



riverside
agency

Logo Beginnings

Autor: Jens, Müller

Taschen

ISBN: 978-3-8365-8228-5 / Tapa dura / 432pp | 246 x 372 cm

Precio: \$ 190.000,00



Jens, Müller

Nació en la ciudad alemana de Coblenza en 1982 y estudió diseño gráfico en Düsseldorf. Müller, que ha recibido numerosos premios de diseño nacionales e internacionales, es director creativo del estudio de diseño Optik de Düsseldorf y editor de A5, una colección de libros de historia del diseño gráfico. Imparte clases de historia del diseño gráfico y diseño editorial como profesor invitado en la Peter Behrens School of Arts de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Düsseldorf.

Innumerables marcas globales, como Rolex, BMW, Louis Vuitton y los New York Yankees, usan todavía logotipos diseñados hace más de 100 años. Sin embargo, nunca antes se había editado una monografía dedicada a los orígenes del diseño de logotipos. En la segunda mitad del siglo XIX, las marcas comerciales ocuparon el lugar de símbolos tradicionales, como los escudos familiares, y se convirtieron en los emblemas promocionales e identificativos de las empresas. Al principio, los diseños todavía eran figurativos, y evolucionaron de forma gradual hasta convertirse en las marcas abstractas que se han convertido en elementos habituales de la vida cotidiana. El autor Jens Müller, descrito por la revista Wired como el "detective de logotipos", ha buceado en fuentes documentales sobre marcas históricas, archivos de corporaciones internacionales y las primeras publicaciones de diseño para desenterrar más de 6.000 logotipos creados entre 1870 y 1940. Esta colección incomparable estudia el desarrollo de marcas comerciales modernas y arroja luz sobre diseños olvidados y primeras versiones de logotipos famosos. El catálogo se divide en cuatro categorías de diseño: "Figurativo", "Forma", "Efecto" y "Tipográfico". Asimismo, cada capítulo se subdivide de acuerdo con los elementos básicos del diseño, como el círculo, la línea, la superposición y el contorno, para ofrecer una nueva perspectiva sobre los principios de diseño que siguen siendo relevantes en la actualidad. Junto con una extensa sección de imágenes, el libro incluye una introducción de Jens Müller sobre la historia de las marcas comerciales, así como una reproducción del primer análisis exhaustivo de los logotipos corporativos modernos: el ensayo ilustrado del influyente pionero del diseño F.H. Ehmcke (1878-1965) "Wahrzeichen ? Warenzeichen" (Símbolos-marcas registradas) de 1921. También incluye diez estudios de casos de marcas comerciales famosas, incluidos los de 3M, NBC, Shell y Olivetti, y numerosas imágenes poco conocidas que ilustran la evolución, a veces diversa y otras constante, del diseño de logotipos internacionales y del nacimiento de la identidad corporativa. Logo Beginnings no solo es un manual de diseño gráfico fundamental e inspirador sino también una lectura

excelente para cualquier persona interesada en la historia social, cultural y corporativa y en el fascinante impacto de las marcas registradas. También es el complemento perfecto para el clásico de TASCHEN Logo Modernism.

Innumerables marcas globales, como Rolex, BMW, Louis Vuitton y los New York Yankees, usan todavía logotipos diseñados hace más de 100 años. Sin embargo, nunca antes se había editado una monografía dedicada a los orígenes del diseño de logotipos.