



riverside
agency

The Elements of Brand Design

Autor: Jens, Müller

Taschen

ISBN: 978-3-8365-9978-8 / Tapa dura / 496pp | 246 x 372 cm

Precio: \$ 240.000,00

El branding es una especie de alquimia donde se combina forma, color, tipografía, imagen, sonido y movimiento. ¿Cómo actúan estos elementos sobre nuestra percepción de las empresas y los productos? Desde Netflix e Instagram hasta Nike y Deutsche Bank, este volumen descompone el ADN de los elementos de diseño que definen las marcas más reconocibles del mundo. A finales del siglo XIX, se empezaron a utilizar símbolos y nombres para identificar distintos productos. Poco después llegaron los colores corporativos, luego las tipografías personalizadas y los manuales de estilo para folletos, carteles y packaging. Un siglo más tarde, la revolución digital ha traído consigo una nueva gama de medios, puntos de contacto con las marcas y experiencias de consumo. Hoy en día, diseñadores y gestores de marca deben seguir cuestionando los principios establecidos para actuar en estos nuevos escenarios. Las obras que aquí se reúnen demuestran que la creación y el rediseño de grandes marcas siempre se basan en la individualidad conceptual y la originalidad visual. Jens Müller y Katharina Sussek han organizado más de 100 estudios de caso en 17 capítulos, cada uno dedicado a un elemento fundamental de la identidad de marca, y han realizado extensas entrevistas con dos gigantes del diseño: Paula Scher y Michael Bierut, de Pentagram, las mentes creativas detrás de algunas de las marcas más famosas del mundo. Desde la creación de logotipos hasta el desarrollo de sistemas de pictogramas, pasando por el uso del sonido o de imágenes en movimiento hasta la IA generativa, este volumen profundiza en el trabajo multifacético de estudios creativos y departamentos de diseño de empresas e instituciones de todo el mundo. Una lectura absorbente y, probablemente, el libro más completo sobre branding contemporáneo.



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.

La forma, el color y la tipografía ¿junto con los valores y la visión? pueden construir o hundir una marca. En el marco de una entrevista con Paula Scher y Michael Bierut, de Pentagram, este libro explora los elementos de diseño de 110 grandes corporaciones. Gracias a una imagen de marca inteligente, Nike, Burger King o Uniqlo son deseables por sí mismas.