa y las actividades del centro desde una perspectiva espacio-temporal. Esta escritura —en forma de roseta— permitía anunciar en un lugar central los acontecimientos próximos mientras que los ya celebrados se desplazaban hacia los bordes.

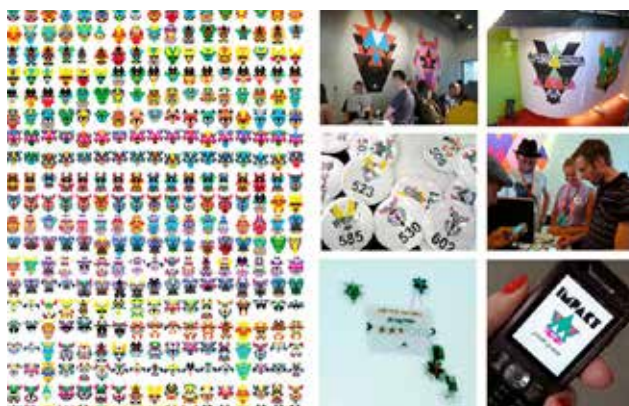
El sistema se modificaba según los usos: podía aparecer, por ejemplo, en señales direccionales dentro del museo y en la ciudad. Por otra parte, el programa conformaba la identidad del lugar, y cada actividad debía encontrarse en su propio contexto. De este modo, la comunicación tenía en cuenta los procesos relativos a las distancias: el programa semanal se distribuía sólo en Ámsterdam y los que abarcaban periodos más largos lo hacían en un radio más amplio, regional y nacional.



2008,
Impakt Festival,
Lava

Fuente: <http://www.lava.nl/projects/view/294/Impakt-Festival-2008/english/>
[Consulta: 9 enero 2013]

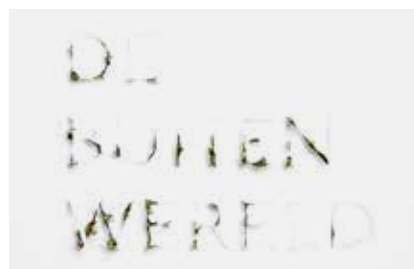
El *Impakt Festival Contemporary Media* es un festival anual de arte y música experimental. El tema de 2008 fue “política y fronteras sociales en la sociedad 2.0” y Lava desarrolló su identidad visual. En vez de un logo convencional, se creó un mundo visual de *alter egos* de la propia comunidad *Impakt*. A cada visitante y artista se le daba un avatar *Impakt* único. Para las películas, folletos y carteles se usaron imágenes gratuitas de internet y se puso una máscara *Impakt* sobre ellas, mostrando las fronteras entre lo privado y lo público. Durante el festival los visitantes pudieron “valorar” a los demás con teléfonos móviles, como una comunidad viva. Los visitantes se enfrentaron a estos datos de una manera lúdica e interactiva.



2008,
De Buitenwereld,
Edhv

Fuente: Van Nes (2012), p.157
<https://vimeo.com/2266687> [Consulta: 9 enero 2013]

De Buitenwereld —The Outer World— es un restaurante en mitad de la naturaleza, al sur de los Países Bajos. Para su identidad, Edhv dejó que los rábanos, la hierba y la albahaca crecieran a través del papel. La tipografía fue editada y toquelada en el papel previamente para que las plantas encontraran el camino hacia la luz, haciendo crecer literalmente una identidad corporativa.

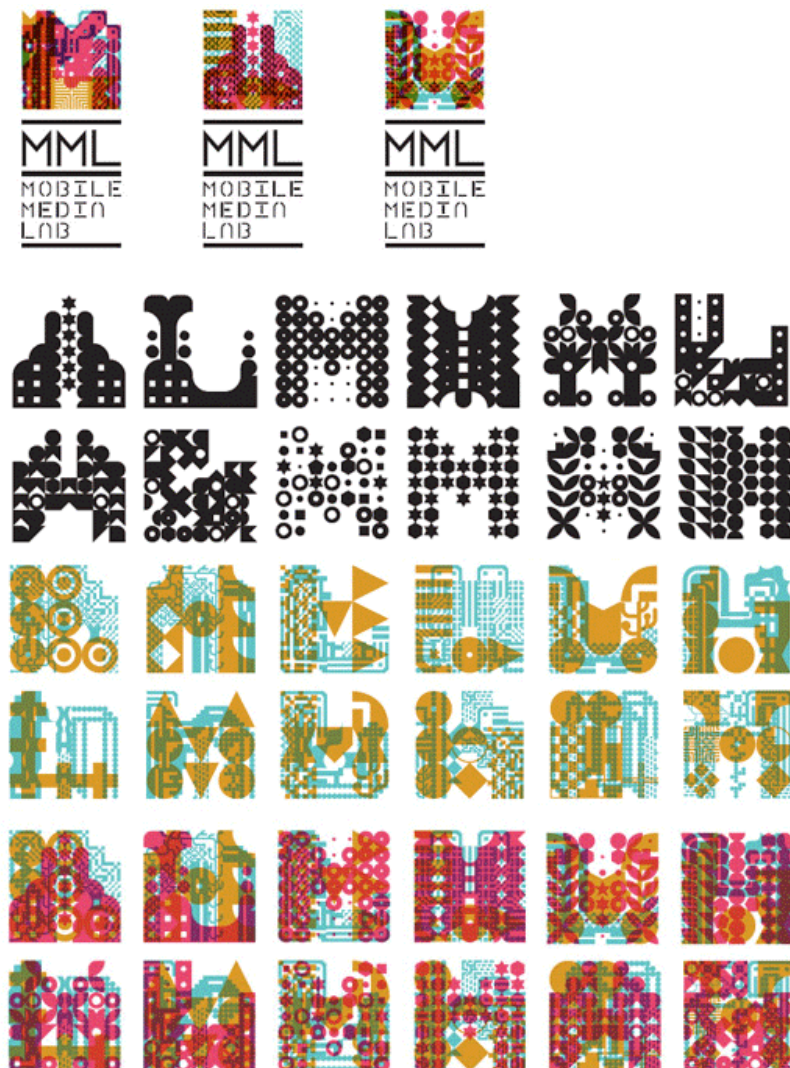


Fuente: <http://www.mobilemedialab.ca/project.php?id=32>
[Consulta: 9 enero 2013]

Feed y Pixel Circus de Montreal colaboraron en una nueva identidad y página web para el MML. Según los diseñadores de Feed: “para la identidad del MML queríamos desarrollar un sistema que fuera modular, móvil y escalable que pudiera ser usado en un rango de aplicaciones incluyendo tarjetas, pegatinas, sellos de goma, cinta de embalaje y página web”.

Para desarrollar la identidad los diseñadores de Feed trabajaron con dos aplicaciones de código abierto, *Scriptographer* y *Fontstruct* para crear más de 60 símbolos que sugerían placas de circuitos, mapas, edificios y una ciudad. Estos símbolos pueden ser usados independientemente o en capas uno sobre otro para crear una identidad de MML que está cambiando constantemente y que muta con el tiempo.

Los símbolos también pueden ser combinados con un logotipo personalizado o utilizados junto con MML Mono, una tipografía diseñada exclusivamente para el laboratorio.



2008,
Gumbo TV,
Mind Design

Fuente: Van Nes (2012), p.76

Gumbo TV es una página web iniciativa del artista de animación infantil Paul Pethick. Su ambición era hacer que el *site* se convirtiera en un escaparate para diversos artistas y creadores y, al mismo tiempo, un hogar para muchos personajes de dibujos animados.

Mind Design diseñó la identidad y la web. Las letras del logotipo cambian aleatoriamente, variando el tipo de letra y el color. La página web —www.gumbo.tv— cuenta con una navegación poco común que abre todo el contenido de una sección al mismo tiempo, reflejando la elaboración del logo.

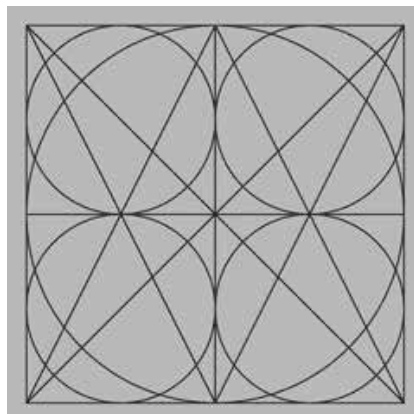


Fuente: <http://www.twopoints.net/es/project/banjo-music>
[Consulta: 12 enero 2013]

Banjo Music crea música para anuncios de publicidad, cine y televisión. Cada pieza de música está hecha exclusivamente para cada proyecto concreto, como un traje a medida. Banjo Music tiene que ser muy flexible en lo que se refiere a la creación de estilos musicales y eso se tenía que reflejar en su identidad visual corporativa. Al mismo tiempo también necesitaban un sistema visual potente que garantizara el reconocimiento de la marca.

Two Points diseñó un sistema flexible que crea un lenguaje visual homogénea que es a la vez capaz de acomodar y adaptarse a una gran variedad de aplicaciones. La rejilla, de la cual derivamos los elementos básicos del sistema visual, se basa en la construcción de la la Capitalis romana del año 600 aC.

Two Points jugó con un diseño sinónimo de notación musical: un sistema que podía ser tan simple como una sola nota, o tan complejo como una sinfonía.



Mevis & Van Deursen basaron su presentación en la idea de que un museo crea un marco para el arte y que el arte atraviesa límites. Este marco se visualizó simplemente utilizando cuatro líneas. Las variaciones sobre el marco / bastidor fueron líneas de puntos o intermitentes, inclinaciones, variaciones de color y otros esquemas dibujados, a veces, manualmente. La tipografía utilizada fue Franklin Gothic compuesta siempre en caja baja.



2008, Stedelijk Museum Competition, Irma Boom

Fuente: Étiene Hervy, *Étapes, diseño y cultura visual*. nº9. Gustavo Gili S.L. 2008

Irma Boom presentó su propuesta anunciando que “el valor de la marca del actual museo se transformó hace tiempo en un lenguaje dinámico y contemporáneo”, y elige en consecuencia una sucinta expresión “Stedelijk”, para identificar el museo no con un logotipo sino con un “signo textual”, caracterizado por el interlineado reducido. Dicho signo podía relacionarse a voluntad: desde una sola palabra a una frase completa.

El bloque de texto resultante se desliza por ambas caras de los elementos de papelería, se compone así mismo, letra a letra, en letreros dinámicos o cambia de tamaño de acuerdo con las palabras más importantes que lo constituyen, en la primera línea de las cuales figuran los nombres de los artistas expuestos. Como resultado, la identidad tipográfica actúa como una modulación de la voz.

Algunos “signos cromáticos” actúan como complemento de los textuales. Un sistema de pixelado asigna un color a cada artista y, juntos, estos tonos crean el ADN pictórico de la colección del museo.



Fuente: *The Style of the Stedelijk*, Frederike Huygen, Lex Reitsma, nai010 uitgevers / publishers, Amsterdam, 2012, p.138

El *Atelier de Création Graphique* escogió la luz y el blanco de San-
dberg como puntos de partida. Un símbolo/halo que significa el
Stedelijk, se repite en todas partes y representa el “aura” del museo
la voluntad del museo y “el círculo” de los amantes del arte. *Atelier
de Création Graphique* propone utilizar el tipo de letra Verdana.

El concepto principal fue la proyección de fotografías superposi-
ción, campos de color y texto en todas las formas imaginables, por
lo que cada pieza de material impresa se convertía en una pantalla
de proyección con varias capas. Tres filtros de color —rojo, verde y
azul— en conjunto creaban blanco.



Fuente: Van Nes (2012), p.40³

En diciembre de 2009, el proveedor de servicios de internet AOL se deshizo de su empresa matriz, Time Warner. La marca AOL se había convertido en sinónimo de acceso a internet, así que AOL acudió a Wolff Olins para que le ayudara a cambiar las percepciones en torno a su negocio actual. La nueva misión del reciente director ejecutivo Tim Armstrong reflejaba esta estrategia: informar, entretener y conectar el mundo, no con más de lo mismo sino con contenidos extraordinarios. AOL trabaja con los mejores periodistas, artistas y músicos para crear un 80% de contenidos originales.

El *briefing* dado a Wolff Olins era para ayudar a hacer de AOL una empresa de comunicación del siglo XXI. Para su salida a bolsa, la primera tarea de Wolff Olins fue crear una identidad de marca con visión de futuro que reflejara la importancia de la creatividad y originalidad.

Como AOL es contenido, tenía sentido inventar una identidad que hiciera de plataforma para contenidos, siendo el contenido arte de todo el mundo. En AOLartists.com, las obras se exponen a nivel mundial. La obra que hay tras la marca se selecciona de la base de datos resultante. El sitio permite a los visitantes descubrir y explorar los trabajos de ilustradores, videoartistas, directores de cine, pintores, fotógrafos y escultores. Si te gusta una pieza concreta, puedes seleccionarla para que sea la obra tras la marca AOL.



Fuente: Van Nes (2012), p.187

El FRAC Centre es el Fondo Regional de Arte Contemporáneo en Orléans, Francia. Se trata de un centro que está a la vanguardia de la innovación y experimentación, dedicado al arte y a la arquitectura. Atelier Muesli ganó el concurso para crear su nueva identidad. En colaboración con Julie Rousset, crearon una identidad innovadora y experimental, que lamentablemente se canceló en el último minuto.

Los diseñadores propusieron una identidad generativa vinculada a datos en tiempo real a través de enlaces RSS. La propuesta fue que los *feeds* estuvieran enlazados a dos tipos de datos diferentes: uno estrechamente relacionado con el FRAC —p. ej. número de visitantes, número de obras de arte en la colección actual o presupuesto— y el otro relacionado con el entorno de la actividad de la fundación —p. ej. la cita *Artprice*, la evolución de CAC 40, el número de habitantes de Orléans o las horas de luz del día—. Al conectar la identidad a estos parámetros se crea la posibilidad de adaptarla constantemente al estado de la fundación y su entorno.

Además, una tipografía personalizada basada en News Gothic refuerza el carácter reconocible del FRAC. Cada letra lleva un pedazo de paisaje gráfico basado en una interpretación gráfica de arquitectura experimental de la colección del FRAC. El resultado crea un paisaje en constante cambio que proporciona imágenes para su uso en las comunicaciones del FRAC.

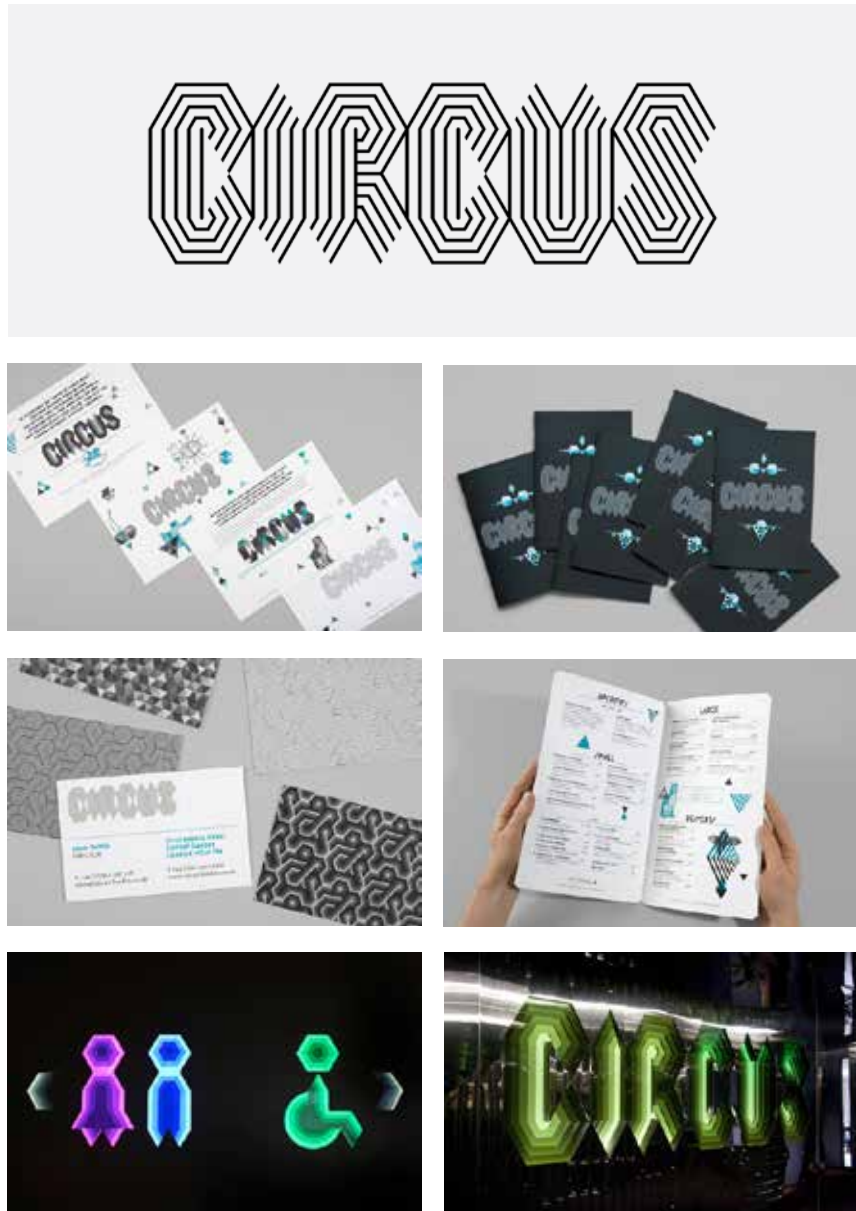




Fuente: Van Nes (2012), p.74

Circus es un club y restaurante que programa *burlesque* y performances. El interior del club cuenta con muchos espejos, lo que inspiró a Mind Design a crear una identidad basada en la forma de un caleidoscopio. La forma del contorno y construcción básica del logotipo siempre se mantiene fija, mientras que el interior cambia dependiendo de su aplicación. El tema *burlesque* se refleja en el uso de imágenes influidas por el Surrealismo, Art Deco, Alicia en el País de las Maravillas, animales y las escaleras que llevan a una gran mesa que funciona como escenario.

La identidad fue incorporada al interiorismo con una versión en tres dimensiones del logotipo construido a partir de diferentes capas de metacrilato, puesto en una pared e iluminado desde atrás con colores cambiantes.



2009,
de Balie,
Lava

Fuente: Van Nes (2012), p.120

De Balie es un centro público en el que tienen lugar debates, seminarios, obras de teatro y películas sobre temas de actualidad cultural, política y social. De Balie pidió a Lava que desarrollara su identidad, manteniendo su tipografía. El objetivo del rediseño era posicionar a De Balie como un lugar de encuentro político y cultural y añadir un tono más “fresco” a la imagen demasiado seria del centro.

De Balie aborda temas importantes en la sociedad. Lava tomó esto como punto de partida y lo tradujo en una identidad en la que De Balie subraya literalmente los temas importantes. Se diseñó un estilo único de subrayado para cada tema, relacionado con el contenido. Esto asegura una variedad de imágenes dinámicas, mientras crea una identidad coherente y reconocible.



2009,
Republique Theatre,
Scandinavian DesignLab

Fuente: <http://www.scandinaviandesignlab.com/en/cases/republique-theatre-s1>
[Consulta: 9 enero 2013]

El encargo consistía en construir una identidad que coincidiera con la visión del nuevo teatro danés con sede en Copenhague. Según **Scandinavian DesignLab**: “republique Theatre es un teatro internacional, que tiende un puente entre poderosas historias del teatro clásico y la expresión provocativa e innovadora del teatro físico”.

Otro requisito importante era crear un concepto visual para los carteles notorio y sencillo que expresara la visión y anunciara las representaciones individuales y, que al mismo tiempo, llamara la atención.

Se tomó la decisión de crear una serie de carteles de apoyo a los carteles para las actuaciones individuales expresando la visión del teatro. Para cada actuación los dos tipos de carteles se colocan uno junto al otro.

En la identidad predomina el uso del círculo. Éste simboliza una comunidad de valores compartidos a través de la nacionalidad, género y edad y sirve como recordatorio de el público está en el centro de todo lo que Republique hace.

El uso del cobre como color corporativo está inspirado en los tejados cobrizos de Copenhague. El rosa fluorescente se eligió para la primera temporada para crear una sinergia visual potente entre los carteles de imagen y los carteles para las actuaciones individuales.

Para asegurar un claro reconocimiento del teatro, el círculo aparece en todos los carteles al mismo tamaño y en el mismo lugar, pero permite un cambio constante en la expresión artística de una temporada a otra. El universo de la marca permite al teatro expresar su visión en la presentación de cada obra, de manera que cada historia pasa a formar parte de una historia más grande que es la de Republique.



Fuente: Van Nes (2012), p.34

Oerol es un festival de diez días de duración al aire libre que se celebró por primera vez en 1982. Durante los últimos treinta años, el festival de teatro y música celebrado en la isla holandesa de Terschelling se ha convertido en un evento de renombre internacional que atrae a más de 55.000 visitantes cada año.

En 2009 se le asignó a Dietwee hacer la identidad visual del festival para los años siguientes. Como herramienta para desarrollar la identidad con más fuerza, Dietwee desarrolló un nuevo logotipo sólido que podía usarse libremente por los trabajadores del festival como una plantilla, un sello o un contorno, tanto en forma impresa como en objetos tridimensionales.

El nuevo logo se podía adaptar fácilmente cada año al nuevo tema del festival. Así, por ejemplo, cuando el tema fue “La hierba entre la madera”, la identidad visual enseñaba unas planchas de madera con el logo serrado que caían sobre la hierba. En “El sonido de una isla” el logotipo se deformaba por ondas sonoras. El resto de aplicaciones de la campaña se desarrollaban según estos criterios. La tipografía negrita junto con la forma característica del logo hacía a la identidad visual consistente y fácil de reconocer.

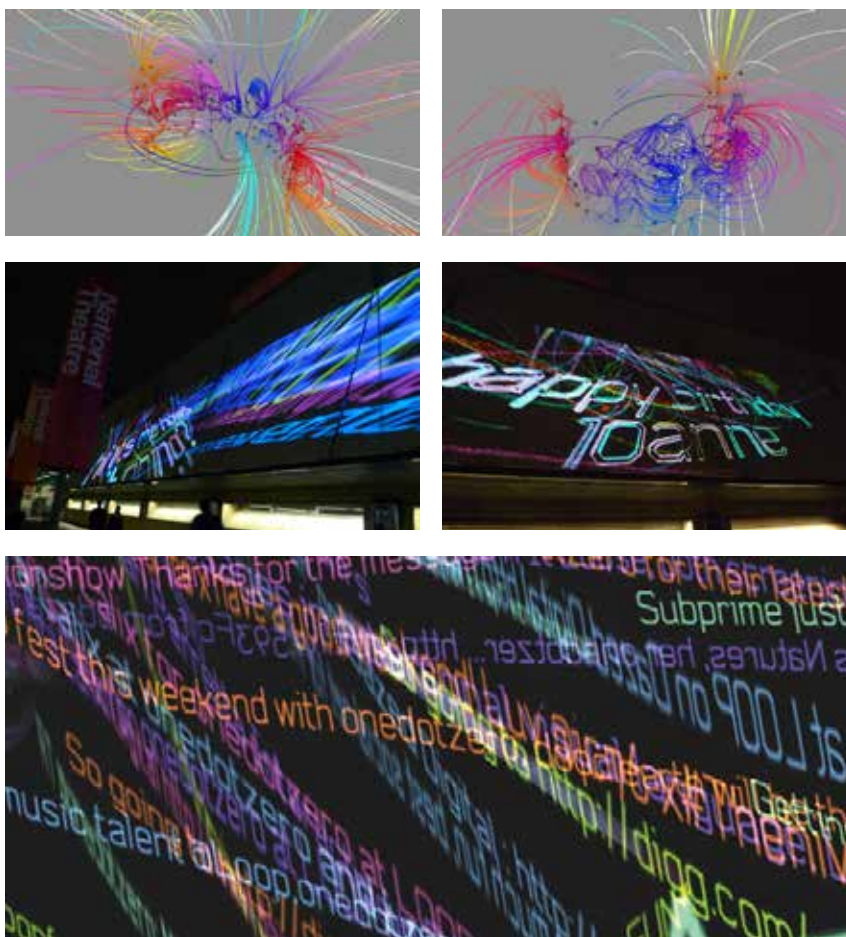


Fuente: Van Nes (2012), p.173

Onedotzero es una organización de imagen en movimiento y artes digitales con sede en Londres que promueve la innovación. Incluye un festival anual y la puesta en marcha y producción de arte digital e interactivo de vanguardia.

Wieden+Kennedy se inspiró en el tema del festival de ese año — Converge and Collaboration— para aprovechar la cantidad de fans de Onedotzero y las conversaciones online constantes para crear la identidad. Trabajando con el programador Karsten Schmidt, crearon una pieza única de software generativo, que rastreaba conversaciones online sobre Onedotzero de blogs, Twitter, Flickr, Vimeo y Facebook. Estas palabras y opiniones fueron canalizadas a través de hilos de colores que se movían a través de recorridos invisibles que finalmente generaban una actualización constante de la identidad de Onedotzero. La aplicación “se puso en pausa” para crear carteles del festival y se grabó para las identidades del festival y los *trailers* de las películas.

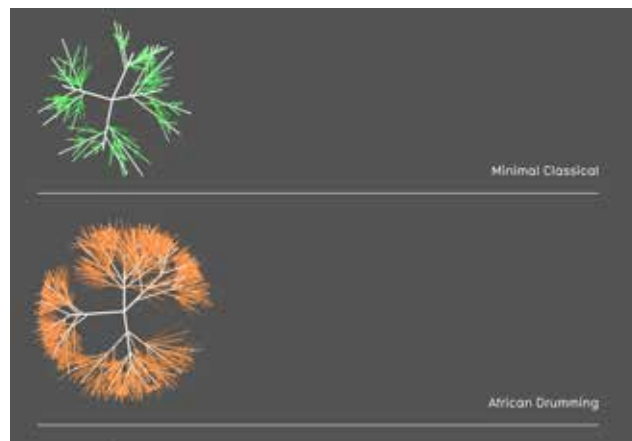
Para el lanzamiento del festival 2009, la agencia también creó una instalación interactiva de 50 metros. El público podía cambiar y alterar la identidad y ver su propio mensaje formado por una conversación online constante.



Fuente: Van Nes (2012), p.180
<https://vimeo.com/2753538> [Consulta: 18 diciembre 2012]

Seconde Nature es una empresa de eventos musicales contemporáneos con sede en la Fondation Vasarely en Aix-en-Provence, Francia. Para Seconde Nature, Universal Everything creó una identidad sensible, que reacciona al sonido. Se programó un generador que creaba un árbol en crecimiento de acuerdo a la intensidad de la música. El árbol crece en respuesta a una pieza de música elegida para representar un evento musical: clásica, rock, electrónica, etc. El sistema reactivo crea respuestas visuales de acuerdo a la intensidad de la música.

Por lo tanto, toda la intensidad surge de la música, los árboles forman una biblioteca de gráficos en constante expansión para crear los materiales de la identidad.



2009, Pantone Hotel, Base

Fuente: <http://www.basenow.net/2010/05/23/the-pantone-hotel-opens-in-brussels/>
[Consulta: 12 enero 2013]

El logotipo y la identidad para el Hotel Pantone se basa en el logotipo actual de Pantone y hace referencia a las icónicas muestras.

Al plantear la identidad se evitó una aplicación superficial del “look Pantone” a través del concepto de marca “vive en color, sueña en color” destinado a impregnar toda la experiencia del nuevo hotel. La identidad se aplicó en la señalética en los ambientes del hotel, la web y los materiales impresos.



Fuente: Van Nes (2012), p.109

Al convertirse en la Universidad de Ciencias Aplicadas que ofrece la gama más amplia de cursos de cualquier institución educativa de su tipo en los Países Bajos, NHL quería una identidad que reflejara su valor fundamental: la diversidad.

El nuevo edificio al que se mudó NHL sirvió de inspiración a la agencia de diseño Koeweiden Postma. No parecía un edificio académico tradicional ni en su aspecto ni en su forma. El edificio contaba con espacios de trabajo flexibles y una estructura diseñada para promover tanto como fuera posible la interacción entre estudiantes y personal de cursos diferentes. En las reuniones con Koeweiden Postma, NHL constantemente expresó su preferencia por aquello a lo que se referían como “caos orquestado”. NHL es iconoclasta y difícil de encasillar y proclama que “La Ciencia no es azul y el Arte no es rojo”. Por lo tanto, Koeweiden Postma creó una identidad dinámica, basada en una gran cantidad de colores y tipografías de las que cada facultad selecciona una nueva identidad cada año.



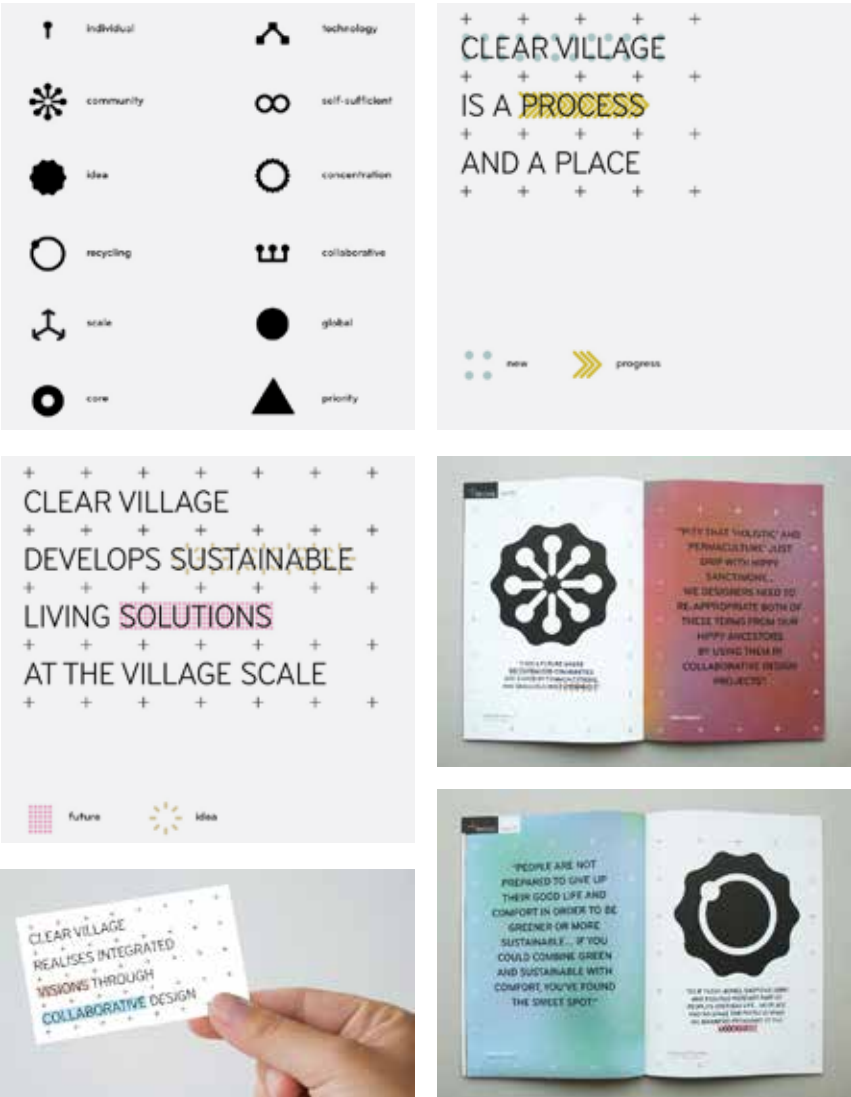
2009,
Clear Village,
Lava

Fuente: <http://www.lava.nl/new/projects/view/52/Clear-Village/english/>
[Consulta: 12 enero 2013]

Clear village es una iniciativa internacional para desarrollar una comunidad para combatir el cambio climático neutral en la zona del mar Mediterráneo. La fundación desarrolla soluciones globales juntando a profesionales de diferentes disciplinas.

La fundación Clear Village pidió a Lava que diseñara una identidad que no sólo diera rostro a este proyecto innovador sino que también se convirtiera en una parte integrante de la manera de trabajar colaborativa. Lava desarrolló una identidad abierta —*open brand identity*— que visualizaba las temáticas y maneras de trabajar de Clear Village.

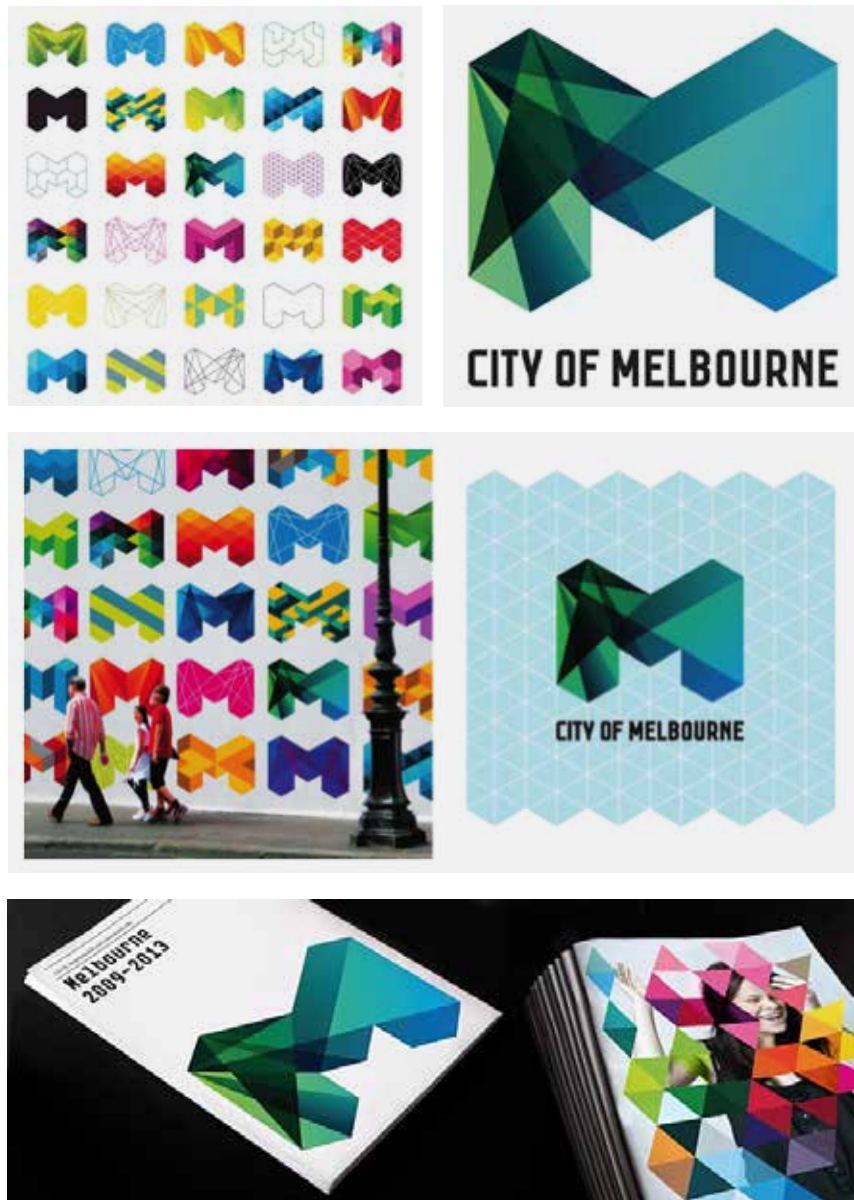
Con este lenguaje, las sesiones creativas internas se agilizaban y las comunicaciones externas daban forma a la marca Clear Village. La identidad se construye para crecer junto a la aldea del futuro.



Van Nes (2012), p.14

Melbourne es una ciudad dinámica, progresiva, internacionalmente reconocida por su diversidad, innovación, sostenibilidad y habitabilidad. Con su creciente oferta de diferentes iniciativas, programas, servicios, eventos y actividades, el ayuntamiento de Melbourne necesitaba unir varios aspectos de la identidad de la ciudad.

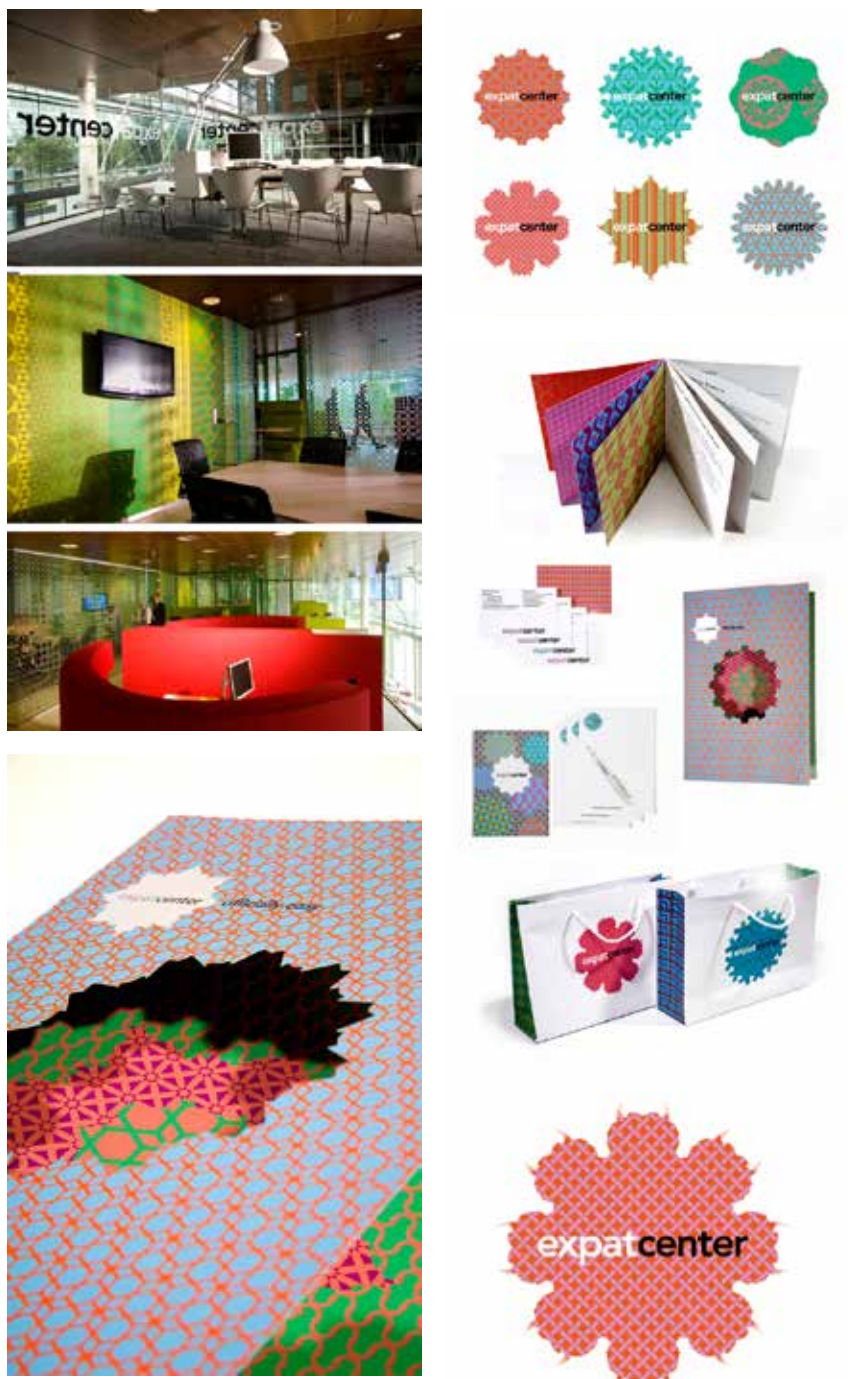
El elemento principal de la nueva identidad es una “M” sólida que funciona como contenedor de texturas e imágenes. Esta “M” es fácilmente reconocible y tan polifacética como la ciudad en sí misma: creativa, cultural, sostenible, diversa y a la vez personal.



2009,
ExpatCenter,
Fabrique & Silo

<http://www.behance.net/gallery/Expatcenter-Corporate-Identity/608805>
[Consulta: 12 enero 2013]

La hospitalidad y la diversidad son los puntos de partida de una identidad corporativa que Silo ha desarrollado en cooperación con Fabrique para el *Expatcenter*. La identidad corporativa muestra que la *Expatcenter* está dirigida a una gran diversidad de personas, culturas y orígenes. El uso del color y los diferentes patrones hacen referencia a los muchos rincones de la tierra de los que proceden los emigrantes. Al cambiar los patrones, formas y colores, se crea un lenguaje de formas flexibles y multicolor que cambia constantemente, de la misma manera que el *Expatcenter* está formado por las personas que vienen, se quedan y luego se van.



Fuente: *Dynamic Identities* p.86

Tess Management es una agencia de modelos con sede en Londres. Tess representa internacionalmente a top models como Naomi Campbell y Erin O'Connor en Reino Unido.

La identidad utiliza distintas variaciones del logo basándose en un sistema modular de inspiración *Art Déco*. Los mismos elementos ornamentales y decorativos se usan como marcos en varias aplicaciones impresas y en la web, superponiéndose a imágenes de las modelos.

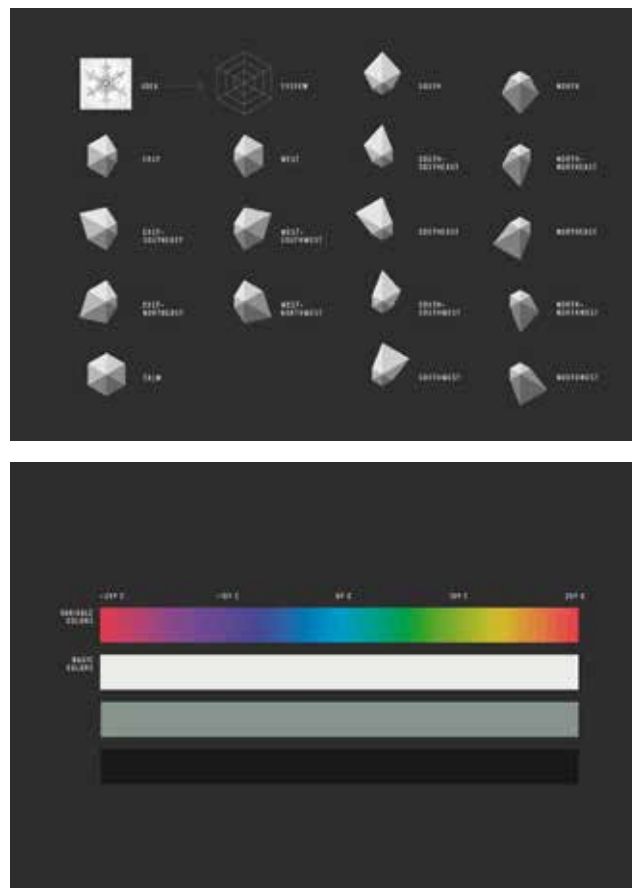


Fuente: Van Nes (2012), p.190

La península de Nordkyn es la parte más alejada de Europa y acoge dos municipios —Gamvik y Lebesby— en el condado de Finnmark, Noruega. Los dos municipios desarrollaron una estrategia de marketing conjunta para su inversión en turismo llamada “Visita Nordkyn”.

El magnífico paisaje de Nordkyn ofrece experiencias exóticas al aire libre en un clima ártico con increíbles condiciones meteorológicas. Al estudio Neue Design se le encomendó la tarea de unir a los dos municipios y promoverlos como destino turístico. La identidad visual se basa en dos principios fundamentales: la recompensa del nuevo desarrollo “Donde reina la Naturaleza” y las estadísticas del tiempo del Instituto Meteorológico Noruego. Las estadísticas meteorológicas afectan al logo, provocando que cambie cuando la dirección del viento o la temperatura cambian. En la web, el logo se actualiza cada cinco minutos. Neue desarrolló un generador de logos y en *visitnordkyn.com* se pueden descargar logos de acuerdo a las condiciones climáticas exactas de ese momento.

Nordkyn es un lugar de verdad donde manda la naturaleza, incluso sobre su identidad visual.





Fuente: Van Nes (2012), p.18

La *Art Collection Fund* es un fondo de inversión que ofrece a los inversores la oportunidad de invertir en obras de arte de calidad excepcional. Creando una nueva identidad, la fundación quería atraer y convencer a inversores potenciales y otra gente que opera en el mercado del arte. Acudieron al estudio Base para crear estrategias de comunicación que fueran directas —presentaciones a los inversores, familias, etcétera— e indirectas —páginas web, publicaciones, etcétera.

Base creó un símbolo basado en la letra “A” mayúscula de la palabra Arte. La “A” hace de contenedor para el arte y puede cambiar de color, forma y contenido para adaptarse a diferentes colecciones. En la papelería la “A” está vacía mientras que en las demás aplicaciones se muestra la “A” rellena de acuerdo a su contenido.



A group of elements
which form a collection.
United but all different.



An African mask



A chair by Harry Bertola



A logo changing in color, form and content.
It can be a picture, an animation, an object...



Fuente: <http://new.pentagram.com/2010/08/new-work-southeastern-center-f/>
[Consulta: 12 enero 2013]

SECCA, el Centro de Arte Contemporáneo en Winston-Salem —Carolina del Norte— reabrió este verano después de una extensa renovación. No sólo el edificio fue renovado y mejorado; la identidad de la institución fue completamente rediseñada por Luke Hayman y su equipo.

El SECCA está comprometido con mostrar arte contemporáneo a una audiencia local, nacional e internacional. Como institución sin ánimo de coleccionar, el SECCA presta especial atención a su espacio, siempre evolucionando y cambiando con cada exposición o producción. *'Flux'* (flujo) se convirtió en una palabra clave durante las exploraciones de diseño

La identidad definitiva transmite un flujo continuo: el logotipo se mueve y fluctúa literalmente, haciéndose eco del constante cambio en las galerías del SECCA y los programas comunes.

Una visita a la página web de la organización —www.secca.org— ilustra la fluidez del nuevo logotipo, pero el material impreso también captura su movimiento. Aunque la presentación es estática, el logotipo transmite el movimiento constante de la marca animada apareciendo en diferentes configuraciones en cada aplicación. Estas imágenes variadas dotan a la marca de movimiento a través de la papelería, materiales adicionales, banners y señalética. Las fuentes utilizadas para la identidad son de la familia Monotype Grotesque.

La paleta de color, que emplea una rica gama de verdes, refleja los árboles y la exuberante vegetación que rodea el centro. En un giro excitante e inusual, el arquitecto utilizó la paleta de la identidad para aplicar color al edificio, un hecho poco común del proceso habitual donde el diseño gráfico se inspira en la arquitectura. Los nuevos colores y llamativos aparecen en toda la fachada del edificio. A lo largo del proyecto el equipo de diseño trabajó en estrecha colaboración con el director de SECCA Mark Leach y el comisario Steven Matijcio. La señalética del edificio fue diseñada por Elliot Strunk de Fifth Letter desde unas directrices básicas de Pentagram.

S E C C A

S CCA S CCA

S CCA S CCA



Fuente: <http://www.dezeen.com/2010/03/26/debug-by-edhv/>
[Consulta: 12 enero 2013]

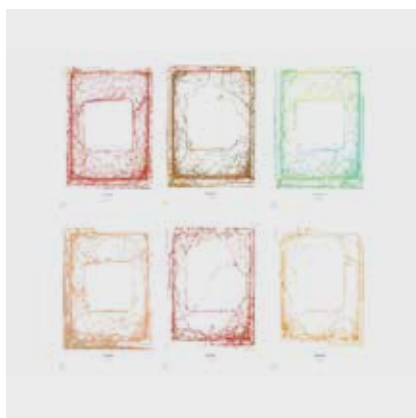
Los diseñadores de Eindhoven Edhv han creado una serie de carteles rastreando movimientos de insectos.

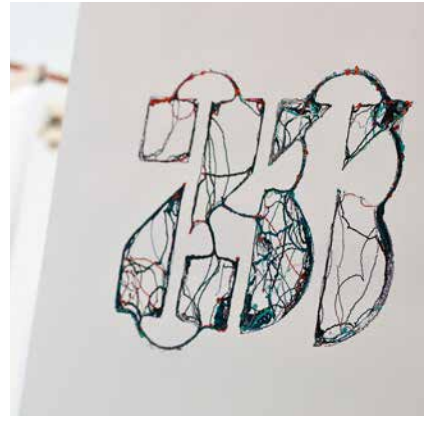
La obra —llamada *Debug*— es producida por una máquina experimental que utiliza un *software* de seguimiento para mapear los patrones de movimiento de los insectos tales como grillos y cochinillas, y traducirlos en gráficos. Los insectos se mueven en patrones diferentes en función de su especie, el tipo de ambiente en el que se encuentran y los objetos colocados en su camino.

En 2010 Edhv estaba desarrollando su visión sobre las identidades orgánicas y reactivas:

Para la exposición *Bits n' Pieces en Material Connexion* en Nueva York, hemos construido una máquina experimental que imprime ilustraciones con la ayuda de insectos. Cada especie de insecto tiene su propio comportamiento que está influenciado por su entorno. Por ejemplo: las condiciones de iluminación y los obstáculos en su camino. Esto significa que todas las especies recorren diferentes rutas y caminos, de acuerdo a su tamaño, instinto, capacidades, etc.

La máquina de Edhv estará traduciendo estos movimientos específicos de las especies a gráficos que después serán impresos como carteles. Cada uno de ellos es único. Algunos carteles están hechos por cochinillas, otros por grillos. Según Edhv: “usamos software de rastreo y secuencias de comandos para mapear los patrones que hacen al caminar estas pequeñas criaturas. La complejidad del movimiento conduce a resultados sorprendentes”.





2010,
La Transat AG2R LA MONDIALE,
Studio Dumbar

Fuente: <http://studiodumbar.com/work/ag2r-la-mondiale-le-transat>
[Consulta: 15 enero 2013]

En 2009, las compañías de seguros francesas AG2R y *La Mondiale* se fusionaron para formar AG2R *La Mondiale*. Para distinguir ALM de sus competidores se evitaron los clichés asociados con la gráfica del sector financiero creando una identidad claramente moderna y accesible. El resultado fue un programa de diseño que revitalizó el paisaje visual de una industria que a menudo carece de “branding inspirador”.

Impulsado por un logo simple pero icónico, una tipografía expresiva, una fotografía atractiva y una paleta de color versátil y vibrante, la identidad transmite autoridad con un tono cálido y alegre. La aplicación se hizo sobre una amplio abanico de soportes —folletos, página web, intranet, *motion graphics*, exteriores, interiores y señalética de las oficinas.



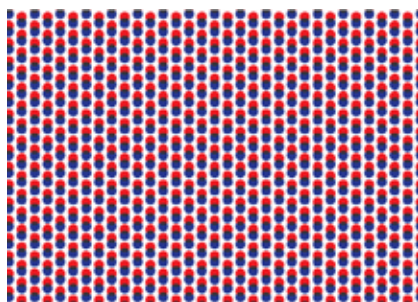


2010,
Nam Pak Cultural Day,
TGIF

Fuente: Van Nes (2012), p.84

Conservancy Association Centre for Heritage es una ONG sin ánimo de lucro que promueve la conservación de la cultura, patrimonio e historia de Hong Kong. Fomenta la conciencia pública sobre la conservación de la cultura y el patrimonio a través de varias actividades para escuelas, institutos de educación y los habitantes de Hong Kong.

TGIF fue invitado a diseñar una identidad visual para un evento de un día en el que se mostraba la artesanía tradicional China. Se eligieron dos colores fuertes para representar las partes Norte y Sur de la China continental. Los elementos tipográficos y gráficos adoptaron colores que reflejaban el encuentro entre esas dos culturas. Se crearon tipografías para el inglés y el chino para enfatizar la singularidad de la identidad. El sistema fue muy utilizado en todo el material promocional, incluyendo folletos, pegatinas, banners y el escenario donde tuvo lugar.



Fuente: Van Nes (2012), p.130

La *Design Academy Eindhoven* (DAE) es una de las escuelas de diseño más importantes del mundo. Una letra abstracta “E”, de Eindhoven, es central en el rediseño de The Stone Twins. El logo-tipo ofrece un marco para las infinitas repeticiones del nombre de la escuela, creadas en su mayoría por los mismos estudiantes y profesores. Al escribir a mano las palabras ‘*Design Academy Eindhoven*’ dentro de las tres barras crea opciones para permutaciones ilimitadas del logo. Además, se invita a los usuarios a apropiarse y personalizar la marca mediante el empleo de distintos mensajes o eslógans (p. ej. *Dream Academy Eindhoven*, *Kiss The Future*, *Everything Must Go*). Como un híbrido de enfoques estáticos y dinámicos a la identidad, la expresión real de la marca ocurrirá en la aplicación atractiva y creativa.

Esta implementación creativa se ve reforzada por una serie de vídeos de introducción peculiares donde se entrevistó a los transeúntes acerca del significado del logo. Las respuestas en holandés son sencillas, mientras que los subtítulos en inglés describen con picardía el nuevo sistema en una jerga grandilocuente. Como dice una mujer: “creo que parece una ventana”, y el subtítulo dice: “la pieza central de una arquitectura de marca única”. El espíritu de los vídeos y la personalización del logo DAE aligera la sensación institucional de la academia y refleja su naturaleza integradora, progresista y dinámica.

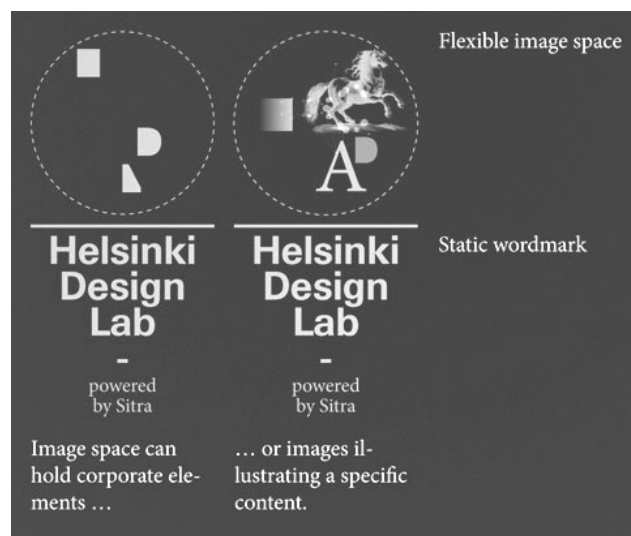


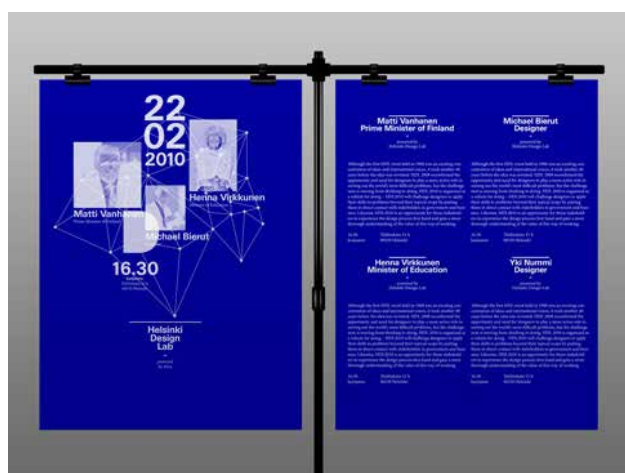
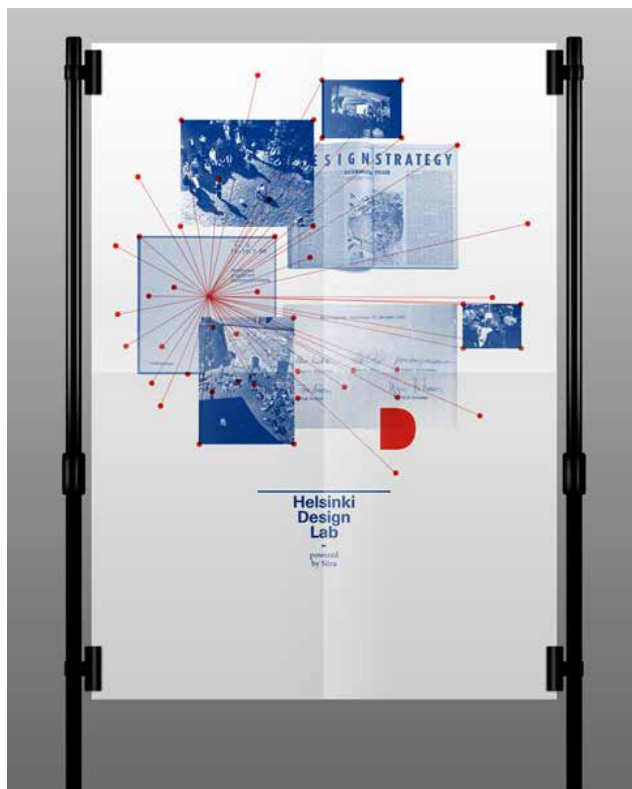
Fuente: <http://www.twopoints.net/es/project/helsinki-design-lab>
[Consulta: 12 enero 2013]

La idea principal de la identidad visual es el “espacio” que crea el marco estratégico de HDL y que ocupan diferentes “actores” y entidades de varios campos. Estos “actores”, cada uno especialista en un área, contribuyen a crear un único punto de vista dentro de un grupo que puede ofrecer una definición holística del problema, creando de esta manera la oportunidad de un rango de soluciones más efectivo. El diseñador estratégico actúa dentro de ese grupo como una enzima, dinamizando y coordinando el proceso.

Además, los autores añaden:

Creemos que la complejidad y escala de los retos actuales se puede afrontar de manera más efectiva cuando el diseño es una voz coordinando otras muchas, más que un servicio aplicado a problemas predefinidos. Con una especial habilidad para sintetizar problemas intrincados, para trabajar desde la concepción a la implementación y para visualizar relaciones complejas, el diseñador estratégico asume una posición de liderazgo al abordar los temas a los que se enfrenta la sociedad contemporánea. Helsinki Design Lab (HDL) es un proyecto iniciativa de Sitra —Finnish Innovation Fund— que promueve el conocimiento del “el estado del arte”, las aptitudes y los logros en el área estratégica para mejorar el suministro global de las habilidades esenciales para resolver conflictos del siglo XXI.

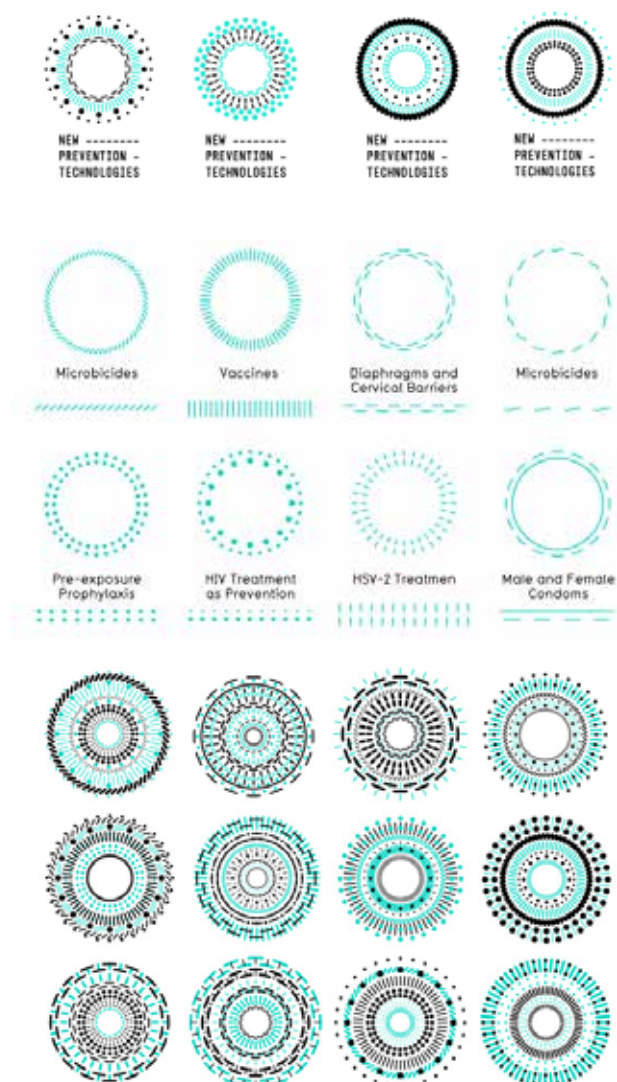




Fuente: <http://www.cooee.nl/projects/npt>
[Consulta: 12 enero 2013]

GNP+ es la red global de y para las personas que viven con el VIH. Es como una red de redes impulsadas por las necesidades de las personas que viven con el VIH en todo el mundo. Nuevas Tecnologías de Prevención —TNP— es una división de GNP+ que apoya la investigación y el desarrollo de cualquier tecnología relacionada con la salud, resistencia a los medicamentos, las pruebas y el acceso, así como otras cuestiones éticas.

En cuanto a la identidad, cada tecnología de prevención ha sido traducida visualmente en diferentes estilos de trazo que se convierten en el fundamento de esta identidad. Cada trazo representa una capa diferente de la prevención y se puede combinar de muchas maneras y crear una nueva solución única, aunque sigue siendo reconocible. En el futuro se desarrollarán más técnicas por lo que esta identidad se construye de manera que facilite futuras ampliaciones.

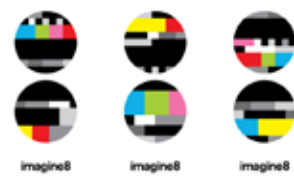


Fuente: <http://www.blow.hk/?p=918>
[Consulta: 12 enero 2013]

Según explica Blow en su propia web:

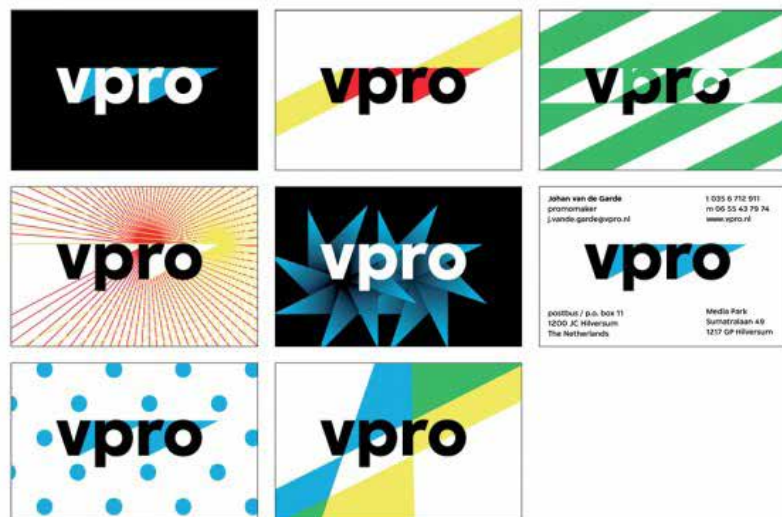
Imagine 8 es una productora para producción de vídeo, DJ y gestión de eventos. Se nos pidió crear un nuevo diseño de identidad para *Imagine 8* para mejorar la imagen global y crear una fuerte asociación con la industria de producción de vídeo.

Utilizamos la señal de prueba de la TV como elemento gráfico para diseñar la identidad para *Imagine 8*. Con diferentes combinaciones de color, la identidad proporciona un impacto visual fuerte y diversidad para dar a conocer la oferta variada de *Imagine 8*.



Fuente: <http://www.thonik.nl/>
[Consulta: 12 enero 2013]

El nuevo logo para VPRO consiste en una nueva tipografía desarrollada a medida, con formas redondeadas en la “p” y en la “o”, interseccionadas por dos triángulos. El logo ha sido diseñado para un uso flexible con más de un billón de formas que pueden variar a través de diferencias de color, gradientes, patrones y radiación. Estas variaciones se hacen para ser mostradas a través de diferentes medios y entre programas.



Fuente: Van Nes (2012), p.93

Management for Design ofrece asesoramiento sobre la gestión y experiencia en la industria del diseño. El nombre en sí es bastante sencillo y aburrido, así que el reto para Pidgeon era mostrar a los diseñadores que *Management for Design* tiene conocimiento del negocio creativo y que ellos, a su vez, son creativos dentro de su propio negocio.

Asignando a cada letra del nombre un color o valor relativo a su posición en el alfabeto, Pidgeon estableció un conjunto de parámetros que permitieron crear una serie de gráficos que constituyen la identidad. Ésta es evolutiva ya que hay infinitas maneras en la que los datos propios del nombre pueden ser interpretados.



Fuente: <http://identitydesigned.com/dezeen-watch-store/>
[Consulta: 12 enero 2013]

La *Watch Store* es la primer empresa minorista de *Dezeen*, especializada en relojes de diseñadores y marcas conocidos. *Dezeen* es uno de los blogs más populares e influyentes de arquitectura y diseño, con más de un millón de visitantes al mes. La identidad de marca predominantemente tipográfica de *Dezeen* era necesariamente un claro componente de cualquier representación visual de la nueva *Watch Store*.

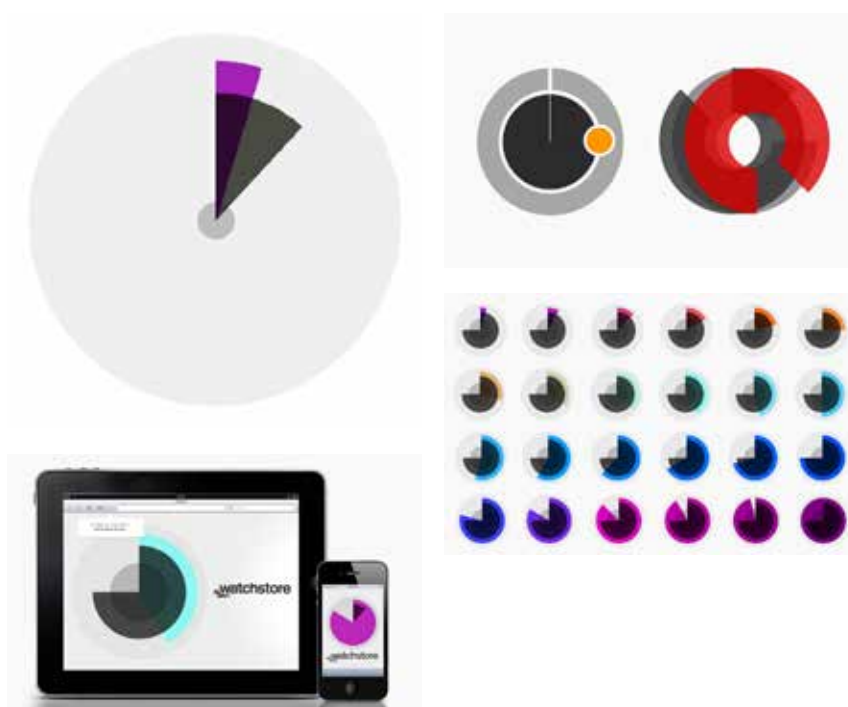
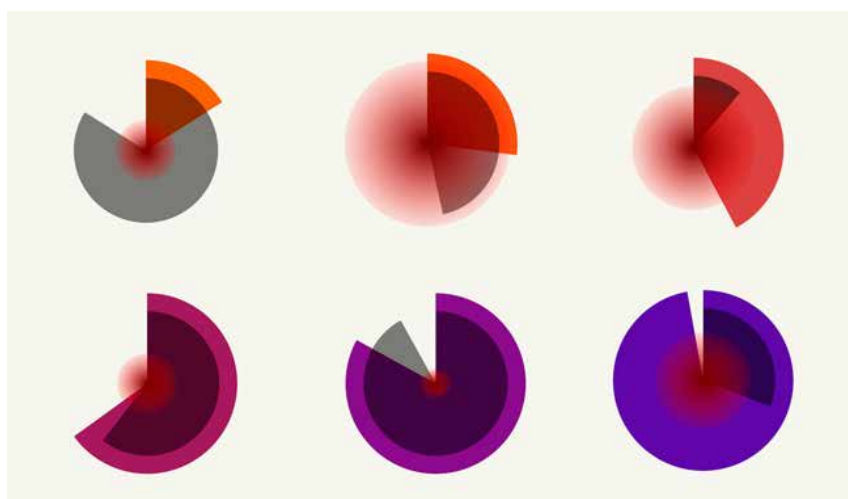
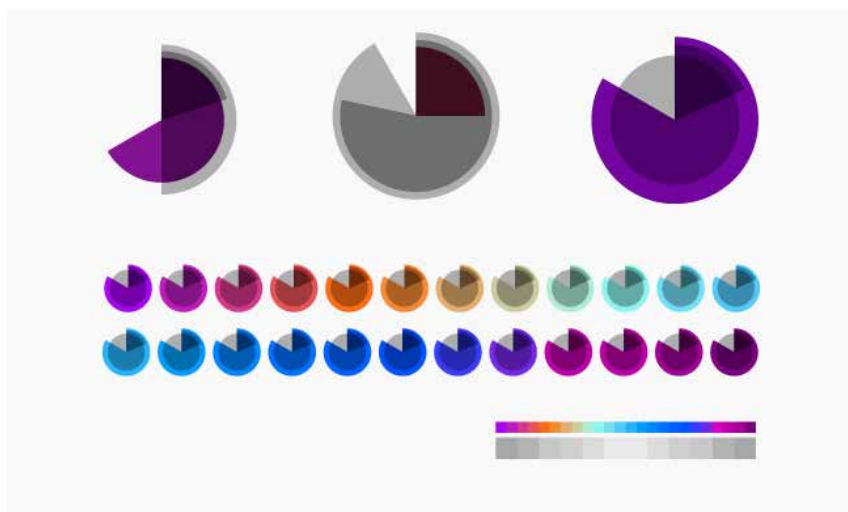
En Zerofree comentan:

Cada idea inicial explorada tenía conexión con el tiempo —una expresión o representación de él— y era deliberadamente bastante neutral en el estilo. De las opciones que presentamos, la identidad dinámica ‘*clock*’ era la más avanzada y difícil de ejecutar, así que estábamos a la vez contentos y abrumados por la perspectiva cuando fue seleccionada, incluso habiendo invertido tiempo para asegurarnos de que podríamos realizarlo de forma fiable y flexible antes de compartir la idea con *Dezeen*.

[...] Como el símbolo se mueve a través de 86.400 combinaciones diferentes de forma y color, que representan de forma abstracta la hora local en un formato de 24 horas, la identidad se convierte en una pieza temporal en sí misma permaneciendo siempre reconocible. El círculo exterior gris es ligeramente más oscuro en invierno y más claro en verano; las horas y los minutos están representados por círculos incompletos con radios constantes que se acercan a 360° durante un período de 24 horas y 60 minutos, respectivamente. Los segundos se representan con un círculo completo que irradia desde el centro del símbolo, aumentando su diámetro en 60 etapas hasta la puesta a cero cada minuto. La hora cambia de color 24 veces al día.

Construido con una combinación de HTML, CSS, javascript y la fantástica librería javascript SVG Raphaël.js, pudimos escalar la identidad a cualquier tamaño sin pérdida de definición y salida de las más de 86.000 opciones posibles en alta resolución, archivos PDF escalables para su uso en materiales impresos; siendo la única diferencia el cambio de color del brillo del RGB a la gama CMYK.

[...] Al estar basada en el navegador, ampliamos la identidad a una web app en HTML5 que puede ser instalada directamente en la pantalla de inicio del *iPhone* o *iPad* desde *Mobile Safari* para funcionar offline[...].



Fuente: <http://www.edhv.nl/portfolio/dynamic-visibility/>
[Consulta: 12 enero 2013]

Edhv explica lo siguiente sobre este proyecto:

¿Podemos hacer que la imagen sirva como material de base para la identidad visual?. Este fue el punto de partida para la herramienta creada por Edhv para generar la identidad de la *Huis voor Beeldcultuur* (Casa de la Cultura Visual). La herramienta mezcla imágenes de los eventos y exposiciones que organizan en lo que nosotros llamamos '*data minerals*'. Estos minerales pueden "escuchar" el flujo de datos en internet conectados al evento y traducirlos en formas. De esta manera obtenemos una identidad visual generativa que refleja la obra o la atmósfera de la obra que se encuentra en exposición. A final de año habrá una colección de minerales que refleja el carácter general de los eventos que tuvieron lugar.



2011,
Nikolaj Kunsthal,
Scandinavian Design Lab

Fuente: <http://www.scandinaviandesignlab.com/en/cases/nikolaj-kunsthal>
[Consulta: 14 enero 2013]

Nikolaj Kunsthal es un centro de arte en Copenhague que se encuentra en una antigua iglesia del siglo XII. El encargo consistía en crear una identidad, que expresara la misión del centro y que al mismo tiempo se beneficiara de la excelente ubicación de la sala de la iglesia. La nueva identidad también tenía que asegurarse de que la desventaja del hecho que muchas personas que pasan todos los días por delante y no entran en su interior por ser una iglesia, se convirtiera en ventaja.

Personificando el centro de arte y haciéndole hablar —“que se haga arte”—, Nikolaj predica su pasión por el arte a través de citas bíblicas. Al decir “no soy una Iglesia” —lo que se ve no es necesariamente lo que hay— Nikolaj crea curiosidad y convierte la desventaja del centro de arte en una “bendición”.

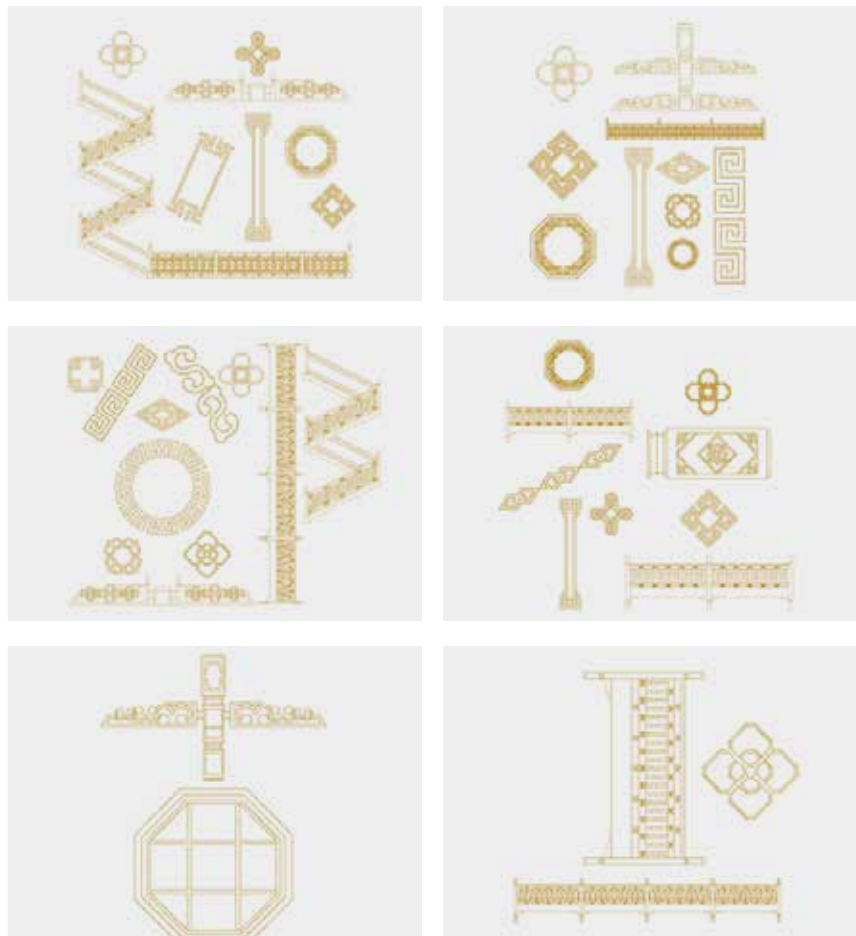
El esquema de color riguroso de la identidad corporativa del centro —oro, blanco y negro— garantiza el reconocimiento, y permite que los carteles / material para exposiciones individuales destaquen. Esto significa que cada nueva exposición, no importa cuán diferente sea de la última, se convierte en parte de... y fortalece la identidad holística de Nikolaj.

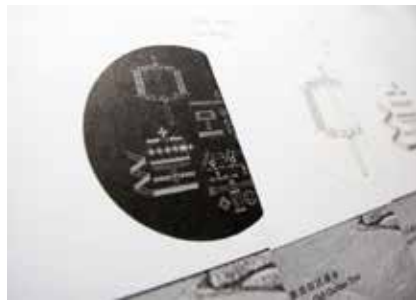


Fuente: Van Nes (2012), p.57

El *Conservancy Association Centre for Heritage* es una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro que promueve el conocimiento público de cultura, el patrimonio y la historia de Hong Kong, a través a través de diversas actividades para escuelas, institutos educativos y público general.

A Tgif se le pidió diseñar una identidad y sus sus elementos promocionales para una exposición sobre arquitectura tradicional china. Los edificios históricos en Hong Kong son especiales no sólo por su valor histórico, sino también por su estilo arquitectónico artístico. Usando detalles de la arquitectura tradicional china, los diseñadores de Tgif crearon una tipografía gráfica china. El nombre de cada uno de los siete edificios que se muestran en esta exposición fue escrito con esta tipografía visual, formando un logotipo para cada edificio. Estas siete variables reconocibles entre ellas fueron utilizadas para comunicar la exposición.





Fuente: Van Nes (2012), p. 72

Tivoli Garden es uno de los parques de atracciones más antiguos y tradicionales del mundo y una de las marcas más importantes en Dinamarca. Sin embargo, el aumento constante de la competencia ejerció una gran presión sobre la antigua institución. *Tivoli Garden* pidió a & Co. desarrollar una nueva identidad corporativa que pudiera llegar a un público nuevo y más joven sin perder el toque tradicional y la rica historia del parque de atracciones, y que encajara con su nuevo eslógan: “para siempre como nunca antes”.



2011, x was here, Vandejong and Fabrique

Fuente: <http://www.mestudio.info/2011/06/08/x-marks-the-spot-2/>
[Consulta: 12 enero 2013]

El proyecto conocido como “x estuvo aquí” —diseñado por dos agencias de Amsterdam que han trabajado en estrecha colaboración (fabrique & vandejong)— tiene como objetivo construir una base de datos dinámica y *online* de lugares históricos significativos.

Con la ayuda del público en general, la base de datos será actualizada regularmente y habrá también una aplicación para *iPhone* para aquellos que quieran tomar parte en el proyecto. Hasta ahora haciendo *click* en la “x” se puede ver que cada ubicación marcada tiene su propio icono en la base de datos y que puede ser escaneado usando la *app* para obtener información; una idea ambiciosa y muy actual que —en caso de tener éxito— podría abrir el camino de muchas iniciativas similares.



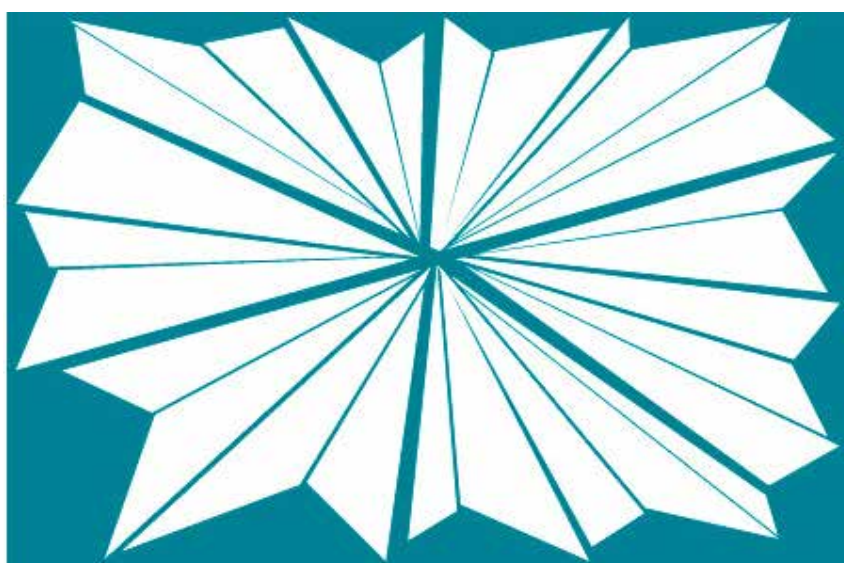
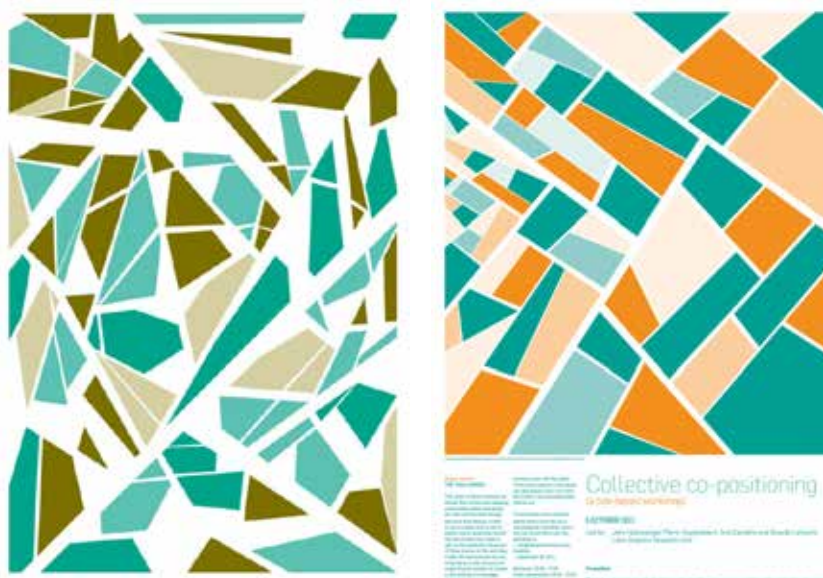
2011,
Baltan Laboratories,
Eric de Haas and Jonathan Puckey

Fuente: Van Nes (2012), p.140

Para crear la identidad de Baltan Laboratories, un laboratorio para arte, diseño y cultura tecnológica con sede en Eindhoven (NL), Eric de Haas y Jonathan Puckey crearon una herramienta: the Baltan Cutter. La razón por la que crearon una herramienta surgió de la fascinación por las identidades dinámicas y de la observación de que muchas de esas identidades son generativas, que como consecuencia a menudo significa que el factor de “diseño humano” termina una vez que el código está escrito.

En este proyecto, intentaron mantener el equilibrio en la delgada línea que hay entre generativo e intuitivo haciendo una herramienta que necesita la mano y el ojo humanos para completar el resultado. Al mismo tiempo, el diseñador tiene que dominar una nueva herramienta dentro de su conjunto actual de herramientas. La herramienta se puede describir mejor como una herramienta de escultura 2D. Tiene básicamente dos funciones: corte y astillado. Las dos funciones operan de una manera muy clara de forma que puedes ser capaz de modelar si aprendes a utilizar la herramienta pero también deja espacio para el corte intuitivo. Aunque apenas hemos empezado a usar el Baltan Cutter, estamos descubriendo que la sencillez, limitaciones y el proceso de aprendizaje del manejo de la herramienta crea resultados frescos y deja espacio para la intuición y la creatividad.





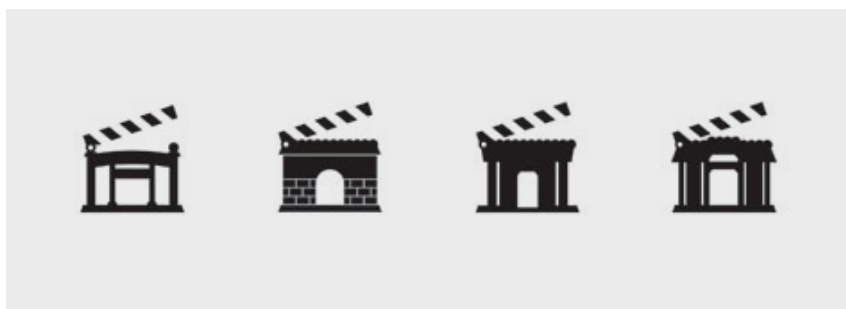
2011,
Hong Kong Heritage Theater and Education,
TGIF

Fuente: Van Nes (2012), p.30
<http://www.tgif.com.hk> [Consulta: 14 enero 2013]

El Foro sobre Teatro y Educación de Hong Kong sirve como plataforma para establecer una conexión entre los que se preocupan por el desarrollo de la educación y la cultura para mejorar el desarrollo de la educación dramática.

El patrimonio del teatro ha proporcionado programas sobre el teatro y el drama, con actividades en diferentes ubicaciones arquitectónicas de la herencia histórica de Honk Kong. Ésto brinda una oportunidad para que los estudiantes no sólo aprendan drama, sino que también comprendan la importancia de la conservación del patrimonio.

Los logotipos se han creado sobre la base de una capa de pizarra del patrimonio arquitectónico para enfatizar la naturaleza de los programas de teatro. Cinco sub-logos se utilizan para los diferentes lugares. A lo largo del sistema de identidad, gráficos de apoyo con expresivos “iconos de gente” fueron diseñados, ya que las personas son las figuras estelares en los programas de teatro.

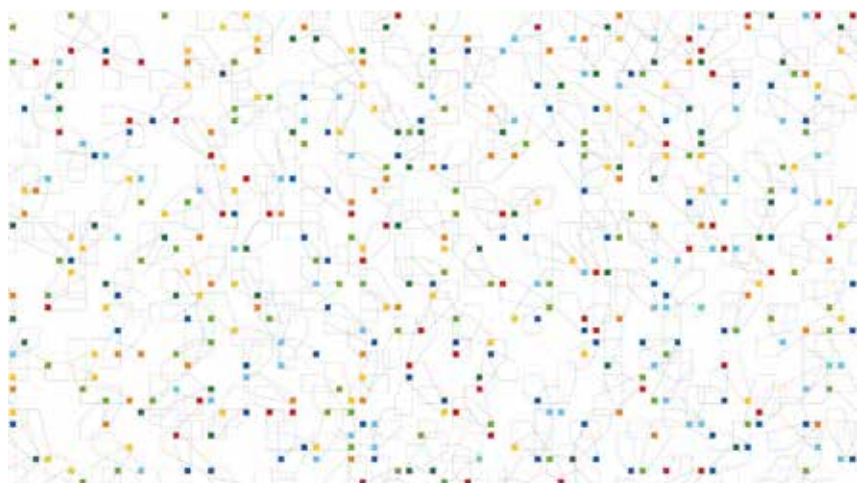
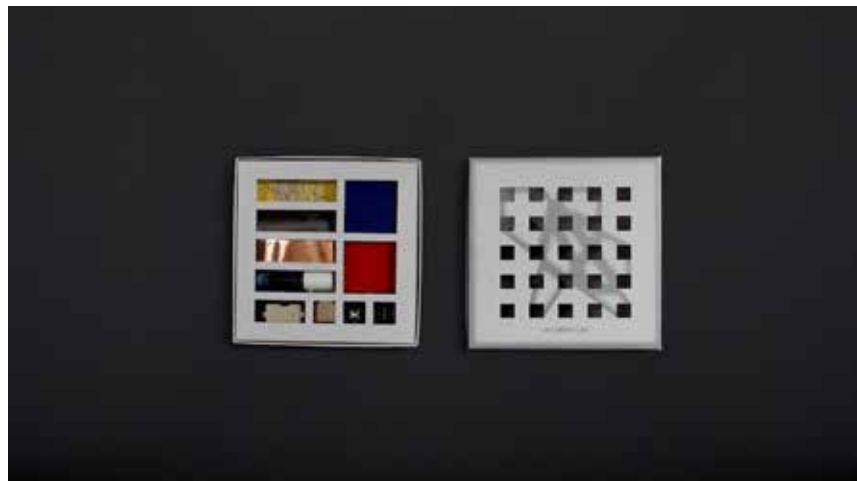


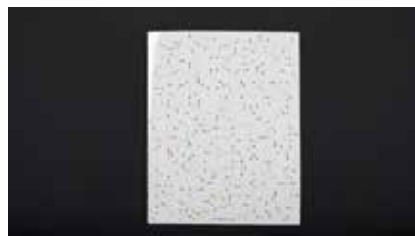
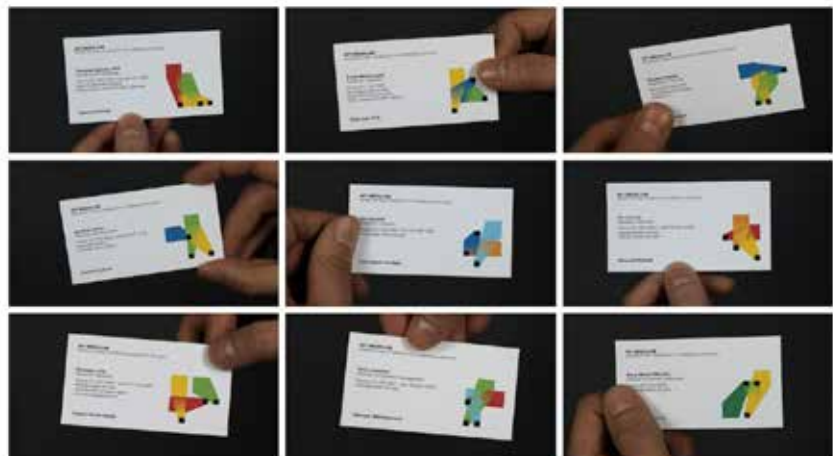
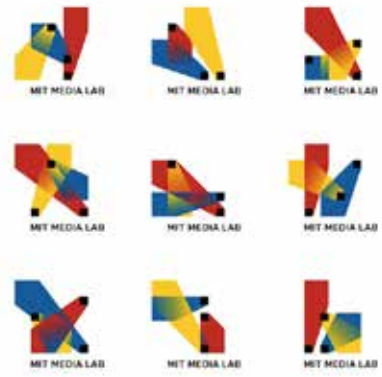
Fuente: Van Nes (2012), p.152

La nueva identidad visual del *Media Lab* del *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) está inspirada en su comunidad: se juntan personas muy creativas con todo tipo de procedencias, se inspiran unos a otros y desarrollan conjuntamente una visión de futuro de la tecnología.

Este carácter único del MIT *Media Lab* se refleja en el diseño del logotipo. Cada una de las tres formas destaca por la contribución de un individuo. Las tres formas combinadas crean una nueva forma, que representa el resultado del proceso de investigación en una redefinición constante de lo que significan hoy los medios de comunicación y la tecnología.

El logo está basado en un sistema visual y un algoritmo que produce un logotipo único para cada facultad, cada miembro del personal y todos los estudiantes. Se desarrolló una interfaz web a medida para permitir que cada persona del *Media Lab* pudiera elegir su propio logotipo para su tarjeta de visita, membrete y página web así como un *software* de animación diseñado a medida que hace posible crear animaciones personalizadas para cualquier contenido de vídeo que el laboratorio produzca.





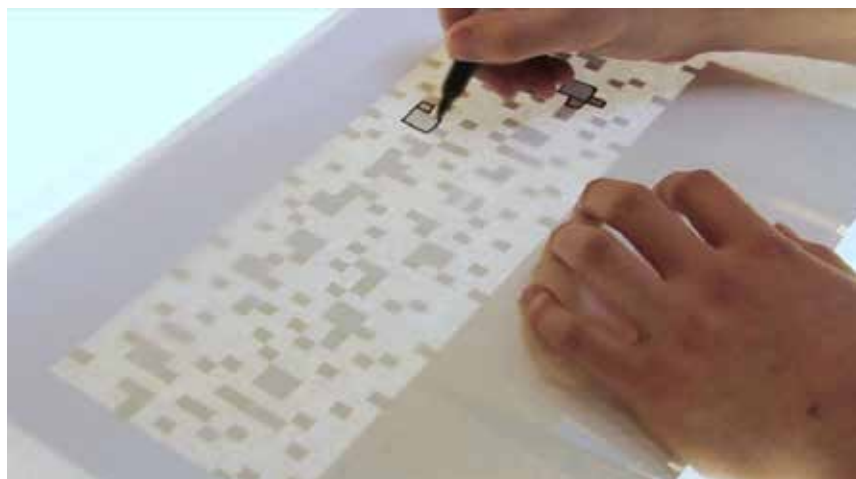
Fuente: <http://www.brucemaudesign.com/4817/88329/work/ocad-university-visual-identity> [Consulta: 12 enero 2013]

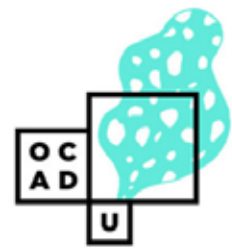
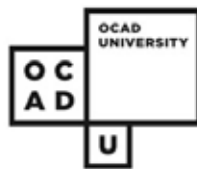
En 2011, la *OCAD University* — la preeminente escuela de arte y diseño de Canadá— necesitaba una identidad visual. La nueva identidad tenía que reflejar una institución de 135 años moviéndose rápidamente hacia el futuro. Desde Bruce Mau Design explican:

El equipo de BMD trabajó colaborativamente con los miembros de la *OCAD University* en una fase de investigación intensiva y compromiso. involucramos a estudiantes, antiguos alumnos, profesores y personal. Sentimos que la identidad visual tenía que ser una verdadera reflexión de lo que oímos y vimos durante esa fase. OCAD es una institución integradora, vibrante y vital construida sobre la creatividad, el riesgo y la innovación.

BMD creó una identidad modular y dinámica. Cada año la escuela invita a un grupo selecto de estudiantes que se gradúan a diseñar un logo dentro del marco básico. A medida que la *OCAD University* crece y madura, surgirá una librería viva de identidades que registrará las ideas y estéticas que conformaron esa época.

Para presentar la identidad, BMD creó un vídeo de 2 minutos para su lanzamiento. Desde el lanzamiento de la identidad en 2011, Fast Company la nombró de las “mejores marcas de 2011” y fue galardonado con un *Core77 Design Award*.





Fuente: <http://www.movingbrands.com/work/wikipedia-an-mb-internal-project>
<http://www.youtube.com/watch?v=6ONiH1YO5c> [Consulta: 12 enero 2013]

En Moving Brands explican:

Nos fijamos en la arquitectura de marca y en cómo los 8 sitios hermanos podrían estar mejor integrados y ser utilizados para aprovechar el potencial de Wikipedia como el recurso de aprendizaje mundial. Este trabajo estratégico respaldó las decisiones que hemos tomado en el rediseño de la página, en el desarrollo de la funcionalidad de búsqueda de la aplicación propuesta y en el diseño de la nueva identidad de marca.

Moving Brands creó una marca que ha aprovechado la equidad y apropiación de la “W”. La marca se crea a partir de cinco líneas que hacen referencia a los “5 pilares” y también representan los nueve sitios hermanos con nueve nodos equidistantes. Como una identidad viva, la marca usa *javascript* para generar un movimiento único y marca para cada término de búsqueda. Esta marca destaca qué información existe en los sitios hermanos de Wikimedia, abogando por una información más amplia y recopilando y fomentando las contribuciones allí donde hace falta contenido. La marca constituye un lenguaje semiótico nuevo y global y hace referencia al origen colaborativo y a la información actualizada con frecuencia que constituye la oferta de Wikipedia.



2011,
Catalpa Childcare,
Koeweiden Postma

Fuente: Van Nes (2012), p.80

Catalpa es la empresa matriz con 220 centros de atención infantil, cada uno con un alto grado de autonomía. Catalpa pidió a Koeweiden Postma crear una única identidad en la que cada centro tuviera la libertad de añadir su propio toque personal.

Koeweiden Postma creó una identidad visual básica lo bastante versátil y dinámica que permitía a cada centro de atención infantil diseñar su propio logotipo. Los gráficos complementarios estaban basados en una serie de plantillas —“productos semiacabados”— para que los niños fueran creativos con ellas. Todos los elementos básicos de la identidad visual —p. ej. el tipo de letra, colores, dibujos y formas— se pusieron en un portal *do-it-yourself* de la marca que permite a cualquier miembro crear sus propios recursos de comunicación. La identidad se asemeja a una familia: diversa y dinámica y, sin embargo, fácilmente reconocible. Esto demuestra que incluso una gran organización puede ser algo íntimo e incluso dar un poco de espacio para la expresión personal.



Fuente: <http://www.twopoints.net/en/project/maio>
[Consulta: 12 enero 2013]

Maio se dirigió a TwoPoints con un encargo para su identidad que planteaba un problema particular: son arquitectos pero lo que hacen no es arquitectura y tampoco hacen un tipo de proyecto concreto porque este cambia de cliente en cliente. Además, las actividades de Maio se realizan en paralelo a sus tareas profesionales y era importante solucionar la identidad con muy poco presupuesto.

Después del análisis TwoPoints decidió que la estrategia sería visualizar la flexibilidad como concepto clave, pero mostrando también la capacidad de construcción, pues aunque los proyectos de Maio no son de arquitectura, su formación de arquitectos es útil a la hora de resolverlos. TwoPoints también pensó que, ya Maio son formalizadores, dejarían cierto espacio para que ellos pudieran “diseñar”.

Uno de los desafíos del proyecto era el bajo presupuesto. Por ello, la flexibilidad del concepto se llevó al extremo mediante el soporte: se solucionó toda la papelería mediante cintas adhesivas impresas con los colores corporativos, en tres anchuras distintas para su mejor adaptación a todo tipo de aplicaciones.

De acuerdo con sus necesidades, TwoPoints desarrolló un sistema visual potente que garantizaba el reconocimiento de la marca. Lo hicieron mediante una estructura flexible que creaba un lenguaje visual característico, pero permitía también una gran variedad de aplicaciones diferentes.

La palabra Maio se construía en una retícula invisible. Todas las líneas de de la rejilla se podían utilizar.

La retícula bidimensional se podía convertir en tridimensional si la identidad tenía que adaptarse a un espacio.





Fuente: <http://studiodumbar.com/work/ovg-real-estate>
<https://vimeo.com/28720337> [Consulta: 15 enero 2013]

Impulsado por el deseo de “maximizar los valores por ser el re/desarrollador europeo líder en emisión de carbono cero y edificios sostenibles”, OVG es ampliamente reconocido como una fuerza innovadora en el desarrollo y la regeneración. Con una cultura de la empresa auténtica inspirada por el fundador carismático Coen van Oostrum, OVG es una empresa sólida, de confianza y bien organizada con un espíritu empresarial ágil y una pasión por la innovación.

Desde estudio Dumbar afirman:

Invitados a revitalizar la marca mediante la creación de una nueva identidad visual, hemos tratado de comunicar la combinación única de los valores que distinguen a OVG de sus competidores: en su forma más simple, el nuevo logotipo sugiere nociones de fuerza y rigor; proyectando el logotipo en una variedad de formas, transformado así en una identidad “viva”. También creamos un descriptor, “re/desarrolladores”, para identificar las actividades de la empresa y promover más aún su espíritu pionero.

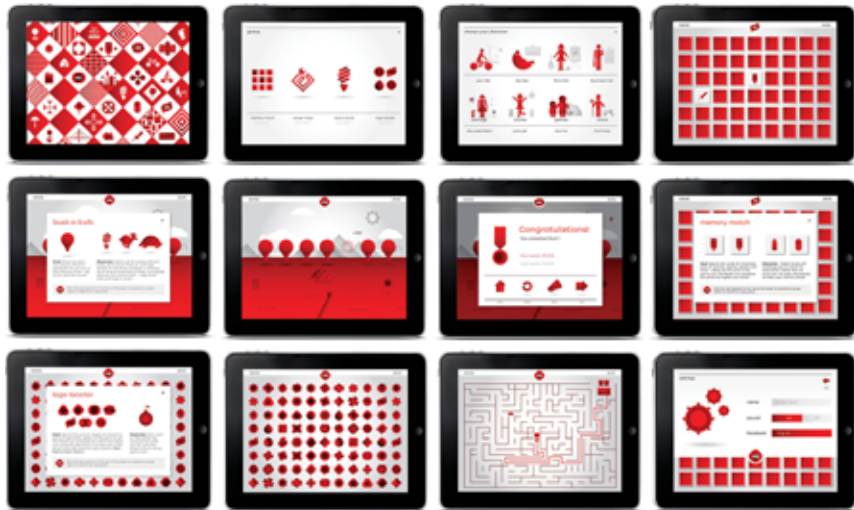


Fuente: <http://www.sagmeisterwalsh.com/work/project/edp/>
[Consulta: 12 enero 2013]

Diseño, dirección de arte e ilustración para el *rebranding* de EDP, una empresa portuguesa de electricidad. Creando la identidad y un rango de aplicaciones que incluye —pero no se limita a— anuncios de tv— campañas publicitarias, salvapantallas, carteles sensibles al movimiento y al sonido, juegos de iPad y iPhone y campañas en las redes sociales.

La identidad se diseña a partir de cuatro formas simples: un círculo, medio círculo, un cuadrado y un triángulo que se dispusieron en capas para crear cientos de logos e ilustraciones que se pueden combinar para contar la historia de la marca EDP.





Fuente: Van Nes (2012), p.166

Ziens-wijze es una empresa de coaching, asesoramiento personal y entrenamiento en grupo. El método de tratamiento se centra en el redescubrimiento del equilibrio personal y la vuelta a la naturaleza.

El punto de partida para la identidad es el mandala —una forma que representa la plenitud y el equilibrio. En el logotipo, el mandala consiste en formas geométricas basadas en los cuatro elementos clásicos de la mitología antigua —cuadrado = tierra, círculo = agua, raya = aire, triángulo = dios. La posición y la proporción entre las formas geométricas está conectada a los ciclos naturales como las estaciones, la posición de la luna y el tiempo real. La identidad evoluciona a lo largo del año de acuerdo a un sistema cíclico. El color de fondo, por ejemplo, está conectado al color del círculo: colores fríos en invierno, cálidos en verano. Y la intensidad de color se sincroniza con la luz natural.

Restruct escribió un *script* que genera mandalas para todo un año. Las tarjetas de visita y membretes se imprimieron digitalmente. Después de poner nueve mandalas en un A4, se enviaba un PDF de 50 páginas el impresor. De esta manera cada impresión es única.



Fuente: <http://www.minddesign.co.uk/show.php?id=380&pos=6>
[Consulta: 12 enero 2013]

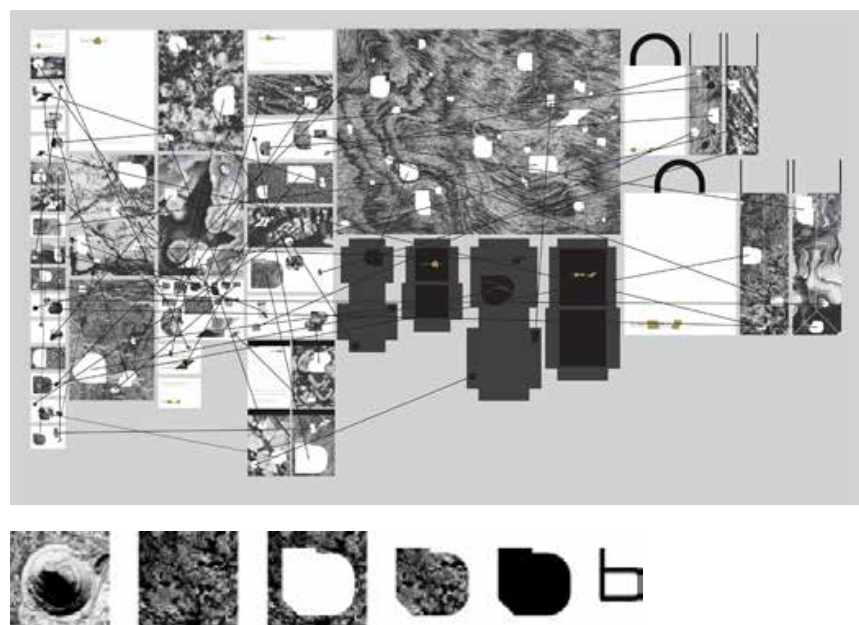
Belmacz es una tienda / galería que ofrece a sus clientes joyería, arte contemporáneo y objetos antiguos. Cuando abrió su primer establecimiento en *Mayfair* (Londres) se rediseñó la identidad original y el interiorismo en colaboración con Jump Studios.

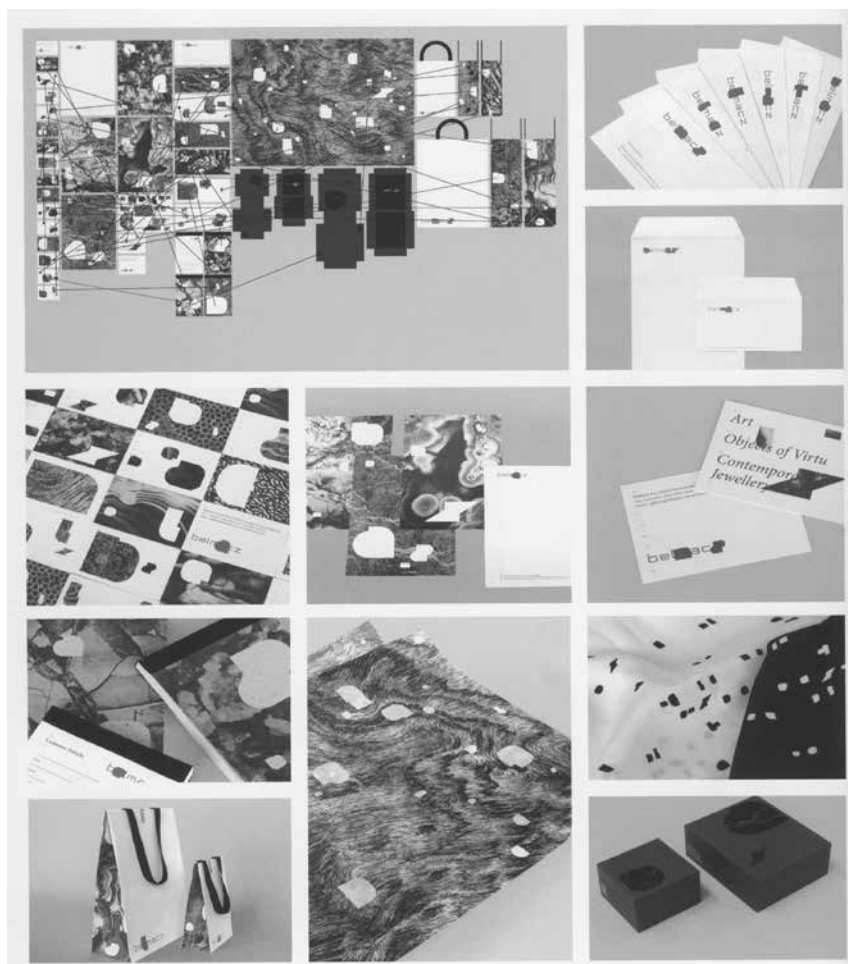
La identidad de Belmacz alude al proceso mediante el cual los minerales y diamantes en bruto se van refinando hasta convertirse en joyas.

Las condiciones bajo las que trabaja la gente en las minas de África o Siberia son duras y su vida no puede ser más diferente de la de la rica clientela que compra en *Mayfair*. Además, entre Siberia y *Mayfair*, los materiales pasan por muchas manos. Mind Design quiso reflejar esta idea de deslocalización: “no sólo los materiales en bruto viajan sino que también las joyas a menudo empiezan un nuevo viaje, pasando de una generación a otra, son regaladas, son robadas o subastadas y así sucesivamente”.

Por esta razón la nueva identidad funciona a través de muchos elementos y medios. Cada forma que se ha recortado en un elemento reaparece de nuevo en otro lugar. Por ejemplo, una forma que falta en una tarjeta de visita puede volver a aparecer en una bolsa o en algún lugar del interior de la tienda.

El diseño de la pared del aseo se remonta al origen de las joyas. Muestra imágenes de Google Earth de grandes minas de diamantes, serigrafiadas sobre un cristal que está cubierto por hojas de oro en la parte posterior.



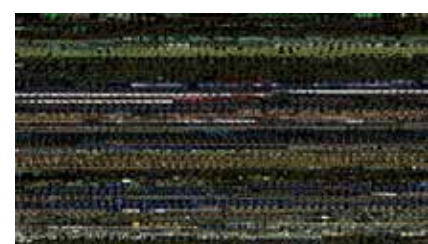
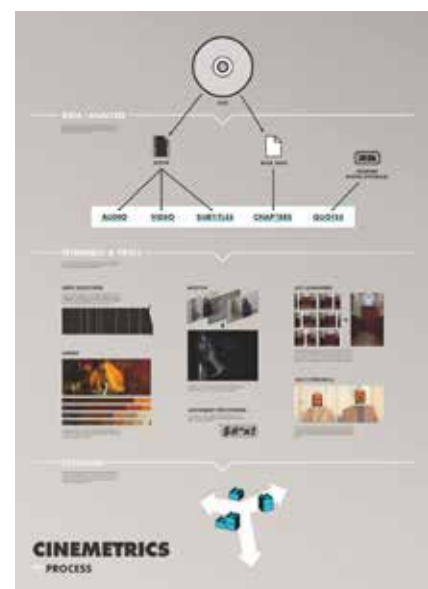
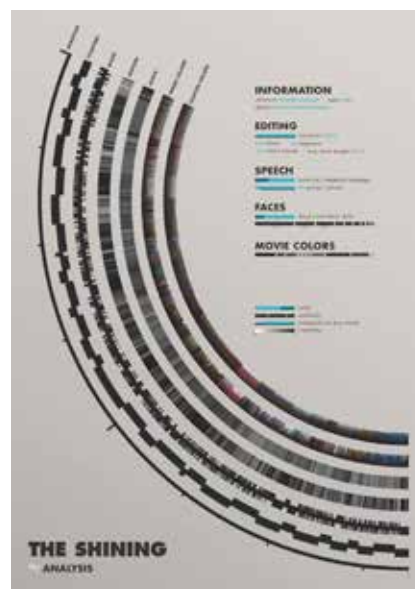


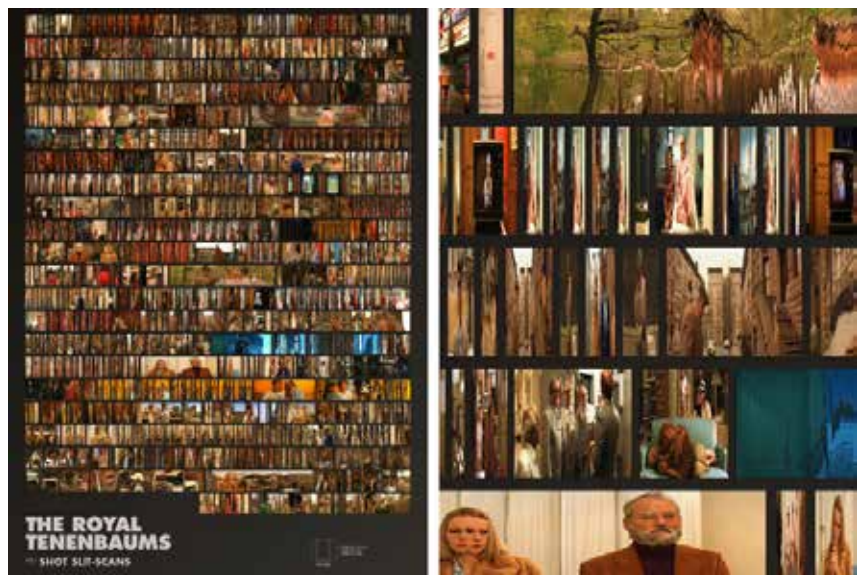
Fuente: Van Nes (2012), p.154
<https://vimeo.com/26584083>
<https://vimeo.com/26421275>
[Consulta: 12 enero 2013]

El proyecto de título de grado de Frederic Brodbeck's en la Royal Academy of Arts (KABK) en Holanda es sobre la medición y visualización de datos de películas con el fin de revelar las características de las mismas.

En *Cinemetrics* creó un sistema que genera “huellas visuales” para cada película. Información como la estructura de edición, el color, la velocidad o el movimiento son extraídas, analizadas y transformadas en representaciones gráficas. De esta manera distintas películas pueden verse como un todo y ser fácilmente interpretadas o comparadas. Al poner unas al lado de otras dos o más películas, se pueden ver inmediatamente las similitudes y/o diferencias: películas de un director concreto, original versus *remake*, mismo género o diferentes épocas de realización.

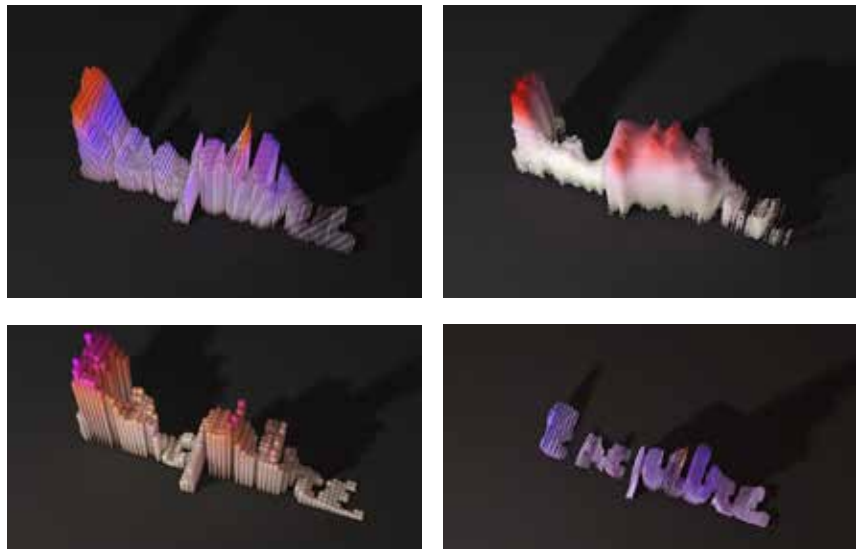
La “huella” gráfica hace visibles los datos inherentes a las películas y crea una identidad para cada una, pero todas las huellas juntas también conforman una serie. Las series podrían ser la identidad para un canal de cine o un cine, por ejemplo.





Fuente: Van Nes (2012), p.177
<https://vimeo.com/18992350>
[Consulta: 15 enero 2013]

Esquire pidió a artistas y diseñadores innovadores que rediseñaran su logotipo para el siglo XXI. Universal Everything creó una serie de esculturas sonoras basadas en la forma del logo, surgidas de los acentos regionales americanos. Se utilizó un programa para mapear los “picos y los valles” acústicos de las voces individuales grabadas. Las “esculturas de voz” resultantes mostraban qué aspecto tiene la palabra ‘*Esquire*’ cuando se dice en voz alta, y venían a demostrar que todos tenemos una relación única con esta revista, incluyendo la manera en que decimos su nombre.

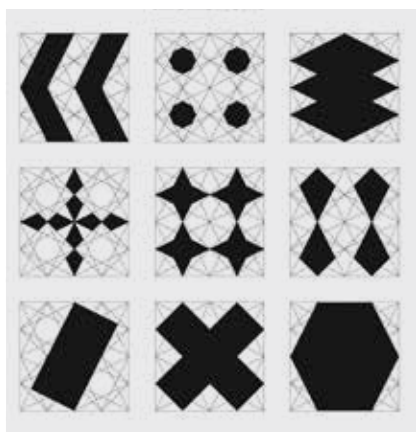


2012,
Moscow Design Museum,
Lava

Fuente: Van Nes (2012), p.110

El *Moscow Design Museum* se inauguró en 2012. En lugar de ser un museo fijo convencional es un museo *pop-up* en movimiento, una exposición itinerante. Para reflejar este formato inusual, su identidad visual permite producir fácilmente los elementos en el lugar mismo de la exposición.

La identidad creada por Lava está basada en los patrones del vidrio de Rusia —una herencia única de la historia del diseño ruso—. Las figuras geométricas conforman la base para una identidad dinámica que será aplicada en el diseño de las exposiciones, los materiales de comunicación, el autobús, los catálogos y demás.



Fuente: <http://www.behance.net/gallery/Odooproject-Identity/2384980>
<https://vimeo.com/38185917> [Consulta: 16 enero 2013]

La Solar Decathlon Competition es un concurso internacional de innovación entre las mejores universidades de todo el mundo, organizado desde 2002 por el Departamento de Energía de los EEUU y el Gobierno de España. El objetivo del concurso es popularizar el uso de la energía solar en las soluciones arquitectónicas y promover el apoyo social y del mercado de las tecnologías verdes.

La premisa fundamental al diseñar la identidad fue la idea de que la alternancia del día y la noche así como el paso de las estaciones tiene también un efecto sobre los inquilinos. Dado lo que se pretendía era una relación orgánica entre la identidad visual y la presentación, el objetivo fue que el sol jugara un papel fundamental en la identidad visual.

Lo que inspiró a Hidden Characters para crear un logo dinámico fue la idea de involucrar a la energía solar. Es decir, fueron las dinámicas naturales de la Tierra y el Sol lo que los llevó a la construcción de un logotipo que cambiaba dinámicamente. Otro punto interesante es que los diferentes portadores de nuestra identidad visual contarán con diferentes versiones de nuestro logotipo.

En el corazón del concepto de la identidad reside el reconocimiento de que, proyectando la sombra del edificio, el Sol mismo hace la tarea de diseño gráfico, destacando sólo las partes de la casa que se dedican a la recolección de la energía. Por lo tanto, el Sol está en interacción dinámica no sólo con el edificio, sino también con el logo. Girando alrededor del Sol y también sobre su propio eje, los movimientos naturales de la Tierra dan lugar a una sombra dinámica que varía tanto durante el día como con el paso de los días. El resultado es una rica variedad, casi infinita de nuevas constelaciones de sombras.

Analizando el logotipo —que indica la fecha y hora de la sombra— observamos un día de verano y de otoño en Hungría, llegando a un conjunto de 11 posiciones durante el día y una sola versión nocturna.



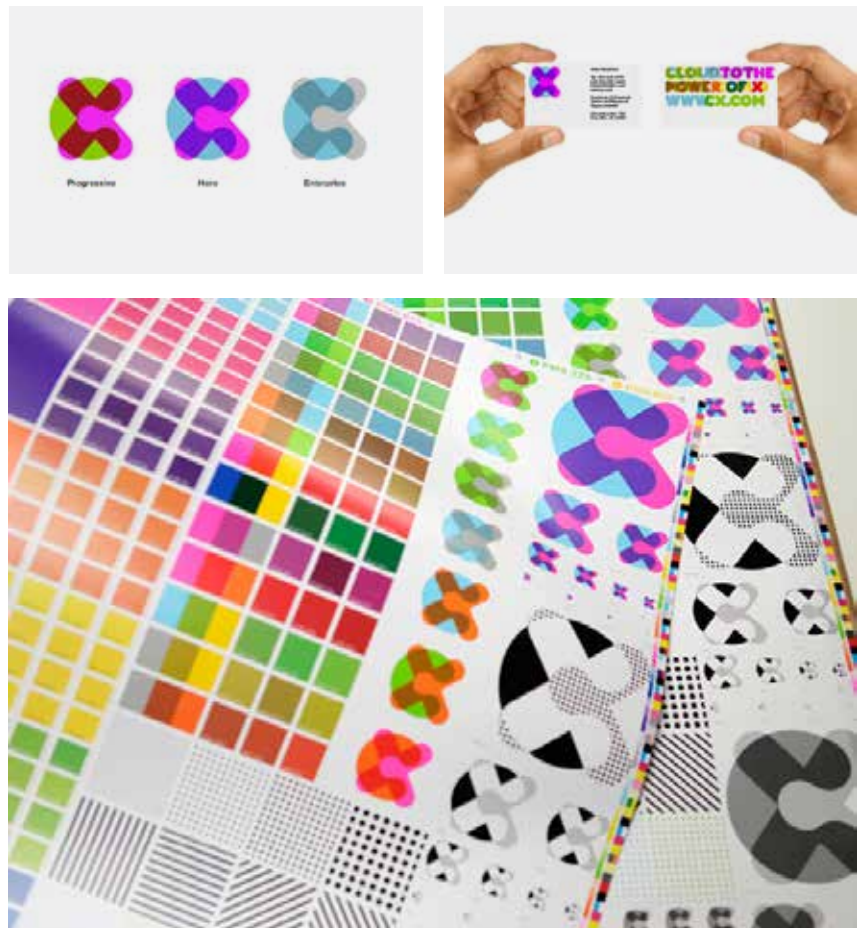


<https://vimeo.com/37113813>
<http://www.youtube.com/watch?v=KP-fpu-4zA8>
Fuente: <http://www.movingbrands.com/work/cx>
<http://www.movingbrands.com/work/cx#sthash.sbdCFVc7.dpuf>
[Consulta: 16 enero 2013]

Moving Brands creó un completo sistema de identidad visual impulsado por una relación simbiótica entre el concepto y el lenguaje gráfico que articula el comportamiento y el carácter de la marca. El resultado fue una transformación, no sólo de la apariencia, sino también de la propia experiencia de usuario.

El sistema combina elementos principales vibrantes y una gran cantidad de colores y patrones con un lenguaje atrevido en una tipografía a medida y una iconografía lúdica.

La interfaz de la web y los dispositivos móviles parten del sistema, destacando las principales características que ofrece el software, incluyendo la capacidad de compartir más fácilmente en las redes sociales y con posibilidad de añadir comentarios. Se creó una interfaz fácilmente ampliable para que las empresas que estaban empezando y que consiguieran financiación adicional pudieran añadir nuevas funciones y fueran fáciles de implementar.

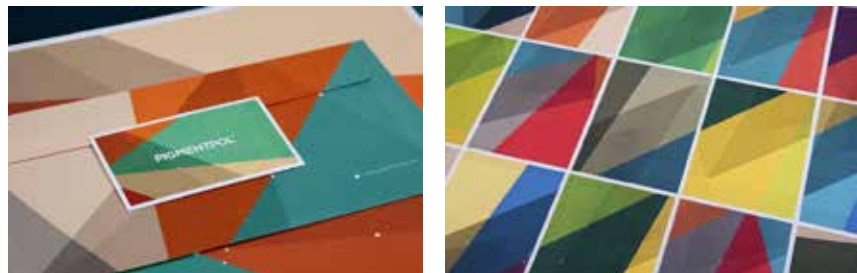




Fuente: <http://www.creativeapplications.net/processing/new-identity-for-pigmentpol-by-feld-and-atmo/>
[Consulta: 18 diciembre 2012]

El estudio Feld —con sede en Berlín— en colaboración con el estudio Atmo crearon una identidad visual nueva para Pigmentpol —una empresa de impresión digital en Alemania. La nueva identidad utiliza *Processing* para generar un logotipo personalizado para la distintas aplicaciones corporativas: papelería personalizada, interior de las tiendas, vehículos, etc.

Esta identidad presenta un aspecto geométrico —donde el hexágono funciona como un elemento clave. Las intersecciones generadas se pueden organizar y destacar siguiendo un esquema de color elegido. Cada segmento se colorea y se evidencian las intersecciones mediante superposiciones. Antes de exportar el gráfico como archivo PDF, se da la posibilidad de escalar y recortar el área deseada. Finalmente, los gráficos generados pueden ser procesado o simplemente utilizados como elemento de diseño habitual.



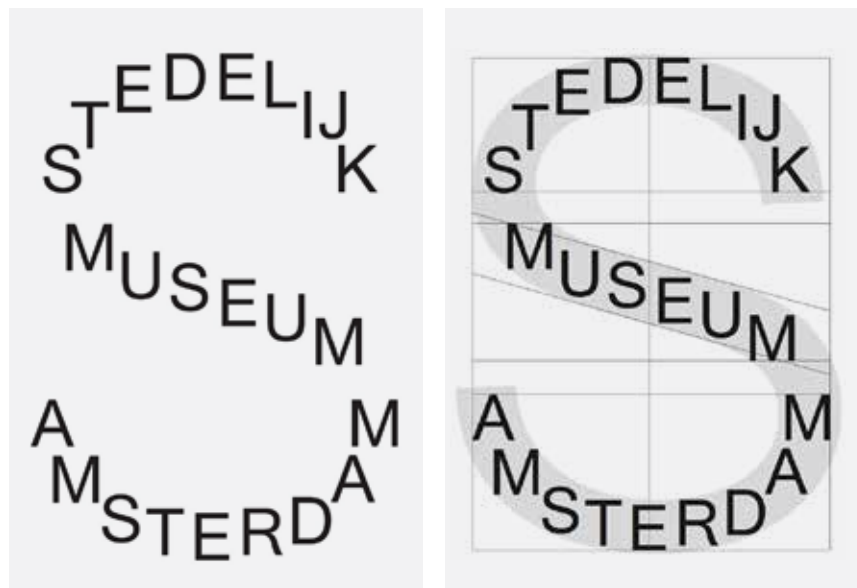
<https://vimeo.com/46743069>

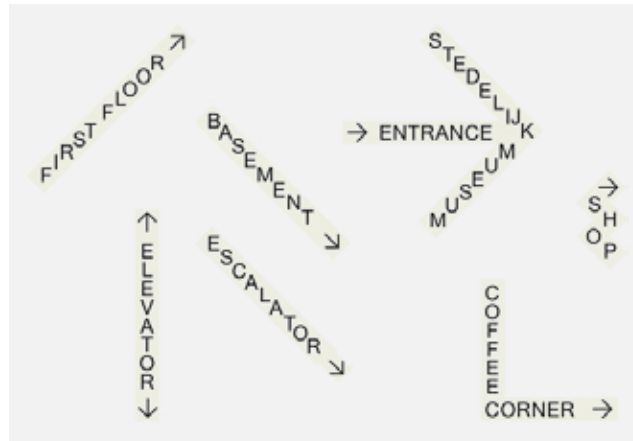
<http://www.stedelijk.nl/en/news-items/new-visual-identity-by-mevis-en-van-deursen>
[Consulta: 3 febrero 2013]

El Museo Stedelijk invitó a Mevis & Van Deursen para crear una nueva identidad visual que encarnara y reflejara las aspiraciones y los valores fundamentales de la institución: abierta, clara, fresca y original.

Armand Mevis y Linda van Deursen explican:

Estuvimos encantados al ser invitados a diseñar la identidad del Stedelijk y decidimos crear una nueva identidad visual. La marca gráfica que desarrollamos para el *Temporal Stedelijk* hacía referencia de forma intencionada a su tradición gráfica en general y al trabajo de Wim Crouwel en particular. En la creación de la identidad visual para el nuevo Stedelijk, nuestro objetivo era que fuera potente y reconocible inmediatamente, de aspecto “fresca” y contemporánea con una mirada hacia el futuro, pero con sus raíces en la tradición del museo. El Stedelijk necesita una identidad visual que refleje su personalidad: una institución abierta y estimulante, que ofrece espacios para un amplio abanico de expresiones artísticas y quiere compartir ese espacio con el público. Queríamos plasmar este carácter y el espíritu de aventura que trasmite el Stedelijk Museum.





Evaluación / Visualización de los resultados del análisis con el modelo propio	290
Contrastación de datos para la comprobación de la hipótesis de Felsing.....	336
Clientes por país	340
Relación entre “Opción Únicas”, “Múltiples Opciones ” y “Datos Externos”	344
Datos Externos (en amarillo).....	350
Relación entre “Opción Única”, “Múltiples Opciones ” y “Datos Externos”	356
vistas por separado	356
Opciones Únicas más Escogidas	360
“Múltiples Opciones ” más Escogidas.....	362
“Datos Externos” más Escogidas	364

[illegible]

Nombre del proyecto	Año	Color [Logo]	Orientación [Línea]	Orientación [Plano]	Orientación [Volumen]	Orientación [Tipografía]	Orientación [Logo]	Forma [Línea]	Forma [Plano]	Forma [Volumen]	Forma [Tipografía]	Forma [Logo]	Producción [Línea]	Producción [Plano]	Producción [Volumen]
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe	2000	M.O.						O.U.	M.O.		O.U.	O.U.			
Cité Internationale Universitaire de Paris	2000-2004										M.O.				
Krankenschwesternvereinigung Lindenhof	2000													O.U.	
Bananen & Film	2000														
Bildbesprechung Kulturbüro, Zürich	1999														
Federal Building Department of Zürich	2001								M.O.						
Simian „Chemistry is what we are“	2001														
Dirty Vegas	2001-2002	O.U.													
Basement Jaxx	2001	O.U.													
Theater Improphil	2001-2003							O.U.	M.O.		O.U.				
Archis	2001-2004	D.E.												O.U.	
Lego Font Creator	2001				O.U.										
Norm: The Things	2002		M.O.					O.U.							
Viktor & Rolf	2002-2007	O.U.										D.E.			
Poetry on the Road	2002										O.U.				
Gemeente Leidschendam-Voorburg	2002			O.U.					M.O.						
Ministerie van Algemene Zaken	2002	M.O.						O.U.	M.O.		O.U.	O.U.			
Gemeente Lelystad	2002								M.O.	M.O.					
Gemeente Middelburg	2002														
Latent Space, Posters for NAI	2002														
A Rush Of Blood To The Head	2002									D.E.					
Stawon	2002-2003														
Muzieklab Brabant, Tilburg	2002					M.O.					O.U.				

Nombre del proyecto	Año	Producción [Tipografía]	Producción [Logo]	Regular [Línea]	Regular [Plano]	Regular [Volumen]	Regular [Tipografía]	Regular [Logo]	Irregular [Línea]	Irregular [Plano]	Irregular [Volumen]	Irregular [Tipografía]	Irregular [Logo]	Opacidad [Línea]	Opacidad [Plano]
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe	2000			O.U.	O.U.		O.U.	O.U.						O.U.	O.U.
Cité Internationale Universitaire de Paris	2000-2004				O.U.					D.E.					
Krankenschwesternvereinigung Lindenhof	2000			O.U.	O.U.		O.U.								
Bananen & Film	2000								M.O.			M.O.			
Bildbesprechung Kulturbuero, Zürich	1999								O.U.	M.O.		M.O.			
Federal Building Department of Zürich	2001				O.U.										
Simian „Chemistry is what we are“	2001				O.U.		O.U.								
Dirty Vegas	2001-2002				O.U.			O.U.							
Basement Jaxx	2001				O.U.			O.U.							
Theater Improphil	2001-2003								M.O.	M.O.		M.O.			
Archis	2001-2004				O.U.		O.U.	O.U.							
Lego Font Creator	2001					O.U.									
Norm: The Things	2002								M.O.						
Viktor & Rolf	2002-2007							O.U.					D.E.		
Poetry on the Road	2002														
Gemeente Leidschen-dam-Voorburg	2002									D.E.					
Ministerie van Algemene Zaken	2002			O.U.	O.U.		O.U.	O.U.							
Gemeente Lelystad	2002				O.U.	O.U.	O.U.								
Gemeente Middelburg	2002														
Latent Space, Posters for NAI	2002														
A Rush Of Blood To The Head	2002														
Stawon	2002-2003									D.E.		D.E.			
Muzieklab Brabant, Tilburg	2002						O.U.								

[illegible]

Nombre del proyecto	Año	Repetición a tamaño [Logo]	Posicionamiento [Línea]	Posicionamiento [Plano]	Posicionamiento [Volumen]	Posicionamiento [Tipografía]	Posicionamiento [Logo]
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe	2000						M.O.
Cité Internationale Universitaire de Paris	2000-2004			D.E.		D.E.	
Krankenschwesternvereinigung Lindenhof	2000		O.U.			O.U.	
Bananen & Film	2000						
Bildbesprechung Kulturbüro, Zürich	1999						
Federal Building Department of Zürich	2001			M.O.		O.U.	
Simian „Chemistry is what we are“	2001					O.U.	
Dirty Vegas	2001-2002						O.U.
Basement Jaxx	2001			M.O.		M.O.	O.U.
Theater Improphil	2001-2003		O.U.	M.O.		M.O.	
Archis	2001-2004					O.U.	O.U.
Lego Font Creator	2001				D.E.		
Norm: The Things	2002		M.O.				
Viktor & Rolf	2002-2007			D.E.		D.E.	O.U.
Poetry on the Road	2002			O.U.		M.O.	
Gemeente Leidschen-dam-Voorburg	2002			M.O.			
Ministerie van Algemene Zaken	2002		O.U.	O.U.		O.U.	O.U.
Gemeente Lelystad	2002			D.E.	D.E.	D.E.	
Gemeente Middelburg	2002			D.E.			
Latent Space, Posters for NAI	2002						
A Rush Of Blood To The Head	2002				O.U.		
Stawon	2002-2003			D.E.		D.E.	
Muzieklab Brabant, Tilburg	2002					D.E.	

Nombre del proyecto	Año	Tamaño [Línea]	Tamaño [Plano]	Tamaño [Volumen]	Tamaño [Tipografía]	Tamaño [Logo]	Imagen [Línea]	Imagen [Plano]	Imagen [Volumen]	Imagen [Tipografía]	Imagen [Logo]	Color [Línea]	Color [Plano]	Color [Volumen]	Color [Tipografía]
Tubelight	2002-2005	D.E.	D.E.		D.E.			D.E.							
Good and Plenty	2002-2003		O.U.		O.U.			D.E.					M.O.		M.O.
Pulchri Studio	2002-2003		O.U.		D.E.	D.E.		D.E.		O.U.	D.E.		D.E.		D.E.
Collection Lambert en Avignon	2002-2005		O.U.		O.U.	O.U.		D.E.					D.E.		O.U.
Lakeside Science & Technology Park	2003	D.E.		D.E.				D.E.				M.O.	M.O.		M.O.
Kunsthau Graz	2003			O.U.										O.U.	
Flughafen Köln-Bonn	2003		D.E.										M.O.		
A Typeface for Twin Cities	2003				D.E.										
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003		O.U.		O.U.								M.O.		M.O.
Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001	O.U.	O.U.		O.U.							O.U.	M.O.		M.O.
Gemeente Amsterdam	2003		M.O.			O.U.							M.O.		
TV Asahi	2002			D.E.	D.E.									D.E.	D.E.
Döll	2003		O.U.		O.U.								M.O.		O.U.
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003		O.U.		O.U.			D.E.					D.E.		
Posters CulturNacht The Generator	2003		O.U.			O.U.		D.E.			O.U.		D.E.		
Perdu	2003-2004		O.U.		O.U.										
Staatsoper Hannover	2003		O.U.		M.O.								M.O.		M.O.
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004				M.O.										M.O.
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003		O.U.		O.U.	O.U.		D.E.		O.U.			M.O.		O.U.
Brooklyn Museum	2004		O.U.		O.U.								O.U.		O.U.
Visual Identity Lesley Moore			M.O.		M.O.								M.O.		O.U.
Athlete Tourist	2004-2005			D.E.	O.U.				D.E.					M.O.	O.U.
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006	D.E.	D.E.		O.U.			D.E.		O.U.		M.O.	M.O.		O.U.

Nombre del proyecto	Año	Color [Logo]	Orientación [Línea]	Orientación [Plano]	Orientación [Volumen]	Orientación [Tipografía]	Orientación [Logo]	Forma [Línea]	Forma [Plano]	Forma [Volumen]	Forma [Tipografía]	Forma [Logo]	Producción [Línea]	Producción [Plano]	Producción [Volumen]
Tubelight	2002-2005														
Good and Plenty	2002-2003			O.U.		O.U.			O.U.		O.U.				
Pulchri Studio	2002-2003	D.E.		O.U.		O.U.	O.U.								
Collection Lambert en Avignon	2002-2005	O.U.		O.U.		O.U.	O.U.		D.E.		D.E.	O.U.			
Lakeside Science & Technology Park	2003	M.O.						M.O.							
Kunsthaus Graz	2003									O.U.					
Flughafen Köln-Bonn	2003														
A Typeface for Twin Cities	2003					D.E.					D.E.				
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003			O.U.		O.U.			O.U.		O.U.				
Ministerie van Volks-huisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001		O.U.												
Gemeente Amsterdam	2003	O.U.							M.O.			O.U.			
TV Asahi	2002				D.E.	O.U.									
Döll	2003			O.U.		O.U.			M.O.		O.U.				
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003														
Posters CultuurNacht The Generator	2003	O.U.							D.E.			O.U.		O.U.	
Perdu	2003-2004			O.U.		O.U.			O.U.		O.U.				
Staatsoper Hannover	2003			O.U.		O.U.									
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004					O.U.									
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003								D.E.		O.U.			M.O.	
Brooklyn Museum	2004			O.U.		O.U.			M.O.		O.U.				
Visual Identity Lesley Moore									M.O.		O.U.				
Athlete Tourist	2004-2005				M.O.	O.U.				M.O.	O.U.				
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006		M.O.	M.O.		O.U.		M.O.	M.O.		O.U.				

Nombre del proyecto	Año	Producción [Tipografía]	Producción [Logo]	Regular [Línea]	Regular [Plano]	Regular [Volumen]	Regular [Tipografía]	Regular [Logo]	Irregular [Línea]	Irregular [Plano]	Irregular [Volumen]	Irregular [Tipografía]	Irregular [Logo]	Opacidad [Línea]	Opacidad [Plano]
Tubelight	2002-2005			O.U.	O.U.		O.U.								
Good and Plenty	2002-2003				O.U.		O.U.								
Pulchri Studio	2002-2003									D.E.		D.E.	D.E.		
Collection Lambert en Avignon	2002-2005									D.E.		M.O.	M.O.		
Lakeside Science & Technology Park	2003						O.U.								
Kunsthaus Graz	2003										D.E.				
Flughafen Köln-Bonn	2003				O.U.										
A Typeface for Twin Cities	2003											D.E.			
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003				O.U.		O.U.								
Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001			O.U.	O.U.		O.U.								
Gemeente Amsterdam	2003				O.U.			O.U.							
TV Asahi	2002						O.U.				M.O.				
Döll	2003				O.U.		O.U.								
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003														
Posters CultuurNacht The Generator	2003		O.U.							D.E.					
Perdu	2003-2004				O.U.		O.U.								
Staatsoper Hannover	2003				O.U.		O.U.								
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004	O.U.					O.U.								
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003	M.O.			O.U.		O.U.								
Brooklyn Museum	2004				O.U.		O.U.			D.E.					
Visual Identity Lesley Moore										D.E.		D.E.			
Athlete Tourist	2004-2005						O.U.				M.O.				
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006						O.U.		D.E.	D.E.					

Nombre del proyecto	Año	Diferencia [Plano]	Diferencia [Volumen]	Diferencia [Tipografía]	Diferencia [Logo]	Adición [Línea]	Adición [Plano]	Adición [Volumen]	Adición [Tipografía]	Adición [Logo]	Sustracción [Línea]	Sustracción [Plano]	Sustracción [Tipografía]	Sustracción [Logo]	Intersección [Línea]
Tubelight	2002-2005														
Good and Plenty	2002-2003						O.U.		O.U.			O.U.	O.U.		
Pulchri Studio	2002-2003														
Collection Lambert en Avignon	2002-2005														
Lakeside Science & Technology Park	2003														
Kunsthau Graz	2003														
Flughafen Köln-Bonn	2003						O.U.								
A Typeface for Twin Cities	2003														
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003														
Ministerie van Volks-huisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001														
Gemeente Amsterdam	2003														
TV Asahi	2002														
Döll	2003						O.U.					O.U.			
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003														
Posters CulturNacht The Generator	2003														
Perdu	2003-2004						O.U.					O.U.	O.U.		
Staatsoper Hannover	2003														
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004														
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003														
Brooklyn Museum	2004														
Visual Identity Lesley Moore							O.U.		O.U.			O.U.	O.U.		
Athlete Tourist	2004-2005														
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006					O.U.	O.U.								

Nombre del proyecto	Año	Proc. de imagen[Línea]	Proc. de imagen[Plano]	Proc. de imagen[Volumen]	Proc. de imagen[Tipografía]	Proc. de imagen[Logo]	Escala a tamaño [Línea]	Escala a tamaño [Plano]	Escala a tamaño [Volumen]	Escala a tamaño [Tipografía]	Escala a tamaño [Logo]	Repetición a tamaño [Línea]	Repetición a tamaño [Plano]	Repetición a tamaño [Volumen]	Repetición a tamaño [Tipografía]
Tubelight	2002-2005						D.E.	D.E.		D.E.					
Good and Plenty	2002-2003							O.U.							
Pulchri Studio	2002-2003					O.U.									
Collection Lambert en Avignon	2002-2005		O.U.		O.U.	O.U.		O.U.							
Lakeside Science & Technology Park	2003	M.O.					O.U.								
Kunsthaus Graz	2003														
Flughafen Köln-Bonn	2003												D.E.		
A Typeface for Twin Cities	2003														
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003														
Ministerie van Volks-huisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001						M.O.	M.O.		M.O.					
Gemeente Amsterdam	2003														
TV Asahi	2002														
Döll	2003														
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003							O.U.							
Posters CulturNacht The Generator	2003		O.U.			O.U.		O.U.							
Perdu	2003-2004												M.O.		
Staatsoper Hannover	2003							O.U.		O.U.					
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004														M.O.
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003		O.U.		O.U.			O.U.							
Brooklyn Museum	2004							M.O.		M.O.			M.O.		M.O.
Visual Identity Lesley Moore															
Athlete Tourist	2004-2005								O.U.						
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006	M.O.	M.O.				O.U.	O.U.							

Nombre del proyecto	Año	Repetición a tamaño [Logo]	Posicionamiento [Línea]	Posicionamiento [Plano]	Posicionamiento [Volumen]	Posicionamiento [Tipografía]	Posicionamiento [Logo]
Tubelight	2002-2005		D.E.	D.E.		D.E.	
Good and Plenty	2002-2003					O.U.	
Pulchri Studio	2002-2003			D.E.		D.E.	D.E.
Collection Lambert en Avignon	2002-2005					D.E.	D.E.
Lakeside Science & Technology Park	2003					D.E.	D.E.
Kunsthau Graz	2003				M.O.		
Flughafen Köln-Bonn	2003			D.E.			
A Typeface for Twin Cities	2003					D.E.	
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003			M.O.		M.O.	
Ministerie van Volks-huisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001		M.O.	M.O.		M.O.	
Gemeente Amsterdam	2003			D.E.			D.E.
TV Asahi	2002				M.O.	M.O.	
Döll	2003			M.O.		M.O.	
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003					O.U.	
Posters CulturNacht The Generator	2003					O.U.	
Perdu	2003-2004					O.U.	
Staatsoper Hannover	2003						
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004					O.U.	
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003					O.U.	
Brooklyn Museum	2004			M.O.		M.O.	
Visual Identity Lesley Moore				D.E.		D.E.	
Athlete Tourist	2004-2005					O.U.	
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006					O.U.	

Nombre del proyecto	Año	Tamaño [Línea]	Tamaño [Plano]	Tamaño [Volumen]	Tamaño [Tipografía]	Tamaño [Logo]	Imagen [Línea]	Imagen [Plano]	Imagen [Volumen]	Imagen [Tipografía]	Imagen [Logo]	Color [Línea]	Color [Plano]	Color [Volumen]	Color [Tipografía]
Maxim Gorki Theater	2004-2005	O.U.	O.U.		O.U.							O.U.	O.U.		O.U.
Cross Magazine	2004-2005		O.U.		O.U.			D.E.		O.U.			D.E.		O.U.
Soulwax	2004	O.U.	O.U.									O.U.	O.U.		
Treader	2004-2006		O.U.					D.E.					D.E.		
Marta Carlyle	2004-2005		D.E.		O.U.			O.U.		O.U.			M.O.		O.U.
Cigarettes & Chocolate	2004		O.U.	O.U.	O.U.								M.O.	O.U.	O.U.
NSV Nidwalden Exhibition	2004		O.U.		O.U.								M.O.		M.O.
Muzieklab Brabant	2004	O.U.			O.U.								M.O.		O.U.
The Forsythe Company	2004		O.U.		O.U.			M.O.							
Tate ETC	2004		D.E.		O.U.			D.E.					D.E.		D.E.
Gerrit Rietveld Academie	2004		D.E.					D.E.					D.E.		
ARBM	2004	O.U.	M.O.		O.U.			M.O.					M.O.		
SMCS	2004	M.O.			O.U.							M.O.			M.O.
Ffm Lounge	2005		O.U.		O.U.			D.E.		O.U.			M.O.		M.O.
Cinémathèque française	2005		M.O.					D.E.							
Champalimaud Foundation	2005	M.O.										M.O.			
Lego meets Meccano!	2005-2006		O.U.										O.U.		
SSH Utrecht	2005		O.U.										M.O.		
Haus der Wissenschaft	2005	M.O.	M.O.					D.E.				M.O.	M.O.		
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005		D.E.		D.E.								M.O.		M.O.
Effenaar	2005	M.O.	M.O.							D.E.		M.O.	M.O.		M.O.
Vrede van Utrecht	2005		O.U.					D.E.					M.O.		
Peace of Mind Mercy	2005	O.U.	O.U.		O.U.							M.O.	M.O.		M.O.
Seed media group	2005		O.U.					D.E.					D.E.		
Rau	2005		M.O.					D.E.					M.O.		
Economist / Contemporary Art Society	2005-2006	O.U.			M.O.							O.U.	M.O.		M.O.
Springdance Festival	2005		M.O.										M.O.		
Centre Culturel Suisse	2005	O.U.	O.U.		O.U.							O.U.	O.U.		O.U.
Garbage	2005	D.E.	O.U.		O.U.		D.E.	D.E.				M.O.	O.U.		O.U.
Protocol „Rules Of Engagement“	2005	M.O.	O.U.		O.U.			D.E.				O.U.	D.E.		O.U.
Das Schiff	2005-2006		O.U.		M.O.	O.U.		D.E.					M.O.		M.O.

Nombre del proyecto	Año	Color [Logo]	Orientación [Línea]	Orientación [Plano]	Orientación [Volumen]	Orientación [Tipografía]	Orientación [Logo]	Forma [Línea]	Forma [Plano]	Forma [Volumen]	Forma [Tipografía]	Forma [Logo]	Producción [Línea]	Producción [Plano]	Producción [Volumen]
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005		O.U.	O.U.		O.U.		O.U.	D.E.		O.U.				
Cross Magazine	2004-2005			O.U.		O.U.			O.U.		O.U.				
Soulwax	2004		M.O.	O.U.											
Treader	2004-2006			O.U.					D.E.					O.U.	
Marta Carlyle	2004-2005			O.U.		O.U.			M.O.		O.U.				
Cigarettes & Chocolate	2004			O.U.	D.E.	O.U.			M.O.	D.E.	O.U.			O.U.	O.U.
NSV Nidwalden Exhibition	2004			M.O.		O.U.			O.U.		O.U.				
Muzieklab Brabant	2004			O.U.		O.U.								M.O.	
The Forsythe Company	2004			M.O.		M.O.									
Tate ETC	2004			M.O.		O.U.									
Gerrit Rietveld Academie	2004			O.U.					O.U.					O.U.	
ARBM	2004		O.U.	O.U.		O.U.									
SMCS	2004		O.U.			O.U.									
Ffm Lounge	2005			M.O.		M.O.			M.O.		O.U.				
Cinémathèque française	2005			M.O.											
Champali-maud Foundation	2005		M.O.					O.U.							
Lego meets Meccano!	2005-2006			O.U.					M.O.					O.U.	
SSH Utrecht	2005			O.U.					D.E.						
Haus der Wissenschaft	2005		O.U.	O.U.				O.U.	M.O.						
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005														
Effenaar	2005		O.U.	O.U.		O.U.		O.U.	O.U.		O.U.				
Vrede van Utrecht	2005			O.U.					D.E.						
Peace of Mind Mercy	2005		O.U.	O.U.		O.U.		O.U.	O.U.		O.U.				
Seed media group	2005			O.U.					O.U.						
Rau	2005			O.U.					O.U.						
Economist / Contemporary Art Society	2005 - 2006		O.U.			O.U.							O.U.		
Springdance Festival	2005			O.U.					M.O.						
Centre Culturel Suisse	2005		O.U.	O.U.		O.U.		O.U.	O.U.		O.U.				
Garbage	2005		M.O.	O.U.		O.U.							O.U.	O.U.	
Protocol „Rules Of Engagement“	2005		O.U.	O.U.		O.U.		O.U.	O.U.		O.U.				
Das Schiff	2005-2006	M.O.		O.U.		O.U.	O.U.		D.E.					O.U.	

Nombre del proyecto	Año	Producción [Tipografía]	Producción [Logo]	Regular [Línea]	Regular [Plano]	Regular [Volumen]	Regular [Tipografía]	Regular [Logo]	Irregular [Línea]	Irregular [Plano]	Irregular [Volumen]	Irregular [Tipografía]	Irregular [Logo]	Opacidad [Línea]	Opacidad [Plano]
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005			O.U.	O.U.		O.U.								
Cross Magazine	2004-2005				O.U.		O.U.								
Soulwax	2004			O.U.	O.U.										
Treader	2004-2006				O.U.										
Marta Carlyle	2004-2005						O.U.			D.E.					
Cigarettes & Chocolate	2004	O.U.					O.U.			D.E.	D.E.				
NSV Nidwalden Exhibition	2004									M.O.		O.U.			
Muzieklab Brabant	2004	O.U.		O.U.	O.U.		O.U.								
The Forsythe Company	2004				O.U.		O.U.								
Tate ETC	2004						O.U.			D.E.					
Gerrit Rietveld Academie	2004				O.U.										
ARBM	2004			O.U.	O.U.		O.U.								
SMCS	2004			O.U.			O.U.								
Ffm Lounge	2005				O.U.		O.U.								
Cinémathèque française	2005									M.O.					
Champali-maud Foundation	2005			O.U.											
Lego meets Meccano!	2005-2006														
SSH Utrecht	2005				O.U.										
Haus der Wissenschaft	2005								D.E.	D.E.					
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005				O.U.		O.U.								
Effenaar	2005			O.U.	O.U.										
Vrede van Utrecht	2005				O.U.										
Peace of Mind Mercy	2005			O.U.	O.U.		O.U.								
Seed media group	2005				O.U.										
Rau	2005				O.U.										
Economist / Contemporary Art Society	2005 - 2006	O.U.		O.U.			O.U.								
Springdance Festival	2005				O.U.										
Centre Culturel Suisse	2005			O.U.	O.U.		O.U.								
Garbage	2005	O.U.			O.U.		O.U.		D.E.						
Protocol „Rules Of Engagement“	2005				O.U.		O.U.		M.O.						
Das Schiff	2005-2006	O.U.	O.U.					O.U.		D.E.		D.E.			

Nombre del proyecto	Año	Opacidad [Volumen]	Opacity [Tipografía]	Opacidad [Logo]	Transparencia [Línea]	Transparencia [Plano]	Transparencia [Volumen]	Transparencia [Tipografía]	Transparencia [Logo]	Multiplificación [Línea]	Multiplificación [Plano]	Multiplificación [Volumen]	Multiplificación [Tipografía]	Multiplificación [Logo]	Diferencia [Línea]
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005														
Cross Magazine	2004-2005														
Soulwax	2004														
Treader	2004-2006														
Marta Carlyle	2004-2005									O.U.			O.U.		
Cigarettes & Chocolate	2004														
NSV Nidwalden Exhibition	2004									O.U.			O.U.		
Muzieklab Brabant	2004														
The Forsythe Company	2004									O.U.					
Tate ETC	2004														
Gerrit Rietveld Academie	2004				O.U.					O.U.					
ARBM	2004									M.O.	M.O.		M.O.		
SMCS	2004														
Ffm Lounge	2005									O.U.			O.U.		
Cinémathèque française	2005				M.O.										
Champali-maud Foundation	2005									O.U.					
Lego meets Meccano!	2005-2006														
SSH Utrecht	2005														
Haus der Wissenschaft	2005									M.O.	M.O.				
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005														
Effenaar	2005									M.O.	M.O.		M.O.		
Vrede van Utrecht	2005														
Peace of Mind Mercy	2005														
Seed media group	2005														
Rau	2005														
Economist / Contemporary Art Society	2005 - 2006														
Springdance Festival	2005														
Centre Culturel Suisse	2005														
Garbage	2005														
Protocol „Rules Of Engagement“	2005														
Das Schiff	2005-2006									O.U.			O.U.	O.U.	

[illegible]

Nombre del proyecto	Año	Proc. de imagen[Línea]	Proc. de imagen[Plano]	Proc. de imagen[Volumen]	Proc. de imagen[Tipografía]	Proc. de imagen[Logo]	Escala a tamaño [Línea]	Escala a tamaño [Plano]	Escala a tamaño [Volumen]	Escala a tamaño [Tipografía]	Escala a tamaño [Logo]	Repetición a tamaño [Línea]	Repetición a tamaño [Plano]	Repetición a tamaño [Volumen]	Repetición a tamaño [Tipografía]
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005						O.U.	O.U.		O.U.					
Cross Magazine	2004-2005							O.U.							
Soulwax	2004											O.U.	O.U.		
Treader	2004-2006														
Marta Carlyle	2004-2005														
Cigarettes & Chocolate	2004		O.U.	O.U.	O.U.			O.U.							
NSV Nidwalden Exhibition	2004							O.U.							
Muzieklab Brabant	2004						O.U.			O.U.					
The Forsythe Company	2004							O.U.							
Tate ETC	2004							M.O.							
Gerrit Rietveld Academie	2004							M.O.					M.O.		
ARBM	2004							M.O.				M.O.			
SMCS	2004						O.U.					O.U.			
Ffm Lounge	2005													O.U.	
Cinémathèque française	2005		O.U.										M.O.		
Champali-maud Foundation	2005											M.O.			
Lego meets Meccano!	2005-2006														
SSH Utrecht	2005							M.O.					M.O.		
Haus der Wissenschaft	2005														
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005							D.E.		D.E.					
Effenaar	2005									O.U.		O.U.	O.U.		
Vrede van Utrecht	2005							O.U.							
Peace of Mind Mercy	2005						M.O.	M.O.		M.O.					
Seed media group	2005							M.O.							
Rau	2005							O.U.							
Economist / Contemporary Art Society	2005 - 2006														
Springdance Festival	2005							M.O.					M.O.		
Centre Culturel Suisse	2005						O.U.	O.U.		O.U.					
Garbage	2005				O.U.		O.U.	O.U.		O.U.					
Protocol „Rules Of Engagement“	2005						O.U.	O.U.							
Das Schiff	2005-2006							O.U.		O.U.	O.U.				

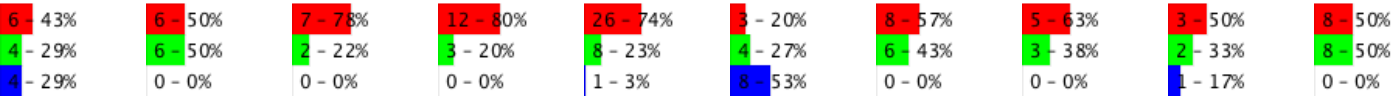
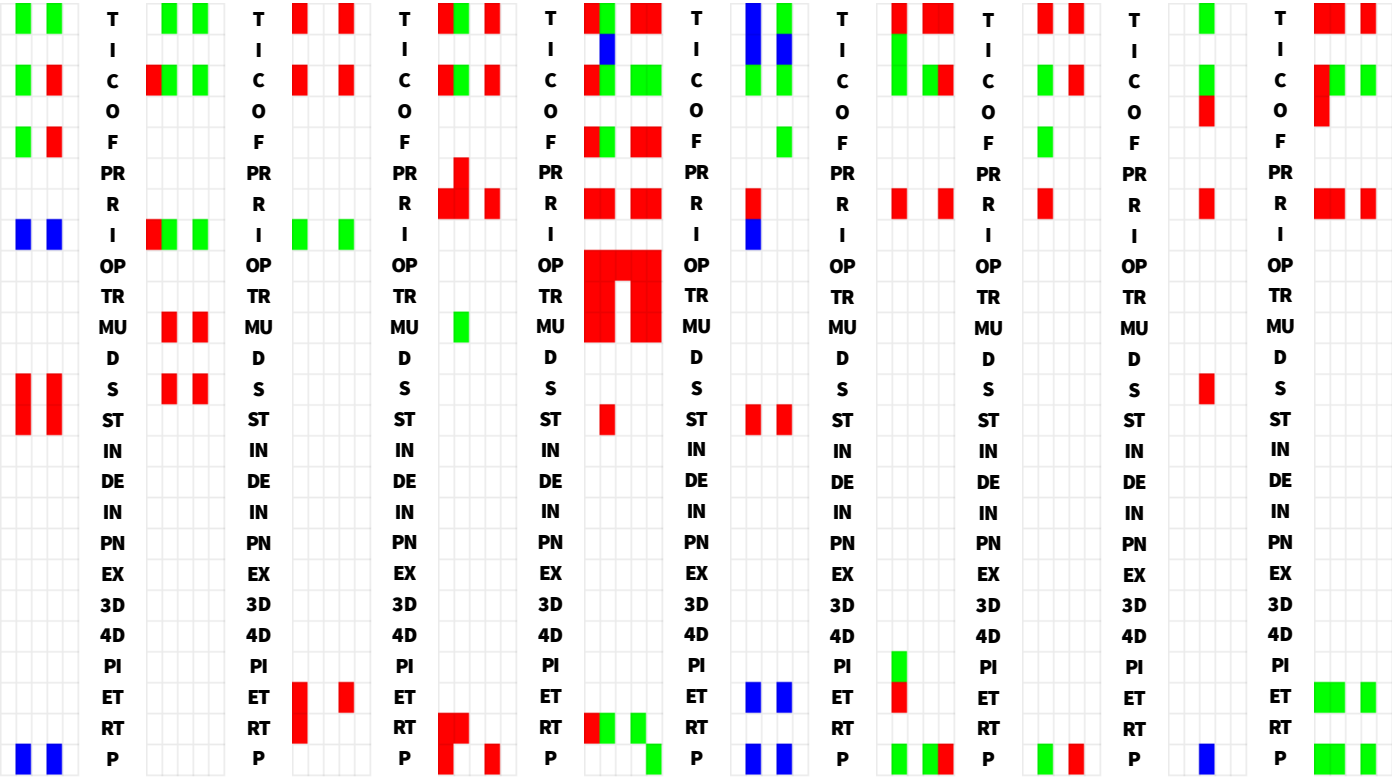
Nombre del proyecto	Año	Repetición a tamaño [Logo]	Posicionamiento [Línea]	Posicionamiento [Plano]	Posicionamiento [Volumen]	Posicionamiento [Tipografía]	Posicionamiento [Logo]
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005						
Cross Magazine	2004-2005					O.U.	
Soulwax	2004						
Treader	2004-2006			O.U.			
Marta Carlyle	2004-2005			D.E.		O.U.	
Cigarettes & Chocolate	2004				D.E.	D.E.	
NSV Nidwalden Exhibition	2004					O.U.	
Muzieklab Brabant	2004						
The Forsythe Company	2004					M.O.	
Tate ETC	2004			M.O.		O.U.	
Gerrit Rietveld Academie	2004			M.O.			
ARBM	2004		M.O.			M.O.	
SMCS	2004					D.E.	
Ffm Lounge	2005					O.U.	
Cinémathèque française	2005						
Champalimaud Foundation	2005		M.O.				
Lego meets Meccano!	2005-2006						
SSH Utrecht	2005						
Haus der Wissenschaft	2005		M.O.	M.O.			
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005						
Effenaar	2005						
Vrede van Utrecht	2005			M.O.			
Peace of Mind Mercy	2005		M.O.	M.O.		M.O.	
Seed media group	2005			M.O.			
Rau	2005			D.E.			
Economist / Contemporary Art Society	2005 - 2006		M.O.			M.O.	
Springdance Festival	2005						
Centre Culturel Suisse	2005						
Garbage	2005						
Protocol „Rules Of Engagement“	2005					O.U.	
Das Schiff	2005-2006						

Nombre del proyecto	Año	Color [Logo]	Orientación [Línea]	Orientación [Plano]	Orientación [Volumen]	Orientación [Tipografía]	Orientación [Logo]	Forma [Línea]	Forma [Plano]	Forma [Volumen]	Forma [Tipografía]	Forma [Logo]	Producción [Línea]	Producción [Plano]	Producción [Volumen]
Gerrit Rietveld Academie	2005			O.U.		O.U.			O.U.		O.U.			O.U.	
C Broadcasting	2006		O.U.	O.U.		O.U.		O.U.	O.U.		M.O.				
Ile Seguin-Rives de Seine	2006		O.U.	O.U.		O.U.		O.U.	O.U.		O.U.				
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006								M.O.						
Frankfurter Kunstverein	2006			D.E.		D.E.			M.O.		M.O.				
Beaux-arts de Paris - 2008	2006		D.E.					D.E.							
Max Planck Institute	2006			O.U.					O.U.						
Norwegian University of Life Sciences	2006			O.U.					O.U.						
CAC Brétigny	2006		M.O.					M.O.							
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007			O.U.	O.U.	O.U.			O.U.	O.U.	O.U.				
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007														
IDTV identity,	2007								M.O.						
Marres	2007	O.U.					M.O.					M.O.			
New Museum, NYC,	2007	M.O.													
The Brno House of Arts	2007	M.O.	M.O.	M.O.			M.O.	M.O.	M.O.			M.O.	M.O.	M.O.	
Casa da Musica	2007	D.E.	D.E.	D.E.	D.E.		D.E.		D.E.			D.E.			
Lovebytes	2007								D.E.						
Cafe King	2007		D.E.					O.U.							
Dokfest Lounge	2007		D.E.												
New York City	2007									D.E.					
Niconico Douga	2007														
Get Up	2007			O.U.					M.O.					O.U.	

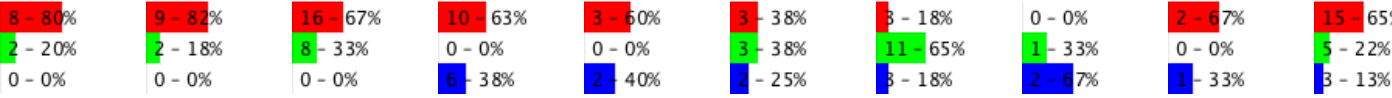
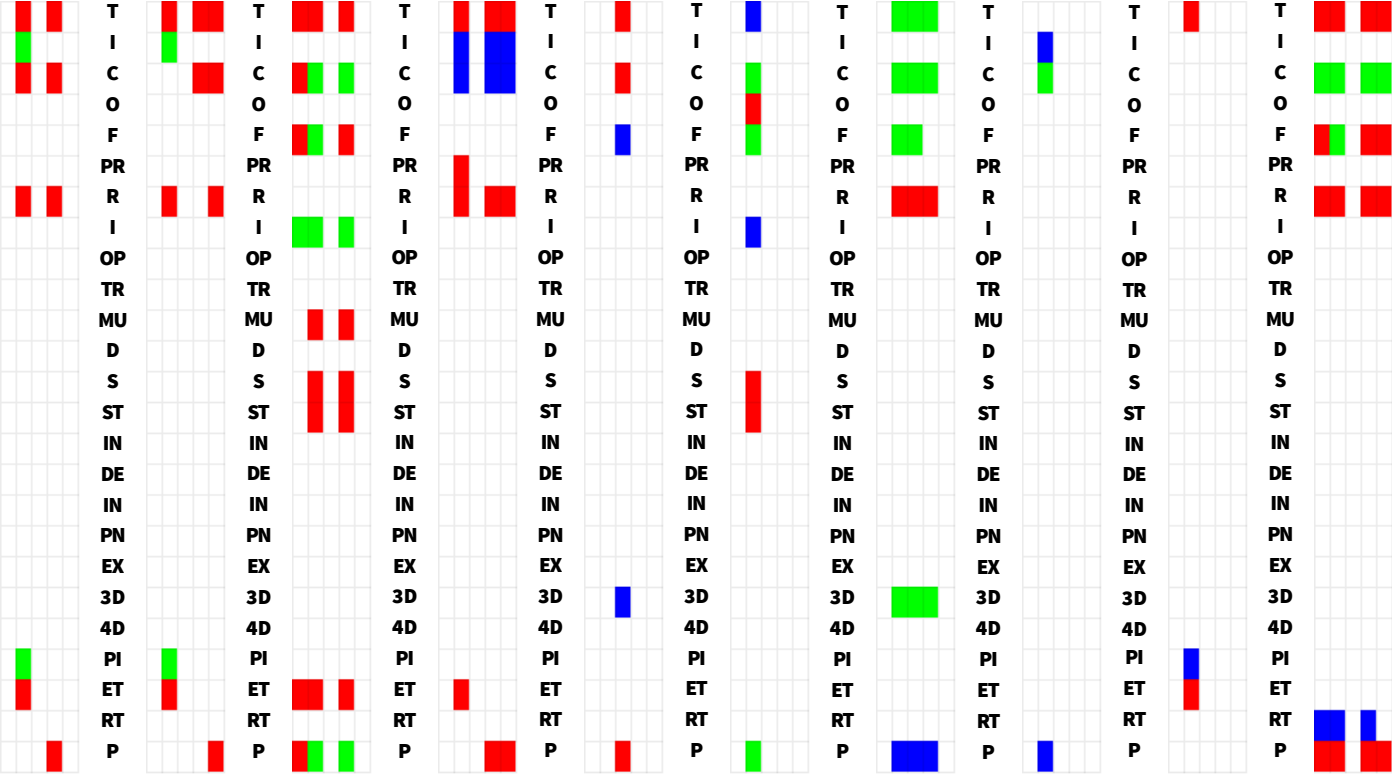
Nombre del proyecto	Año	Producción [Tipografía]	Producción [Logo]	Regular [Línea]	Regular [Plano]	Regular [Volumen]	Regular [Tipografía]	Regular [Logo]	Irregular [Línea]	Irregular [Plano]	Irregular [Volumen]	Irregular [Tipografía]	Irregular [Logo]	Opacidad [Línea]	Opacidad [Plano]
Gerrit Rietveld Academie	2005	O.U.			O.U.		O.U.								
C Broadcasting	2006				O.U.		O.U.								
Ile Seguin-Rives de Seine	2006			O.U.	O.U.		O.U.								
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006														
Frankfurter Kunstverein	2006									D.E.		D.E.			
Beaux-arts de Paris - 2008	2006														
Max Planck Institute	2006									M.O.					
Norwegian University of Life Sciences	2006				O.U.										
CAC Brétigny	2006			O.U.											
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007									D.E.	D.E.	D.E.			
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007			O.U.	O.U.										
IDTV identity,	2007				O.U.										
Marres	2007							O.U.							
New Museum, NYC,	2007				O.U.		O.U.	O.U.							
The Brno House of Arts	2007	M.O.		O.U.	O.U.			O.U.	M.O.	M.O.			M.O.		
Casa da Musica	2007														
Lovebytes	2007				O.U.										
Cafe King	2007								D.E.						
Dokfest Lounge	2007								D.E.						
New York City	2007			O.U.	O.U.										
Niconico Douga	2007					O.U.									
Get Up	2007									M.O.					

Nombre del proyecto	Año	Opacidad [Volumen]	Opacity [Tipografía]	Opacidad [Logo]	Transparencia [Línea]	Transparencia [Plano]	Transparencia [Volumen]	Transparencia [Tipografía]	Transparencia [Logo]	Multiplicación [Línea]	Multiplicación [Plano]	Multiplicación [Volumen]	Multiplicación [Tipografía]	Multiplicación [Logo]	Diferencia [Línea]
Gerrit Rietveld Academie	2005										O.U.		O.U.		
C Broadcasting	2006									O.U.	O.U.		O.U.		
Ile Seguin-Rives de Seine	2006														
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006														
Frankfurter Kunstverein	2006										M.O.		M.O.		
Beaux-arts de Paris	2006 - 2008														
Max Planck Institute	2006														
Norwegian University of Life Sciences	2006														
CAC Brétigny	2006														
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007														
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007														
IDTV identity,	2007										M.O.				
Marres	2007														
New Museum, NYC,	2007														
The Brno House of Arts	2007														
Casa da Musica	2007														
Lovebytes	2007														
Cafe King	2007				M.O.										
Dokfest Lounge	2007														
New York City	2007														D.E.
Niconico Douga	2007														
Get Up	2007										O.U.				

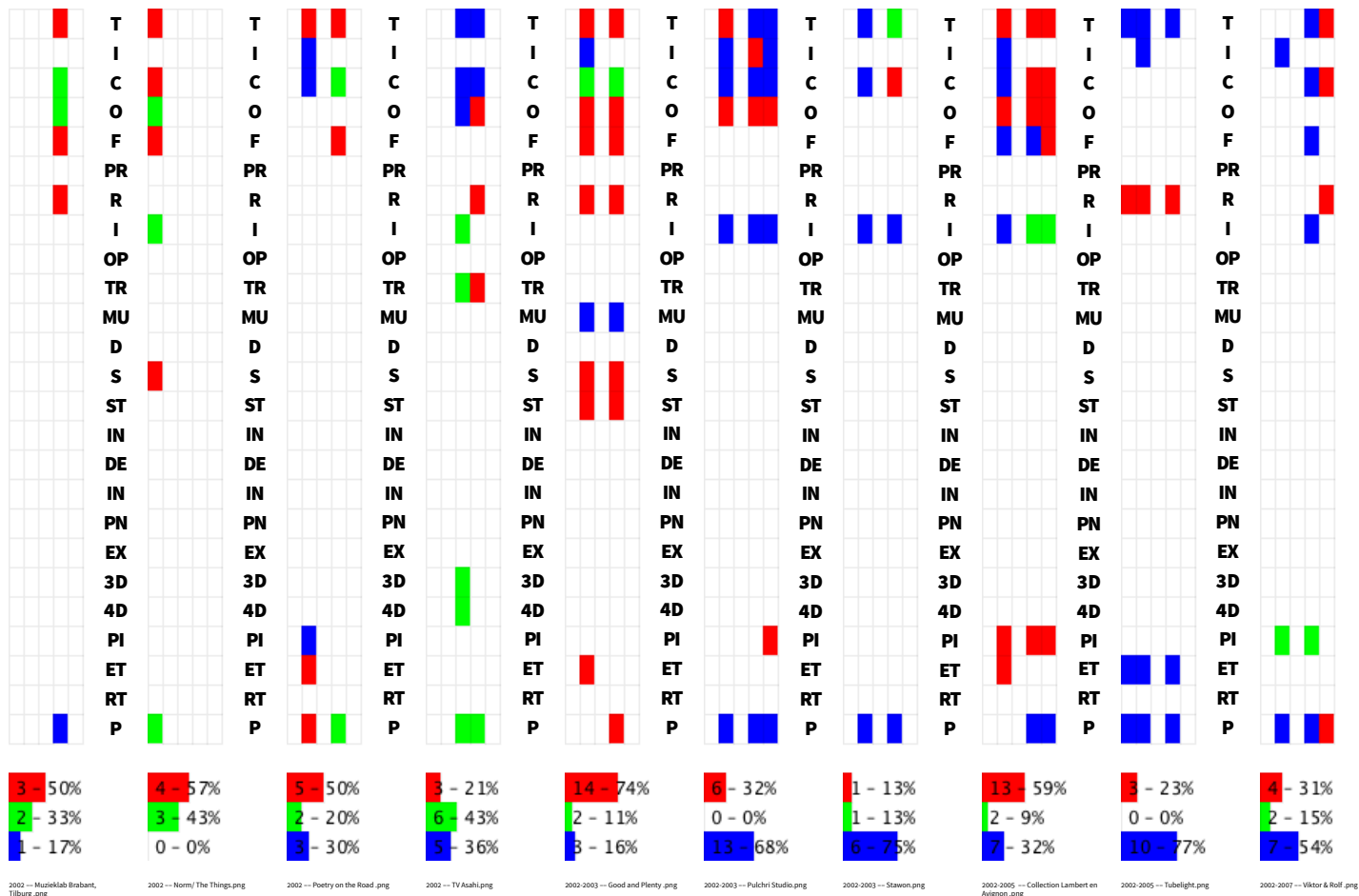
Nombre del proyecto	Año	Repetición a tamaño [Logo]	Posicionamiento [Línea]	Posicionamiento [Plano]	Posicionamiento [Volumen]	Posicionamiento [Tipografía]	Posicionamiento [Logo]
Gerrit Rietveld Academie	2005						
C Broadcasting	2006					M.O.	
Ile Seguin-Rives de Seine	2006		M.O.	M.O.	M.O.		
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006			M.O.			
Frankfurter Kunstverein	2006			M.O.		M.O.	
Beaux-arts de Paris	2006 - 2008						
Max Planck Institute	2006			O.U.			
Norwegian University of Life Sciences	2006			D.E.			
CAC Brétigny	2006						
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007			D.E.	D.E.	D.E.	
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007						
IDTV identity,	2007						
Marres	2007						O.U.
New Museum, NYC,	2007			O.U.		O.U.	O.U.
The Brno House of Arts	2007		M.O.	M.O.			M.O.
Casa da Musica	2007		O.U.	O.U.	O.U.		O.U.
Lovebytes	2007						
Cafe King	2007						
Dokfest Lounge	2007		D.E.				
New York City	2007		M.O.	M.O.			
Niconico Douga	2007				O.U.		
Get Up	2007			O.U.			



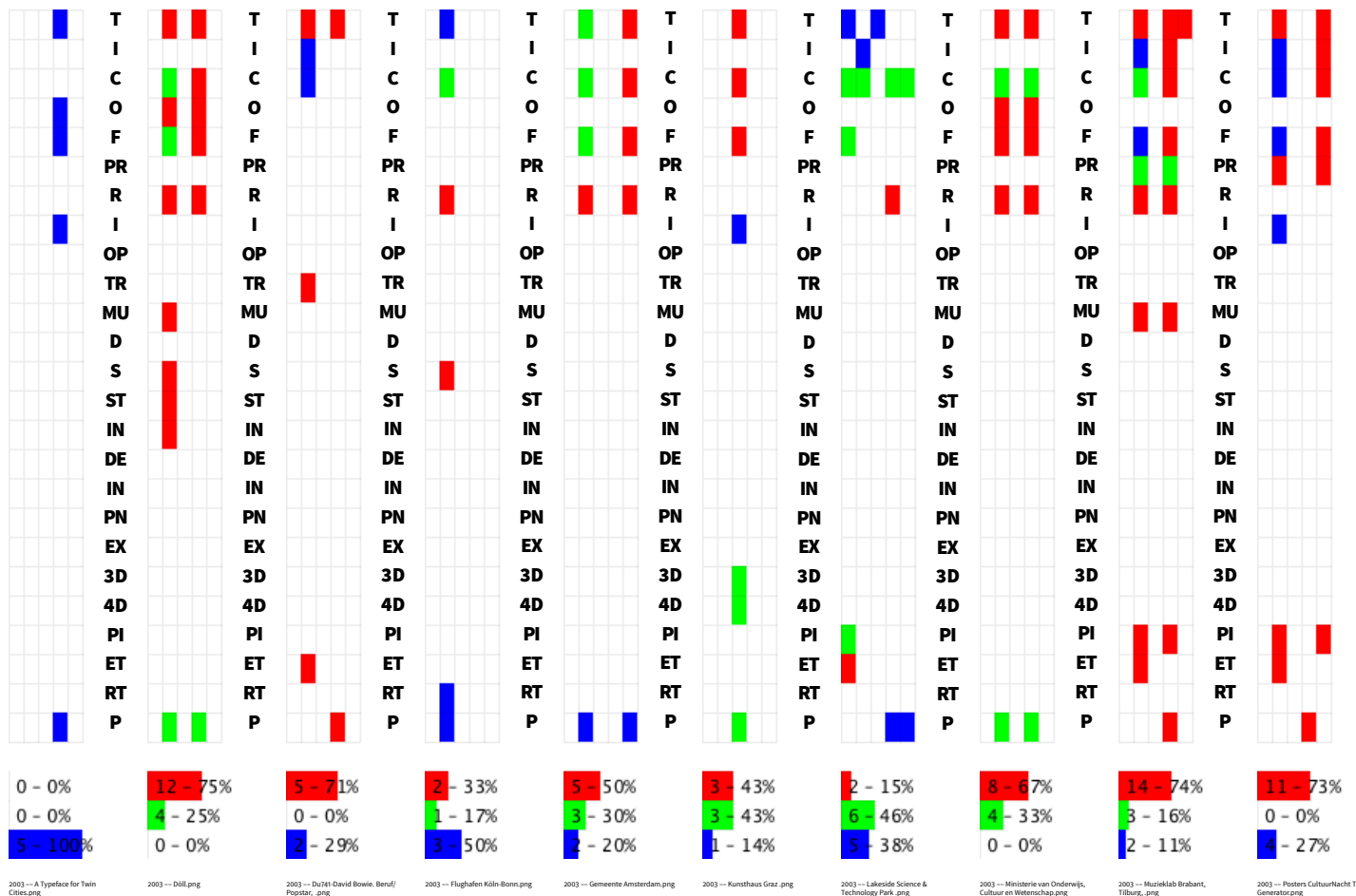
--- Visual Identity Lesley Moore.png 1999 --- Bildbesprechung Kulturbu- 2000 --- Bananen & Film.png 2000 --- Krankenschwestervereini- 2000 --- Rotterdam 2001, Culture 2000-2004 --- Cité Internationale 2001 --- Basement Jaxx.png 2001 --- Federal Building Department 2001 --- Lego Font Creator.png 2001 --- Ministerie van Volkshuis- vesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, .png



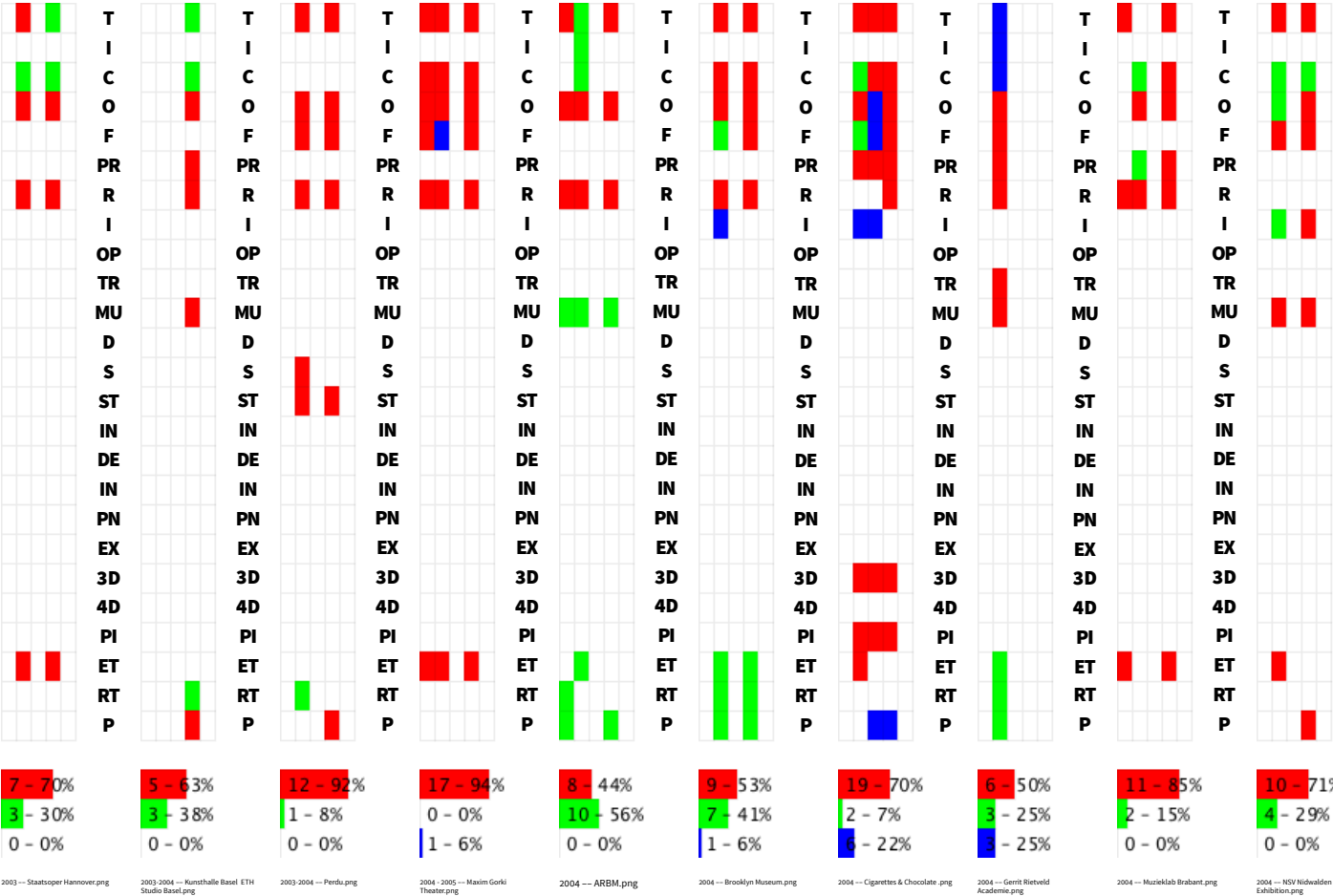
2001 --- Simian „Chemistry is what we are“.png 2001-2002 --- Dirty Vegas.png 2001-2003 --- Theater Improphl.png 2001-2004 --- Archis.png 2002 --- A Rush Of Blood To The Head.png 2002 --- Gemeente Leidschendam- Voorburg, .png 2002 --- Gemeente Lelystad, .png 2002 --- Gemeente Middelburg.png 2002 --- Latent Space, Posters for N&U, .png 2002 --- Ministerie van Algemene Zaken, .png



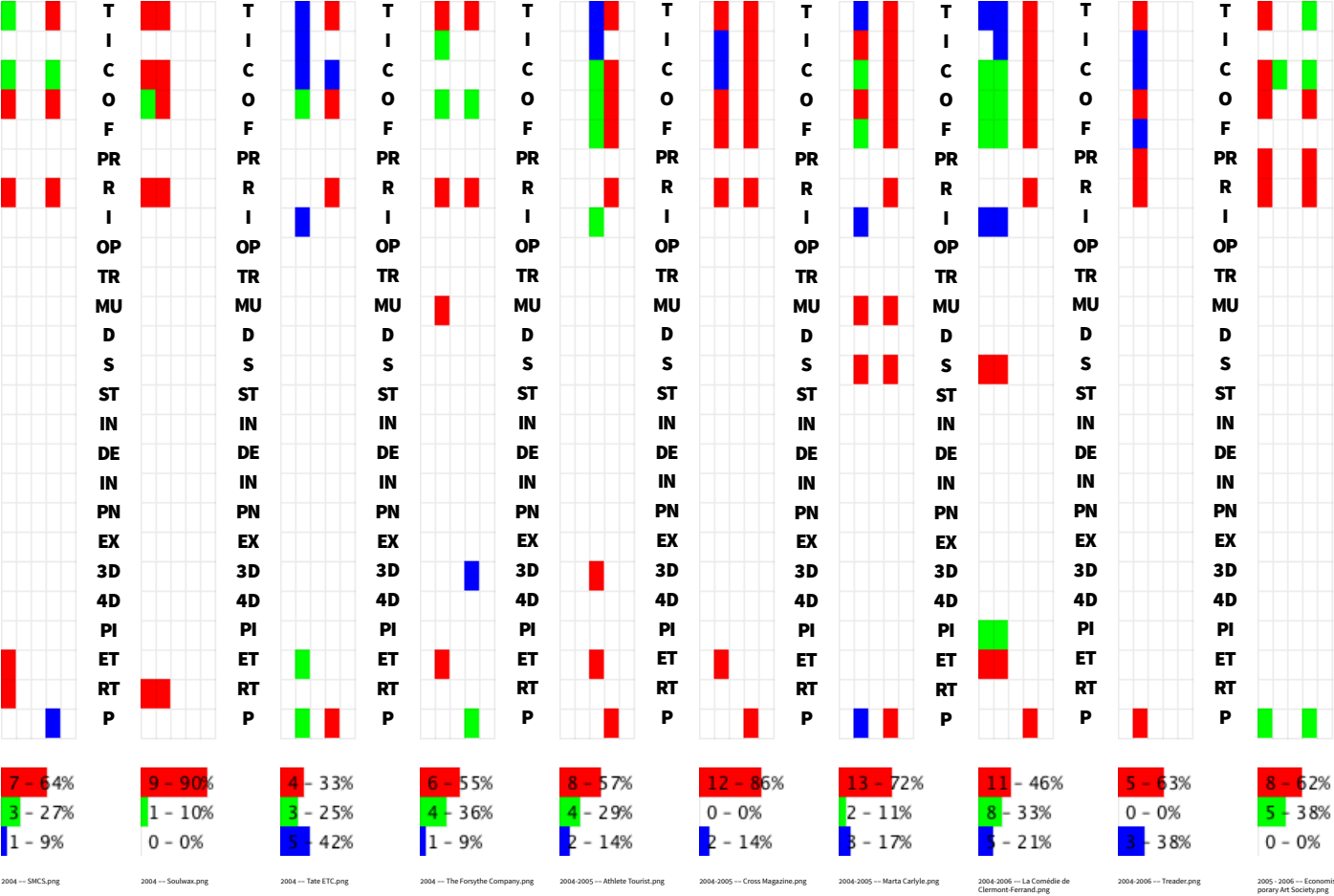
MU-Multiplicación | D-Diferencia | S-Suma | ST-Sustracción | IN-Intersección | DE-Excluir Superposición | IN-Influencia | PN-Penetración |



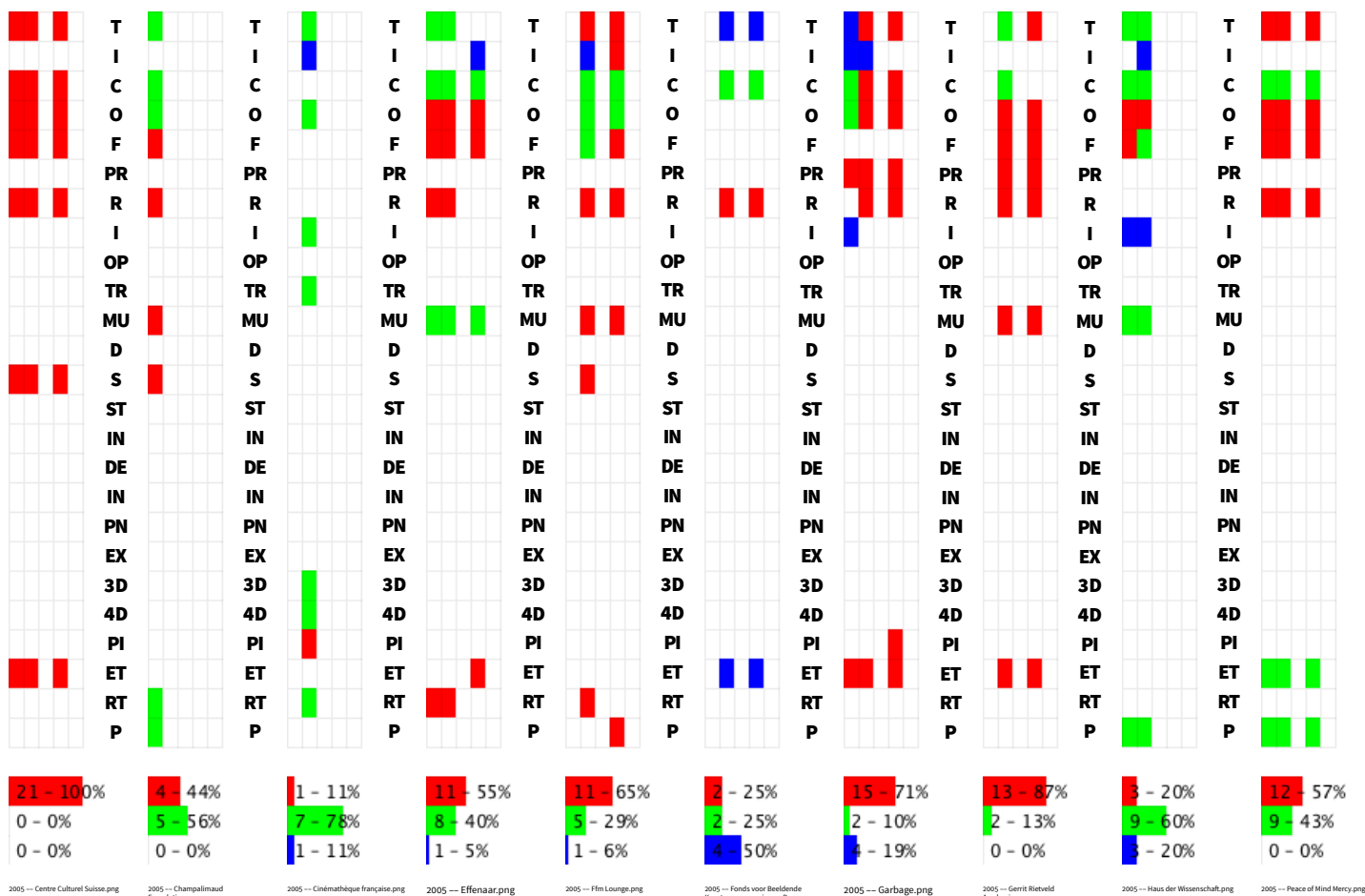
EX-Extrusión | 3D | 4D | PI-Procesado de Imagen | ET-Escala a Tamaño | RT-Repetición a Tamaño | P-Posición



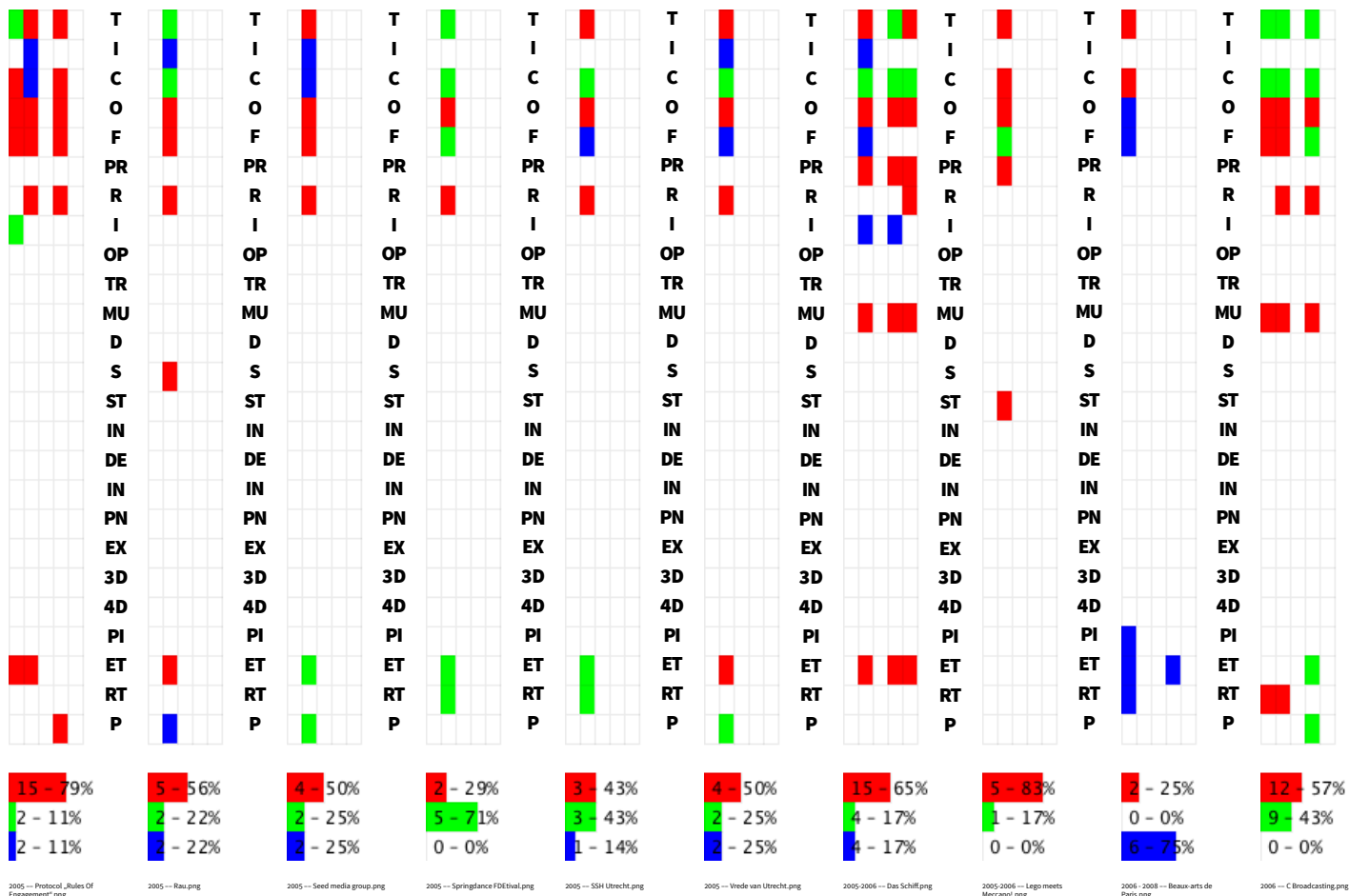
MU-Multiplicación | D-Diferencia | S-Suma | ST-Sustracción | IN-Intersección | DE-Excluir Superposición | IN-Influencia | PN-Penetración |



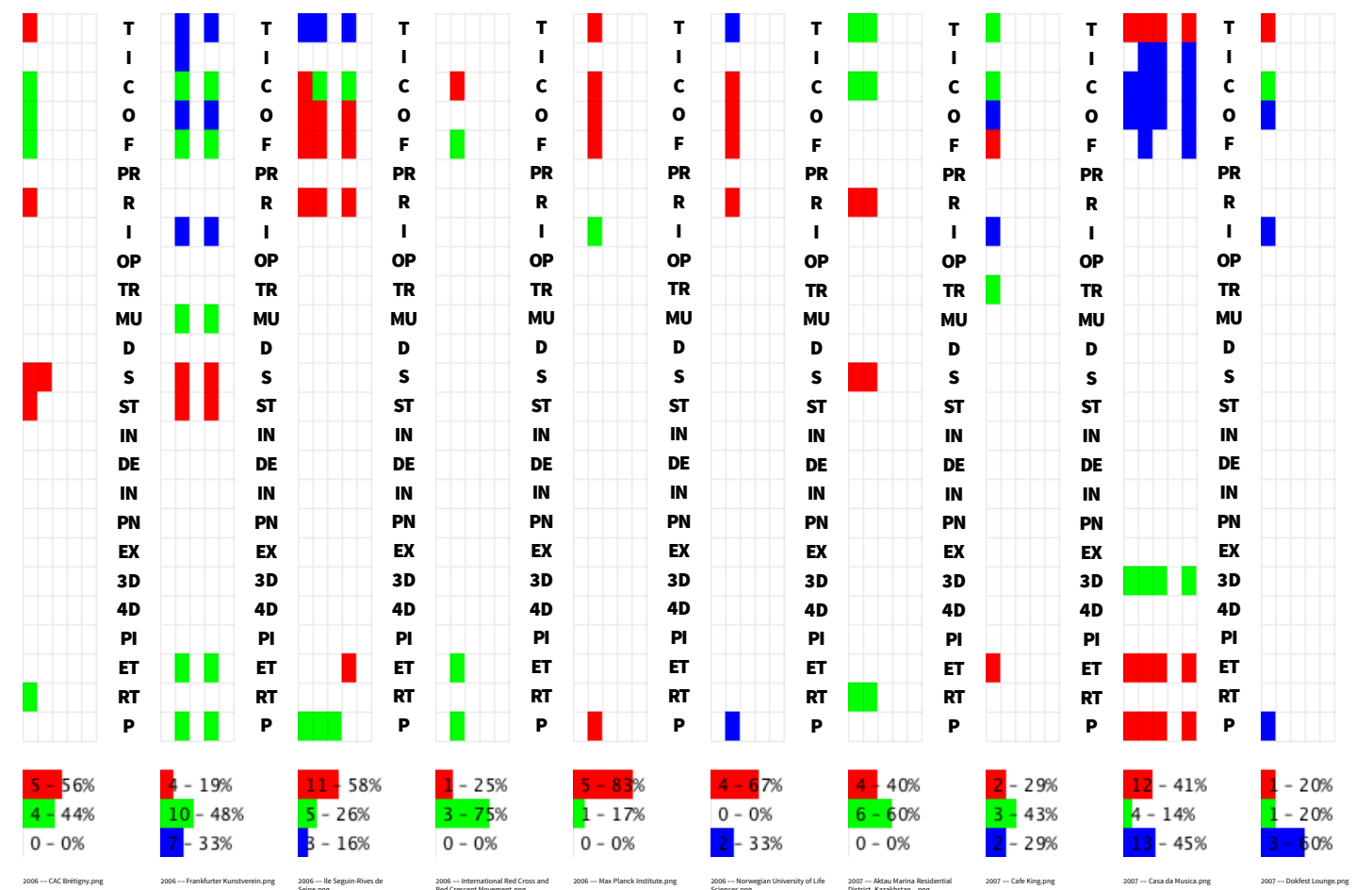
EX-Extrusión | 3D | 4D | PI-Procesado de Imagen | ET-Escala a Tamaño | RT-Repetición a Tamaño | P-Posición



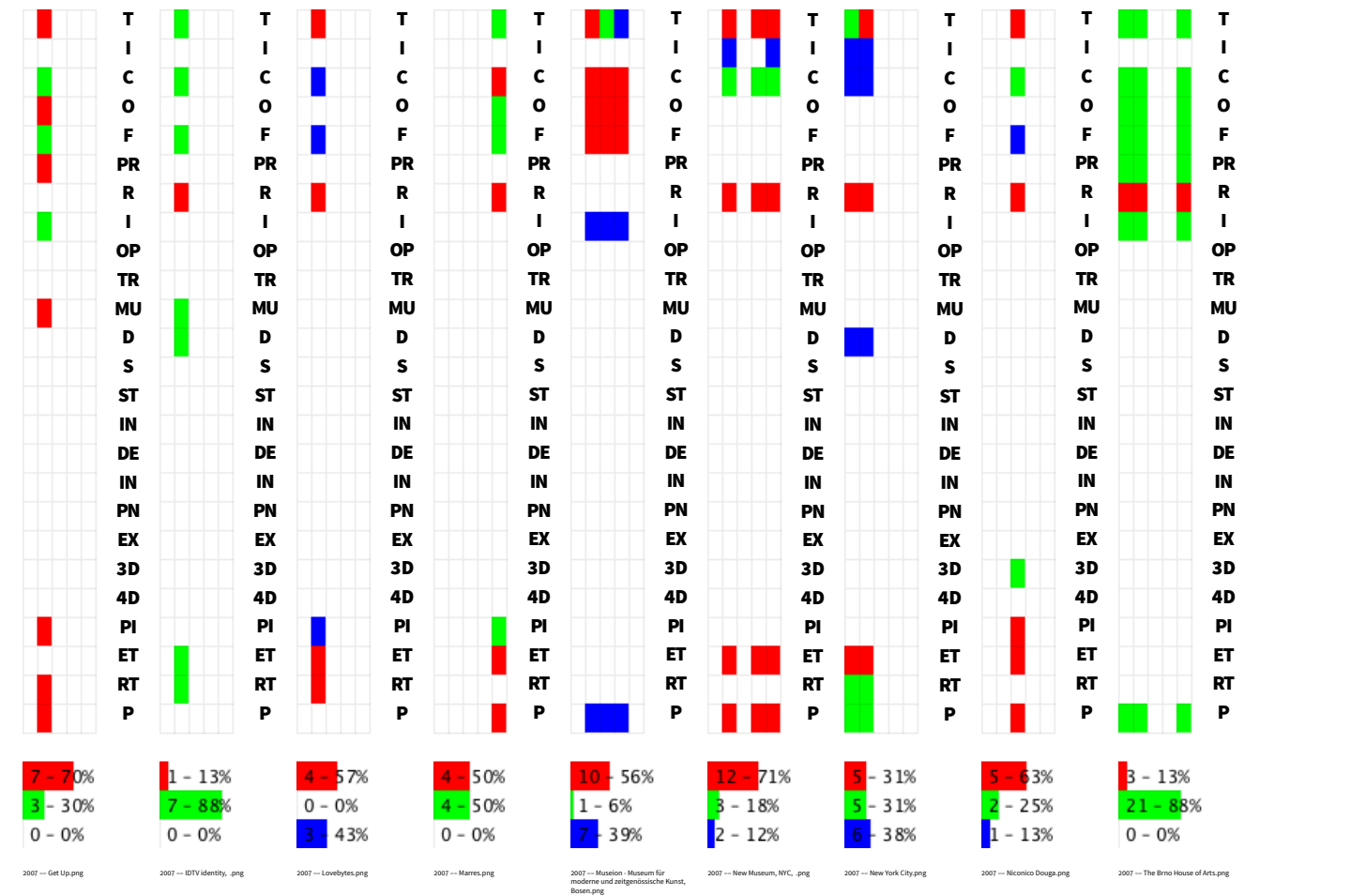
MU-Multiplicación | D-Diferencia | S-Suma | ST-Sustracción | IN-Intersección | DE-Excluir Superposición | IN-Influencia | PN-Penetración |



EX-Extrusión | 3D | 4D | PI-Procesado de Imagen | ET-Escala a Tamaño | RT-Repetición a Tamaño | P-Posición



MU-Multiplicación | D-Diferencia | S-Suma | ST-Sustracción | IN-Intersección | DE-Excluir Superposición | IN-Influencia | PN-Penetración |



EX-Extrusión | 3D | 4D | PI-Procesado de Imagen | ET-Escala a Tamaño | RT-Repetición a Tamaño | P-Posición

Nombre: Nombre del proyecto
Año: Año del proyecto
MO: Múltiples Opciones (M.O.)
OU: Opción Única (O.U.)
DE: Datos Externos (D.E.)
MOP: Porcentaje Múltiples Opciones (M.O.)
OUP: Porcentaje Opción Única (O.U.)
DEP: Porcentaje Datos Externos (D.E.)
Sector Clientes:
 Amarillo: Cliente del sector cultural.
 Blanco: Cliente NO del sector cultural.

Nombre	Año	OU	MO	DE	MOP	OUP	DEP	Sector Cliente
Bildbesprechung Kulturbuero, Zürich	1999	6	6	0	50.0	50.0	0.0	
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe	2000	26	8	1	22.857143	74.28571	2.857143	
Krankenschwesternvereinigung Lindenhof	2000	12	3	0	20.0	80.0	0.0	
Bananen & Film	2000	7	2	0	22.222223	77.77778	0.0	
Cité Internationale Universitaire de Paris	2000-2004	3	4	8	26.666668	20.0	53.333336	
Federal Building Department of Zürich	2001	5	3	0	37.5	62.5	0.0	
Simian „Chemistry is what we are“	2001	8	2	0	20.0	80.0	0.0	
Basement Jaxx	2001	8	6	0	42.857143	57.14286	0.0	
Lego Font Creator	2001	3	2	1	33.333336	50.0	16.666668	
Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001	8	8	0	50.0	50.0	0.0	
Dirty Vegas	2001-2002	9	2	0	18.181818	81.818184	0.0	
Theater Improphil	2001-2003	16	8	0	33.333336	66.66667	0.0	
Archis	2001-2004	10	0	6	0.0	62.5	37.5	
Norm: The Things	2002	4	3	0	42.857143	57.14286	0.0	
Poetry on the Road	2002	5	2	3	20.0	50.0	30.000002	
Gemeente Leidschendam-Voorburg	2002	3	3	2	37.5	37.5	25.0	
Ministerie van Algemene Zaken	2002	15	5	3	21.73913	65.21739	13.043478	
Gemeente Lelystad	2002	3	11	3	64.70589	17.647058	17.647058	
Gemeente Middelburg	2002	0	1	2	33.333336	0.0	66.66667	
Latent Space, Posters for NAI	2002	2	0	1	0.0	66.66667	33.333336	
A Rush Of Blood To The Head	2002	3	0	2	0.0	60.000004	40.0	
Muzieklab Brabant, Tilburg	2002	3	2	1	33.333336	50.0	16.666668	
TV Asahi	2002	3	6	5	42.857143	21.428572	35.714287	
Stawon	2002-2003	1	1	6	12.5	12.5	75.0	
Good and Plenty	2002-2003	14	2	3	10.526316	73.68421	15.789473	
Pulchri Studio	2002-2003	6	0	13	0.0	31.578945	68.42105	
Tubelight	2002-2005	3	0	10	0.0	23.076923	76.92308	
Collection Lambert en Avignon	2002-2005	13	2	7	9.090909	59.090908	31.818182	
Viktor & Rolf	2002-2007	4	2	7	15.384616	30.769232	53.846157	
Lakeside Science & Technology Park	2003	2	6	5	46.153847	15.384616	38.46154	
Kunsthau Graz	2003	3	3	1	42.857143	42.857143	14.285715	
Flughafen Köln-Bonn	2003	2	1	3	16.666668	33.333336	50.0	
A Typeface for Twin Cities	2003	0	0	5	0.0	0.0	100.0	
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003	8	4	0	33.333336	66.66667	0.0	

Nombre	Año	OU	MO	DE	MOP	OUP	DEP	Sector Cliente
Gemeente Amsterdam	2003	5	3	2	30.000002	50.0	20.0	
Döll	2003	12	4	0	25.0	75.0	0.0	
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003	5	0	2	0.0	71.42857	28.57143	
Posters CultuurNacht The Generator	2003	11	0	4	0.0	73.333336	26.666668	
Staatsoper Hannover	2003	7	3	0	30.000002	70.0	0.0	
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003	14	3	2	15.789473	73.68421	10.526316	
Perdu	2003-2004	12	1	0	7.692308	92.30769	0.0	
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004	5	3	0	37.5	62.5	0.0	
Brooklyn Museum	2004	9	7	1	41.17647	52.941177	5.882353	
Visual Identity Lesley Moore	2008	6	4	4	28.57143	42.857143	28.57143	
Soulwax	2004	9	1	0	10.0	90.0	0.0	
Cigarettes & Chocolate	2004	19	2	6	7.4074073	70.37037	22.222223	
NSV Nidwalden Exhibition	2004	10	4	0	28.57143	71.42857	0.0	
Muzieklab Brabant	2004	11	2	0	15.384616	84.61539	0.0	
The Forsythe Company	2004	6	4	1	36.363636	54.545456	9.090909	
Tate ETC	2004	4	3	5	25.0	33.333336	41.666664	
Gerrit Rietveld Academie	2004	6	3	3	25.0	50.0	25.0	
ARBM	2004	8	10	0	55.555557	44.444447	0.0	
SMCS	2004	7	3	1	27.272728	63.636364	9.090909	
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005	17	0	1	0.0	94.44444	5.555556	
Athlete Tourist	2004-2005	8	4	2	28.57143	57.14286	14.285715	
Cross Magazine	2004-2005	12	0	2	0.0	85.71429	14.285715	
Marta Carlyle	2004-2005	13	2	3	11.111112	72.22222	16.666668	
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006	11	8	5	33.333336	45.833336	20.833332	
Treader	2004-2006	5	0	3	0.0	62.5	37.5	
Ffm Lounge	2005	11	5	1	29.411766	64.70589	5.882353	
Cinémathèque française	2005	1	7	1	77.77778	11.111112	11.111112	
Champalimaud Foundation	2005	4	5	0	55.555557	44.444447	0.0	
SSH Utrecht	2005	3	3	1	42.857143	42.857143	14.285715	
Haus der Wissenschaft	2005	3	9	3	60.0	20.0	20.0	
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005	2	2	4	25.0	25.0	50.0	
Effenaar	2005	11	8	1	40.0	55.0	5.0	
Vrede van Utrecht	2005	4	2	2	25.0	50.0	25.0	
Peace of Mind Mercy	2005	12	9	0	42.857143	57.14286	0.0	
Seed media group	2005	4	2	2	25.0	50.0	25.0	
Rau	2005	5	2	2	22.222223	55.555557	22.222223	
Springdance Festival	2005	2	5	0	71.42857	28.57143	0.0	
Centre Culturel Suisse	2005	21	0	0	0.0	100.0	0.0	
Garbage	2005	15	2	4	9.523809	71.42857	19.047619	
Protocol „Rules Of Engagement“	2005	15	2	2	10.526316	78.94737	10.526316	
Gerrit Rietveld Academie	2005	13	2	0	13.333334	86.666664	0.0	
Economist / Contemporary Art Society	2005 - 2006	8	5	0	38.46154	61.538464	0.0	
Lego meets Meccano!	2005 - 2006	5	1	0	16.666668	83.33333	0.0	
Das Schiff	2005-2006	15	4	4	17.391304	65.21739	17.391304	
C Broadcasting	2006	12	9	0	42.857143	57.14286	0.0	
Ile Seguin-Rives de Seine	2006	11	5	3	26.31579	57.894737	15.789473	
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006	1	3	0	75.0	25.0	0.0	
Frankfurter Kunstverein	2006	4	10	7	47.61905	19.047619	33.333336	
Max Planck Institute	2006	5	1	0	16.666668	83.33333	0.0	
Norwegian University of Life Sciences	2006	4	0	2	0.0	66.66667	33.333336	
CAC Brétigny	2006	5	4	0	44.444447	55.555557	0.0	
Beaux-arts de Paris	2006 - 2008	2	0	6	0.0	25.0	75.0	

Nombre	Año	OU	MO	DE	MOP	OUP	DEP	Sector Cliente
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007	10	1	7	5.555556	55.555557	38.88889	
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007	4	6	0	60.000004	40.0	0.0	
IDTV identity,	2007	1	7	0	87.5	12.5	0.0	
Marres	2007	4	4	0	50.0	50.0	0.0	
New Museum, NYC,	2007	12	3	2	17.647058	70.588234	11.764706	
The Brno House of Arts	2007	3	21	0	87.5	12.5	0.0	
Casa da Musica	2007	12	4	13	13.793103	41.37931	44.827587	
Lovebytes	2007	4	0	3	0.0	57.14286	42.857143	
Cafe King	2007	2	3	2	42.857143	28.57143	28.57143	
Dokfest Lounge	2007	1	1	3	20.0	20.0	60.000004	
New York City	2007	5	5	6	31.25	31.25	37.5	
Niconico Douga	2007	5	2	1	25.0	62.5	12.5	
Get Up	2007	7	3	0	30.000002	70.0	0.0	

Nombre: Nombre del proyecto
Año: Año del proyecto
MO: Múltiples Opciones (M.O.)
OU: Opción Única (O.U.)
DE: Datos Externos (D.E.)
MOP: Porcentaje Múltiples Opciones (M.O.)
OUP: Porcentaje Opción Única (O.U.)
DEP: Porcentaje Datos Externos (D.E.)
País: País del cliente

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	País
Bildbesprechung Kulturbuero, Zürich	1999	6	6	0	50.0	50.0	0.0	Suiza
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe	2000	26	8	1	74.28571	22.857143	2.857143	Países Bajos
Krankenschwestervereinigung Lindenhof	2000	12	3	0	80.0	20.0	0.0	Suiza
Bananen & Film	2000	7	2	0	77.77778	22.222223	0.0	Suiza
Cité Internationale Universitaire de Paris	2000-2004	3	4	8	20.0	26.666668	53.333336	Francia
Federal Building Department of Zürich	2001	5	3	0	62.5	37.5	0.0	Suiza
Simian „Chemistry is what we are“	2001	8	2	0	80.0	20.0	0.0	Reino Unido
Basement Jaxx	2001	8	6	0	57.14286	42.857143	0.0	Reino Unido
Lego Font Creator	2001	3	2	1	50.0	33.333336	16.666668	Suiza
Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001	8	8	0	50.0	50.0	0.0	Países Bajos
Dirty Vegas	2001-2002	9	2	0	81.818184	18.181818	0.0	Reino Unido
Theater Improphil	2001-2003	16	8	0	66.66667	33.333336	0.0	Alemania
Archis	2001-2004	10	0	6	62.5	0.0	37.5	Países Bajos
Norm: The Things	2002	4	3	0	57.14286	42.857143	0.0	Suiza
Poetry on the Road	2002	5	2	3	50.0	20.0	30.000002	Alemania
Gemeente Leidschendam-Voorburg	2002	3	3	2	37.5	37.5	25.0	Países Bajos
Ministerie van Algemene Zaken	2002	15	5	3	65.21739	21.73913	13.043478	Países Bajos
Gemeente Lelystad	2002	3	11	3	17.647058	64.70589	17.647058	Países Bajos
Gemeente Middelburg	2002	0	1	2	0.0	33.333336	66.66667	Países Bajos
Latent Space, Posters for NAI	2002	2	0	1	66.66667	0.0	33.333336	Países Bajos
A Rush Of Blood To The Head	2002	3	0	2	60.000004	0.0	40.0	Reino Unido
Muzieklab Brabant, Tilburg	2002	3	2	1	50.0	33.333336	16.666668	Países Bajos
TV Asahi	2002	3	6	5	21.428572	42.857143	35.714287	Japón
Stawon	2002-2003	1	1	6	12.5	12.5	75.0	Países Bajos
Good and Plenty	2002-2003	14	2	3	73.68421	10.526316	15.789473	Países Bajos
Pulchri Studio	2002-2003	6	0	13	31.578945	0.0	68.42105	Países Bajos
Tubelight	2002-2005	3	0	10	23.076923	0.0	76.92308	Países Bajos
Collection Lambert en Avignon	2002-2005	13	2	7	59.090908	9.090909	31.818182	Francia
Viktor & Rolf	2002-2007	4	2	7	30.769232	15.384616	53.846157	Países Bajos
Lakeside Science & Technology Park	2003	2	6	5	15.384616	46.153847	38.46154	Austria
Kunsthau Graz	2003	3	3	1	42.857143	42.857143	14.285715	Suiza
Flughafen Köln-Bonn	2003	2	1	3	33.333336	16.666668	50.0	Alemania
A Typeface for Twin Cities	2003	0	0	5	0.0	0.0	100.0	Estados Unidos

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	País
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003	8	4	0	66.66667	33.333336	0.0	Países Bajos
Gemeente Amsterdam	2003	5	3	2	50.0	30.000002	20.0	Países Bajos
Döll	2003	12	4	0	75.0	25.0	0.0	Países Bajos
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003	5	0	2	71.42857	0.0	28.57143	Alemania
Posters CultuurNacht The Generator	2003	11	0	4	73.333336	0.0	26.666668	Países Bajos
Staatsoper Hannover	2003	7	3	0	70.0	30.000002	0.0	Alemania
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003	14	3	2	73.68421	15.789473	10.526316	Países Bajos
Perdu	2003-2004	12	1	0	92.30769	7.692308	0.0	Países Bajos
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004	5	3	0	62.5	37.5	0.0	Suiza
Brooklyn Museum	2004	9	7	1	52.941177	41.17647	5.882353	Estados Unidos
Visual Identity Lesley Moore	2004	6	4	4	42.857143	28.57143	28.57143	Países Bajos
Soulwax	2004	9	1	0	90.0	10.0	0.0	Reino Unido
Cigarettes & Chocolate	2004	19	2	6	70.37037	7.4074073	22.222223	Reino Unido
NSV Nidwalden Exhibition	2004	10	4	0	71.42857	28.57143	0.0	Países Bajos
Muzieklab Brabant	2004	11	2	0	84.61539	15.384616	0.0	Países Bajos
The Forsythe Company	2004	6	4	1	54.545456	36.363636	9.090909	Alemania
Tate ETC	2004	4	3	5	33.333336	25.0	41.666664	Reino Unido
Gerrit Rietveld Academie	2004	6	3	3	50.0	25.0	25.0	Países Bajos
ARBM	2004	8	10	0	44.444447	55.555557	0.0	Países Bajos
SMCS	2004	7	3	1	63.636364	27.272728	9.090909	Países Bajos
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005	17	0	1	94.44444	0.0	5.555556	Alemania
Athlete Tourist	2004-2005	8	4	2	57.14286	28.57143	14.285715	Reino Unido
Cross Magazine	2004-2005	12	0	2	85.71429	0.0	14.285715	Reino Unido
Marta Carlyle	2004-2005	13	2	3	72.22222	11.111112	16.666668	Reino Unido
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006	11	8	5	45.833336	33.333336	20.833332	Francia
Treader	2004-2006	5	0	3	62.5	0.0	37.5	Alemania
Ffm Lounge	2005	11	5	1	64.70589	29.411766	5.882353	Alemania
Cinémathèque française	2005	1	7	1	11.111112	77.77778	11.111112	Francia
Champalimaud Foundation	2005	4	5	0	44.444447	55.555557	0.0	Francia
SSH Utrecht	2005	3	3	1	42.857143	42.857143	14.285715	Países Bajos
Haus der Wissenschaft	2005	3	9	3	20.0	60.0	20.0	Alemania
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005	2	2	4	25.0	25.0	50.0	Países Bajos
Effenaar	2005	11	8	1	55.0	40.0	5.0	Países Bajos
Vrede van Utrecht	2005	4	2	2	50.0	25.0	25.0	Países Bajos
Peace of Mind Mercy	2005	12	9	0	57.14286	42.857143	0.0	Estados Unidos
Seed media group	2005	4	2	2	50.0	25.0	25.0	Estados Unidos
Rau	2005	5	2	2	55.555557	22.222223	22.222223	Países Bajos
Springdance Festival	2005	2	5	0	28.57143	71.42857	0.0	Países Bajos
Centre Culturel Suisse	2005	21	0	0	100.0	0.0	0.0	Suiza
Garbage	2005	15	2	4	71.42857	9.523809	19.047619	Reino Unido

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	País
Protocol „Rules Of Engagement“	2005	15	2	2	78.94737	10.526316	10.526316	Reino Unido
Gerrit Rietveld Academie	2005	13	2	0	86.666664	13.333334	0.0	Países Bajos
Economist / Contemporary Art Society	2005-2006	8	5	0	61.538464	38.46154	0.0	Reino Unido
Lego meets Meccano!	2005-2006	5	1	0	83.33333	16.666668	0.0	Suiza
Das Schiff	2005-2006	15	4	4	65.21739	17.391304	17.391304	Suiza
C Broadcasting	2006	12	9	0	57.14286	42.857143	0.0	Países Bajos
Ile Seguin-Rives de Seine	2006	11	5	3	57.894737	26.31579	15.789473	Francia
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006	1	3	0	25.0	75.0	0.0	Suiza
Frankfurter Kunstverein	2006	4	10	7	19.047619	47.61905	33.333336	Alemania
Max Planck Institute	2006	5	1	0	83.33333	16.666668	0.0	Alemania
Norwegian University of Life Sciences	2006	4	0	2	66.66667	0.0	33.333336	Noruega
CAC Brétigny	2006	5	4	0	55.555557	44.444447	0.0	Francia
Beaux-arts de Paris	2006-2008	2	0	6	25.0	0.0	75.0	Francia
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007	10	1	7	55.555557	5.555556	38.88889	Italia
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007	4	6	0	40.0	60.000004	0.0	República de Kazajistán
IDTV identity,	2007	1	7	0	12.5	87.5	0.0	Países Bajos
Marres	2007	4	4	0	50.0	50.0	0.0	Países Bajos
New Museum, NYC,	2007	12	3	2	70.588234	17.647058	11.764706	Estados Unidos
The Brno House of Arts	2007	3	21	0	12.5	87.5	0.0	República Checa
Casa da Musica	2007	12	4	13	41.37931	13.793103	44.827587	Portugal
Lovebytes	2007	4	0	3	57.14286	0.0	42.857143	Reino Unido
Cafe King	2007	2	3	2	28.57143	42.857143	28.57143	Alemania
Dokfest Lounge	2007	1	1	3	20.0	20.0	60.000004	Reino Unido
New York City	2007	5	5	6	31.25	31.25	37.5	Estados Unidos
Niconico Douga	2007	5	2	1	62.5	25.0	12.5	Japón
Get Up	2007	7	3	0	70.0	30.000002	0.0	España

Nombre: Nombre del proyecto**Año:** Año del proyecto**MO:** Múltiples Opciones (M.O.)**OU:** Opción Única (O.U.)**DE:** Datos Externos (D.E.)**MOP:** Múltiples Opciones (M.O.) Porcentaje**OUP:** Opción Única (O.U.) Porcentaje**DEP:** Datos Externos (D.E.) Porcentaje

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Bildbesprechung Kulturbüro, Zürich	1999	6	6	0	50.0	50.0	0.0	
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe	2000	26	8	1	74.28571	22.857143	2.857143	
Krankenschwesternvereinigung Lindenhof	2000	12	3	0	80.0	20.0	0.0	
Bananen & Film	2000	7	2	0	77.77778	22.222223	0.0	
Cité Internationale Universitaire de Paris	2000-2004	3	4	8	20.0	26.666668	53.333336	
Federal Building Department of Zürich	2001	5	3	0	62.5	37.5	0.0	
Simian „Chemistry is what we are“	2001	8	2	0	80.0	20.0	0.0	
Basement Jaxx	2001	8	6	0	57.14286	42.857143	0.0	
Lego Font Creator	2001	3	2	1	50.0	33.333336	16.666668	
Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001	8	8	0	50.0	50.0	0.0	
Dirty Vegas	2001-2002	9	2	0	81.818184	18.181818	0.0	
Theater Improphil	2001-2003	16	8	0	66.66667	33.333336	0.0	
Archis	2001-2004	10	0	6	62.5	0.0	37.5	
Norm: The Things	2002	4	3	0	57.14286	42.857143	0.0	
Poetry on the Road	2002	5	2	3	50.0	20.0	30.000002	
Gemeente Leidschendam-Voorburg	2002	3	3	2	37.5	37.5	25.0	
Ministerie van Algemene Zaken	2002	15	5	3	65.21739	21.73913	13.043478	
Gemeente Lelystad	2002	3	11	3	17.647058	64.70589	17.647058	

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Perdu	2003-2004	12	1	0	92.30769	7.692308	0.0	
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004	5	3	0	62.5	37.5	0.0	
Brooklyn Museum	2004	9	7	1	52.941177	41.17647	5.882353	
Soulwax	2004	9	1	0	90.0	10.0	0.0	
Cigarettes & Chocolate	2004	19	2	6	70.37037	7.4074073	22.222223	
NSV Nidwalden Exhibition	2004	10	4	0	71.42857	28.57143	0.0	
Muzieklab Brabant	2004	11	2	0	84.61539	15.384616	0.0	
The Forsythe Company	2004	6	4	1	54.545456	36.363636	9.090909	
Tate ETC	2004	4	3	5	33.333336	25.0	41.666664	
Gerrit Rietveld Academie	2004	6	3	3	50.0	25.0	25.0	
ARBM	2004	8	10	0	44.444447	55.555557	0.0	
SMCS	2004	7	3	1	63.636364	27.272728	9.090909	
Maxim Gorki Theater	2004-2005	17	0	1	94.44444	0.0	5.555556	
Athlete Tourist	2004-2005	8	4	2	57.14286	28.57143	14.285715	
Cross Magazine	2004-2005	12	0	2	85.71429	0.0	14.285715	
Marta Carlyle	2004-2005	13	2	3	72.22222	11.111112	16.666668	
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006	11	8	5	45.833336	33.333336	20.833332	
Treader	2004-2006	5	0	3	62.5	0.0	37.5	
Ffm Lounge	2005	11	5	1	64.70589	29.411766	5.882353	
Cinémathèque française	2005	1	7	1	11.111112	77.77778	11.111112	
Champalimaud Foundation	2005	4	5	0	44.444447	55.555557	0.0	
SSH Utrecht	2005	3	3	1	42.857143	42.857143	14.285715	

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Haus der Wissenschaft	2005	3	9	3	20.0	60.0	20.0	
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005	2	2	4	25.0	25.0	50.0	
Effenaar	2005	11	8	1	55.0	40.0	5.0	
Vrede van Utrecht	2005	4	2	2	50.0	25.0	25.0	
Peace of Mind Mercy	2005	12	9	0	57.14286	42.857143	0.0	
Seed media group	2005	4	2	2	50.0	25.0	25.0	
Rau	2005	5	2	2	55.555557	22.222223	22.222223	
Springdance Festival	2005	2	5	0	28.57143	71.42857	0.0	
Centre Culturel Suisse	2005	21	0	0	100.0	0.0	0.0	
Garbage	2005	15	2	4	71.42857	9.523809	19.047619	
Protocol „Rules Of Engagement“	2005	15	2	2	78.94737	10.526316	10.526316	
Gerrit Rietveld Academie	2005	13	2	0	86.666664	13.333334	0.0	
Economist / Contemporary Art Society	2005 - 2006	8	5	0	61.538464	38.46154	0.0	
Lego meets Meccano!	2005-2006	5	1	0	83.33333	16.666668	0.0	
Das Schiff	2005-2006	15	4	4	65.21739	17.391304	17.391304	
C Broadcasting	2006	12	9	0	57.14286	42.857143	0.0	
Ile Seguin-Rives de Seine	2006	11	5	3	57.894737	26.31579	15.789473	
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006	1	3	0	25.0	75.0	0.0	
Frankfurter Kunstverein	2006	4	10	7	19.047619	47.61905	33.333336	
Max Planck Institute	2006	5	1	0	83.33333	16.666668	0.0	
Norwegian University of Life Sciences	2006	4	0	2	66.66667	0.0	33.333336	
CAC Brétigny	2006	5	4	0	55.555557	44.444447	0.0	

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Beaux-arts de Paris	2006 - 2008	2	0	6	25.0	0.0	75.0	
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007	10	1	7	55.555557	5.555556	38.88889	
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007	4	6	0	40.0	60.000004	0.0	
IDTV identity,	2007	1	7	0	12.5	87.5	0.0	
Marres	2007	4	4	0	50.0	50.0	0.0	
New Museum, NYC,	2007	12	3	2	70.588234	17.647058	11.764706	
The Brno House of Arts	2007	3	21	0	12.5	87.5	0.0	
Casa da Musica	2007	12	4	13	41.37931	13.793103	44.827587	
Lovebytes	2007	4	0	3	57.14286	0.0	42.857143	
Cafe King	2007	2	3	2	28.57143	42.857143	28.57143	
Dokfest Lounge	2007	1	1	3	20.0	20.0	60.000004	
New York City	2007	5	5	6	31.25	31.25	37.5	
Niconico Douga	2007	5	2	1	62.5	25.0	12.5	
Get Up	2007	7	3	0	70.0	30.000002	0.0	
Visual Identity Lesley Moore	2008	6	4	4	42.857143	28.57143	28.57143	

Nombre: Nombre del proyecto
Año: Año del proyecto
MO: Múltiples Opciones (M.O.)
OU: Opción Única (O.U.)
DE: Datos Externos (D.E.)
MOP: Múltiples Opciones (M.O.) Porcentaje
OUP: Opción Única (O.U.) Porcentaje
DEP: Datos Externos (D.E.) Porcentaje

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Bildbesprechung Kulturbuero, Zuerich	1999	6	6	0	50.0	50.0	0.0	
Rotterdam 2001, Culture Capital of Europe	2000	26	8	1	74.28571	22.857143	2.857143	
Krankenschwestervereinigung Lindenhof	2000	12	3	0	80.0	20.0	0.0	
Bananen & Film	2000	7	2	0	77.77778	22.222223	0.0	
Cité Internationale Universitaire de Paris	2000-2004	3	4	8	20.0	26.666668	53.333336	
Federal Building Department of Zürich	2001	5	3	0	62.5	37.5	0.0	
Simian „Chemistry is what we are“	2001	8	2	0	80.0	20.0	0.0	
Basement Jaxx	2001	8	6	0	57.14286	42.857143	0.0	
Lego Font Creator	2001	3	2	1	50.0	33.333336	16.666668	
Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer,	2001	8	8	0	50.0	50.0	0.0	
Dirty Vegas	2001-2002	9	2	0	81.818184	18.181818	0.0	
Theater Improphil	2001-2003	16	8	0	66.66667	33.333336	0.0	
Archis	2001-2004	10	0	6	62.5	0.0	37.5	
Norm: The Things	2002	4	3	0	57.14286	42.857143	0.0	
Poetry on the Road	2002	5	2	3	50.0	20.0	30.000002	
Gemeente Leidschendam-Voorburg	2002	3	3	2	37.5	37.5	25.0	
Ministerie van Algemene Zaken	2002	15	5	3	65.21739	21.73913	13.043478	
Gemeente Lelystad	2002	3	11	3	17.647058	64.70589	17.647058	

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Gemeente Middelburg	2002	0	1	2	0.0	33.333336	66.66667	
Latent Space, Posters for NAI	2002	2	0	1	66.66667	0.0	33.333336	
A Rush Of Blood To The Head	2002	3	0	2	60.000004	0.0	40.0	
Muzieklab Brabant, Tilburg	2002	3	2	1	50.0	33.333336	16.666668	
TV Asahi	2002	3	6	5	21.428572	42.857143	35.714287	
Stawon	2002-2003	1	1	6	12.5	12.5	75.0	
Good and Plenty	2002-2003	14	2	3	73.68421	10.526316	15.789473	
Pulchri Studio	2002-2003	6	0	13	31.578945	0.0	68.42105	
Tubelight	2002-2005	3	0	10	23.076923	0.0	76.92308	
Collection Lambert en Avignon	2002-2005	13	2	7	59.090908	9.090909	31.818182	
Viktor & Rolf	2002-2007	4	2	7	30.769232	15.384616	53.846157	
Lakeside Science & Technology Park	2003	2	6	5	15.384616	46.153847	38.46154	
Kunsthau Graz	2003	3	3	1	42.857143	42.857143	14.285715	
Flughafen Köln-Bonn	2003	2	1	3	33.333336	16.666668	50.0	
A Typeface for Twin Cities	2003	0	0	5	0.0	0.0	100.0	
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	2003	8	4	0	66.66667	33.333336	0.0	
Gemeente Amsterdam	2003	5	3	2	50.0	30.000002	20.0	
Döll	2003	12	4	0	75.0	25.0	0.0	
Du741-David Bowie. Beruf: Popstar,	2003	5	0	2	71.42857	0.0	28.57143	
Posters CultuurNacht The Generator	2003	11	0	4	73.333336	0.0	26.666668	
Staatsoper Hannover	2003	7	3	0	70.0	30.000002	0.0	
Muzieklab Brabant, Tilburg,	2003	14	3	2	73.68421	15.789473	10.526316	

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Perdu	2003-2004	12	1	0	92.30769	7.692308	0.0	
Kunsthalle Basel / ETH Studio Basel	2003-2004	5	3	0	62.5	37.5	0.0	
Brooklyn Museum	2004	9	7	1	52.941177	41.17647	5.882353	
Soulwax	2004	9	1	0	90.0	10.0	0.0	
Cigarettes & Chocolate	2004	19	2	6	70.37037	7.4074073	22.222223	
NSV Nidwalden Exhibition	2004	10	4	0	71.42857	28.57143	0.0	
Muzieklab Brabant	2004	11	2	0	84.61539	15.384616	0.0	
The Forsythe Company	2004	6	4	1	54.545456	36.363636	9.090909	
Tate ETC	2004	4	3	5	33.333336	25.0	41.666664	
Gerrit Rietveld Academie	2004	6	3	3	50.0	25.0	25.0	
ARBM	2004	8	10	0	44.444447	55.555557	0.0	
SMCS	2004	7	3	1	63.636364	27.272728	9.090909	
Maxim Gorki Theater	2004 - 2005	17	0	1	94.44444	0.0	5.555556	
Athlete Tourist	2004-2005	8	4	2	57.14286	28.57143	14.285715	
Cross Magazine	2004-2005	12	0	2	85.71429	0.0	14.285715	
Marta Carlyle	2004-2005	13	2	3	72.22222	11.111112	16.666668	
La Comédie de Clermont-Ferrand	2004-2006	11	8	5	45.833336	33.333336	20.833332	
Treader	2004-2006	5	0	3	62.5	0.0	37.5	
Ffm Lounge	2005	11	5	1	64.70589	29.411766	5.882353	
Cinémathèque française	2005	1	7	1	11.111112	77.77778	11.111112	
Champalimaud Foundation	2005	4	5	0	44.444447	55.555557	0.0	
SSH Utrecht	2005	3	3	1	42.857143	42.857143	14.285715	

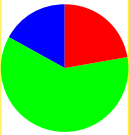
Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Haus der Wissenschaft	2005	3	9	3	20.0	60.0	20.0	
Fonds voor Beeldende Kunsten, vormgeving en Bouwkunst,	2005	2	2	4	25.0	25.0	50.0	
Effenaar	2005	11	8	1	55.0	40.0	5.0	
Vrede van Utrecht	2005	4	2	2	50.0	25.0	25.0	
Peace of Mind Mercy	2005	12	9	0	57.14286	42.857143	0.0	
Seed media group	2005	4	2	2	50.0	25.0	25.0	
Rau	2005	5	2	2	55.55557	22.222223	22.222223	
Springdance Festival	2005	2	5	0	28.57143	71.42857	0.0	
Centre Culturel Suisse	2005	21	0	0	100.0	0.0	0.0	
Garbage	2005	15	2	4	71.42857	9.523809	19.047619	
Protocol „Rules Of Engagement“	2005	15	2	2	78.94737	10.526316	10.526316	
Gerrit Rietveld Academie	2005	13	2	0	86.666664	13.333334	0.0	
Economist / Contemporary Art Society	2005-2006	8	5	0	61.538464	38.46154	0.0	
Lego meets Meccano!	2005-2006	5	1	0	83.33333	16.666668	0.0	
Das Schiff	2005-2006	15	4	4	65.21739	17.391304	17.391304	
C Broadcasting	2006	12	9	0	57.14286	42.857143	0.0	
Ile Seguin-Rives de Seine	2006	11	5	3	57.894737	26.31579	15.789473	
International Red Cross and Red Crescent Movement	2006	1	3	0	25.0	75.0	0.0	
Frankfurter Kunstverein	2006	4	10	7	19.047619	47.61905	33.333336	
Max Planck Institute	2006	5	1	0	83.33333	16.666668	0.0	
Norwegian University of Life Sciences	2006	4	0	2	66.66667	0.0	33.333336	
CAC Brétigny	2006	5	4	0	55.55557	44.444447	0.0	

Nombre	Año	OU	MO	DE	OUP	MOP	DEP	Gráfico
Beaux-arts de Paris - 2008	2006	2	0	6	25.0	0.0	75.0	
Museion - Museum für moderne und zeitgenössische Kunst, Bosen	2007	10	1	7	55.555557	5.555556	38.88889	
Aktau Marina Residential District, Kazakhstan,	2007	4	6	0	40.0	60.000004	0.0	
IDTV identity,	2007	1	7	0	12.5	87.5	0.0	
Marres	2007	4	4	0	50.0	50.0	0.0	
New Museum, NYC,	2007	12	3	2	70.588234	17.647058	11.764706	
The Brno House of Arts	2007	3	21	0	12.5	87.5	0.0	
Casa da Musica	2007	12	4	13	41.37931	13.793103	44.827587	
Lovebytes	2007	4	0	3	57.14286	0.0	42.857143	
Cafe King	2007	2	3	2	28.57143	42.857143	28.57143	
Dokfest Lounge	2007	1	1	3	20.0	20.0	60.000004	
New York City	2007	5	5	6	31.25	31.25	37.5	
Niconico Douga	2007	5	2	1	62.5	25.0	12.5	
Get Up	2007	7	3	0	70.0	30.000002	0.0	
Visual Identity Lesley Moore	2008	6	4	4	42.857143	28.57143	28.57143	

Relación entre “Opción Única”, “Múltiples Opciones ” y “Datos Externos” vistas por separado

666

Valor: Nombre de la opción de diseño elegida
MO: Múltiples Opciones (M.O.)
OU: Opción Única (O.U.)
DE: Datos Externos (D.E.)
NM: Total de opciones de diseño NO marcadas
secMO: Total de Múltiples Opciones (M.O.) marcadas en cada sección
secOU: Total de Opción Única (O.U.) marcadas en cada sección
secDE: Total de Datos Externos (D.E.)marcadas en cada sección
notNM: Total de opciones de diseño NO marcadas en cada sección

VALOR	OU	MO	DE	NM	sec OU	sec MO	sec DE	sec NM	
1 = Elementos y Propiedades									
Tamaño [Línea]	18	10	5	66					
Tamaño [Plano]	45	17	13	24					
Tamaño [Volumen]	5	3	3	88					
Tamaño [Tipografía]	40	10	9	40					
Tamaño [Logo]	13	2	1	83					
Total Tamaño					40	108	30	218	
Imagen [Línea]	0	0	2	97					
Imagen [Plano]	1	5	32	61					
Imagen [Volumen]	0	0	2	97					
Imagen [Tipografía]	6	0	3	90					
Imagen [Logo]	1	0	4	94					
Total Imagen					5	7	37	248	
Color [Línea]	14	15	2	68					
Color [Plano]	11	47	16	25					
Color [Volumen]	4	4	2	89					
Color [Tipografía]	22	27	5	45					
Color [Logo]	7	6	3	83					
Total Color					78	37	23	159	
Orientación [Línea]	12	7	4	76					
Orientación [Plano]	38	7	2	52					
Orientación [Volumen]	2	1	3	93					
Orientación [Tipografía]	32	3	2	62					
Orientación [Logo]	3	2	1	93					
Total Orientación					11	72	7	207	
Forma [Línea]	14	4	1	80					
Forma [Plano]	18	22	10	49					
Forma [Volumen]	2	2	3	92					
Forma [Tipografía]	27	3	3	66					
Forma [Logo]	5	2	1	91					

VALOR	OU	MO	DE	NM	sec OU	sec MO	sec DE	sec NM	
Total Forma					27	47	16	207	
Producción [Línea]	2	1	0	96					
Producción [Plano]	11	3	0	85					
Producción [Volumen]	1	0	0	98					
Producción [Tipografía]	7	1	0	91					
Producción [Logo]	2	1	0	96					
Total Producción					4	19	0	274	
Total Elementos y Propiedades					165	290	113		
2 = Elementos y Reglas									
Regular [Línea]	20	0	0	79					
Regular [Plano]	51	0	0	48					
Regular [Volumen]	3	0	0	96					
Regular [Tipografía]	41	0	0	58					
Regular [Logo]	11	0	0	88					
Total Regular					0	95	2	299	
Irregular [Línea]	1	5	5	88					
Irregular [Plano]	0	7	16	76					
Irregular [Volumen]	0	2	3	94					
Irregular [Tipografía]	1	4	8	86					
Irregular [Logo]	0	2	1	96					
Total Irregular					13	1	27	256	
Opacidad [Línea]	1	0	0	98					
Opacidad [Plano]	1	0	0	98					
Opacidad [Volumen]	1	0	0	98					
Opacidad [Tipografía]	1	0	0	98					
Opacidad [Logo]	1	0	0	98					
Total Opacidad					0	3	0	294	
Transparencia [Línea]	1	1	0	97					
Transparencia [Plano]	3	1	0	95					
Transparencia [Volumen]	0	1	0	98					
Transparencia [Tipografía]	2	0	0	97					
Transparencia [Logo]	1	0	0	98					
Total Transparencia					2	5	0	290	
Multiplicación [Línea]	3	3	0	93					
Multiplicación [Plano]	14	6	1	77					
Multiplicación [Volumen]	0	0	0	99					
Multiplicación [Tipografía]	11	3	1	84					
Multiplicación [Logo]	2	0	0	97					
Total Multiplicación					9	25	2	260	
Diferencia [Línea]	0	0	1	97					
Diferencia [Plano]	0	1	1	97					
Diferencia [Volumen]	0	0	0	99					
Diferencia [Tipografía]	0	0	0	99					
Diferencia [Logo]	0	0	0	99					
Total Diferencia					1	0	1	295	

VALOR	OU	MO	DE	NM	sec OU	sec MO	sec DE	sec NM	
Adición [Línea]	6	0	0	93					
Adición [Plano]	16	0	0	83					
Adición [Volumen]	1	0	0	98					
Adición [Tipografía]	7	0	0	92					
Adición [Logo]	0	0	0	99					
Total Adición					15	38	2	341	
Sustracción [Línea]	1	0	0	98					
Sustracción [Plano]	10	0	0	89					
Sustracción [Tipografía]	6	0	0	93					
Sustracción [Logo]	0	0	0	99					
Total Sustracción					0	16	0	182	
Intersección [Línea]	0	0	0	99					
Intersección [Plano]	1	0	0	98					
Intersección [Volumen]	0	0	0	99					
Intersección [Tipografía]	0	0	0	99					
Intersección [Logo]	0	0	0	99					
Total Intersección					0	1	0	296	
Excluir Superposición [Línea]	0	0	0	99					
Excluir Superposición [Plano]	0	0	0	99					
Excluir Superposición [Volumen]	0	0	0	99					
Excluir Superposición [Tipografía]	0	0	0	99					
Excluir Superposición [Logo]	0	0	0	99					
Total Excluir Superposición					0	0	0	297	
Influencia [Línea]	0	0	0	99					
Influencia [Plano]	0	0	0	99					
Influencia [Volumen]	0	0	0	99					
Influencia [Tipografía]	0	0	0	99					
Influencia [Logo]	0	0	0	99					
Total Influencia					0	0	0	297	
Penetración [Volumen]	0	0	0	99					
Penetración [Logo]	0	0	0	99					
Total Penetración					0	0	0	0	
Extrusión [Volumen]	0	0	0	99					
Extrusión [Logo]	0	0	0	99					
Total Extrusión					7	12	4	76	
3-D [Línea]	0	1	0	98					
3-D [Plano]	1	3	0	95					
3-D [Volumen]	2	5	1	91					
3-D [Tipografía]	1	1	1	96					
3-D [Logo]	0	1	0	98					
Total 3-D					9	4	2	282	
4-D [Línea]	0	0	0	99					
4-D [Plano]	0	1	0	98					
4-D [Volumen]	0	2	0	97					
4-D [Tipografía]	0	0	0	99					
4-D [Logo]	0	0	0	99					
Total 4-D					3	0	0	294	
Proc. de imagen* [Línea]	0	2	1	96					
Proc. de imagen [Plano]	6	5	3	85					
Proc. de imagen [Volumen]	2	0	0	97					

***Proc. de imagen:
Procesamiento de
imagen**

VALOR	OU	MO	DE	NM	sec OU	sec MO	sec DE	sec NM	
Proc. de imagen [Tipografía]	4	1	0	94					
Proc. de imagen [Logo]	3	1	0	95					
Total Proc. de imagen					6	12	3	276	
Total Elementos y Reglas					65	212	82		
3 = Elementos y Aplicación									
Escala a tamaño [Línea]	13	2	2	82					
Escala a tamaño [Plano]	30	12	3	54					
Escala a tamaño [Volumen]	3	0	0	96					
Escala a tamaño [Tipografía]	12	5	4	78					
Escala a tamaño [Logo]	4	0	0	95					
Total Escala a tamaño					17	45	7	228	
Repetición a tamaño [Línea]	7	5	2	85					
Repetición a tamaño [Plano]	7	10	2	80					
Repetición a tamaño [Volumen]	0	0	0	99					
Repetición a tamaño [Tipografía]	0	3	1	95					
Repetición a tamaño [Logo]	0	0	0	99					
Total Repetición a tamaño					13	7	3	274	
Posición [Línea]	4	10	2	83					
Posición [Plano]	7	19	14	59					
Posición [Volumen]	3	3	4	89					
Posición [Tipografía]	20	14	14	51					
Posición [Logo]	8	2	4	85					
Total Posición					40	44	33	279	
Total Elementos y Aplicación					70	96	43		

Opciones Únicas más Escogidas

Valor: Nombre de las opciones de diseño
OU: Opción Única (O.U.)
MO: Múltiples Opciones (M.O.)
DE: Datos Externos (D.E.)
NM: Cantidad de opciones de diseño NO marcadas

VALOR	OU	MO	DE	NM
Regular [Plano]	51	0	0	48
Tamaño [Plano]	45	17	13	24
Regular [Tipografía]	41	0	0	58
Tamaño [Tipografía]	40	10	9	40
Orientación [Plano]	38	7	2	52
Orientación [Tipografía]	32	3	2	62
Escala a tamaño [Plano]	30	12	3	54
Forma [Tipografía]	27	3	3	66
Color [Tipografía]	22	27	5	45
Posición [Tipografía]	20	14	14	51
Regular [Línea]	20	0	0	79
Forma [Plano]	18	22	10	49
Tamaño [Línea]	18	10	5	66
Adición [Plano]	16	0	0	83
Color [Línea]	14	15	2	68
Multiplicación [Plano]	14	6	1	77
Forma [Línea]	14	4	1	80
Tamaño [Logo]	13	2	1	83
Escala a tamaño [Línea]	13	2	2	82
Orientación [Línea]	12	7	4	76
Escala a tamaño [Tipografía]	12	5	4	78
Color [Plano]	11	47	16	25
Producción [Plano]	11	3	0	85
Multiplicación [Tipografía]	11	3	1	84
Regular [Logo]	11	0	0	88
Sustracción [Plano]	10	0	0	89
Posición [Logo]	8	2	4	85
Posición [Plano]	7	19	14	59
Repetición a tamaño [Plano]	7	10	2	80
Color [Logo]	7	6	3	83
Repetición a tamaño [Línea]	7	5	2	85
Producción [Tipografía]	7	1	0	91
Adición [Tipografía]	7	0	0	92
Proc. de imagen[Plano]	6	5	3	85
Imagen [Tipografía]	6	0	3	90
Adición [Línea]	6	0	0	93
Sustracción [Tipografía]	6	0	0	93
Tamaño [Volumen]	5	3	3	88
Forma [Logo]	5	2	1	91
Posición [Línea]	4	10	2	83
Color [Volumen]	4	4	2	89
Proc. de imagen [Tipografía]	4	1	0	94
Escala a tamaño [Logo]	4	0	0	95
Multiplicación [Línea]	3	3	0	93
Posición [Volumen]	3	3	4	89
Orientación [Logo]	3	2	1	93

Transparencia [Plano]	3	1	0	95
Proc. de imagen[Logo]	3	1	0	95
Regular [Volumen]	3	0	0	96
Escala a tamaño [Volumen]	3	0	0	96
3-D [Volumen]	2	5	1	91
Forma [Volumen]	2	2	3	92
Orientación [Volumen]	2	1	3	93
Producción [Línea]	2	1	0	96
Producción [Logo]	2	1	0	96
Transparencia [Tipografía]	2	0	0	97
Multiplicación [Logo]	2	0	0	97
Proc. de imagen [Volumen]	2	0	0	97
Imagen [Plano]	1	5	32	61
Irregular [Línea]	1	5	5	88
Irregular [Tipografía]	1	4	8	86
3-D [Plano]	1	3	0	95
Transparencia [Línea]	1	1	0	97
3-D [Tipografía]	1	1	1	96
Imagen [Logo]	1	0	4	94
Producción [Volumen]	1	0	0	98
Opacidad [Línea]	1	0	0	98
Opacidad [Plano]	1	0	0	98
Opacidad [Volumen]	1	0	0	98
Opacidad [Tipografía]	1	0	0	98
Opacidad [Logo]	1	0	0	98
Transparencia [Logo]	1	0	0	98
Adición [Volumen]	1	0	0	98
Sustracción [Línea]	1	0	0	98
Intersección [Plano]	1	0	0	98
Irregular [Plano]	0	7	16	76
Repetición a tamaño [Tipografía]	0	3	1	95
Irregular [Volumen]	0	2	3	94
Irregular [Logo]	0	2	1	96
4-D [Volumen]	0	2	0	97
Proc. de imagen[Línea]	0	2	1	96
Transparencia [Volumen]	0	1	0	98
Diferencia [Plano]	0	1	1	97
3-D [Línea]	0	1	0	98
3-D [Logo]	0	1	0	98
4-D [Plano]	0	1	0	98
Imagen [Línea]	0	0	2	97
Imagen [Volumen]	0	0	2	97
Multiplicación [Volumen]	0	0	0	99
Diferencia [Línea]	0	0	1	97
Diferencia [Volumen]	0	0	0	99
Diferencia [Tipografía]	0	0	0	99
Diferencia [Logo]	0	0	0	99
Adición [Logo]	0	0	0	99
Sustracción [Logo]	0	0	0	99
Intersección [Línea]	0	0	0	99
Intersección [Volumen]	0	0	0	99
Intersección [Tipografía]	0	0	0	99
Intersección [Logo]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Línea]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Plano]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Volumen]	0	0	0	99

Excluir Superposición [Tipografía]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Logo]	0	0	0	99
Influencia [Línea]	0	0	0	99
Influencia [Plano]	0	0	0	99
Influencia [Volumen]	0	0	0	99
Influencia [Tipografía]	0	0	0	99
Influencia [Logo]	0	0	0	99
Penetración [Volumen]	0	0	0	99
Penetración [Logo]	0	0	0	99
Extrusión [Volumen]	0	0	0	99
Extrusión [Logo]	0	0	0	99
4-D [Línea]	0	0	0	99
4-D [Tipografía]	0	0	0	99
4-D [Logo]	0	0	0	99
Repetición a tamaño [Volume]	0	0	0	99
Repetición a tamaño [Logo]	0	0	0	99

“Múltiples Opciones ” más Escogidas

Valor: Nombre de las opciones de diseño
OU: Opción Única (O.U.)
MO: Múltiples Opciones (M.O.)
DE: Datos Externos (D.E.)
NM: Cantidad de opciones de diseño NO marcadas

VALOR	OU	MO	DE	NM
Color [Plano]	11	47	16	25
Color [Tipografía]	22	27	5	45
Forma [Plano]	18	22	10	49
Posición [Plano]	7	19	14	59
Tamaño [Plano]	45	17	13	24
Color [Línea]	14	15	2	68
Posición [Tipografía]	20	14	14	51
Escala a tamaño [Plano]	30	12	3	54
Tamaño [Línea]	18	10	5	66
Tamaño [Tipografía]	40	10	9	40
Repetición a tamaño [Plano]	7	10	2	80
Posición [Línea]	4	10	2	83
Orientación [Línea]	12	7	4	76
Orientación [Plano]	38	7	2	52
Irregular [Plano]	0	7	16	76
Color [Logo]	7	6	3	83
Multipliación [Plano]	14	6	1	77
Imagen [Plano]	1	5	32	61
Irregular [Línea]	1	5	5	88
3-D [Volumen]	2	5	1	91
Proc. de imagen[Plano]	6	5	3	85
Escala a tamaño [Tipografía]	12	5	4	78
Repetición a tamaño [Línea]	7	5	2	85
Color [Volumen]	4	4	2	89
Forma [Línea]	14	4	1	80
Irregular [Tipografía]	1	4	8	86
Tamaño [Volumen]	5	3	3	88
Orientación [Tipografía]	32	3	2	62
Forma [Tipografía]	27	3	3	66
Producción [Plano]	11	3	0	85
Multipliación [Línea]	3	3	0	93
Multipliación [Tipografía]	11	3	1	84
3-D [Plano]	1	3	0	95
Repetición a tamaño [Tipografía]	0	3	1	95
Posición [Volumen]	3	3	4	89
Tamaño [Logo]	13	2	1	83
Orientación [Logo]	3	2	1	93
Forma [Volumen]	2	2	3	92
Forma [Logo]	5	2	1	91
Irregular [Volumen]	0	2	3	94
Irregular [Logo]	0	2	1	96
4-D [Volumen]	0	2	0	97
Proc. de imagen[Línea]	0	2	1	96
Escala a tamaño [Línea]	13	2	2	82
Posición [Logo]	8	2	4	85
Orientación [Volumen]	2	1	3	93

Producción [Línea]	2	1	0	96
Producción [Tipografía]	7	1	0	91
Producción [Logo]	2	1	0	96
Transparencia [Línea]	1	1	0	97
Transparencia [Plano]	3	1	0	95
Transparencia [Volumen]	0	1	0	98
Diferencia [Plano]	0	1	1	97
3-D [Línea]	0	1	0	98
3-D [Tipografía]	1	1	1	96
3-D [Logo]	0	1	0	98
4-D [Plano]	0	1	0	98
Proc. de imagen[Tipografía]	4	1	0	94
Proc. de imagen[Logo]	3	1	0	95
Imagen [Línea]	0	0	2	97
Imagen [Volumen]	0	0	2	97
Imagen [Tipografía]	6	0	3	90
Imagen [Logo]	1	0	4	94
Producción [Volumen]	1	0	0	98
Regular [Línea]	20	0	0	79
Regular [Plano]	51	0	0	48
Regular [Volumen]	3	0	0	96
Regular [Tipografía]	41	0	0	58
Regular [Logo]	11	0	0	88
Opacidad [Línea]	1	0	0	98
Opacidad [Plano]	1	0	0	98
Opacidad [Volumen]	1	0	0	98
Opacidad [Tipografía]	1	0	0	98
Opacidad [Logo]	1	0	0	98
Transparencia [Tipografía]	2	0	0	97
Transparencia [Logo]	1	0	0	98
Multipliación [Volumen]	0	0	0	99
Multipliación [Logo]	2	0	0	97
Diferencia [Línea]	0	0	1	97
Diferencia [Volumen]	0	0	0	99
Diferencia [Tipografía]	0	0	0	99
Diferencia [Logo]	0	0	0	99
Adición [Línea]	6	0	0	93
Adición [Plano]	16	0	0	83
Adición [Volumen]	1	0	0	98
Adición [Tipografía]	7	0	0	92
Adición [Logo]	0	0	0	99
Sustracción [Línea]	1	0	0	98
Sustracción [Plano]	10	0	0	89
Sustracción [Tipografía]	6	0	0	93
Sustracción [Logo]	0	0	0	99
Intersección [Línea]	0	0	0	99
Intersección [Plano]	1	0	0	98
Intersección [Volumen]	0	0	0	99
Intersección [Tipografía]	0	0	0	99
Intersección [Logo]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Línea]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Plano]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Volumen]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Tipografía]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Logo]	0	0	0	99
Influencia [Línea]	0	0	0	99

Influencia [Plano]	0	0	0	99
Influencia [Volumen]	0	0	0	99
Influencia [Tipografía]	0	0	0	99
Influencia [Logo]	0	0	0	99
Penetración [Volumen]	0	0	0	99
Penetración [Logo]	0	0	0	99
Extrusión [Volumen]	0	0	0	99
Extrusión [Logo]	0	0	0	99
4-D [Línea]	0	0	0	99
4-D [Tipografía]	0	0	0	99
4-D [Logo]	0	0	0	99
Imagen Processing [Volume]	2	0	0	97
Escala a tamaño [Volumen]	3	0	0	96
Escala a tamaño [Logo]	4	0	0	95
Repetición a tamaño [Volumen]	0	0	0	99
Repetición a tamaño [Logo]	0	0	0	99

“Datos Externos” más Escogidas

Valor: Nombre de las opciones de diseño
OU: Opción Única (O.U.)
MO: Múltiples Opciones (M.O.)
DE: Datos Externos (D.E.)
NM: Cantidad de opciones de diseño NO marcadas

VALUE	OU	MO	DE	NM
Imagen [Plano]	1	5	32	61
Color [Plano]	11	47	16	25
Irregular [Plano]	0	7	16	76
Posición [Tipografía]	20	14	14	51
Posición [Plano]	7	19	14	59
Tamaño [Plano]	45	17	13	24
Forma [Plano]	18	22	10	49
Tamaño [Tipografía]	40	10	9	40
Irregular [Tipografía]	1	4	8	86
Color [Tipografía]	22	27	5	45
Tamaño [Línea]	18	10	5	66
Irregular [Línea]	1	5	5	88
Orientación [Línea]	12	7	4	76
Escala a tamaño [Tipografía]	12	5	4	78
Posición [Logo]	8	2	4	85
Posición [Volumen]	3	3	4	89
Imagen [Logo]	1	0	4	94
Escala a tamaño [Plano]	30	12	3	54
Forma [Tipografía]	27	3	3	66
Color [Logo]	7	6	3	83
Proc. de imagen[Plano]	6	5	3	85
Imagen [Tipografía]	6	0	3	90
Tamaño [Volumen]	5	3	3	88
Forma [Volumen]	2	2	3	92
Orientación [Volumen]	2	1	3	93
Irregular [Volumen]	0	2	3	94
Orientación [Plano]	38	7	2	52
Orientación [Tipografía]	32	3	2	62
Color [Línea]	14	15	2	68
Escala a tamaño [Línea]	13	2	2	82
Repetición a tamaño [Plano]	7	10	2	80
Repetición a tamaño [Línea]	7	5	2	85
Posición [Línea]	4	10	2	83
Color [Volumen]	4	4	2	89
Imagen [Línea]	0	0	2	97
Imagen [Volumen]	0	0	2	97
Multiplicación [Plano]	14	6	1	77
Forma [Línea]	14	4	1	80
Tamaño [Logo]	13	2	1	83
Multiplicación [Tipografía]	11	3	1	84
Forma [Logo]	5	2	1	91
Orientación [Logo]	3	2	1	93
3-D [Volumen]	2	5	1	91
3-D [Tipografía]	1	1	1	96
Repetición a tamaño [Tipografía]	0	3	1	95
Irregular [Logo]	0	2	1	96

Proc. de imagen[Línea]	0	2	1	96
Diferencia [Plano]	0	1	1	97
Diferencia [Línea]	0	0	1	97
Regular [Plano]	51	0	0	48
Regular [Tipografía]	41	0	0	58
Regular [Línea]	20	0	0	79
Adición [Plano]	16	0	0	83
Producción [Plano]	11	3	0	85
Regular [Logo]	11	0	0	88
Sustracción [Plano]	10	0	0	89
Producción [Tipografía]	7	1	0	91
Adición [Tipografía]	7	0	0	92
Adición [Línea]	6	0	0	93
Sustracción [Tipografía]	6	0	0	93
Proc. de imagen[Tipografía]	4	1	0	94
Escala a tamaño [Logo]	4	0	0	95
Multiplicación [Línea]	3	3	0	93
Transparencia [Plano]	3	1	0	95
Proc. de imagen[Logo]	3	1	0	95
Regular [Volumen]	3	0	0	96
Escala a tamaño [Volumen]	3	0	0	96
Producción [Línea]	2	1	0	96
Producción [Logo]	2	1	0	96
Transparencia [Tipografía]	2	0	0	97
Multiplicación [Logo]	2	0	0	97
Proc. de imagen[Volumen]	2	0	0	97
3-D [Plano]	1	3	0	95
Transparencia [Línea]	1	1	0	97
Producción [Volumen]	1	0	0	98
Opacidad [Línea]	1	0	0	98
Opacidad [Plano]	1	0	0	98
Opacidad [Volumen]	1	0	0	98
Opacidad [Tipografía]	1	0	0	98
Opacidad [Logo]	1	0	0	98
Transparencia [Logo]	1	0	0	98
Adición [Volumen]	1	0	0	98
Sustracción [Línea]	1	0	0	98
Intersección [Plano]	1	0	0	98
4-D [Volumen]	0	2	0	97
Transparencia [Volumen]	0	1	0	98
3-D [Línea]	0	1	0	98
3-D [Logo]	0	1	0	98
4-D [Plano]	0	1	0	98
Multiplicación [Volumen]	0	0	0	99
Diferencia [Volumen]	0	0	0	99
Diferencia [Tipografía]	0	0	0	99
Diferencia [Logo]	0	0	0	99
Adición [Logo]	0	0	0	99
Sustracción [Logo]	0	0	0	99
Intersección [Línea]	0	0	0	99
Intersección [Volumen]	0	0	0	99
Intersección [Tipografía]	0	0	0	99
Intersección [Logo]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Línea]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Plano]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Volumen]	0	0	0	99

VALUE	OU	MO	DE	NM
Excluir Superposición [Tipografía]	0	0	0	99
Excluir Superposición [Logo]	0	0	0	99
Influencia [Línea]	0	0	0	99
Influencia [Plano]	0	0	0	99
Influencia [Volumen]	0	0	0	99
Influencia [Tipografía]	0	0	0	99
Influencia [Logo]	0	0	0	99
Penetración [Volumen]	0	0	0	99
Penetración [Logo]	0	0	0	99
Extrusión [Volumen]	0	0	0	99
Extrusión [Logo]	0	0	0	99
4-D [Línea]	0	0	0	99
4-D [Tipografía]	0	0	0	99
4-D [Logo]	0	0	0	99
Repetición a tamaño [Volumen]	0	0	0	99
Repetición a tamaño [Logo]	0	0	0	99

