

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA.
FACULTAT DE BELLES ARTS.

**Evolución y análisis de Pentagram. Autopromoción
como resultado práctico.**

Tipología 4. Producción artística inédita acompañada de
una fundamentación teórica.

Autor: Sergio Gómez Calero.

Tutor: Rodrigo Pérez Galindo

Valencia, julio de 2013



Abstract:

Este proyecto consiste en el análisis de la evolución y proyectos hechos en Pentagram, una de los estudios de diseño más importantes a nivel internacional, y la aplicación de los resultados obtenidos a la creación de un proyecto de autopromoción en diseño gráfico.

En primer lugar se va a analizar la evolución de Pentagram a lo largo de sus 40 años de historia. También se analizará su filosofía, basada en la igualdad, multidisciplinariedad, y calidad, aspectos que son la clave del éxito de Pentagram y que repercuten directamente su estructura.

Mediante la recopilación de datos de los proyectos que han realizado desde sus orígenes, también se van a crear una serie de gráficas que muestren la evolución de sus clientes y de las tipologías de trabajo en las que se divide su producción.

Se van a estudiar 50 de los últimos proyectos realizados para extraer las características de estilo comunes en la producción de Pentagram, estudiar sus estrategias comunicativas y aplicar los resultados obtenidos al apartado práctico.

Como resultado práctico de esta investigación, se va a realizar un proyecto de autopromoción en diseño gráfico, que se dividirá en comunicación vía internet, aplicaciones impresas y acciones publicitarias, todo ello pensado para posicionar y dar la máxima difusión a la marca que se va a desarrollar.

This project involves the research of development and projects done at Pentagram, one of the most important design consultancies in the world, and applying the results of the research to create a graphic design self-promotion project.

We will first analyze the evolution of Pentagram over its 40 year history. It will also analyze its philosophy, based on equality, multidisciplinarity, and quality, which are the key aspects of the success of Pentagram and it directly affects its structure.

By collecting data from the projects they have done since the beginning, we are also going to create a series of graphs showing the evolution of their clients and the fields of work in which Pentagram divides its production.

It will study 50 of the last projects to extract common style characteristics in the production of Pentagram, study their communication strategies and apply the results to the practical project.

The practical result of this research is to realize a graphic design self-promotion project, which will be divided into communication via internet, print applications and advertising campaigns, all designed to position and give maximum repercution to the mark we are developing.

Palabras clave/Key words:

Autopromoción, diseño gráfico, Pentagram, Estrategias comunicativas.

Self-promotion, graphic design, Pentagram, communicative strategies.

Agradecimientos

A Rodrigo Pérez Galindo por la dirección de este proyecto, a Nico Valiente por su ayuda para la programación de las gráficas, y a Isaac Almendros por su ayuda en producción y postproducción audiovisual.

Índice

9	<u>1 Introducción y objetivos</u>	45	<u>6 Descripción técnica y tecnológica de la obra</u>
13	<u>2 Trayectoria</u>	48	6.1 Logotipo
15	2.1 Introducción	49	6.2 Tarjetas
16	2.2 Comienzos	50	6.3 Fotografía
18	2.3 Auge	51	6.4 Portfolio impreso
20	2.4 Expansión	52	6.5 Caja presentación
23	<u>3 Filosofía Vs. Estructura</u>	53	6.6 Merchandising
25	3.1 ¿Qué representa Pentagram?	53	6.6.1 Camisetas
26	3.1.1 Igualdad	54	6.6.2 Postal free
26	3.1.2 Multidisciplinaridad	55	6.6.3 Pegatinas y chapas
27	3.1.3 Individualidad	56	6.6.4 Cuadernos
29	3.2 Continuidad	57	6.7 Web
30	3.3 Crecimiento. Modelo de gestión	58	6.8 Behance
30	3.4 Estructura de negocio	59	6.9 LinkedIn
33	3.5 Cualidades de los socios	60	6.10 Portfolio digital
35	<u>4 Evolución de proyectos y clientes</u>	61	6.11 Vídeo
41	<u>5 Estudio de proyectos</u>	62	6.12 Acciones publicitarias
		65	6.13 Presupuesto
		67	<u>7 Conclusiones</u>
		71	<u>8 Bibliografía</u>
		75	<u>9 Apéndice de figuras</u>
		79	<u>10 Anexos</u>

01.

Introducción
y objetivos

1.1 Introducción

En el presente proyecto de tipología cuatro se desarrollará un estudio en profundidad de Pentagram y se planteará un proyecto de autopromoción en diseño con los resultados obtenidos de dicho estudio.

La elección de Pentagram como motivo de estudio surge porque es una pieza importante dentro de la historia del diseño gráfico y es uno de mis principales referentes. Los proyectos que realizan son del más alto nivel y estudiarlos a fondo es enriquecedor. Además es muy interesante conocer la filosofía que hay detrás y su estructura. Pentagram es una de las agencias de diseño multidisciplinar más importantes a nivel internacional, y aunque haya personas que nunca hayan oído este nombre, es difícil que no hayan visto algunos de sus proyectos. Entre sus clientes se encuentran Microsoft, el MoMA de Nueva York, la *Tate Modern*, *Tiffany & Co.*, *HP*, *Victoria & Albert Museum*, *Pantone* y un largo etcétera.

En este proyecto haremos un recorrido desde los orígenes hasta la actualidad de Pentagram, que comenzó modestamente con tres socios en Londres en 1962 y en la actualidad lo forman 19 socios distribuidos en las oficinas de Nueva York, Austin, Berlín, San Francisco y Londres. El estudio cuenta con una trayectoria de 50 años de trabajo con clientes que van desde pequeñas empresas hasta grandes multinacionales, y donde trabajan algunos de los diseñadores más reconocidos.

También se analizará la filosofía de empresa que se basa principalmente en la idea de la igualdad, lo que repercute sobre la estructura y forma de crecimiento, que no sigue los patrones convencionales de la estructura de negocio, donde hay escalones y el peldaño más alto lo ocupa una única persona. Esta filosofía es, en gran medida, la clave del éxito de Pentagram.

Además, se va a realizar un análisis estadístico de los tipos de clientes que con los que han trabajado a lo largo de los años, y de los tipos de proyectos realizados que se dividen en 17 categorías que se desarrollarán más adelante. Con estas gráficas podremos ver la evolución en el tiempo de los clientes, de los trabajos realizados, y siendo una agencia multidisciplinar veremos qué porcentaje ocupa cada uno de los tipos de proyectos que realizan dentro del total de producción.

Se van a estudiar 50 casos específicos de los últimos 3 años, en los que por un lado se van a extraer una serie de características de estilo o tendencias, y por otro se va a analizar la estrategia comunicativa de estos. Los resultados de estos análisis se van a aplicar en la medida de lo posible en el proyecto práctico que se va a realizar.

El apartado práctico se va a centrar en la autopromoción y difusión de los proyectos de diseño que he realizado y que seguiré produciendo en un futuro. Se va a desarrollar una marca y todos los elementos necesarios para su promoción, desde material de papelería hasta la web y su posicionamiento en internet.

1.2 Metodología

La metodología empleada para el apartado teórico de este proyecto se basa en la investigación a través de los libros publicados por Pentagram, entrevistas, artículos e internet.

Para la realización de las gráficas que muestran la evolución de Pentagram se ha recopilado información del año, cliente, ubicación, etc de todos los proyectos que han desarrollado. Con todos estos datos se ha creado una base de datos que diferencia los proyectos en 17 categorías distintas (*Branding & identities*, *Print*, *Posters*, *Books*, *Environmental graphics*, *Architecture and interiors*, *Editorial*, *Packaging*, *Exhibition*, *Interactive*, *Products*, *Strategy*,

Video, Naming, Advertising, Data visualizations y Website)
Con todos estos datos clasificados ha sido posible la programación de las tablas para realizar las gráficas.

El estudio de la selección de 50 proyectos actuales se va a realizar a través de una sencillas tablas, mediante las cuales se analizarán cuestiones como el tipo de recurso que se ha utilizado, formato, color, tipografía etc. Con los resultados obtenidos de estos análisis podremos extraer una serie de características comunes en todos estos proyectos.

En cuanto al desarrollo práctico, la metodología empleada ha sido la metodología propia de los proyectos de diseño. Las primeras fases se han destinado al análisis y documentación sobre proyectos similares, y teniendo muy en cuenta las características extraídas del estudio que se ha mencionado anteriormente. Después se ha redactado el briefing y contrabriefing donde se desarrolla la propuesta creativa, y después del proceso de trabajo se ha llegado al resultado definitivo.

Objetivos:

Los objetivos generales de este proyecto son dar a conocer aspectos interesantes y desconocidos de Pentagram, y crear un marca y estrategia de autopromoción para darme visibilidad como diseñador y mostrar los proyectos que he realizado y que seguiré produciendo posteriormente.

A continuación vamos a desglosar los objetivos específicos del proyecto:

Dar a conocer la historia de Pentagram, su evolución, y sobre todo la filosofía que hay detrás de la empresa, que se basa principalmente en la igualdad, la multidisciplinariedad, el trabajo en equipo y la idea de calidad. También se analizará la estructura de negocio y el modelo de crecimiento, que son consecuencia de la filosofía.

A través de la recopilación de datos de los proyectos y clientes con los que han trabajado, se van a crear gráficas que permitan visualizar la evolución que ha tenido el estudio a lo largo de su trayectoria, haciendo mayor hincapié en los proyectos realizados en los últimos años.

Se van a extraer las características de estilo comunes de los proyectos más recientes realizados en Pentagram a través del análisis de 50 de sus trabajos, seleccionados atendiendo a las áreas que se van a desarrollar en el trabajo práctico, ya que los resultados del análisis se aplicarán en este apartado.

Se va a desarrollar una marca personal y la estrategia de promoción de dicha marca, a través de medios físicos, digitales y acciones publicitarias. Todos los elementos que se desarrollen deberán ser coherentes entre ellos para facilitar el reconocimiento y posicionamiento de la marca.

El objetivo más importante del apartado práctico es el de dar visibilidad a los proyectos que he realizado, principalmente a través de internet. Es un medio con millones de usuarios y la comunicación a través de esta vía es más rápida y económica que hacerlo de forma física. Además disponemos de herramientas para medir la efectividad y el alcance de lo que pretendemos, para así saber si la estrategia da resultado.

02.

Trayectoria

2.1 Introducción

Cuando una organización tiene una duración tan larga y está tan bien establecida como Pentagram, es casi inevitable que en un momento determinado de su evolución, la gente deje de percibirlo claramente como lo que es. Se convierte en parte del paisaje en lugar de una estructura entendida como el resultado de una ideología y una organización poco convencionales. Después de más de cuarenta años en el negocio, Pentagram mantiene una reputación bien ganada, en Gran Bretaña, Estados Unidos y más allá, por producir diseño gráfico, productos y entornos del más alto nivel, pero el aspecto de los orígenes de Pentagram es menos conocido por los observadores comunes que no han profundizado los orígenes de la empresa y los principios de los fundadores¹.

Pentagram comenzó con tres socios y en la actualidad son diecinueve, distribuidos en cinco ciudades: Londres, Nueva York, San Francisco, Austin y Berlín. Cada uno tiene sus propios clientes, trabaja a su manera y gestiona su propio equipo de diseñadores. Comparten y contribuyen por igual. No hay jerarquía, y las similitudes en el estilo son pocas. Lo que tienen en común es formar parte de Pentagram. El enfoque de la asociación permite la libertad y la individualidad de los socios, aunque trabajen en las oficinas de Pentagram y usen su logotipo, y aunque no firmen los proyectos con sus nombres, mantienen la reputación y la individualidad.



Figura 1- Bob Gill, Alan Fletcher y Colin Forbes fotografiados para Vogue por Robert Freeman.

¹ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p18.

2.2 Comienzos

La historia comienza en Londres en 1962, cuando los británicos Alan Fletcher, Colin Forbes y el estadounidense Bob Gill formaron una consultoría de diseño gráfico llamada igual que sus fundadores: Fletcher, Forbes y Gill. Los tres eran diseñadores gráficos que trabajaban por su propia cuenta, y creyeron que podían tener más oportunidades en el negocio trabajando de forma conjunta en lugar de hacerlo de forma individual, y así lo hicieron.



Figura 2 - Exterior del estudio de Londres.

Fueron unos años muy importantes y fructíferos para el diseño gráfico, e hicieron varias cosas que la mayoría de diseñadores, por lo menos en Inglaterra, no hicieron: invirtieron modestamente en sus oficinas, y también en la autopromoción.

Todos empezaron en la misma situación. No tenían mucho que perder, sus vidas eran modestas, hacían pequeños trabajos como *freelance*, realizaban algunos trabajos de docencia a tiempo parcial, y eran empleados mal pagados de otros diseñadores.

Cuando empezaron seguían manteniendo algunos de los trabajos que tenían como diseñadores *freelance* y con el tiempo fueron construyendo su reputación, generando trabajo con el propio esfuerzo, y luego implementándolo a un nivel que por lo menos les llevara a conseguir otro encargo². Esas eran las habilidades que necesitaban en esos momentos para ser buenos socios, y con un poco de suerte terminaban cada año siendo solventes.

El tiempo afecta a la formación de los negocios, la edad también es muy importante, y en este caso las dos variables se combinaron de forma positiva. Los tres estaban en la edad perfecta, alrededor de los treinta, y el año 1962 en Inglaterra fue muy especial. Llegaron los Beatles³, John Osborne⁴, Kingsley Amis⁵ y Mary Quant⁶. Había una enorme actividad creativa. La de ellos era una nueva generación. Hubo una revolución cultural en Inglaterra, el mercado del diseño gráfico estaba creciendo rápidamente y tuvieron la suerte de formar parte de todo esto.

Después de haber estado en el negocio durante dos o tres años, en algunos aspectos más exitosos de lo que esperaban, se fijaron en la estructura del negocio y vieron que había algo que estaban haciendo mal. La mitad de los trabajos que hacían estaban solucionando el problema de las agencias de publicidad. Generalmente eran trabajos urgentes, que entraban los viernes y tenían que estar listos para el lunes⁷.

Estaban siendo usados como una tienda express para construir negocios. Se preguntaron si querían ser una agencia de publicidad o una empresa de diseño, ya que en realidad son dos cosas distintas y no tenían ni el interés ni las habilidades para ser una agencia de publicidad, así que decidieron avanzar por la corriente del diseño.

En ese momento trabajaban en los gráficos ambientales para una exposición en Milán, en colaboración con el arquitecto Theo Crosby, quien también era el coordinador de la exposición. Sabían que las capacidades de los diseñadores gráficos y los diseñadores industriales o arquitectos, a menudo se complementan, como en este caso.

² AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p12.

³ Los Beatles. Grupo musical de Liverpool.

⁴ John Osborne. Dramaturgo, guionista, actor y crítico de cine británico.

⁵ Kingsley Amis. Novelista inglés, poeta, crítico literario y profesor.

⁶ Mary Quant. Diseñadora de moda británica, famosa por la creación de la minifalda.

⁷ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p12.

⁸ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p13.

⁹ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p15.

¹⁰ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p13.

También se dieron cuenta de que cualquier persona que necesitara un logotipo tenía algún tipo de entorno donde utilizarlo, ya fuera una sala de exposiciones, una oficina, una tienda o cualquier otro lugar.

Durante la exposición de Milán entablaron una muy buena relación con Theo Crosby, y decidieron unir sus fuerzas realizando dos grandes proyectos multidisciplinarios: *Cunard Line* y *British Petroleum*⁸.

El proyecto de BP incluyó el diseño de las estaciones de servicio de la década de los 70 y se acercaron al diseñador industrial Kenneth Grange para que les ayudara a desarrollar la parte mecánica. Tras el éxito de este proyecto le propusieron a Kenneth unirse al equipo.

Kenneth había construido una práctica especializada en diseño industrial y trabajaba con clientes del nivel de *Kenwood*, pero al igual que los socios, no se limitaba a trabajos específicos de diseño industrial, también hacía algunos trabajos para empresas de interiorismo y proyectos expositivos. Precisamente a través de los proyectos expositivos tuvo la oportunidad más grande de su vida mientras criticaba unas cámaras que estaba reparando en una sala de exposiciones. Fue escuchado por el director de ventas de *Kodak*, que le dio lo que todo diseñador quiere: la oportunidad de diseñar una cámara y posteriormente una consultoría de largo plazo⁹.

En ese año, 1971, Bob Gill dejó la empresa porque pensaba que el crecimiento del negocio era demasiado lento. Usaban los nombres Crosby/Fletcher/Forbes, pero el sudafricano Mervyn Kurlansky, que había sido director de *Knoll International* y dirigió su propio estudio en Londres durante varios años, se había unido al grupo para ayudarles con la creciente carga de proyectos de diseño gráfico para *Rank Xerox*, *Reuters* y *Roche*, y decidieron que necesitaban un nuevo nombre.

Encontrar el nombre les costó casi tanto esfuerzo como el diseño de la sección industrial de Gran Bretaña en la Expo del 67 y el salón observatorio del QE2 en su conjunto. Una de las propuestas fue "*BIG D*", que hacía referencia al tra-

bajo que realizaban, pero no era serio. También pensaron en *Grand Union*, nombre del canal de agua que pasaba por detrás de la oficina, pero no tenía gancho para los clientes internacionales. Finalmente, después de muchas discusiones y de haber estado ojeando diccionarios de sinónimos, Alan encontró el nombre de *Pentagram*¹⁰ en un libro de brujería, que por lo menos era pronunciable en todo el mercado europeo.



Figura 3 - Alan Fletcher, Colin Forbes y Theo Crosby con las maquetas de los interiores del pabellón británico para la Expo del 67 en Montreal.

2.3 Auge

La expansión de la asociación a Nueva York en 1978 fue uno de los principales hitos, y hubo una serie de razones para hacerlo. Forbes siempre había querido vivir en Nueva York y había quedado absolutamente fascinado por la ciudad durante una visita veinte años antes. Era una buena idea el volver a crear entusiasmo y volver a empezar de nuevo con más energía que nunca, y también hubo varias razones de negocio para cruzar el Atlántico.



Figura 4 - Oficina de Nueva York.

Por raro que parezca, tuvieron más oportunidades de conseguir encargos provenientes del mercado europeo al tener una base estadounidense, y el 50% de las compañías más exitosas, según el ranking anual que realiza la revista *Fortune 500* estaban situadas en el área tri-estatal (*Nueva York / Nueva Jersey / Connecticut*)¹¹, que era el mayor mercado para los servicios de diseño en aquellos años. Internacionalizar la compañía sería algo positivo. Pentagram Nueva York comenzó en 1978 en el espacio de oficinas de George Nelson, diseñador con el que ya habían

colaborado años antes en el proyecto de *BP*. Al llegar a Nueva York, Forbes conoció a Peter Harrison, un diseñador gráfico de Inglaterra que llevaba varios años viviendo en Estados Unidos y que había estado trabajando como diseñador *freelance*. El trabajo de Peter acababa de salir en la revista "*Idea*"¹², lo cual significaba que había conseguido un cierto reconocimiento, y tuvo la oportunidad de unirse como socio. Juntos crearon una nueva oficina, parecida a la de Londres. La escala de esta inversión fue un shock para los socios fundadores, ya que por primera vez estaban haciendo planes de expansión suponiendo que el negocio iba a seguir creciendo.

En una entrevista titulada "*La americanización de Pentagram*", de la revista *Metropolis*, se revelaba como se percibió esta primera fase de expansión y como se percibió la llegada de Pentagram por otras empresas americanas.

*"Desde Mies Van der Rohe hasta Massimo Vignelli, la influencia del diseño internacional siempre ha afectado profundamente al diseño en los Estados Unidos, a la vez que los estadounidenses buscaban una presencia cada vez más visible en Europa. Sin embargo, debido al tamaño del mercado estadounidense y su intimidante reputación, ninguna empresa europea importante había abierto nunca una sucursal en este país hasta 1978, cuando Pentagram se aventuró a dar el paso y probar fortuna en Nueva York."*¹³

El movimiento de Pentagram desconcertó a algunos observadores. Muchos pensaron que era una locura aventurarse en el mercado estadounidense, y todos ellos estaban equivocados. El objetivo de Forbes fue posicionar Pentagram entre lo que él consideraba que eran dos cosas bien diferenciadas: la orientación especializada de operaciones de diseño y marketing, y el diseño entendido de una forma más tradicional¹⁴.

El mayor reto de Pentagram era enfrentarse a los informes anuales y estadísticas poco favorables que se hacían en Europa sobre los movimientos al otro lado del Atlántico, pero Forbes era optimista. Creía que las consultoría de diseño independientes estaban en alza, había que potenciar sus posibilidades, y lo más importante, convencer

¹¹ Fortune's list of America's largest corporations 1955, [consulta: 2013-02-05]. Disponible en <http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500_archive/full/1955/>.

¹² AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p19.

¹³ The Americanization of Pentagram. Revista *Metropolis*. Marzo 1983, nº 13.

¹⁴ AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p20.

¹⁵ AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p21.

¹⁶ POYNOR, Rick. *Blueprint magazine*, 1990.

a las grandes empresas para empezar a incorporar diseñadores en las fases iniciales de los proyectos. Esto era de gran interés para algunos diseñadores americanos, a los que cuando se les preguntaba qué iba a suponer la presencia de Pentagram en la escena americana, respondían: "competencia"¹⁵.

La cuestión del tamaño de la empresa es delicada. En 1975 Alan Fletcher y Colin Forbes percibieron que de cara al futuro, las grandes empresas estarían más interesadas en trabajar con otras empresas de tamaño considerable que con diseñadores freelance.

El siguiente paso en la expansión de Pentagram se dio hacia la costa oeste de los Estados Unidos ocho años después, en 1986, cuando Neil Shakerly, Linda y Kit Hinrichs, quienes tenían una cierta reputación en el mundo del diseño americano, se unieron al grupo para abrir la oficina de San Francisco. Unieron fuerzas porque compartían una filosofía de diseño y una forma de trabajar similar. Esta expansión también fortaleció la relación con los clientes de la cuenca del Pacífico y ayudó a crear otras nuevas. Con la adición de estos tres nuevos diseñadores, el número de socios ya ascendía a diez.

El grupo volvió a crecer en 1987 cuando Etan Manasse se unió a la oficina de Nueva York. Etan se formó como diseñador industrial y especialista en diseño de exposiciones. Un año más tarde, Woody Pirtle también se unió a la oficina de Nueva York después de haber tenido su propio estudio de diseño en Dallas. Uno de los grandes beneficios de la comunidad del diseño radica en conocer gente nueva a través de conferencias, y Alan y Woody se conocieron años antes en una reunión de la *AGI (Alliance Graphique Internationale)* y gradualmente Woody fue entablando relación con otros colaboradores de Pentagram.

John Rushworth, que fue el primer diseñador que estuvo trabajando en uno de los equipos de Pentagram en 1987, fue también el primero en ser ascendido a socio desde dentro de la empresa a principios de 1990. John Rushworth era un diseñador del equipo de John McConnell y se convirtió en el principal responsable de la consultoría con

Polaroid, que se las arregló para satisfacer tanto a los socios como al cliente. También mostró una extraordinaria iniciativa en la producción de carteles para *Art & Architecture Ltd.*

A finales de 1990, Peter Saville también se unió a la oficina de Londres. Ya era conocido como uno de los protagonistas de una nueva generación de diseñadores gráficos en el Reino Unido y hubo algunos comentarios en la prensa sobre por qué debería unirse a Pentagram.



Figura 5 - Equipo de San Francisco. 1986.

La revista *Blueprint*¹⁶ publicó: "La adhesión de Peter Saville a Pentagram, a primera vista no es el más obvio de los matrimonios. Hace cinco años esto habría sido impensable. Hace un año pocos lo habrían creído posible, y ahora le han dado la bienvenida como socio".

2.4 Expansión

Probablemente el cambio más grande de Pentagram ocurrió en 1991 en los EE.UU., cuando añadieron a cuatro socios el mismo año. Michael Bierut había ido directamente desde la Escuela de Diseño, Arquitectura y Arte de la Universidad de Cincinnati a trabajar durante diez años con Vignelli Associates. Se hizo reconocido por su trabajo en la comunidad de diseño de Nueva York. Conoció a Woody Pirtle y surgió la posibilidad de unirse a Pentagram como socio.

Poco después pasó lo mismo con Paula Scher, cuya trayectoria profesional era igual de conocida que la de Bierut. Empezó su carrera profesional en la década de los 70 como directora de arte para *CBS Records*, y en 1984 fundó junto con Terry Coppel la agencia de diseño Koppel & Scher.

Casualmente Scher y Bierut iban a copresidir la Conferencia Nacional de la AIGA (*Instituto Americano de Artes Gráficas*), y durante un tiempo estuvieron intercambiando dudas y entusiasmos por unirse como socios antes de tomar la decisión final. Ambos eran conocidos por todos los socios del equipo, conocían tanto los trabajos que habían desarrollado como la reputación que tenían a nivel internacional.

Ese mismo año murió Etan Manasse, Linda Hinrichs, socia del estudio de San Francisco, abandonó Pentagram para poner en marcha Powell Street Studio, que sigue funcionando en la actualidad, y Paula Scher presentó a James Biber como posible candidato para unirse al grupo. Era un joven arquitecto que diseñó las oficinas de Koppel & Scher, además de otros estudios de diseño gráfico, restaurantes, oficinas y casas particulares.

Todos ellos compartían un interés común en el enfoque multidisciplinar, y la unión de Jim llevó a Pentagram hacia su objetivo de convertirse en la oficina de diseño más equilibrada y multidisciplinar de los Estados Unidos.

Para completar la secuencia, Lowell Williams decidió dejar Houston y unirse a Pentagram San Francisco a finales de año. Lowell había sido un buen amigo de Woody desde hacía muchos años, y también era respetado en la comunidad internacional del diseño. Lowell gozaba de un gran éxito en

Houston y su unión a Pentagram evidenció que el concepto de estudio que planteaban había ganado credibilidad en los EE.UU.

Con esas incorporaciones se resolvió en gran medida el problema de la sucesión. En un artículo para la revista *ID*, Kit Hinrichs dijo: *"No somos una organización que tiene que estar aquí para siempre, pero creo que es una idea interesante que una organización de diseño pueda continuar más allá de sus socios fundadores manteniendo sus principios originales, y además es algo que los socios fundadores encuentran interesante"*¹⁷.

Durante estos años hubo una gran renovación, ya que algunos socios más antiguos se retiraron debido a la edad y hubieron nuevas incorporaciones. La tasa de adiciones iba en aumento, fue un momento de transición de una generación a la otra.

Lowell Williams, socio de la oficina de San Francisco se fue a vivir a Texas, y esto supuso el siguiente paso en la expansión de Pentagram. En 1994, tras estudiar la situación, decidieron que abrir una nueva oficina entre San Francisco y Nueva York era una buena idea, y Lowell Williams gestionaba en esta oficina un grupo de 8 diseñadores.



Figura 6 - Interior de la oficina de Austin.

¹⁷ *ID* magazine. Septiembre 1991, nº96

¹⁸ YELAVICH, Susan. *Profile Pentagram Design*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p27.

¹⁹ *Design week magazine*. Septiembre 2012, nº37.

En este mismo año, Pentagram se aventuró a abrir una nueva oficina en Hong Kong. En toda su historia esta fue la única vez en la que se decidió dar un nuevo paso viéndolo únicamente desde el punto de vista de los negocios. Parecía que tenía sentido expandirse hacia el mercado asiático, pero no tuvieron el mismo éxito que tuvieron unas décadas antes cuando decidieron probar fortuna en Estados Unidos.

David Hillman, socio de la oficina de Londres, fue quien se trasladó a Hong Kong para dirigir la oficina. Diseñar en un país de habla no inglesa supuso aprender y responder adecuadamente a las ideas y estilo de otra cultura. Se podría pensar que lo más importante para un diseñador es la generación de ideas creativas, pero no es cierto. Lo más importante es salvar los obstáculos para conseguirlo, y en este caso no era una tarea fácil, ya que la cultura occidental es muy distinta a la oriental.

En 2007 decidieron cerrar y Hillman volvió a Londres.

En el año 2000, conocieron a April Greiman, una de las diseñadoras de Apple, y le propusieron que se uniera como socia. Greiman dirigía su propio estudio de diseño (Greimaski Labs) en Los Ángeles, por lo que la solución a la que llegaron fue abrir una nueva oficina de Pentagram en Los Ángeles, donde Greiman trabajaría a tiempo parcial. Esta nueva oficina duró poco tiempo, ya que April Greiman no disponía de tiempo suficiente para dirigir los dos estudios a la vez, volvió a dedicarse por completo a Greimaski Labs y la oficina de Pentagram de Los Ángeles desapareció a finales de 2001.

A pesar de que Greiman sólo estuvo un año siendo socia de Pentagram, habla positivamente sobre el ambiente de trabajo, el espíritu y la relación de las personas que trabajan juntas para resolver problemas de diseño. "Este es el espíritu de todos los buenos diseñadores, el espíritu de todo buen diseño"¹⁸.

En 2002 se ha dado el último paso de la expansión de Pentagram hasta el momento. Coincidió que Justus Oehler se

trasladaba de Londres a Berlín, y que los socios llevaban algún tiempo hablando de la posibilidad de expansión hacia el mercado de Europa del Este¹⁹.



Figura 7 - Oficina de Berlín.

Este fue el último paso de la expansión, pero las incorporaciones de socios no han cesado. Desde 2002 se han incorporado nueve nuevos socios distribuidos entre las oficinas de Nueva York, Berlín y Londres. La última en incorporarse ha sido Natasha Jen en 2012.

El éxito de Pentagram se debe en gran medida a las personas que están involucradas. Comparten la pasión por el diseño, un espíritu emprendedor, interés por los negocios, y un interés por el tipo de colaboración que desarrollan. Funcionan bien, tienen seguridad económica, una favorable reputación internacional, y lo más importante de todo: disfrutan con cada proyecto que llevan a cabo.

En el anexo 1 aparece un gráfico con la evolución de cada una de las oficinas.

03.

Filosofía Vs.
Estructura

3.1 ¿Qué representa Pentagram?

En una entrevista en una revista de arquitectura en 1976, Forbes señaló que su objetivo era “tratar de mejorar la calidad de vida industrial”²⁰, y Crosby añadió que también quería mejorar la vida cívica. Una década más tarde, McConell describió como Pentagram había buscado utilizar su experiencia y habilidades para hacer que las cosas sucedan para obtener el mayor beneficio posible para la comunidad del diseño, la comunidad en general y para ellos mismos²¹.

En 1993, McConell señaló que Pentagram no hace distinción entre la cultura del diseño y la industria del diseño, y esto, después de todo, es la esencia del logro de Pentagram, de su eficacia y durabilidad que hace posible su compromiso permanente con el diseño. “Trabajar para la industria del diseño es realmente estar trabajando para nosotros mismos”²², concluye McConell. Es visible su flexibilidad y funcionalidad. Por poner un ejemplo, Pentagram fue una de las primeras empresas de diseño de Londres que ponía a disposición de los empleados un comedor. El diseño no era solo un servicio que prestaban a los clientes, era un estilo de vida.

El idealismo que ha remarcado cuarenta años de historia de Pentagram se puede ver, sobre todo, en su dedicación a la idea de “calidad”. Las normas de lo que llamamos “buen diseño” se determinaron por las principales figuras del diseño, entre las que Pentagram formaba parte, y fueron consagrados en las políticas de adquisición de algunas instituciones como el *MoMA* (*Museum of Modern Art*) de Nueva York y más comercialmente, en los premios conferidos por organizaciones como el *ADC* (*Art Directors Club*) de Nueva York, el *TDC* (*Type Directors Club*) y el *D&AD* (*Design and Art Direction*) en Londres.

En los últimos años, Michael Bierut y Paula Scher, socios de la oficina de Nueva York, han hablado abiertamente del idealismo que está latente en la posición de Pentagram. Bierut cita al diseñador americano William Golden, crea-

dor del logotipo del ojo de la CBS, que escribió en 1959: “Yo creo que el ambiente del medio visual mejora cada vez que un diseñador produce un diseño que no podría haberse realizado de ninguna otra manera”²³. Como señala Bierut, los diseñadores estadounidenses de mediados de siglo estaban comprometidos con la idea de que un buen diseño puede ser utilizado como una herramienta para mejorar y evaluar las actividades de la vida diaria²⁴. Los diseñadores de Europa comparten el mismo ideal, y los fundadores de Pentagram fueron educados en las escuelas de arte británicas en momentos en los que los profesionales daban por hecho que la profesión lleva consigo la responsabilidad de ayudar a mejorar el medio ambiente visual para todos.



Figura 8 - Imagen de Paula Scher para la 58ª gala anual del TDC.

²⁰ YELAVICH, Susan. *Profile Pentagram Design*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p21.

²¹ *Ibidem*.

²² AAVV. *Pentagram The Compendium*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p20.

²³ AAVV. *Pentagram The Compendium*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p25.

²⁴ YELAVICH, Susan. *Profile Pentagram Design*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p92.

El objetivo de Pentagram, dice Scher, es tratar de elevar el nivel y elevar la inteligencia del área de diseño. *"Todas las cosas importan"*. *"Hacer la identidad corporativa para una institución cultural no es más importante que hacerla para una empresa o un restaurante, todo eso se suma a una sociedad ilustrada"*²⁵.

Ser socio representa algo diferente y especial para cada miembro del grupo. John McConell siempre describe la estructura de la asociación como *"llevar una especie de continua reflexión donde hay un intercambio regular de ideas en torno a una mesa, y de manera más espontánea, sólo caminar alrededor del estudio y pedir cinco minutos de ayuda a otro compañero es muy estimulante. Trabajar con gente a la que admiras y respetas, escuchar sus puntos de vista, incluso si no aceptamos alguno de ellos, es una experiencia muy enriquecedora"*²⁶.

3.1.1 Igualdad

La igualdad entre los socios se considera fundamental, ya que nadie puede realmente juzgar el valor real de una contribución individual. Ser capaz de decir lo adecuado o de hacer un movimiento en el momento adecuado puede ser un punto positivo para marcar la diferencia en cada proyecto. Bob Gill lo expresó bien cuando dijo: *"¿Cómo es posible equiparar las diferentes aportaciones en términos de dinero cuando el cliente es un antiguo compañero de colegio de Colin, el trabajo lo lleva a cabo Alan, pero se transformó en el ganador de una medalla de oro en las últimas etapas del proyecto gracias a mí?"*²⁷

3.1.2 Multidisciplinariedad

Pentagram es, ante todo, un modelo de práctica colaborativa y talento combinado

Los fundadores de Pentagram no ocultaron sus ambiciones. En el prólogo de su primer libro dicen: *"Aunque cada uno*

*de los socios sea especialista en su campo, todos tienen la ambición de ser personas universales para captar las oportunidades de fuera de su especialidad, y de utilizarlas para explotar sus límites"*²⁸. Los fundadores de Pentagram podrían ser débiles por sí solos. Carecen de relación con los clientes, especialmente con los más grandes, los clientes más poderosos y carecen de poder e influencia en la sociedad y la política. *"La tragedia de la profesión del diseño gráfico es que muchos de sus profesionales con más talento son tímidos, incapaces de persuadir a los grandes grupos de personas"*²⁹, escribe Scher. En definitiva, sin la unión de los socios difícilmente podrían haber conseguido estos objetivos de forma individual.

Los socios reconocen las importantes ventajas prácticas de ser una asociación multidisciplinar, pero también hacen hincapié en las razones psicológicas igualmente importantes para este modelo. Al igual que otros muchos diseñadores, cada uno de ellos era un prisionero de la especialización en la que se formó. Sus campos de conocimiento eran pequeños y sus conciencias de qué más había que saber también era reducida. Por suerte, eran la clase de gente que quería aprender, así que era inevitable que cada uno de ellos empezara a indagar en áreas de diseño para las que no fueron entrenados. Desde el principio se sintieron atraídos hacia un enfoque multidisciplinar, ya que les hacía más conscientes de lo mucho que les quedaba por aprender. Pentagram no es un consorcio o asociación sin cohesión entre las diferentes habilidades puestas juntas para resolver un problema, que a menudo no funciona porque los egos profesionales previenen la colaboración constructiva. Y no es que ellos sean inmutables a la colisión ocasional de egos.

Este enfoque hace que los diseñadores no terminen cansados de hacer siempre el mismo tipo de proyectos. Los mantiene interesados y les permite que su vocabulario se expanda constantemente. Pasar de hacer proyectos de identidad corporativa a hacer el diseño para una revista, al diseño de packaging, gráficos ambientales, portadas de libro, etc evita el estancamiento y amplía el campo

²⁵ SCHER, Paula. *Make it bigger*, 1ª ed, Nueva York, Princeton Architectural Press, 2005, p92.

²⁶ YELAVICH, Susan. *Profile Pentagram Design*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p25.

²⁷ AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p23.

²⁸ AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p10.

²⁹ SCHER, Paula. *Make it bigger*, 1ª ed, Nueva York, Princeton Architectural Press, 2005, p162.

³⁰ Ibidem.

³¹ AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p15.

³² YELAVICH, Susan. *Profile Pentagram Design*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p28.

de conocimiento. Paula Scher dice que no se siente cualificada cuando empieza a hacer un proyecto de un área en la que no había trabajado previamente, pero es en ese momento cuando hace proyectos más innovadores y creativos. Después de haber trabajado en varios proyectos del mismo tipo, empieza a ver las limitaciones de esos proyectos y el pensamiento creativo cada vez es menor³⁰.

Muchos escritores y diseñadores han identificado esta estructura multidisciplinar como un elemento clave del éxito de Pentagram. Pero aunque el enfoque multidisciplinar es una realidad a nivel político, los años ha demostrado que esto se limita a nivel operativo. Las discusiones, reuniones e intercambio de opiniones son productivas y fructíferas, pero hacer negocio es un trabajo tan técnico y especializado que debe ser dirigido por un experto en esa disciplina en particular.

3.1.3 Individualidad

Unirse a un gran grupo puede despertar la sensación de la pérdida potencial de la identidad y la independencia después de haber estado trabajando de forma individual durante algún tiempo. Mervyn Kurlansky tuvo dudas en el momento de su incorporación, sabía que se estaba uniendo a un grupo de trabajo excelente, y sabía que iba a aprender haciendo ese movimiento, pero a la vez era desafiante la idea de unir fuerzas con los pesos pesados de la industria del diseño. Curiosamente, después de un tiempo su concepción empezó a cambiar, se sintió parte de Pentagram y ya no se volvió a preocupar por no estar a la altura³¹. Todos los socios han sufrido la presión que provoca pertenecer a un grupo cuyos trabajos tienen una gran repercusión. David Pelham que se unió como socio en 1978, hizo hincapié en la importancia de que un diseñador no debe ser insular, añadiendo que lo que hace que un grupo de individuos tan diverso esté unido es el crecimiento personal que se obtiene al ser parte de un club, y este crecimiento se desarrolla intentando dar lo mejor de uno mismo³².

La individualidad y la autonomía dentro de una estructura centralizada organizativa y financiera es la combinación de Pentagram. Tal vez también ayuda a explicar la amplia gama de trabajo que se realiza dentro del grupo, que abarca la mayoría de de las actividades en las que puedan estar involucrados sus clientes, y que desafía a las etiquetas estilísticas. La solución a un problema creativo reside en el problema, y hay muchos estilos y muchas formas visuales de solucionarlo. Pentagram no vende un único estilo, por lo tanto, cada solución es única para ese problema particular. También creen que existe una necesidad de ser generalistas, ya que si solo produces un producto puede ser muy productivo y rentable, pero a la larga conduce al estancamiento.

3.2 Continuidad

La compañía ha encontrado la respuesta al dilema al que muchos diseñadores se enfrentan a mitad de sus carreras: ¿Cómo puedo mantener mi posición actual?, ¿Cómo puedo aumentar las oportunidades disponibles para mí?, y después de haber llegado a ese punto, ¿Qué es lo que debo hacer para continuar?

Prácticamente todos los socios de Pentagram habían llegado a ese punto en el momento de su adhesión. La mayoría se han pasado por lo menos una década, a veces más, gestionando sus propias empresas. Todos los socios que se unieron a partir del círculo original de Fletcher, Forbes y Gill tienen historias de guerra similares. Sus empresas no eran especialmente grandes y eran conscientes del gran tamaño alcanzado por otras agencias de diseño a nivel internacional que priorizan el crecimiento por encima de todo. Prefirieron no crecer demasiado, entendiendo que, de acuerdo con el modelo tradicional de gestión, para ello sería necesario que dejaran la producción de diseño y se convirtieran en gestores. Tenían éxito en lo que hacían y habían logrado un alto nivel de reconocimiento nacional e internacional, e incluso entre otros diseñadores. A esas alturas probablemente habrían alcanzado muchos de los objetivos que se propusieron al empezar sus carreras.

En cualquier caso, son diseñadores que han tenido dudas en la mitad de sus carreras y esta es la razón más común por la que incluso los diseñadores más famosos a veces terminan perdidos. Lo que un diseñador que se encuentra en la mitad de su carrera posee, es un ego de tamaño generoso, y es su capacidad de mantener esto bajo control lo que determinará si puede encontrar una manera viable para trabajar bajo el marco de Pentagram. Suponiendo en primer lugar que los socios quieran unirse al club.

Incluso en sus primeros días como Fletcher / Forbes / Gill y Crosby / Fletcher / Forbes, antes de convertirse en Pen-

tagram en 1972, los socios de la compañía vieron este modelo como un medio de agregación de sus capacidades y aumentar su fuerza como colectivo, sin tener que sacrificar su individualidad y libertad. Pentagram se guía esencialmente por ese mismo principio en la actualidad. Unirse como socio aporta mayor exposición y oportunidades que no están disponibles para un diseñador que trabaja de forma individual. Invitado a convertirse en socio dos años después del inicio de Pentagram, John McConnell quería saber lo que tenía que ganar con tal medida. Una vez instalado, descubrió que el efecto sobre su carrera profesional como diseñador “*era como saltar hacia adelante 15 años*”³³. Paula Scher, que se convirtió en socia en 1991, reconoce que hay una cierta pérdida de autonomía, pero a cambio, disfruta de mayores posibilidades. Afirma que en Pentagram ha alcanzado el poder, estatus y credibilidad para convencer más fácilmente a los clientes de una determinada propuesta.

³³ YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p29.

³⁴ YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p20.

³⁵ MYERSON, Jeremy. Beware wet paint: Designs by Alan Fletcher, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1996, p61.

³⁶ Ibidem.

3.3 Crecimiento. Modelo de gestión

Según la sabiduría convencional de los negocios, una empresa que busca crecer debe tener una estructura piramidal, donde en los escalones más altos de la pirámide se encuentran los niveles de gestión y el director en la parte superior, y debe expandirse mediante la adquisición de otras empresas. El desarrollo de Pentagram, por el contrario, es orgánico, impulsado individualmente y no por lo que dicta el mercado. Crece horizontalmente, no verticalmente, adaptando su dirección a los deseos y preferencias de los socios.

La oficina de Nueva York existe porque Colin Forbes quería vivir allí, más que por cualquier plan estratégico. Y lo mismo pasó con las oficinas de Austin, San Francisco y Berlín. Cuando Pentagram se alejó de ese principio a mediados de la década de 1990 y abrió una oficina en Hong Kong, principalmente porque parecía tener sentido comercialmente hablando, fue un error y la oficina se cerró tres años después.

La gente a veces pregunta si existe algún límite en el número de miembros que podría absorber la compañía, y algunos socios creen que no hay límite, pero la cuestión es discutible porque la tasa de crecimiento de Pentagram, en realidad, es bastante modesta, a pesar de que la búsqueda de nuevos socios transcurre todo el tiempo. La pregunta, en todo caso, sería si la compañía podría albergar un gran aumento en el número de socios en un corto periodo de tiempo.

Los orígenes de este modelo se remontan a las experiencias de los socios fundadores en la década de 1960. Un amigo le dijo a Forbes que era posible trazar el rumbo de su negocio para los próximos años y dibujó un gráfico. Forbes no le prestó demasiada atención, hasta que miró el gráfico unos años más tarde y vio que se cumplían las predicciones sobre el crecimiento, la facturación y el número

de empleados que serían necesarios. En colaboración con su cliente y mentor Ian Hay Davidson, Forbes diseñó la estructura celular de Pentagram³⁴.

3.4 Estructura del negocio

Durante cuatro décadas Pentagram ha mantenido un difícil equilibrio entre el comercio y la cultura. El objetivo de cada socio es el diseño, pero todos entienden que sólo es posible abrazando aspectos de los negocios, que algunos de sus compañeros fuera de Pentagram podrían rechazarlos por parecer aburridos. Los socios fundadores de la empresa la posicionaron a propósito en ese equilibrio. En 1983, cinco años después de haber abierto la oficina de Nueva York, Colin Forbes describió la estrategia. *"Hay oficinas de diseño que se organizan como agencias de publicidad, donde el diseño es una pequeña parte del proceso y la mayoría de los directores no son diseñadores"*³⁵, *"También hay otro grupo de empresas que están dominadas por diseñadores. Nosotros pertenecemos a este último grupo, y además podemos organizarnos perfectamente en un sentido gerencial"*³⁶. Pentagram planteó una posición, novedosa en el mercado estadounidense de la década de los 80, situada en algún lugar entre las pequeñas oficinas impulsadas por diseñadores independientes, y las empresas que combinan diseño y marketing, donde los socios se comunicarían cara a cara con los clientes, sin intermediarios que pueden crear malentendidos defendiendo los conceptos de cada proyecto. El diseño seguiría siendo el objetivo de la empresa.

La estrategia funcionó. Entre los clientes de Pentagram de mediados de 1980, se incluyen *IBM, Olivetti, BP, Pirelli, Thorn EMI, Kodak, Polaroid, Clarks, la cadena de tiendas Neiman Marcus y British Rail*. Su trabajo fue reconocido por su ingenio, inteligencia, elegancia, claridad, y por la calidad. El objetivo era mostrar el mensaje de forma rápida y sin necesidad de recurrir a ingeniosos, arbitrarios

e innecesarios efectos estilísticos que distraen la atención del espectador. Por consiguiente el diseño de Pentagram fue vanguardista: *“Es la corriente principal, sólida (algunos la describen como “segura”) y Pentagram tiene una gran cantidad de clientes sólidos y seguros.”*³⁷

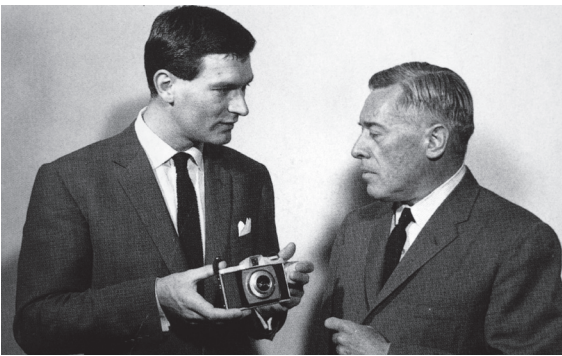


Figura 9 - Kenneth Grange con la versión europea de la cámara Kodak Instamatic.

En la década de 1980, las necesidades de los clientes y las expectativas de lo que el diseño podía ofrecer se expandió enormemente, pero la tensión entre el potencial que tenía la empresa para satisfacer a los clientes y que siempre se les permitía ofrecerlo estaba siempre presente. Los proyectos corporativos más restrictivos les permitían ganar dinero con el que comprar la libertad para hacer otros trabajos más personales y no tan bien pagados. Sin embargo, el socio fundador Alan Fletcher dejó Pentagram en 1991 porque se encontró con muchos trabajos que no quería hacer, puramente por el bien del estudio. “Me gusta mucho hacer trabajos personales, en lugar de hacer frente a proyectos de grandes clientes, más complicados³⁸”, dijo. “Fue difícil para mí hacer el tipo de cosas que quería para ese tipo de proyectos. Los saqué adelante cuando tuve que hacerlo, pero no era fácil³⁹”.

La estructura de asociación de Pentagram es su idea más sencilla y notable. Estrictamente hablando, sus directores

no son realmente socios, son directores y accionistas, pero utilizan el término para expresar el espíritu de la relación. McConell ha descrito memorablemente la práctica como una colección de “19 mesas de trabajo.”⁴⁰ Cuando un nuevo socio se une a Pentagram, se añade una nueva mesa al grupo. Es una imagen que pretende evocar los estimulantes días del comienzo de la carrera de un joven diseñador, cuando hay pocos compromisos firmes, y no hay gastos generales de estudio que interfieren en las opciones creativas y todo lo que con ello está en juego.

Cada socio es un centro de beneficios separado. Los socios son directores de arte que eligen y gestionan su propio equipo de diseñadores, que suelen estar formados por un diseñador senior, algunos diseñadores con menos experiencia y un coordinador de proyectos, mientras que gozan de los beneficios compartidos de los recursos centrales. Funcionan como pequeñas empresas que trabajan por separado, pero están unidas bajo los mismos intereses. La ventaja que ha surgido de esta asociación es la libertad de ser dueño de su propio negocio, combinada con la seguridad de pertenecer a una unidad más fuerte. La intención era crear una organización que permitiera a una persona trabajar para un grupo, pero manteniendo su propia identidad.

Cada socio debe tener en cuenta la rentabilidad de cada proyecto por separado, aunque la participación en las ganancias es igual en todas las oficinas. Cada grupo es un centro de beneficio. Son una organización comercial y la presión para ser más comercial podría entrar en conflicto con las exigencias de la calidad del trabajo, pero el beneficio es sólo uno de los criterios.

Han intentado y desechado diferentes métodos de trabajo. Han evitado que los equipos que se ponen a trabajar en un proyecto específico, incluyan a otros miembros que estén trabajando en otros proyectos al mismo tiempo, porque puede generar problemas a la hora de rendir cuen-

³⁷ AAVV. *Living by design*, 1ª ed, Nueva York, Watson-Guptill, 1978, p287.

³⁸ AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p12.

³⁹ AAVV. *Pentagram The Compendium*. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p12.

⁴⁰ YELAVICH, Susan. *Profile Pentagram Design*, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p15.

⁴¹ How magazine “The art of partnership” Diciembre, 2000, nº79.

tas. Se ha desarrollado un sistema en el que cada proyecto es dirigido sólo por uno de los socios de la oficina, que es el responsable de tomar todas las decisiones importantes con el cliente (que se verán reflejadas en la rentabilidad), resuelve el contrato y por lo general supervisa el proyecto en su totalidad. Y esto es así por una sencilla cuestión, si algo sale mal, tiene que haber un responsable. Con esta presión se aseguran el cumplimiento de los apartados de cada proyecto y sus plazos de tiempo. Los socios dividen sus grupos de pequeños diseñadores en subgrupos, y cada uno se encarga de una parte del proyecto. Así se trabaja de una forma más organizada y es más sencilla la supervisión del proyecto por parte de los socios.

Cada nuevo cliente que llega a Pentagram es recibido directamente por uno de los socios, a menudo acompañado por alguno de los diseñadores de los que se hace cargo. Los socios también son responsables de presentar el trabajo terminado al cliente, acompañado del equipo de diseñadores que lo ha llevado a cabo, lo que es un incentivo fundamental para la calidad de los proyectos.

El trabajo en grupo permite a los socios cubrir el suelo más rápido y aprovechar las posibilidades que ofrece un grupo de trabajo, pero la principal diferencia con la mayoría de agencias de diseño, es que el trabajo se divide y los socios son iguales.

Cada socio recibe el mismo sueldo y una parte igual de los beneficios anuales. Sin embargo, los nuevos socios por lo general, comienzan con un salario más bajo basado en el crecimiento de los proyectos que desarrollen. Una vez superado este periodo, que suele ser de algo menos de dos años, los nuevos socios también reciben un bono basado en sus propios beneficios⁴¹.



Figura 10 - Reunión anual de los socios.

En los inicios, Forbes presentó la idea de las reuniones de socios, que tienen lugar dos veces al año. Estas reuniones continúan en la actualidad y son esenciales, y más aún con la aparición de las nuevas oficinas, ya que promueven los planes de comunicación, consolidan las relaciones, mantienen la cohesión del grupo y refuerzan la creatividad. Se reúnen dos veces al año durante un fin de semana, lejos de las oficinas, en las profundidades de Europa o los Estados Unidos. Las conversaciones sobre negocios se combinan con diversión, buena comida, y se crea una situación que ayuda a construir y mantener lazos de amistad entre los socios. Estas conversaciones tratan sobre la rentabilidad del grupo, la organización interna-

cional, próximos eventos y publicaciones, y los nuevos proyectos pueden ser discutidos de forma abierta y relajada. Más recientemente, han añadido otras actividades, como pedir a dos o tres socios que hagan una presentación sobre algún tema de interés con la que el resto de socios puedan aprender nuevos conocimientos, y también han empezado a invitar a expertos para hablar con ellos sobre algún aspecto particular del diseño o de los negocios. Las fotografías tomadas en estas reuniones, muestran el creciente grupo de socios y parecen más una fiesta que reuniones de trabajo. Una vez más, parece que la longevidad de Pentagram proviene en parte de mantener un equilibrio entre el interés por el propio negocio y el placer. Esta idea que se mantiene desde los orígenes en 1960, no se difundió como filosofía de la empresa hasta la década de 1990. "Creo que las reuniones son una de las principales razones por las que los socios siguen trabajando juntos", dice Forbes.⁴²

El papel de presidir estas reuniones cayó sobre Colin Forbes, y él las ha dirigido durante dieciocho años. En 1991, cuando anunció su retirada, el resto de socios se dieron cuenta de que había aspectos de dirección de empresas de los cuales no sabían prácticamente nada. Era evidente la necesidad de repasar la constitución de Pentagram para la próxima década. Forbes fue informando de que tareas debe realizar el director, que debe estar a manos de una sola persona, pero finalmente propuso una estructura que ninguna corporación convencional seguía en ese momento. Se formaron comités: de políticas, de finanzas y de comunicaciones. El comité de política internacional fue el órgano de gobierno del grupo. Todos los socios eran miembros, y la comisión se ocupó de las cuestiones de política no cubiertas por las otras comisiones. Uno de los socios sería elegido como presidente del comité y ocuparía el cargo durante tres reuniones (dieciocho meses) y luego otro socio se haría cargo. Cada socio tenía la oportunidad de servir como presidente una vez que estuviera lo suficientemente familiarizado con la cultura de Pentagram. La tarea se alternaría entre Londres y los Estados Unidos. El comité de finanzas consistía en un representante de cada oficina, elegidos a nivel local, y un presidente electo.

El comité de comunicaciones tenía solo dos miembros, uno de los EE.UU. y otro del Reino Unido. Después de seis meses, se decidió que debería haber un comité de dirección adicional, constituido a lo largo de las mismas líneas y responsables de la planificación a largo plazo y para la resolución de conflictos internos. Hoy en día, también hay un comité llamado "*First Five*", un foro para los socios que hayan estado en Pentagram durante menos de cinco años.

Cuando finalizó el periodo de retirada de Forbes, los socios dijeron que no era una tarea fácil. "Con los cambios, uno está obligado a cometer errores; las cosas tienen grietas y fallas y hemos tenido que llegar a una nueva definición de la responsabilidad, señala Forbes. Los diseñadores deben aprender a ser gerentes y asumir la responsabilidad ejecutiva y la política de empresa será fijada por los administradores"⁴³.



Figura 11 - Paula Scher en una de las reuniones anuales.

42 YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p16.

43 YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p27.

44 WAA. Communication Arts Design Annual, Rotovision, 1992, p261.

45 YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p28.

46 YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p25.

47 YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p21.

48 YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p27.

3.5 Cualidades de los socios

Forbes estableció cuatro criterios, cuatro cualidades que deben cumplir los nuevos miembros⁴⁴:

- Un socio debe ser capaz de generar negocio. Dispondrá de ayuda y soporte, pero cada socio debe asumir la responsabilidad de encontrar nuevos proyectos.
- Es imprescindible que tenga una reputación previa como profesional en su disciplina.
- Un socio tiene que ser capaz de controlar los proyectos y contribuir a los beneficios de la empresa.
- Es muy importante que sea un miembro activo del grupo, y debe preocuparse por Pentagram y por el resto de compañeros.

Estos cuatro requisitos, por supuesto, no son los únicos. Un socio de Pentagram tiene que ser sociable y encajar con el resto del grupo. McConell lo explicó de una forma muy sencilla cuando dijo "¿Podría usted pasar un fin de semana con ellos?"⁴⁵ Además, tienen que tener la confianza suficiente para aceptar las críticas del resto de compañeros. En los estudios, donde trabajan juntos, todos pueden escuchar las conversaciones telefónicas de todos, pasar por las mesas de trabajo de los otros socios para ver el trabajo que tienen entre manos, y por supuesto son libres de hacer comentarios.

Los socios también deben ser capaces de soportar la presión constante para llevar a cabo los proyectos y ganar dinero con ellos. Esta no es una norma impuesta directamente por el resto de socios, quienes se enfrentan a la misma presión, pero viene de dentro⁴⁶. Cada socio recibe un gráfico mensual que muestra sus ventas, el coste de hacer negocios, sus resultados, y un informe de rentabilidad que se presenta en las reuniones de los socios, para que

todos sepan cómo lo están haciendo los demás. Nadie quiere verse en la parte inferior de la lista de rentabilidad durante varios años consecutivos. Los proyectos pequeños que tienen poca repercusión no son los que más les interesan. Suponen mucho trabajo para obtener poco impacto, y seguramente una pequeña compensación económica, pero aún así los socios no tienen por qué rechazar proyectos poco rentables, que pueden servir para salvar el trabajo del mes. Pero en general, deben ser de prestigio, servir para ganar una cobertura mediática favorable, o contribuir a la percepción de Pentagram como productor de un buen diseño⁴⁷.

Al igual que otros muchos aspectos de Pentagram, es una cuestión de mantener un correcto equilibrio.

04.

Evolución de
proyectos y
clientes

4. Análisis de proyectos

El diseño tiene una gran influencia. Afecta a la competitividad del comercio a través de las tiendas, productos y envases. También afecta al flujo de información y entretenimiento a través de libros y revistas. Afecta a la percepción de las instituciones y de la industria con las identidades corporativas, y a la reputación con las publicaciones corporativas. Afecta al atractivo y usabilidad del medio ambiente, y a mejorar la funcionalidad de edificios e interiores.⁴⁸

Pocas empresas pueden presumir de la concentración de trabajos de diseño al más alto nivel como Pentagram, y la mayor parte del trabajo se lleva a cabo dentro de las tres principales disciplinas del diseño, pero las fronteras entre las tres están completamente abiertas. La arquitectura se combina con el diseño gráfico para la creación de interiores, el diseño gráfico se adentra en el diseño de producto, los diseñadores industriales suelen tratar con la tipografía, y las habilidades del diseño gráfico e industrial se fusionan para los proyectos de **packaging**.⁴⁹

Cuando los arquitectos, diseñadores gráficos y diseñadores de producto trabajan en el mismo espacio, se da el ambiente perfecto para el aprendizaje constante y surgen más oportunidades para la agregación de varias disciplinas que terminan enriqueciendo los proyectos⁵⁰. Pero ¿cómo hacemos que los libros y revistas parezcan más interesantes?, ¿cómo hacemos que el material de *marketing* y publicidad parezcan más atractivos?, o ¿cómo hacemos que los espacios públicos tengan una mejor usabilidad? La respuesta está en trabajar de forma efectiva con los clientes. Hacer entender a los clientes cómo el diseño les puede ayudar a transmitir su idea de negocio de una forma más efectiva. Cada diseñador que hace entender a una empresa que una solución innovadora es capaz de conseguir el efecto que el cliente busca, facilita este proceso.

⁴⁸ YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004, p27.

⁴⁹ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p23.

⁵⁰ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p127.

El diseño es un negocio a dos manos que depende de las comisiones de los clientes, y el trabajo del diseñador. Muchos de ellos están motivados por los desafíos que propone el briefing y los plazos impuestos por las necesidades de los proyectos. La producción de trabajo sin clientes es más divertido para los diseñadores. El trabajo es menos comprometido y más personal, pero son pocos los diseñadores que tienen la oportunidad de realizar proyectos personales, la mayoría de las veces terminan realizando un producto que tiene una finalidad comercial. Al final siempre hay un cliente, está en la naturaleza del diseño.⁵¹

Las variedades de clientes son casi ilimitadas, y hay pocas reglas que determinen las relaciones entre el diseñador y el cliente⁵². Además, cada proyecto tiene sus propias particularidades, que van desde los acuerdos comerciales con los proveedores hasta el público final. El diseño tiene que ser muy versátil y sensible. Una labor fundamental del diseñador es explicar las propuestas a los clientes de la forma más sencilla y didáctica posible. Esto depende del tipo de empresa y de los conocimientos a nivel visual del cliente. Es mucho más sencillo explicar una propuesta a un cliente que tiene una empresa pequeña-mediana, que hacerlo para empresas más grandes. Cuanto más grande sea la empresa, más didáctica debe ser la explicación ya que las grandes empresas están divididas en varios departamentos, y la explicación no va dirigida a una única persona.

La calidad de las ideas y el servicio de diseño en el que se apoyan, dependen directamente del nivel de relación y comprensión entre el diseñador y el cliente. Parte de este entendimiento es cultural: trabajar con un cliente de la misma ciudad o país siempre es más fácil para el diseñador, que hacerlo para otros países buscando la misma efectividad. Cuando el diseño cruza esas fronteras culturales, lo que supone en la mayoría de los casos el uso de un idioma distinto, los diseñadores tienen que trabajar para conseguir un alto nivel de efectividad, y para ello hay que probar la capacidad de adaptación de los diseños una y otra vez.

Tanto con clientes de la misma ciudad o país, como con otros de otros lugares, Pentagram siempre ha conseguido que los proyectos que produce cumplan todos los objetivos y expectativas de los clientes. Muestra de ello es que tienen una gran tasa de fidelidad con los clientes con los que han trabajado desde los inicios hasta la actualidad. Concretamente el 64% ha requerido los servicios de Pentagram en más de una ocasión, y de los clientes que han trabajado con Pentagram varias veces, el 71% lo ha hecho en más de 1 ocasión, el 18% en más de 5 ocasiones, el 7% en más de 10, y el 4% en más de 15 ocasiones, como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

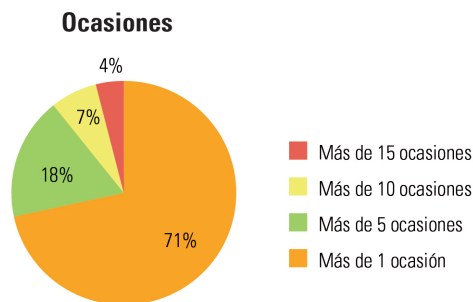


Figura 12 - Gráfico de fidelidad.

La variedad de clientes con los que trabaja Pentagram es enorme. Va desde pequeñas empresas, que suponen el 1% del volumen de su trabajo, hasta grandes multinacionales e instituciones, que suponen el 19% y 44% respectivamente del total de proyectos realizados. Ver anexo 2.

En los gráficos del anexo 2, se puede observar cómo ha sido la evolución del trabajo con los distintos tipos de clientes, que podemos clasificar en 6 categorías: clientes particulares, pequeña empresa, mediana empresa, gran empresa, multinacionales e instituciones; relacionados con los 17 tipos de trabajo en los que Pentagram clasifica su propia producción (*Branding & identities, print,*

⁵¹ AAVV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993, p197.

⁵² SCHER, Paula. Make it bigger, 1ª ed, Nueva York, Princeton Architectural Press, 2005, p157.

posters, books, environmental graphics, architecture and interiors, editorial, packaging, exhibition, interactive, products, strategy, video, naming, advertising and data visualizations).

En ellos se puede observar como en la mayoría de las categorías destacan los trabajos realizados para instituciones, seguidos de multinacionales y grandes empresas. Los proyectos para clientes de menor tamaño se han mantenido a lo largo de los años, pero su volumen es menor, ya que como se ha dicho en puntos anteriores, los socios suelen aceptar encargos que vayan a tener una gran difusión e impacto, aunque también realizan proyectos de menos repercusión donde pueden hacer propuestas más personales.

Es muy curioso observar como las gráficas suelen seguir la misma tendencia, es decir, poniendo como ejemplo la gráfica de *branding e identidad corporativa*, las líneas que representan los proyectos realizados para medianas empresas, instituciones, grandes empresas y multinacionales, siguen la misma tendencia, aunque con proporciones diferentes. De 2006 a 2009 la tendencia es de aumento, de 2009 a 2010 el trabajo disminuye, y vuelve a subir en 2012, y la tendencia de este ejemplo se repite en todas las gráficas. Los años en los que se producen los picos de trabajo varían de unos campos a otros, pero la relación que existe entre los tipos de clientes y volumen de trabajo dentro de cada campo es muy similar. Estos picos de trabajo, seguidos de continuos descensos y aumentos del volumen de trabajo, se deben en gran medida a que los socios cambian constantemente el tipo de proyectos que tienen entre manos, para evitar el estancamiento y favorecer la creatividad e innovación de las propuestas de los mismos.

Algunas de las gráficas presentan periodos de tiempo incompletos que se deben a la dificultad de encontrar las fechas en las que se han realizado algunos de los proyectos, especialmente los de mayor antigüedad. Nos hemos puesto en contacto con Pentagram para intentar solventar este

problema, pero debido a la gran cantidad de proyectos que tienen en marcha, no les ha sido posible ayudarnos en este aspecto.

Sin hacer distinciones entre los tipos de cliente y el volumen de trabajo, y centrándonos sólo en los tipos de trabajo, la producción de proyectos de branding e identidad corporativa destacan de entre el resto. Representan el 34% del total de proyectos que se han realizado desde sus inicios, seguidos del 13% clasificados como trabajos impresos, 9% de diseño de posters, y otro 9% de diseño de portadas y colecciones de libros como se puede ver en el gráfico 1 del anexo 2.

Dividiendo el volumen de trabajo por años, como era de esperar, la tendencia se repite en la mayoría de los casos. Como se muestra en los gráficos de porcentajes, desde 2006 hasta 2012 los únicos años en los que la producción de proyectos branding e identidad corporativa no han supuesto el mayor porcentaje, han sido 2006 y 2007, y el resto de tipologías siguen un orden de porcentajes similar al del gráfico general.

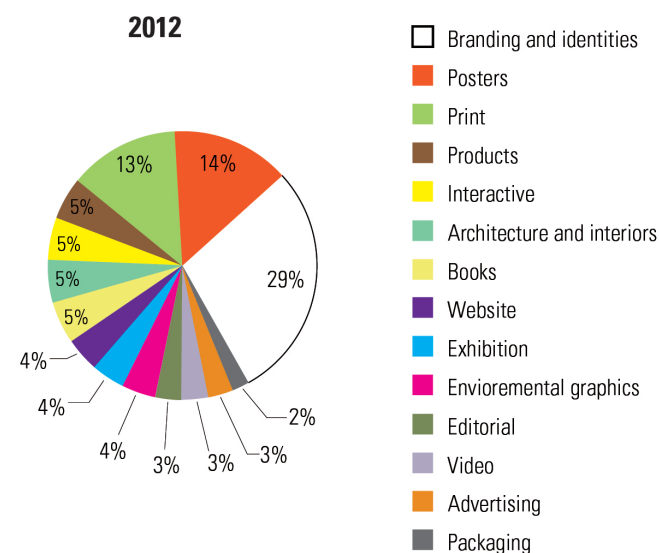


Figura 13 - Producción de 2012.

Dentro de la producción es destacable el alto porcentaje de proyectos multidisciplinares, que suponen casi la mitad del volumen de trabajo total. En el anexo 2 se adjunta un diagrama que se ha realizado para visualizar las conexiones entre las distintas tipologías de trabajo en estos proyectos multidisciplinares. En el diagrama cada bloque corresponde a una tipología de trabajo distinta, y el volumen que cada uno de los bloques ocupa dentro del gráfico es proporcional al porcentaje de proyectos de cada área. Esto es así porque no es posible mostrar todos los proyectos multidisciplinares en un mismo diagrama. En éste se puede observar las conexiones que se establecen entre las distintas tipologías, que suelen ser bastante lógicas. Por ejemplo, los proyectos de arquitectura suelen estar unidos con los de gráficos ambientales, y los de identidad corporativa y branding se suelen unir con la categoría de proyectos impresos.

Para concluir, cabe decir que Pentagram produce una gran variedad de proyectos que se pueden agrupar bajo distintas tipologías, y trabaja con toda clase de clientes. Pero es en Identidad corporativa y branding, y en el trabajo con instituciones donde más destaca. Esta combinación se puede ver claramente en el gráfico que hay a pié de página.

Los datos necesarios para la elaboración de estas gráficas han sido extraídos de la web de Pentagram y de algunas de sus publicaciones. Posteriormente estos datos se han ordenado y contrastado. En el el último apartado del anexo 2 se pueden consultar las tablas con las que se ha trabajado para la realización de las gráficas.

Branding & identities

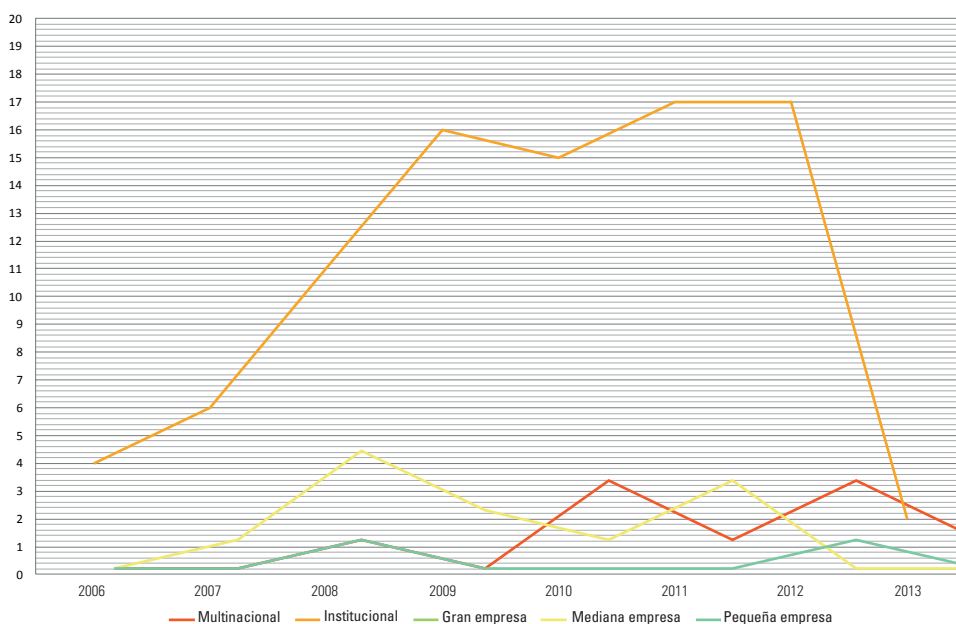


Figura 14 - Evolución de Branding & identities.

05.

Estudio de
proyectos

5. Estudio de proyectos

Aunque Pentagram mantiene que sus proyectos no siguen una etiqueta estilística concreta, lo cierto es que es posible extraer una serie de características comunes que se dan habitualmente.

Para extraer estas características de estilo se van a analizar cuestiones como el uso de la tipografía, color, recursos gráficos, tipo de material producido, etc. y se basará en el número de veces que se han utilizado estos recursos. Dado que las tendencias en diseño cambian rápidamente, las conclusiones se obtendrán del análisis de 50 proyectos desarrollados durante los últimos tres años, centrándonos especialmente en el análisis de los trabajos de identidad corporativa y branding, que personalmente son los que más me interesan, y el análisis de las características de estilo y estrategias de comunicación han servido para nutrir el proyecto práctico que se ha realizado, que consta de piezas impresas y digitales, de ahí que se hayan seleccionado proyectos de varias áreas de trabajo para extraer las conclusiones.

Los resultados se han extraído tras visualizar y analizar por separado cada uno de los proyectos seleccionados, partiendo de la información extraída de la web de Pentagram, que es el lugar donde aparece la información de sus proyectos más actualizada. En el anexo 3 se puede consultar la lista de proyectos que han sido analizados, y los análisis por separado de cada uno de ellos.

El primer punto a analizar es el tipo de recurso principal que se ha usado para resolver el proyecto, que hemos dividido en tres grupos: fotografía, ilustración y tipografía. Del total de trabajos que hemos analizado, la fotografía está presente en 14 casos, la ilustración en 19 y la tipografía en 49 ocasiones. Estos tres tipos de recursos suelen aparecer combinados en la mayoría de los proyectos, pero además de que la tipografía es el elemento que más se repite, del total de trabajos analizados 16 de ellos son proyectos exclusivamente tipográficos.

Dentro del campo de la tipografía podemos distinguir tres variantes: tipografía con remate, tipografía sin remate, y tipografía manual (ilustrada, hand lettering y caligrafía). En el 90% de los casos se utiliza la tipografía sin remates, mientras que el uso de los otros dos tipos se da en un 5% de los casos respectivamente. Aunque la tipografía manual represente solo el 5%, la tendencia de su uso es ascendente, cosa que está directamente relacionada con el auge actual de la ilustración, hand lettering, DIY (Do It Yourself) y caligrafía. Si se volviese a repetir este estudio dentro de unos años, se podría asegurar casi con total certeza que este tipo de recursos va a suponer un porcentaje mayor.

El siguiente punto es el plano/volumen, es decir, la ilusión de volumen a través de los elementos que componen el diseño. Pentagram no suele utilizar este tipo de recursos, a no ser que estén justificados, como por ejemplo en el proyecto de "muse". De los trabajos analizados la ausencia de volumen se da en 45 de 50 casos.

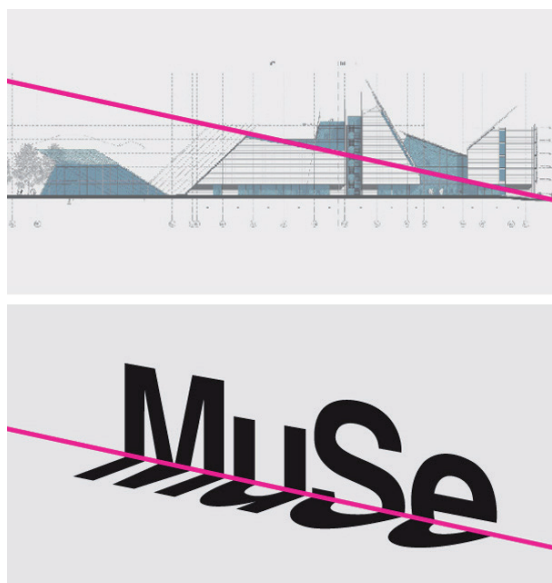


Figura 15 - Imagen para el Museo de ciencias de Trento, Italia. 2013.

En cuanto al color el blanco es el que más destaca. En este punto es en el que más claramente se pueden observar las similitudes de estilo. Parece que Pentagram tiene una predilección por una paleta de color formada por el blanco, negro, azul, rojo y amarillo como colores principales de los proyectos. Por supuesto, no son los únicos colores que se usan, pero son los que representan una mayor proporción.



Figura 16 - Imagen para Mohawk Fine Papers, 2012.

En lo que respecta a los colores secundarios que se usan en pequeños detalles, la proporción del uso de los distintos colores está más igualada. No hay diferencias que permitan establecer una tendencia a este nivel.

Respecto a los medios a los que van destinados los proyectos, el lenguaje audiovisual ha ido teniendo un mayor uso en los últimos años, pero los proyectos impresos son los que mayor porcentaje suponen.

En resumen, los elementos que más veces se repiten son proyectos donde el elemento tipográfico tiene una gran importancia, en la mayoría de los casos tipografías sin serifa, donde los colores blanco, negro, azul y rojo tienen una presencia importante, y en la mayoría de los casos son proyectos impresos.

Con el análisis concluido y las características de estilo extraídas ya tenemos la base del desarrollo práctico que se desarrollará a continuación.



Figura 17 - Imagen para Nuts.com, 2012.

06.

Descripción técnica
y tecnológica
de la obra

6. Descripción técnica y tecnológica de la obra

El desarrollo práctico de este proyecto surge de la necesidad de dar visibilidad a mis trabajos, tras haberme especializado en diseño gráfico durante mi licenciatura en Bellas Artes, y poder así adentrarme en el ámbito profesional.

Para ello se va a realizar un proyecto de autopromoción o *personal branding*. La autopromoción consiste en identificar los valores más relevantes de la marca personal y comunicarlos de forma efectiva a un público objetivo. El mensaje debe de ser claro y mostrar quien eres y que es lo que puedes ofrecer. Cuando el mensaje está claro, hay que elaborar la estrategia comunicativa para que la marca llegue a ser reconocida y esté posicionada entre las demás.

En este caso se parte de una marca que se desarrolló en la asignatura de Proyectos II Pintura y Dibujo (Diseño) en el curso 2012/2013, UPV. Lo que se va a plantear es la renovación, definición y posicionamiento de esta marca.

Serjio
Calero creative
designer

Figura 18 - Logotipo desarrollado durante el curso 2012/2013.

Para poder definir la marca es necesario establecer los conceptos que queremos que transmita, y para ello se ha realizado un análisis DAFO (Deficiencias, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), a partir de los cuales podemos plantear el briefing, teniendo en cuenta las características de estilo obtenidas del análisis de los proyectos seleccionados de Pentagram que hemos visto anteriormente, y siguiendo la metodología proyectual del diseño.

Del análisis DAFO hemos extraído una serie de conceptos que debe de transmitir la marca, de entre los que se ha hecho una selección, que son: sencillez, profesionalidad, confianza/cercanía y originalidad.

Partiendo de esa base ya podemos empezar a plantear la estrategia comunicativa que se va a basar en tres aspectos: comunicación online, física y acciones publicitarias para dar toda la difusión posible a la marca y los proyectos realizados. Para ello se va a hacer una revisión del diseño del logotipo anterior, se planteará una página web a modo de portfolio online, un vídeo promocional que se incluirá en la web y vamos a crear perfiles en las redes sociales que más actividad de diseño tienen actualmente. También se desarrollará un portfolio impreso, diferentes aplicaciones de papelería y material de merchandising . En cuanto a la difusión en el espacio público vamos a proyectar acciones publicitarias basándonos en el marketing de guerrilla que veremos posteriormente.

A continuación vamos a proceder a la explicación de las piezas realizadas.

6.1 Logotipo

Para el logotipo se bocetaron propuestas totalmente distintas al logotipo que se planteó en el curso anterior, pero finalmente se ha hecho un rediseño de éste. Se reconoce mejor, tiene mayor legibilidad y refleja mejor los aspectos que se quieren transmitir.



Figura 19 - Primeras propuestas de logotipo.

Manteniendo el naming, el color y la figura retórica de la sustitución, se ha hecho un rediseño del conjunto.

Se ha eliminado la pastilla negra, ya que es un subtítulo innecesario y visualmente tenía la misma importancia que la parte principal. Se han cambiado las mayúsculas por minúsculas para que el conjunto tenga más unidad, también se ha cambiado la tipografía anterior (Helvetica) por la Univers, y en lugar de mantener el nombre en dos líneas se ha pasado a una.

Como hemos dicho, se ha mantenido la figura retórica de la sustitución, que consiste en eliminar uno de los caracteres del logo y sustituirlo por otro elemento. En este caso se ha sustituido la letra "g" por el signo ortográfico de la coma. La coma se ha estilizado para eliminar la tosquedad de la versión anterior, y se han hecho ajustes de altura y anchura para que se integrara mejor con los caracteres de la tipografía.

La tonalidad verde se ha mantenido. Es un color que transmite los valores de confianza y sencillez que se buscaban desde el principio, pero no es exactamente el mismo color que en el logotipo anterior. Se le ha añadido más amarillo a la masa de color para que sea una tonalidad más viva y llamativa.

Para hacerlo más versátil, se han creado dos versiones del logotipo: la versión preferente y una versión más pequeña en la que sólo aparece la coma. Además estas dos versiones se han convertido a una tinta e invertido. Se aplicará una u otra versión dependiendo de la pieza en la que vaya a aparecer, y se ha establecido el tamaño mínimo al que se debe usar cada una de las versiones.

Figura 20 - Versión preferente.

sergio calero

Figura 21 - Versión 1 tinta.

sergio calero

Figura 22 - Versión invertido.



Versión del logotipo:



Figura 23 - Adaptación del logotipo. Color corporativo y versión 1 tinta.

6.2 Tarjetas

Para las tarjetas se ha creado un diseño sencillo. En el anverso aparece el logotipo, y en el reverso los detalles de contacto.



Figura 24 - Tarjetas.

Se ha querido que el receptor de la tarjeta interactúe con ella de alguna forma para que la marca sea recordada más fácilmente, y para ello se ha introducido un juego sencillo con una banda de tinta que se puede rascar, dejando ver el contenido que haya debajo de ella.

Se han hecho dos versiones con este juego, una en la que la banda deja ver el teléfono de contacto, y otra en la que se hace un juego de palabras. En un primer momento antes de rascar la tinta se ve "Hi!" (Hola en inglés), y una vez que ha desaparecido la banda gris, la palabra *Hi!* se convierte en la frase "HIRE ME" (Contrátame en inglés).



Figura 25 - Detalle de las tarjetas.

Otro aspecto importante es el material con el que se han realizado. Están impresas sobre papel craft y un papel blanco de textura porosa similar al craft, y entre el anverso y el reverso se ha introducido un detalle de color que además sirve para dar más grosor a la tarjeta. En uno de los diseños se ha elegido el verde corporativo y en otro el color negro.



Figura 27 - Detalle de color negro.



Figura 28 - Detalle de color verde.

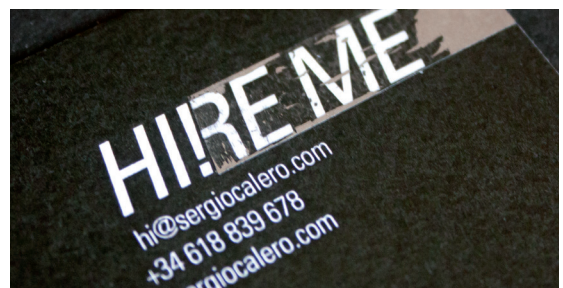


Figura 26 - Detalle de las tarjetas.

6.3 Fotografía

Las imágenes son la base a partir de la cual se ha trabajado la web, portfolios y otras aplicaciones. Es un tema muy importante ya que si no se tratan adecuadamente pueden desfavorecer los proyectos que se han realizado.

Deben mostrar los proyectos de una forma directa y atractiva, y los encuadres, fondos e iluminación tienen un papel fundamental en este aspecto. En general se han elegido fondos neutros que realcen el proyecto que se está fotografiando. El esquema de iluminación que se ha elegido es sencillo, con una fuente de luz principal y un reflector plateado para rellenar las sombras, es decir, para evitar que se creen sombras muy duras y contrastadas que lla-

men demasiado la atención. En cuanto al encuadre, se ha elegido el que se ha considerado mejor para cada uno de los proyectos fotografiados, pero en general se han usado planos cenitales, generales y planos de detalle. Todas las imágenes han sido retocadas digitalmente y optimizadas para impresión o para web.

En algunas ocasiones, la imagen del portfolio impreso no es la misma que la usada para internet. Los medios son diferentes y se han seleccionado las imágenes más adecuadas para cada uno de ellos.

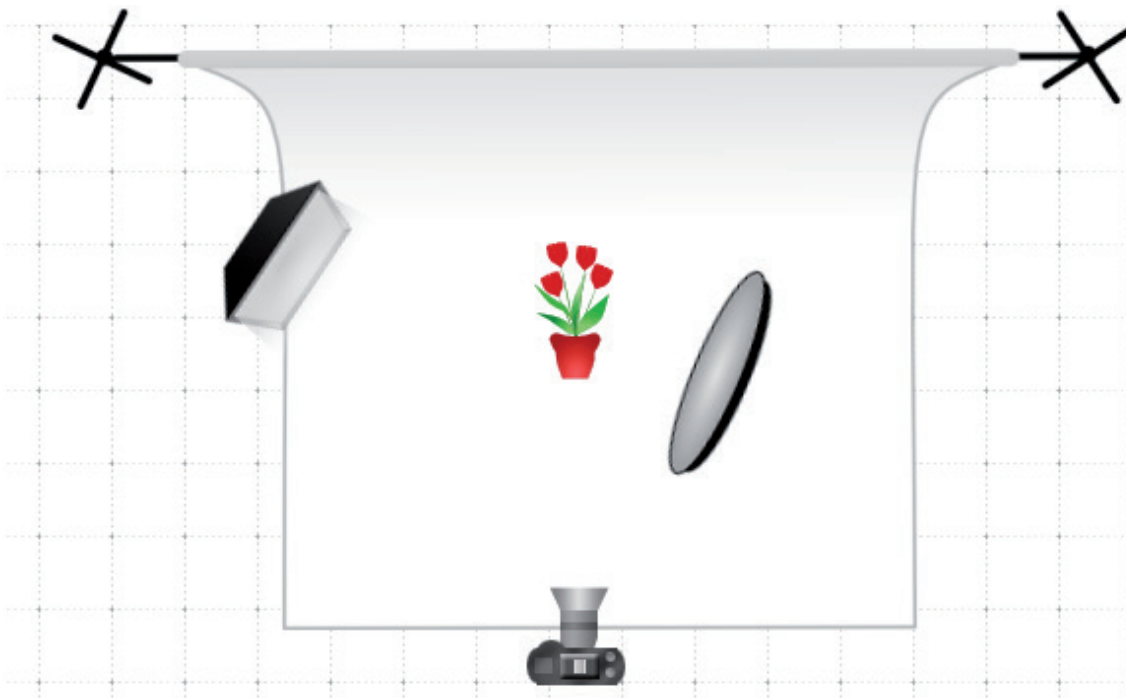


Figura 29 - Esquema de iluminación.

6.4 Portfolio impreso

El portfolio impreso debe ser un documento que muestre versatilidad en los proyectos que se presentan, y tanto las imágenes como el acabado del documento tienen que estar muy cuidados. Hay que contar lo máximo con el menor número de páginas posible, y para ello hay que evitar repetir información y elegir las imágenes que mejor describan el proyecto realizado. La maquetación y la presentación final también son un punto muy importante ya que el portfolio es otro elemento de diseño más.

que sea lo más llamativo posible, manteniendo siempre la coherencia del conjunto.

El papel sobre el que se ha impreso se ha elegido por su gramaje intermedio, adecuado para impresión digital, y por la agradable textura que tiene al tacto. Para las páginas pequeñas explicativas se ha seleccionado un papel kraft de color marrón, que mantiene la misma calidad de la textura y contrasta sobre las páginas blancas. La portada, del mismo color que las páginas pequeñas, están hechas de cartón reciclado de 300gr.

Para la encuadernación se estuvieron barajando varias opciones, y finalmente se ha optado por una encuadernación con grapas. Es un sistema rápido, sencillo y económico. También se ha diseñado el currículum que acompaña al portfolio impreso.



Figura 30 - Doble página interior.

El documento que se ha propuesto muestra cada proyecto en una doble página. Las fotografías se han seleccionado cuidadosamente para que muestren cada uno de los trabajos de la forma más llamativa y descriptiva posible. Junto a las imágenes hay pequeñas descripciones de cada uno de los proyectos, y para aquellos que han necesitado una explicación más extensa, se ha puesto una pequeña hoja entre las dos páginas del proyecto donde aparecen los detalles en español e inglés.

Como en cualquier edición editorial hay que tener en cuenta el ritmo de la publicación. Mediante la composición de las imágenes y el texto, y con las pequeñas hojas explicativas que hay en algunos de los proyectos, se ha intentado



Figura 31 - Detalle hoja explicativa.



Figura 32 - Currículum.

6.5 Caja presentación

Esta pieza se ha concebido a modo de pequeña presentación. Está formado por una representación tridimensional de la coma del logotipo, con un pequeño hueco que sirve para alojar un mini pendrive con el portfolio digital, recogido en una pequeña caja de cartón marrón. La tapa de la caja tiene los extremos microperforados, y una vez separada del resto de la caja sirve de tarjeta de visita.

Esta pieza se ha creado porque su actualización es más sencilla que la del portfolio impreso y es una forma más original de presentar los proyectos.



Figura 33 - Detalle caja presentación.



Figura 34 - Detalle caja presentación.

6.6 Merchandising

Desde el punto de vista más estricto el *merchandising* es el conjunto de acciones para incentivar la venta de algún producto, que van orientadas al comprador y al propio establecimiento para lograr una presencia adecuada de sus productos en el punto de venta.

En la actualidad los objetos de *merchandising* se utilizan por innumerables empresas para lograr la atracción de nuevos clientes y compradores hablando de un ambiente comercial que brinde un buen producto y/o servicio. Las empresas buscan llamar la atención de los compradores con productos de *merchandising* innovadores, gastando así fortunas en creaciones tanto para vender, como para regalar a clientes destacados. Para dar ejemplos específicos de productos de *merchandising* podemos citar: lapiceros, llaveros, gorros e innumerables productos muy costosos con el fin de premiar a los clientes más antiguos y captar a otros nuevos.

En este caso las piezas de *merchandising* que se han propuesto son las siguientes:

6.6.1 Camisetas

Para el diseño de las camisetas se han creado dos ilustraciones sencillas y llamativas, bajo el lema de "*make things happen*" hecho con tipografía manual. Una de las ilustraciones está realizada con una sola tinta y la otra con dos, porque aunque los prototipos se hayan realizado a través de un proveedor especializado en la impresión de camisetas mediante sublimación, la idea es que en un futuro puedan ser reproducidas con la técnica de la serigrafía de forma manual. Los colores son llamativos, contrastan sobre el fondo blanco de la camiseta, y la ilustración es de un tamaño bastante grande.

En ambas ilustraciones se ha incorporado de forma discreta la web personal.



Figura 35 - Camiseta 1.



Figura 36 - Camiseta 2.

6.6.2 Postal free

Las postales son una buena forma para dar difusión a nuestro trabajo. Son económicas, tienen un formato muy manejable (105x148mm), y gracias a eso las personas las utilizan como marca páginas para los libros, a modo de decoración etc.

El formato postal ya se propuso en el trabajo del año anterior, donde se planteó la primera imagen de la marca que se está desarrollando en este proyecto. En lugar de adaptar las imágenes de los proyectos que aparecen en el portfolio,

se han creado unos nuevos diseños pensados para las postales, y la mayoría de ellos han sido desarrollados en la asignatura de "diseño y creación artística" del Máster de Producción Artística.

Se ha creado una colección de 10 postales con diseños tipográficos. Son las que se muestran a continuación.

En el reverso de las postales aparece la información de contacto, con un diseño sencillo y unos puntos que son una síntesis de color del diseño de la parte frontal.

En cuanto al acabado se han impreso sobre un papel de 350gr y se han laminado brillo en el anverso, para que los colores sean más llamativos y que la postal tenga la máxima calidad posible y no se estropee fácilmente.

Figura 37 - Colección de postales.



Figura 38 - Colección de postales.

Figura 39 - Colección de postales.



Figura 40 - Reverso.

6.6.3 Pegatinas y chapas

Adaptando algunos de los diseños de las postales se ha creado una colección de pegatinas y chapas, que son un formato de comunicación efectivo y económico. Las pegatinas se pueden adherir a la mayoría de superficies y las chapas se pueden usar como complemento en camisetas, mochilas, bolsos y otros elementos de uso diario. Son un elemento de autopromoción que a través de su adhesión en diferentes soportes hace que consigamos mayor visibilidad.



Figura 41 - Pegatinas.



Figura 42 - Detalle de las pegatinas.



Figura 43 - Chapas.

6.6.4 Cuadernos

Los cuadernos son una pieza muy útil ya que sus usos son muy variados. Se ha creado una colección de tres cuadernos, con tapas de cartón marrón y encuadernados mediante el mismo sistema que el porfolio impreso.

Se ha impreso el diseño en color negro sobre papel craft, y el contraste entre el brillo de la tinta y el aspecto mate del papel hace que el resultado sea llamativo y original.

Los diseños de estas piezas no solo sirven como material de merchandising, sino que viendo la buena acogida que están teniendo en algunas redes como behance, se podría plantear la creación de una tienda on-line con distintas aplicaciones de todos ellos.

Figura 44 - Colección de cuadernos.



Figura 45 - Detalle.

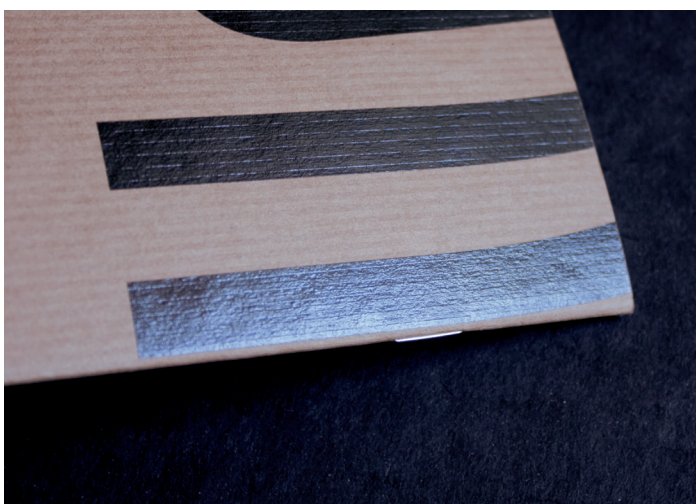


Figura 46 - Detalle del acabado.

6.7 Web

Actualmente la web es un elemento indispensable para dar visibilidad a nuestro trabajo. Es más rápido que el portafolio impreso, dependiendo de qué plataforma se elija para alojarlo también puede ser más económico, está siempre disponible y se puede consultar desde cualquier lugar.

En este caso se ha elegido cargocollective como plataforma que va a alojar la web o portfolio digital. A diferencia de otras plataformas o blogs, cargo sólo aloja webs de proyectos visuales y en su versión gratuita ofrece una selección limitada de plantillas, que en este caso se ha modificado mediante programación CSS para conseguir el aspecto final deseado y para optimizar la web para que el posicionamiento en buscadores sea más rápido y efectivo. Para hacer la dirección Url más corta y facilitar el acceso a los usuarios, se ha comprado el dominio www.sergiocalero.com y se ha redireccionado a la página de cargo.

La web es un formato estático en el sentido en que los visitantes no pueden valorar ni comentar los proyectos que se exponen, pero para eso existen otras plataformas de las que hablaremos más adelante. El posicionamiento es un proceso lento y conseguir un gran número de visitas es

complicado, pero tener varias redes sociales que estén linkadas a una web final aumenta las visualizaciones, y hace que se perciba la marca como algo más profesional y acabado.

El planteamiento de la web es sencillo. En la página principal aparece una fotografía de cada uno de los proyectos ordenados en una cuadrícula. Cada una de las imágenes es un botón que nos lleva al proyecto completo con la descripción. En la parte izquierda superior aparece la adaptación del logotipo para la web y debajo el listado de proyectos y apartados de "about" y "contacto".

Se ha organizado de esta forma para que la navegación sea sencilla y que de un golpe de vista se puedan ver todos los trabajos. Se han eliminado efectos, animaciones y fondos que distraen la atención para evitar que la estructura de la web tenga más importancia que los proyectos que se muestran, que es lo que realmente interesa.

A diferencia de otras piezas en las que aparecen explicaciones, toda la información de la web está en inglés para que sea lo más internacional posible.

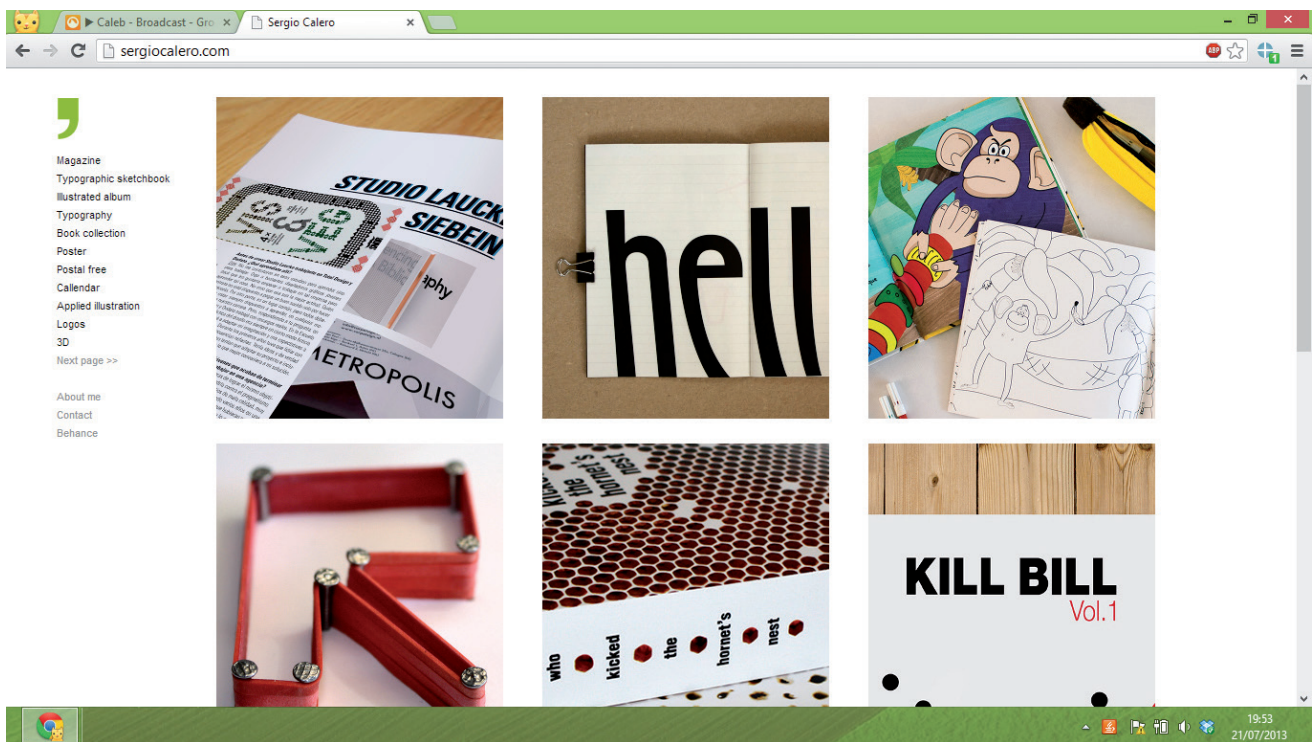


Figura 47 - Home. Página web.

6.8 Behance

Además de la web, se ha creado un perfil en la red social *Behance* para dar mayor visibilidad a los proyectos. *Behance* es una red social que vincula todo tipo de proyectos visuales y personas. Hay un gran volumen de proyectos subidos a esta plataforma, tanto de estudiantes como profesionales o instituciones como el *ADC* o la *AIGA* y siempre hay material nuevo, lo que hace que no sólo sirva para dar visibilidad a los trabajos, sino que también es una fuente de inspiración muy enriquecedora y nos permite estar actualizados. Además también sirve para crear vínculos profesionales con otros diseñadores, ilustradores etc, y algunas empresas del sector publican sus ofertas de empleo a través de esta plataforma.

Me he decantado por esta red y no por otras como *facebook* o *pinterest*, porque está mucho más enfocada al ámbito profesional al que me quiero dedicar.

A diferencia de la web, *behance* es una red muy dinámica. Cualquier usuario puede valorar y comentar los proyectos subidos, que van ganando "*likes*" y se van posicionando cada vez mejor, lo que repercute en el número de visualizaciones que tienen, y que es uno de los objetivos principales. Además los votos de los usuarios sirven para intuir que tipos de trabajo son los más llamativos, y nos dan claves para saber qué proyectos funcionan mejor en nuestro portfolio y cuales debemos sustituir. Además es muy motivador el hecho de que personas de cualquier parte del mundo valoren tus proyectos.

Como en otras redes sociales de este tipo, podemos guardar los proyectos que más nos hayan gustado de otros usuarios en colecciones que podemos gestionar.

Para mantener activo el perfil y seguir atrayendo visitas y votos positivos hay que invertir una gran cantidad de tiempo, tanto en valorar y seguir a otras personas, como para seguir alimentando el perfil de nuevo material.

Al igual que la web, al ser una red internacional toda la información aparece en inglés.

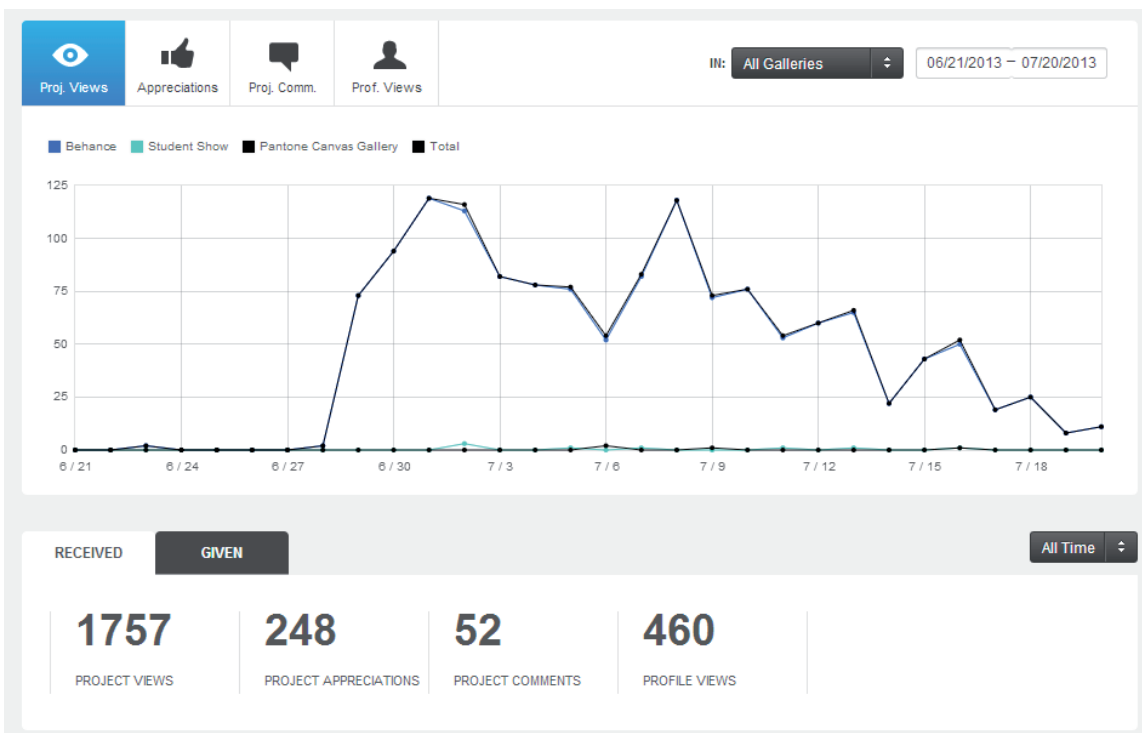


Figura 48 - Estadísticas de Behance.

6.9 LinkedIn

LinkedIn es una red social de perfil profesional, donde se puede publicar información personal y profesional. Contar con un perfil en *LinkedIn* sirve para establecer redes de contactos con otros profesionales, lo que da una ventaja considerable al momento de buscar un nuevo trabajo, establecer nuevas relaciones comerciales y formar parte de grupos de discusión dentro de esta red.

El funcionamiento de esta red es similar al de cualquier otra red social, consiste en ir añadiendo contactos y creando vínculos profesionales. A diferencia de *Behance*, no es una red especializada en profesionales del ámbito visual. Sirve para hacer *networking* con posibles clientes y proveedores de cualquier ámbito.

Ofrece la posibilidad de añadir un portfolio digital, pero al no tratarse del punto principal de esta red existen limitaciones a la hora de crearlo, por lo que se ha optado

por añadir una selección de las imágenes más llamativas de los proyectos a los que pretendemos dar visibilidad, acompañado del link a la web, behance y otros datos de contacto.

Todas las redes que se están trabajando están interconectadas, es decir, de la web se puede pasar a Behance, de Behance a LinkedIn etc. Esto se ha hecho por un lado para favorecer que el usuario que entre en alguna de estas redes pueda conocer el resto, y por otro lado porque los enlaces recíprocos son un punto positivo para el posicionamiento en buscadores, algo que hay que tener muy en cuenta. Si se usa bien puede ayudarnos con el posicionamiento, pero si se utiliza en exceso los buscadores lo detectarán como *spam* y repercutirá negativamente en el posicionamiento *SEO*.

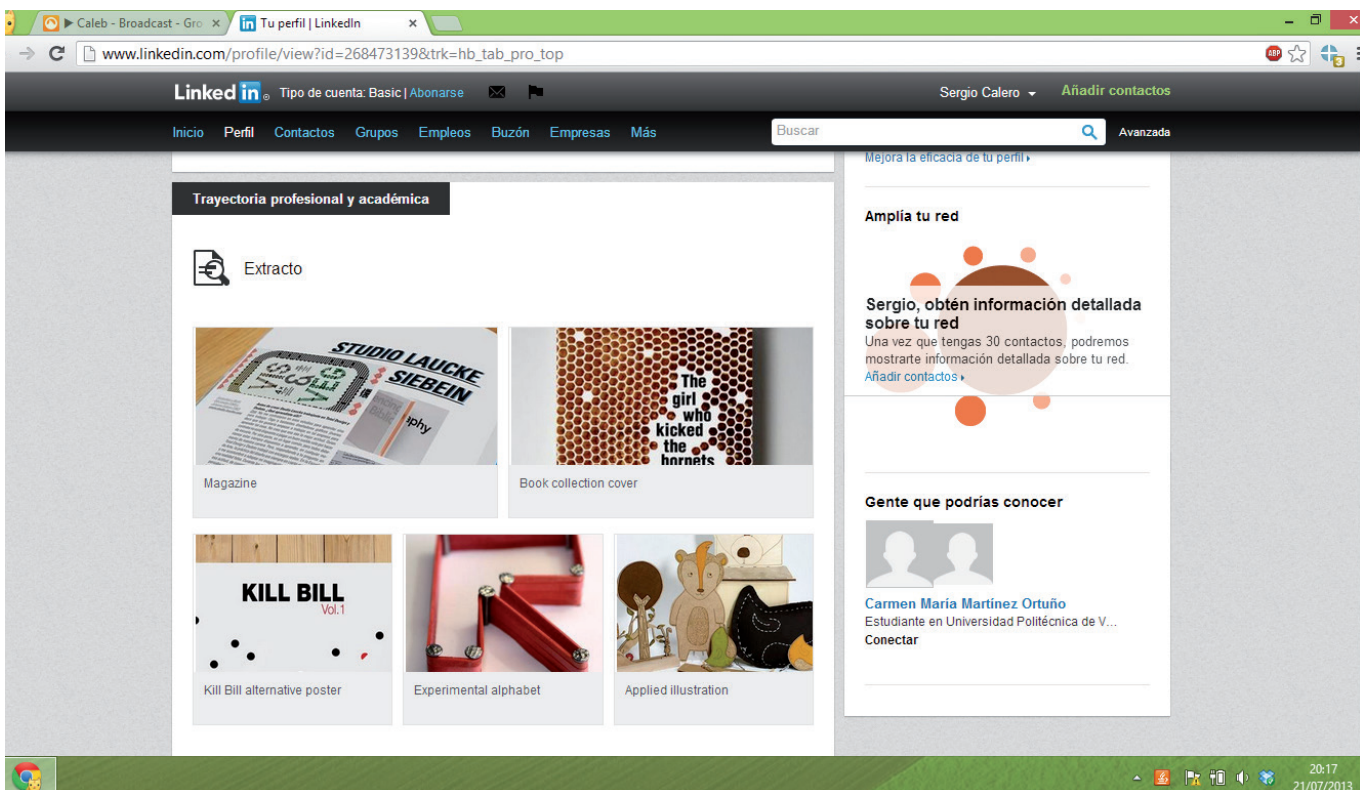


Figura 49 - Página principal de LinkedIn.

6.10 Portfolio digital

Para facilitar la difusión de los proyectos también se ha creado un portfolio digital. Es una forma más cómoda, rápida y económica de dar visibilidad a los proyectos porque está pensado para ser enviado por email y también se puede descargar desde la web.

Aún así, el portfolio impreso sigue siendo un elemento importante. Ambos pueden convivir, usándose el portfolio digital para visualizaciones en pantalla, y el impreso para presentaciones personales.

La maquetación sigue el mismo estilo que el documento impreso, pero se ha adaptado a un formato panorámico para aprovechar mejor el área de visualización.

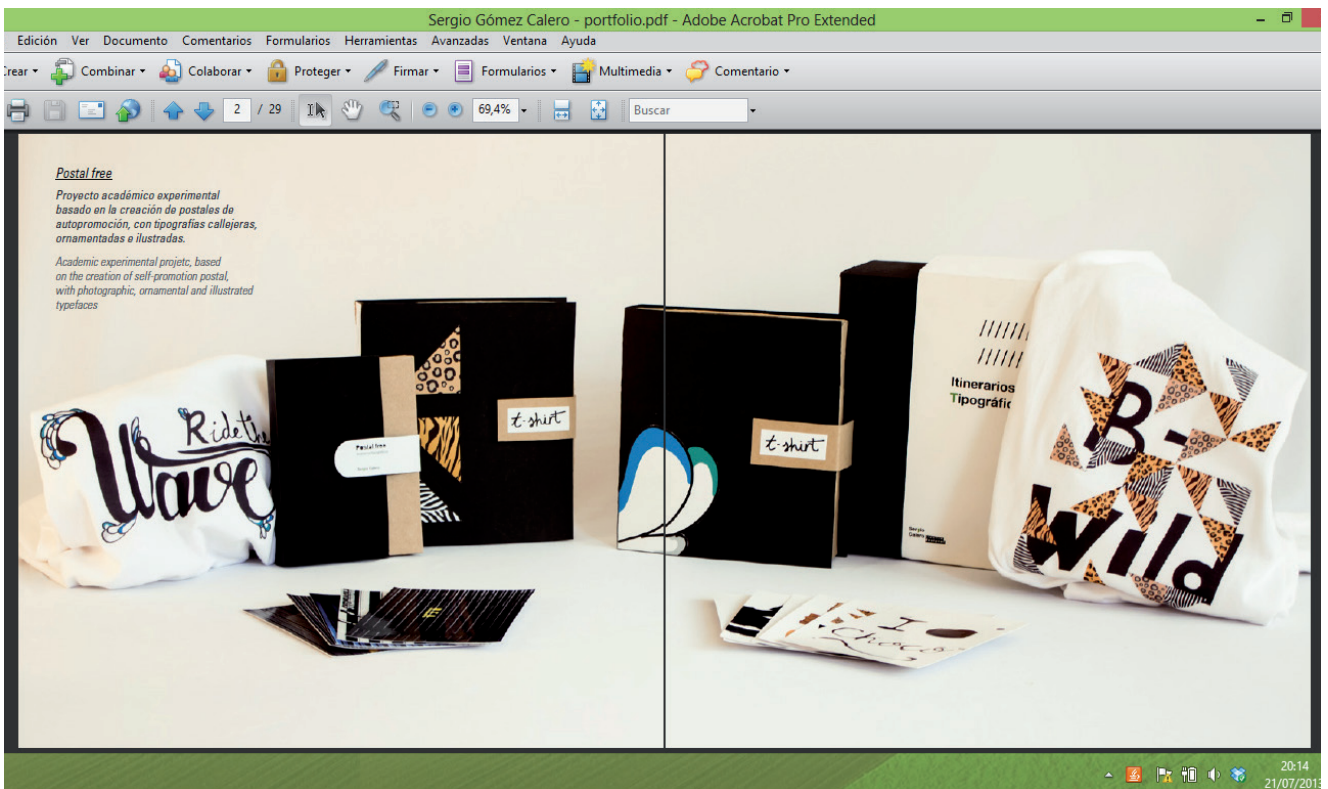


Figura 50 - Portfolio digital.

6.11 Video

En lo que respecta al vídeo, es una pieza que ha sido concebida para insertarla en la página web, y se ha jugado a mostrar el proceso de elaboración de una receta con materiales que se usan en la producción de proyectos visuales. En la mayoría de vídeos promocionales se muestran los proyectos realizados o se crean vídeo-curriculum, pero se ha intentado crear algo diferente. Se muestra algo fácil y cercano a la mayoría de la gente realizado con la técnica de la pixilación, que es una técnica de stop motion que consiste en fotografiar personas y objetos reales y cambiar la disposición de los elementos frame a frame para generar movimiento.

En este tipo de vídeos se suele utilizar el plano cenital casi exclusivamente, pero en este caso se han utilizado varios tipos de planos para hacer el conjunto más dinámico, entre ellos planos detalle, *travellings*, 3/4 y planos cenitales.

El esquema de iluminación que se ha planteado se basa en la luz rebotada para crear una iluminación general y suave. Es una luz cálida que realza el color de los elementos y le da un aspecto final más vivo. Posteriormente se han retocado los colores en postproducción para hacerlos más brillantes y darles mayor contraste.

El vídeo está disponible en el cd que acompaña al documento y en la página web.



Figura 51 - Imagen del proceso de trabajo.



Figura 52 - Imagen del proceso de trabajo.

6.12 Acciones publicitarias

Hemos proyectado una serie de acciones publicitarias en el espacio público para dar a conocer la marca y para terminar de completar el proyecto de autopromoción. Para ello nos hemos basado en el *marketing de guerrilla*, que es el conjunto de estrategias y técnicas de *marketing* ejecutadas por medios no convencionales, y que precisamente al no ser convencionales permiten llegar al público de una forma más efectiva.

Principalmente consiste en crear propuestas creativas utilizando medios, espacios, situaciones del día a día, elementos del entorno y transformarlos en una experiencia que sorprenda y sea fácil de recordar.

Se han planteado 6 acciones que vamos a explicar a continuación.

La primera acción de marketing que se ha proyectado consiste en un gran grupo de personas con camisetas publicitarias recorriendo una parte muy transitada de la ciudad. Estas personas simplemente irían andando con normalidad con unas camisetas verdes donde aparece el logotipo y la web. La clave aquí está en el número de personas, cuantas más mejor, así conseguiremos que el impacto en el espectador sea mayor.

Otra de las propuestas consiste en pegar vinilos de gran tamaño en lugares igualmente muy transitados, y de forma que llamen la atención. Se podrían poner entre las paredes de los edificios y el suelo, sobre mobiliario urbano, o en la bajada de unas escaleras aprovechando que la mayoría de las personas miran al suelo cuando las bajan.

Figura 53 - Simulación vinilo.



Figura 54 - Simulación personas con camiseta corporativa.

Aprovechando el recurso de la tinta rascable de las tarjetas, podemos plantear llevarlo al espacio público en un formato mayor. Se podrían instalar estos paneles sobre algunos mupis urbanos e invitar a las personas que rasquen la superficie para descubrir la imagen que hay debajo.

Figura 55 - Mupi con tinta rascable.



Figura 58 - Mupi con tinta rascable.

Los mupis también se podrían aprovechar para cubrir su superficie con post-it colocados de forma que dibujen la "g" del logotipo, o en lugar de mupis se podrían colocar en cualquier otra superficie, por ejemplo cubriendo por completo objetos de mobiliario urbano como farolas o bancos. Es una acción llamativa y las personas podrían despegar estos post-it en cuyo reverso aparecería la información de contacto.

Figura 57 - Mupi con post-it.



Por último también hemos propuesto alterar elementos urbanos naturales como árboles y setos. Pueden ser cortados con diferentes formas, y en este caso planteamos darles la forma de la "g" del logotipo. En este caso la efectividad también la encontraríamos a través de la repetición y se podría hacer en calles céntricas con árboles o en parques con gran afluencia de público.

Figura 58 - Simulación árboles.



Todas estas acciones se podrían combinar para que sean más efectivas, por ejemplo en estaciones de metro pegando vinilos en escaleras y post-it sobre cualquier superficie.

Todos los elementos de comunicación que hay detrás de una marca son igual de importantes. Desde el logotipo que ya causa una primera impresión en el espectador, hasta el material impreso y otros formatos de comunicación tienen que estar tratados con un gran cuidado y detalle. El conjunto de elementos tiene que ser coherente y deben de funcionar con autonomía tanto por separado como en su conjunto. Una tarjeta de visita impresa sobre un papel de poca calidad, una web mal estructurada o un portfolio impreso con imágenes de baja resolución pueden dar una mala impresión, que seguramente llevará a que el posible cliente rechace trabajar con nosotros. Todo causa una impresión, por lo tanto, todo es importante.



Figura 58 - Simulación vinilo sobre escaleras.

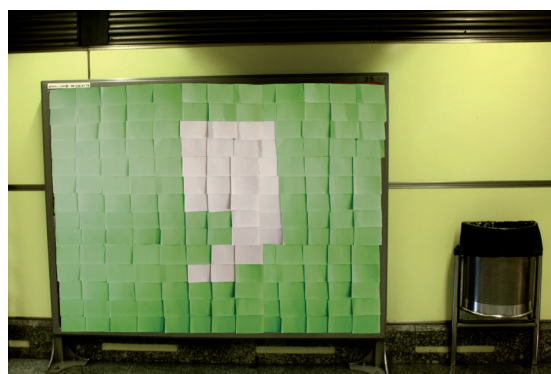


Figura 58 - Simulación mupi con post-it.

6.13 Presupuesto

Ya que el objetivo del proyecto es la producción de las piezas para su distribución real, vamos a hacer un presupuesto de todas ellas.

Tarjetas (producción de 100):

Impresiones -> 21€

Carton detalle de color 100x70cm -> 6€

Total: 27€/100 Ud.

Portfolio imprso:

Impresiones -> 15€

Tapas y encuadernación -> 4€

Total: 19€/unidad.

Caja presentación:

Carton -> 4€

Impresiones -> 3€

USB -> 6€

Logotipo 3D -> 2€

Total: 15€/unidad.

Cuadernos:

Carton -> 1€

Impresión -> 1€

Encuadernación -> 0,50€

Hojas -> 0,50€

Total: 3€/unidad.

Camisetas:

Total: 13€/unidad.

Chapas 15mm:

1,50€/unidad.

Postales:

Impresión -> 5€

Laminado brillo -> 3€

Total: 8€/10 unidades.

Web:

Alojamiento -> gratuito

Dominio -> 12,90€/año.

Behance: gratuito.

LinkedIn: gratuito.

Total: 99,40€

07.

Conclusiones

7. Conclusiones

El presente proyecto se ha dividido en dos partes: el estudio exhaustivo de Pentagram y el desarrollo práctico como consecuencia de este estudio.

Este proyecto, que surge de una motivación personal y del seguimiento de los trabajos que han ido realizando durante algunos años, ha pretendido explicar la evolución y filosofía que hay detrás de Pentagram. Antes de comenzar con el proyecto conocía la producción más reciente de Pentagram y sabía que tenía una gran importancia dentro del mundo del diseño. A través de esta investigación se pretende aclarar su evolución y filosofía, aspectos muy interesantes que explican la influencia que tiene Pentagram en la actualidad, y que no todo el mundo conoce.

Se ha realizado un análisis lo más exhaustivo posible, teniendo en cuenta el tiempo del que disponíamos para realizarlo. En primer lugar se ha descrito la evolución cronológica que ha experimentado Pentagram desde sus orígenes hasta la actualidad, que se ha ido expandiendo de forma orgánica, atendiendo a necesidades personales más que a planes de ampliación basados exclusivamente en el crecimiento del negocio.

Con más detenimiento hemos analizado la filosofía de la empresa, algo de lo que los socios no suelen hablar muy a menudo. Se basa en la igualdad, multidisciplinariedad, individualidad y la idea de calidad. Estos tres aspectos son la clave del éxito de Pentagram. La igualdad repercute en la estructura que han mantenido prácticamente desde los inicios hasta ahora, donde todos los socios son iguales a nivel político y aunque firmen sus proyectos con el nombre de Pentagram, tienen la individualidad necesaria para funcionar como pequeñas empresas por separado. Como se ha comentado anteriormente, cada socio ejerce de director de arte y tiene libertad para contratar a su propio equipo de diseñadores.

El enfoque multidisciplinar enriquece los proyectos y no nos referimos sólo al hecho de que un mismo proyecto

pueda ser más completo, por ejemplo un proyecto expositivo que combine diseño gráfico, audiovisual, diseño de interiores y publicidad. También es muy enriquecedor el hecho de compartir un espacio en el que cada socio con su grupo de diseñadores trabajan en un proyecto diferente. Alejarte del proyecto en el que estás inmerso para ver en qué están trabajando los otros grupos y comentarlo, puede aportar nuevas ideas para el trabajo que tienes entre manos y para los demás.

Siempre ofrecen la máxima calidad adaptándose al cliente. Trabajan igual con pequeñas empresas que con grandes multinacionales, aunque cabe mencionar que suelen trabajar más con grandes clientes. Siempre intentan que los proyectos que realizan tengan la mayor difusión posible y lleguen a un gran número de personas, pues es una forma de hacer publicidad indirecta y les ayuda a conseguir nuevos encargos.

Hemos realizado unas gráficas donde se muestra la evolución del tipo de clientes con los que trabajan, clasificados en pequeña empresa, mediana empresa, gran empresa, instituciones y multinacionales. Con estas gráficas hemos visto que la tasa de crecimiento de todos estos clientes ha sido proporcional y ha ido en aumento a lo largo de los años, siendo el trabajo para instituciones el que más destaca, y además la tasa de fidelidad de los clientes es muy alta, vuelven a trabajar con Pentagram en más de un 60% de las ocasiones. También hemos visto que siendo un estudio multidisciplinar, los proyectos de identidad corporativa y branding son los que suponen un mayor porcentaje dentro del total de su producción.

Cada proyecto es distinto y necesitará el uso de unos recursos determinados y adecuados para conseguir el resultado final que se desee, pero a través del estudio de 50 casos específicos, hemos comprobado que existen una serie de características de estilo que se repiten con bastante frecuencia en los trabajos que producen, que siguen las tendencias actuales del diseño y son las que se han usado para plantear el proyecto de autopromoción.

Las conclusión principal que hemos obtenido del resultado práctico es que autopromoción significa visibilidad. Es importante dar a conocer nuestro trabajo al mayor número de personas posible para tener mayor probabilidad de encontrar nuevos clientes.

Debemos hacer uso de las herramientas que tenemos a nuestro alcance para generar un material que la gente recuerde. Para ello se han creado aplicaciones impresas, se ha dado difusión a través de internet y se han propuesto algunas acciones en el espacio público.

Para las aplicaciones impresas se han elegido formatos cómodos y objetos de *merchandising* llamativos y sobre todo útiles, porque es a través del uso de los objetos cuando conseguiremos hacernos visibles. Además, desde las tarjetas hasta las camisetas, se ha intentado crear piezas con las que se pueda interactuar o manipular de alguna forma para que la marca sea recordada más fácilmente. Las tarjetas cuentan con una pequeña banda que se puede rascar y deja ver más información, los cuadernos son de uso diario al igual que las camisetas y el resto de material de *merchandising*, los usos de las postales pueden ser variados, y la caja de presentación es desechable y se convierte en una tarjeta de visita.

En cuanto a las aplicaciones impresas se ha aprovechado al máximo las cualidades táctiles de las piezas. Se han usado papeles y cartones porosos de acabado mate, que ofrecen una textura al tacto muy agradable, ayuda a que la coherencia entre las piezas sea mayor y recuerda a los procesos manuales reforzando el aspecto de la cercanía que buscamos. También cabe destacar el contraste que hemos creado entre el mate del papel y el brillo de la tinta negra, que da un toque llamativo y actual a las piezas.

Para el resto de piezas impresas que no se ha usado este tipo de papeles, se ha cuidado el acabado final lo máximo posible para dar un aspecto profesional. En definitiva hemos usado cuidadosamente los materiales y técnicas de impresión para conseguir resultados llamativos, con calidad, y que ayuden a crear una coherencia que repercutirá positivamente en la difusión de la marca.

Hoy en día la difusión a través de internet es fundamental, y es muy útil saber aprovechar las herramientas que nos ofrece. Es inmediato, se puede acceder a la información desde cualquier lugar y lo puede hacer cualquiera. Igual de importante es optimizar nuestras páginas web y el resto de redes para su posicionamiento en buscadores y para que sea accesible desde dispositivos como *smartphones o tablets*. Con las redes damos mayor difusión a nuestros proyectos y podemos crear vínculos con otros profesionales.

Como ya hemos dicho, en este caso se han utilizado la web personal y dos redes sociales: una de proyectos visuales y otra profesional. A través de ellas, especialmente de *Behance* que cuenta con estadísticas que nos muestran nuestra actividad, hemos cumplido el objetivo de dar visibilidad a los proyectos realizados. En un periodo de un mes hemos conseguido casi 2.000 visualizaciones de proyectos y más de 150 seguidores, estadísticas que irán aumentando con el paso del tiempo.

Mediante las acciones publicitarias o *publicidad de guerrilla*, conseguimos despertar la curiosidad en el observador, haciendo uso de la creatividad y de medios no convencionales. Favorece el “boca a boca” y que muchos de los espectadores terminen conociendo nuestro trabajo.

En definitiva es muy importante cuidar los detalles, mantener la coherencia de las piezas dentro de un mismo proyecto e intentar darle la mayor difusión posible. Así conseguiremos que la marca tenga mayor repercusión y sea recordada.

08.

Bibliografía

AAV. Pentagram The Compendium. 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1993.

YELAVICH, Susan. Profile Pentagram Design, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 2004.

VVAA. Communication Arts Design Annual, Rotovision, 1992.

AAV. Living by design, 1ª ed, Nueva York, Watson-Guptill, 1978.

PENTAGRAM. Pentagram Book Five, 1ª ed, Nueva York, The Monacelli Press, 1999.

SCHER, Paula. Make it bigger, 1ª ed, Nueva York, Princeton Architectural Press, 2005.

MYERSON, Jeremy. Beware wet paint: Designs by Alan Fletcher, 1ª ed, Londres, Phaidon Press, 1996.

The Amerization of Pentagram. Revista Metropolis. Marzo 1983, nº 13.

POYNOR, Rick. Blueprint magazine, 1990.

ID magazine. Septiembre 1991, nº96

Design week magazine. Septiembre 2012, nº37.

How magazine "The art of partnership" Diciembre, 2000, nº79.

Web de Pentagram. [Consulta: 2012-10-01/2013-06-05]. Disponible en <www.pentagram.com>.

Fortune's list of America's largest corporations 1955, [consulta: 2013-02-05]. Disponible en <http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500_archive/full/1955/>.

Paula Scher gets serious. [Consulta 2013-02-15]. Disponible en <http://www.ted.com/talks/paula_scher_gets_serious.html>.

09.

Apéndice de
figuras

Figura 1 - Bob Gill, Alan Fletcher y Colin Forbes fotografiados para Vogue por Robert Freeman. P15.

Figura 2 - Exterior del estudio de Londres. P16.

Figura 3 - Alan Fletcher, Colin Forbes y Theo Crosby con las maquetas de los interiores del pabellón británico para la Expo del 67 en Montreal. P17.

Figura 4 - Oficina de Nueva York. P18.

Figura 5 - Equipo de San Francisco. 1986. P19.

Figura 6 - Interior de la oficina de Austin. P20.

Figura 7 - Oficina de Berlín. P21.

Figura 8 - Imagen de Paula Scher para la 58ª gala anual del TDC. P25.

Figura 9 - Kenneth Grange con la versión europea de la cámara Kodak Instamatic. P30.

Figura 10 - Reunión anual de los socios. P31.

Figura 11 - Paula Scher en una de las reuniones anuales. P32.

Figura 12 - Gráfico de fidelidad. P38.

Figura 13 - Producción de 2012. P39.

Figura 14 - Evolución de Branding & identities. P40.

Figura 15 - Imagen para el Museo de ciencias de Trento, Italia. 2013. P43.

Figura 16 - Imagen para Mohawk Fine Papers, 2012. P44.

Figura 17 - Imagen para Nuts.com, 2012. P44.

Figura 18 - Logotipo desarrollado durante el curso 2012/2013. P47.

Figura 19 - Primeras propuestas de logotipo. P48.

Figura 20 - Versión preferente. P48.

Figura 21 - Versión 1 tinta. P48.

Figura 22 - Versión invertido. P48.

Figura 23 - Adaptación del logotipo. Color corporativo y versión 1 tinta. P48.

Figura 24 - Tarjetas. P49.

Figura 25 - Detalle de las tarjetas. P49.

Figura 26 - Detalle de las tarjetas. P49.

Figura 27 - Detalle de color negro. P49.

Figura 28 - Detalle de color verde. P49.

Figura 29 - Esquema de iluminación. P50.

Figura 30 - Doble página interior. P51.

Figura 31 - Detalle hoja explicativa. P51.

Figura 32 - Curriculum. P51.

Figura 33 - Detalle caja presentación. P52.

Figura 34 - Detalle caja presentación. P52.

Figura 35 - Camiseta 1. P53.

Figura 36 - Camiseta 2. P53.

Figura 37 - Colección de postales. P54.

Figura 38 - Colección de postales. P54.

Figura 39 - Colección de postales. P54.

Figura 40 - Reverso. P54.

Figura 41 - Pegatinas. P55.

Figura 42 - Detalle de las pegatinas. P55.

Figura 43 - Chapas. P55.

Figura 44 - Colección de cuadernos. P56.

Figura 45 - Detalle. P56.

Figura 46 - Detalle del acabado. P56.

Figura 47 - Página web. P57.

Figura 48 - Estadísticas de Behance. P58.

Figura 49 - Página principal de LinkedIn. P59.

Figura 50 - Portfolio digital. P60.

Figura 51 - Imagen del proceso de trabajo. P61.

Figura 52 - Imagen del proceso de trabajo. P61.

Figura 53 - Simulación vinilo. P62.

Figura 54 - Simulación personas con camiseta corporativa.
P62.

Figura 55 - Mupi con tinta rascable. P63.

Figura 56 - Mupi con tinta rascable. P63.

Figura 57 - Mupi con post-it. P63.

Figura 58 - Simulación árboles. P64.

Figura 59 - Simulación vinilo sobre escalera. P64.

Figura 60 - Simulación mupi con post-it. P64.

10.

Anexos

Índice de anexos

Anexo 1

- 83 Gráfico de la evolución del estudio.

Anexo 2

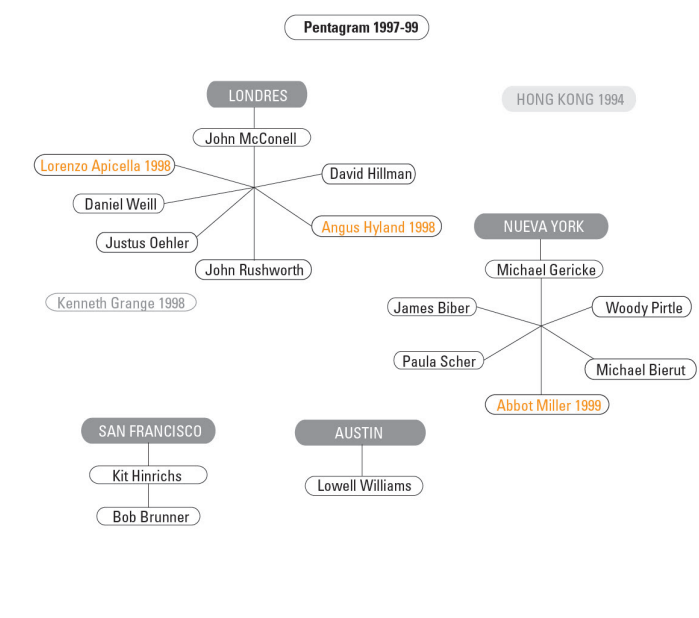
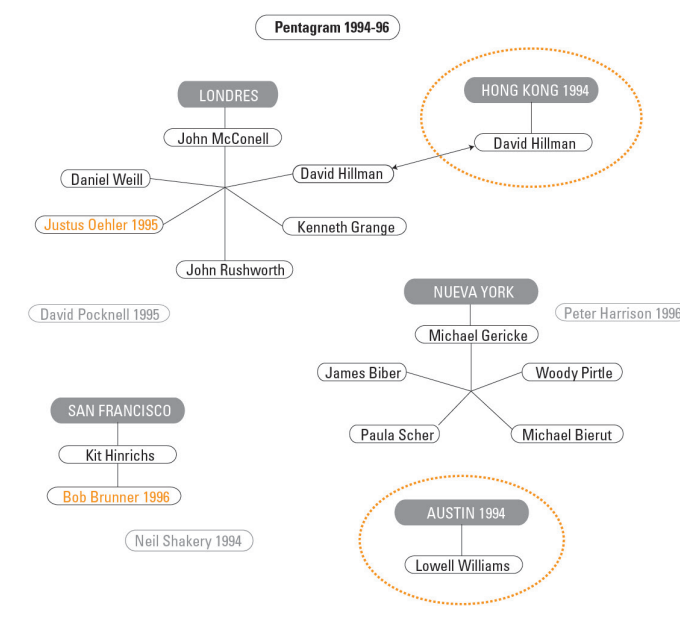
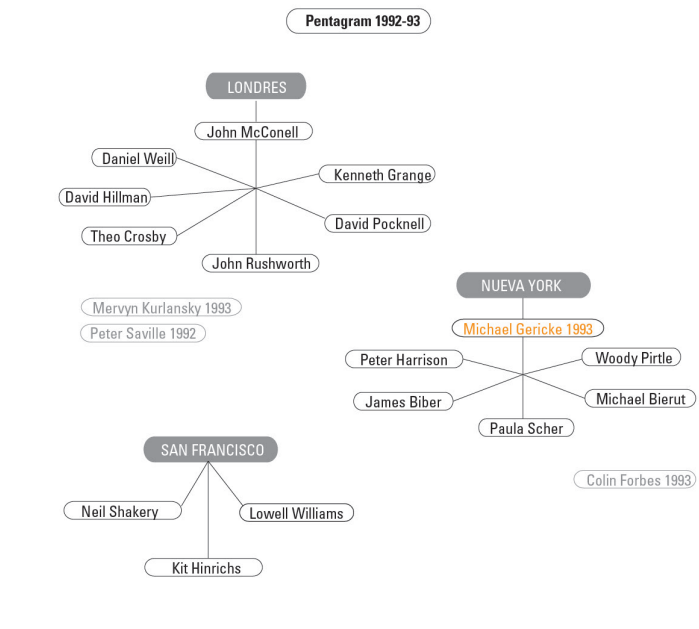
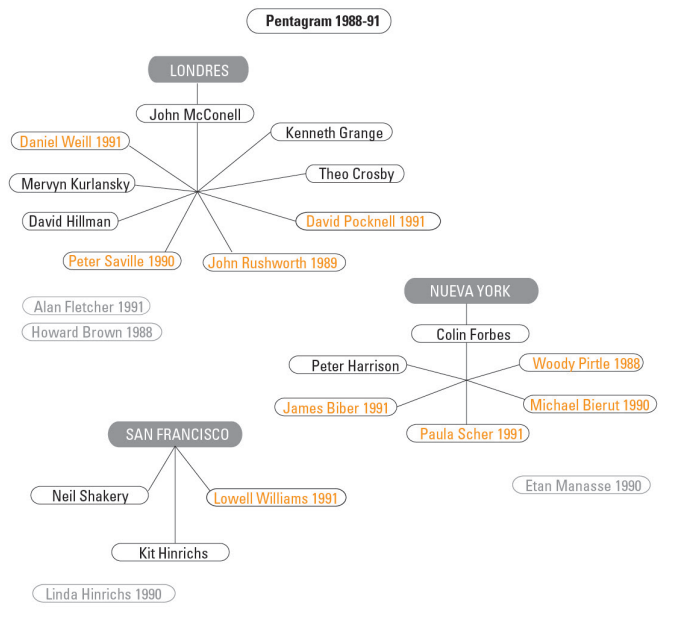
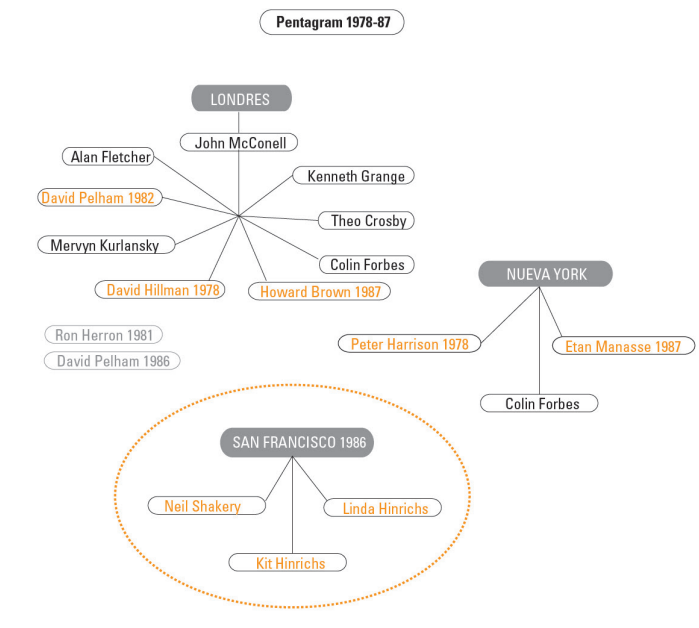
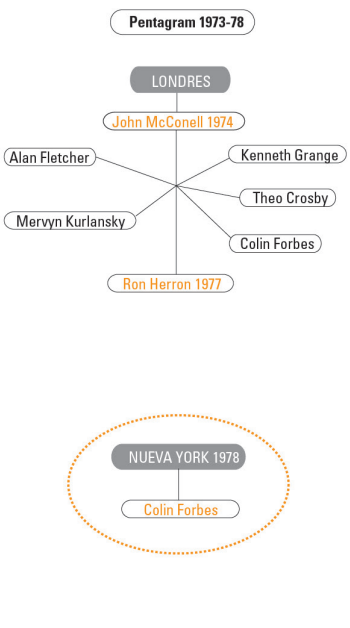
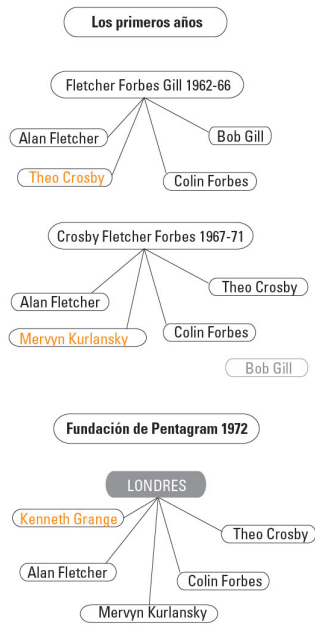
- 83 Gráficas lineales
- 92 Gráficas de porcentajes
- 97 Diagrama
- 98 Tablas de datos

Anexo 3

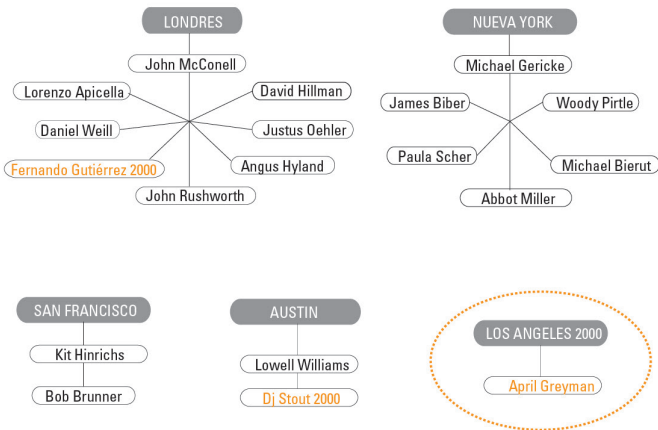
- 186 Listado de trabajos a analizar
- 188 Análisis de proyectos
- 238 Resultados

Anexo 1

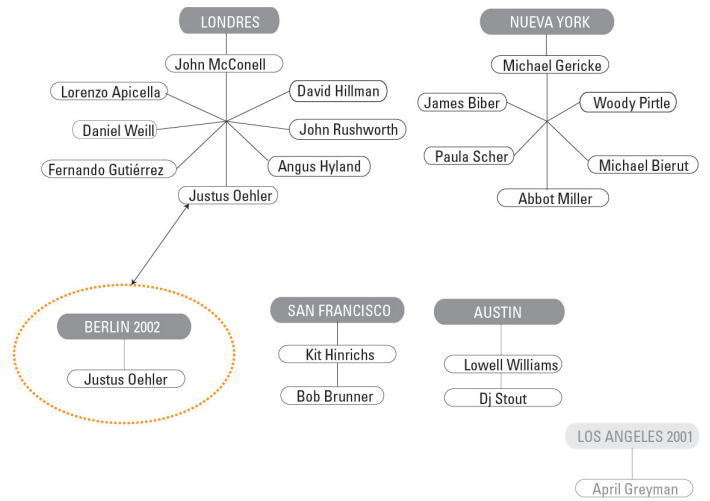
Gráfico de la evolución
del estudio.



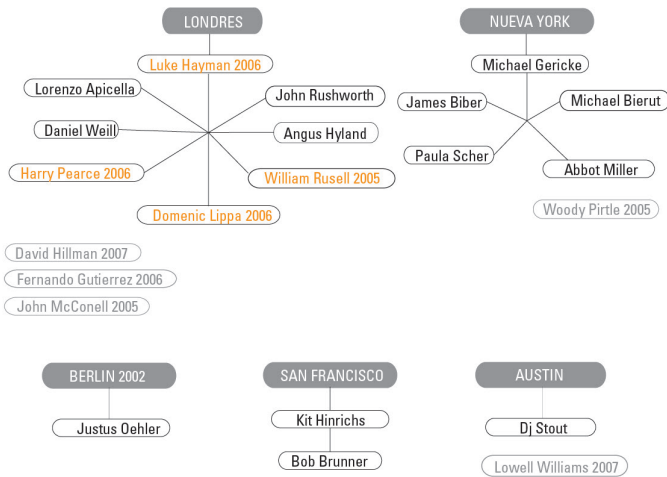
Pentagram 2000



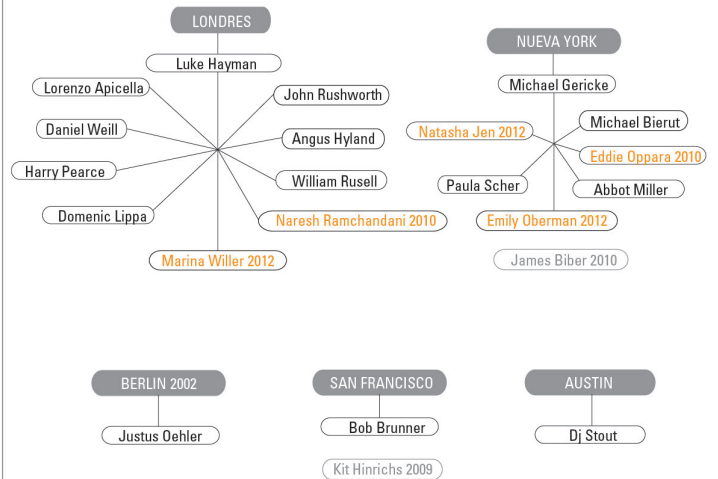
Pentagram 2001-04



Pentagram 2005-07



Pentagram 2008-12



Anexo 2

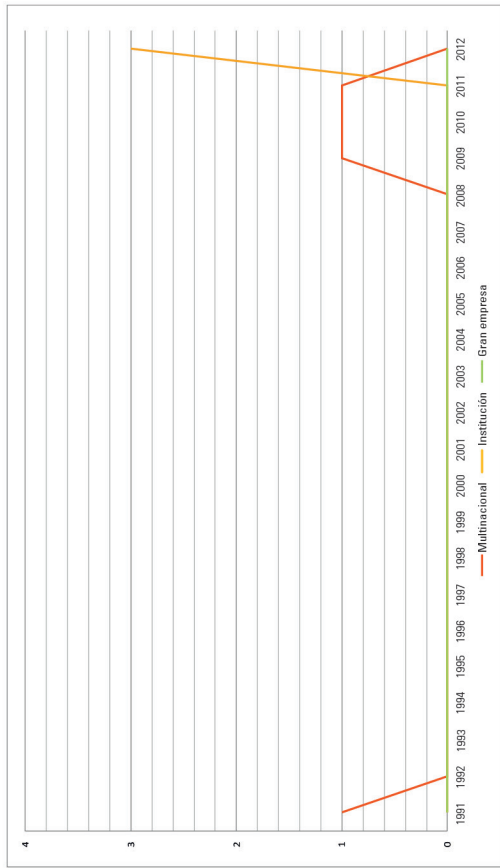
Gráficas lineales

Gráficas de porcentajes

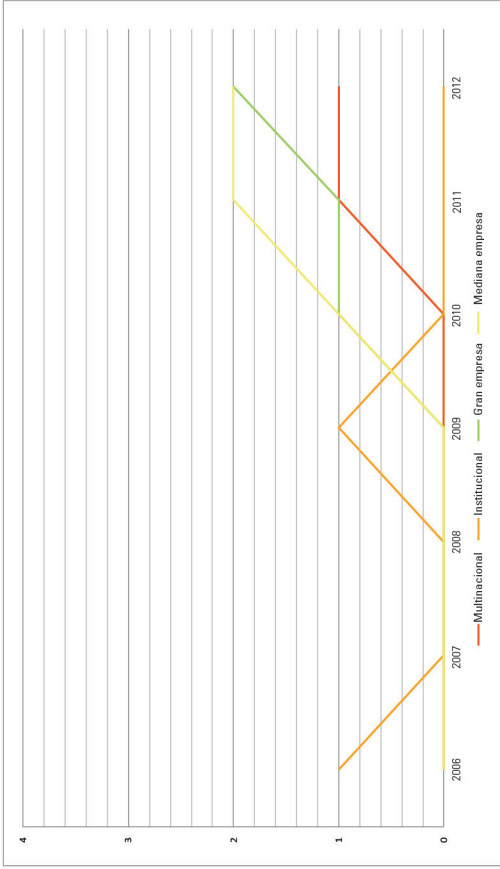
Diagrama

Tablas de datos

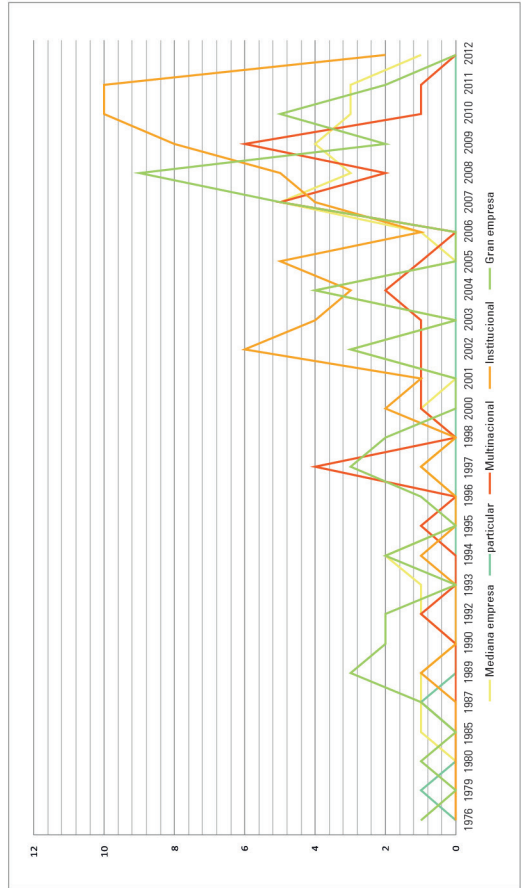
Advertising



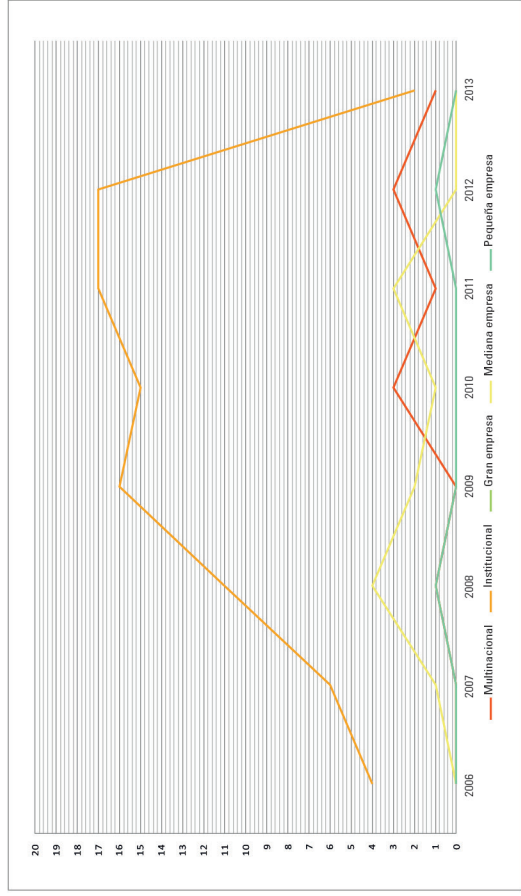
Architecture



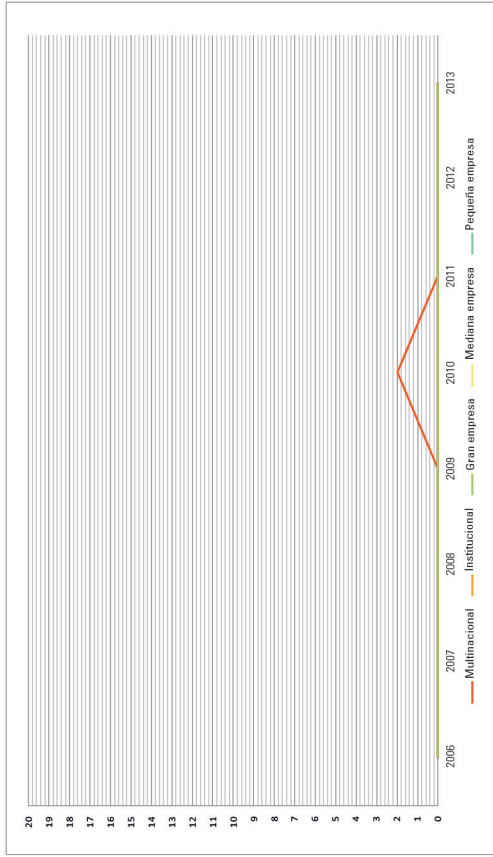
Books



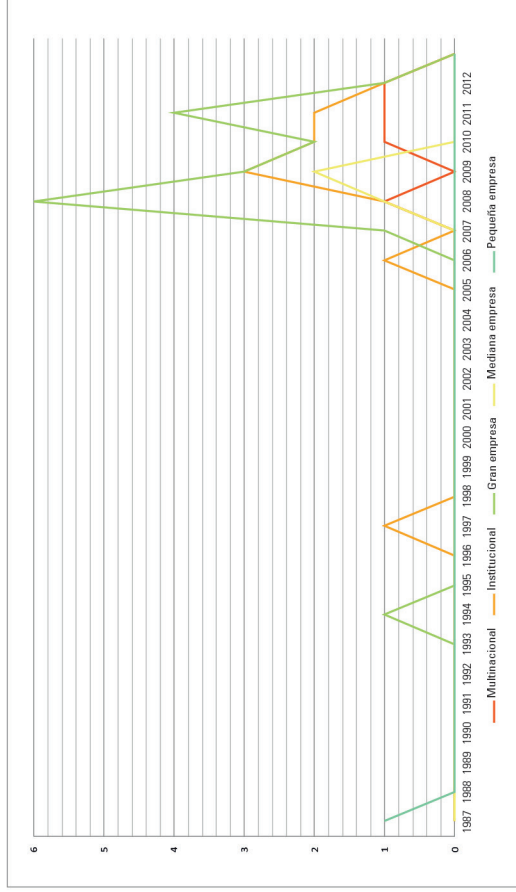
Branding & identities



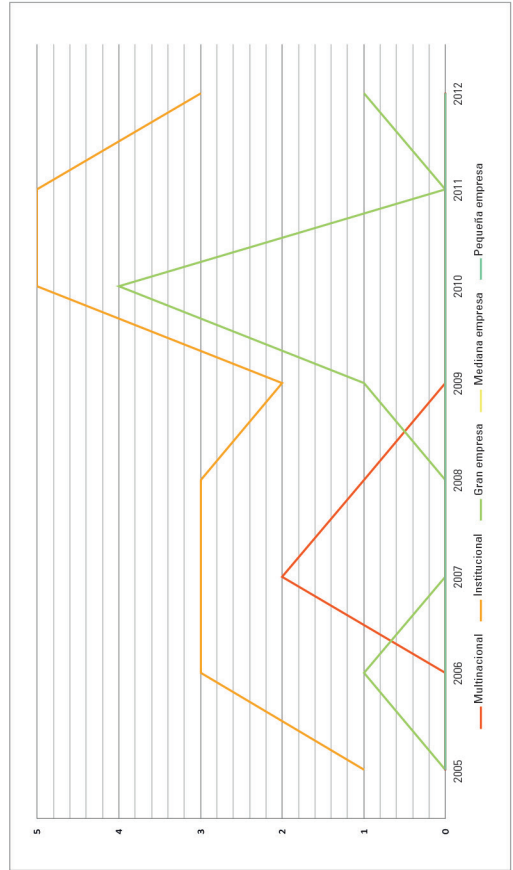
Data visualizations



Editorial



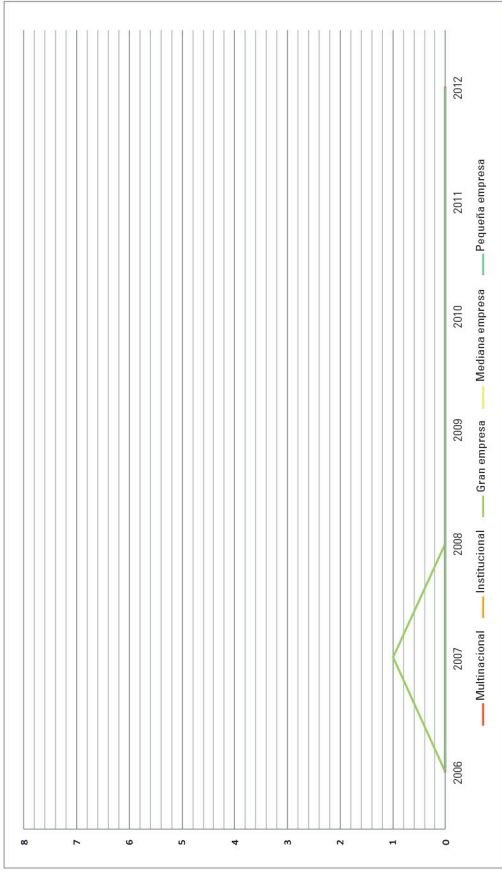
Envioenmental graphics



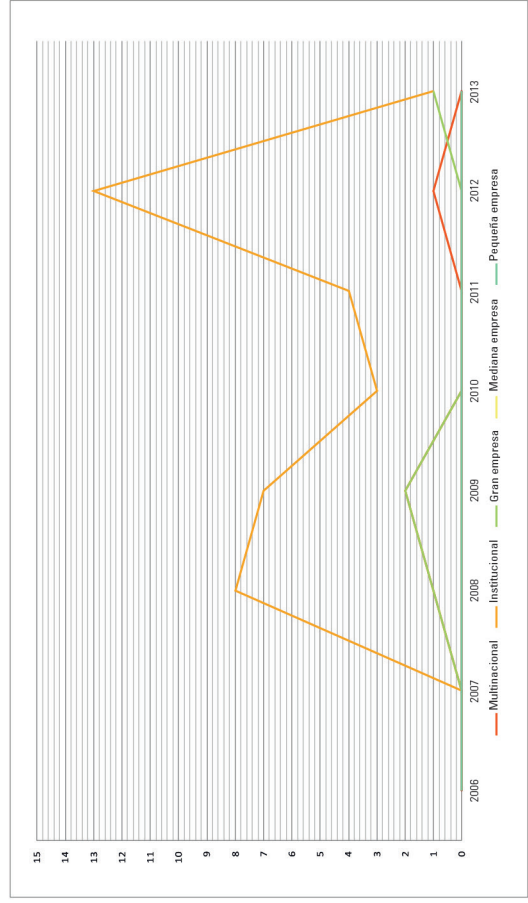
Exhibition



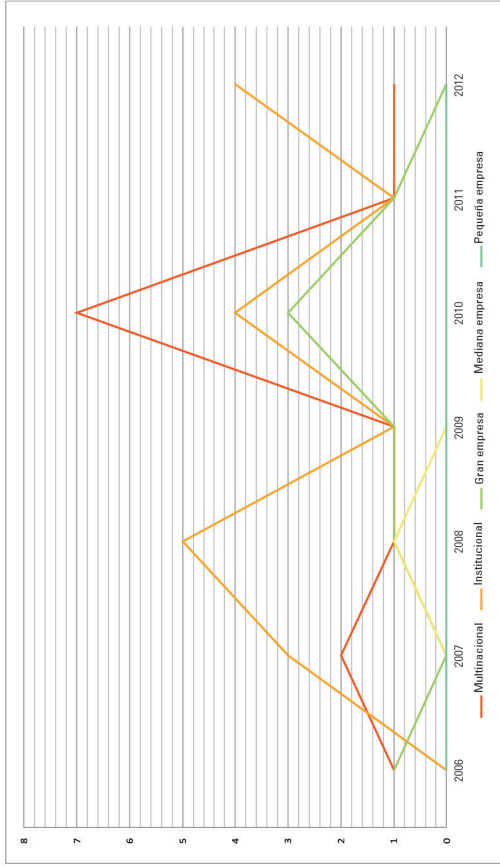
Naming



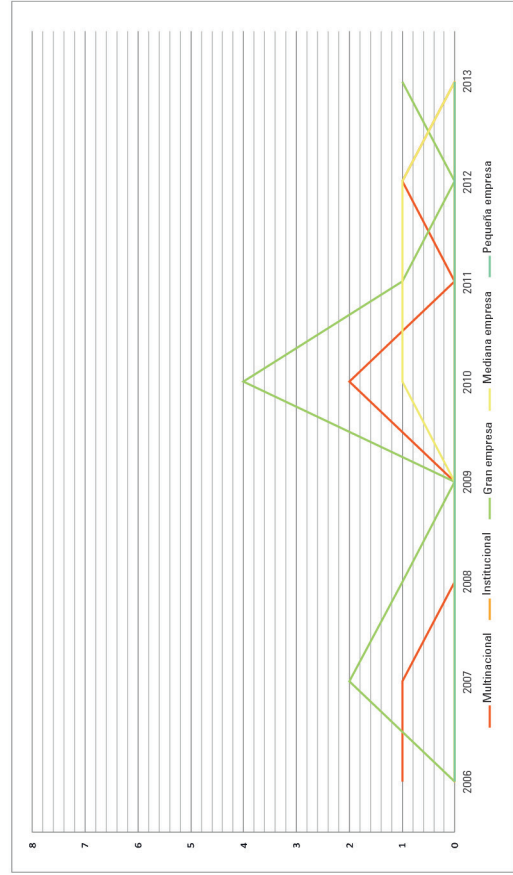
Posters



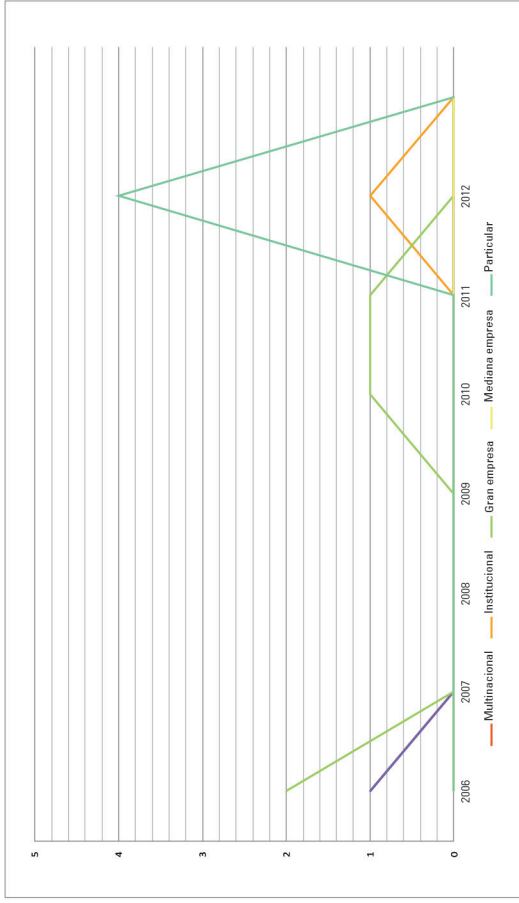
Interactive



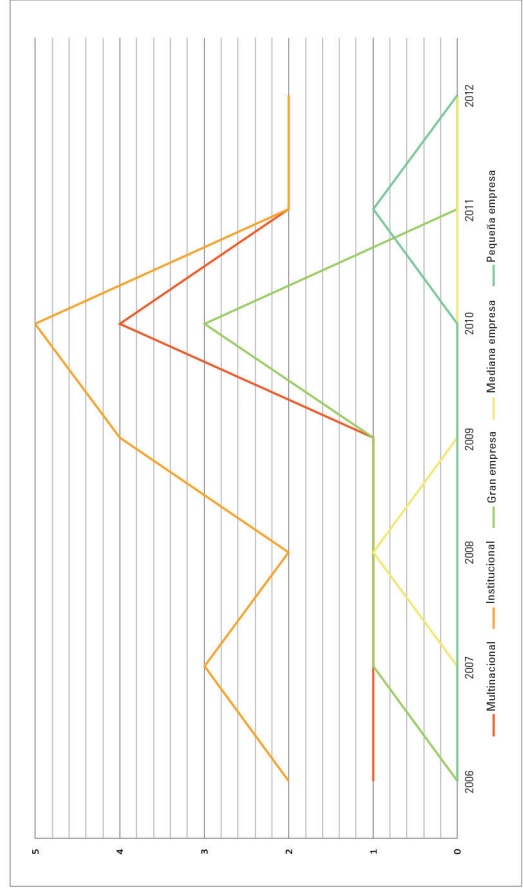
Packaging



Products



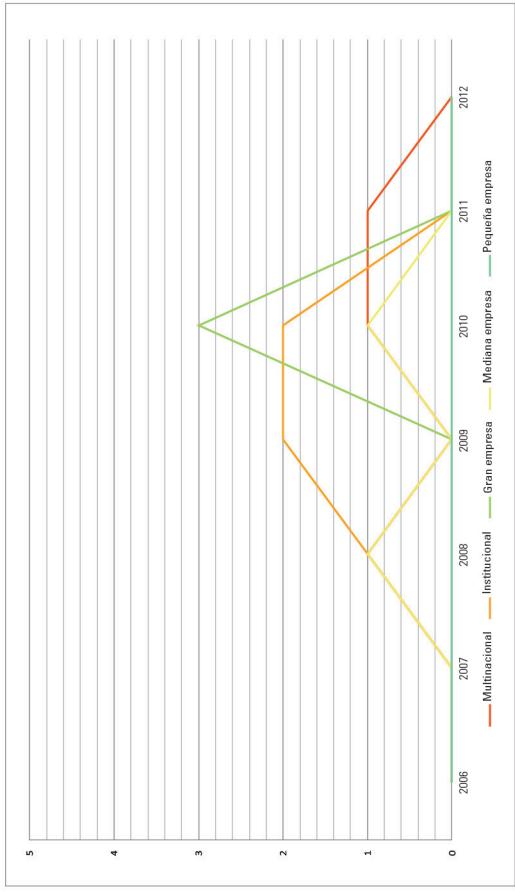
Website



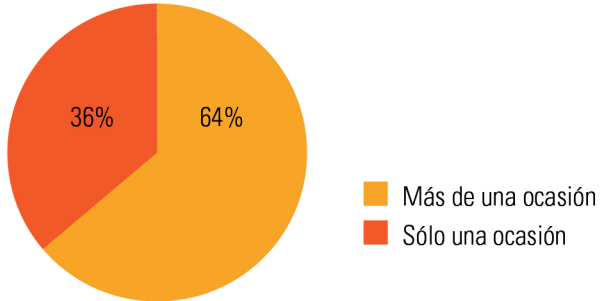
Print



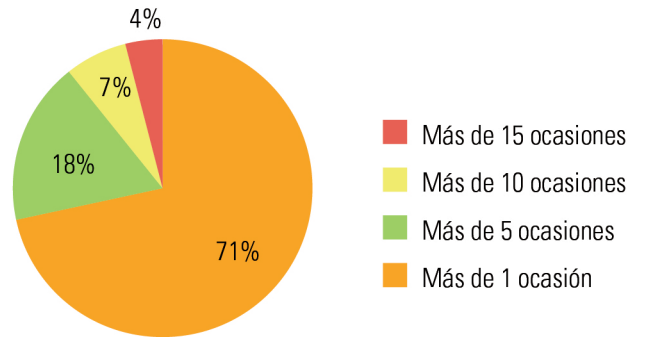
Strategy



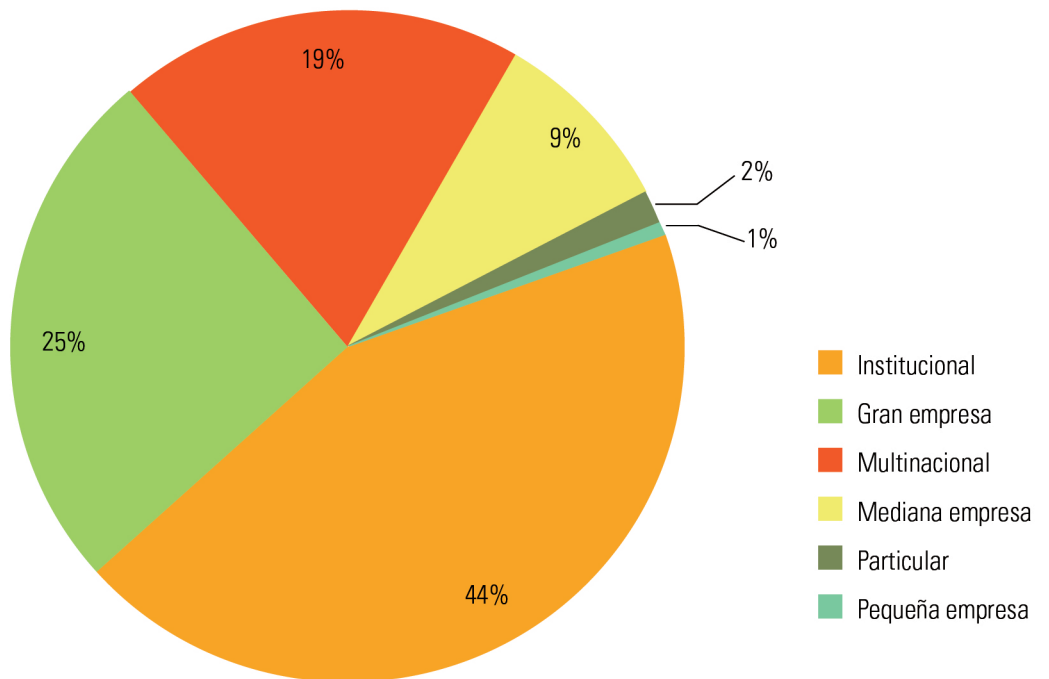
Fidelidad de los clientes



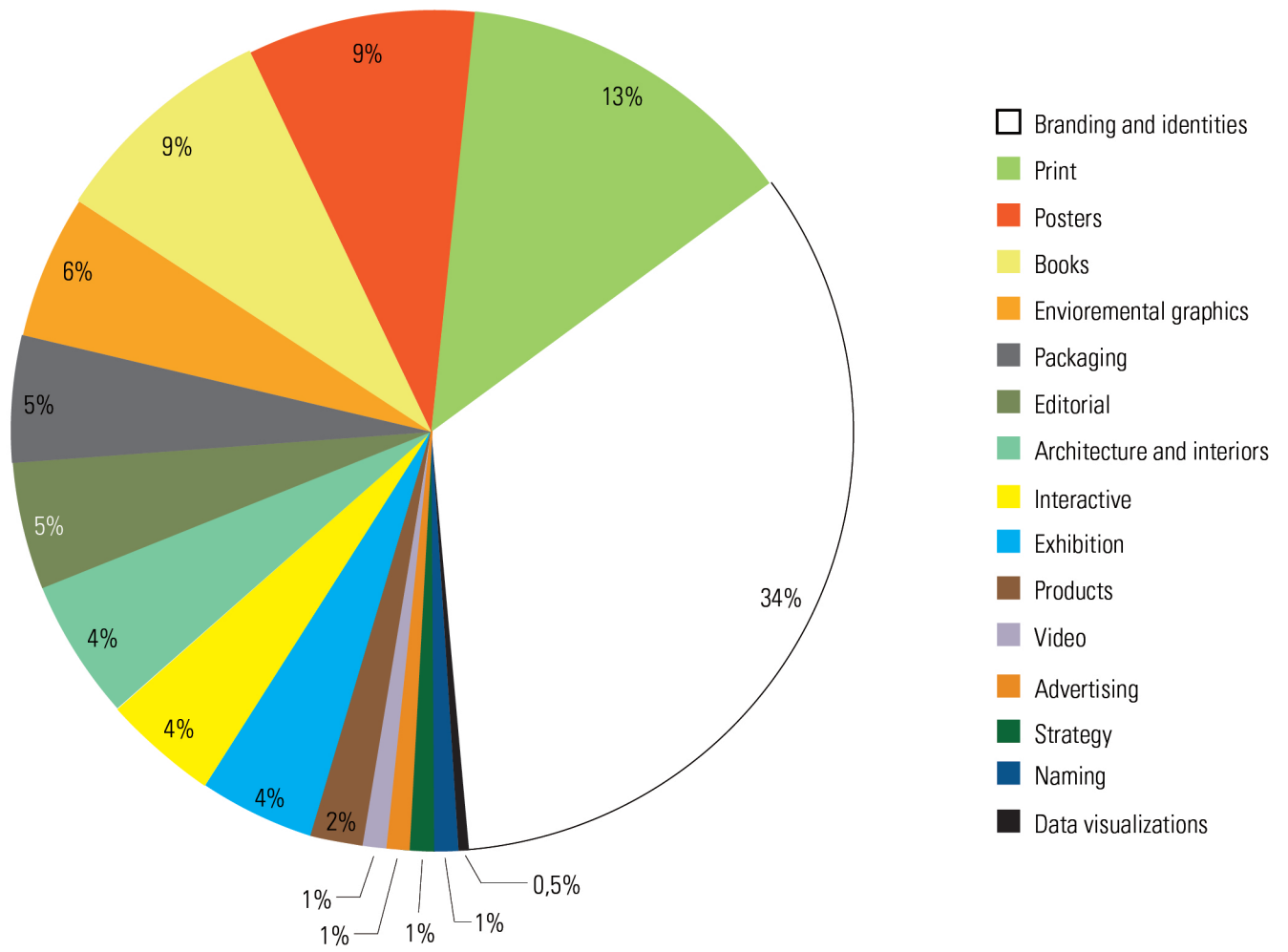
Ocasiones



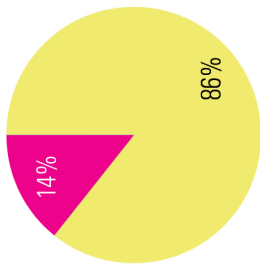
Tipos de cliente



Tipos de trabajo

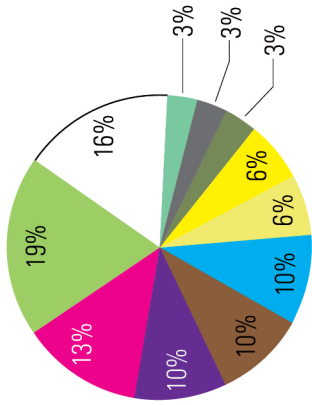


2005



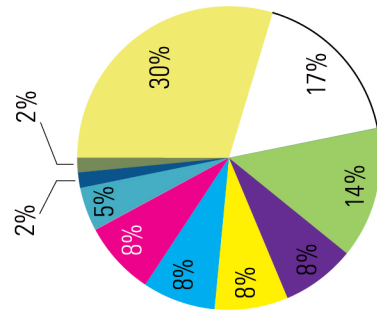
- Books
- Environmental graphics

2006



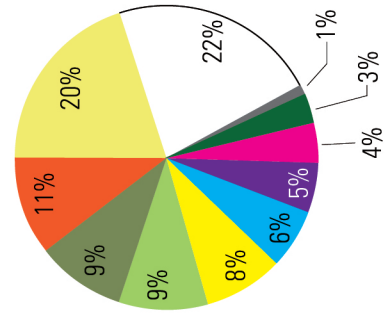
- Print
- Branding and identities
- Environmental graphics
- Website
- Products
- Exhibition
- Books
- Interactive
- Editorial
- Packaging
- Architecture and interiors

2007



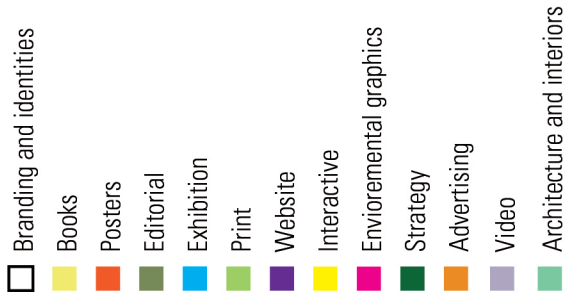
- Books
- Branding and identities
- Print
- Website
- Interactive
- Exhibition
- Environmental graphics
- Naming
- Editorial

2008

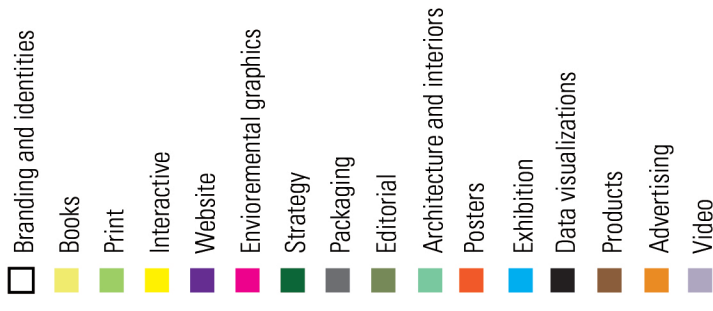


- Branding and identities
- Books
- Posters
- Editorial
- Print
- Interactive
- Exhibition
- Website
- Environmental graphics
- Strategy
- Packaging

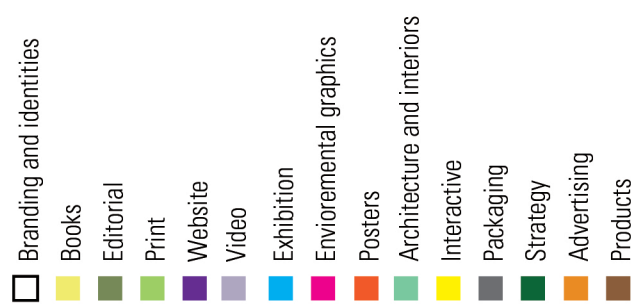
2009



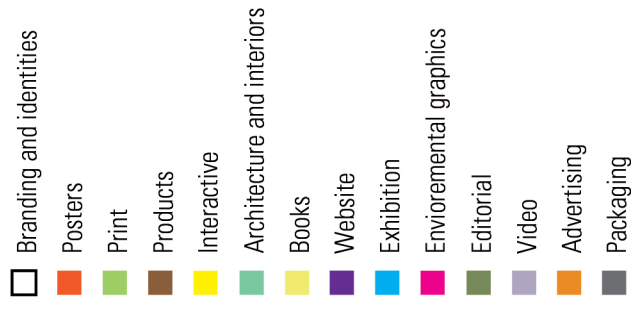
2010



2011



2012



Advertising	Cliente	Tipo de empresa	año	otros datos
Me Ears Are Alight	Maxell	Multinacional	1991	A campaign created to promote Maxell cassettes that won the Cannes Grand Prix in 1991.
A Different Way Of Seeing Things	Fuji film	Multinacional		A mould-breaking and controversial campaign for Fuji that showed how the right photograph taken on the right film could change social attitudes for the better.
R Whites Lemonade	Britvic	Multinacional		A remake of the classic 1970s commercial with refreshed packaging and a contemporary casting twist
The Line	Cable & Wireless	Multinacional		A commercial that represented the Cable & Wireless global digital highway with a series of beautiful natural sculptures around the world.
Human Life	HSBC	Multinacional		A campaign for innovative telephone bank First Direct that showed a bank fitting around people's lives rather than vice-versa.
Chuck Out Your Chintz	Ikea	Multinacional		The campaign that helped change British taste from dowdy chintz to modern IKEA design.
Boots - No7	Boots	Gran empresa		A campaign about one woman in six moods corresponding to six colours of make up that took Boots No7 back to being the UK's number one make up brand.
Winter Sale	Ikea	Multinacional		The campaign that told the truth about sales.
Van Den Puup	Ikea	Multinacional		The campaign that ridiculed expensive pretentious design for an inexpensive unpretentious retailer.
Life List	Bloomsbury USA	Multinacional	2009	Book trailer for Olivia Gentile's biography of Phoebe Snetsinger, who started a quest to see over 8,500 of the world's 10,000 species after being diagnosed with terminal cancer and given one year to live.
Search On	Google	Multinacional	2010	A commercial to promote the human side of search for search giant Google.
TV on YouTube	Google	Multinacional	2011	A campaign to raise awareness of the popular shows that can now be watched legitimately on YouTube.
Top of the Rock	Rockefeller Center	Institución	2012	Advertising campaign and graphic program for the observation deck at the top of 30 Rockefeller Center, the landmark 70-story skyscraper in New York.
Shakespeare in the Park	The Public Theater	Institución	2012	Campaign for the 2012 season of Shakespeare in the Park.
The Public Theater	The Public Theater	Institución	2012	institutional campaign for the Public that celebrates its status as a theater for the "public."

Architecture & interiors	Cliente	Estudio	Tipo de empresa	año	otros datos
Unilever House	Unilever	L+SF	Multinacional		Interior design of the headquarters for the tenth largest corporation in Britain.
Gotham Bar & Grill	Gotham Bar & Grill	L+SF	Gran empresa		175-seat, 3,700 sq. ft., single-story restaurant in a former factory space on the east side of Greenwich Village, New York City.
Belgravia Mews House	Private	L+SF	Particular		Interiors fixtures and fittings for a central London mews house.
Mesa Grill	Mesa Grill	L+SF	Gran empresa		Chef Bobby Flay's popular restaurant in Manhattan's Flatiron District that serves spicy Southwestern cuisine.
Wickens Tutt Southgate	Wickens Tutt Southgate	L+SF	Gran empresa		Graphic design studios and offices, Marble Arch, London.
One Fifth Avenue	One Fifth Avenue	L+SF	Gran empresa		The redesign of the seafood restaurant One Fifth Avenue posed the problem of how to renew a New York City institution without either resurrecting or ignoring its past.
Central Park West Residence	Private Residence	L+SF	Particular		Private Residence
Neuman and Bogdonoff	Neuman and Bogdonoff	L+SF	Gran empresa		Gourmet food store on Manhattan's Upper East Side.
The Good Diner	Bobby Flay, Laurence Kretchmer, FKBK Restaurant Inc.	L+SF	Gran empresa		Traditional American diner in New York City.
Bolo	Bobby Flay, Laurence Kretchmer, FKBK Restaurant Inc.	L+SF	Gran empresa		A contemporary Spanish restaurant located on 22nd Street in Manhattan.
The Fashion Center Information Kiosk	The Fashion Center Business Improvement District	L+SF	Institución		Information kiosk for visitors to New York's garment district.
JUdson Grill		L+SF	Gran empresa		Interior design for an elegant Midtown Manhattan restaurant with a grand, vaulted dining room and a name inspired by the neighborhood's former telephone exchange, JUdson, which once meant "nightlife" to sophisticated New Yorkers.
Armonk Residence	Private Residence	L+SF	Particular		Design of an Italian-style private home in Armonk, New York.
The Pfaltzgraff Company	The Pfaltzgraff Company	L+SF	Multinacional		Showroom interior for America's oldest and largest tableware manufacturer.
Route 66 Roadhouse and Dining Saloon	Route 66 Roadhouse and Dining Saloon	L+SF	Gran empresa		Interior design and exterior graphics for the roadside restaurant located in Merrick, New York.
Retroneu/Farberware	Retroneu/Farberware	L+SF	Institucional		Showroom for the tabletop industry showing flatware, dinnerware and glassware.
Eric Baker Design	Eric Baker Design	L+SF	Gran empresa		Offices for a graphic design firm located in the Flatiron District of NYC.
Crisa	Crisa	L+SF	Multinacional		Glassware company owned by Mexico's largest glass manufacturer, Vitro.
TSE Cashmere	TSE Cashmere	L+SF	Multinacional		Retail store interior space designed for the manufacturer of cashmere fashionwear.
Celebration Temporary Preview Center	Walt Disney Imagineering	L+SF	Multinacional		Temporary sales center wrapped in flat, full-scale watercolor renderings of potential homes, complete with real front yards and fences, for a Disney-planned community in Florida.
Gray Construction	Gray Construction	L+SF	Gran empresa		Headquarters for a Kentucky-based construction company.

Mesa City	Mesa City	L+SF	Mediana empresa		The "café" version of the New York City food landmark Mesa Grill.
Sullivan's Restaurant and Broadcast Lounge	Sullivan's Restaurant and Broadcast Lounge	L+SF	Mediana empresa		Restaurant located in the Ed Sullivan Theater on Broadway – home of "The Late Show with David Letterman" – designed as a modern tribute to theater, the variety show host, and to the Irish bar which previously occupied the space.
Mike's American	Mike's American	L+SF	Mediana empresa		Based on a fiction of "WWII fighter pilot Mike, returning to open his Wash. D.C. restaurant" the owners wished to express a subtle patriotic theme with undertones of World War II
New York Loft Residence	Private residence	L+SF	Particular		Occupying the entire floor of a long narrow building in Greenwich Village, this living space encompasses the detailed professional requirements and cultural interests of a creative, dual-career, work-at-home family.
DuPont Corian Design Center	DuPont	L+SF	Gran empresa		Interior design for the 2500 sq. ft. showroom on DuPont's campus in Wilmington, DE, to provide a context for exhibiting the many possible uses of Corian to architects and designers, distributors and salespeople.
Leigh Delamere Coffee Bar	Granada Hospitality	L+SF	Gran empresa		Interior space designed for coffee bars in motorway service stations.
AIGA National Design Center	AIGA	L+SF	Institucional		Renovation of the national headquarters interior space for the country's leading professional organization for graphic designers.
Globe Restaurant	The globe	L+SF	Mediana empresa		Interior space designed for the first large scale, rapid service, multi-location, middle class restaurant; the precursor to the diner, the luncheonette and even the fast food franchise.
Hong Kong Tourist Authority	Hong Kong Tourist Authority	L+SF	Institucional		Design of the mobile pavilion traveling to 50 European cities a year promoting tourism in Hong Kong.
Fortunoff	Fortunoff	L+SF	Mediana empresa		Interior space designed for the 4,000 sq ft store selling mid-price watches.
Celebration Permanent Preview Center	Walt Disney Imagineering	L+SF	Multinacional		Sales center for the Disney-planned community in Florida.
Shakespeare's Globe Theatre	Shakespeare's Globe	L+SF	Institucional		Historic reconstruction of Shakespeare's original theater.
Swatch Timeship	Swatch	L+SF	Multinacional		Design of the interior space of the Swiss watchmaker's 5,000 sq. ft. flagship store at the heart of midtown Manhattan's elite 57th Street retail zone.
Bene	Bene	L+SF	Gran empresa		Showroom designed for the European furniture company that specializes in office furniture for contemporary environments.
Hollywood Video	Hollywood Video	L+SF	Gran empresa		The first large-scale, American style video and music chain in Poland.
Stein Rogan + Partners	Stein Rogan + Partners	L+SF	Gran empresa		Interior for the advertising agency specializing in old- and new-media publishing.
Wilson Apartment	Private Residence	L+SF	Particular		Interior renovation of a private residence.
Sculpture	Hornvale	L+SF	Gran empresa		Interior design for the first London store carrying all La Perla's fashion ranges.

St. John's Wood Road	Private	L+SF	Particular		Complete re-fit and small extension to Grade 2 listed house in St John's Wood London.
Adshel, R+D Centre	Adshel	L+SF	Institucional		New Build R&D and presentation centre for Adshel, Earl's Court, London.
King's College London	King's College	L+SF	Institucional		Design of interior signage for King's College in London.
UPS World Services	UPS	L+SF	Multinacional		Interior for the store designed to reinforce UPS's position as a global leader, located in Midtown of Manhattan.
Virgin Atlantic	Virgin Atlantic	L+SF	Multinacional		Luxury interiors and seating for the airline's Upper Class cabins.
Westport Residence	Private residence	L+SF	Particular		Renovation of a sprawling 100,000 sq ft family home in Westport, Connecticut, reconfiguring the interior and building a tower addition.
Muzak	Muzak	L+SF	Institucional		Design of the corporate headquarters building for the legendary environmental music company.
Self-Portrait Zone	Millenium Dome	L+SF	Institucional		A circular pavilion framed by a kaleidoscope of images that are wrapped by sheets of translucent and clear glass designed to celebrate the diverse mix of cultures in Britain.
A Café	A Café	L+SF	Multinacional		Interiors for Autogrill's European chain of coffee bars.
Clore Center for Education at The Natural History Museum	Natural History Museum	L+SF	Institucional		Interior space designed to accommodate supporting classrooms and seminar areas at the education center of the museum.
Carlton Hill Residence	Private Residence	L+SF	Particular		Interior design for a private residence.
Citibank, Blue	Citibank, Blue	L+SF	Multinacional		New branch interiors worldwide for Citibank.
Royal Victoria Dock Footbridge	Competition	L+SF	Institucional		Short-listed proposal for a pedestrian bridge in East London's Docklands.
Boots Pure Beauty	Boots	L+SF	Gran empresa		Interior retail space designed for the beauty emporium, located in premium settings throughout the country and are aimed primarily at working women for whom beauty shopping is a part of everyday life.
Bay House	Private residence	L+SF	Particular		
Quam	Quam	L+SF	Multinacional		Flagship stores for a European telecommunications company.
Citibank, Gold	Citigroup	L+SF	Multinacional		New affluent customer branch interiors worldwide for Citibank.
Alexander McQueen, New York Store	Alexander McQueen	L+SF	Multinacional		Flagship store in meatpacking district of New York.
Alexander McQueen, London Store	Alexander McQueen	L+SF	Multinacional		Flagship store on Bond Street in London.
Bacon Street Residence	Private residence	L+SF	Particular		Private residence in East London.
Toynbee Street	Private residence	L+SF	Particular		Mixed-use housing and retail development on London's Toynbee Street.
Cass Sculpture Foundation	Goodwood Gallery	L+SF	Institucional		Gallery space designed for a charitable foundation that champions the cause of British contemporary sculpture.
Alexander McQueen, Milan Store	Alexander McQueen	L+SF	Multinacional		Flagship store on via Verri, Milan.

La Salsa	La Salsa	L+SF	Gran empresa	Architectural branding for a quick-service chain that specializes in fresh, healthy Mexican food, with meals served from a display kitchen and fresh salsa bar to emphasize the freshness.
Focus Gallery	Focus Gallery	L+SF	Gran empresa	Commercial photography gallery part of whose mission was to maintain the integrity of photography and photographers, and to ensure the growing popularity of the art of photography and to continue to promote the collecting of photography
Aberdeen House	Private residence	L+SF	Particular	Renovation of a mid-century modern residence in Michigan.
Sten-Frenke House	Private residence	L+SF	Particular	Restoration and renovation of a 1934 house in Santa Monica, California originally designed by legendary architect Richard Neutra for the actress Anna Sten and her film-producer husband.
JEHT Foundation	JEHT Foundation	L+SF	Institucional	Interior design for offices of a human rights organization
Rabobank	Rabobank	L+SF	Multinacional	Interior design language for consumer branches of the second largest commercial bank in the Netherlands.
Saville Road	Private residence	L+SF	Particular	Restoration and renovation of a traditional terraced house in Chiswick, West London.
Bermondsey Square	Bermondsey Square	L+SF	Gran empresa	Proposed small island site to provide the affordable housing quota for a much larger development taking place at a residential district in South London.
Soba	Soba	L+SF	Mediana	Noodle restaurant on Poland Street, London.
The Daily Show With Jon Stewart	The Daily Show With Jon Stewart	L+SF	Gran empresa	Redesign of the set of the Comedy Central program that is the preferred source of news for millions of Americans.
Essenziale	Essenziale	L+SF	Mediana	Retail space and branding campaign for a new upscale London lingerie and beachwear boutique that caters to both women and men.
Devonshire House	Private residence	L+SF	Particular	Private residence.
Devonshire House	Devonshire House	L+SF	Gran empresa	Exhibit to launch Sonance's new identity, and architectural audio products at CEDIA Expo 2006.
Margaret Howell, Fulham Road Store	Margaret Howell	L+SF	Multinacional	Flagship store on Fulham Road in London.
Montauk Residence	Private residence	L+SF	Particular	Main and guest houses for an oceanfront site in Long Island, based on the postwar Case Study Houses built in California.
Spruce House	Private residence	L+SF	Particular	A mid-century modern house that was transformed into a modern suburban gem in Ann Arbor, Michigan.
European Solidarity Center	European Solidarity Center	L+SF	Institucional	Proposed building for an international architecture competition sponsored by the city of Gdansk, Poland.
United Airlines Global Reception	United Airlines	L+SF	Multinacional	Design for a premium check-in area for United Airlines' First and Business class customers
Citibank, Citigold Select	Citigroup	L+SF	Multinacional	New exclusive customer branch interiors worldwide for Citibank.
Harley-Davidson: Designing Customs	Harley-Davidson	L+SF	Multinacional	Temporary pavillion and exhibition of Designing Customs for Harley-Davidson, Milwaukee.

Alexander McQueen, Las Vegas Store	Alexander McQueen	L+SF	Multinacional		Flagship store in the Wynn Hotel, Las Vegas.
Macaulay Honors College	William E. Macaulay Honors College at The City University of New York	L+SF	Institucional		Interior design for CUNY's undergraduate program for elite students.
Citigold Nagoya Branch	Citigroup	L+SF	Multinacional		New exclusive customer branch interior for Citibank.
Alexander McQueen, Los Angeles Store	Alexander McQueen	L+SF	Multinacional		Flagship store in Los Angeles.
Matter	Matter	L+SF	Mediana empresa		Interior for London nightclub.
Jimlar	Jimlar	L+SF	Gran empresa		13,500-square-foot showroom for the footwear company on the corner of Fifth Avenue and 56th Street, in the heart of New York's luxury retail district.
Intimacy	Intimacy	L+SF	Gran empresa		Interior for high-end intimate apparel store.
Citibank, Citigold Private Client	Citigroup	L+SF	Multinacional		New private client customer branch interiors worldwide for Citibank.
Margaret Howell, Paris Store	Margaret Howell	L+SF	Multinacional		Flagship store on Place de la Madeleine, Paris.
MHL by Margaret Howell Tokyo Store	Margaret Howell	L+SF	Multinacional		Interiors for a new concept store in Tokyo.
Weeds Dining Room	Metropolitan Home	L+SF	Institucional	2009	Room created for the Metropolitan Home Showtime House based on "Weeds," the popular cable comedy about a marijuana-selling housewife.
United Airlines Red Carpet Club	United Airlines	L+SF	Multinacional		Lounge for the airline located at the north end of O'Hare's 'B' Concourse in Chicago.
The Original Soupman	The Original Soupman	L+SF	Mediana empresa		A well-known soup restaurant in Midtown Manhattan.
20 Launceston Place	Private residence	L+SF	Particular		Remodeling of a Grade 2 building in Kensington, London.
Attenborough Studio at The Natural History Museum	Natural History Museum and BBC Research & Development	L+SF	Institucional		Physical environment and experience for the first augmented reality theatre in the world.
M&T Bank	M&T Bank	L+SF	Gran empresa		New flagship branch building that would capture the essence of the bank's core values with a design that would endure well into the future, differentiating M&T from its competitors with a distinct and compelling image.
Robert Welch	Robert Welch	L+SF	Gran empresa	2010	Shop design for one of Britain's most respected and prolific designer craftsmen.
Cass Art Hampstead	Cass Art	L+SF	Gran empresa	2010	Interior design for the fifth store for the company.
MHL by Margaret Howell, Osaka Store	Margaret Howell	L+SF	Multinacional	2011	The latest iteration of the designer's concept store in Japan.
Drake's	Drake's	L+SF	Mediana empresa	2011	Store design for the gentlemen's outfitters' first shop located on Clifford Street in London.
M&T Bank	M&T Bank	L+SF	Gran empresa	2011	New 4,500 sq ft branch building in East New York, Brooklyn.
Saks Fifth Avenue Holiday Windows	Saks Fifth Avenue	L+SF	Gran empresa	2011	2011 holiday window displays for the store's New York flagship.
ALDO Rise at Selfridges	ALDO	L+SF	Mediana empresa	2012	Main entrance windows and a pop-up store for the Selfridges launch of the Aldo Rise initiative, a bold collaboration with daring new talent in the fashion industry.

McQueen Beijing	Alexander McQueen	L+SF	Multinacional	2012	Located in the city's Sanlitun North Village, the store adheres to the same concept which has already been implemented in the brand's other stores.
MHL London	MHL	L+SF	Gran empresa	2012	The first stand alone MHL store in the UK.
Madonna's Truth or Dare	ALDO	L+SF	Mediana empresa	2012	Promotional window and pop-up shop for the footwear line in Selfridges London.
Arizona Cardinals Stadium	Arizona Cardinals	L+SF	Gran empresa	2006	Interiors program that encompasses a retail store, locker rooms, club lounges, corporate lofts, the owners' private suite and team offices.
M&S Stratford	Marks and Spencer	L+SF	Gran empresa	2012	Award-winning architecture and environment for an anchor store of the major British retailer at Wesfield Stratford City, London.

Books	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
George Nelson on Design	George Nelson	Autor	1979	Book cover for series of essays on design written by George Nelson.
Perla Meyers' From Market to Kitchen Cookbook	Harper & Row	Autor	1987	Design of a complete cookbook by an award-winning author Perla Meyers.
The Ultimate Album Cover Album	Simon & Schuster	Gran empresa	1987	
Uncommon Wisdom	Simon & Schuster	Gran empresa	1989	Cover design for Fritjof Capra's book revealing his conversations with remarkable people.
Real Estate	Simon & Simon	Gran empresa	1990	Cover of a book by Jane De Lynn.
Thank God for the Atom Bomb	Summit Books	Gran empresa	1994	A collection essays by Fussell.
Graphic Design USA 11	American Institute of Graphic Arts	Institucional	1989	A compendium of all the exhibits and competitions the AIGA had held in 1989.
90a a Look Back	Avon	Gran empresa	1989	A book about the 90s before they happend.
Goodbye, Columbus	Houghton-Mifflin	Gran empresa	1980	Cover of a book by Philip Roth.
Beijing Jeep	Simon & Schuster	Gran empresa	1997	Cover for Jim Mann's book on American Motors Corporation and Beijing Auto Works joint venture to manufacture jeeps in China.
Growing up in Moscow	Ticknor & Fields	Gran empresa	1990	Cathy Young's book about growing up and middle-class life in Russia.
Hammond World Atlases	Hammond Inc.	Gran empresa	1976	Design of a series of atlases published as a result of an ambitious five-year effort that brought together designers, mathematicians, cartographers, editors and digital technology.
Zen to Go	Plume	Gran empresa	1989	Collection of Zen proverbs.
Those Lips, Those Eyes	Carol Publishing Corporation	Gran empresa	1992	Book examining the sensuality in classic Hollywood portraits of celebrities.
Robert A.M. Stern: Buildings	The Monacelli Press	Multinacional	1992	Monograph of the architect's work with a focus on commercial projects such as office buildings, hotels and institutional buildings.
The Bathroom, The Kitchen, and the Aesthetics of Waste	Princeton Architectural Press	Institucional	1997	Companion book to an exhibition showcasing how the change in the process of bringing clean water in and removing waste water from the homes influenced how bathrooms and kitchens were designed.
Graphic Design Portfolio: How to Make a Good One	Watson-Guptill	Mediana empresa	1992	Scher's book on how to create a sucessful graphic design portfolio.
Mr. Stupid Goes to Washington	Carol Publishing Corporation	Gran empresa	1992	Jamie Malanowski's first novel about a fictional American vice-president.
ABC's of the Bauhaus	Thames & Hudson Ltd	Mediana empresa	1993	A collection of essays about the Bauhaus.
Looking Closer	Allworth Press	Mediana empresa	1994	A series of books offering discussions on contemporary graphic design.
Robert Morris: The Mind/ Body Problem	Solomon R. Guggenheim Foundation	Institucional	1994	Exhibition catalog published in conjunction with the American sculptor's show.
Let Me Hear Your Voice	Ballantine Books	Gran empresa	1998	
In Good Company: 125 Years at the Heinz Table	Warner Books	Gran empresa	1994	
God: A Biography	Alfred Knopf	Gran empresa	1996	
Stalin Against the Jews	Vintage	Mediana empresa	1994	
Geoffrey Beene	Harry N. Abrams Inc.	Multinacional	1995	
Eleven Authors in Search of a Building	The Monacelli Press	Multinacional	1997	

Dimensional Typography	Kiosk/ Princeton Architectural Press	Institucional	1997	
Mother	Penguin Books	Gran empresa	1997	
Alexander Gorlin	Alexander Gorlin Architects	Gran empresa	1997	
Objects of Desire: The Modern Still Life	Museum of Modern Art	Institucional	1997	
The Joy of Cooking	Simon & Schuster	Gran empresa	1997	A revised edition of the original cooking classic.
Robert A.M. Stern: Houses	The Monacelli Press	Multinacional	1997	Monograph of the architect's work in residential projects.
Tibor Kalman: Perverse Optimist	Princeton Architectural Press	Institucional	2000	Monograph of the late designer's work and ideas.
Adirondacks	Rizzoli	Mediana empresa	1985	Carl Heilmann photographs the parks natural wonders.
Dreamer	Canongate	Mediana empresa	1987	Book jacket for Charles Johnson's novel.
Andy Warhol: The Factory Years 1964-1967	Canongate	Mediana empresa	1989	The scene at Warhol's legendary studio, as documented by Nat Finkelstein, the group's unofficial court photographer.
Jerome Robbins: That Broadway Man	Booth-Clibborn	Mediana empresa	2002	Life story of legendary American choreographer Jerome Robbins.
Mad Ave: Award-Winning Advertising of the 20th Century	Art Directors Club	Institucional	2000	
Five Lesbian Brothers	Theater Communications Group	Institucional	2000	
Risko	Monacelli	Multinacional	2001	Collection of Robert Risko's celebrity caricatures and illustrations.
The Films of Jack Nicholson	Citadel Press	Gran empresa	2002	Cover design for a book on the actor's films from Cry Baby Killer right up to his performances in Wolf and The Crossing Guard.
Ezekiel's Horse	University of Texas Press	Institucional	2002	Book featuring Keith Carter Photographs.
Sharp	powerHouse Books	Gran empresa	2002	Book designed to showcase a collection of celebrity photographs taken by renowned photographer Nigel Parry.
Advertising Today	Phaidon	Multinacional	2003	Over 500 images of advertisements from all over the world, originally seen in a wide range of media: print, television, billboards, and online.
Matisse in the Cone Collection: The Poetics of Vision	Baltimore Museum of Art	Institucional	2001	Book cover for the first scholarly exploration of one of the world's great collections of Matisse's work at the Baltimore Museum of Art, donated by the Cone sisters, Claribel and Etta.
John Kelly	2wice Arts Foundation	Institucional	2002	A collection of text, photographs and drawings from the contemporary performance artist's work and career.
Long May She Wave	Berkeley	Gran empresa	2002	
100 Years of Harley-Davidson Advertising	Bulfinch	Mediana empresa	2002	
Fool's Journey	Winedale Publishing	Mediana empresa	2002	
100 Years of Harley-Davidson	Harley-Davidson Motor Company	Multinacional	2002	
Matthew Barney: The Cremaster Cycle	The Guggenheim Museum	Institucional	2002	
Serif Books	Serif Books	Mediana empresa	2008	
Whitney Biennial 2002	The Whitney Museum	Institucional	2002	

NYC SEX: How New York City Transformed Sex in America	Museum of Sex	Institucional	2002	
Toys: Celebrating 100 years of the Power of Play	Toy Industry Association	Institucional	2002	
Glass + Glamour	Steuben Glass	Gran empresa	2003	
Play	Shakespeare globe theatre	Institucional	2003	
The History of Japanese Photography	The Museum of Fine Arts, Houston	Institucional	2003	
First Down, Houston: The Birth of an NFL Franchise	The Museum of Fine Arts, Houston	Institucional	2003	
Scanning: The Aberrant Architectures of Diller + Scofidio	Diller Scofidio + Renfro	Mediana empresa	2004	
At First Sight: Photography and the Smithsonian	Smithsonian Institution Press	Institucional	2004	
Steuben Design: A Legacy of Light and Form	Steuben Glass	Gran empresa	2004	
Animalerie	University of Texas Press	Institucional	2004	
Bob & Helen Kleberg of King Ranch	Bright Sky Press	Mediana empresa	2004	
Design Impact	Art Center College of Design	Institucional	2004	
InTents	Patrick McMullan	Mediana empresa	2004	
America (The Book)	The Daily Show With Jon Stewart	Gran empresa	2004	
Precious	PowerHouse Books	Gran empresa	2004	
Graphic Agitation 2	Phaidon Press	Multinacional	2004	
Dance 2wice	2wice	Gran empresa	2004	
20th Century Fox: Inside the Photo Archive	Harry N. Abrams	Multinacional	2004	
Nine	Elliott + Associates Architects	Gran empresa	2004	
Make It Bigger	Princeton Architectural Press	Institucional	2005	
C/ID: Visual Identity and Branding for the Arts	C/ID	Institucional	2005	
Geoffrey Beene: A Design Tribute	2wice Arts Foundation	Institucional	2005	
Energy / Experimentation	The Studio Museum in Harlem	Institucional	2005	
The Art of Gaman	Museum of Craft and Folk Art	Institucional	2005	
Washington National Opera	Washington National Opera	Institucional	2005	
Scenes from the City: Filmmaking in New York	Rizzoli	Mediana empresa	2006	

Matthew Barney & Joseph Beuys: All in the Present Must Be Transformed	Solomon R. Guggenheim Foundation	Institucional	2006	
Building the Times	Forest City Ratner Companies / The New York Times	Institucional	2007	
American Photography 22	Amilus Inc.	Gran empresa	2007	
Stanley Kubrick & Shadows: Photographs 1945-1950	Phaidon press	Multinacional	2007	
The Myths	Canongate	Mediana empresa	2007	
Defiant Gardens	Trinity University Press	Institucional	2007	
Greetings from E Street	Chronicle Books	Multinacional	2007	
Weiss/Manfredi: Surface/Subsurface	Princeton Architectural Press	Institucional	2007	
Maps of the Imagination	Trinity University Press	Multinacional	2007	
Naked Ambition	Rock Out Books	Mediana empresa	2007	
Reflection of a Man: The Photographs of Stanley Marcus	Neiman Marcus	Gran empresa	2007	
Spook Country	Viking Press	Mediana empresa	2007	
The Namesake	Mirabal Films	Gran empresa	2007	
The Furniture of Charles and Ray Eames		Institucional	2007	
eventy-nine Short Essays on Design	Princeton Architectural Press	Institucional	2007	
Canongate Books	Canongate	Mediana empresa	2007	
James Kelman	Polygon Books	Mediana empresa	2007	
Blunt	Nigel Parry	Mediana empresa	2007	
Longhorn Football: An Illustrated History	University of Texas Press	Institucional	2007	
On The Road: The Original Scroll	Penguin Classics	Gran empresa	2007	
Curated	Curated. Design	Gran empresa	2008	
Pentagram Marks	Pentagram	Multinacional	2008	
Kilgore Rangerettes	University of Texas Press	Institucional	2008	
The Black Book	Pentagram	Multinacional	2008	
Thought Matters	UCLA Department of Architecture and Urban Design	Institucional	2008	
Yolele! Recipes From the Heart of Senegal	Lake Isle Press	Mediana empresa	2008	
Misunderstandings	Museum für Post und Kommunikation	Institucional	2008	

The Narcotic Farm	Abrams	Gran empresa	2008	
Quantum of Solace	Penguin	Gran empresa	2008	
Laurence King Publishing	Laurence King Publishing	Multinacional	2008	
100 Baseball Icons	Ten Speed Press	Mediana empresa	2008	
The Philip Johnson Tapes	The Monacelli Press	Multinacional	2008	
Counterpoint	Monacelli Press	Multinacional	2008	
A Certain Alchemy		Gran empresa	2008	
Superheroes	The Metropolitan Museum of Art	Institucional	2008	
Century of the City	The Rockefeller Foundation	Institucional	2008	
Inside: The Chelsea Hotel	Powerhouse Books	Gran empresa	2008	
365: AIGA Year in Design 29	AIGA	Institucional	2009	
Writings on Architecture	Monacelli Press	Multinacional	2009	
Fritz Henle	University of Texas Press	Institucional	2009	
Bellagio Center: The First 50 Years	The Rockefeller Foundation	Institucional	2009	
Faber & Faber Poetry Series	Faber & Faber	Multinacional	2009	
Ken Smith: Landscape Architect	The Monacelli Press	Multinacional	2009	
Building Up and Tearing Down: Reflections on the Age of Architecture	The Monacelli Press	Multinacional	2009	
Robert A.M. Stern: Buildings & Projects 2004-2009	The Monacelli Press	Multinacional	2009	
Everybody Dance Now	2wice	Mediana empresa	2009	
Mannahatta/Manhattan	Harry N. Abrams	Multinacional	2009	
Design for a Living World	Cooper-Hewitt, National Design Museum	Institucional	2009	
Contemporary Curtain Wall Architecture	Princeton Architectural Press	Institucional	2009	
Unpacking My Library	Yale University Press	Institucional	2009	
Matisse as Printmaker	Baltimore Museum of Art	Institucional	2009	
Sum: Forty Tales from the Afterlives		Gran empresa	2009	
Philip Johnson: The Constancy of Change	Yale University Press	Institucional	2009	
Dreams from My Father	Canongate Books	Mediana empresa	2008	
Irving Penn: Small Trades	Getty Publications	Multinacional	2009	
Amelia	Mirabai Films	Gran empresa	2010	
Speak, Memory	John Gall	Gran empresa	2010	

Eero Saarinen: Shaping the Future	Finnish Cultural Institute in New York	Institucional	2011	
Pentagram Architecture	Pentagram	Multinacional	2010	
SuperFreakonomics	William Morrow	Mediana empresa	2010	
Cooking with Pomiane	Serif	empresa	2009	
Robert A.M. Stern: On Campus	The Monacelli Press	Multinacional	2010	
James Frazer Stirling: Notes from the Archive	Yale University Press	Institucional	2010	
The Library Book: Design Collaborations in the Public Schools	Library Initiative	Institucional	2009	
Event Horizon		Mediana empresa	2010	
National Design Triennial: Why Design Now?	Cooper Hewitt's National Design	Institucional	2010	
The Illustrated History of TIME	Rizzoli	Mediana empresa	2009	
The Surreal House	Barbican Art Gallery	Institucional	2010	
Design Research		Institucional	2010	
Picture Book	Laurence King	Multinacional	2010	
The Gernsheim Collection	University of Texas Press	Institucional	2011	
Earth (The Book)	The Daily Show With Jon Stewart	Gran empresa	2011	
Working the Room: Essays	Canongate	Mediana empresa	2011	
Chaos and Classicism	Guggenheim Museum	Institucional	2010	
The Alpine Cowboys	University of Texas Press	Institucional	2012	
Fashioning Fashion	LACMA	Institucional	2010	
The Power of Pro Bono	Public Architecture	Institucional	2011	
Any Number of Preoccupations	The Studio Museum in Harlem	Institucional	2010	
Michelangelo Pistoletto	Philadelphia Museum of Art	Institucional	2010	
Hard Ground	The University of Texas Press	Institucional	2011	
Uchi	University of Texas Press	Institucional	2011	
Yale Glee Club	Yale University	Institucional	2012	
Stieglitz, Steichen, Strand		Institucional	2010	
World Book Night	World Book Night	Gran empresa	2010	
Marathon	Darden Smith	Mediana empresa	2010	

Exposed: Voyeurism, Surveillance, and the Camera Since 1870	SFMOMA / Yale University Press	Institucional	2010	
Making History/ Making Art/ MICA	Maryland Institute College of Art	Institucional	2011	
Nabokov	Penguin	Gran empresa	2000	
Crazy from the Heat	University of Texas Press	Institucional	2011	
Gloria	Indianapolis Museum of Art	Institucional	2011	
Believing Is Seeing	Errol Morris	Mediana empresa	2011	
Water Matters	New York City Department of Design and Construction (DDC)	Institucional	2011	
High Line	Friends of the High Line	Institucional	2011	
Paula Scher: MAPS	Princeton Architectural Press	Institucional	2011	
From Uncertain to Blue	Texas Press	Gran empresa	1998	
The Oprah Winfrey Show	Abrams	Gran empresa	2011	
Virginia Woolf	Penguin	Gran empresa	2011	
Material Change	Metropolis Books	Institucional	2012	

Branding and identities	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Goods & Chattels	Goods & Chattels	Mediana empresa		UK importer of household items.
Anna Pugh	Anna Pugh	Pequeña empresa		Logotype for an illustrator.
D&AD	D&AD	Institucional		International organization that represents creative, design and advertising communities.
NF Purser	NF Purser	Mediana empresa		Carpenter and joiner.
Biba	Biba	Mediana empresa		Iconic sixties fashion boutique.
Reuters	Reuters	Multinacional		Classic wordmark for the world news service, superseded in 1998 by a simpler mark that retained the familiar "punched hole" motif.
Rowe Rudd	Rowe Rudd	Gran empresa		Stockbrokers.
Yes	Atlantic Records	Multinacional		Logotype designed for the cover of the prog-rock group's eponymous first album.
Lead Development Association	Lead Development Association	Institucional		Conference on electric powered vehicles.
Wood & Wood	Wood & Wood	Gran empresa		Signage manufacturer.
Nobrium	Roche	Multinacional		Pharmaceutical brand for Roche.
Design Objectives	Design Objectives	Mediana empresa		Manufacturing and marketing company.
Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore	Gran empresa		Italian business and financial newspaper.
Michèle	Marks and Spencer	Gran empresa		Cosmetics brand for Marks and Spencer.
Gebrüder Heinemann	Gebrüder Heinemann	Multinacional		Distribution, logistics and a chain of retail stores for the international travel industry.
Mr & Mrs Aubrey Hair	Mr & Mrs Aubrey Hair	Pequeña empresa		Personal logotype for a husband and wife.
Lucas Industries	Lucas Industries	Gran empresa		Identity and guidelines for a manufacturer of electronic components for the automotive and aerospace industries.
Buro Happold	Buro Happold	Gran empresa		International structural engineering firm.
Dallas Opera	Dallas Opera	Institucional		Performing arts organization.
Street Shoes	Street Shoes	Mediana empresa		Packaging for a Manhattan boutique.
Jhane Barnes Inc.	Jhane Barnes Inc.	Mediana empresa		Logotype design for the fashion designer.
Heart Center	Heart Center	Gran empresa		Clinic for cardiological disorders.
Landa Pharmaceutical	Landa Pharmaceutical	Gran empresa		US manufacturers and distributors.
Waller Brothers	Waller Brothers	Mediana empresa		Suppliers of office materials and accessories.
Commercial Bank of Kuwait	Commercial Bank of Kuwait	Gran empresa		Identity for one of the two major banks in Kuwait.
Ideal Standard	Ideal Standard	Gran empresa		Trevi, the European range of bathroom fittings.
Smith & Nephew	Smith & Nephew	Multinacional		Leading UK pharmaceutical company.
Eva	Eva	Pequeña empresa		Lithographic printer.
Faber Music	Faber Music	Multinacional		Sheet music division of Faber & Faber.
WNYC	WNYC	Institucional		New York's public radio station.
ITM	ITM	Gran empresa		The group of companies provides import-export, marketing and financial services to major Western and Japanese manufacturers who operate in the developing world.
Columbia Presbyterian Medical Center	Columbia Presbyterian Medical Center	Gran empresa		Developed from the merger and amalgamation of several medical, academic and research institutions. It benefits from constant interaction with numerous affiliated institutions and hospitals.

Boots	Boots	Gran empresa		Identity and packaging designed for the largest pharmaceutical chain in the United Kingdom.
Nissan	Nissan	Multinacional		Automotive company.
Designer's Saturday	Designer's Saturday	Institucional		An organization of 48 leading office and contract furniture firms.
Manhattan Records	Manhattan Records	Gran empresa		Identity program for a New York City based recording company.
InfoWorks	InfoWorks	Institucional		Identity and promotional collateral program for a conference entitled "Information that works: Design, Technology, Productivity."
Radio Ranch	Radio Ranch	Institucional		Radio commercial production company in Dallas, Texas.
Royal College of Nursing	Royal College of Nursing	Institucional		UK body representing over 250,000 nurses nationwide.
Tactics	Shiseido	Multinacional		Range of high-quality men's toiletries produced by Shiseido.
The 21 Club	The 21 Club	Institucional		A new identity for New York's prestigious '21' Club, as part of a repositioning program to attract new and younger members, especially women.
Arup	Arup	Gran empresa		International civil engineering consultancy.
Mandarin Oriental	Mandarin Oriental	Multinacional		International luxury hotels and resorts.
The Nature Company	The Nature Company	Mediana empresa		Inflatable models of the Earth's creatures, past and present, are packaged flat in descriptive envelopes.
Aga Khan Fund for Economic Development	Aga Khan Fund for Economic Development	Institucional		Charitable foundation.
Scottish Trade Center	Scottish Trade Center	Institucional		Promotes Scottish industry worldwide.
Travis Construction	Travis Construction	Mediana empresa		General contracting company.
International Design Conference	International Design Conference	Institucional		Announcement for the International Design Conference in Aspen.
Eureka	Eureka	Institucional		Children's museum.
Hilton Typographers	Hilton Typographers	Mediana empresa		Typesetting company in Texas.
Success or Failure	Success or Failure	Institucional		The 37th Annual International Design Conference at Aspen.
Oola	Oola	Gran empresa		Identity and packaging for the chain of Swedish candy stores in American shopping malls.
Art Center College of Design	Art Center College of Design	Institucional		Art and design school in Pasadena, California.
Editions Payot	Editions Payot	Mediana empresa		French publishers of fiction, travel and non-fiction titles.
Fox River Paper Co.	Fox River Paper Co.	Gran empresa		Leading American paper manufacturers.
The Guardian	The Guardian	Gran empresa		Design for one of Britain's leading daily newspapers.
Felissimo	Felissimo	Gran empresa		The fifth largest mail order company in Japan, selling high-end clothing, household furnishings and gifts.
Children's Museum of Manhattan	Children's Museum of Manhattan	Institucional		Exhibition graphics for Manhattan's only museum exclusively for children.
Crossroads Films	Crossroads Films	Multinacional		Film production company.
Elektra Entertainment	Elektra Entertainment	Gran empresa		American record label.
Hermann Hospital	Hermann Hospital	Institucional		Part of the Texas Medical Center, Houston.
Kubota	Kubota	Multinacional		Machinery manufacturer based in Osaka, Japan.
Persimmon Books	Persimmon Books	Mediana empresa		UK publishing house.
Radford & Ball	Radford & Ball	Mediana empresa		Architectural glass artists.
Travel Today	Travel Today	Gran empresa		Travel service specializing in tours to Israel.

Bright Lights	Bright Lights	Mediana empresa		This symbol was created for a start-up film production company. Applications included stationery and videocassette labels.
Libby Carton Design	Libby Carton Design	Mediana empresa		This stationery for the designer is comprised of rubber stamping on Kraft stock so it resembles the outside of a shipping carton.
Empire Hotel	Empire Hotel	Gran empresa		Labels and packaging for room amenities: shampoo and conditioner, mouthwash, bath oil, soaps, cotton balls, shoe polish and shoe shine cloth.
Galleria Colonna	Galleria Colonna	Gran empresa		Italian shopping and business centre.
Museum of Contemporary Art	Museum of Contemporary Art	Institucional		Chicago institution dedicated to contemporary art.
Nonsuch Films	Nonsuch Films	Multinacional		US film production company.
Parallax Theatre	Parallax Theatre	Institucional		Performing arts collective in Los Angeles, California.
Prior Securities	Prior Securities	Mediana empresa		Property developer.
The Atheneum	The Atheneum	Gran empresa		Luxury hotel in Greektown area of Detroit.
Zumpano Studios	Zumpano Studios	Mediana empresa		Photography studio.
Zoological Society of Houston	Houston Zoo	Institucional		An overall corporate image program for Houston Zoo.
CBS Sports	CBS Sports	Institucional		Identity representing all areas of CBS's participation in the 1992 and 1994 Winter Olympic Games, the first Olympics to be covered exclusively by this network.
Crafts Council	Crafts Council	Institucional		UK representative body based in London.
Art and Architecture	Art and Architecture	Institucional		UK society promoting collaboration between artists, craftsmen and architects.
RCA UVU	RCA UVU	Multinacional		Line of television from Thomson Consumer Electronics.
Peter Richards	Peter Richards	Gran empresa		Symbol for a video producer.
Editions de l'Olivier	Editions de l'Olivier	Mediana empresa		Independent French publishing house.
Brookstone "Not a Tie"	Brookstone	Gran empresa	2012	Identity and packaging for a Father's Day promotion for the specialty gift store.
Academy of Achievement	Academy of Achievement	Institucional		Foundation for cultural leadership.
Spaghetti Recordings	The Pet Shop Boys	Gran empresa		Record label founded by the Pet Shop Boys.
Columbus Regional Hospital	Columbus Regional Hospital	Gran empresa		New name and identity for an Indiana health care center.
SCA	SCA	Gran empresa		Swedish group of forestry, pulp and paper manufacturers.
Fine Line Features	Fine Line Features	Multinacional		Film production company in New York.
Endymion Ensemble	Endymion Ensemble	Gran empresa		UK collective of classical musicians.
American Ballet Theater	American Ballet Theater	Institucional		These 3 posters were displayed as a series on the plaza at New York's Lincoln Center during this rejuvenated dance company's engagement at the Metropolitan Opera House.
JoJo	JoJo	Mediana empresa		French restaurant located in Manhattan's Upper East Side.
Watch City Brewing Co.	Watch City Brewing Co.	Pequeña empresa		Identity for a microbrewery and restaurant in Waltham, MA.
Bard Center for Curatorial Studies and Art in Contemporary Culture	Bard College	Institucional		Identity and signage for a center dedicated to creating unique graduate programs in curatorial studies and contemporary art.
The Farmers Dairy Co.	The Farmers Dairy Co.	Gran empresa		Identity and packaging for a group of small, independent organic dairy farms in Britain.
Atomic Ironworks	Atomic Ironworks	Mediana empresa		Producers of whimsical ironwork.

Council of Fashion Designers of America (CFDA)	Council of Fashion Designers of America (CFDA)	Institucional		Not-for-profit trade association for designers of fashion and fashion accessories.
Gotham Equities	Gotham Equities	Gran empresa		Real estate developers in New York City.
Kromekote	Champion International	Multinacional		A brand of cast-coated paper from Champion International.
Museum of Contemporary Art, San Diego	Museum of Contemporary Art, San Diego	Institucional		Contemporary art museum.
New York City Economic Development Corporation	New York City Economic Development Corporation	Institucional		Promotes economic growth throughout the five boroughs.
Pathogenesis Corporation	Pathogenesis Corporation	Institucional		US company researching the causes of disease.
Polaroid	Polaroid	Multinacional		Instant photographic image system.
Sequel Therapeutics	Sequel Therapeutics	Multinacional		Biotechnology corporation.
Studio of Martha Burns	Studio of Martha Burns	Gran empresa		Designers of textiles, products and interiors.
Successmaker Solo	Successmaker Solo	Institucional		Educational software program.
Thomas Hayward Auctioneers	Thomas Hayward Auctioneers	Mediana empresa		Auctioneer and appraisal company.
Which?	Which?	Gran empresa		UK consumer magazine.
Hemispheres	United Airlines	Multinacional		Design of the United Airlines in-flight magazine.
The Good Diner	The Good Diner	Mediana empresa		Identity for the traditional American diner in New York City.
Advanced Surgical	Advanced Surgical	Gran empresa		Identity for the surgical company that has designed new surgical instruments which can penetrate muscle through very small openings.
The Tram	Roosevelt Island Operating Corporation	Institucional		Identity for an aerial tramway that connects between Roosevelt Island and Manhattan.
CNET	CNET	Gran empresa		Internet and television based information network.
7th on Sixth	7th on Sixth	Institucional		Seasonal fashion shows in New York.
Aldrich Eastman Waltch	Aldrich Eastman Waltch	Mediana empresa		Real estate advisory firm, providing asset management and related services.
Curious Pictures	Curious Pictures	Gran empresa		Production company for television programs and commercials.
Institute of Directors	Institute of Directors	Institucional		International business association for company directors.
System One	System One	Gran empresa		Computerized airline reservation system.
Symphony Pharmaceuticals	Symphony Pharmaceuticals	Gran empresa		Symbol for a biotechnology research and development concern.
The Fashion Center	The Fashion Center Business Improvement District	Institucional		Identity for a visitors center to New York's garment district.
Godiva Chocolatier	Godiva Chocolatier	Mediana empresa		Celebrated Belgian confectioner.
Celebration, Florida	Celebration	Institucional		An evocative municipal seal, comprehensive public and retail signage, and a surprising sales center lend an old-fashioned air to a 4,900-acre contemporary planned community near Orlando, Florida.
Albert Einstein Medical Center	Albert Einstein Medical Center	Gran empresa		Identity for a healthcare provider in Philadelphia.
Route 66 Roadhouse and Dining Saloon	Route 66 Roadhouse and Dining Saloon	Mediana empresa		Identity, interior design and environmental graphics for the roadside restaurant located in Merrick, New York.
Estée Lauder	Estée Lauder	Multinacional		Manufacturer and marketer of skincare, makeup, fragrance and haircare products.

Public Radio International	Public Radio International	Institucional		American public radio network with an international focus.
The Savoy	The Savoy Group	Gran empresa		Graphic identity program for world famous luxury hotel in central London.
World Economic Forum	World Economic Forum	Institucional		Identity and promotional print material designed for the foremost international membership organization integrating leaders from business, government and academia into a partnership committed to fostering world-wide economic growth.
FIFA World Cup 1994	World Cup 1994 Organizing Committee	Institucional		Identity developed for one of the biggest sporting competitions in the world.
Minnesota Children's Museum	Minnesota Children's Museum	Institucional		Identity and environmental graphics for the children's museum in St. Paul.
Brooklyn Academy of Music	Brooklyn Academy of Music	Institucional		Graphic Identity and promotional material designed for the premier venue for avant garde, cross-disciplinary music, dance, theatre and art performances, located in Brooklyn, New York.
American Museum of Natural History	American Museum of Natural History	Institucional		Identity and environmental graphics for one of New York City's premier public institutions on Central Park West.
Mohawk Fine Papers	Mohawk Fine Papers	Multinacional		New line of promotional swatchbooks for the paper manufacturer.
Scribner	Scribner	Gran empresa		Now an imprint of industry giant Simon & Schuster and the home of Stephen King, Scribner has an illustrious history as one of America's leading publishers: founded in 1846 by Charles Scribner, the company has published the likes of Ernest Hemingway, Edith Wharton, and F. Scott Fitzgerald.
Busboy Productions	Busboy Productions	Gran empresa		A production company launched by Jon Stewart.
Museum für Post und Kommunikation	Museum für Post und Kommunikation	Institucional		Devoted to the history of the postal service in Germany.
Broadway Books	Broadway Books	Gran empresa		Publishers of quality fiction and non-fiction titles.
Granary Associates	Granary Associates	Gran empresa		Philadelphia-based architecture and engineering firm.
Hemasafe	Hemasafe	Institucional		US blood bank franchise.
Westweek	Westweek	Institucional		Conference for interior designers and architects.
The Bekerley	The Savoy Group	Gran empresa		Graphic identity program designed for the luxurious hotel in London's Knightsbridge.
Claridge's	The Savoy Group	Gran empresa		Identity designed for the historic five-star London society hotel.
Gymboree	Gymboree	Gran empresa		Identity designed for the manufacturer and retailer of children's products.
Flying Fish Brewing Company	Flying Fish Brewing Company	Pequeña empresa		Identity and packaging for the independent New Jersey microbrewery.
Classic fm	Classic fm	Institucional		A monthly lifestyle publication with a musical slant lauched by the UK's first national, commercial radio station.
G.H. Bass & Company	Phillips-Van Heusen	Gran empresa		Identity, packaging and retail graphic standards for the shoe and apparel manufacturer and retailer.
Champion Sportswear	Champion Sportswear	Multinacional		Identity for a classic American sportswear manufacturer.
Computer Film Company	Computer Film Company	Gran empresa		Digital effects and animation for the film industry.
Design Show	Design Show	Institucional		Trade exhibition for buyers and managers of design.
Ez'ech	Ez'ech	Mediana empresa		Designers and manufacturers of products for offices and homes.
Ohio National Financial Services	Ohio National Financial Services	Gran empresa		Offering financial services and solutions.
Old Kirk	Old Kirk	Institucional		Residential signage for a converted church.

Radiant Lighting	Radiant Lighting	Mediana empresa		Distributor of Italian industrial and domestic lighting.
WatchNetwork.com	WatchNetwork.com	Gran empresa		On-line watch retailers.
Wave Development	Wave Development	Gran empresa		Leading far-Eastern property development company.
Granada Stafford Service Station	Granada Hospitality	Gran empresa		Identity and environmental graphics for Britain's leading motorway service station operator.
Hotel Hankyu International	Hankyu International	Gran empresa		Identity and packaging designed for one of Japan's leading railway companies active in the real estate, retailing, and leisure industries.
Showcenter Haedo	Showcenter Haedo	Gran empresa		Identity designed for the 10-city-block-long entertainment complex in Buenos Aires, Argentina.
Winter Capital Management	Winter Capital Management	Multinacional		International investment and advisory firm.
Spirit of Maine	G.H. Bass & Co.	Gran empresa		Identity and packaging for a line of New England food, gardening and gift products.
Ammirati Puris Lintas	Ammirati Puris Lintas	Gran empresa		Identity for a New York-based advertising agency.
Madison Square Spa	Madison Square Spa	Gran empresa		Spa product line which includes body wash, shampoo, moisturizer and others, and is sold at the spa and through the Neiman-Marcus mail order catalog.
Manhattan Transfer	Manhattan Transfer	Mediana empresa		A video postproduction and design studio, specializing in visual effects, broadcast design, editing, and telecine transfer.
2wice	2wice Arts Foundation	Institucional		Award-winning biannual journal of the visual and performing arts that focuses on a specific theme for each issue.
Doyle New York	Doyle New York	Gran empresa		One of the world's foremost auctioneers and appraisers of fine art, jewelry, furniture, decorations and a variety of collecting categories.
The Museum of the City of New York	The Museum of the City of New York	Institucional		Presenting the history of New York City and its people.
Baltimore Symphony Orchestra	Baltimore Symphony Orchestra	Institucional		Identity for one of the world's most important orchestra.
Asia Society	Asia Society	Institucional		US organization fostering the understanding of Asia and the Pacific.
Equazen	Equazen	empresa		Makers of dietary supplements.
IDEO	IDEO	Gran empresa		Identity for the Palo Alto-based product development firm updated from the Paul Rand original.
Micrus	Micrus	Multinacional		Manufacturer of medical instruments and medication delivery devices.
National Botanic Garden of Wales	National Botanic Garden of Wales	Institucional		Botanical garden situated in Carmarthenshire.
NYC 100	NYC 100	Institucional		For the city's centennial celebrations in 1998.
ProVen	ProVen	Gran empresa		Private equity fund managers.
Sansom Common	University of Pennsylvania	Institucional		Central gathering place for students at the University of Pennsylvania.
Scott Wilson	Scott Wilson	Multinacional		Leading international engineer group.
The Arts Council of Great Britain	The Arts Council of Great Britain	Institucional		Symbol endorsing the Arts Council's lottery funded endowments.
Globe Restaurant	The Globe	Gran empresa		Interior space designed for the first large scale, rapid service, multi-location, middle class restaurant; the precursor to the diner, the luncheonette and even the fast food franchise.
Wagamama	Wagamama	Mediana empresa		Graphic identity program designed for the chain of Asian noodle restaurants in London.
En Garde Arts	En Garde Arts	Institucional		Identity for the non-profit street theater group.
IZOD	IZOD	Multinacional		Identity and packaging for the sports and casual clothing brand.
NYC 100	NYC 100	Institucional		For the city's centennial celebrations in 1998.
Taco Bueno	Taco Bueno	Gran empresa		Identity and packaging for the 120-store chain of quick service restaurants in the Southwestern United States.

Skyscraper Museum	Skyscraper Museum	Institucional		Identity and promotional poster for the museum devoted to the study of high-rise building and the history of the American skyscraper.
National Portrait Gallery	National Portrait Gallery	Institucional		Identity and print collateral designed for the gallery housing a collection of portraits of historically important and famous British people.
Hollywood Video	Hollywood Video	Gran empresa		The first large-scale, American style video and music chain in Poland.
Allen & Company	Allen & Company	Multinacional		Identity for annual retreat held in Sun Valley, Idaho, organized by Herbert Allen and attended by industry leaders and CEOs in the entertainment, media, and technology industries.
Design.y.c.	Miller Freeman, Inc.	Gran empresa		Umbrella identity of New York's leading annual event for the interior design community, hosted by Miller Freeman and Designer's Saturday.
National Museums of Scotland: Royal Museum	National Museums of Scotland	Institucional		Identity and environmental graphics for the Scottish museum of international artifacts.
1837	1837	Gran empresa		Restaurant at Brown's Hotel in Mayfair, Central London.
Buddakan	Buddakan	Gran empresa		Restaurant specializing in pan-Asian cuisine in Philadelphia.
Leologic	Leologic	Gran empresa		French software development company.
Mozart Salzburg 2006	Mozart Salzburg 2006	Institucional		Festival celebrating Mozart's 250th birthday.
Museum of London	Museum of London	Institucional		Museum dedicated to the history, archeology and contemporary culture of London.
Tesco's Finest	Tesco	Gran empresa		Premium range of food and drink for Tesco.
theGlobe.com	theGlobe.com	Institucional		An on-line network for shared interest communities.
Union Square	Union Square	Mediana empresa		Systems integration and technology consulting services.
Magex	Magex	Mediana empresa		Identity for the pioneer in the development of new payment services.
March of Dimes	March of Dimes	Institucional		Brand guidelines for Organization cofounded by Franklin D. Roosevelt in 1938 providing research, education and advocacy for infant and childhood health.
Digital DNA	Motorola	Multinacional		Identity and print material for an "ingredient brand" of Motorola.
AirTrain	The Port Authority of New York and New Jersey	Institucional		New York City's first rail link to John F. Kennedy International Airport.
National Museums of Scotland	National Museums of Scotland	Institucional		Identity for the centralized administrative body responsible for seven of Scotland's national collections.
Tretorn Micro-X	Tretorn	Gran empresa		Identity and packaging designed for a brand of technologically advanced tennis balls produced by the Swedish tennis ball manufacturer.
Anne Klein	Anne Klein	Multinacional		Identity and Packaging designed for one of the most well-known brands in American fashion.
Le Parker Meridien	Le Parker Meridien	Gran empresa		Identity for the New York hotel, a flagship in the Parker Meridien chain.
National Museums of Scotland: Museum of Scotland	National Museums of Scotland	Institucional		Museum dedicated to the history and people of Scotland.
Fast Take	ObjectSoft Corporation	Gran empresa		Interactive kiosks give consumers the ability to preview movie trailers, to search titles, and to order tapes for rental or purchase through online transactions.
Beacon	Beacon	Mediana empresa		Restaurant centered around a huge wood-burning oven.
Cruel World	Cruel World	Mediana empresa		Company offering employment referral services.
DMAT - SDMI	DMAT - SDMI	Institucional		An international collective of digital music and technology companies.
Fast Ed	Fast Ed	Gran empresa		Excelled software training.

Fireside	Simon & Schuster	Gran empresa		Imprint of Simon & Schuster publishing games and self-improvement titles.
Good Guys	Good Guys	Gran empresa		US retailers of high quality PC and electronics merchandise.
Joyco	Joyco	Multinacional		Spanish-based international confectionery group.
Lifemark	Lifemark	Institucional		Providing services to chronically ill populations.
Marcus	Marcus	Gran empresa		Retail outlet for distinctive luxury timepieces.
Michael Willis Architects	Michael Willis Architects	Gran empresa		Specializing in the design of water treatment and other industrial commercial facilities.
Performing Arts Center of Greater Miami	Performing Arts Center of Greater Miami	Institucional		Multicultural arts center.
Telmo Rodriguez	Compañía de Vinos Telmo Rodriguez	Gran empresa		Spanish winemaker.
Texas Biotechnology	Texas Biotechnology	Institucional		Specializing in cardiological research.
Touchstone	Simon & Schuster	Gran empresa		Simon & Schuster imprint publishing political and topical non-fiction.
University of Surrey	University of Surrey	Institucional		UK university based in Guildford.
Inscape	Inscape	Gran empresa		Identity and promotional posters for the office furnishings manufacturer.
Metropolis	Metropolis	Institucional		Magazine of contemporary architecture, design and planning.
Potlatch	Potlatch	Gran empresa		A series of books on 20th Century Design, sponsored by Potlatch Corporation, a forest products industry company.
ON Semiconductor	ON Semiconductor	Mediana empresa		Manufacturer of components for the electronics industry.
B2B Equality	B2B Equality	Mediana empresa		Electronic information exchange for minority businesses.
San Francisco 2000	San Francisco 2000	Institucional		Non-profit business group.
The Tate	The Tate	Institucional		Identity program designed to accommodate growing number of additional galleries under the common brand umbrella.
iHelp	iHelp	Institucional		Travelers' information service for New York's airports.
Alibris	Alibris	Multinacional		The world's leading supplier of rare, used and hard-to-find books.
Interactive Week Magazine	Interactive Week Magazine	Institucional		Publication about the internet.
Space.com	Space.com	Mediana empresa		On-line media service, specializing in space and space exploration.
Callaway Golf	Callaway Golf	Gran empresa		Identity for the leading US manufacturer of golfing equipment.
Saturday Night Live	NBC	Multinacional		A late-night live television sketch comedy and variety show.
Brill's Content	Brill's Content	Gran empresa		Magazine of investigative journalism focused on the media.
Langford & Co	Langford & Co	Gran empresa		Exclusive corporate gift service specializing in silverware.
The University Center for Human Values	Princeton University	Institucional		Identity and promotional print material for a center that supports teaching, research, and discussion of ethics and human values throughout the curriculum and across the disciplines at Princeton University.
Stone	Stone	Gran empresa		Stock photography resource for the design and advertising industries.
Classmap	Classmap	Institucional		On-line class notes, curriculum and schedules.
Whitney Museum of American Art	Whitney Museum of American Art	Institucional		Identity designed for the New York City's museum of American Art, in a famous Marcel Breuer building.
Muzak	Muzak	Institucional		Identity for the legendary environmental music company.
Live	Live	Mediana empresa		Events management company.
The Island	The Island	Multinacional		International pay-as-you-go airport lounges.

Hulton Archive	Hulton Archive	Gran empresa		One of the largest collections of stock imagery.
Amanda Wakeley	Amanda Wakeley	Mediana empresa		London couture designer.
Design Within Reach	Design Within Reach	Mediana empresa		On-line retailer of contemporary furniture.
Coram	Coram	Institucional		The UK's oldest children's charity.
Wellesley College	Wellesley College	Institucional		A prestigious liberal arts college for women.
Napastyle	Napastyle	Gran empresa		Identity and packaging for the on-line retailer and producer of specialty food and lifestyle products.
New York Society Library	New York Society Library	Institucional		The oldest library in New York.
Newsgrade	Newsgrade	Gran empresa		Internet media company offering financial news.
Aerosoles	Aerosoles	Gran empresa		Identity, packaging and graphic standards for a footwear brand focusing on comfort.
Women's Venture Fund	Women's Venture Fund	Mediana empresa		Providing underprivileged women with venture capital.
Crocus	Crocus	Mediana empresa		On-line nursery and gardening services.
Obongo	Obongo	Institucional		Free e-commerce service providing on-line consumer security.
Bach	Bach	Institucional		Festival of classical music by the German composer.
A Café	A Café	Pequeña empresa		Interiors for Autogrill's European chain of coffee bars.
Omicron	Omicron	Gran empresa		Private investment firm.
Dehesa Gago	Compania de Vinos Telmo Rodriguez	Gran empresa		Fine Spanish wine produced by Telmo Rodriguez.
Pantone	Pantone	Multinacional		International color matching systems.
Desert Exec	Desert Exec	Gran empresa		Expedition vacations in Namibia.
Quoted Companies Alliance (QCA)	Quoted Companies Alliance (QCA)	Institucional		Representing UK companies outside the FTSE 350 Index.
American Folk Art Museum	American Folk Art Museum	Institucional		Identity and environmental graphics for the New York museum of traditional folk art and art by contemporary self-taught artists from the United States and abroad.
Clerc	Clerc	Multinacional		Identity for the French luxury watch brand.
Inside.com	Powerful Media	Gran empresa		Website and print publication covering the media industry.
The Waterways Trust	The Waterways Trust	Institucional		Print campaign for the UK agency charged with care and promotion of the country's rivers and canals.
3D Retail	3D Retail	Gran empresa		Developer of immersive 3D internet shopping applications.
Electra	Electra	Multinacional		Leading European private equity investors.
Raymond Blanc Organics	Raymond Blanc	Mediana empresa		Packaging for a range of organic salad dressings from French celebrity chef Raymond Blanc.
Questia	Questia	Multinacional		The world's largest on-line library and research engine.
RockStyle	The Rock and Roll Hall of Fame and Museum	Institucional		An exhibition at the Rock and Roll Hall of Fame and Museum.
Getty Images	Getty Images	Multinacional		One of the world's largest imagery sources.
Getty One	Getty One	Multinacional		A division of the Getty Images group.
Chambers Hotel	Chambers Hotel	Gran empresa		A boutique hotel in midtown Manhattan that seeks to evoke a "downtown" aesthetic.
American Quarter Horse Association	American Quarter Horse Association	Institucional		Quarter Horse breed registry and membership organization.
Morimoto	Morimoto	Mediana empresa		Masaharu Morimoto's Japanese restaurant located in Philadelphia, PA, New York City, Napa and Waikiki.

Brown-Forman	Brown-Forman	Multinacional		The distiller and distributor produces and markets fine beverage brands such as Jack Daniel's, Canadian Mist, Southern Comfort, Korbel champagnes and Fetzer wines.
The Episcopal Diocese of New York	The Episcopal Diocese of New York	Institucional		The dioceses, located in New York City, is apart of the Episcopal Church in the United States of America.
Guild Hall	Guild Hall	Institucional		Identity for the cultural center in East Hampton, Long Island.
The Jewish Community Center in Manhattan	The Jewish Community Center	Institucional		Identity for a center for local jewish community.
ArcSight	ArcSight	Multinacional		Security management for large corporate computer networks.
Town	Chambers Hotel	Gran empresa		Identity for the restaurant at Chambers, a boutique "downtown" style hotel located in midtown Manhattan on East 56th Street.
Japan 2001	Japan 2001	Institucional		UK festival celebrating Japanese culture.
Damiani	Damiani	Gran empresa		Luxury jewelry brand based in Milan.
Bitstreams	Bitstreams	Institucional		Exhibition of interactive and technology driven art.
Kagan	Kagan	Mediana empresa		Provider of media and communications industry business intelligence.
New York Jets	New York Jets	Gran empresa		Identity for the NFL team.
BTBS Walkies	BTBS Walkies	Institucional		An annual event promoting the book trade in London.
Media Central	Media Central	Institucional		Conglomerate of media-industry publications and conferences.
New York Hall of Science	New York Hall of Science	Institucional		Identity for the science museum providing lively exploration into fields such as physics and astronomy, and features hands on exhibits for children.
Cafosa	Cafosa	Multinacional		Leading European supplier of gum bases.
Center for Architecture	Center for Architecture	Institucional		New York headquarters of the American Institute of Architects.
Microdrug	Microdrug	Multinacional		Developing new technologies for pulmonary drug delivery.
Classical.com	Classical.com	Gran empresa		On-line classical music service.
Detroit Symphony Orchestra	Detroit Symphony Orchestra	Institucional		Identity for the performing arts organization and landmark Orchestra Hall.
The Folio Show	Folio Magazine	Gran empresa		The premiere conference and exposition for the magazine industry held at Hilton hotel in New York City.
Source	Simon & Schuster	Gran empresa		An imprint of Simon & Schuster publishing non-fiction.
Dragoncloud	Dragoncloud	Mediana empresa		US range of premium organic teas.
Halfords	Halfords	Mediana empresa		Packaging design across the entire range of car maintenance, car enhancement and leisure products.
Delta Faucet Company	Delta Faucet Company	Gran empresa		Leading US manufacturer of residential and commercial faucets.
Wherify Wireless	Wherify Wireless	Gran empresa		Leading US location services provider.
Fizz	Fizz	Gran empresa		Healthcare marketing company.
Daydots	Daydots	Gran empresa		Food safety-related packaging and labeling products.
New York University Wagner School of Public Service	New York University Wagner School of Public Service	Institucional		Identity, signage and admissions collateral for the school devoted to government and public service.
CloudShield	CloudShield	Multinacional		Computer network security company.
Swiss Dairy	Swiss Dairy	Gran empresa		Brand of milk, juice and other dairy-related snack products.
Building Exploratory	Building Exploratory	Institucional		Community information resource in Hackney, East London.
Unity	Unity	Mediana empresa		Identity and manu design for a restaurant in New York City.
East Midtown Association	East Midtown Association	Institucional		Identity for a partnership promoting commerce and improving the quality of life in East Midtown Manhattan.

Cohen Brothers Realty	Cohen Brothers Realty Corporation	Gran empresa		Private real estate development and management firm.
The Sage Gateshead	The Sage Gateshead	Institucional		Centre for musical discovery in the North of England.
Courts at Birch Meadows	Courts at Birch Meadows	Institucional		Tennis club in Greenwich, Connecticut.
Loomis Chaffee	Loomis Chaffee	Multinacional		Identity and fundraising collateral for a private high school in Hartford, Connecticut with a progressive heritage and ambitious plans.
Asprey	Asprey	Gran empresa		Identity and packaging designed for the classic luxury products brand.
Ziger / Snead	Ziger / Snead	Gran empresa		Identity for an architectural firm based in Baltimore, Maryland.
iHelp	iHelp	Institucional		Identity for the customer service program at the Newark International Airport.
Dallas Museum of Art	Dallas Museum of Art	Institucional		Art museum in Dallas, Texas.
Kaufman Center	Kaufman Center	Institucional		Identity for a concert hall and musical arts school in Manhattan.
One&Only Resorts	One&Only Resorts	Multinacional		Identity and print programme for an international five-star luxury resort brand.
Revlon	Revlon	Multinacional		Identity and packaging for the leading cosmetics brand.
John Lewis	John Lewis	Gran empresa		Chain of department stores.
New York New Visions	New York New Visions	Institucional		A coalition of 21 architecture, planning, and design organizations that came together immediately following the September 11 terrorist attacks on the World Trade Center, to address issues surrounding the rebuilding of Lower Manhattan.
Princeton University Art Museum	Princeton University	Institucional		Identity for one of the best university museums in the United States.
Modern Art Museum of Fort Worth	Modern Art Museum of Fort Worth	Institucional		Tadao Ando-designed museum that collects and presents contemporary art.
Symphony Space	Symphony Space	Institucional		Identity, signage and environmental graphics for the theater and performing arts space located on Manhattan's Upper West Side.
Notodo.com	Notodo.com	Gran empresa		Spanish venture promoting culture, cultyideas and trends via the internet.
Museum of Sex	Museum of Sex	Institucional		Identity for the museum dedicated to the history and cultural significance of human sexuality.
Sekonda	Sekonda	Gran empresa		One of the UK's leading watch brands.
General Dynamics	General Dynamics	Multinacional		Signage and corporate displays for the Falls Church, Virginia, headquarters of General Dynamics, a defense and information systems company.
GraficEurope	GraficEurope	Institucional		Annual pan-European graphic design conference.
Puffin Books	Puffin Books	Gran empresa		Penguin's imprint for children's books.
Brooklyn Historical Society	Brooklyn Historical Society	Institucional		Institution dedicated to the appreciation of New York's most populous borough.
Virginia Museum of Fine Arts	Virginia Museum of Fine Arts	Institucional		Fine Arts museum located in Richmond, VA.
Rainwater	Rainwater	Mediana empresa		Packaging for the world's only bottled rainwater, collected in the hill country region of central Texas.
Brooklyn Ballet	Brooklyn Ballet	Institucional		Identity for a professional, not-for-profit dance company located in Brooklyn, NY.
Trevor Day School	Trevor Day School	Institucional		Identity, brochure and annual report for a school in the Upper East Side of Manhattan.
Williams College	Williams College	Institucional		Identity and print material for the private liberal arts college located in Williamstown, Massachusetts.
Dana Centre	Science Museum London	Institucional		Typographic environment created for an educational centre with a mission to facilitate conversation about science, technology and culture.

Geronimo Inns	Geronimo Inns	Gran empresa		Brand identity for a chain of innovative British pubs recognized for their comfortable interiors and environmental awareness.
Mozarthaus Vienna	Mozarthaus Vienna	Institucional		Museum dedicated to Mozart's life and music in the composer's only surviving apartment.
Tiscali	Tiscali	Multinacional		Identity for the European telecommunications company and Internet Service Provider (ISP).
San Francisco Zoo	San Francisco Zoo	Institucional		Zoo with a focus on wildlife conservation.
Merce Cunningham Dance Company	Merce Cunningham Dance Company	Institucional		Identity for the 50th anniversary of the dance company, founded by Merce Cunningham, an American dancer and a choreographer.
Stop the Plant	Scenic Hudson	Institucional		Grass-roots campaign to prevent construction by St. Lawrence Cement of a mammoth cement plant, pit and mine in New York's Hudson Valley.
Ted	United Airlines	Multinacional		Identity designed for United Airline's low cost carrier.
Higgins Retreat	Higgins Retreat	Institucional		Seaside retreat and conference for the Higgins Group.
Liz Claiborne	Liz Claiborne	Multinacional		Annual report for the global designer-marketer of fashion apparel and accessories.
Lever House	Lever House	Gran empresa		Comprehensive signage program for a refurbishment of the landmark 1952 New York office building.
Ingram Partnership	Ingram Partnership	Mediana empresa		Media strategy consultants.
Krautheim Concepts	Krautheim Concepts	Mediana empresa		Classical musicians' agent.
Salt Lake City Public Library	Salt Lake City Public Library	Institucional		Signage program, information system and institutional identity for the city's new Main Library building.
Museo Nacional del Prado	Museo Nacional del Prado	Institucional		National art museum of Spain.
Frankfurt	Frankfurt	Institucional		City of Frankfurt, Germany.
New York Botanical Garden	New York Botanical Garden	Institucional		250-acre garden and research facility featuring the largest Victorian-era glasshouse in America.
Tony Fretton Architects	Tony Fretton Architects	Gran empresa		Architectural firm based in London.
Air America Radio	Air America Radio	Institucional		Radio network specializing in progressive talk programming.
Spice Market	Spice Market	Pequeña empresa		Located in the Meatpacking district of Manhattan, this critically acclaimed restaurant is inspired by the street food Jean-Georges Vongerichten enjoyed while traveling in Asia.
Murray's Cheese	Murray's Cheese	Gran empresa		Identity program and packaging for the renowned Village cheese shop.
Geneva Initiative	Geneva Initiative	Institucional		
60 Columbus Circle	The Related Company	Gran empresa		Brochure cover for a residential property in Columbus Circle, New York City.
One Central Park	The Related Company	Gran empresa		Identity and print marketing materials for a residential property in Time Warner Center.
Brunswick	Brunswick	Mediana empresa		Corporate communications advisers.
Bulgari Hotel	Bulgari Hotel	Gran empresa		Identity for a new hotel in Milan, the first in a series of hotels and resorts to be opened by the luxury brand.
Philharmonie Luxembourg	Philharmonie Luxembourg	Institucional	2009	Identity for the national concert hall of Luxembourg.
Mozart Ways	Mozart Ways	Institucional		International network of scholarly and historical sites associated with the composer.
623 Fifth Avenue	Cohen Brothers Realty Corporation	Gran empresa		Identity and entry signage for a 36-story limestone-clad office building in Midtown Manhattan.
Shake Shack	Shake Shack	Gran empresa		Brand identity, packaging and environmental graphics for the popular burger chain.
Noguchi Museum	The Isamu Noguchi Foundation and Garden Museum	Institucional		Identity for the museum and educational center devoted to the artist and his work.

Perry Ellis	Perry Ellis	Mediana empresa		Identity for the classic American fashion brand and its sub-brand, Perry Ellis America.
Princeton Athletics	Princeton Athletics	Institucional		Identity for the university's athletic department.
Jazz at Lincoln Center	Lincoln Center	Institucional		Identity for the cultural institution dedicated to Jazz performances, archives and educational programming.
Time Warner Center	The Related Company	Gran empresa		Mixed-use office, residential and retail complex in New York.
Tischlerei Peters	Tischlerei Peters	Mediana empresa		Joinery and furniture-making company in Berlin.
Museum of Biblical Art	Museum of Biblical Art	Institucional		The only scholarly museum in the United States to celebrate art and the Bible, and it addresses the history of art from the perspective of the tenets and stories of the Judeo-Christian tradition.
Webster Bank	Webster Bank	Gran empresa		American banking corporation.
Breaking the Ice	Breaking the Ice	Institucional		International not-for-profit organization that seeks to transform conflicts into trust and mutual respect.
Somerset Partners	Somerset Partners	Gran empresa		Private equity firm specializing in urban real estate investments.
'62 Center	Williams College	Institucional		Identity for the colleges center for Theatre and Dance.
Bar Americain	Bar Americain	Mediana empresa		Identity for celebrity chef Bobby Flay's American brasserie that celebrates the foods of America located in New York City.
FXFowle	FXFowle	Gran empresa		Identity for a commercial interior design, architecture and planning firm based in New York.
East Coast Greenway	East Coast Greenway	Institucional		3,000-mile traffic-free path linking cities from Maine to Florida.
Espa	Espa	Gran empresa		Identity and packaging for luxury spa products and treatments.
Dani Black	Schwartz & Benjamin	Gran empresa		Identity and packaging for a sub-brand of Schwartz & Benjamin, a shoe distributor that holds the licenses for upscale fashion brands such as Anne Klein, Michael Kors and Kate Spade.
Audley	Audley	Mediana empresa		Identity, packaging, display window graphics and print material for the shoemaker.
Target	Target	Gran empresa		Promotional campaign for Target's "Prefabulous Studios Open House", a four-day event in New York City.
Bertazzoni	Bertazzoni	Multinacional		Family-owned Italian manufacturer of professional-style cooking ranges.
Jo's Jewellery	Jo's Jewellery	Mediana empresa		Independent jewellery designer Jo Calver.
Young Foundation	Young Foundation	Institucional		London-based foundation that develops initiatives to address unmet social needs.
Dick Bruna Huis	Centraal Museum in Utrecht	Institucional		Identity for the permanent collection housed at the museum, celebrating the work of the creator of "Miffy".
Heal's	Heal's	Gran empresa		Brand identity and packaging for the furniture and housewares retailer.
Sainsbury's Skincare	Sainsbury's	Gran empresa		Identity and packaging for a line of beauty products from the UK retailer.
Wave Hill	Wave Hill	Institucional		Identity and environmental graphics for the botanical gardens.
Faram	Faram	Gran empresa		Corporate identity for the Italian office furniture and partitions manufacturer.
Madison Square Park	Madison Square Park	Institucional		Identity for the historic New York park located in the Flatiron district.
T Hotel	T Hotel	Gran empresa		Contemporary hotel on the island of Sardinia.
Citi Thank You	Citigroup	Multinacional		Identity for a rewards program of CitiBank.
New York City Department of Cultural Affairs	New York City Department of Cultural Affairs	Institucional		Dedicated to supporting and strengthening the city's cultural life.
New York University School of Law	New York University School of Law	Institucional		Capital campaign for one of the preeminent law schools in America.
The Co-operative	The Co-operative	Mediana empresa		Consumer-owned UK business with a wide diversity of holdings.

Plus	Plus	Institucional		International not-for-profit coalition simplifying the management of image rights.
Related Experiences	Related Experiences	Mediana empresa		Entertainment, marketing and sponsorship firm.
Xinet	Xinet	Gran empresa		Network software developer.
Durham School Services	Durham School Services	Institucional		Transportation service for students.
1801 K Street	Somerset Partners	Gran empresa		Office building in Washington, D.C.
University of California Riverside	University of California	Institucional		One of the eleven campuses within the prestigious University of California system.
Vilcek Foundation	Vilcek	Institucional	2006	Identity for the philanthropic organization that honors foreign-born artists and scholars who have made lasting contributions to American society.
245 Tenth Avenue	245 Tenth Avenue	Gran empresa		Identity and promotional book for a New York City luxury residence designed by Della Valle Bernheimer.
Capital Partners	Capital Partners	Multinacional		International real estate development firm.
Individual Solutions	Individual Solutions	Mediana empresa		Car fitter specializing in the customization of off-road vehicles.
110+Broadway	Surtsey Realty Company	Gran empresa		Identity and print material for an 11-story residential condominium building at 543 West 110th Street on the Upper West Side of Manhattan.
Connecting Congress	Connecting Congress	Institucional		Design conference co-sponsored by the International Council of Societies of Industrial Design and the Industrial Designers Society of America.
21c Museum Hotel	21c Museum Hotel	Gran empresa	2009	Identity for a hotel and its restaurant, Proof on Main located in downtown Louisville, Kentucky.
Corella Publishing	Corella Publishing	Gran empresa		Producer of illustrated books and documentaries.
Detroit Institute of Arts	Detroit Institute of Arts	Institucional	2008	Fine arts museum founded in 1885.
Morgan Library & Museum	Morgan Library & Museum	Institucional	2006	Identity and environmental graphics for the historic New York institution founded by J.P. Morgan in 1906.
Is Molas	Is Molas	Gran empresa		Golf course and hotel on the island of Sardinia.
Alliance for a Healthier Generation	The Clinton Foundation	Institucional	2006	Brand identity for a joint venture of the William J. Clinton Foundation and the American Heart Association that was established to combat childhood obesity.
HSK	HSK	Gran empresa		Group of hospitals in the Rhein-Main region of Germany.
Las Vegas Magazine	Las Vegas Magazine	Gran empresa		Identity and Editorial design for the city magazine.
Sardegna	Sardegna	Institucional		Identity for autonomous region of Italy and the second-largest island in the Mediterranean Sea.
Tru Trussardi	Trussardi	Multinacional		Identity for Italian fashion label.
Vivantes	Vivantes	Gran empresa		Identity for a group of hospitals in Berlin.
San Francisco Opera	San Francisco Opera	Institucional		Second largest opera company in North America.
Lbrary	The Robin Hood Foundation	Institucional		An effort to remodel or create ten new libraries in New York City public elementary schools initiated by the Robin Hood Foundation.
Squid Soap	Squid Soap	Gran empresa		Identity and packaging designed for hand soap.
7 World Trade Center	7 World Trade Center	Institucional	2006	Identity, environmental graphics and marketing materials for the first new tower to be constructed at ground zero in Lower Manhattan.
Eclipse	The Criterion Collection	Gran empresa		Lost, forgotten or overshadowed film classics from The Criterion Collection.
The Criterion Collection	The Criterion Collection	Gran empresa	2006	Identity and packaging system for the publisher of classic and contemporary films on DVD and Blu-ray.
Hafen Offenbach	Hafen Offenbach	Gran empresa		Property development project in Offenbach, Germany.
Sandelman Partners	Sandelman Partners	Institucional		Identity for a New York-based hedge fund.
VMS	VMS	Gran empresa		Software producers.
Nelson & Russell	Nelson & Russell	Gran empresa		Aromatherapy range for Nelson's, Europe's oldest manufacturer of homeopathic remedies.

Excellence Charter School	Uncommon Schools	Institucional		Identity and graphics for the charter school.
Piperlime	The Gap	Gran empresa		Online footwear and accessories retailer owned by the Gap.
Soko Aviation	Soko Aviation	Multinacional		Private jet charter company based in Madrid.
Sigmund Freud Foundation	Sigmund Freud Foundation	Institucional		Commemoration of the 150th anniversary of the birth of Sigmund Freud.
North8	North8	Gran empresa		Brand identity for North8 luxury residence in Brooklyn, NY.
Taffera Builders	Taffera Builders	Gran empresa		Homebuilders and craftsmen.
SophieLife	SophieLife	Mediana empresa		An online entity for the advancement of teen beauty, health and fashion.
Uncommon Schools	Uncommon Schools	Institucional		Not-for-profit organization that starts and manages charter schools for low-income children.
FdM:Arch	Francois de Menil	Mediana empresa		Identity for the architect based in New York.
Bridges	Judah L. Magnes Museum of Jewish Culture	Institucional		Capital campaign for the Judah L. Magnes Museum of Jewish Culture.
Fastball	Fastball	Mediana empresa		Rock band from Austin, Texas.
Summit Rock Advisors	Summit Rock Advisors	Institucional		Provides financial advice and portfolio management to a select number of families and foundations.
Tailor Missions	Tailor Missions	Institucional		Christian Missionary Group.
Park Avenue Armory and Drill Hall	Park Avenue Armory and Drill Hall	Institucional		Identity and collateral material for the non-profit organization that manages what was the Seventh Regiment Armory in New York City and the events that take place in the historic building.
The 505	The 505	Gran empresa		Identity for a luxury residence set in the heart of Hell's Kitchen, New York.
Matin Gallery	Matin Gallery	Institucional		Art and design gallery in Culver City, California.
450 Park Avenue	450 Park Avenue	Institucional		Iconic black granite office tower in Manhattan.
Zeckendorf Development	Zeckendorf Development	Gran empresa		Real estate development firm.
166 Perry Street		Gran empresa	2007	Campaign designed for a new luxury condominium designed by Hani Rashid and Lise Ann Couture at Asymptote Architecture.
The Dorchester Collection	The Dorchester Collection	Gran empresa		Identity design for a group of luxury hotels
Flatiron/23rd Street Partnership	Flatiron/23rd Street Partnership	Gran empresa		Identity for business improvement district in New York surrounding the intersection of Fifth Avenue, 23rd street and Broadway.
Krug	Krug	Gran empresa		Signature wine cooler and tray designed for one of the premier champagnes worldwide.
Maryland Institute College of Art	Maryland Institute College of Art	Institucional	2007	Identity for the art school located in Baltimore, Maryland.
P.O.V.	P.O.V.	Institucional	2007	Graphic identity for the award-winning documentary film series on PBS.
Seattle Art Museum	Seattle Art Museum	Institucional	2007	New identity and program of environmental graphics for the museum.
Vivo	Villeroy & Boch	Gran empresa	2007	New tableware brand called for the German porcelain company Villeroy & Boch.
Wilhelm von Humboldt Stiftung	Wilhelm von Humboldt Stiftung	Institucional	2007	Identity for a Berlin-based foundation that supports scientific research, education and the clinical application of therapies that revolve around the study of human sexuality.
Texas A&M Advance	Texas A&M Advance	Institucional		Research magazines for Texas A&M University.
Museum für Film und Fernsehen	Deutsche Kinemathek	Institucional	2009	Posters, invitations, publications, advertising and identity for the German film and television museum.
Oglethorpe University	Oglethorpe University	Institucional		Liberal arts college in Atlanta, Georgia.

Outward Bound Center for Peacebuilding	Outward Bound Center for Peacebuilding	Institucional		Identity for an educational initiative working in regions of conflict.
Pont-Aven School of Contemporary Art	Pont-Aven School of Contemporary Art	Institucional		Identity for the international fine arts institution located in the historic artists' colony of Pont-Aven, France.
Contemporary Jewish Museum	Contemporary Jewish Museum	Institucional		San Francisco museum that explores contemporary perspectives on Jewish culture, history, art and ideas.
459 West Eighteenth	459 West Eighteenth	Gran empresa		Identity and promotional book for New York City luxury residence designed by Della Valle Bernheimer.
Norton	Norton	Multinacional		Leader in anti-virus and other computer security software.
Oxelo	Oxelo	Multinacional		Roller-sports equipment brand for the Decathlon retail group.
Le Touessrok	Le Touessrok	Multinacional		Luxury resort in Mauritius.
Odic Force Magazine	Odic Force Magazine	Gran empresa		Publication about the arts in Austin, Texas.
Bulletin of the Atomic Scientists	Bulletin of the Atomic Scientists	Institucional	2007	"Doomsday clock" that conveys how close humanity is to destruction.
Almaty Financial District	Almaty Financial District	Gran empresa		International financial centre in Almaty, Kazakhstan.
The Philip Johnson Glass House	The Glass House	Institucional	2008	Philip Johnson's iconic residence in New Canaan, Connecticut, now part of the National Trust for Historic Preservation.
Walt Disney Family Foundation	Walt Disney Family Foundation	Institucional		Not-for-profit foundation that promotes education, writing and scholarship about Walt Disney.
Illa	Illa	Gran empresa		Packaging for a range of amenity products available in spas.
GOLLA	GOLLA	Multinacional		Producer of high-resolution transmission electron microscopes.
London Design Festival	London Design Festival	Institucional		Poster design for the festival.
UCLA Architecture and Urban Design	UCLA	Institucional		UCLA Architecture and Urban Design identity.
Emerald City Press	Emerald City Press	Mediana empresa		Coffee, news and flower shop in Austin, Texas.
Essenziale	Essenziale	Mediana empresa		Lingerie and swimwear boutique in Mayfair, London.
Columbus Salame	Columbus Salame Company	Gran empresa		Packaging designed for the San Francisco purveyor of delicatessen meats and other prepared foods.
Della Valle Bernheimer	Della Valle Bernheimer	Institucional		Identity created for one of America's emerging star architecture firms specializing in commercial, public, furniture and art projects.
BASE MK	BASE MK	Gran empresa		Real estate development firm.
Ruby Tuesday	Ruby Tuesday	Mediana empresa	2007	Identity and packaging for the casual dining chain.
Byzantine Fresco Chapel Museum	Byzantine Fresco Chapel Museum	Institucional		Identity the museum located in Houston, Texas.
CaliDerma	CaliDerma	Gran empresa		Pharmaceutical-grade line of skincare products.
100% Design	Reed Exhibitions	Gran empresa	2007	Identity, brochures and print advertising for the UK's largest annual design trade show.
EAT	EAT	Gran empresa	2007	Graphic identity for the company's new range of seasonal food as part of a wider-reaching brand evolution strategy.
Circular 15	Circular	Institucional	2007	The fifteenth issue of the magazine of the Typographic Circle, a graphics and typography association based in the UK.
Battersea Pie Station	Battersea Pie Station	Mediana empresa		Café specializing in classic London pie and mash.
L.L. Bean	L.L. Bean	Gran empresa		American apparel and outdoor equipment retailer for more than 95 years.

Curated.	Curated. Design	Gran empresa		Identity designed for an interior design studio based in New York and Los Angeles.
Worldwide Palliative Care Alliance	Worldwide Palliative Care Alliance	Institucional		A global action network that seeks to improve care at the end of life.
Brandspanking	Brandspanking	Gran empresa		Producer of branded audio and video content for podcasts, mobile phones, video-on-demand and other similar media.
Launchpad	Science Museum London	Institucional		Interactive gallery for children in London's Science Museum.
Butcher and Singer	Butcher and Singer	Mediana empresa		Steaks and chops restaurant located in Philadelphia, PA.
Rebecca Hossack Gallery	Rebecca Hossack Gallery	Institucional		Gallery of contemporary art.
BDNA	BDNA	Gran empresa		IT asset management company.
Stanhope	Stanhope	Gran empresa		UK property developers.
Lower East Side Tenement Museum	Lower East Side Tenement Museum	Institucional		Identity for a New York museum that focuses on America's urban immigrant history.
Matter	Matter	Mediana empresa		London's largest nightclub.
ViaGen	ViaGen	Gran empresa		Livestock gene banking and cloning services.
University of Michigan Museum of Art	University of Michigan	Institucional		Houses one of the finest university art collections in America.
PJ Madison's	PJ Madison's	Mediana empresa		Packaging design for ice cream company.
AkzoNobel	AkzoNobel	Multinacional	2008	Brand architecture for one of the world's biggest industrial companies.
Ambigram	Ambigram	Mediana empresa	2008	Identity for an advertising agency in Greece.
Art In Transit	Cass Art	Gran empresa	2008	New tote bag design for Cass Art.
Luckyfish	Luckyfish	Mediana empresa	2008	Identity for a new sushi restaurant in Beverly Hills by Innovative Dining, the Los Angeles-based restaurant group that also operates the popular Sushi Roku, BOA Steakhouse and Katana.
Macaulay Honors College	William E. Macaulay Honors College at The City University of New York	Institucional		Identity and print design for CUNY's undergraduate program for elite students.
Spark Awards	Spark Awards	Mediana empresa	2008	Identity and communications program for the second annual SparkAwards.
The Hub	Witness	Institucional	2008	Identity for the world's first participatory media site focused on the protection of human rights, providing a network for users to upload, share and discuss videos, photos and audio.
New York City Ballet	The New York City Ballet	Institucional	2008	New identity and promotional campaign for one of the largest and most prominent dance companies in the world.
United States Holocaust Memorial Museum	United States Holocaust Memorial Museum	Institucional		Identity for America's national institution dedicated to the documentation, study and interpretation of Holocaust history.
World Science Festival	World Science Festival	Institucional	2008	Logo for the first annual World Science Festival that opened in New York.
Philadelphia Orchestra	Philadelphia Orchestra	Institucional	2008	Resident orchestra at the Kimmel Center for the performing Arts.
Grant Thornton	Grant Thornton	Gran empresa	2008	Identity system for a major global organisation of accounting and consulting firms with member and correspondent firms in over 100 countries worldwide.
Sorg Architects	Sorg Architects	Gran empresa		Identity for an architectural firm.
Next 25	Next 25	Gran empresa		25th anniversary mark for one of the UK's largest clothing retailers.

The Friends of Normand Park	The Friends of Normand Park	Institucional		Association for the redevelopment of a public park in south-west London.
Yale School of Management	Yale University	Institucional		Yale University's graduate school of business.
Black Box Theater	The Maryland Institute College of Art	Institucional		Theater at the Maryland Institute College of Art, Baltimore.
836 Bergen	836 Bergen	Gran empresa		Identity for a Brooklyn-based condominium residence.
Building One at Atlantic Yards	Building One at Atlantic Yards	Gran empresa		Proposed Frank Gehry-designed building in Brooklyn, New York.
Thomas Moran Trust	Thomas Moran Trust	Institucional		Dedicated to the preservation of the artist's Long Island studio and house.
City University of New York	City University of New York	Institucional		Identity for America's largest urban public university.
Genesis Partners	Genesis Partners	Institucional		Identity for a real estate development partnership that is focused on enhancing urban communities through developing, rehabilitating, and investing in multi-family residential and mixed-use buildings.
Outset	Outset	Institucional		Charitable foundation supporting the visual arts.
Popeyes	Popeyes	Gran empresa	2008	Redesign of fast-food chain's identity.
CultureBus	San Francisco Municipal Transportation Agency	Institucional	2008	Identity for an initiative from the San Francisco Municipal Transportation Agency to provide locals and visitors with easy, economical and eco-friendly bus service from downtown to Golden Gate Park with stops at many of San Francisco's cultural institutions.
Black and White Ball	San Francisco Symphony	Institucional	2008	Identity and promotional material for the San Francisco Symphony's biannual fundraising ball.
JET	JET	Mediana empresa		Identity for Jewelry, Ethics and Trust.
MillerCoors	MillerCoors	Mediana empresa	2008	Identity for the new joint venture between brewing giants SABMiller and Molson Coors for the U.S. market.
Pipera City	Pipera City	Mediana empresa		Retail, leisure, business and residential development in Bucharest, Romania.
TimesTalks	New York Times	Multinacional		Discussions between people of note and New York Times journalists and editors.
Bobby's Burger Palace	Bobby's Burger Palace	Gran empresa	2008	Identity for celebrity chef Bobby Flay's Long Island burger joint.
Columbia Business School	Columbia University	Institucional	2008	Graduate school of business at Columbia University.
92nd Street Y	92nd Street Y	Institucional		New York cultural and community centre.
Green Canteen	Green Canteen	Pequena empresa		Brooklyn restaurant that offers locally sourced and environmentally friendly dishes.
The Atlantic	The Atlantic	Gran empresa	2008	Redesign of 151-year old general interest magazine.
California Academy of Sciences	California Academy of Sciences	Institucional	2008	Identity and environmental graphics for the academy and their innovative new "green" building by architect Renzo Piano.
I Teach NYC	The New York City Department of Education	Institucional		Recruitment initiative for the New York City Department of Education.
Tragon	Tragon	Gran empresa		Marketing research and consulting firm specializing in sensory evaluation.
Profile Partners	Profile Partners	Gran empresa		Media rights consultant for sporting associations, leagues and clubs.
New York Photo Festival	New York Photo Festival	Institucional	2008	Identity for the inaugural photo festival.
Intimacy	Intimacy	Mediana empresa	2009	Identity for high-end intimate apparel store.
OLIN	OLIN	Gran empresa	2009	Identity for the landscape architecture, urban design and planning firm based in Philadelphia.
Rumble	UCLA Architecture & Urban Design	Institucional		Magazine created for UCLA Architecture & Urban Design's two day exposition that celebrates all the projects, research and arguments generated throughout the school year.
The Oak Room	Plaza Hotel	Gran empresa	2009	Identity for the bar located in the Plaza Hotel in New York City.

Five Franklin Place	Five Franklin Place	Gran empresa	2009	Marketing materials and sales center environmental graphics for the innovative 20-story tower.
Lextra	Cornelsen	Gran empresa	2009	Identity for a brand of foreign language instruction and dictionaries.
The Cathedral Church of Saint John the Divine	The Cathedral Church of Saint John the Divine	Institucional	2009	Identity of Manhattan's Cathedral.
Society for Environmental Graphic Design	Society for Environmental Graphic Design	Institucional		The global community of people working at the intersection of communication design and the built environment.
Anish Kapoor at the Royal Academy of Arts	Royal Academy of Arts	Institucional	2009	Visual identity for the exhibition on the Turner Prize-winning sculptor, known for his monumental public sculptures in cities around the world, including posters, banners and other collateral.
Denk mal an Berlin	Denk mal an Berlin e.V.	Institucional	2009	New identity for this organization created to maintain and restore historical monuments in Berlin.
Free the Word	Free the Word	Institucional	2009	Identity for this festival of world literature.
Howcast	Howcast	Gran empresa	2009	Identity design for the popular how-to video site.
Montpellier Plantation	Montpellier Plantation	Mediana empresa	2009	Identity for a boutique hotel in a restored sugar plantation on the island of Nevis.
The Romeo Hotel	The Romeo Hotel	Gran empresa	2009	Identity for a luxury hotel located in Naples, the first of a chain being developed by a Neapolitan family-owned company.
Big Lex	Lexington Convention and Visitors Bureau	Institucional	2009	Identity for the city of Lexington, Kentucky – the Horse Capital of World – that features a graphic mascot, a giant blue horse named Big Lex.
WNET	WNET	Institucional		New York's public television stations, THIRTEEN and WLIV21, rebranded under a new umbrella identity.
New York Philharmonic	New York Philharmonic	Institucional	2009	Identity for the oldest symphony orchestra in the United States, one of the constituent organizations of New York's Lincoln Center for the Performing Arts.
Indianapolis Museum of Art	Indianapolis Museum of Art	Institucional		One of the oldest and largest art museums in the United States.
Cornell Lab of Ornithology	Cornell University	Institucional	2009	Identity based on the work of wildlife artist Charley Harper for an institute whose mission is to interpret and conserve the earth's biodiversity.
President Lincoln's Cottage	President Lincoln's Cottage at the Soldiers' Home	Institucional	2009	Historic home of President Lincoln near Washington, DC.
The White House Historical Association	The White House Historical Association	Institucional	2009	New identity for the organization charged with tending to the historic residence.
Littl	Littl	Gran empresa	2009	Identity for a webbook designed for the home.
Fort Worth Museum of Science and History	Fort Worth Museum of Science and History	Institucional	2009	Identity designed for a science and history museum that caters towards children.
3 at Saks Fifth Avenue	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2009	Identity for Saks' third floor, home of its designer collections.
Bard Graduate Center	Bard Graduate Center: Decorative Arts, Design History, Material Culture	Institucional	2009	Identity for the Manhattan-based academic institution dedicated to the study of the applied arts.
House of Cards	Shelter and Leo Burnett London	Institucional	2009	A UK charity that works to alleviate the distress caused by homelessness and bad housing.
JWT View	JWT	Gran empresa		Proprietary data visualization application created for advertising agency JWT.
Urban Green Council	U.S. Green Building Council New York	Institucional	2009	New name and a new graphic identity for the largest chapter of the U.S. Green Building Council.
Bausch + Lomb	Bausch + Lomb	Multinacional	2010	Identity for one of the biggest healthcare brands in the world.

The Baffler	The Baffler	Gran empresa		Editorial design for the magazine of cultural, political and business criticism.
The Baffler	The Baffler	Gran empresa		Identity for the magazine of cultural, political and business criticism.
Corridor	Corridor	Institucional		Urban real estate development firm.
North Carolina Museum of Art	North Carolina Museum of Art	Institucional	2010	New identity inspired by the architecture of NCMA.
The Original Soupman	The Original Soupman	Mediana empresa		A well-known soup restaurant in Midtown Manhattan.
Little Tokyo	Little Tokyo	Mediana empresa		Identity and packaging designed for a Japanese restaurant.
Corigin	Corigin	Gran empresa		Urban planning and investment firm.
Budgens	Musgrave Retail Partners GB	Gran empresa	2010	Redesign of own-brand ranges for Budgens and Londis stores.
PLP Architecture	PLP Architecture	Gran empresa	2010	An identity for a newly formed London-based architecture firm.
Columbia Commons	Columbia Commons	Gran empresa		Identity for a residential real estate development in Brooklyn, New York.
Stanmore Implants	Stanmore Implants	Multinacional	2010	Complete branding exercise for this skeletal repair systems and implants company, including identity and marketing collateral, such as exhibitions, literature, packaging and the website.
Summerill & Bishop	Summerill & Bishop	Mediana empresa	2010	Identity for a special and distinctive kitchen shop that specializes in hand-crafted earthenware, glassware and natural home products.
Kanuhura Resort	Kanuhura Resort	Gran empresa	2010	Brand identity for a luxury resort on a remote atoll in the Maldives.
New Practice New York Committee	AIA	Institucional		An open-invitation, volunteer committee for new and evolving models of architecture and design practice.
Mind The Gap	Prism Gallery	Institucional		Identity and invitation design for the exhibition.
Scripps College	Scripps College	Institucional	2010	Insignia for the inauguration of the eighth president of the women's college in Claremont, California.
Come As You Are	Prism Gallery	Institucional		Identity and invitation design for exhibition.
Context out of Context	Context out of Context	Institucional		Identity and billboards for the urban intervention project that investigates the notion of "local" and culturally-signifying elements of Beijing, New York, and London.
Mothercare	Mothercare	Gran empresa	2010	Brand identity and packaging design for the UK retailer of products for maternity care, mothers-to-be and small children.
Overtime	Prism Gallery	Institucional		Identity and invitation design for exhibition.
ChinaMax	ChinaMax	Mediana empresa		Identity and packaging for a restaurant.
C. Chauchat	C. Chauchat	Gran empresa		Identity for an avant-garde necktie line based in New York.
MPA	The Association of Magazine Media	Institucional	2010	Identity for the industry association for multi-platform magazine companies.
Saks Think About... Campaign	Saks Fifth Ave	Gran empresa	2010	Campaign for the iconic retailer that playfully suggests that shoppers consider new ways to play with their personal style via various items found at Saks.
88 Morningside	88 Morningside	Gran empresa		Promotional brochure for the luxury residential development at 88 Morningside in New York City.
Biotrue	Bausch + Lomb	Gran empresa	2010	Identity and packaging that establishes the product as a unique new concept in lens care.
The Surreal House	The Surreal House	Institucional	2010	Identity and graphics for an exhibition that examined the relationship between Surrealism and architecture.
Cass Art Hampstead	Cass Art	Gran empresa	2010	Interior design for the fifth store for the company.
Southeastern Center for Contemporary Art	Southeastern Center for Contemporary Art	Institucional	2010	Redesign of art center located in Winston-Salem, North Carolina.
Fashion Law Institute	Fashion Law Institute	Institucional	2010	Identity for the institute graphically fashions a gavel from a needle and spool of thread.

New York University Abu Dhabi	New York University	Institucional	2010	Identity for NYU's new campus in Abu Dhabi, as well as a wide range of material to support NYUAD's activities.
London Design Festival 2010	London Design Festival	Institucional	2010	New visual identity ensuring that the Festival brand has visibility across all of its disparate elements.
Fashion Fringe	Fashion Fringe	Institucional	2010	Identity and graphics for this fashion competition.
Biosphere Connections	Star Alliance Network	Institucional	2010	Logo for organization which aims to promote the conservation of biodiversity and the sustainable use of natural resources.
MPA	MPA – The Association of Magazine Media	Institucional	2010	Identity for the industry association for multi-platform magazine companies.
Art Directors Club Hall of Fame Gala	Art Directors Club	Institucional	2010	Graphic identity for ADC Hall of Fame gala, exhibition and "Festival of Fame" speaker series.
Wirelessly Protected	Telguard	Gran empresa		Cellular security alarm solution.
Telguard	Telguard	Gran empresa		Alarm communication solutions firm.
National Museums Liverpool	Museum of Liverpool	Institucional	2010	Brand identity for the National Museums Liverpool group.
I'm Going to Saks	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2010	Identity and packaging for a promotional campaign for the New York retailer.
Big Ten	Big Ten	Institucional	2010	Identity for the U.S.' oldest and largest Division I college athletic association.
New World Symphony	New World Symphony	Institucional		Identity for the Miami orchestral academy founded by Michael Tilson Thomas, launched to coincide with the Symphony's new campus designed by Frank Gehry.
Museum of Chinese in America	Museum of Chinese in America	Institucional	2011	Museum dedicated to presenting the history, heritage, culture and diverse experiences of people of Chinese descent in the United States.
BankUnited	BankUnited	Multinacional	2011	Identity for a bank with more than 80 branch locations in 13 Florida counties.
Modern British Sculpture	The Royal Academy	Institucional	2010	Identity for the academy's exhibition that examines 20th-century British sculpture and features work from the likes of Barbara Hepworth and Damien Hirst.
Teach for America	Teach for America	Institucional		
Lucy Peel, Naturopath	Lucy Peel	Mediana empresa	2011	Identity for a naturopathic therapist based in London.
RSA	RSA	Institucional		Identity for the Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce (RSA).
World Book Night	World Book Night	Institucional	2011	Brand identity and covers for World Book Night 2011.
St. Petersburg/Clearwater	St. Petersburg/Clearwater Area Convention & Visitors Bureau	Institucional	2011	Promotional identity for the cities of St. Petersburg and Clearwater in Florida.
Tess Giberson	Tess Giberson	Gran empresa		Lookbooks and invitations for the fashion designer.
Two Heavens Creation	Two Heavens Creation	Institucional	2011	Identity for an Austrian-Chinese partnership in the field of culture, entertainment and the performing arts.
Flash:Light		Institucional		Identity system and site-specific promotional animation for the free public arts festival in New York City.
NYC Parks	New York City Department of Parks and Recreation	Institucional	2011	Identity and signage program for one of the world's largest urban park systems.
AIA Design Revolution	American Institute of Architects	Institucional	2011	Identity for the AIA 2011 National Convention and Design Exposition in New Orleans.
Mein Baum für Berlin	Mein Baum für Berlin	Institucional	2011	Identity of an initiative of the city of Berlin that encourages citizens to sponsor the planting of new trees.
Daishin Securities	Daishin Securities Co.	Gran empresa	2011	Brand strategy, symbol and core identity for the Korean financial investment company.
Change for Kids	Change for Kids	Institucional	2011	Dedicated to empowering students, the educational charity partners with New York City schools to help give underserved students the resources they need to succeed.

Drake's	Drake's	Mediana empresa	2011	Branding for the gentlemen's outfitters' first shop located on Clifford Street in London.
Maudie's	Maudie's	Mediana empresa	2011	Identity for a Tex-Mex restaurant located in Austin, TX.
Yale Tomorrow	Yale Tomorrow	Institucional	2011	Identity and communications for the most ambitious fundraising drive in Yale's history, a comprehensive five-year capital campaign that raised \$3.88 billion.
The Barnes Foundation	The Barnes Foundation	Institucional	2011	Comprehensive new identity program for one of the world's most important art collections, set to reopen in a new museum in downtown Philadelphia in 2012.
London Design Festival 2011	London Design Festival	Institucional	2011	The Festival's identity which, this year, takes as its inspiration the phrase 'Design from all angles'.
Archtober	Center for Architecture and the American Institute of Architects New York Chapter	Institucional	2011	Identity and graphics for the first-ever month-long festival of architecture and design in New York City.
1882	Emily Johnson	Gran empresa	2011	Identity and packaging for the work of ceramicist and designer Emily Johnson.
Type Directors Club	Type Directors Club	Institucional	2011	Graphic program for TDC 58, this year's edition of the international typographic design competition.
Texas Book Festival	Texas Book Festival	Institucional	2011	Multi-faceted promotional campaign for the 2011 edition of the annual event, which celebrates books by authors from around the world and raises money for Texas libraries.
Design Management Institute	Design Management Institute	Institucional	2011	Identity for the Institute's 2011 conference, "Design at Scale: Building a Rigorous Ecosystem."
Telematik Solution	Telematik Solution	Gran empresa	2011	Logo for the German start-up consultancy company that specializes in the integration of telecommunications and informatics.
University of Southern California	University of Southern California	Institucional	2011	Identity system for California's oldest private research university.
National Academy	National Academy Museum and School	Institucional	2011	Identity and environmental graphics program for the Academy, the only institution of its kind to integrate a museum, art school and honorary association.
Ambush 02	Ambush 02	Gran empresa		High end fashion boutique in Singapore.
Sundance Film Festival	Sundance Film Festival	Institucional	2012	Campaign and graphic identity for this year's festival, organized around the theme "Look Again."
David Hockney	Royal Academy of Arts	Institucional	2012	Identity for "David Hockney RA: A Bigger Picture."
Lucy's Fried Chicken	Lucy's Fried Chicken	Mediana empresa		Logo, identity, menus, T-shirts, website and neon sign for the new Austin restaurant and bar.
Berlinale Retrospective	Deutsche Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen	Institucional	2012	Graphics for the Retrospective
Poetry Magazine	Poetry Magazine	Gran empresa	2012	Reinterpretation of the magazine's iconic Pegasus logo for the March 2012 edition, "The Translation Issue."
John Lewis Design Collective	John Lewis	Gran empresa	2012	Identity for the collective that showcases the best design talent from the UK and beyond, and highlights John Lewis's commitment to sourcing the highest quality of design for its customers.
Grand Central	Grand Central Terminal	Institucional	2012	New logo for the Terminal that launched in conjunction with their 100th anniversary.
Airlines for America	Airlines for America	Institucional		New name and identity for the organization formerly known as the Air Transport Association, the first and only trade association of the principal U.S. airlines.
Mohawk	Mohawk Paper	Multinacional	2012	Identity redesign for the well-known paper company.
Luxembourg Philharmonic Orchestra	Luxembourg Philharmonic Orchestra	Institucional	2012	Identity re-design for the Orchestra located in the northeastern part of Luxembourg City.
AIGA "Bright Lights! Big City" Awards	American Institute of Graphic Arts	Institucional	2012	Theme and collateral for the annual national AIGA Medalist gala.

Top of the Rock	Rockefeller Center	Institucional	2012	Advertising campaign and graphic program for the observation deck at the top of 30 Rockefeller Center, the landmark 70-story skyscraper in New York.
The Apollo Theater	The Apollo Theater	Institucional		Brand identity, messaging and campaign for the iconic theater's Spring Gala.
Science Friday	Science Friday	Institucional	2012	Identity design for the weekly call-in talk show that is part of NPR's "Talk of the Nation" radio programming.
Nuts.com	Nuts.com	Gran empresa	2012	New identity and packaging for the online retailer of nuts, dried fruit, snacks, chocolate, coffee and tea.
15 Years of Star Alliance	Star Alliance	Institucional	2012	A special mark for the 15th anniversary of the world's leading global airline network.
Perot Museum of Nature and Science	Perot Museum of Nature and Science	Institucional	2012	New identity uses a pair of distinctive red brackets in place of the letter "O" in the name Perot as a frame where a wide range of iconography can move in and out of the logotype over time.
Philbrook Museum of Art	Philbrook Museum of Art	Institucional	2012	New identity to coincide with the expansion of the Tulsa, Oklahoma-based art museum.
Build America Mutual		Institucional		Identity for the first mutual bond insurer exclusively serving the municipal market.
Cohen Media Group	Cohen Media Group	Gran empresa	2012	Identity and branding for the theatrical production and distribution company specializing in independent and foreign language films.
Look	NYC Department of Transportation	Institucional		Symbol and campaign to remind pedestrians and drivers to look before entering crosswalks and intersections.
London Design Festival 2012	London Design Festival	Institucional	2012	Visual identity and promotional materials for one of the biggest events in the design industry.
The Public Theater	The Public Theater	Institucional	2012	institutional campaign for the Public that celebrates its status as a theater for the "public."
FIT Athletics	Fashion Institute of Technology	Institucional	2012	New athletic identity for the New York fashion school.
Archtober 2012	Center for Architecture and the American Institute of Architects New York Chapter	Institucional	2012	Identity and graphics for the second annual month-long festival of architecture and design in New York City.
World Chess	World Chess	Institucional	2012	Identity, promotional campaign and game environment for the redesigned World Chess organization.
Global Design Forum	London Design Festival	Institucional	2012	Identity and materials for the Global Design Forum, a highlight of the 2012 London Design Festival.
HealGel	HealGel	Gran empresa	2012	Identity and packaging for a range of high-quality skin care products.
House by John Lewis	John Lewis	Gran empresa	2012	Identity for a new product range by one of the UK's largest department stores.
Here	Here	Multinacional		New identity and brand for Nokia's map and location service.
Republic Records	Republic Records	Multinacional	2012	Brand identity for the popular record label formerly known as Universal Republic Records.
Tiffany & Co.	Tiffany & Co.	Multinacional		Logotype and packaging makeover for the quintessential luxury retailer.
Landmark	Hongkong Land	Gran empresa		New identity for the luxury shopping destination in Hong Kong.
Victoria & Albert Museum	Victoria & Albert Museum	Institucional		Graphic identity for the British national museum of applied art and design.
The Barnes Foundation	The Barnes Foundation	Institucional	2013	Identity, environmental graphics, and website for the new art museum in downtown Philadelphia.
Hot Bread Kitchen		Pequeña empresa	2012	Brand identity and packaging for the innovative, non-profit bakery.
Art Institute of Chicago	Art Institute of Chicago	Institucional	2009	Identity for the museum as well as a comprehensive program of interior and exterior environmental graphics.
Billboard	Billboard	Multinacional	2013	Brand identity and design for the influential music magazine.
Sundance 2013	Sundance Film Festival	Institucional	2013	Campaign and graphic identity for this year's film festival.
Windows 8	Microsoft	Multinacional	2012	Identity for the new Microsoft Windows 8 operating system.

Data visualizations	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Perspecta	Perspecta	Gran empresa		Custom software designed for dynamically visualizing, organizing and navigating large sets of unstructured digital documents such as technology news articles.
The Millennium Project	MIT Media Lab	Gran empresa		A custom software database visualization of people, significant events, and artifacts from the early twentieth century.
Financial Viewpoints	MIT Media Lab	Gran empresa		Data visualization using point-of-view to enable understanding of information.
Pennsylvania Station Redevelopment	Skidmore, Owings & Merrill LLP	Institucional		Dynamic signage and environmental graphics designed for a proposal to transform the staid post office building into a center of modern transportation.
Walker Art Center	Walker Art Center	Institucional		Dynamic media display for the exterior of the museum's new extension by Herzog & de Meuron.
Bloomberg L.P.	Bloomberg	Multinacional		Environmental graphics and data visualization for the building of the financial company located on the east side of Midtown Manhattan.
GE	General Electric	Multinacional	2010	Interactive data visualization that helps consumers calculate their household energy needs.
GE Capital, Americas	General Electric Capital, Americas	Multinacional	2010	Interactive data visualization that measures mid-market CFO confidence in the economic recovery.

Environmental graphics	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
London Docklands	London Docklands Development Corporation	Institucional		Identity and environmental graphics designed for an organization charged with stimulating the regeneration of the east London area of Docklands including the abandoned docks and wharfs of the historic Isle of Dogs.
Stockley Park	Stockley Park	Institucional		Signage system for a business park and public recreation area in London.
Victoria & Albert Museum	Victoria & Albert Museum	Institucional		Identity and environmental graphics for the British national museum of applied art and design.
Children's Museum of Manhattan	Children's Museum of Manhattan	Institucional		Exhibition graphics for Manhattan's only museum exclusively for children.
Alphabet Gates	Private	Cliente privado		A pair of metal gates, two and a half meters high, which front the entrance to the designer's house
Zoological Society of Houston	Houston Zoo	Institucional		An overall corporate image program for Houston Zoo.
Stansted Airport	British Airports Authority	Institucional		Signage system for London's third international airport.
Octagon Park	Roosevelt Island Operating Corporation	Institucional		A 15-acre public recreation area at the Island's north end.
Society Tower	Society Tower	Gran empresa		Complete signage program for the tower and an adjacent Marriott Hotel in Cleveland, Ohio.
Celebration, Florida	Celebration	Institucional		An evocative municipal seal, comprehensive public and retail signage, and a surprising sales center lend an old-fashioned air to a 4,900-acre contemporary planned community near Orlando, Florida.
Minnesota Children's Museum	Minnesota Children's Museum	Institucional		Identity and environmental graphics for the children's museum in St. Paul.
Brooklyn Academy of Music	Brooklyn Academy of Music	Institucional		Environmental graphics designed for the premier venue for avant garde, cross-disciplinary music, dance, theatre and art performances, located in Brooklyn, New York.
American Museum of Natural History	American Museum of Natural History	Institucional		Identity and environmental graphics for one of New York City's premier public institutions on Central Park West.
Champion Sportswear	Champion Sportswear	Multinacional		Environmental graphics for a classic American sportswear manufacturer.
Granada Stafford Service Station	Granada Hospitality	Gran empresa		Identity and environmental graphics for Britain's leading motorway service station operator.
Showcenter Haedo	Showcenter Haedo	Gran empresa		Identity designed for the 10-city-block-long entertainment complex in Buenos Aires, Argentina.
Hotel Hankyu International	Hankyu International	Institucional		Graphic identity program designed for one of Japan's leading railway companies active in the real estate, retailing, and leisure industries.
Asia Society	Asia Society	Institucional		US organization fostering the understanding of Asia and the Pacific.
Fuji Television Network	Fuji	Multinacional		Identification and wayfinding signage design for the headquarters of Fuji Television Network.
Brooklyn Museum of Art	Brooklyn Museum of Art	Institucional		A hoarding for the construction site of entrance renovation on the museum's main façade.
National Museums of Scotland: Royal Museum	National Museums of Scotland	Institucional		Identity and environmental graphics for the Scottish museum of international artifacts.

King's College London	King's College	Institucional		Design of interior signage for King's College in London.
Sony Metreon	Sony	Multinacional		Environmental graphics designed for the shopping center located in downtown San Francisco at the corner of 4th Street and Mission Street.
Alliance for Downtown New York	Alliance for Downtown New York	Institucional		Regulatory, retail and wayfinding signage redesigned for the Business Improvement District, an initiative to revitalize the commerce of lower Manhattan.
P.S. 42	The Robinhood Foundation	Institucional		Environmental graphics in a school library remodeled by Weiss Manfredi Architects as part of the Library initiative.
770 Broadway	Vornado Realty Trust	Institucional		Entry signage and environmental graphics for the historic Wanamaker Building in New York's East Village.
American Express	American Express	Multinacional		Promotional banners for a diversified global financial services company.
Snatches	Laura Strausfeld	Gran empresa		Set design and projections for the off-Broadway play "Snatches," a docu-comedy by Laura Strausfeld based on the recorded conversations between Monica Lewinsky and Linda Tripp.
New 42nd Street Studios	New 42nd Street	Institucional		Identity and environmental graphics designed for the non-profit group dedicated to the restoration and reuse of seven historic theaters and playhouses on West 42nd Street in lower Times Square.
American Folk Art Museum	American Folk Art Museum	Institucional		Identity and environmental graphics for the New York museum of traditional folk art and art by contemporary self-taught artists from the United States and abroad.
Rose Center for Earth and Space	American Museum of Natural History	Institucional		Identification, donor, and wayfinding signage for the center dedicated to earth and space science at the American Museum of Natural History.
AMNH Lunchroom	American Museum of Natural History	Institucional		In collaboration with Rose Center designers Polshek Partnership Architects, the designers created an inexpensive solution that both reflects the exuberance of the schoolchildren and reinforces the graphic identity of the museum.
World Financial Center	World Financial Center	Institucional		Wayfinding and identification signage program for the office building in Lower Manhattan.
Halfords	Halfords	Gran empresa		Environmental graphics for a retailer of bicycles, car care products, parts and accessories.
United Airlines Hangar	United Airlines	Multinacional		A graphic façade designed for the airline's aircraft hangers at the Logan International Airport in Boston.
New Jersey Performing Arts Center	New Jersey Performing Arts Center	Institucional		Signage and environmental graphics for the Lucent Technologies Center for Arts Education, a school affiliated with NJPAC.
Detroit Symphony Orchestra	Detroit Symphony Orchestra	Institucional		Environmental graphics for the performing arts organization and landmark Orchestra Hall.
The Folio Show	Folio Magazine	Gran empresa		The premiere conference and exposition for the magazine industry held at Hilton hotel in New York City.
New York University Wagner School of Public Service	Robert F. Wagner Graduate School of Public Service, New York University	Institucional		Signage and environmental graphics for the school devoted to government and public service.
Barnes & Noble	Barnes & Noble	Gran empresa		Environmental graphics and signage for the national bookseller

Al Hirschfeld Theater Marquee	Al Hirschfeld Theater	Institucional		Dynamic signage on the marquee of a Broadway theatre located at 302 West 45th Street in midtown-Manhattan.
iHelp	Newark International Airport	Institucional		Identity for the customer service program at the Newark International Airport.
Dallas Museum of Art	Dallas Museum of Art	Institucional		Art museum in Dallas, Texas.
Kaufman Center	Kaufman Center	Institucional		Identity for a concert hall and musical arts school in Manhattan.
One&Only Resorts	One&Only Resorts	Gran empresa		Environmental graphics designed for the international five-star luxury resort brand.
Modern Art Museum of Fort Worth	Modern Art Museum of Fort Worth	Institucional		Tadao Ando-designed museum that collects and presents contemporary art.
Ground Zero Viewing Wall	World Trade Center	Institucional		Temporary installation of memorial and historical information panels at former site of the World Trade Center.
Symphony Space	Symphony Space	Institucional		Identity, signage and environmental graphics for the theater and performing arts space located on Manhattan's Upper West Side.
Museum of Sex	Museum of Sex	Institucional		Identity for the museum dedicated to the history and cultural significance of human sexuality.
General Dynamics	General Dynamics	Multinacional		Signage and corporate displays for the Falls Church, Virginia, headquarters of General Dynamics, a defense and information systems company.
Inside Design Now	Cooper-Hewitt National Design Museum	Institucional		Exhibition book featuring eighty emerging and established designers and trends in architecture, interiors, landscape, fashion, graphics, and new media.
Dana Centre	Science Museum London	Institucional		Typographic environment created for an educational centre with a mission to facilitate conversation about science, technology and culture.
Lever House	Lever House	Gran empresa		Comprehensive signage program for a refurbishment of the landmark 1952 New York office building.
Salt Lake City Public Library	Salt Lake City Public Library	Institucional		Signage program, information system and institutional identity for the city's new Main Library building.
New York Botanical Garden	New York Botanical Garden	Institucional		Environmental graphics for the 250-acre garden and research facility featuring the largest Victorian-era glasshouse in America.
Murray's Cheese	Murray's Cheese	Gran empresa		Identity program and packaging for the renowned Village cheese shop.
Children's Museum of Pittsburgh	Children's Museum of Pittsburgh	Institucional	2005	Environmental graphics for the children's museum in Pennsylvania.
World Trade Center PATH Station	Port Authority of New York and New Jersey	Institucional		Environmental graphics and wayfinding for the Port Authority's temporary rail station at the World Trade Center site, a stopgap until the new transportation center is completed in 2012.
623 Fifth Avenue	Cohen Brothers Realty Corporation	Gran empresa		Identity and entry signage for a 36-story limestone-clad office building in Midtown Manhattan.
Shake Shack	Shake Shack	Gran empresa		Brand identity, packaging and environmental graphics for the popular burger chain.
Noguchi Museum	The Isamu Noguchi Foundation and Garden Museum	Institucional		Environmental graphics and signage for the museum and educational center devoted to the artist and his work.
Jazz at Lincoln Center	Lincoln Center	Institucional		Environmental Graphics for the cultural institution dedicated to Jazz performances, archives and educational programing.

Canyon of Heroes	Alliance for Downtown New York	Institucional		Markers to commemorate the over 200 ticker-tape parades that have been held along New York's Lower Broadway, part of the streetscape signage for Lower Manhattan.
Walker Art Center	Walker Art Center	Institucional		Dynamic media display for the exterior of the museum's new extension by Herzog & de Meuron.
August Wilson Theater Marquee	August Wilson Theater	Mediana empresa		Signage on the marquee of a Broadway theater located at 245 West 52nd Street in New York City.
Target	Target	Gran empresa		Promotional campaign for Target's "Prefabulous Studios Open House", a four-day event in New York City.
Wave Hill	Wave Hill	Institucional		Identity and environmental graphics for the botanical gardens.
Lost Worlds Exhibition, Doha, Qatar	Natural History Museum	Institucional		An exhibition of rare and extinct natural history artifacts in the collection of Sheikh Saud of Qatar, curated by the Natural History Museum, London.
Brown University	Brown University	Institucional		Environmental graphics and signage for the campus.
1801 K Street	Somerset Partners	Mediana empresa		Office building in Washington, D.C.
The Charm Bracelet	Children's Museum of Pittsburg	Institucional		Rotating graphics and art installations for multiple underpasses in Pittsburg, PA's northside.
Jamaica Jazz	Port Authority of New York & New Jersey	Institucional		Jazz legends display in the Jamaica Airtran station in Jamaica, Queens.
Origin	The Crafts Council	Institucional		Identity and environmental graphics for the Craft Council October Fair at Somerset House.
Building the Times	Forest City Ratner Companies / The New York Times	Institucional	2006	Environmental graphics featuring a series of photographs documenting the construction of the New York Times building, taken by celebrity photographer Annie Leibovitz.
Morgan Library & Museum	Morgan Library & Museum	Institucional	2006	Identity, environmental graphics and signage for the New York institution housed in the historic Pierpont Morgan Library and a recent expansion by celebrated architect Renzo Piano.
Boudin	Boudin Bakery	Institucional		Exhibitions for the Boudin Museum and Bakery Tour — with an operating zoetrope — and signage for the Bistro Boudin and Bakers Hall, a retail marketplace for the historic bakery in San Francisco.
Halle F	Wiener Stadthalle Gruppe	Institucional	2006	Identity and wayfinding signage for a new 2,000-seat concert hall at the Wiener Stadthalle in Vienna.
7 World Trade Center	7 World Trade Center	Institucional	2006	Identity, environmental graphics and marketing materials for the first new tower to be constructed at ground zero in Lower Manhattan.
Excellence Charter School	Uncommon Schools	Institucional		Identity and graphics for the charter school.
Harman Center for the Arts	Shakespear Theater Company	Institucional		Home to the Shakespeare Theatre Company in Washington, DC, the theater also offers performances by some of the areas most acclaimed companies, ensembles and presenters.
Orange County Performing Arts Center	Orange County Performing Arts Center	Institucional		Signage for a performing arts complex located in Costa Mesa, California, United States.
Seattle Art Museum	Seattle Art Museum	Institucional	2007	New identity and program of environmental graphics for the museum.

Yorkville Common Pantry	Yorkville Common Pantry	Institucional	2007	Environmental graphics for the Yorkville Common Pantry, a New York soup kitchen sponsored in part by the Robin Hood Foundation.
Maryland Institute College of Art	Maryland Institute College of Art	Institucional	2007	Identification, donor and wayfinding signage for the art school located in Baltimore, Maryland.
Mercedes-Benz Fashion Week	Mercedes-Benz Fashion Week	Multinacional	2007	Graphics for the event, including invitations, t-shirts, banners and, graphics for the signature tents.
The New York Times Building	The New York Times	Multinacional	2007	Signage and environmental graphics for the newspaper's headquarters in New York City.
Launchpad	London Science Museum	Institucional	2008	Identity and environmental graphics for an interactive gallery aimed at schoolchildren.
Harley-Davidson: Designing Customs	Harley-Davidson	Multinacional	2008	Temporary pavillion and exhibition of Designing Customs for Harley-Davidson, Milwaukee.
California Academy of Sciences	California Academy of Sciences	Institucional	2008	Identity and environmental graphics for the academy and their innovative new "green" building by architect Renzo Piano.
Museum of Arts and Design	Museum of Arts and Design	Institucional	2008	Suite of dynamic informational and interpretive media installations for the museum dedicated to displaying crafts by American artists.
Connecticut Science Center	Connecticut Science Center	Institucional		Signage program for a children's science center in Hartford.
The Romeo Hotel	The Romeo Hotel	Gran empresa	2009	Identity for the hotel located in Naples, the first of a luxury chain of hotels being developed by a Neapolitan family-owned company.
The High Line	The High Line	Institucional	2009	Signage and environmental graphics for the elevated railway turned park in Manhattan.
War Memorial at the London Science Museum	London Science Museum	Institucional	2009	Wall-mounted war memorial.
The Library Initiative	Robin Hood Foundation	Institucional	2010	Environmental graphics for the program to build or refurbish libraries in New York City public schools.
North Carolina Museum of Art	North Carolina Museum of Art	Institucional	2010	Wayfinding, identification and donor signage for the museum in Raleigh, North Carolina.
Achievement First Endeavor Middle School	Achievement First	Institucional	2010	Environmental graphics designed for Achievement First charter school in Clinton Hill, Brooklyn.
88 Morningside	88 Morningside	Gran empresa		Installation at 88 Morningside.
Frank Sinatra School of the Arts	Frank Sinatra School of the Arts	Institucional	2010	Signage for the NYC school founded by Tony Bennett.
New York Jets Training Center	New York Jets	Gran empresa	2010	Environmental signage for the team's training camp.
Museum Tower Residences	Museum Tower Residences	Gran empresa	2010	Custom wallcoverings for Museum Tower residences, New York.
Cass Art Hampstead	Cass Art	Gran empresa	2010	Interior design for the fifth store for the company.
Queens Metropolitan Campus	Queens Metropolitan Campus	Institucional	2010	Mural installed at the campus in Forest Hills, Queens.
Parking at 13-17 East 54th Street	Cohen Brothers Realty Corporation	Gran empresa	2010	Environmental graphics for a Midtown Manhattan parking garage.
Museum of Chinese in America	Museum of Chinese in America	Institucional	2011	Museum dedicated to presenting the history, heritage, culture and diverse experiences of people of Chinese descent in the United States.
StreetFest Competition	Storefront for Art and Architecture	Institucional	2011	Concept design and environmental graphics for the competition.

New York University Abu Dhabi	New York University	Institucional	2011	Mural for NYU's new campus in Abu Dhabi.
The David H. Koch Institute for Integrative Cancer Research at MIT	Massachusetts Institute of Technology	Institucional	2011	Exhibit design and environmental graphics for the Institute's public gallery highlighting the extraordinary work of biologists and engineers working collaboratively to advance the cause of cancer research.
National Academy	National Academy Museum and School	Institucional	2011	Identity and environmental graphics for the institution, including a typographic installation of the Academy's esteemed membership dating back to 1826.
Santa Fe Railyard Park	Santa Fe Railyard Park	Institucional	2012	Public core of a new mixed-use district redeveloped from the historic train yards near Santa Fe's downtown.
Olympic Tree Rings	Olympic Delivery Authority	Institucional	2012	A collaboration to create a permanent reminder of the Olympic Games.
M&S Stratford	Marks and Spencer	Gran empresa	2012	Award-winning architecture and environment for an anchor store of the major British retailer at Wesfield Stratford City, London.
Toronto Pearson Airport	Lester B. Pearson International Airport	Institucional	2012	System of wayfinding and information signage for the new Terminal 1 at Toronto's Lester B. Pearson International Airport.

Exhibition	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Ancient Near East Galleries	Metropolitan Museum of Art	Institucional		This permanent exhibition presents an extensive collection of gold, silver, bronze and ivory objects, sculpture and bas-reliefs from Turkey, Iran, Iraq, Syria, Lebanon, Israel, Jordan, and the Arabian Peninsula, from 6000 B.C. to 200 A.D.
The Bathroom, The Kitchen, and the Aesthetics of Waste	MIT List Visual Arts Center	Institucional		Exhibition showcasing how the change in the process of bringing clean water in and removing waste water from the homes influenced how bathrooms and kitchens were designed.
The Power of Maps	Cooper-Hewitt, National Design Museum	Institucional		Exhibition on the significance of maps as instruments of communication, persuasion and control for the Smithsonian Institution's National Museum of Design.
Airport Architecture	The Architecture Foundation	Institucional		An exhibition of new innovations in the field of airport architecture included work by some of the best architects in the world.
Ford Pavilion for Imagination	Ford Motor Company	Multinacional		A kinetic steel and glass pan-European exhibition environment, first seen at the Geneva Motor Show.
World War II and the American Dream	National Building Museum	Institucional		Exhibition examining the impact of World War II on American architecture and material culture, and the installation included wartime buildings dramatically reconstructed in the museum's great hall.
Geoffrey Beene Unbound	The Fashion Institute of Technology	Institucional		Retrospective of the American fashion designer's work, on view at the Museum at the Fashion Institute of Technology, New York.
Mediascape	The Guggenheim Museum	Institucional		Exhibition of dynamic video works by contemporary artists.
Corian? Corian!	DuPont	Gran empresa		Trade show exhibition designed to showcase Corian, a DuPont synthetic best known by interior designers as a durable white material for countertops in kitchens and baths.
Bausch + Lomb Place	Bausch + Lomb	Multinacional		Wayfinding systems and archival and corporate exhibits for the headquarters of one of the biggest healthcare brands in the world.
Mechanical Brides: Women and Machines from Home to Office	Cooper Hewitt, National Design Museum	Institucional		Exhibition examining the gender significance of familiar household and office objects.
Inspiring Reform: Boston's Arts and Crafts Movement	Davis Museum and Cultural Center, Wellesley College	Institucional		Exhibition examining Boston as the epicenter of the Arts & Crafts movement in America.
Rolling Stone	Rolling Stone	Multinacional		Design of a year-long 20-city travelling exhibition for Rolling Stone magazine.
The Hub	Workplace Furniture Exhibition	Institucional		The centerpiece for Workplace the UK's premier furniture exhibition, held annually at London's Olympia.
I Want to Take You Higher	Rock and Roll Hall of Fame and Museum	Institucional		Exhibition that explored the music, politics, style and art of rock's psychedelic period, 1965 to 1969.
50 Years of Ogilvy & Mather	Ogilvy & Mather	Multinacional		Exhibition celebrating 50-year anniversary of the legendary advertising firm.
Voyages of Discovery	Natural History Museum	Institucional		Exhibition design for Voyages of Discovery, a travelling exhibition at the Natural History Museum and worldwide.
Elvis is in the Building	Rock and Roll Hall of Fame and Museum	Institucional		Exhibition - featuring over 100 artifacts culled from Graceland's archives and the collections of Presley associates - at the Rock and Roll Hall of Fame and Museum in Cleveland, Ohio.
Communication Graphics 19	American Institute of Graphic Arts	Institucional		Exhibition showcasing the works of finalists to the annual Communication Graphics competition held by AIGA.

Village Works	Davis Museum and Cultural Center	Institucional		Design of the exhibition of a photo project documenting life in a remote Chinese province.
John Bull and Uncle Sam	Library of Congress	Institucional		Design of an exhibition focused on the relationship between the United States and Great Britain, from pre-Revolutionary times to the present day.
National Millennium Time Capsule	The White House Millennium Council	Institucional		Time capsule designed for the "America's Millennium" celebration in 1999 and housed at the National Archives and Records Administration in Washington, DC.
Cold War Modern	The Davis Museum and Cultural Center	Institucional		Design of an exhibition that focuses on the 'domestication' of the avant-garde.
Stay Cool! Air Conditioning America	National Building Museum	Institucional		Design of the first major exhibition to explore air conditioning and its effect on American culture.
Divine Mirrors: The Madonna Unveiled	Davis Museum and Cultural Center	Institucional		Images of Madonna from the Renaissance to the present.
Indivisible: Stories of American Community	Center For Creative Photography	Institucional		The travelling exhibition "Indivisible: Stories of American Community," recorded the everyday lives of Americans across the country, with participating photographers taking images of their own communities.
Clerc	Clerc	Multinacional		Well-established, traditional French watch company that re-launched its brand with all-new watch designs and a new graphic identity.
Art of the Ancient	Davis Museum and Cultural Center, Wellesley College	Institucional		Exhibition exploring the social, religious, and political meaning of works of ancient Mexican, Peruvian, Guatemalan, Costa Rican and Panamanian art.
RockStyle	Rock and Roll Hall of Fame and Museum	Institucional		Exhibition of stage and video costumes of rock and pop music icons including the Beatles, Madonna, Mick Jagger, Michael Jackson and David Bowie, among others.
Self-Portrait Zone	Millenium Dome	Institucional		A circular pavilion framed by a kaleidoscope of images that are wrapped by sheets of translucent and clear glass designed to celebrate the diverse mix of cultures in Britain.
Investigate Gallery at The Natural History Museum	Natural History Museum	Institucional		Interior design for state-of-the-art, hands-on science centre for children at the Natural History Museum.
Lennon: His Life and Work	Rock and Roll Hall of Fame Museum	Institucional		Exhibition designed to commemorate the 60th anniversary of John Lennon's birth.
Cleopatra of Egypt, British Museum	British Museum	Institucional		Exhibition designed to illustrate the life of Cleopatra and to trace the myth of the "Egyptian Queen" from antiquity to modern times.
On The Job	National Building Museum	Institucional		Exhibition designed to examine physical changes in the American workplace and cultural shifts that accompanied these transformations.
Harley-Davidson Open Road Tour	Harley-Davidson Motor Company	Multinacional		A traveling exhibition designed to celebrate the 100th anniversary of Harley-Davidson motorcycles.
Do It Yourself	National Building Museum	Institucional		Cultural history of home improvement in 20th-century America, on view at the National Building Museum in Washington, DC.
"What Pat Moynihan Said About That"	Municipal Art Society	Institucional		A memorial exhibition at the Municipal Art Society in New York, celebrating the life and words of the late US Senate Daniel Patrick Moynihan.
Rolling Sculpture: The Art of Harley-Davidson	Harley-Davidson Motor Company	Multinacional		Exhibition designed as part of the motorcycle manufacturer's 100th anniversary celebration in its corporate hometown of Milwaukee, Wisconsin.
Up Down Across	National Building Museum	Institucional		Cultural history of "people movers," presented at the museum in Washington, DC.

Ransom Center	University of Texas at Austin	Institucional		Design of a display for the Gutenberg Bible and other temporary and permanent exhibits at the renovated Harry Ransom Humanities Research Center.
The Voting Booth Project	Parsons the New School for Design	Institucional		Exhibition at Parsons the New School for Design, showcasing voting booths that have been transformed by artists such as David Rockwell, Milton Glaser, Christo, Diane von Furstenberg, Chip Kidd and Frank Gehry, among others.
New York's Moynihan	The Museum of the City of New York	Institucional		Exhibition on the life and career of Senator Daniel Patrick Moynihan.
England & Co: Time & Again	Time&again	Multinacional		Exhibition of Daniel Weil's clocks and bag radio in England & Co Gallery in London.
Swarm	The Fabric Workshop and Museum	Institucional		Exhibition showcasing contemporary art works that express swarming as a social effect generated by masses of objects, images, data, or organisms.
The Push Pin Graphic	AIGA National Design Center	Institucional		Exhibition of the pioneering periodical issued by Push Pin Studios from 1957 to 1981.
Target	Target	Gran empresa		Promotional campaign for Target's "Prefabulous Studios Open House", a four-day event in New York City.
Ballpoint	Parker Pens	Multinacional		Exhibition on ballpoint pens.
Sarah Bernhardt: The Art of High Drama	The Jewish Museum	Institucional	2006	Exhibition about the legendary stage actress and proto-celebrity.
Lost Worlds Exhibition, Doha, Qatar	Natural History Museum	Institucional		An exhibition of rare and extinct natural history artifacts in the collection of Sheikh Saud of Qatar, curated by the Natural History Museum, London.
Designing the Taxi	Design Trust for Public Space	Institucional		Exhibition investigating how the New York City icon can be improved, at Parsons the New School for Design.
The Art of Gaman	Museum of Craft and Folk Art	Institucional		Exhibition of arts and crafts made in the Japanese American internment camps during World War II.
Esto Now	Center for Architecture	Institucional	2006	The show presents eight New York projects as seen by six photographers from Esto, the legendary collaborative for architectural photography founded by Ezra Stoller.
Wall Street Rising	Wall Street Rising	Institucional	2007	Interactive model of Lower Manhattan for Wall Street Rising's Downtown Information Center that projects information about the history and recent development of the district onto the model's surface.
Origin	The Crafts Council	Institucional		Identity and environmental graphics for the Craft Council October Fair at Somerset House.
Boudin	Boudin Bakery	Institucional		Exhibitions for the Boudin Museum and Bakery Tour — with an operating zoetrope — and signage for the Bistro Boudin and Bakers Hall, a retail marketplace for the historic bakery in San Francisco.
Sonance	Sonance	Gran empresa		Exhibit to launch Sonance's new identity, and architectural audio products at CEDIA Expo 2006.
Sigmund Freud Museum	Sigmund Freud Museum	Institucional	2006	Exhibition commemorating the 150th anniversary of the birth of Sigmund Freud, installed at his original residence in Vienna.
Dorchester Collection Exhibition	The Dorchester Collection	Gran empresa	2007	Exhibition and identity design for a group of luxury hotels - The Dorchester in London, The Beverly Hills Hotel in Los Angeles, Le Meurice and the Hôtel Plaza Athénée in Paris, and the Hotel Principe di Savoia in Milan.
Celluloid Skyline	Turner Classic Movies	Institucional	2007	Multimedia exhibition celebrating the history of filmmaking in and about New York City, installed at Grand Central's Vanderbilt Hall.

The Glory Days: New York Baseball 1947-1957	Museum of the City of New York	Institucional	2007	Exhibition celebrating the remarkable achievements, personalities and spirit of baseball in New York between 1947 and 1957 when the city was home to three major league teams: the Yankees, the Brooklyn Dodgers and the New York Giants.
Kink	Museum of Sex	Institucional	2007	Curated by Katharine Gates, the noted sex academic, whose "erotic roadmap" has been adapted into an interactive "playground" for the exhibition.
Detroit Institute of Arts	Detroit Institute of Arts	Institucional	2008	Interactive installation in the museum's gallery of eighteenth-century decorative arts.
Sex in Design/Design in Sex	Museum of Sex	Institucional	2008	Examine the subconscious, as well as the intended, sexual imagery in design as it is found in the objects we wear, live with and use for erotic pleasure.
Harley-Davidson: Designing Customs	Harley-Davidson	Multinacional		Temporary pavillion and exhibition of Designing Customs for Harley-Davidson, Milwaukee.
Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Institucional		Interactive installation at the heart of the performing arts institution.
Brno Echo	The Moravian Gallery	Gran empresa		Design exhibition curated and designed by Abbott Miller and held in conjunction with the 23rd International Biennial of Graphic Design Brno, one of Europe's largest festivals of graphic design.
Reinventing Grand Army Plaza	Design Trust for Public Space and the Grand Army Plaza Coalition	Institucional	2008	Exhibition of proposals to re-envision the Brooklyn crossroads as a public space to be enjoyed by visitors and the plaza's vibrant, ethnically diverse surrounding neighborhoods.
Seaport Past and Future	General Growth Properties	Institucional	2008	Exhibition detailing the history of New York's South Street Seaport and looking ahead to proposed developments.
The Sex Lives of Animals	Museum of Sex	Institucional	2008	Exhibition exploring the mating habits of species throughout the animal kingdom.
Robots	Science Fiction Museum and Hall of Fame	Institucional	2008	Exhibition of the toy robot collection of Tom Geismar at the Science Fiction Museum and Hall of Fame.
The City in 2050	Urban Land Institute	Institucional	2009	Exhibition designed to educate the public about the variety of economic, social and environmental factors that will shape the future design and development of cities worldwide.
Valentina	Museum of the City of New York	Institucional	2009	Exhibition designed to rediscover the work and legacy of this designer's designer.
Everybody Dance Now	2wice	Institucional	2009	Exhibition at the AIGA National Design Center celebrating 20 years of the dance publications 2wice and Dance Ink.
FabUrb	FabUrb	Multinacional	2009	Exhibition design for FabUrb.
Design for a Living World	Cooper-Hewitt, National Design Museum	Institucional	2009	Exhibition that commissioned 10 designers from the fields of fashion, product and industrial design to each work with a sustainably grown and harvested material from an endangered eco-system where the Conservancy works.
Geoffrey Beene: Trapeze	Phoenix Museum of Art	Institucional	2009	Exhibition that presents the designer's groundbreaking work in a display of over 30 garments from the private collection of Patsy Tarr, who was one of his most avid collectors and champions.
Last Folio	Lower Library at Gonville and Caius College, Cambridge	Institucional	2009	Design of a Cambridge exhibition showcasing a set of photographs taken by Yuri Dojc of decaying books left behind after the Holocaust.
Lincoln Center: Celebrating 50 Years	Lincoln Center for the Performing Arts	Institucional	2010	Exhibition commemorating the 50th anniversary of America's first performing arts center.
Dress Codes	International Center of Photography	Institucional	2010	Triennial exhibition designed for the International Center of Photography.

Context out of Context	Context out of Context	Institucional	2011	Identity and billboards for the urban intervention project that investigates the notion of "local" and culturally-signifying elements of Beijing, New York, and London.
Project Mah Jongg	Museum of Jewish Heritage in New York	Institucional	2011	Exhibition designed for the Museum of Jewish Heritage in New York that explores the traditions, history and meanings of the game in Jewish-American culture.
Last Folio at the Jewish Heritage Museum	The Museum of Jewish Heritage	Institucional	2011	Exhibition of Yuri Dojc's photographs that document what remains of the once-vibrant Jewish culture of prewar Slovakia.
Vitra: Neocon	Vitra	Multinacional		Concept for the company that embodies the essence of a contemporary workspace.
Celebrating 100 Years	New York Public Library	Institucional	2011	Exhibition celebrating the 100th anniversary of the New York Public Library's landmark Stephen A. Schwarzman building.
The David H. Koch Institute for Integrative Cancer Research at MIT	Massachusetts Institute of Technology	Institucional		Exhibit design and environmental graphics for the Institute's public gallery highlighting the extraordinary work of biologists and engineers working collaboratively to advance the cause of cancer research.
Saks Fifth Avenue Holiday Windows	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2011	2011 holiday window displays for the store's New York flagship.
Rolls-Royce	Rolls-Royce Motor Cars	Multinacional	2012	Exhibition for the luxury automobile company at the IAA (Internationale Automobil-Ausstellung) car show in Frankfurt, Germany.
IMPACT: 50 Years of the CFDA	Council of Fashion Designers of America	Institucional	2012	A commemorative exhibition for the Council's 50th anniversary at the Museum at FIT.
Mercury	Mercury	Multinacional	2012	A trade show environment for the company's booth at the 2012 Retail Solutions Providers Association (RSPA) RetailNOW convention in Las Vegas.
The E20 Story	London Olympic Legacy Corporation	Institucional	2012	An exhibition that communicates the urban planning story of London's Lower Lea Valley.

Interactive	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Perspecta	Perspecta	Gran empresa		Custom software designed for dynamically visualizing, organizing and navigating large sets of unstructured digital documents such as technology news articles.
The Millennium Project	MIT Media Lab	Institucional		A custom software database visualization of people, significant events, and artifacts from the early twentieth century.
Financial Viewpoints	MIT Media Lab	Institucional		Data visualization using point-of-view to enable understanding of information.
Pennsylvania Station Redevelopment	Skidmore, Owings & Merrill LLP	Institucional		Dynamic signage and environmental graphics designed for a proposal to transform the staid post office building into a center of modern transportation.
Salt Lake City Public Library	Salt Lake City Public Library	Institucional		Website for the city's library system with collections catering to all members of the community.
New York Botanical Garden	New York Botanical Garden	Institucional		Environmental graphics for the 250-acre garden and research facility featuring the largest Victorian-era glasshouse in America.
Massachusetts Institute of Technology	MIT	Institucional		Structural redesign of the MIT website to accommodate a vast amount of continually changing information, including a community-generated homepage and a color palette that is new every day.
Cravath, Swaine & Moore LLP	Cravath, Swaine & Moore LLP	Multinacional		Website for the law firm.
Art + Commerce	Art + Commerce	Multinacional		Website for one of the world's leading creative agencies, working with photographers, art directors, and stylists.
Bloomberg L.P.	Bloomberg	Multinacional		Environmental graphics and data visualization for the building of the financial company located on the east side of Midtown Manhattan.
Brown University	Brown University	Institucional		Website for the university.
Wall Street Rising	Wall Street Rising	Multinacional	2007	interactive model of Lower Manhattan for Wall Street Rising's Downtown Information Center that projects information about the history and recent development of the district onto the model's surface.
Yale Tomorrow	Yale Tomorrow	Institucional		Website for the most ambitious fundraising drive in Yale's history, a comprehensive five-year capital campaign that raised \$3.88 billion.
Mohawk Fine Papers Website	Mohawk	Multinacional	2006	Website for the paper company.
Swarthmore College	Swarthmore College	Institucional		Website for the college.
Rewiring the Spy	The New York Times Magazine	Multinacional	2006	Visualization for The New York Times Magazine that creates a three-dimensional space in which the physical relationship of terrorists, weapons and targets suggest their level of connection in an attack.
One Laptop per Child	One Laptop per Child	Institucional	2007	Website for the non-profit initiative with the goal of providing laptop computers to the world's poorest children.
5th Estate	Press Books	Multinacional		Collective blog where writers can go to post opinion and debate, try out new material, and where readers can fight back on all the issues that interest them.
St. Regis Hotel Bar	St. Regis Hotel Bar	Gran empresa		User interface designed for the St. Regis Hotel wine bar.
J&L Gibbons	J&L Gibbons	Gran empresa		Website for a landscape architecture and urban design firm.
The Philip Johnson Glass House	The Philip Johnson Glass House	Institucional	2007	
Matin Gallery	Matin Gallery	Gran empresa		Website for an art and design gallery in Culver City, California.

Outward Bound Center for Peacebuilding	Outward Bound Center for Peacebuilding	Institucional		Website for an educational initiative working in regions of conflict.
Pont-Aven School of Contemporary Art	Pont-Aven School of Contemporary Art	Institucional		Website for the international fine arts institution located in the historic artists' colony of Pont-Aven, France.
Stanford Law School	Stanford Law School	Institucional		Website for the law school.
Mercedes-Benz Fashion Week	Mercedes-Benz Fashion Week	Multinacional	2007	Website for the biggest annual fashion event in New York City.
Wells Fargo	Wells Fargo	Gran empresa		Interface for Wells Fargo ATMs that uses the entire touch screen surface for user input.
Gallup	Gallup	Institucional	2007	Redesign of the website for the organization that studies human nature and behavior.
Le Touessrok	Le Touessrok	Multinacional		Website designed for one of the world's premier luxury holiday resorts.
University of Southern California	USC	Institucional		
Canongate	Canongate	Mediana empresa		Website for an independent publisher based in Scotland.
Detroit Institute of Arts	Detroit Institute of Arts	Institucional	2008	Interactive installation in the museum's gallery of eighteenth-century decorative arts.
Grant Thornton	Grant Thornton	Multinacional	2008	Website for a major global organization of accounting and consulting firms with member and correspondent firms in over 100 countries worldwide.
Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Institucional		Interactive installation at the heart of the performing arts institution.
Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Institucional		Website containing over 13 hours of music from 23 of jazz's legendary artists.
Columbia Business School	Columbia Business School	Institucional	2008	Homepage and blog that facilitates dialog through an audience-indicating tagging structure.
The Savoy	The Savoy	Gran empresa		Website for the restoration programme that will revitalize one of London's most prestigious hotels.
1100 Architect	1100 Architect	Gran empresa	2008	Website for the Architecture firm.
MiG	Pentagram	Multinacional		Content management system designed and developed by Pentagram and used by various clients.
Serif Books	Serif Books	Mediana empresa	2008	Website design for a London-based independent publishing house.
Museum of Arts and Design	Museum of Arts and Design	Institucional	2008	An online collection database for the Museum of Arts and Design, enabling visitors to browse collection highlights or to search for specific objects in detail.
Museum of Arts and Design	Museum of Arts and Design	Institucional	2008	Suite of dynamic informational and interpretive media installations for the museum dedicated to displaying crafts by American artists.
Architecture Research Office	Arhitecture Research Office	Institucional		Website for the New York-based firm practicing modern architecture and visionary urbanism.
OLIN	OLIN	Gran empresa	2009	Graphic identity and website for the landscape architecture, urban design and planning firm based in Philadelphia.
@Issue	@Issue	Gran empresa		Blog for a journal promoting the role of good design and business success, published twice a year by the Corporate Design Foundation.
Life List	Bloomsbury USA	Multinacional	2009	Website for Olivia Gentile's biography of Phoebe Snetsinger, who started a quest to see over 8,500 of the world's 10,000 species after being diagnosed with terminal cancer and given one year to live.

Society for Environmental Graphic Design	Society for Environmental Graphic Design	Institucional	2009	Identity and website design for designers, fabricators, students and educators involved in the field of environmental graphic design.
WNET	WNET	Institucional		Interactive online annual report designed for New York's public television stations.
UCLA Architecture and Urban Design	UCLA	Institucional		Website for the University of California, Los Angeles (UCLA) school of architecture.
Nokia	Nokia	Multinacional		Web application for the band Noisettes.
Bard Graduate Center	Bard Graduate Center	Institucional	2008	Website for the Manhattan-based academic institution dedicated to the study of the applied arts.
What Type Are You?	Pentagram	Multinacional	2010	Researched over seven years with a team of 23 academics across Eastern Europe, the online test application asks the four key character questions of our day, analyses your responses in exceptional detail and recommends one of 16 typefaces as a result.
Neue Galerie	Neue Galerie	Gran empresa	2010	Website for the New York museum devoted to early 20th century Austrian and German art and design.
The Kitchen	The Kitchen	Institucional		Website for a non-profit, interdisciplinary organization that provides innovative artists working in the media, literary, and performing arts with exhibition and performance opportunities to create and present new work.
Morrison Foerster	Morrison & Foerster LLP	Multinacional		Website for the prestigious full-service law firm founded in 1883.
Felt & Wire	Mohawk Fine Papers	Multinacional	2010	Redesign of Mohawk Fine Papers' blog for designers, artists, printers, papermakers, bookbinders and other craftspeople who are, as the site's tagline puts it, "paper-obsessed."
Stanmore Implants	Stanmore Implants	Multinacional	2010	Website for a skeletal repair systems and implants company, including identity and marketing collateral, such as exhibitions, literature, packaging and website.
What Is American Power?	Mitch Epstein	Institucional	2010	website design for photo series that depicts energy production in the United States, its environmental, economic and personal costs, and its complicated role in our politics, culture and national image.
New Deal Design	New Deal Design	Gran empresa		Website for the product design firm located in San Francisco, California.
GE	General Electric	Multinacional	2010	Interactive data visualization that helps consumers calculate their household energy needs.
Cleveland Museum of Art	Cleveland Museum of Art	Institucional	2010	Website that provides enhanced access to the collections of one of the world's great art museums.
Bertazzoni	Bertazzoni	Multinacional	2010	Collaboration with information design specialist Malcolm Garrett for new website that offers comprehensive and practical interactive information on all models in Bertazzoni's four different series of ranges, cook tops, hoods and accessories.
Holm Architecture Office	Holm Architecture	Gran empresa		website
Ennead	Ennead Architects	Gran empresa	2010	New identity and website for the firm that reflects their shared history and thriving collaboration.
Fortuny	Fortuny	Multinacional	2010	iPhone app for the Fortuny Collezione 2010, the latest collection of fabrics from the high-end Italian textile manufacturer.
FIFA World Cup™ US Bid 2018/2022	US Bid Committee	Multinacional	2010	Graphic program for the United States bid to host the FIFA World Cup™ games.

Loyola Marymount University Magazine	Loyola Marymount University	Institucional	2010	iPad app for LMU's alumni/university magazine.
Vilcek Foundation	Vilcek Foundation	Institucional	2010	Identity and website of the philanthropic organization that honors foreign-born artists and scholars who have made lasting contributions to American society.
GE Capital, Americas	General electric	Multinacional	2010	Interactive data visualization that measures mid-market CFO confidence in the economic recovery.
One Laptop per Child	One Laptop per Child	Institucional		
Designers & Books	Designers & Books	Institucional	2011	Online resource of designers' reading lists of books they have found influential to their work and point of view.
Robert A.M. Stern Architects	Robert A.M. Stern Architects	Gran empresa	2011	Website for the New York- based architecture firm.
2wice	2wice	Institucional	2011	iPad application for the visual and performing arts journal.
Freescale	Freescale	Multinacional		iPad app for the product catalog of a manufacturer of microprocessors, sensors and other embedded processing technologies, using the company's pre-existing database structure.
Transfoner	Transfoner	Mediana empresa		An interface for Android phones that re-imagines apps as a kit of parts in constant transformation.
422W20	The Brodsky Organization	Institucional		Website for a new residential building located in Chelsea, New York City.
SCAD Museum of Art	SCAD Museum of Art	Institucional	2012	Interactive table that introduces the museum and its programs in a communal experience.
Science Friday	Science Friday	Institucional	2012	Website for the weekly call-in talk show that is part of NPR's "Talk of the Nation" radio programming.
2wice Fifth Wall	2wice	Institucional	2012	An interactive app for 2wice that transforms the iPad tablet into a new kind of performance space.
Philbrook Museum of Art	Philbrook Museum of Art	Institucional	2012	Website design to coincide with the new identity for the Tulsa, Oklahoma-based art museum.
World Chess	World Chess	Institucional	2012	Identity, promotional campaign and game environment for the redesigned World Chess organization.

Naming	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Oola	Oola	Gran empresa		Identity and packaging for the chain of Swedish candy stores in American shopping malls.
RCA UVU	RCA UVU	Multinacional		Line of television from Thomson Consumer Electronics.
Choices	Pfaltzgraff	Multinacional		Brand identity and packaging for contemporary line from Pfaltzgraff, America's oldest and largest tableware manufacturer.
1837	1837	Mediana empresa		Restaurant at Brown's Hotel in Mayfair, Central London.
AirTrain	The Port Authority of New York and New Jersey	Institucional		New York City's first rail link to John F. Kennedy International Airport.
Beacon	Beacon	Mediana empresa		Restaurant centered around a huge wood-burning oven.
Fast Take	Fast Take	Gran empresa		Interactive kiosks for US video rental stores.
Joyco	Joyco	Multinacional		Spanish-based international confectionery group.
Inscape	Inscape	Multinacional		Identity and promotional posters for the office furnishings manufacturer.
Classmap	Classmap	Institucional		On-line class notes, curriculum and schedules.
The Island	The Island	Multinacional		International pay-as-you-go airport lounges.
Questia	Questia	Institucional		The world's largest on-line library and research engine.
Classical.com	Classical.com	Gran empresa		On-line classical music service.
One&Only Resorts	One&Only Resorts	Multinacional		Identity and print programme for an international five-star luxury resort brand.
Ted	United Airlines	Multinacional		Identity designed for United Airline's low cost carrier.
@Issue	@Issue	Gran empresa		Journal promoting the role of good design in business success, published twice a year by the Corporate Design Foundation.
Tru Trussardi	Trussardi	Multinacional		Identity for Italian fashion label.
Vivo	Villeroy & Boch	Gran empresa	2007	New tableware brand called for the German porcelain company Villeroy & Boch.
Matter	Matter	Mediana empresa		London's largest nightclub.

Packaging	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Street Shoes	Street Shoes	Mediana empresa		Packaging for a Manhattan boutique.
Boots	Boots	Gran empresa		Identity and packaging designed for the largest pharmaceutical chain in the United Kingdom.
The British Petroleum Company	B.P.	Multinacional		Packaging for various products for the petroleum company.
Oola	Oola	Gran empresa		Identity and packaging for the chain of Swedish candy stores in American shopping malls.
Empire Hotel	Empire Hotel	Gran empresa		Labels and packaging for room amenities: shampoo and conditioner, mouthwash, bath oil, soaps, cotton balls, shoe polish and shoe shine cloth.
From the Rainforest	Rainforest	Institucional		A company dedicated to preserving the rainforest.
Pantone	Pantone, Inc.	Multinacional		Product binders and fan decks for The Pantone Matching System.
Brookstone "Not a Tie"	Brookstone	Mediana empresa	2012	Identity and packaging for a Father's Day promotion for the specialty gift store.
The Farmers Dairy Co.	The Farmers Dairy Co.	Gran empresa		Identity and packaging for a group of small, independent organic dairy farms in Britain.
Gianfranco Lotti	Gianfranco Lotti	Multinacional		Packaging designed for a renowned Italian designer of superbly crafted leather goods and accessories.
Pet Shop Boys: Very	Parlophone	Multinacional		Compact disc packaging for the Pet Shop Boys' landmark 1993 album, now in the permanent collection of the Museum of Modern Art.
Godiva Chocolatier	Godiva Chocolatier	Mediana empresa		Celebrated Belgian confectioner.
The Savoy	The Savoy Group	Gran empresa		Packaging designed for world famous luxury hotel in central London.
Swatch Irony	Swatch	Multinacional		Packaging designed for a range of watches by the Swiss watchmaker.
The Berkeley	The Savoy Group	Gran empresa		Packaging designed for the luxurious hotel in London's Knightsbridge.
Claridge's	The Savoy Group	Gran empresa		Packaging designed for the historic five-star London society hotel.
Gymboree	Gymboree	Gran empresa		Packaging designed for the manufacturer and retailer of children's products.
Flying Fish Brewing Company	Flying Fish Brewing Company	Pequeña empresa		Identity and packaging for the independent New Jersey microbrewery.
G.H. Bass & Company	Phillips-Van Heusen	Gran empresa		Identity, packaging and retail graphic standards for the shoe and apparel manufacturer and retailer.
Champion Sportswear	Champion Sportswear	Multinacional		Packaging for a sportswear manufacturer.
Superga	Superga	Multinacional		An Italian-based manufacturer producing shoes with natural rubber soles.
Hotel Hankyu International	Hankyu International	Institucional		Identity and packaging designed for one of Japan's leading railway companies active in the real estate, retailing, and leisure industries.
Spirit of Maine	G.H. Bass & Co.	Multinacional		Identity and packaging for a line of New England food, gardening and gift products.
Madison Square Spa	Madison Square Spa	Gran empresa		Spa product line which includes body wash, shampoo, moisturizer and others, and is sold at the spa and through the Neiman-Marcus mail order catalog.
Sony Classical	Sony Classical	Multinacional		The "Bernstein Century" series is a repackaging of the company's archive of recordings by Leonard Bernstein.
Baltimore Symphony Orchestra	Baltimore Symphony Orchestra	Institucional		Packaging for one of the world's most important orchestra.
Choices	Pfaltzgraff	Gran empresa		Brand identity and packaging for contemporary line from Pfaltzgraff, America's oldest and largest tableware manufacturer.
IZOD	IZOD	Gran empresa		Identity and packaging for the sports and casual clothing brand.

Tretorn Micro-X	Tretorn	Multinacional		Identity and packaging designed for a brand of technologically advanced tennis balls produced by the Swedish tennis ball manufacturer.
Anne Klein	Anne Klein	Multinacional		Identity and Packaging designed for one of the most well-known brands in American fashion.
Tesco's Finest	Tesco	Gran empresa		Packaging for a range prepared and ready-made meals distributed by Britain's leading supermarket retailer.
Lego	Lego	Multinacional		Packaging for a range of children's watches.
Callaway Golf	Callaway Golf	Multinacional		Packaging for the leading US manufacturer of golfing equipment.
Pantone	Pantone	Multinacional		Packaging designed for the international color matching systems.
Napastyle	Napastyle	Gran empresa		Identity and packaging for the on-line retailer and producer of specialty food and lifestyle products.
Aerosoles	Aerosoles	Gran empresa		Identity, packaging and graphic standards for a footwear brand focusing on comfort.
Raymond Blanc Organics	Raymond Blanc	Mediana empresa		Packaging for a range of organic salad dressings from French celebrity chef Raymond Blanc.
Duracell Torch	Procter & Gamble	Multinacional		Prototype product design and packaging for the Duracell Torch.
Duracell Batteries	Procter & Gamble	Multinacional		Prototype packaging design for the Duracell brand of batteries manufactured by Procter & Gamble.
3com	3com	Gran empresa		User-friendly packaging for home network and broadband products.
Halfords	Halfords	Gran empresa		Packaging design across the entire range of car maintenance, car enhancement and leisure products.
Barnes & Noble	Barnes & Noble	Gran empresa		National bookseller.
Asprey	Asprey	Gran empresa		Identity and packaging designed for the classic luxury products brand.
TDK	TDK	Multinacional		Global packaging standards for TDK's media storage products.
Revlon	Revlon	Multinacional		Identity and packaging for the leading cosmetics brand.
Geronimo Inns	Geronimo Inns	Gran empresa		Packaging for a chain of innovative British pubs recognized for their comfortable interiors and environmental awareness.
Rainwater	Rainwater	Mediana empresa		Packaging for the world's only bottled rainwater, collected in the hill country region of central Texas.
Definity	Johnson & Johnson	Multinacional		
Sekonda	Sekonda	Gran empresa		Packaging for one of the UK's leading watch brands.
Lands' End	Lands' End	Gran empresa		Identity and packaging design for a direct merchant of classic American apparel.
San Francisco Zoo	San Francisco Zoo	Institucional		Packaging for a zoo with a focus on wildlife conservation.
Kangol	Kangol	Multinacional		Packaging for a range of fragrances by the British clothing company known for its headwear.
New York Botanical Garden	New York Botanical Garden	Institucional		Identity and packaging for the 250-acre garden and research facility featuring the largest Victorian-era glasshouse in America.
Murray's Cheese	Murray's Cheese	Gran empresa		Packaging for the renowned Village cheese shop.
Marks & Spencer	Marks & Spencer	Gran empresa		Packaging for a range of limited edition cosmetics products of the British retailer.
Bulgari Hotel	Bulgari Hotel	Multinacional		Identity for a new hotel in Milan, the first in a series of hotels and resorts to be opened by the luxury brand.
Scotch Malt Whiskey Society	Scotch Malt Whiskey Society	Institucional		Packaging for the company specializing in single malt, single cask, cask strength whiskies.
Perry Ellis	Perry Ellis	Multinacional		Identity for the classic American fashion brand and its sub-brand, Perry Ellis America.

Espa	Espa	Gran empresa		Identity and packaging for luxury spa products and treatments.
Dani Black	Schwartz & Benjamin	Gran empresa		Identity and packaging for a sub-brand of Schwartz & Benjamin, a shoe distributor that holds the licenses for upscale fashion brands such as Anne Klein, Michael Kors and Kate Spade.
Audley	Audley	Gran empresa		Identity, packaging, display window graphics and print material for the shoemaker.
Shake Shack	Shake Shack	Gran empresa		Packaging for the fast-food restaurant in New York City.
Heal's	Heal's	Gran empresa		Brand identity and packaging for the furniture and housewares retailer.
Sainsbury's Skincare	Sainsbury's	Gran empresa		Identity and packaging for a line of beauty products from the UK retailer.
Wave Hill	Wave Hill	Institucional		Packaging for the botanical gardens.
Chateau St. Jean	Chateau St. Jean	Mediana empresa		Celebrated winemaking estate located in the heart of the Sonoma Valley, California.
Profoot	Profoot	Gran empresa		Package design for shoe insoles.
Nelson & Russell	Nelson & Russell	Gran empresa		Packaging for a range of essential oils.
Squid Soap	Squid Soap	Mediana empresa		Identity and packaging designed for hand soap.
NetJets	Berkshire Hathaway	Gran empresa		Packaging for a company offering fractional ownership and rental of private business jets.
The Criterion Collection	The Criterion Collection	Gran empresa	2006	Identity and packaging system for the publisher of classic and contemporary films on DVD and Blu-ray.
Skinceuticals	Skinceuticals	Mediana empresa		Packaging and brand consolidation for a line of high-end skincare products.
Good Earth	Good Earth	Mediana empresa		Packaging featuring woodcut illustrations by Cathie Bleck for a specialty tea brand popular in restaurants and cafes.
CallDerma	CallDerma	Gran empresa		Packaging for a pharmaceutical-grade line of skincare products.
Ila	Ila	Gran empresa		Packaging for a range of amenity products available in spas.
Roy Harper, 'The BBC Tapes'	BBC	Multinacional	2007	Sleeve art for the re-issue of a set of CDs by the cult singer/songwriter released by Harper's Science Friction Records.
Columbus Salame	Columbus Salame Company	Gran empresa		Packaging designed for the San Francisco purveyor of delicatessen meats and other prepared foods.
Ruby Tuesday	Ruby Tuesday	Gran empresa	2007	Identity and packaging for the casual dining chain.
Botanics	Boots	Gran empresa		Packaging for Boots' range of personal care products made from pure plant extracts.
EAT	EAT	Gran empresa	2007	Graphic identity for the company's new range of seasonal food as part of a wider-reaching brand evolution strategy.
Lower East Side Tenement Museum	Lower East Side Tenement Museum	Institucional		Packaging for a New York museum that focuses on America's urban immigrant history.
PJ Madison's	PJ Madison's	Mediana empresa		Packaging design for ice cream company.
Popeyes	Popeyes	Gran empresa	2008	
Advanced Nutrients	Advanced Nutrients	Multinacional		Packaging for super-fertilizers and growth enhancement products with evocative names like Big Bud, B-52, Wet Betty, Voodoo Juice, Tarantula, and Bud Candy for hydroponic gardeners and enthusiasts the world over.
Klein Caporn	Klein Caporn	Gran empresa		Identity and packaging design for a new line of "slow foods."
Little Tokyo	Little Tokyo	Mediana empresa		Identity and packaging designed for a Japanese restaurant.
Budgens	Musgrave Retail Partners GB	Gran empresa	2010	Redesign of own-brand ranges for Budgens and Londis stores.
Mothercare	Mothercare	Gran empresa	2010	Brand identity and packaging design for the UK retailer of products for maternity care, mothers-to-be and small children.

ChinaMax	ChinaMax	Pequeña empresa		Identity and packaging for a restaurant.
Biotrue	Bausch + Lomb	Multinacional	2010	Identity and packaging that establishes the product as a unique new concept in lens care.
Fortuny	Fortuny	Multinacional	2010	Print catalog for the Fortuny Collezione 2010, the latest collection of fabrics from the high-end Italian textile manufacturer.
Budgens and Londis Wines	Musgrave Retail Partners GB	Gran empresa	2010	Label design for own-brand ranges of wine from Budgens and Londis.
Cass Art Gift Vouchers	Cass Art	Gran empresa	2010	Limited edition box set of gift vouchers each including a hidden free gift.
I'm Going to Saks	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2010	Identity and packaging for a promotional campaign for the New York retailer.
sk:n	sk:n	Gran empresa		Packaging for a new range of products from the skin health and beauty experts.
Cass Art Cartridge Paper	Cass Art	Gran empresa	2011	Packaging for the art supplier's own-brand range of cartridge paper pads.
@ Saks	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2011	Fall 2011 campaign that uses a theme inspired by the store's Twitter handle to highlight Saks as a shopping destination.
Advanced Nutrients	Advanced Nutrients	Multinacional	2012	Rebranding of the line of super-fertilizers and growth enhancement products.
Cass Watercolour Pads	Cass Art	Gran empresa	2013	New range of watercolour pads for the art supply brand.

Posters	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Pirelli	Pirelli	Multinacional		Bus poster for the world's fifth largest tyre manufacturer from Milan, Italy.
The Best of Jazz	CBS Records	Multinacional		Promotional posters for a series of Jazz concerts.
Dallas AIA	The American Institute of Architects, Dallas Chapter	Institucional		Poster promoting the '81calendar of events.
The Shakespeare Festival of Dallas	Shakespeare Dallas	Institucional		Promotional posters for the festival.
Trust Elvis	Columbia Records	Multinacional		Promotion for recording artist Elvis Costello.
Connections	The Simpson Paper Company	Gran empresa		One of a series of posters on the subject of "connections".
Simpson Paper Show	The Simpson Paper Company	Gran empresa		Poster for the design competition.
Hot Seat	Knoll	Gran empresa		Invitation to a staff chili cook-off and a new product announcement for Knoll furniture.
Kenneth Grange at the Boilerhouse	The Conran Foundation	Institucional		Promotional poster for an exhibition of British product design.
Designer's Saturday	Designer's Saturday	Institucional		An organization of 48 leading office and contract furniture firms.
InfoWorks	InfoWorks	Institucional		Promotional poster for a conference entitled "Information that works: Design, Technology, Productivity."
Seven Graphic Designers	Seven Graphic Designers	Gran empresa		A series of posters promoting the publication of a new book featuring the work of seven internationally prominent graphic designers.
Cobb & Friend	Cobb & Friend	Mediana empresa		Promotion for a photographers' representative.
Unfinished Modern	Architectural League of New York	Institucional		Promotional poster for a lecture by Arthur Drexler, former Director of the Department of Architecture and Design at the Museum of Modern Art.
International Design Center	International Design Center	Institucional		This postcard combines invitations to two unrelated events at IDCNY, one is a reception for an exhibition of conceptual furniture, the other was a lecture by designers from NASA. A single illustration represents both subjects.
Tango	Tango	Mediana empresa		Invitation to a Dallas nightclub.
Toward an American Graphic Design Community	American Institute of Graphic Arts	Institucional		Invitation to the American Institute of Graphic Arts' first National Design Conference in Boston.
Napoli	Napoli '99 Foundation	Institucional		Poster promoting projects for the conservation of the city's cultural heritage.
Mead Annual Report Show	Mead Paper	Institucional		Call for entry poster announcing the yearly competition.
Milton Glaser	The Dallas Society of Visual Communications	Institucional		Poster for a lecture by graphic designer Milton Glaser on Inspiration, influence and plagiarism.
Katz & Mice	John Katz	Mediana empresa		Promotional poster for photographer John Katz.
Monumental Informal	Architectural League of New York	Institucional		Invitation to announce a lecture by James Stirling sponsored by the Architectural League of New York.
Shoshin Society	Shoshin Society	Institucional		One of a series of posters created by US graphic designers to commemorate the 40th anniversary of Hiroshima.
IBM	IBM	Multinacional		A series of posters designed to enliven the bare walls of IBM Europe's new headquarters in Tour Pascal, Paris.
Swatch	Swatch	Multinacional		Promotional Poster for the Swiss watch company.
The Cutting Edge	The International Design Conference	Institucional		Announcement for the international Design Conference in Aspen.
Houston: A Celebration of Architecture	The American Institute of Architects, Houston Chapter	Institucional		A presentation about architecture in Houston, Texas.

Hilton Typographers	Hilton Typographers	Mediana Empresa		Poster announcing the company's new visual identity.
Run for Symphony	First Republicbank	Institucional		A Halloween fund-raising campaign poster announcing a sponsored foot race.
Stanford Design Forum	Stanford University and the National Endowment for the Arts	Institucional		A three-day meeting of 75 international design, business and educational leaders dedicated to the promotion of design in society in general and to business in particular.
Burpee	W. Atlee Burpee & Co.	Pequeña empresa		Promotional poster for a garden products company.
Your Best Shot	American Institute of Graphic Arts	Institucional		Call for entries for a design presentation.
SOS Kinderdorf	SOS Kinderdorf	Institucional		Fundraising for a network of villages in Germany for orphaned or abandoned children.
Beaux Arts Ball	San Francisco MOMA American Institute of Architects, San Francisco	Institucional		Promotion for the annual benefit for the San Francisco Museum of Modern Art.
Bierut/ Beirut	AIGA Baltimore	Institucional		Poster for a 1989 appearance of Michael Bierut at the Maryland Institute College of Art.
Freedom	Artis	Institucional		Poster celebrating the 200th anniversary of the declaration of the Rights of Man and the Citizen.
UCLA Summer Sessions	University of California	Institucional		Recruiting poster and catalogue cover for a seasonal program at University of California, Los Angeles.
Sir Roy Strong	Art & Architecture	Institucional		Poster announcing a lecture for a British society promoting collaboration among artists, craftspeople and architects.
Woody Pirtle Performing Live	Ringling School of Art and Design	Institucional		Announcing a presentation at the Ringling School of Art & Design.
Woody Pirtle, Pentagram New York	The Art Directors Association of Iowa	Institucional		The Art Directors Association of Iowa
Collaboration	The Communication Arts Society of San Antonio	Institucional		Announcing a joint lecture about the process of creative collaboration.
Galleria Colonna	Galleria Colonna	Mediana empresa		Poster for a shopping mall and business center in Rome, Italy.
D&AD '90	D&AD	Institucional		Poster for the English design and advertising design organization, announcing the satellite transmission of its '90 ceremony to New York.
From Start to Finish	Art Directors Club, Indianapolis Chapter	Institucional		Poster announcing a lecture in Indianapolis.
Art Directors Club New York	Art Directors Club	Institucional		Call for entry for the 5th ADC International Exhibition Design Competition.
Inner City Infill	New York State Council for the Arts	Institucional		Call-for-entry poster for an architectural competition to design infill housing for a vacant site in a densely built part of Harlem.
Shades	Ringling School of Art and Design	Institucional		Recruiting poster for Ringling School of Arts and Design in Florida.
The Art and Architecture of Light	Art & Architecture	Institucional		Poster announcing a lecture.
UCLA Extension	University of California, Los Angeles	Institucional		Recruiting poster for the Winter Program at University of California, Los Angeles.
Pike's Peak	Pike's Peak	Institucional		Lecture poster for an arts event in Colorado Springs.
Save Our City	Designing New York Committee	Institucional		Poster promoting and commemorating a symposium at which experts explored how the design disciplines could take an active role in improving the quality of life in New York City.
Little P in the Big O	Oklahoma City and Tulsa Art Director's Club	Institucional		Poster to announce two lectures by Paula Scher, a small person, in Oklahoma, a big state.
The Big A	Ambassador Arts	Institucional		Promotion for Ambassador Arts silkscreening.

Parallax Theater	Parallax Theater	Institucional		Posters promoting the theater.
Marie and Bruce	Parallax Theater	Institucional		Poster for Wallace Shawn's play.
School of Visual Arts	School of Visual Arts	Institucional		Promotional posters for the visual arts college in New York City.
AIGA Lecture Series	AIGA	Institucional		Promotional poster for an AIGA lecture series on American masters in graphic design.
Ringling School of Art and Design	Ringling School of Art and Design	Institucional		Recruiting poster.
Woody Pirtle in Madison	Design Madison	Institucional		Announcement for a design talk in Wisconsin.
Design Leadership Award	Corporate Design Foundation	Gran empresa		Announcing the first annual Design Leadership Award.
	Inc. Magazine			
American Photography 9	American Photography	Institucional		Call for entries for an annual juried competition.
Summing up the Creative Process	American Institute of Graphic Arts, St. Louis Chapter	Institucional		A talk in St. Louis.
Montgomery Watson	Montgomery Watson	Gran empresa		Merger announcement.
21 Years of Design in Japan	RDI Address	Gran empresa		Kenneth Grange, Royal Designer for Industry, gave the 1992 RDI Address about his product design work in Japan.
Watch City Brewing Co.	Watch City Brewing Co.	Pequeña empresa		A series of promotional posters for a microbrewery and restaurant in Waltham, MA.
What is Good Design?	American Center for Design	Institucional		Call for entry poster for a graphic design competition sponsored by the American Center for Design in Chicago.
School of Visual Arts	School of Visual Arts	Institucional		Promotional posters for the visual arts college in New York City.
Art is...	School of Visual Arts	Institucional		Promotional posters for the visual arts college in New York City.
Language is a Deadly Weapon	MTV	Multinacional		Illustration for MTV's "Free Your Mind" campaign encouraging diversity; the image appeared in a book distributed by the network at its 1993 Video Music Awards.
Hinrichs Australia	Hinrichs Australia	Gran empresa		Announcing an appearance down under.
Neo	The Simpson Paper Company	Gran empresa		Poster announcing the launch of the latest issue of the paper manufacturer's premiere annual publication.
We the People	The Art Directors Club, Washington D.C. Chapter	Institucional		Event poster for a lecture in Washington D.C.
7th Annual Book Fair to Help the Homeless	Goddard Riverdale Community Center	Institucional		Poster for an event sponsored by the Goddard Riverdale Community Center and the New York publishing community.
Interior Design International	IDI	Institucional		Promotional posters designed for London's annual interior design show.
Esto no es un cigarro	Creative Club Of Tampa Bay	Institucional		Announcing for a lecture in Tampa, an American city with a large Cuban population.
The Art Directors Club 74th National Annual Exhibition	The Art Directors Club	Institucional		Call for entries for a graphic design competition.
Crafts Council	Crafts Council	Institucional		Announcing exhibitions for the organization dedicated to make contemporary craft relevant and exciting to a wide audience.
Woody Pirtle in Cincinnati	Art Directors Club, Cincinnati	Institucional		Announcing a lecture in the City of Seven Hills.
National Portrait Gallery	National Portrait Gallery	Institucional		Promotional poster.
Partial Objects	The Pilgrim Project	Institucional		A re-telling of Faust with the devil portrayed as a Satanic poodle.
Paula Scher in Raleigh	AIGA Raleigh	Institucional		Announcing a presentation in North Carolina, the heart of tobacco country.

The Public Theater	The Public Theater	Institucional		A series of promotional posters designed for one of New York City's leading institutions for new theatrical productions.
The Alphabet Series	Champion International Corporation and Ambassador Arts Printers	Institucional		An alphabet series sponsored by Champion International Corporation and Ambassador Arts printers.
AIGA Communication Graphics	AIGA	Institucional		Call for entries for an American Institute of Graphic Arts design competition.
Buildings & Thoughts	The Cooper-Hewitt National Design Museum	Institucional		Announcing a lecture by American architect Cesar Pelli.
Happy Earth Day New York	New York City Arts Commission	Institucional		Poster promoting Earth Day celebrations in New York.
The Three Sisters	Chapman Duncan Associates	Mediana empresa		A production of the Out of Joint Theater Company.
Pentagram Austin	Pentagram	Multinacional		Announcing the opening of Pentagram's office in Texas.
The Break of Day	Chapman Duncan Associates	Mediana empresa		A production of the Out of Joint theater company.
Stars & Stripes	The Pacific Design Center	Institucional		Exhibition of American flags and patriotic memorabilia.
AIA Heritage Ball	American Institute of Architects	Institucional		Promotional posters for the annual Heritage Ball.
Romeo & Juliet	Theater Rostock	Mediana empresa		Poster for the play.
11th Annual Washington Market School Children's Street Fair	Washington Market	Institucional		A springtime celebration in New York.
Hayground School	Hayground School	Institucional		Institutional poster featuring the identity for a middle school in Bridgehampton, NY.
Design/Business Case Study #2	American Institute of Graphic Arts, Atlanta Chapter	Institucional		Poster for an event sponsored by the Atlanta Chapter of the AIGA, one in a series of "Case Study" programs focusing on successful collaborations between design and business.
Potato Festival	Hampton Day School	Institucional		Poster announcing events of the 10th Annual Potato Festival in Bridgehampton, New York.
En Garde Arts	En Garde Arts	Institucional		Identity and a series of promotional posters for the non-profit street theater group.
Skyscraper Museum	Skyscraper Museum	Institucional		Identity and promotional poster for the museum devoted to the study of high-rise building and the history of the American skyscraper.
Ballet Tech	Ballet Tech	Gran empresa		A series of promotional posters designed for the dance company formed by dance impresario Eliot Feld.
Architects at the Frying Pan	American Institute of Architects	Institucional		Posters promoting an AIA event.
Building the Empire State	Skyscraper Museum	Institucional		Exhibition on the iconic building.
Amnesty International	Amnesty International	Institucional		A series of posters designed for the global movement of 2.8 million supporters, members and activists in more than 150 countries and territories who campaign to end grave abuses of human rights.
Edward Albee's The American Dream	Theatre S3	Mediana empresa		Poster promoting Edward Albee's absurdist farce set in a dysfunctional upper-class family.
Universal Declaration of Human Rights	Amnesty International	Institucional		Poster Series
Type is Image	Private			Promotional poster designed for Paula Scher's show in Osaka, Japan.
You / Me	Museum of the Seam, Jerusalem	Institucional		Poster designed as part of an Israeli invitational competition to create a message about peaceful coexistence within borders.

AIGA/NY	American Institute of Graphic Arts, New York Chapter	Institucional		The Chrysler Building composed of a list of the entire membership of the AIGA New York Chapter.
Inscape	Inscape	Gran empresa		Identity and promotional posters for the office furnishings manufacturer.
The Work of Charles and Ray Eames	Cooper-Hewitt Design Museum	Institucional		Exhibition poster.
Wonderbrands West	Metropolis	Institucional		Promotional poster for a series of conferences about branding.
Yale School of Architecture	Yale University	Institucional		A series of promotional posters designed for the school's lectures and events.
20th Century Masters	Pen American Center	Institucional		An ongoing series that pays tribute to great 20th century writers.
Bitstreams	Whitney Museum of American Art	Institucional		Promotional poster for an exhibition that examines the use of digital media to achieve new dimensions of artistic expression.
Le Nouveau Salon des Cent	Scheufelen	Institucional		Poster created by designers as an homage to the artist Henri de Toulouse-Lautrec on the 100th anniversary of his death.
Barnes & Noble	Barnes & Noble	Gran empresa		National bookseller.
AIGA Austin Top Dog Awards	American Institute of Graphic Arts Austin Chapter	Institucional		Poster designed for the 2003 AIGA Austin Top Dog Awards competition.
New Yorkers for Parks Gala	New Yorkers for Parks	Institucional		An independent organization that is fighting for greener, cleaner and safer parks in New York City and the surrounding boroughs.
With or Without Feet	New Type Design	Institucional		Posters designed to promote With or Without Feet, a series of talks on typography held at Pentagram's offices in London.
Stop the Plant	Scenic Hudson	Institucional		Promotional poster for the grass-roots campaign to prevent construction by St. Lawrence Cement of a mammoth cement plant, pit and mine in New York's Hudson Valley.
American Institute of Architects	American Institute of Architects	Institucional		Promotional posters for the national professional association of architects.
Milton Theater	Milton Theater	Mediana empresa		Promotional poster for a 1879 play by Norwegian playwright Henrik Ibsen.
Abbott Miller Twice Removed	AIGA	Institucional		Presentation on his work at the Parson's School of Design in New York City.
Our Dark Twin	The Tagman Press	Gran empresa		Promotional poster for the book "The Paradoxical Saviour within Us" by Joanna Lehmann.
Moiré	Neenah Paper	Gran empresa		
The Number Series				
Austin Film Festival	Austin Film Festival	Institucional		Poster designed for the film festival.
The Architectural League of New York	The Architectural League of New York	Institucional		Posters for the league.
Sigmund Freud Museum	Sigmund Freud Museum	Institucional		
J.W. Marriott Residences at Esentai Park	Capital Partners	Gran empresa		A special exhibition mounted in commemoration of the 150th anniversary of Freud's birth (6 May).
Museum für Film und Fernsehen	Deutsche Kinemathek	Institucional	2009	Promotional advertising campaign for the modern mixed-use real estate development in Almaty, Kazakhstan.
Shakespeare in the Park	The Public Theater	Institucional		Campaign promoting "Romeo and Juliet" and "A Midsummer Night's Dream," to be performed alfresco in Central Park.
Global Cities	Tate Modern	Institucional	2009	Promotional posters for an exhibition examining five major issues - size, speed, form, density and diversity - and their effects on ten major urban centers: Cairo, Istanbul, Johannesburg, London, Los Angeles, Mexico City, Mumbai, Sao Paulo, Shanghai and Tokyo.
London Design Festival	London Design Festival	Institucional	2008	Poster design for the festival.

DJ's Back	Dallas Society of Visual Communications	Institucional		
WITNESS	Witness	Institucional		Posters for the international human rights organization.
Pentagram Banner	Pentagram	Multinacional		The banner on the Façade of our New York office.
Texas Designer's Map of the World	Sappi Fine Paper	Gran empresa	2009	Part of a promotion for the paper company.
Revival	Pentagram	Multinacional	2008	Party to celebrate Pentagram's commitment to the city of Austin.
Thoughts on Democracy	Wolfsonian museum of art and design at Florida International University	Institucional	2008	Poster that provides a visual response to the classic Four Freedoms poster series created by Norman Rockwell in 1943.
Yale School of Architecture Seduction	Yale School of Architecture Seduction	Institucional	2008	Symposium poster design with typography by Marian Bantjes.
Shakespeare in the Park	The Public Theater	Institucional	2010	Posters for the Festival.
D&AD Simple	D&AD Student Awards	Institucional	2008	Identity, promotional campaign and the annual for the student awards.
Hope	Poster created for election day.	Institucional	2008	Poster created for election day.
Green Patriot Posters	Green Patriot Posters	Gran empresa	2008	Poster design that promotes the use of mass transit and valorize buses as sound for the environment as well as for the vitality of Cleveland.
Barack Obama's Fifty State Strategy	Artists for Obama	Institucional	2008	Poster design featuring a new name for each of the fifty states.
New York Photo Festival	New York Photo Festival	Institucional	2008	Identity and a series of posters for the inaugural photo festival.
Eros Alive	London Design Festival	Institucional		Poster for the festival.
The Cathedral Church of Saint John the Divine	The Cathedral Church of Saint John the Divine	Institucional	2009	Poster for a benefit screening of Man on Wire hosted by the Cathedral.
Anish Kapoor at the Royal Academy of Arts	Royal Academy of Arts	Institucional	2008	Visual identity for the exhibition, including posters, banners and other collateral.
Signs of the Times	Pentagram	Multinacional	2009	Poster for the launch of Pentagram Papers 39: Signs, which focused on the issue of homelessness.
United Nations Office on Drugs and Crime	United Nations Office on Drugs and Crime	Institucional	2009	A series of typographic maps to help train the Russian police.
26 Exchanges		Institucional	2009	Collaboration with International PEN, 26 and UNESCO to produce 26 Exchanges: Journeys Between and Behind the Lines of Language, a typographic installation that explores what happens when one language adventures boldly into another.
Wired Smart List	Wired	Multinacional	2009	Icons for this year's Smart List in Wired magazine.
The Museum of Modern Art	The Museum of Modern Art	Institucional	2009	New Identity for the cultural institute.
	Promotional movie poster.			Promotional movie poster.
DJ is Here	Pentagram	Multinacional	2009	Invitation poster for DJ Stout's 10th anniversary party.
Helping Haiti	Haiti Poster Project	Institucional	2009	Limited editions posters benefiting Haiti, increasing social awareness and highlight the role design can play in conveying important messages.
Chicago Poster Biennial	2nd Chicago International Poster Biennial	Institucional	2010	The official biennial poster, an op-art rendition of the number two inspired by a rolled poster.

Modern British Sculpture	The Royal Academy	Institucional	2010	Poster for the academy's exhibition that examines 20th-century British sculpture and features work from the likes of Barbara Hepworth and Damien Hirst.
Pecha Kucha Austin	Pecha Kucha Austin	Institucional	2011	Promotional poster for a creative speaking event.
Thinking Big	Yale School of Architecture	Institucional		Poster for a symposium at the Yale School of Architecture.
Building Hope	The Nobility Project	Institucional	2011	Poster for a documentary film directed by Turk Pipkin that chronicles the construction of Mahiga Hope High School in rural Kenya.
The Playing Place	The Playing Place	Institucional	2011	Promotional poster for an exhibition initiated by Cornwall Design Season to explore how great design and creativity can benefit the people of Cornwall, set in a shipping container where visitors are able to interact with written and spoken language, stories and theatre.
Pecha Kucha Austin No. 11	Pecha Kucha Austin	Institucional	2011	Promotional poster for a creative speaking event.
MIT	MIT Architecture	Institucional		Lecture posters for the school.
Poster for Tohoku	Art Tails	Institucional	2012	Created specifically for the project, which benefits the community of Tohoku, the area hardest hit by the March 11, 2011 earthquake and tsunami.
Sundance Film Festival	Sundance Film Festival	Institucional	2012	Posters for this year's festival, organized around the theme "Look Again."
Typeface	The Typographic Circle	Institucional	2012	Limited edition series of four different posters.
Is Drawing Dead?	Yale School of Architecture	Institucional	2012	Poster for a symposium that considers the present and future role of drawing in the architectural profession.
Berlinale Retrospective	Deutsche Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen	Institucional	2012	Graphics for the Retrospective
Typographic Tapestry	The Typographic Circle	Institucional	2012	Limited edition poster for a talk at JWT in Knightsbridge.
AIGA Vermont	AIGA Vermont	Institucional	2012	Poster for DJ Stout's lecture.
Airlines for America	Airlines for America	Institucional	2012	Posters for the organization formerly known as the Air Transport Association, the first and only trade association of the principal U.S. airlines.
AIGA/NY 30th Anniversary	American Institute of Graphic Arts/New York Chapter	Institucional	2012	Commemorative posters for the organization's anniversary.
AIGA/NY 30th Anniversary	American Institute of Graphic Arts/New York Chapter	Institucional	2012	Commemorative posters for the organization's anniversary.
AIGA/NY 30th Anniversary	American Institute of Graphic Arts/New York Chapter	Institucional	2012	Commemorative posters for the organization's anniversary.
Shakespeare in the Park	The Public Theater	Institucional	2012	Campaign for the 2012 season of Shakespeare in the Park.
Pentagram's 40th Anniversary	Pentagram	Multinacional	2012	A series of posters, designed by Pentagram partners, for the 40 years since the company's birth.
The Public Theater	The Public Theater	Institucional	2012	institutional campaign for the Public that celebrates its status as a theater for the "public."
Sundance 2013	Sundance Film Festival	Institucional	2013	Promotional posters for this year's film festival.
Tess Giberson	Tess Giberson	Gran empresa	2013	Ongoing poster and invite design for Tess Giberson's fashion collections.

Print	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Plastics Today	Imperial Chemical Industries	Multinacional		Corporate journal about plastics.
Lucas Industries	Lucas Industries	Gran empresa		Identity and guidelines for a manufacturer of electronic components for the automotive and aerospace industries.
American Standard	American Standard	Gran empresa		Annual report for the transportation, building and construction product manufacturer.
National Gypsum Annual Report	National Gypsum	Multinacional		Annual report entitled, "Where Will Our Children Live" for the company.
Great Beginnings	Koppel & Scher	Mediana empresa		Promotional mailer designed for a design studio.
InfoWorks	InfoWorks	Gran empresa		Identity and promotional collateral program for a conference entitled "Information that works: Design, Technology, Productivity."
Warner Communications 1985 Annual Report	Warner Communications Inc.	Multinacional		Annual reports for the entertainment conglomerate.
Knoll	Knoll	Gran empresa		The book shows the development of the product from concept through production to give the reader a sense of Knoll's interest in product development and quality.
National Gypsum Annual Report	National Gypsum	Multinacional		1984 annual report for the manufacturing company.
Drexel Burnham Lambert	Drexel Burnham Lambert	Gran empresa		Annual report for the banking and brokerage firm.
Beautiful Faces	Champion Papers	Multinacional		Promotional material for a paper manufacturer.
The Young Pros	Science Digest	Institucional		Promotional supplement that explains how to advertise to young professionals
Broomshtick	Woody Pirtle	Gran empresa		A self promotion piece by Woody Pirtle on a series of painted brooms; "the most common of implements showcased in a most uncommon manner."
International Design Conference	International Design Conference	Institucional		Announcement for the International Design Conference in Aspen.
Think	International Business Machines Corporation	Institucional		The corporation's magazine.
Northern Telecom	Northern Telecom Limited	Multinacional		Annual report for the telecommunications company.
Stanford Design Forum	Stanford University and the National Endowment for the Arts	Institucional		A three-day meeting of 75 international design, business and educational leaders dedicated to the promotion of design in society in general and to business in particular.
Warner Communications Annual Report	Warner Communications	Multinacional		1987 annual report for the communications company.
Dingbats	Champion International	Multinacional		Promotional material for a paper manufacturer.
Children's Museum of Manhattan	Children's Museum of Manhattan	Institucional		Identity program, architectural graphics and exhibition graphics for Manhattan's only museum exclusively for children. This assignment was concurrent with the design of a new facility by architect Paul Segal and new exhibits by designer Lee Skolnick.
Warner Communications Annual Report	Warner Communications	Multinacional		1988 annual report for the communications company.
Human Factors Industrial Design	Human Factors Industrial Design	Gran empresa		New York based product development firm that integrates applied human factors, industrial design and engineering in developing medical, surgical, and electronic devices and other highly technical products, equipment and environments.
EG & G	EG & G	Institucional		Annual report for the United States national defense contractor.
Melville Annual Report	Melville Annual Report	Multinacional		Annual report for the large retail holding corporation.

IBM Annual Report	IBM	Multinacional		Annual Report for the computer company.
Simpson Paper	Simpson Paper	Gran empresa		Various promotional booklets for the paper company.
Champion Swatchbooks	Champion Paper	Multinacional		A series of promotional swatchbooks for eight grades of Champion International paper.
CBS Sports	CBS Sports	Multinacional		Identity representing all areas of CBS's participation in the 1992 and 1994 Winter Olympic Games, the first Olympics to be covered exclusively by this network.
Ariad Pharmaceuticals	Ariad Pharmaceuticals	Gran empresa		A biotech company investigating "signal transduction" in cell biology to gain insight into developing new drugs.
Peter Joseph Gallery	Peter Joseph Gallery	Institucional		A series of catalogues for the gallery's individual exhibitions.
Acadia Partners	Acadia Partners	Gran empresa		A brochure illustrating the successful transactions of the investment firm.
Columbus Regional Hospital	Columbus Regional Hospital	Institucional		New name and identity for an Indiana health care center.
Smart Ass	Gilbert Paper	Gran empresa		Promotional material for the paper company.
The Cheap-O Times	Champion Paper	Multinacional		Promotional material for the paper company.
IBM Quality Brochure	IBM	Multinacional		"Market-Driven Quality" is a broad-based effort to improve performance and increase customer satisfaction. This brochure, a primer on the subject, was distributed to IBM employees worldwide.
Other People's Mail	Champion Paper	Multinacional		Promotional material for the paper company.
Subjective Reasoning	Champion International	Multinacional		Promotional print material for the paper manufacturer's Kromekote line of papers.
Mystique	Champion International	Multinacional		Promotional swatch book for a line of uncoated papers.
Humber & Ahrend	Humber & Ahrend	Gran empresa		Promotional material for a paper manufacturer.
Diary	Simpson Paper	Gran empresa		Promotional material for a paper manufacturer.
British Film Institute	British Film Institute	Institucional		Promotional catalogs designed for a charitable organization that encourages the development of the arts of film, television and the moving image throughout the United Kingdom.
King's College London	King's College London	Institucional		Promotional catalogs designed for a division of the University of London.
Kromekote	Champion International	Multinacional		A brand of cast-coated paper from Champion International.
GM Card	General Motors	Multinacional		Credit cards designed for an American automobile manufacturer.
Cactus	Cactus	Mediana empresa		Cactus designs and produces systems for very sharp, very large scale imaging from Macintosh input.
Rethinking Design	Mohawk Paper Mills	Multinacional		Promotional book containing a collection of essays on contemporary and historical design issues.
Audubon Society Annual Report	National Audubon Society	Institucional		Annual report for the organization dedicated to the preservation of nature and the environment.
The Rockefeller Foundation Annual Reports	The Rockefeller Foundation	Institucional		1992 annual report for the philanthropic organization.
CNET	CNET	Multinacional		Internet and television based information network.
Northrop Annual Reports	Northrop Corporation	Multinacional		Annual reports for the aircraft manufacturer.
7th on Sixth	7th on Sixth	Institucional		Seasonal fashion shows in New York.
Neo	Simpson Paper	Gran empresa		A promotional magazine for Simpson Paper Company entitled, "Innovation and Rediscovery," this issue focuses on the present use of historical knowledge and techniques in a collection of written and visual essays.
CFDA Awards Journal	Council of Fashion Designers of America	Institucional		Souvenir program for the annual Awards Gala, fashion industry's biggest evening.

Robert Morris: The Mind/ Body Problem	Solomon R. Guggenheim Foundation	Institucional		Exhibition catalog published in conjunction with the American sculptor's show.
Williams-Sonoma	Williams-Sonoma	Gran empresa		Product catalog designed for the high-end American consumer retailer that sells kitchenwares, furniture and housewares.
World Economic Forum	World Economic Forum	Institucional		Identity and promotional print material designed for the foremost international membership organization integrating leaders from business, government and academia into a partnership committed to fostering world-wide economic growth.
The Savoy	The Savoy Group	Gran empresa		Graphic identity program for world famous luxury hotel in central London.
Sonnets of Shakespeare	Heritage Press	Gran empresa		Limited editions produced annually as a Valentine's Day gift and promotion for a Texas printer.
Nine West '93 Annual Report	Nine West	Gran empresa		Nine West Group is a leading designer, developer, and marketer of women's fashion footwear.
Mohawk Fine Papers	Mohawk Fine Papers	Multinacional		New line of promotional swatchbooks for the paper manufacturer.
Potlatch	Potlatch Corporation	Multinacional		Annual reports designed for the Potlatch Corporation, a forest products industry company.
J.P. Morgan	J.P. Morgan	Gran empresa		A print program designed to appeal to a younger, more contemporary audience of high-net-worth individuals and families.
Nine West '94 Annual Report	Nine West	Gran empresa		Nine West Group is a leading designer, developer, and marketer of women's fashion footwear.
Rethinking Design 2: The End of Print	Mohawk Fine Papers	Multinacional		The second in a series of occasional publications from the paper manufacturer that explore design issues in a general way.
United Technologies	United Technologies	Gran empresa		Annual report for the researcher, developer and manufacturer of high-technology products.
The Berkeley	The Savoy Group	Gran empresa		Print collateral designed for the luxurious hotel in London's Knightsbridge.
Claridge's	The Savoy Group	Gran empresa		Print collateral designed for the historic five-star London society hotel.
PaineWebber Collection	The PaineWebber Group	Multinacional		A survey of the investment firm's expansive holdings in contemporary art, one of the world's great private collections.
Forest City Ratner	Forest City Ratner Companies	Gran empresa		Marketing brochure for an urban real estate development company.
Bring in 'Da Noise Bring in 'Da Funk	The Public Theater	Institucional		The Broadway program for a theater production that debuted at the New York Shakespeare Festival/Public Theater in 1995.
Mohawk Navajo	Mohawk Fine Papers	Multinacional		Promotional print material for the paper company.
Rethinking Design 3: Speaking Volumes	Mohawk Fine Papers	Multinacional		The third issue of the paper manufacturer's Rethinking Design journal that features several essays on book design and is intended to promote discussion about the role of design in the publishing community.
What's in a Name?		Institucional		A brochure about advertising and branding.
Building the Brand		Institucional		Brochure about branding and identity.
Cat Limited	Cat Limited	Multinacional		Annual report designed for the underwriter of property catastrophe reinsurance based in Bermuda.
Headlines	Ammirati Puris Lintas	Gran empresa		Publication for the advertising firm.
Nine West '95 Annual Report	Nine West	Gran empresa		Nine West Group is a leading designer, developer, and marketer of women's fashion footwear.
Princeton University	Princeton University	Institucional		Major fundraising campaign timed to the school's 250th anniversary.

Universe Calendars	Universe Publishing	Mediana empresa		Calendars from the American publisher based in New York City.
American Center for Design	American Center for Design	Institucional		Brochure for the Fifth Living Surfaces Conference at The First Chicago Center, Chicago, Illinois.
50 States 10 Stars	Mohawk Paper	Multinacional		Promtional print material for a paper company.
Rethinking Design 4: Medium	Mohawk Paper Mills	Multinacional		Forth installment of the Rethinking Design series published by a paper manufacturer to explore issues of interest to designers.
I Want to Take You Higher	Rock and Roll Hall of Fame and Museum	Institucional		Catalog for an exhibition that explored the music, politics, style and art of rock's psychedelic period, 1965 to 1969.
Confetti	Fox River Paper	Gran empresa		Promotional material for the paper company.
National Portrait Gallery	National Portrait Gallery	Institucional		Identity and print collateral designed for the gallery housing a collection of portraits of historically important and famous British people.
LONYC	The Type Directors Club	Institucional		Brochure for cross-Atlantic lecture series by The Typographic Circle based in London and The Type Directors Club in New York.
Your Name Here	Mohawk Paper	Multinacional		Promotional material for a paper manufacturer.
Magex	Magex	Mediana empresa		Print collateral designed for the pioneer in the development of new payment services.
March of Dimes	March of Dimes	Institucional		Brand guidelines for Organization cofounded by Franklin D. Roosevelt in 1938 providing research, education and advocacy for infant and childhood health.
Digital DNA	Motorola	Multinacional		Identity and print material for an "ingredient brand" of Motorola.
Universe	Universe Publishing	Mediana empresa		A variety of calendars designed for the publisher.
Ziff-Davis	Ziff-Davis	Mediana empresa		The first annual report from Ziff-Davis, which went public in 1998.
Alexandria Real Estate	Alexandria Real Estate Equities	Institucional		Provider of high-quality, environmentally sustainable real estate and services to the life science industry.
Fodor's	Fodor's	Mediana empresa		Publisher of guides to various travel destinations.
Rethinking Design 5: Subcultures	Mohawk Paper	Multinacional		Fifth installment of the Rethinking Design Journal series that examines the ways in which people use the tools of design to create group identity.
Inscape	Inscape	Gran empresa		Identity and promotional posters for the office furnishings manufacturer.
Potlatch Books	Potlatch Books	Mediana empresa		A series of books on 20th Century Design, sponsored by Potlatch Corporation, a forest products industry company.
Typography Calendar	Pentagram	Multinacional		Annually updated calendar showcasing classic and contemporary typefaces.
Apollo Real Estate Advisors	Apollo Real Estate Advisors	Institucional		An independent private partnership of real estate professionals.
Brooklyn Law School	Brooklyn Law School	Institucional		Application material designed for the law school.
The University Center for Human Values	Princeton University	Institucional		Identity and promotional print material for a center that supports teaching, research, and discussion of ethics and human values throughout the curriculum and across the disciplines at Princeton University.
Dean & DeLuca	Dean & DeLuca	Mediana empresa		Product catalogues for a gourmet retailer selling food, kitchenware and gifts.
Design Within Reach	Design Within Reach	Mediana empresa		On-line retailer of contemporary furniture.
Wellesley College	Wellesley College	Institucional		A prestigious liberal arts college for women.
Wonderland	The St. Louis Art Museum	Institucional		Exhibition catalog for a large group show of installation art, work by artists who define and transform spaces and encourage the viewer's engagement with and within them.

Yale School of Drama	Yale School of Drama	Institucional		Promotional materials for "Stage Blue," a glamorous bi-coastal gala celebrating the contributions of Yale University and its alumni.
The Waterways Trust	The Waterways Trust	Institucional		Print campaign for the UK agency charged with care and promotion of the country's rivers and canals.
L.L. Bean	L.L. Bean	Gran empresa		Catalog design for the retailer of classic American sportswear and gear.
Lennon: His Life and Work	Rock and Roll Hall of Fame Museum	Institucional		Catalog for an exhibition designed to commemorate the 60th anniversary of John Lennon's birth.
Creativity Transforms	Zurich Capital Markets	Multinacional		Annual report designed for the analytical research firm.
Egon Zehnder International	Egon Zehnder International	Multinacional		Identity and print collateral for a global executive search company.
Florida State University	Florida State University	Institucional		Capital campaign material designed to be concurrent with the school's 150th anniversary.
Toulouse-Lautrec Anniversary	Scheufelen	Institucional		Poster designed for the paper company Scheufelen as a promotion for its Job Parilux line of papers.
Zurich Capital Markets	Zurich Capital Markets	Multinacional		Corporate publications for an asset management firm that places emphasis on customized solutions.
Picture This	British Council	Institucional		Catalogue for Picture This: Contemporary Illustration from London, a touring British Council exhibition.
New York New Visions	New York New Visions	Institucional		Print material for the coalition for the rebuilding of Lower Manhattan formed after the September 11 terrorist attack.
Unity	Unity	Mediana empresa		Identity and manu design for a restaurant in New York City.
New York University Wagner School of Public Service	Robert F. Wagner Graduate School of Public Service, New York University	Institucional		Admissions collateral for the school devoted to government and public service.
Lower Manhattan Cultural Council	Lower Manhattan Cultural Council	Institucional		Journal Of the Lower Manhattan Cultural Council.
East Midtown Association	East Midtown Association	Institucional		Annual report for a partnership promoting commerce and improving the quality of life in East Midtown Manhattan.
Loomis Chaffee	Loomis Chaffee	Multinacional		Brochure for a private high school in Hartford, Connecticut with a progressive heritage and ambitious plans.
Harley-Davidson Flip-Book	Harley-Davidson	Multinacional		A "flip-book" series on a variety of subjects.
Kaufman Center	Kaufman Center	Institucional		Concert hall and musical arts school in Manhattan.
One&Only Resorts	One&Only Resorts	Multinacional		Identity and print programme for an international luxury resort brand.
Lands' End	Lands' End	Gran empresa		Catalogue design for a manufacturer and merchandiser of apparel and home products.
Geoffrey Beene 30 Years	The Fashion Institute of Technology	Institucional		Publication celebrating 30 years of the American fashion designer's work.
Virginia Museum of Fine Arts	Virginia Museum of Fine Arts	Institucional		Program and Event calendar for a Fine Arts museum located in Richmond, VA.
Steuben Glass	Steuben Glass	Gran empresa		A series of product catalogs for a manufacture of handmade art glass and crystal, specializing in blown, cut, and etched designs, and animal sculptures.
Trevor Day School	Trevor Day School	Institucional		Identity, brochure and annual report for a school in the Upper East Side of Manhattan.
Williams College	Williams College	Institucional		Identity and print material for the private liberal arts college located in Williamstown, Massachusetts.
Mozarthaus Vienna	Mozarthaus Vienna	Institucional		Museum dedicated to Mozart's life and music in the composer's only surviving apartment.
Liz Claiborne	Liz Claiborne	Multinacional		Annual report for the global designer-marketer of fashion apparel and accessories.

Play	Shakespeare's Globe Theatre	Institucional		Elegant publication commemorating the first five seasons of the rebuilt Shakespeare's Globe Theatre.
Bowdoin College	Bowdoin College	Institucional		Theme and promotional materials designed to support an ambitious capital campaign for the college located in Maine.
nferNelson	nferNelson	Mediana empresa		Redesigned catalogues for an independent UK provider of educational assessment services.
WITNESS	WITNESS	Institucional		Print campaign and annual report for the international human rights organization.
HOK	HOK	Multinacional		Capabilities brochure for one of the world's largest architectural firms, with offices around the globe.
Mount Vernon Square	Government of the District of Columbia Office of Planning	Institucional		Identity and environmental graphic standards for the emerging district in downtown Washington, D.C.
60 Columbus Circle	The Related Company	Privado		Brochure cover for a residential property in Columbus Circle, New York City.
One Central Park	The Related Company	Privado		Identity and print marketing materials for a residential property in Time Warner Center.
Doris Mitsch: Scanning	Mohawk Paper Mills	Multinacional		Promotional print material for the Superfine paper line featuring the artist's scans of natural objects.
Philharmonie Luxembourg	Philharmonie Luxembourg	Institucional	2009	Identity for the national concert hall of Luxembourg.
Sur La Table	Sur La Table	Gran empresa		A kitchen products catalog.
Restoration Hardware	Restoration Hardware	Mediana empresa		Product catalog for a American furniture chain.
InTents	Patrick McMullan	Mediana empresa		Book for a monograph of fashion-show photography by Patrick McMullan.
Pilotlight	Pilotlight	Gran empresa		Promotional booklet and series of posters for a organization that consults small, ambitious charities to help a greater number of people, more effectively
Clarks	Clarks	Multinacional		Annual report for the English shoe company that sells 41 million pairs of shoes each year.
Ford Foundation	Ford Foundation	Institucional		Annual report for an organization whose goal is to strengthen democratic values, reduce poverty and injustice, promote international cooperation and advance human achievement.
Yale School of Forestry and Environmental Studies	Yale School of Forestry and Environmental Studies	Institucional		Viewbook for the school offering research into local, regional and global environmental issues.
Nine	Elliott + Associates Architects	Gran empresa		Book presents nine AIA Honor award-winning projects by the architectural firm based in Oklahoma City.
Swarm	The Fabric Workshop and Museum	Institucional		Catalog and invitations for an exhibition showcasing contemporary art works that express swarming as a social effect generated by masses of objects, images, data, or organisms.
26 Writers Association	26 Writers Association	Institucional		A brochure for a not-for-profit association of writers and language specialists.
Christian Aid	Christian Aid	Institucional		Poster Invite for Don McCullin Exhibition, Life Interrupted.
Faram	Faram	Gran empresa		Corporate identity for the Italian office furniture and partitions manufacturer.
Designing the Taxi	Design Trust for Public Space	Institucional		Catalog for an exhibition investigating how the New York City icon can be improved, at Parsons the New School for Design.
New York University School of Law	New York University School of Law	Institucional		Capital campaign for one of the preeminent law schools in America.
Energy / Experimentation	The Studio Museum in Harlem	Institucional		Book designed to accompany an exhibition of abstract art by African-American artists from 1964 to 1980.

Yale Tomorrow	Yale Tomorrow	Institucional		Identity and communications for the most ambitious fundraising drive in Yale's history, a comprehensive five-year capital campaign that raised \$3.88 billion.
The Nightingale-Bamford School	The Nightingale-Bamford School	Institucional		Identity and print collateral for a prestigious all-girls school on Manhattan's Upper East Side.
Vilcek Foundation	Vilcek	Institucional	2006	Print material for the philanthropic organization that honors foreign-born artists and scholars who have made lasting contributions to American society.
Fashion Institute of Technology	Fashion Institute of Technology	Institucional		Annual report for a public institution in New York City dedicated to providing higher education opportunities within the fashion, design and fine arts disciplines.
245 Tenth Avenue	245 Tenth Avenue	Privado		Identity and promotional book for a New York City luxury residence designed by Della Valle Bernheimer.
New York University Reynolds Program in Social Entrepreneurship	New York University	Institucional		Identity and print collateral for a New York University program that trains the next generation of public service leaders.
Mohawk Show	Mohawk Paper	Multinacional		Entry form for the 8th Mohawk show.
110+Broadway	Surtsey Realty Company	Gran empresa		Identity and print material for an 11-story residential condominium building at 543 West 110th Street on the Upper West Side of Manhattan.
85 Tenth	85 Tenth	Privado		Brochure for the building located in Chelsea.
Liz Claiborne Annual Report	Liz Claiborne	Multinacional		2005 annual report for the women's fashion company.
Building the Times	Forest City Ratner Companies / The New York Times	Multinacional	2006	Book documenting the construction of the New York Times building.
Swarthmore College	Swarthmore College	Institucional	2006	Admissions material.
HSK	HSK	Gran empresa		Group of hospitals in the Rhein-Main region of Germany.
Sigmund Freud Museum	Sigmund Freud Museum	Institucional	2006	Catalog for an exhibition commemorating the 150th anniversary of the birth of Sigmund Freud, installed at his original residence in Vienna.
UCLA Architecture and Urban Design	UCLA	Institucional		Catalog for UCLA Department of Architecture and Urban Design.
USC Law	USC	Institucional		Print design for law brochure.
Vonage Annual Report	Vonage	Gran empresa		2006 annual report for the communications company.
Summit Rock Advisors	Summit Rock Advisors	Institucional		Provides financial advice and portfolio management to a select number of families and foundations.
New Yorkers for Parks	New Yorkers for Parks	Multinacional		Save-the-date cards, invitations, and programs for the organization's annual fund-raising event in its 100th anniversary year.
Liz Claiborne Annual Report	Liz Claiborne	Multinacional	2006	2006 annual report for the women's fashion company.
Kiki Smith: Tattoo	Steuben Glass	Gran empresa	2007	Catalog featuring a limited edition collection of glassware created by Kiki Smith, 2007 artist-in-residence as the glassmaker invites an artist to create a limited edition collection every year.
Almaty Financial District	Almaty Financial District	Gran empresa		Identity and print collateral for international financial center in Almaty, Kazakhstan.
The Dorchester Collection	The Dorchester Collection	Gran empresa		Identity design for a group of luxury hotels
Publikum Calendar	Publikum	Gran empresa	2006	The celebrated art calendar published by the Publikum printing company based in Belgrade.
Wilhelm von Humboldt Stiftung	Wilhelm von Humboldt Stiftung	Institucional	2007	Identity for a Berlin-based foundation that supports scientific research, education and the clinical application of therapies that revolve around the study of human sexuality.

Maryland Institute College of Art	Maryland Institute College of Art	Institucional	2007	Identity and print collateral for the art school in Baltimore, Maryland.
P.O.V.	P.O.V.	Gran empresa	2007	Graphic identity for the award-winning documentary film series on PBS.
Oglethorpe University	Oglethorpe University	Institucional		Liberal arts college in Atlanta, Georgia.
459 West Eighteenth	459 West Eighteenth	Privado		Identity and promotional book for New York City luxury residence designed by Della Valle Bernheimer.
Global Cities	Tate Modern	Institucional	2007	Brochure for an exhibition examining five major issues - size, speed, form, density and diversity - and their effects on ten major urban centers: Cairo, Istanbul, Johannesburg, London, Los Angeles, Mexico City, Mumbai, Sao Paulo, Shanghai and Tokyo.
Portraits, Landscapes & Abstraction	The Studio Museum in Harlem	Institucional		Brochure for the exhibition at City Hall that showcased highlights from the Studio Museum in Harlem's permanent collection.
USC Focus	USC	Institucional		University and Alumna magazine.
Time and Territory	J&L Gibbons	Gran empresa	2007	A commemorative book commissioned by the landscape architecture and urban design firm J&L Gibbons to mark their 21st anniversary.
Bertazzoni	Bertazzoni	Multinacional	2010	Catalogues and promotional material for an Italian manufacturer of premium gas stoves and ranges.
100% Design	Reed Exhibitions	Institucional	2007	Identity, brochures and print advertising for the UK's largest annual design trade show.
Glenn Ligon: Figure	Yvonne Lambert Gallery	Institucional		Exhibition catalogue published by Yvonne Lambert Gallery.
The Black Book	Pentagram	Multinacional	2008	The Black Book is a compilation of projects drawn from the last several years of our practice. Arranged in alphabetical order, the 800-page volume shows the range of our practice in terms of the areas in which we work, and the stylistic vocabularies at play.
Thought Matters	UCLA Department of Architecture and Urban Design	Institucional		Publication that presents the outcomes of design proposals from a range of architectural studios.
Mohawk Paper Show 8: Touchy Feely Annual	Mohawk Show	Multinacional		Book for the paper company's 8th annual show.
National Gallery of Art	National Gallery of Art	Institucional	2007	2007 annual report for the institution.
Fund for Public Schools	Fund for Public Schools	Institucional	2008	2008-2010 annual reports for the organization that works to attract private investment in school reform for New York City schools.
The Philip Johnson Glass House	The Philip Johnson Glass House	Institucional		Print material for Philip Johnson's iconic residence in New Canaan, Connecticut, now part of the National Trust for Historic Preservation.
ViaGen	ViaGen	Gran empresa		Livestock gene banking and cloning services.
Better Work	Better Work	Institucional		Identity and print material for a partnership programme between the International Labour Organization (ILO) and the International Finance Corporation (IFC), dedicated to improving labour standards and competitiveness in global supply chains.
The World Stage: Africa	The Studio Museum in Harlem	Institucional		Exhibition catalog designed for Kehinde Wiley's first solo exhibition at the Studio Museum.
Beat IV: The Rime of the Ancient Mariner	Heart Agency	Mediana empresa	2008	Fully illustrated edition of Samuel Taylor Coleridge's epic poems published by the Heart Agency to showcase the work of their roster of illustrators.
Macaulay Honors College	William E. Macaulay Honors College at the	Institucional		Identity and print design for CUNY's undergraduate program for elite students.
Sorg Architects	Sorg Architects	Gran empresa		Identity for an architectural firm.

Yale Viewbook	Yale Viewbook	Institucional		Publication designed to give applicants an insider's view into Yale University.
False Start	2wice	Institucional	2008	A 97-page flipbook which allows readers to reanimate Bokaer's dance of the same name.
15 Central Park West	Zeckendorf Developers	Gran empresa	2008	Identity and print promotional campaign for the new luxury apartment building.
California Academy of Sciences	California Academy of Sciences	Institucional	2008	Print collateral for the academy and their innovative new "green" building by architect Renzo Piano.
Ballpoint	D&AD	Institucional	2008	D&AD award-winning brochure for Ballpoint, an exhibition curated and commissioned by the Pentagram partners
New York Photo Festival	New York Photo Festival	Institucional	2008	Print material for the inaugural photo festival.
TicToc	JWT	Gran empresa	2010	TicToc book published by JWT.
Five Franklin Place	Five Franklin Place	Gran empresa	2009	Marketing materials and sales center environmental graphics for the innovative 20-story tower.
National Gallery of Art	National Gallery of Art	Institucional	2008	2008 Annual report for the institution.
"Early TV Memories" US Postage Stamps	The United States Postal Service	Institucional		A series of 44-cent stamps highlighting 20 of the iconic programs and personalities of the 1950s including "The Honeymooners," "The Twilight Zone," "Ozzie and Harriet," "Howdy Doody," "I Love Lucy," "Alfred Hitchcock Presents," "The Ed Sullivan Show," "Perry Mason," and "Lassie."
Fashion Institute of Technology Lookbook	Fashion Institute of Technology Lookbook	Institucional		Lookbook designed to introduce the institution and its programs to prospective students.
DRK Kliniken	DRK Kliniken	Institucional	2010	Triennial Report for the non-profit network of five hospitals in Berlin that provide specialized, high-quality care.
The Romeo Hotel	The Romeo Hotel	Gran empresa	2010	Identity for a luxury hotel located in Naples, the first of a chain being developed by a Neapolitan family-owned company.
The High Line	Friends of the High Line	Institucional		Promotional print material for the elevated railway turned park in Manhattan.
WNET	WNET	Institucional		New York's public television stations, THIRTEEN and WLIW21, rebranded under a new umbrella identity.
Sappi Fine Paper	Sappi Fine Paper	Gran empresa		Promotional print material for a paper manufacturer.
Cass Art Kids	Cass Art	Gran empresa	2009	Promotional giveaway.
3 at Saks Fifth Avenue	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2009	Identity for Saks' third floor, home of its designer collections.
Bard Graduate Center	Bard Graduate Center: Decorative Arts, Design History, Material Culture	Institucional	2009	Identity for the Manhattan-based academic institution dedicated to the study of the applied arts.
House of Cards	House of Cards	Institucional		A UK charity that works to alleviate the distress caused by homelessness and bad housing.
Wired Smart List	Wired	Multinacional	2009	Icons for this year's Smart List in Wired magazine.
UCLA Architecture & Urban Design Alumni Catalog	UCLA	Institucional		Alumni catalog including alumni letter, faculty + student achievements, alumni exhibition and call for submissions.
Pentagram Architecture	Pentagram	Multinacional		A compilation of architectural projects drawn from the last several years of our practice.
The Doomsday Clock	Bulletin of the Atomic Scientists	Institucional	2007	The graphic symbol of the world's proximity to nuclear annihilation, this redesign coincides with the group's decision to move the clock forward from seven to five minutes before midnight, or metaphorical doomsday.
Loyola Law School	Loyola Law School	Institucional	2010	Admissions brochure for the university.
Columbia Commons	Columbia Commons	Institucional		Identity for a residential real estate development in Brooklyn, New York.

Kanuhura Resort	Kanuhura Resort	Gran empresa	2010	Brand identity for a luxury resort on a remote atoll in the Maldives.
Wired UK	Wired	Multinacional	2010	Cover design for the April issue of the UK edition.
Pentagram Papers 40	Pentagram	Multinacional		Pentagram Papers 40: Time Signature is a record of the lifetime of musical experiences of Hilde Gottschalk, a talented musician who amassed a remarkable collection of signed concert programs featuring some of the great musicians of the 20th century.
Saks Think About... Campaign	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2010	Campaign for the iconic retailer that playfully suggests that shoppers consider new ways to play with their personal style via various items found at Saks.
88 Morningside	88 Morningside	Privado		Promotional brochure for the luxury residential development at 88 Morningside in New York City.
UCLA Architecture & Urban Design Undergraduate Catalog	UCLA	Institucional		Promotional catalog designed for the UCLA Undergraduate Bachelor of Arts in Architectural Studies.
Fortuny	Fortuny	Multinacional	2010	Print catalog for the Fortuny Collezione 2010, the latest collection of fabrics from the high-end Italian textile manufacturer.
The Art of Andy Warhol	Abrams	Gran empresa	2010	2011 calendar and daily planner.
New York University Abu Dhabi	New York University	Institucional	2010	Identity for NYU's new campus in Abu Dhabi, as well as a wide range of material to support NYUAD's activities.
Laurence King	Laurence King	Multinacional	2010	Autumn 2010 trade catalogue in a new and enlarged format.
Fashion Fringe	Fashion Fringe	Institucional	2010	Identity and graphics for this fashion competition.
Max Lamb	London Design Festival and HSBC Private Bank	Institucional	2010	Publication that celebrates the completion of a special piece by the designer for the bank's St James's office.
Active Design Guidelines	NYC Department of Design and Construction	Institucional		Design of a book that presents New York City's design guidelines for promoting physical activity in the urban environment, to help address the 21st-century health concerns of obesity and related chronic diseases.
Saks Holiday Catalog	Saks Fifth Avenue	Gran empresa	2010	Series of rebus puzzles for the retailer's 2010 holiday catalog.
Royal Mail Yearpack 2010	Royal Mail	Institucional		2010 Yearpack containing first day covers for each of the sets of stamps issued during the year by Royal Mail.
Vignelli Gala at the Architectural League	The Architectural League of New York	Institucional	2011	Program for a special evening ceremony of the presentation of the Architectural League President's Medal to Lella and Massimo Vignelli for their lifetime achievements.
AkzoNobel Annual Report	AkzoNobel	Multinacional	2011	Annual Report for the largest global paints and coatings company and a major producer of specialty chemicals.
William O'Brien Jr.	William O'Brien Jr.	Privado		Portfolio for his recent work in an "old-school" style presentation.
Tess Giberson	Tess Giberson	Gran empresa		Lookbooks and invitations for the fashion designer.
Vitra	Vitra	Institucional		Showroom opening invitation.
Maudie's	Maudie's	Mediana empresa	2011	Identity for a Tex-Mex restaurant located in Austin, TX.
Texas Book Festival	Texas Book Festival	Institucional	2011	Multi-faceted promotional campaign for the 2011 edition of the annual event, which celebrates books by authors from around the world and raises money for Texas libraries.
D&AD Annual	D&AD	Institucional	2011	The 49th professional awards annual is also the most sustainable annual the organization has produced.

The Art of Andy Warhol 2012 Calendar	Abrams Books and Andy Warhol Foundation for the Visual Arts	Gran empresa	2011	A 16-month wall calendar that celebrates the work of the iconic Pop artist.
Art Directors Club Annual 90	The Art Directors Club	Institucional	2012	The Club's 90th awards annual honoring the best work of the year in design and advertising.
Sundance Film Festival	Sundance Film Festival	Institucional	2012	Catalog, film guide and advertisements for this year's festival, organized around the theme "Look Again."
Poetry Magazine	Poetry Magazine	Gran empresa	2012	Reinterpretation of the magazine's iconic Pegasus logo for the March 2012 edition, "The Translation Issue."
AIGA "Bright Lights! Big City" Awards	American Institute of Graphic Arts	Institucional	2012	Theme and collateral for the annual national AIGA Medalist gala.
Columbia University	Columbia University	Institucional	2012	A comprehensive program of admissions materials for the University.
Schiaparelli and Prada	The Metropolitan Museum of Art	Institucional	2012	Catalogue for the exhibition that uniquely captures and extends the show's juxtaposition of the two designers.
Top of the Rock	Rockefeller Center	Institucional	2012	Advertising campaign and graphic program for the observation deck at the top of 30 Rockefeller Center, the landmark 70-story skyscraper in New York.
Shift	The Studio Museum in Harlem	Institucional	2012	An exhibition of seven different installations that showcase work by individual artists and aspects of the museum's collection.
The Apollo Theater	The Apollo Theater	Institucional	2012	Brand identity, messaging and campaign for the iconic theater's Spring Gala.
Shakespeare in the Park	The Public Theater	Institucional	2012	Campaign for the 2012 season of Shakespeare in the Park.
Weight Watchers	Weight Watchers	Multinacional	2012	New brand identity for the world's leading provider of weight management services.
The Art of Andy Warhol Calendar	Andy Warhol Foundation for the Visual Arts	Institucional	2012	Calendar and poster for 2013 featuring art and quotes from the Pop art icon.
Pantone 2013 Calendar	Pantone	Multinacional	2012	Calendar and poster for 2013 featuring thematically colored months.
Stealth	Studio Museum	Institucional	2013	Stealth poster/wallcovering.
Billboard	Billboard	Multinacional	2013	Brand identity and design for the influential music magazine.

Products	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
British Rail InterCity 125	British Rail InterCity 125	Institucional		Design of the exterior of the 125 High Speed diesel train for Britain's state-owned national rail system.
Kenwood Appliances	Kenwood Limited	Multinacional		A range of domestic appliances designed for the manufacturer.
Polaroid	Polaroid	Multinacional		Range of digital imaging products for the professional sector.
FIFA Fair Play Award	Fédération Internationale de Football Association (FIFA)	Institucional		Trophy design for the FIFA award presented annually to encourage good sportsmanship.
Mont Blanc	Mont Blanc	Multinacional		Inkwell, watch and cufflinks created for the Mont Blanc luxury brand.
Command Audio	Command Audio Corporation	Multinacional		Portable audio device designed for the company's radio-on-demand service.
Diba Information Appliances	Diba	Multinacional		Design of the hardware that allows the development of simple, accessible and inexpensive computing devices.
Toshiba	Toshiba	Multinacional		Desktop hardware design of the enterprise oriented computer system for the Japanese electronic device manufacturer.
Mastrangelo	Mastrangelo	Gran empresa		Modular seating line combining the comfort of soft furniture with the structure and form of modern architecture.
Nike Typhoon Surf Watch	Nike	Multinacional		Sports watch for open-water athletes, made of durable rubber and pre-programmed with information on 150 beaches.
SQ.WARE	SQ.WARE	Gran empresa		Line of dinnerware combining the elegance of traditional dishes with more contemporary notions of utility and convenience.
Nike ACG Wireless Radio	Nike	Multinacional		Wireless radio for the sportswear and equipment supplier.
Pantone	Pantone	Multinacional		Packaging designed for the international color matching systems.
Timex	Timex	Multinacional		A range of watches designed for the American watchmaker.
United Airlines Business Seat	United Airlines	Multinacional		Business class seat for United Airlines
FIFA World Player Award	Fédération Internationale de Football Association (FIFA)	Institucional		Trophy design for the FIFA award presented annually to the best male and female soccer player in the world.
FIFA Presidential Award	Fédération Internationale de Football Association (FIFA)	Institucional		Trophy design for the FIFA award presented annually to a non-soccer player for his or her lifetime contribution to the game.
The Grammar Collection for KnollTextiles	KnollTextiles	Gran empresa	2006	A series of wallcoverings based on typographic forms.
Playbook Fabric	Arizona Cardinals	Gran empresa	2010	Reversible fabric for a massive seating area in the Arizona Cardinals Football Stadium Club Lounges.
Fuego Grill	Fuego	Gran empresa	2006	Product design for grill.
P2	Acme Studios	Multinacional	2006	Pen design.
Amazon Kindle	Amazon	Multinacional		Design of Amazon's first-generation E-book reader.
Krug	Krug	Gran empresa		Signature wine cooler and tray designed for one of the premier champagnes worldwide.
LG	LG	Multinacional		Prototype vacuum cleaner design for the South Korean company, LG.
FIFA Puskás Award	Fédération Internationale de Football Association (FIFA)	Institucional		Trophy design for the FIFA award presented annually to the player judged to have the best goal of the year.
Ungaro Homme Paris	Ungaro Homme	Gran empresa		Wallpaper for the showroom opening.

FIFA World Coach Award	Fédération Internationale de Football Association (FIFA)	Institucional		Trophy design for the FIFA award presented annually to the best coach in men's and women's soccer.
Clock for an Architect	Private	Private		One-of-a-kind clock that is both simple and complex, created as a gift for an architect.
The Ink Collection for KnollTextiles	KnollTextiles	Gran empresa	2011	Wallcovering collection of three patterns – Drip, Drop and Run – inspired by studies of liquid movement on paper.
Clock for an Acrobat	Private	Private	2012	Second in a series of timepieces with exposed mechanisms (following "Clock for an Architect"), this clock is inspired by the movement of an acrobat walking on a wire.
Clock for an Astronomer	Private	Private	2012	This piece follows Clock for an Architect and Clock for an Acrobat as part of the "Matter of Time" series of unique timepieces.
Clock for a Card Player	Private	Private	2012	Fourth in the clock series.
Olympic Tree Rings	Olympic Delivery Authority	Institucional	2012	A collaboration to create a permanent reminder of the Olympic Games.
Clock for a Film Maker	Private	Private	2012	The fifth and final clock in "Matter of Time," a collection of unique timepieces.

Strategy	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
The Savoy	The Savoy Group	Gran empresa		Graphic identity program for world famous luxury hotel in central London.
World Economic Forum	World Economic Forum	Institucional		Identity and promotional print material designed for the foremost international membership organization integrating leaders from business, government and academia into a partnership committed to fostering world-wide economic growth.
Brooklyn Academy of Music	Brooklyn Academy of Music	Institucional		Graphic Identity and promotional material designed for the premier venue for avant garde, cross-disciplinary music, dance, theatre and art performances, located in Brooklyn, New York.
Brooklyn Academy of Music	Brooklyn Academy of Music	Institucional		Environmental graphics designed for the premier venue for avant garde, cross-disciplinary music, dance, theatre and art performances, located in Brooklyn, New York.
The Berkeley	The Savoy Group	Gran empresa		Graphic identity program designed for the luxurious hotel in London's Knightsbridge.
Claridge's	The Savoy Group	Gran empresa		Identity designed for the historic five-star London society hotel.
New York Jets	New York Jets	Gran empresa		Identity for the NFL team.
Asprey	Asprey	Gran empresa		Identity and packaging designed for the classic luxury products brand.
One&Only Resorts	One&Only Resorts	Multinacional		Identity and print programme for an international five-star luxury resort brand.
Ted	United Airlines	Multinacional		Identity designed for United Airline's low cost carrier.
Heal's	Heal's	Gran empresa		Brand identity and packaging for the furniture and housewares retailer.
Krug	Krug	Gran empresa		Signature wine cooler and tray designed for one of the premier champagnes worldwide.
AkzoNobel	AkzoNobel	Multinacional	2008	Brand architecture for one of the world's biggest industrial companies.
Grant Thornton	Grant Thornton	Institucional	2008	Identity system for a major global organisation of accounting and consulting firms with member and correspondent firms in over 100 countries worldwide.
MillerCoors	MillerCoors	Mediana empresa	2008	Identity for the new joint venture between brewing giants SABMiller and Molson Coors for the U.S. market.
Big Lex	Lexington Convention and Visitors Bureau	Institucional	2009	Identity for the city of Lexington, Kentucky – the Horse Capital of World – that features a graphic mascot, a giant blue horse named Big Lex.
WNET	WNET	Institucional		New York's public television stations, THIRTEEN and WLIW21, rebranded under a new umbrella identity.
New York Philharmonic	New York Philharmonic	Institucional	2009	Identity for the oldest symphony orchestra in the United States, one of the constituent organizations of New York's Lincoln Center for the Performing Arts.
Litl	Litl	Gran empresa	2010	Identity for a webbook designed for the home.
Bausch + Lomb	Bausch + Lomb	Multinacional	2010	Identity for one of the biggest healthcare brands in the world.
Budgens	Musgrave Retail Partners GB	Gran empresa	2010	Redesign of own-brand ranges for Budgens and Londis stores.
Kanuhura Resort	Kanuhura Resort	Gran empresa	2010	Brand identity for a luxury resort on a remote atoll in the Maldives.
Mothercare	Mothercare	Mediana empresa	2010	Brand identity and packaging design for the UK retailer of products for maternity care, mothers-to-be and small children.

New York University Abu Dhabi	New York University	Institucional	2010	Identity for NYU's new campus in Abu Dhabi, as well as a wide range of material to support NYUAD's activities.
National Museums Liverpool	Museum of Liverpool	Institucional	2010	Brand identity for the National Museums Liverpool group.
BankUnited	BankUnited	Multinacional	2011	Identity for a bank with more than 80 branch locations in 13 Florida counties.

Video	Ciente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
Me Ears Are Alight	Maxell	Multinacional	1991	A campaign created to promote Maxell cassettes that won the Cannes Grand Prix in 1991.
A Different Way Of Seeing Things	Fuji Film	Multinacional		A mould-breaking and controversial campaign for Fuji that showed how the right photograph taken on the right film could change social attitudes for the better.
R Whites Lemonade	Britvic	Multinacional		A remake of the classic 1970s commercial with refreshed packaging and a contemporary casting twist.
The Line	Cable & Wireless	Multinacional		A commercial that represented the Cable & Wireless global digital highway with a series of beautiful natural sculptures around the world.
Human Life	HSBC	Multinacional		A campaign for innovative telephone bank First Direct that showed a bank fitting around people's lives rather than vice-versa.
Chuck Out Your Chintz	IKEA	Multinacional		The campaign that helped change British taste from dowdy chintz to modern IKEA design.
Boots - No7	Boots	Gran empresa		A campaign about one woman in six moods corresponding to six colours of make up that took Boots No7 back to being the UK's number one make up brand.
Saturday Night Live	NBC	Multinacional		A late-night live television sketch comedy and variety show.
Saturday Night Live	NBC	Multinacional		Intro videos for the late-night live television sketch comedy and variety show.
SNL Studios	SNL Studios/NBC	Multinacional		Credits clip for the production company.
Winter Sale	IKEA	Multinacional		The campaign that told the truth about sales.
Van Den Puup	IKEA	Multinacional		The campaign that ridiculed expensive pretentious design for an inexpensive unpretentious retailer.
Poo Pipe Poet	Private	Private		Four profound poems from the world's most underrated poet aired on UK television.
Do The Green Thing	Green Thing	Institucional		A creativity-versus-climate change inspiration feed that has reached 5m people in over 200 countries and helped save over 1m tonnes of CO2.
The Savoy	Savoy, Fairmont Group	Gran empresa		A video for the Savoy's world press tour that showed the Savoy at the centre of a thriving and relevant London culture.
Obama Skit	Saturday Night Live/NBC	Multinacional		Short bit on Obama for the late-night comedy show.
Life List	Bloomsbury USA	Multinacional	2009	Book trailer for Olivia Gentile's biography of Phoebe Snetsinger, who started a quest to see over 8,500 of the world's 10,000 species after being diagnosed with terminal cancer and given one year to live.
Search On	Google	Multinacional		A commercial to promote the human side of search for search giant Google.
TV on YouTube	Google	Multinacional		A campaign to raise awareness of the popular shows that can now be watched legitimately on YouTube.
Emotional Spell-Check	The New York Times Magazine	Multinacional	2010	Short animated film created to illustrate the concept of an email plug-in that auto-corrects harsh words.
Teach for America	Teach for America	Institucional		
Less Heating, More Human Heat	Green Thing	Institucional	2011	Video created for Do the Green Thing to encourage people to turn down their heating and cuddle up instead.
Meet Climate Kid	Green Thing	Institucional	2011	Video created as part of UNICEF's Carbon Positive initiative to raise awareness and funds for its climate change projects around the world.
You Can Write A Play	The Angle Theatre	Institucional	2011	A short film offering advice on how to write a screenplay, created for a London-based theater's competition to discover new talented writers.

Discover the Joy of Fix	Green Thing	Institucional	2011	The latest video from Do The Green Thing, the environmental inspiration feed, shows there is an incredibly pleasurable and sustainable alternative to throwing away things that are broken.
Just My Type	Gotham Books	Multinacional	2011	Trailer for "Just My Type: A Book About Fonts" by Simon Garfield that sends the title pulsing through 999 different fonts (more or less) in a minute.
Thomas Pynchon	The Penguin Press	Multinacional	2012	A trailer to promote the publication of the entire Thomas Pynchon backlist—from V. (1963) to Inherent Vice (2009)—on e-book for the first time.
Saturday Night Live	NBC	Multinacional	2012	Title sequence for the 38th season of the comedy sketch show.
Alphabet of Nations	They Might Be Giants	Institucional	2012	They Might Be Giants

Website	Cliente	Tipo de empresa	Año	Otros datos
One&Only Resorts	One&Only Resorts	Multinacional		Website designed for an international five-star luxury resort brand.
Salt Lake City Public Library	Salt Lake City Public Library	Institucional		Website for the city's library system with collections catering to all members of the community.
Massachusetts Institute of Technology	Massachusetts Institute of Technology	Institucional		Structural redesign of the MIT website to accommodate a vast amount of continually changing information, including a community-generated homepage and a color palette that is new every day.
Cravath, Swaine & Moore LLP	Cravath, Swaine & Moore LLP	Multinacional		Website for the law firm.
Art + Commerce	Art + Commerce	Multinacional		Website for one of the world's leading creative agencies, working with photographers, art directors, and stylists.
Pratt Institute	Pratt Institute	Institucional		Website for the college in Brooklyn, NY.
Dick Bruna Huis	Centraal Museum in Utrecht	Institucional		Website for the permanent collection housed at the museum, celebrating the work of the creator of "Miffy".
Brown University	Brown University	Institucional		Website for the university.
Building the Times	Forest City Ratner Companies / The New York Times	Institucional	2006	Website designed to showcase a series of photographs documenting the construction of the New York Times building, taken by celebrity photographer Annie Leibovitz.
Yale Tomorrow	Yale Tomorrow	Institucional	2006	Website for the most ambitious fundraising drive in Yale's history, a comprehensive five-year capital campaign that raised \$3.88 billion.
Mohawk Fine Papers Website	Mohawk	Multinacional	2006	Website for the paper company.
The New York Times Building	Forest City Ratner Companies / The New York Times	Institucional		Website to support the development of The New York Times headquarters building designed by Renzo Piano.
Swarthmore College	Swarthmore College	Institucional		Website for the college.
One Laptop per Child	One Laptop per Child	Institucional	2007	Website for the non-profit initiative with the goal of providing laptop computers to the world's poorest children.
5th Estate	Press Books	Multinacional		Collective blog where writers can go to post opinion and debate, try out new material, and where readers can fight back on all the issues that interest them.
J&L Gibbons	J&L Gibbons	Gran empresa		Website for a landscape architecture and urban design firm.
Matin Gallery	Matin Gallery	Gran empresa		Website for an art and design gallery in Culver City, California.
The Philip Johnson Glass House	The Philip Johnson Glass House	Institucional	2007	Website for the iconic house in New Canaan, Connecticut.
Outward Bound Center for Peacebuilding	Outward Bound Center for Peacebuilding	Institucional		Website for an educational initiative working in regions of conflict.
Pont-Aven School of Contemporary Art	Pont-Aven School of Contemporary Art	Institucional		Website for the international fine arts institution located in the historic artists' colony of Pont-Aven, France.
Stanford Law School	Stanford Law School	Institucional		Website for the law school.
Safdico	Safdico	Gran empresa	2007	Corporate website and content management system (CMS) for the South African Diamond Corporation.
Mercedes-Benz Fashion Week	Mercedes-Benz	Multinacional	2007	Website for the biggest annual fashion event in New York City.
Gallup	Gallup	Institucional	2007	Redesign of the website for the organization that studies human nature and behavior.
Le Touessrok	Le Touessrok	Multinacional		Website designed for one of the world's premier luxury holiday resorts.
University of Southern California	USC	Institucional		Website for the university.

Canongate	Canongate	Mediana empresa		Website for an independent publisher based in Scotland.
Grant Thornton	Grant Thornton	Multinacional	2008	Website for a major global organization of accounting and consulting firms with member and correspondent firms in over 100 countries worldwide.
Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Jazz at Lincoln Center Hall of Fame	Institucional		Website containing over 13 hours of music from 23 of jazz's legendary artists.
Columbia Business School	Columbia Business School	Institucional	2008	Homepage and blog that facilitates dialog through an audience-indicating tagging structure.
The Savoy	The Savoy	Gran empresa		Website for the restoration programme that will revitalize one of London's most prestigious hotels.
1100 Architect	1100 Architect	Gran empresa	2008	Website for the Architecture firm.
MiG	Pentagram	Multinacional		Content management system designed and developed by Pentagram and used by various clients.
Serif Books	Serif Books	Mediana empresa	2008	Website design for a London-based independent publishing house.
Museum of Arts and Design	Museum of Arts and Design	Institucional	2008	An online collection database for the Museum of Arts and Design, enabling visitors to browse collection highlights or to search for specific objects in detail.
Architecture Research Office	Architecture Research Office	Institucional		Website for the New York-based firm practicing modern architecture and visionary urbanism.
OLIN	OLIN	Gran empresa	2009	Graphic identity and website for the landscape architecture, urban design and planning firm based in Philadelphia.
@Issue	@Issue	Gran empresa		Blog for a journal promoting the role of good design and business success, published twice a year by the Corporate Design Foundation.
Design for a Living World	The Nature Conservancy	Institucional	2009	Website for an exhibition that commissioned 10 designers from the fields of fashion, product and industrial design to each work with a sustainably grown and harvested material from an endangered eco-system where the Conservancy works.
Life List	Bloomsbury USA	Multinacional	2009	Website for Olivia Gentile's biography of Phoebe Snetsinger, who started a quest to see over 8,500 of the world's 10,000 species after being diagnosed with terminal cancer and given one year to live.
Society for Environmental Graphic Design	Society for Environmental Graphic Design	Institucional	2009	Identity and website design for designers, fabricators, students and educators involved in the field of environmental graphic design.
WNET	WNYC	Institucional		Interactive online annual report designed for New York's public television stations.
The Guggenheim Foundation	The Guggenheim Foundation	Institucional	2009	Gateway website for the Guggenheim Foundation and its five museums.
UCLA Architecture and Urban Design	UCLA	Institucional		Website for the University of California, Los Angeles (UCLA) school of architecture.
Nokia	Nokia	Multinacional		Web application for the band Noisettes.
Bard Graduate Center	Bard Graduate Center: Decorative Arts, Design History, Material Culture	Institucional	2009	Website for the Manhattan-based academic institution dedicated to the study of the applied arts.
What Type Are You?	Pentagram	Multinacional	2010	Researched over seven years with a team of 23 academics across Eastern Europe, the online test application asks the four key character questions of our day, analyses your responses in exceptional detail and recommends one of 16 typefaces as a result.
Neue Galerie	Neue Galerie New York	Gran empresa	2010	Website for the New York museum devoted to early 20th century Austrian and German art and design.

The Kitchen	The Kitchen	Institucional		Website for a non-profit, interdisciplinary organization that provides innovative artists working in the media, literary, and performing arts with exhibition and performance opportunities to create and present new work.
Morrison Foerster	Morrison & Foerster LLP	Multinacional		Website for the prestigious full-service law firm founded in 1883.
Felt & Wire	Mohawk Fine Papers	Multinacional	2010	Redesign of Mohawk Fine Papers' blog for designers, artists, printers, papermakers, bookbinders and other craftspeople who are, as the site's tagline puts it, "paper-obsessed."
Stanmore Implants	Stanmore Implants	Gran empresa	2010	Website for a skeletal repair systems and implants company, including identity and marketing collateral, such as exhibitions, literature, packaging and website.
What Is American Power?	Mitch Epstein	Institucional	2010	Website design for photo series that depicts energy production in the United States, its environmental, economic and personal costs, and its complicated role in our politics, culture and national image.
New Deal Design	New Deal Design	Gran empresa		Website for the product design firm located in San Francisco, California.
GE	General Electric	Multinacional	2010	Interactive data visualization that helps consumers calculate their household energy needs.
Cleveland Museum of Art	Cleveland Museum of Art	Institucional	2010	Interactive data visualization that helps consumers calculate their household energy needs.
Bertazzoni	Bertazzoni	Multinacional	2010	Collaboration with information design specialist Malcolm Garrett for new website that offers comprehensive and practical interactive information on all models in Bertazzoni's four different series of ranges, cook tops, hoods and accessories.
Holm Architecture Office	Holm Architecture	Gran empresa		Holm Architecture Office (HAO) website.
Ennead	Ennead Architects	Gran empresa	2010	New identity and website for the firm that reflects their shared history and thriving collaboration.
Vilcek Foundation	Vilcek Foundation	Institucional	2010	Identity and website of the philanthropic organization that honors foreign-born artists and scholars who have made lasting contributions to American society.
GE Capital, Americas	General Electric	Multinacional	2010	Interactive data visualization that measures mid-market CFO confidence in the economic recovery.
One Laptop per Child	One Laptop per Child	Institucional	2010	Website for the non-profit initiative with the goal of providing laptop computers to the world's poorest children.
Designers & Books	Designers & Books	Institucional	2011	Online resource of designers' reading lists of books they have found influential to their work and point of view.
Robert A.M. Stern Architects	Robert A.M. Stern Architects	Multinacional	2011	Website for the New York-based architecture firm.
2wice	2wice	Institucional	2011	Website for the visual and performing arts journal.
The Barnes Foundation	The Barnes Foundation	Institucional	2011	Website for the fine art institution.
422W20	The Brodsky Organization	Institucional	2011	Website for a new residential building located in Chelsea, New York City.
Airlines for America	Airlines for America	Institucional		Website for the organization formerly known as the Air Transport Association, the first and only trade association of the principal U.S. airlines.
Science Friday	Science Friday	Institucional	2012	Website for the weekly call-in talk show that is part of NPR's "Talk of the Nation" radio programming.
Philbrook Museum of Art	Philbrook Museum of Art	Institucional	2012	Website design to coincide with the new identity for the Tulsa, Oklahoma-based art museum.
A Wilderness of Error: The Trials of Jeffrey MacDonald	Errol Morris / The Penguin Press	Multinacional	2012	Academy Award-winning documentary filmmaker Errol Morris presents 20 years of his own investigation into one of America's most infamous murder cases.

Anexo 3

Listado de trabajos a analizar

Análisis de proyectos

Resultados

188	Pave Charter School.
189	Toronto Pearson Airport.
190	National Academy.
191	The Barnes Foundation.
192	Parking at 13-17 East 54th. Street.
193	I knew that I had fallen in love with Lolita forever...
194	Dori's Dukes Shangri La.
195	Nuts.com.
196	Tipographic Conundrums.
197	Picture Book.
198	Class Watercolor Pads.
199	Class Art Cartridge Paper Packaging.
200	Sk:n.
201	Tess Gibersson.
202	Symbol, Mark and Typeface.
203	Sundance 2013.
204	Truvia.
205	Hot bread kitchen.
206	World Chess.
207	Archtober 2012.

208	The high line.	228	Pantone callendar.
209	Museum of Arts and Design.	229	D&AD Anual.
210	Fit Athletics.	230	Vignelli Gala.
211	Windows 8.	231	Armani Hotel.
212	Mohawk.	232	Royal Mail Yearpack.
213	Gimme More.	233	See opposite: Twelve antigrams.
214	Tiffany & Co.	234	Max Lamb.
215	London design festival 2012.	235	The alphabet nations.
216	Muse.	236	1882.
217	Litl.	237	Bertazzoni.
218	TDC 58.		
219	House by John Lewis.		
220	Museum of chineese in america.		
221	National Museums Liverpool.		
222	Budgens and Londis wines.		
223	Class Art Hampstead.		
224	88 Morningside.		
225	Saks think about.		
226	Caramoor Center for Music and the Arts.		
227	Grand Central.		

01 **Nombre:** PAVE Academy Charter School
Año: 2013
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Sólo tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Vinilo sobre pared

Color, texturas: Amarillo, azul, blanco y gris. Rojo en menor medida.

Plano/volumen: Plano. Crea volumen adaptándose a la superficie que cubre.

Tipografía y textos: Tipografías muy grandes que cubren la superficie de las paredes de un colegio de Nueva York

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Sencillo, colores vivos y contrastados, unidad por el uso del mismo recurso en todo el edificio

Descripción: Pave, cuyo lema es "Construir ciudadanos y estudiantes ladrillo a ladrillo", es una escuela que da servicio a un gran número de personas con bajos ingresos. En el interior del edificio aparecen varios lemas que se combinan con la arquitectura para crear un ambiente dinámico para el aprendizaje. Materiales baratos como el azulejo y la pintura se utilizan para conseguir el máximo efecto que estos pueden ofrecer, con mensajes positivos que envuelven el edificio, como "sé fuerte" y "haz lo correcto", acentuado por los colores vivos que se han usado.

El gran tamaño de la tipografía se combina con la arquitectura para crear un ambiente propicio para el aprendizaje. La tipografía interactúa con la arquitectura para mejorar el espacio, crea sensación de amplitud.

La tipografía usada para este colorido juego es la Benton Sans.



02 **Nombre:** Toronto Pearson Airport **Año:** 2010 **Tipo de cliente:** Institución **Ubicación:** Toronto

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, pictogramas y diagramas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión, audiovisual

Formato: Material impreso y proyectado en pantallas

Color, texturas: Naranja, verde y amarillo.

Plano/volumen: Plano.

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa y de gran legibilidad, de tamaño variable dependiendo del lugar en el que se aplica

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Sencillo, Claro, Colores vivos, Orden, Limpio, Visible

Descripción: Toronto Pearson Airport es el principal aeropuerto de Canadá, y uno de los más transitados del mundo. En un aeropuerto de estas características la legibilidad y comprensión de los signos e información visual es esencial.

The Greater Toronto Airports Authority (GTAA) desafió a los diseñadores gráficos para crear un sistema de orientación eficaz, claro, conciso y funcional para los millones de pasajeros internacionales que pasarán por la nueva terminal, incluidos los pasajeros de diferentes orígenes culturales y las personas con discapacidad.

El equipo de diseño ha trabajado con los arquitectos de la terminal para asegurar que la señalización y el diseño del edificio encajaran perfectamente.

Los signos son discretos, ya que parecen ser una extensión de la arquitectura. Por ejemplo, todas las señales que cuelgan del techo están diseñadas con forma de hélice de doble curva que se funde con la estructura de la cubierta, que simula un ala de avión. Diseñado para que los viajeros pudieran diferenciar fácilmente entre idiomas, todo el texto Inglés fue colocado en paneles curvos, y el texto francés se colocó en paneles planos.

El código de colores separa la información: las salidas son de color amarillo, las llegadas son de color verde y los servicios públicos y las prestaciones son de color blanco. Para los números de compuerta, check-in y compañías aéreas, se ha utilizado un metal perforado con el fin de lograr la mayor visibilidad posible. Se hicieron estudios de visibilidad y finalmente se realizaron pruebas antes de la apertura del aeropuerto para asegurar que el diseño era eficaz para los usuarios finales. Los diseñadores tuvieron en cuenta elementos tales como la necesidad de aplicaciones en Braille para los viajeros ciegos. Los iconos grandes y de colores vivos ayudan a los pasajeros que no hablan Inglés o Francés.



03 **Nombre:** *National Academy*
Año: 2012
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía y fotografía.

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión, audiovisual, relieves en paredes

Formato: Material impreso (folletos, carteles, lonas, vinilos, merchandising) e información proyectada en pantallas.

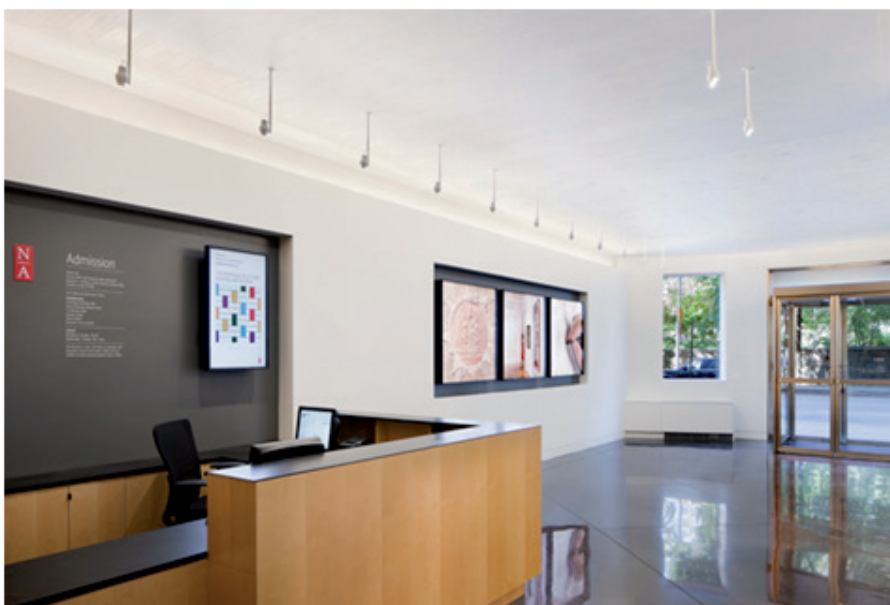
Color, texturas: Rojo, blanco y negro.

Plano/volumen: Plano.

Tipografía y textos: Tipografía con serifa para el logotipo y sin serifa para el resto de aplicaciones.

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Sencillo, Claro, Limpio, Contraste

Descripción: El equipo de diseño ha trabajado junto con los arquitectos para mejorar la experiencia de los visitantes. La remodelación afecta a todo el edificio: nuevos espacios, nuevos halls, salón de actos y una nueva iluminación y ventanas al descubierto que crean una sensación de amplitud. Todos los gráficos han sido renovados, con un toque elegante y moderno. Se han ampliado a un programa completo de señalización interior y exterior. Los colores neutros sugieren un espacio limpio y renovado, y permiten que se destaque toda la información. Las banderas de la fachada pretenden anclar la institución en la "milla de los museos" y la entrada ha sido transformada con la señalización que invita a los visitantes a entrar, con el mensaje fundamental de la academia para ofrecer "arte para todos".



04 **Nombre:** *The Barnes Foundation* **Año:** 2012 **Tipo de cliente:** Institución **Ubicación:** Philadelphia

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, imágenes de obras pictóricas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso (folletos, carteles, catálogos, vinilos, merchandising) y aplicaciones escultóricas

Color, texturas: Rojo y blanco

Plano/volumen: Plano. Crea volumen con las formas

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Sencillo, Limpio, Contraste

Descripción: La Fundación Barnes es una de las colecciones de arte post-impresionista y moderno más importantes del mundo.

Abbott Miller ha trabajado con la Fundación y los arquitectos para capturar la sensibilidad distintiva de la Fundación Barnes en su nueva identidad, así como en los gráficos ambientales, las publicaciones y la web del museo. El rediseño mantiene los colores anteriores y se basa en las formas cuadradas del edificio. Juegan con el espacio positivo y negativo, ganando coherencia viendo todo el conjunto. Las tipografías usadas son la Milo y la Monitor.

En las aplicaciones impresas y packaging se han usado imágenes de las obras, y también se han creado patrones y texturas partiendo de algunos motivos de las obras, para mantener la coherencia.



05 **Nombre:** *Parking at 13-17 East 54th. Street.*
Año: 2007
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión y tubos fluorescentes

Formato: Material impreso (carteles y vinilos) y aplicaciones en tubos fluorescentes

Color, texturas: Blanco y negro principalmente. Otros colores en los tubos luminosos (violeta, azul, verde, amarillo)

Plano/volumen: Plano.

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, legibilidad

Descripción: El concepto original de Paula Scher era llenar las ventanas de la estructura con la pregunta "¿te acuerdas de donde aparcaste el coche?" sin embargo, para la fachada se requería una señalización más tradicional, que Scher ha hecho elegante con el uso del neón.

La señalización interior actúa como una especie de copiloto a medida que uno se mueve a través del garaje. El artificio tipográfico incluye instrucciones para los conductores como: "Lento y constante gana la carrera", "No te detengas aquí, continuar", etc. La pregunta de Scher se mantiene sin respuesta, esperando para ser instalado en otro aparcamiento que empatiza con los conductores de todo el mundo.

La legibilidad en esta ocasión es importante, por eso se ha utilizado una tipografía sin remates de color blanca sobre fondo negro para las instrucciones colocadas en el techo, y negro sobre blanco para los paneles de las paredes para aportar luminosidad y variedad al conjunto.



06 **Nombre:** *I knew that I had fallen in love with Lolita forever...*
Año: 2013
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, collage

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso

Color, texturas: Magenta, blanco y negro

Plano/volumen: Volumen generado por la superposición de una hoja de libro con letras troqueladas.

Tipografía y textos: Tipografía hecha a mano

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, legibilidad, equilibrado

Descripción: Para la portada de este libro se ha jugado con la superposición de una de las páginas de libro troquelada, sobre un fondo magenta plano. La historia de amor entre un profesor y una alumna se deja adivinar en el diseño de la portada, que mezcla la escritura manual de un adulto dentro del corazón, con el recorte de las letras de aspecto ingenuo sobre ese color que ayuda a dar esas connotaciones.



07 **Nombre:** *Dori's Dukes Shangri La*
Año: 2012
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, fotografía, patrones

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso

Color, texturas: Azul, amarillo y verde. Blanco y negro en menor medida
Plano/volumen:

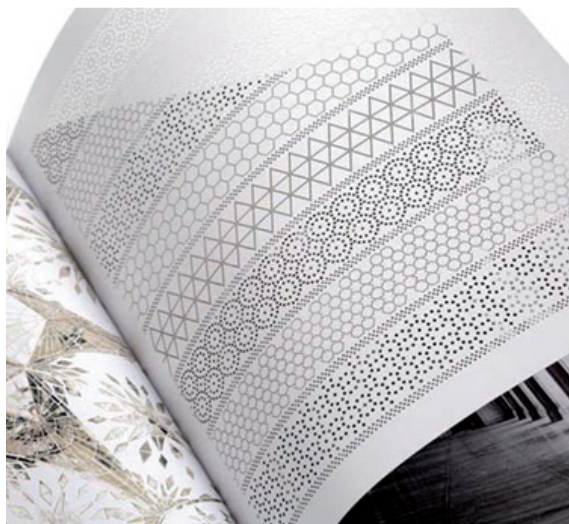
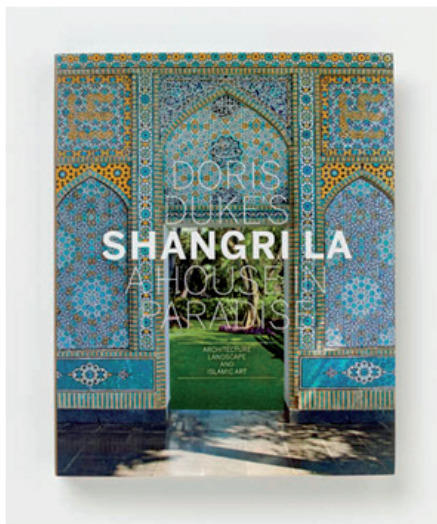
Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio, armonía

Descripción: Abbot Miller trabajó en estrecha colaboración con la Fundación Doris Duke de Arte Islámico y los conservadores para desarrollar un diseño de la exposición que recoge el espíritu del edificio situado en Hawaii. La experiencia Shangri La está esencialmente determinada por el sitio, y el reto para los diseñadores fue crear un contexto para la colección histórica e interiores en una exposición itinerante que se podría adaptar a diversos entornos. Miller creó un diseño modular que muestra artefactos en caballetes y mesas móviles, incluyendo fotografías de gran formato retroiluminadas de Shangri La que transmitan el drama y la belleza del lugar.

Diseñada para viajar, la exposición se presenta en el mobiliario de oficinas, caballetes y mesas de dibujo, que se puede configurar fácilmente para diferentes espacios expositivos. El diseño de la exposición establece un entorno que no trata de recrear los interiores del edificio, pero da una idea de su gran escala. El uso de caballetes, mesas de dibujo y cajas de luz crea el contexto de un estudio, lo que sugiere el pensamiento cuidadoso y la planificación que entraron en juego en el desarrollo de Shangri La y sus colecciones. Para la instalación, los diseñadores han instalado paneles perforados similares a los paneles de las ventanas de la galería, que de manera temporal, aporta un motivo árabe al diseño.

El equipo también diseñó el libro de acompañamiento, *Shangri Doris Duke, La: Una casa en el Paraíso*, publicado por Rizzoli. El libro está lleno de fotografías del complejo hechas por Tim Street-Porter, así como los documentos de archivo y fotografías históricas relacionadas con el desarrollo de la vivienda. El libro se abre con una página perforada inspirada en las pantallas de "Jali" de la casa, y la cubierta está marcada por una sensación de textura.



08**Nombre:** *Nuts.com***Año:** 2012**Tipo de cliente:** Mediana empresa**Ubicación:** Nueva York**Tipo de recursos (foto, ilustración...):** Tipografía, ilustración**Medios (impresión, audiovisual...):** Impresión**Formato:** Material impreso, packaging**Color, texturas:** Verde, azul, naranja, amarillo y negro**Plano/volumen:** Plano**Tipografía y textos:** Tipografía hecha a mano**Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.):** Contraste, dinamismo, unidad**Descripción:** Nuts.com es una empresa familiar de frutos secos. El enfoque cercano, alegre y personal es algo que esta empresa siempre ha tenido muy en cuenta.

El rediseño de Michael Bierut incorpora un tono irreverente e informal en el packaging, con ilustraciones de frutos secos, que representan a los 4 miembros de la familia y socios de la empresa, y la tipografía hecha a mano. En el packaging las ilustraciones de los frutos secos están invertidas, dejando ver el producto a través de ellas. La paleta de color brillante y atractiva termina de dar el enfoque alegre que se planteaba desde el inicio.

El resultado es divertido, agradable y memorable.



09 **Nombre:** *Typographic Conundrums*
Año: 2012
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Texas

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso

Color, texturas: Naranja, blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

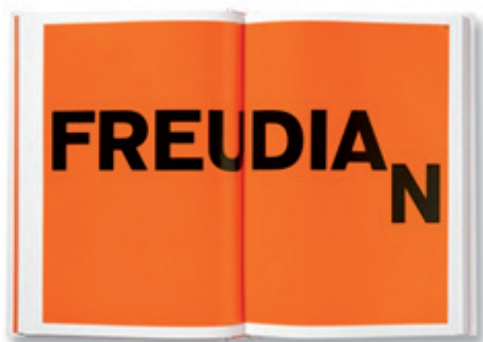
Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio, desequilibrio... juegos compositivos con tipografía

Descripción: Diseñado por Harry Pearce, Conundrums (enigmas) es una nueva colección de elegantes puzzles tipográficos, limitada por tres reglas simples: una caja, dos colores, un solo tipo de letra. En la introducción al libro de Pearce escribe:

"Yo crecí en una época y en un hogar donde las palabras de Spike Milligan, Lear Edward, Peter Cook y Monty Python, entre muchos otros, llenó el aire. Tonterías que no tenían sentido; irreverencia que se convirtió en puro placer. Las palabras se convirtieron imágenes, imágenes de las palabras, y ¿dónde estaba la línea entre las dos? No importaba, siempre y cuando te dieran una sonrisa como reconocimiento.

Por lo tanto, los juegos visuales de palabras se han quedado conmigo. Y, extrañamente, estos pequeños juegos parecen tener vida propia. Yo comencé a jugar con ellos hace años, una historia de amor entre la tipografía y de la palabra, y han estado un paso por delante de mí desde entonces."

La tipografía usada es la AG Old Face, y las respuestas a los enigmas aparecen en la parte posterior del libro.



10

Nombre: *Picture Book*
Año: 2010
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso

Color, texturas: Azul, rojo, blanco

Plano/volumen: Plano

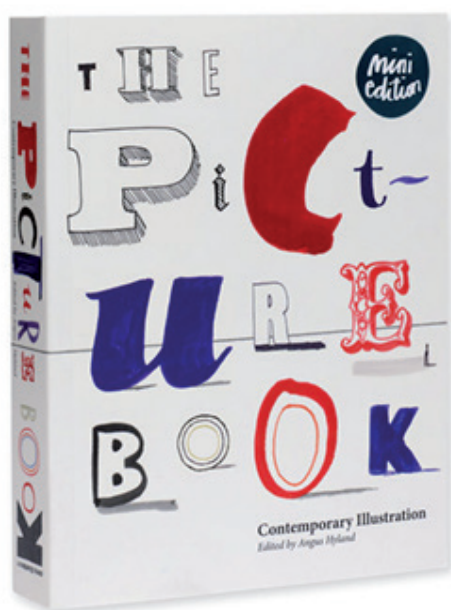
Tipografía y textos: Tipografía hecha a mano

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, dinámico

Descripción: The Picture Book: contemporary illustration, compilado por Angus Hyland, ha sido publicado en una edición mini por Laurence King, como resultado de la popularidad de la edición en un formato mayor.

El libro ilustrado es un recorrido por la obra por 80 ilustradores de todo el mundo presentando un amplio espectro de estilos, técnicas y temas representativos de las tendencias actuales y las innovaciones.

Para la portada se ha realizado una composición con tipografías ilustradas, que tan de moda están en la actualidad y hace referencia al contenido, utilizando una paleta de color restringida: blanco, negro, azul y rojo, colores que suelen estar presentes en los trabajos editoriales que Hyland diseña.



11 **Nombre:** *Class Watercolor Pads*
Año: 2013
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, texturas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión
Formato: Material impreso

Color, texturas: Azul, rojo, violeta. Texturas de acuarela

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, armonía, equilibrio. Juegos compositivos con los bloques de textura de acuarela.

Descripción: Estos cuadernos de acuarela siguen los mismos principios de diseño de otros productos de la marca, diseñado por Angus Hyland. Utiliza el soporte y la pintura para expresar la calidad del producto, podemos ver en la portada el resultado del uso de la acuarela sobre el papel que contiene, la textura que ofrece, la absorción, superposición de color etc.



12 **Nombre:** *Class Art Cartridge Paper Packaging* **Año:** 2011 **Tipo de cliente:** Gran empresa **Ubicación:** Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, texturas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso

Color, texturas: Rojo y negro. Texturas de acuarela

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, armonía, equilibrio. Juegos compositivos con los bloques de textura de acuarela.

Descripción: El diseño de estos cuadernos consolida y aclara la información técnica esencial de una manera concisa. Al igual que en otros productos de la marca, en la portada podemos ver el acabado que ofrece el papel cuando trabajamos en él. Los cuadernos están divididos con dos colores, los de color rojo contienen un papel de mayor gramaje, y los de color negro cuyo papel es más ligero. En la caja de texto de la parte inferior aparece información técnica sobre el papel, formato etc. Es una forma limpia y llamativa de presentar el producto, y esto se traduce en que por cada producto similar que vende la competencia, esta empresa vende diez.



13

Nombre: Sk:n

Año: 2011

Tipo de cliente: Mediana empresa

Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, color plano

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. Packaging y envases

Color, texturas: Violeta, azul, verde, naranja, blanco

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, armonía, equilibrio

Descripción: Harry Pearce y su equipo han trabajado con Sk:n, expertos en belleza y salud de la piel, para desarrollar el packaging para su nueva gama de productos. El enfoque central del proyecto es el establecimiento de la marca y la eficacia de esta gama de productos de belleza dentro del mercado. El estilo suizo y limpio del packaging para las cinco áreas de tratamiento apunta a la eficacia médica de los productos. En el envase predomina el color blanco, junto con colores vivos: violeta para los productos anti-envejecimiento, turquesa para los productos de limpieza y exfoliantes, naranja para la reparación y protección, azul para los anti-manchas y verde para los correctores. Cada color se coloca en una banda alrededor de la caja en la parte superior y en los envases. Con el blanco transmiten el posicionamiento dentro de los productos dermatológicos y con el color proporcionan al cliente información para diferenciar el producto. Los envases dentro del packaging están envueltos con una lámina de plata que añade sensación de lujo y calidad.



14 **Nombre:** *Tess Giberson*
Año: 2013
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, fotografía, textura

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: **Material impreso.** Cartelería, folletos, catálogos...

Color, texturas: Blanco y negro principalmente. Azul, rojo, violeta

Plano/volumen: Crea volumen por medio de las texturas

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio dinámico

Descripción: Desde 2010, Natasha Jen ha estado trabajando con el diseñador de moda Tess Giberson para crear una imagen temática para cada estación del año, que es parte de la estrategia de branding de la marca.

En la colección de otoño/invierno 2013 llamada "evolución", las prendas siguen un desarrollo gradual de lo simple a formas más complejas. El núcleo de la colección es un edredón hecho a mano por la madre de Giberson en los 70. "Evolution" se refiere no sólo a la forma, sino también a la evolución personal del diseñador.

Para la presentación de la colección en la Semana de la Moda de Nueva York, Jen trabajó en colaboración con Giberson para crear una invitación única en la forma de cartel desplegable. El cartel muestra trozos de la colcha original, visible a través de recortes en uno de los diseños actuales de Giberson. Las letras del nombre de la colección interactúan con los elementos, avanzando y retrocediendo en su propia evolución.

La invitación es el último trabajo de la serie en curso que Jen ha creado para Giberson. Cada poster/invitación destaca una palabra que interactúa con una imagen o textura inspirada en la colección de cada temporada.



15 **Nombre:** *Symbol, Mark and Typeface* **Año:** 2012 **Tipo de cliente:** Institución **Ubicación:** Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, texturas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. Cartelería, tarjetas

Color, texturas: Rojo, violeta, azul, blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, equilibrio

Descripción: Angus Hyland ha diseñado una serie limitada de cuatro carteles diferentes para regalarlos en su discurso para el Typographic Circle, en Knightsbridge.

Los carteles muestran el título de la charla, "Symbol, mark and typeface". La charla se dividía en dos partes, la primera giraba alrededor de su libro "Symbol", y la segunda hablaba sobre sus diez años de colaboración con Class Art, empresa que se dedica a fabricar materiales de arte.

En los carteles hace un guiño al diseño de la portada de su libro, con el asterisco, y también hace referencia a los diseños recientes para los cuadernos de Class Art, con la mancha de acuarela sobre el formato, que nos muestra el acabado final del material sobre el papel.



16

Nombre: Sundance 2013
Año: 2013
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, texturas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. Cartelería, revistas, pulseras, pegatinas, lonas...

Color, texturas: Rojo, azul, blanco y negro para EEUU. Amarillo, blanco y negro para Londres.

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía hecha a mano

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Dinámico, contraste, unidad

Descripción: El Sundance Festival es el festival de cine independiente más importante del mundo. Paula Scher y su equipo han creado un lenguaje visual flexible alrededor de una serie de flechas dibujadas con diferentes formas, tamaños y direcciones. Las flechas se pueden combinar con las fotografías de los alrededores naturales del festival, o imágenes finas de las películas destacadas, superpuestas sobre las imágenes completas o para enmarcar diferentes tomas o puntos de vista. Las flechas se usan para dar énfasis, dirección y también están dispuestas en patrones. El equipo también desarrolló una tipografía completa hecha a mano para el festival.

El rojo es el color principal de los gráficos del Festival, el equipo diseñó una segunda versión en amarillo para Sundance Londres, programado para el mes de abril.



17

Nombre: *Truvia*

Año: 2011

Tipo de cliente: Multinacional

Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, pictogramas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. packaging

Color, texturas: Verde, blanco y rojo

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Unidad, equilibrio, armonía.

Descripción: Paula Scher y su equipo han diseñado la identidad corporativa y packaging para Truvia, una marca que produce un edulcorante sin calorías y utiliza un derivado de una planta llamada stevia, lo que presenta una auténtica innovación en este tipo de productos.

Pentagram trabajó con Cargill y The Coca-Cola Company desde el principio para desarrollar la marca. La identidad corporativa hace hincapié en el producto natural, puro y auténtico, empleando una paleta de colores de verde y blanco, y elementos transparentes de formas redondeadas y orgánicas. La claridad y transparencia son una parte importante de la marca, y la superposición de las letras de logotipo en diferentes tonalidades de verde, le dan la apariencia de ser algo natural y orgánico. La identidad es muy diferente de otras marcas de la competencia.

El packaging también ayuda a establecer la unicidad de la marca. La atractiva caja de cartón verde y blanca, está diseñada para poder ser almacenada fácilmente, o para estar colocada sobre las mesas, como si fuera un bote de azúcar. Los gráficos de las cajas aportan un toque de frescura y modernidad, y con ello se desmarca de la competencia.

truvia™



18

Nombre: *Hot bread kitchen*
Año: 2012
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, pictogramas

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. Packaging

Color, texturas: Morado, azul y amarillo. Texturas con los ingredientes usados en la elaboración del producto.

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio,

Descripción: Hot Bread Kitchen es una empresa social innovadora que emplea y capacita a las mujeres inmigrantes con bajos ingresos en el arte de la elaboración y venta de pan. El programa crea una plataforma para el desarrollo de productos de pan regionales y étnicos, la enseñanza de Inglés como segunda lengua, y el espíritu empresarial.

Un sistema simple y escalable de bolsas pre-impresas y pegatinas claras y sencillas, permite Hot Bread Kitchen crear sus pequeños lotes.

El diseño está destinado a promover la atención al detalle de la fabricación de pan, así como las tradiciones vernáculas y étnicas. Cuando sea aplicable, la etiqueta puede mostrar el nombre del pan en su idioma nativo, incluyendo hebreo, persa, español, árabe y armenio.

La marca cuenta con un patrón compuesto por 28 ingredientes clásicos y herramientas utilizadas en la producción de pan, de trigo, agua, centeno y huevos, la mantequilla, las cucharas y batidores. El patrón evoca las tradiciones decorativas que se pueden ver a través de las diferentes culturas que hacen el pan, y los iconos reflejan los ingredientes utilizados en determinados tipos de pan. Una paleta de colores de tonalidades contemporáneas de berenjena, azul, dorado y verde aporta la sensación de su proceso artesanal.



19

Nombre: *World chess*

Año: 2012

Tipo de cliente: Institución

Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, ilustración

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso.

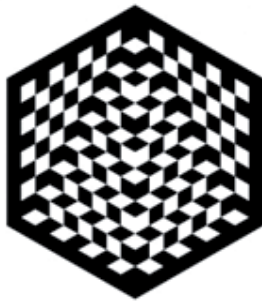
Color, texturas: Blanco y negro. Textura basada en las casillas del tablero de ajedrez.

Plano/volumen: Crea volumen con la textura.

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, unidad, dinámico

Descripción: La identidad fue creada usando solamente el blanco y el negro, que no sólo son los colores de las piezas de ajedrez, sino también los colores más opuestos. La identidad incluye un símbolo de la complejidad del juego, un "mundo del ajedrez" en forma hexagonal que representa un tablero en 3 dimensiones que presenta las variaciones de las jugadas y el transcurso de la partida.



20 **Nombre:** *Archtober 2012*
Año: 2011
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso.

Color, texturas: Amarillo, blanco, negro y azul.

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, unidad, armonía

Descripción: Luke Hayman y su equipo han creado los gráficos para el festival de 2011, sobre la base de la identidad que crearon para el Archtober del año anterior. La identidad cuenta con un marco amarillo que sugiere un recuadro destacado de un calendario, o un espacio en un plano arquitectónico. Hace así referencia al juego de palabras que compone el nombre, una mezcla entre "october" y "architecture".



21 **Nombre:** *The High Line*
Año: 2011
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, cartelería, packaging

Color, texturas: Verde, blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, unidad, armonía

Descripción: Paula Scher y su equipo se encargaron de diseñar la imagen para la Asociación de Amigos del High Line, que posteriormente se ha convertido también en la imagen del parque. Es una forma sencilla que representa el nombre (High line) con la H, hace referencia a las vías del tren que fueron enterradas para construir el parque, y el color verde le da el toque natural.



22 **Nombre:** *Museum of arts and design*
Año: 2008
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, cartelería, packaging, lonas, folletos, merchandisign etc.

Color, texturas: Rojo y blanco

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, unidad, equilibrio

Descripción: La marca basada en la geometría refleja los círculos y cuadrados presentes en las formas del edificio, su ubicación en Columbus Circle, y las columnas del icónico edificio "Lollipop". Es una imagen que encarna los valores del museo, es sorprendente y puede transformarse para aparecer de diferentes maneras en distintos lugares.



23 **Nombre:** *Fit Athletics*
Año: 2012
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, ilustración

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, prendas de vestir

Color, texturas: Naranja, azul y blanco

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio

Descripción: Michael Bierut y su equipo de diseñadores ya habían trabajado con FIT anteriormente, en el desarrollo del sistema de identidad institucional de la universidad, material impreso y señalización del campus y sistema de orientación.

Para este proyecto han creado un icono de un tigre abalanzándose que se puede colocar sobre el emblema de FIT, que fue diseñado en 2001 por Bierut.

La nueva identidad se utiliza el mismo tipo de letra que había anteriormente.



24 **Nombre:** *Windows 8*
Año: 2012
Tipo de cliente: Multinacional
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, ilustración

Medios (impresión, audiovisual...): Audiovisual

Formato: Material impreso, audiovisual

Color, texturas: Azul y blanco

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio, armonía

Descripción: Para la salida del nuevo sistema operativo de Windows, Paula Scher ha sido la encargada de hacer el rediseño de la marca.

El nuevo logotipo devuelve al logotipo a sus raíces. El nombre Windows fue introducido originalmente como metáfora de poder ver dentro de pantallas y sistemas, una nueva visión de la tecnología. El nuevo logotipo devuelve la idea de ventana que se había ido perdiendo con el paso de los años.

El logotipo está basado en la perspectiva. Hicieron estudios que mostraban que esta nueva imagen no estaba demasiado lejos de la forma de bandera que tenían los logotipos anteriores. Es una transición sencilla y elegante para la marca.



25

Nombre: *Mohawk*

Año: 2012

Tipo de cliente: Multinacional

Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, ilustración

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso

Color, texturas: colores vivos

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio, armonía

Descripción: El logotipo para esta empresa de fabricación de papel se basa en la letra M. El logo no sólo sirve como un monograma del nombre de Mohawk, sino que también se inspira en el proceso de fabricación de papel y el proceso de grabado, los cuales implican el movimiento del papel a través de unos cilindros metálicos. Las formas de logotipo sugieren rollos de papel, imprentas y placas de circuitos, así como la idea de la conexión y la comunicación, las funciones esenciales del papel. Aplicado a la publicidad, libros de muestras, folletos y envolturas etc, el logotipo es un sistema de branding flexible que incluye más de una docena de variaciones de color e incontables patrones basado en la marca.



26 **Nombre:** *Gimme More*
Año: 2013
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Material impreso y audiovisual

Formato: Material impreso, vídeo

Color, texturas: Blanco y negro

Plano/volumen: Volumen físico creado con troquelados en el papel

Tipografía y textos: tipografía experimental

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, dinamismo.

Descripción: Natasha Jen ha diseñado la identidad y los gráficos ambientales para la exposición *Gimme More: Is Augmented Reality the Next Medium?*, para el Eyebeam Art+Technology Center, NY. La realidad aumentada es la realidad con algo extra, ambientes e interacciones que se han mejorado con un contenido virtual, o con una narración que difumina la línea entre lo físico y lo digital. El diseño de Jen juega en esta intersección de lo material y lo inmaterial, utilizando elementos lumínicos sencillos.

Los gráficos de Jen ayudaron a unir lo arquitectónico con la naturaleza digital de las instalaciones. Los gráficos utilizan una tipografía de diseño personalizado compuesto de formas triangulares. La tipografía modular está presente desde los grandes gráficos puestos en las ventanas de la galería, hasta en el programa impreso.

En la señalización de la exposición se troquelaron parte de los triángulos para crear un efecto de volumen físico, que además estaba en constante cambio con los efectos de luz.



27 **Nombre:** *Tiffany & Co.*
Año: 2010
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. Packaging, cartelería, folletos, revistas etc

Color, texturas: azul y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía con remates

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, equilibrio, armonía

Descripción: Actualización de la imagen de la prestigiosa marca de joyas Tiffany & Co. El nuevo diseño se basa en la sencillez. Una tipografía con remate de color negro, da connotaciones de elegancia y lujo, mientras que el azul nos remite a la limpieza, el color del cristal y de los conocidos diamantes de la marca.



28 **Nombre:** *London design festival 2012*
Año: 2012
Tipo de cliente: Institucional
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. Packaging, cartelería, folletos, revistas etc

Color, texturas: Rojo y blanco

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin remate

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, Sencillez

Descripción: Por sexto año consecutivo, Pentagram ha diseñado la imagen para el Festival de Diseño de Londres. Se trata de la décima edición del festival, y el proyecto muestra el número 10 de muchas formas distintas.
Con este rediseño mantienen fresca y viva la imagen del Festival, esfuerzo que realizan año tras año.



29

Nombre: *Muse*

Año: 2013

Tipo de cliente: Institucional

Ubicación: Trento, Italia

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión y audiovisuales

Formato: Material impreso. Packaging, cartelería, folletos, revistas etc, y aplicaciones audiovisuales para el museo

Color, texturas: Colores vivos y muy contrastados

Plano/volumen: Volumen por medio de alteraciones en la tipografía. Sensación espacial
Tipografía y textos: Tipografía sin remate

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Contraste, dinamismo

Descripción: Ubicada en las montañas Dolomitas, la pequeña ciudad de Trento, Italia, es el hogar de MUSE, el nuevo museo de la ciencia diseñado por Renzo Piano. Es un museo viviente que aborda la arqueología, geología, geografía y cosmología.

Formalmente, el logotipo se dobla en dos para crear la metáfora de las montañas y sus valles donde está ubicado el edificio. El logo de MUSE crea su propio valle, y está orientado en un ángulo particular, tomado de las formas angulosas del edificio.

El logotipo, al igual que el museo, es el presentador de las noticias. El color del logotipo cambia para adaptarse mejor a su contexto. "Cuanto más liberas los logotipos, mejor pueden respirar y cambiar para adaptarse a los distintos contextos, y se sienten más vivos y relevantes", dice Harry Pearce.



30 **Nombre:** *Litl*
Año: 2009
Tipo de cliente: Mediana empresa
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso. Packaging

Color, texturas: Blanco, negro y azul

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía hecha a mano

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, equilibrio

Descripción: Litl es un pequeño dispositivo que casa las funciones comunicativas de la televisión y un ordenador portátil.

Abbot Miller ha creado una identidad corporativa amigable para la marca, y Lisa Strausfeld y su equipo diseñaron la interfaz gráfica de usuario, basada en la accesibilidad y facilidad de uso.

Miller ha creado un logotipo que es amable, familiar y doméstico. Las curvas del logotipo están inspiradas en el ordenador portátil y sugieren la flexibilidad de la WebBook en sus diferentes configuraciones. Los gráficos están diseñados para mezclarse con la iconografía de los aparatos electrodomésticos y aparecer sin género, a diferencia de las identidades corporativas para productos tecnológicos que suelen ser masculinas. Se ha diseñado para atraer a una amplia gama de edades y se ha elegido una paleta de colores agradables y modernos.



31 **Nombre:** *TDC 58*
Año: 2011
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión y audiovisual

Formato: Material impreso. cartelera. Web

Color, texturas: Rojo y blanco

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía experimental

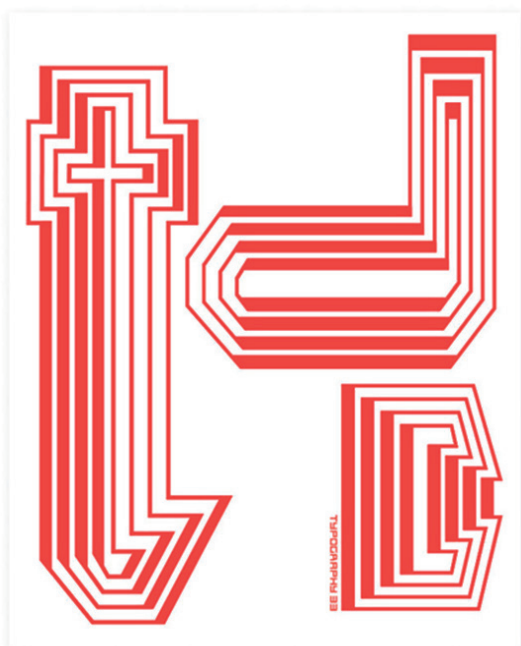
Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, dinamismo, contraste

Descripción: Imagen para la 58ª edición de los premios del Type Directors Club.

Paula Scher y su equipo, consideraron el proyecto como una oportunidad para explorar la creación de un programa coherente y reconocible de gráficos sin repetir formas. Para la imagen de esta edición, han trabajado con las siglas TDC mediante una serie de líneas que forman las letras de una forma experimental, construidas con líneas rectas y formas concéntricas.

En su exploración, los diseñadores crearon un conjunto de directrices para desarrollar las letras:

1. Sólo se pueden utilizar líneas rectas.
2. Se pueden crear letras mayúsculas y minúsculas
3. Cada forma debe estar compuesta por la misma forma, repetida en el interior con un tamaño más pequeño.
4. Las formas interiores y exteriores deben ser simples.
5. Debe haber por lo menos dos líneas concéntricas de transición entre las formas interiores y exteriores.
6. Las líneas pueden sufrir alteraciones en los cambios de plano.
- Las líneas pueden alternar entre viento y marea a lo largo de planos diferentes.
7. Sólo se puede utilizar un color, mas el blanco de fondo. Será el Pantone Warm Red 032



32 **Nombre:** *House by John Lewis*
Año: 2012
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Packaging

Color, texturas: Amarillo, blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, dinamismo, contraste

Descripción: John Lewis, una de las cadenas de grandes almacenes más grandes de Reino Unido, acaba de lanzar "house", una amplia gama de productos para el día a día. Harry Pearce y su equipo han desarrollado un sistema simple y flexible, es moderno y capta la atención de nuestros ojos. Han creado una identidad simple y audaz para la marca. La tipografía se asienta sobre un círculo de color plano. El círculo es una plataforma que presenta por igual al nombre y al producto que aparece sobre él. Además, visto en conjunto, los círculos crean un patrón llamativo dentro de la tienda.



33 **Nombre:** *Museum of chineese in america*
Año: 2011
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Folletos, carteles, vinilos, serigrafías, merchandising

Color, texturas: Blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio

Descripción: Michael Bierut y Yve Ludwig han diseñado la identidad corporativa para el MOCA, inspirada en la arquitectura Lin. Los logotipos cuadrados (uno con el nombre completo del museo y otro con el acrónimo) funcionan en conjunto con otra versión con caracteres chinos, que han sido ligeramente modificados. La palabra "chino", o en la versión de las siglas, la letra C, se marca con un cambio de color para enfatizar el enfoque del museo.

El programa de gráficos ambientales que se ha desarrollado para el museo, está igualmente restringido por la forma del cuadrado, y hace referencia a las formas y materiales que conforman el edificio.

Al igual que el espacio en sí mismo, la identidad y los gráficos evitan las referencias explícitas a los clichés de la cultura china o asiática. La identidad está destinada a ser un marco neutral, los signos de cultura asiática se pueden ver en las colecciones del museo y en las exposiciones que son las que ofrecen el contenido específico y auténtico. La tipografía utilizada ha sido la "Verlag".



34

Nombre: *National Museums Liverpool*
Año: 2010
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Liverpool

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Folletos, carteles, vinilos, serigrafías, merchandising

Color, texturas: Colores vivos y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio

Descripción: Pentagram ganó el concurso para el diseño de la identidad corporativa de los Museos de Liverpool.

El reto para Angus Hyland y su equipo fue el de crear una identidad corporativa para los museos que representara la cultura de la ciudad al resto del mundo.

Partiendo de la cita de Carl Jung, "Liverpool es la piscina de la vida", diseñó una solución flexible que une todos los lugares con una cinta que forma la letra "L". El reverso de la cinta está decorado con un patrón de repetición con las palabras "National Museums Liverpool".

El resultado ha sido una vibrante familia de identidades corporativas, cada una con una voz única, pero utilizando un lenguaje visual común.



35 **Nombre:** *Budgens and Londis wines*
Año: 2010
Tipo de cliente: Mediana empresa
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Etiquetas

Color, texturas: Rojo, blanco y negro principalmente.

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografías con y sin serifa.

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, dinamismo

Descripción: En el último trabajo para la marca Mustgrave Retail Partners GB, Harry Pearce y su equipo han diseñado las etiquetas para los vinos Budgens and Londis.

El equipo se ha esforzado para crear un lenguaje visual único para esta línea de la marca, seguro de sí mismo y bastante novedoso. Cada país de origen se identifica con un estilo visual, elegante y con una paleta de colores simple.

La línea de vinos franceses tiene su propio estilo tipográfico, usando sólo tipografías grandes y tradicionales para designar los tipos de vino.

El vino italiano utiliza la fotografía en blanco y negro con un toque de color fuerte. Las imágenes son de los tradicionales iconos italianos, con un acento de color que añade un toque de ingenio.



36 **Nombre:** *Class art hampstead*
Año: 2010
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, folletos, packaging, merchandising, vinilos...

Color, texturas: Principalmente blanco rojo y negro. También se usan otros colores vivos.

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa - hand lettering

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, dinamismo

Descripción: Bajo la dirección de Angus Hyland y con los interiores diseñados por William Russell, la tienda de Cass Art de Hampstead ha vivido un crecimiento del 20% anual durante los últimos 3 años.

Uno de los puntos fuertes de la tienda de Hampstead es la excelente luz que se filtra a través de las ventanas, donde hay vinilos diseñados por Marion Deuchars. Las ventanas y el posicionamiento de los productos permite que se vean claramente tanto dentro como desde el exterior de la tienda. El interior ha sido revestido con materiales cálidos.

También se ha diseñado un sistema digital interactivo, donde los niños pueden dar rienda suelta a su imaginación y dibujar lo que quieran con todos los materiales disponibles en la tienda, y una vez terminado el dibujo se proyectará en unas pantallas que se pueden ver desde la calle.



37 **Nombre:** *88 Morningside*
Año: 2010
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, folletos

Color, texturas: negro y verde

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, dinamismo

Descripción: Para el diseño de la identidad corporativa de este lujoso residencial de Manhattan, se parte del reclamo principal, el parque que hay justo al lado de este edificio. Se juega con el número 8 creando una forma que sugiere la conexión que hay entre el edificio y el parque, acentuado por el color verde que le han dado.



38 **Nombre:** *Saks think about*
Año: 2011
Tipo de cliente: Gran empresa
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía e ilustración

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, folletos, packaging

Color, texturas: blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, dinamismo

Descripción: Para la campaña de primavera, la tienda neoyorquina Saks, introdujo un nuevo slogan: "Piensa en...", una propuesta lúdica con la que los compradores consideran nuevas formas de jugar con su estilo personal a través de varios artículos que se encuentran en Saks.

Michael Bierut y Jennifer Kinon han diseñado una llamativa imagen para la campaña. La imagen parte del logo de la tienda, complementa cuadrados negros y blancos y a cada una de las letras se le da su propio bloque, de tamaños distintos. Cada una de las letras se corresponde con un catálogo individual. Cada uno de los catálogos tiene la forma del bloque de la letra que le corresponde.

Las letras de las cubiertas de los catálogos están invertidas, y la contraforma está definida por simples ilustraciones de artículos de la tienda, como zapatos, relojes, joyas etc.

La campaña ha sido un éxito para Saks, que ha visto sus cifras de ventas en constante aumento.

Curiosamente, el trabajo también ha inspirado algunas imitaciones no autorizadas.



39 **Nombre:** *Caramoor Center for Music and the Arts*
Año: 2013
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, cartelería, merchandising

Color, texturas: naranja, blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía con remates

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio

Descripción: Situado en Katonah, cerca de Nueva York, el Centro Carmoor ofrece actuaciones de músicos reconocidos a nivel internacional, en el marco de una histórica villa italiana y sus jardines. Scher y su equipo han creado una identidad moderna para Caramoor que transmite su importancia como institución. Las formas simples y elegantes de la identidad se inspiran en la notación musical. La "C" viene del signo de tiempo común, mientras que la línea inclinada y el punto se encuentran en la marca de símil musical o segue. La línea inclinada sirve para la creación de sub-marcas para los diferentes tipos de programación de Caramoor.

Caramoor / .



40 **Nombre:** *Grand central*
Año: 2012
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía e ilustración

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, folletos, carteles, packaging

Color, texturas: blanco, negro y dorado

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, unidad

Descripción: La estación de Grand Central es uno de los espacios públicos más grandes de Nueva York, es una de las puertas de entrada a la ciudad y símbolo de ésta.

El nuevo logo toma como una inspiración el emblemático reloj del edificio. Esta versión estilizada dibujada por Joe Marianek, tiene las manecillas colocadas a las 19:13, hora en la que se inauguró la estación. Debajo del logo aparece la frase "100 años", que desaparecerá en 2014, cuando termine la celebración del centenario.

La tipografía "Avenir" fue elegida para el logotipo en reconocimiento de que la estación seguirá teniendo un papel vital en el futuro de la ciudad. Según Bierut, la creación de una nueva identidad para el Grand Central no se trata sólo de mirar atrás y reconocer su lugar histórico, sino también la idea de que seguirá siendo un centro vital para la ciudad. Esta tipografía se reproduce bien en muchos tamaños y será utilizada desde el logo hasta aplicaciones de señalización o en los parches de los uniformes del personal.



41 **Nombre:** *Pantone calendar*
Año: 2012
Tipo de cliente: Multinacional
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía e ilustración

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, calendario

Color, texturas: amplia gama de colores pantone.

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, unidad

Descripción: Pantone es una importante empresa conocida por su Pantone Matching System (PMS) que permite a los diseñadores e impresores especificar y reproducir colores exactos. En 2013 la empresa ha comercializado 2 calendarios: "Pantone" y "The art of Warhol" y Eddie Oppara ha sido quien se ha encargado de diseñarlos. Los dos parten de la misma idea, para cada mes crea ilustraciones tipo pixel art con los colores de la empresa. En el calendario "Pantone" las ilustraciones se corresponden con las estaciones del año. En enero un pingüino, unas flores en abril etc. En el calendario de "The art of Warhol" cada mes se corresponde con una pintura del artista.



42 **Nombre:** *D&AD anual*
Año: 2011
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía y fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión y audiovisual

Formato: Material impreso, libros, folletos. Vídeo promocional

Color, texturas: blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, unidad

Descripción: Harry Pearce fue el encargado de diseñar el anual para D&AD en 2011.

Pearce parte del diseño original de de 1962 de Fletcher Forbes Gil, el estudio que más tarde se convirtió en Pentagram.

La marca D&AD se muestra en la portada del libro a través de una brillante e intrigante fotografía de una escultura del logotipo de Richard Foster. Es una exploración de la irrealidad de los planos, los espacios y las perspectivas que se encuentran dentro de la forma de la marca. Para la protección durante el transporte, el libro está encerrado en una caja de cartón que también cuenta con la marca impresa.



44 **Nombre:** *Armani hotel*
Año: 2010
Tipo de cliente: Multinacional
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía, ilustración y fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impreso

Formato: Impresión. Packaging, material promocional, folletos etc

Color, texturas: Veige

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): unidad, equilibrio, armonía

Descripción: Para el primer hotel de Armani, John Rushworth y su equipo han sido los responsables de la asignación del nombre, identidad, posicionamiento de la marca y material de marketing, para llevar el estilo y la filosofía de Armani, a este y otros tres hoteles que están situados en Milán, Londres y Nueva York.

Los elementos diseñados expresan la filosofía de la marca, es algo relajado, elegante y seguro, y cuentan con un discreto logotipo de Armani y símbolos de cada lugar. La paleta de colores es sobria y sofisticada, y los materiales que se usan son de alta calidad y agradables al tacto.



45 **Nombre:** *Royal Mail Yearpack*
Año: 2011
Tipo de cliente: Institución
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, folletos, catálogo

Color, texturas: negro, rojo y blanco

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio, unidad

Descripción: Harry Pearce fue elegido por Royal Mail para diseñar el anuario de 2011, que contiene series de sellos con titulares importantes de los acontecimientos del año. El libro revela una mezcla de acontecimientos memorables de la historia de Gran Bretaña y el mundo, entre ellos nacimientos y muertes de personas famosas, logros importantes etc, que tuvieron lugar en ese año.

La portada y contraportada cuentan con un collage abstracto tipográfico, con las fechas y titulares. Ha creado una cuadrícula tipográfica con las historias y titulares acontecidas a lo largo del año.



46 **Nombre:** *See opposite: Twelve antigrams*
Año: 2011
Tipo de cliente: Multinacional
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Ilustración y tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión y audiovisual

Formato: Material impreso y web

Color, texturas: Blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía con remates

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio

Descripción: Un antigrama es un tipo raro de anagrama. Consiste en coger las letras de una palabra o frase, y con ellas formar otra palabra o frase con un significado opuesto o antónimo. Cada año Pentagram diseña y publica un pequeño folleto con antigramas, que por lo general gira en torno a un juego o actividad, y que envían a sus clientes.



47

Nombre: *Max Lamb*

Año: 2010

Tipo de cliente: Gran empresa

Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía y fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión

Formato: Material impreso, libro.

Color, texturas: Blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio

Descripción: Domenic Lippa y su equipo fueron elegidos para crear una publicación que celebra la finalización de una pieza especial de Max Lamb, un banco para HSBC Private Bank.

El equipo de diseño trabajó en estrecha colaboración con Max Lamb con el fin de captar su proceso creativo único.

La cubierta de la publicación refleja la piedra tallada, y el gris monocromo y el papel de color yema hacen referencia a la escayola, tanto en su forma pulida como áspera. El ritmo interior del folleto varía mediante el uso de imágenes grandes y pequeñas del proceso y de la pieza terminada.



48 **Nombre:** *The alphabet nations*
Año: 2010
Tipo de cliente: Mediana empresa
Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía y fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Audiovisual

Formato: Video

Color, texturas: Colores vivos

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Dinamismo, contraste, equilibrio

Descripción: En "The alphabet of nations", el grupo neoyorquino They Might Be Giants, ayuda a los niños a que aprendan geografía mediante una lista que es el ABC de diferentes países de todo el mundo.

El video entrelaza imágenes con tipografías animadas, en un tour alrededor del mundo. La canción se ilustra con las letras y las formas de los países en un mapa tipográfico del mundo. También se invitó a la gente a enviar imágenes de personas de los países que aparecen en la canción.

Después de recoger las imágenes, el equipo trabajó en el proyecto durante un mes, haciendo coincidir las imágenes con los países de la canción y perfeccionando la tipografía.



49

Nombre: 1882

Año: 2011

Tipo de cliente: Mediana empresa

Ubicación: Londres

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía

Medios (impresión, audiovisual...): Impresión y audiovisual

Formato: Tarjetas, etiquetas, packaging, web

Color, texturas: Blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): Armonía, contraste, equilibrio

Descripción: Domenic Lippa y su equipo han creado la identidad corporativa y packaging para el ceramista y diseñador Emily Johnson.

El equipo decidió centrarse en la base de la marca, haciendo referencia a la fecha de fundación de esta empresa familiar. También hace referencia a las características de los materiales, la naturaleza de los productos se corresponde con el enfoque limpio y directo de la identidad.

18
82



50 **Nombre:** Bertazzoni
Año: 2010
Tipo de cliente: Multinacional
Ubicación: Nueva York

Tipo de recursos (foto, ilustración...): Tipografía y fotografía

Medios (impresión, audiovisual...): Audiovisual

Formato: Web

Color, texturas: Blanco y negro

Plano/volumen: Plano

Tipografía y textos: Tipografía sin serifa

Principios básicos del diseño (unidad, armonía, contraste, equilibrio, etc.): contraste, equilibrio, armonía

Descripción: John Rushworth se ha encargado del diseño de la web de Bertazzoni, una marca italiana de utensilios de gran calidad para cocinas.

La web tiene una apariencia simple y elegante, que contrasta con la complejidad de los productos que muestra. La estética sofisticada consiste en una paleta de colores basada en el gris y el negro, que reflejan el estilo adoptado por Pentagram para el diseño de los catálogos y material de marketing.



Resultados

Recursos

Fotografía	14
Ilustración	19
Tipografía	49

Volumen

	Si	No
Volumen	5	45

Medios

Impresión	46
Audiovisual	12

Tipografía

	Si	No
Remates	5	41
Manual	6	

Color

Blanco	41
Negro	32
Gris	2
Rojo	17
Amarillo	12
Azul	19
Verde	9
Naranja	7
Magenta	6
Violeta	6

Color secundario

Blanco	
Negro	1
Gris	
Rojo	2
Amarillo	3
Azul	3
Verde	4
Naranja	1
Magenta	1
Violeta	2

