

riverside
agency

Logobook

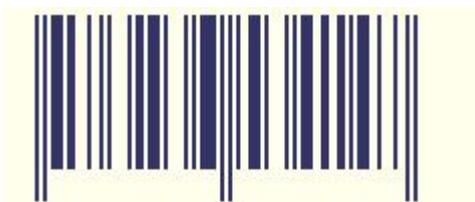
Autor: Ludovic, Houplain

Diseño gráfico

Taschen

ISBN: 978-3-8365-3414-7 / Rústica / 776pp | 168 x 240 cm

Precio: \$ 79.200,00



Ludovic, Houplain

Es el fundador de H5, un estudio de diseño multidisciplinar fundado en 1996 en París; es también el co-director del cortometraje de animación Logorama, galardonado con un Oscar en 2009. Su trabajo como creativo para instituciones musicales y culturales, así como para la industria del lujo y la publicidad, ha dado lugar a colaboraciones con grandes nombres como Air, Dior, el festival de Cannes, Audi y Citroën, entre otros muchos.

El cortometraje de animación premiado en los oscars de 2009, "Logorama", basado en el uso de logotipos y marcas, se convirtió en un punto de referencia para la cultura corporativa. Concebida por el estudio de diseño parisiense H5, la película narra la historia contemporánea a través de los productos y servicios que nos rodean en la vida cotidiana. Ludovic Houplain, director del estudio y codirector de la película, acometió un exhaustivo proyecto de investigación de un año de duración que le llevó a coleccionar más de 40.000 símbolos y marcas comerciales que representan el mundo actual.

El monumental archivo reunido por Houplain sirve de fundamento para este manual de referencia, lo último sobre logotipos, donde se incluyen en torno a 7.000 ejemplos organizados alfabéticamente, con información sobre sus diseñadores, año de creación, país, marca y empresa. Además, el libro presenta un exhaustivo ensayo crítico acerca de la cultura de las marcas realizado por el filósofo francés Gilles Lipovetsky y una introducción de Ludovic Houplain en la que explica el proceso de creación del film "Logorama", desde su concepción hasta su finalización.

"Logobook" es una herramienta imprescindible para todo diseñador, estudiante o profesional del marketing y resultará igualmente fascinante para cualquier persona interesada en la cultura contemporánea.

El cortometraje de animación premiado en los oscars de 2009, Logorama, basado en el uso de logotipos y marcas, se convirtió en un punto de referencia para la cultura corporativa.