# PAULA SCHER

DISEÑADORA GRÁFICA

## *Crear* en movimiento

« Me motiva la esperanza de no haber hecho mi mejor obra, de que mi mejor trabajo todavía está por llegar. Crear cosas es el corazón de todo, ese impulso nunca desaparece »

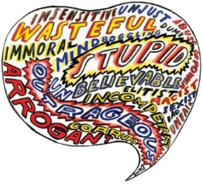
CAOS / ORDEN

.01 →

### ¿Qué observás en el entorno urbano?

Nueva York tiene un vocabulario tan grande en un espacio tan pequeño, nunca dejo de sorprenderme por un bloque cambiante, una tienda o algún restaurante loco que aparece en un lugar inesperado. Es una **ciudad de carteles.** A veces escritos a mano, decorados, colgados de un modo particular y/o peculiar. Pienso *"Dios santo, ¿Puedo subir y ajustar ese cartel? ¡Eso es horrendo!"*. Los números en las puertas... No hay dos iguales en la cuadra.

Me influyó la cultura contemporánea, en especial las tapas de discos. **Las tipografías me hablaban.**


INSENSITIVE
UNJUST
WASTEFUL
DUMB
ABUSE OF POWER
IMMORAL
MINDBOGGLING
STUPID
UNBELIEVABLE
OUTRAGEOUS
ELITIST
INCOMPETANT
RACIST
SEXIST
BAD
UNFAIR
ARROGANT
CORRUPT
DUNNE

//

*«Salgo y veo tipografías por todos lados»*

**Todos los mensajes son distintos y están por doquier.**

DINAMICO

LLAMATIVO

PRECISO

COLORIDO

SENSIBLE

.02 →

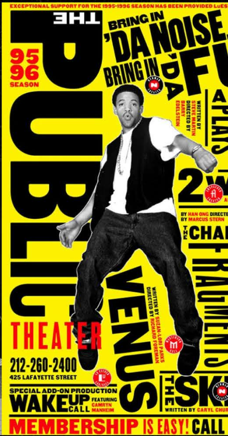
## ¿De qué manera impacta Nueva York en tu trabajo?

Las ideas llegan de *muchos modos*. Tengo mis mejores ideas en taxis, sentada en el tráfico, divagando. Hasta cierto punto, creo que Nueva York ha hecho que mi trabajo **se vea como lo hace**. Las personas se ven afectadas por el lugar de origen, parte es la influencia de su **comunidad colectiva** y parte es el paisaje.

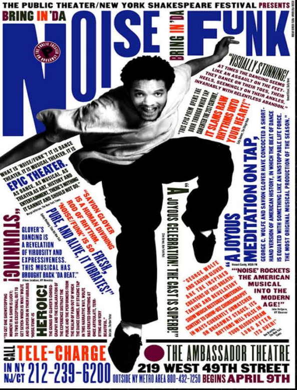
Para la nueva identidad de *The Public Theatre* decidí hacer algo **neoyorquino, llamativo y orgulloso,** utilizado caracteres con diversos pesos, largos y delgados, potentes y ruidosos, para **lograr que toda la ciudad esté representada.** En el 95, diseñé junto con mi equipo de Pentagram los carteles para *"Bring in 'Da Noise, Bring in' Da Funk"* logrando que por primera vez la publicidad del teatro apareciera por toda la ciudad.

//

*« Le permito a mi subconsciente tomar el control, así asocio libremente »*


EXCEPTIONAL SUPPORT FOR THE 1995-1996 SEASON HAS BEEN PROVIDED
THE PUBLIC THEATER
95 96 SEASON
BRING IN 'DA NOISE BRING IN 'DA FU
VENUS
212-260-2400
425 LAFAYETTE STREET
SPECIAL ADD-ON PRODUCTION WAKE UP CALL
MEMBERSHIP IS EASY! CALL

Downtown Brooklyn via 8 Av E
Park
8887
New York City Subway


THE PUBLIC THEATER/NEW YORK SHAKESPEARE FESTIVAL PRESENTS
BRING IN 'DA
NOISE
BRING IN 'DA
FUNK
"VISUALLY STUNNING! AT TIMES THE DANCING SEEMS LIKE AN ASSAULT ON THE FEET. THEY DANCE ON THEIR TOES, THEIR HEELS, SEEMINGLY ON THEIR ANKLES, INVARIABLY WITH RELENTLESS ABANDON."
"THIS EPIC POEM OPENS THE DOOR THROUGH WHICH TAP CAN ENTER THE 21ST CENTURY. IT SLAMS RAW RHYTHMS INTO YOUR HEART!"
WHAT IS 'NOISE/FUNK'? IT IS DANCE THEATER. IT IS MUSICAL THEATER. IT IS EPIC THEATER. AS DANCE, AS MUSICAL, AS THEATER AS ART, HISTORY AND ENTERTAINMENT, THERE'S NOTHING IT CANNOT AND SHOULD NOT DO."
"SAVION GLOVER IS A HUMAN DIVINING ROD OF RHYTHM. 'NOISE/FUNK' IS SO FRESH, PURE, AND ALIVE, IT VIBRATES!"
"A JOYOUS CELEBRATION! THE CAST IS SUPERB!"
"A JOYOUS MEDITATION ON TAP, GEORGE C. WOLFE AND SAVION GLOVER HAVE CONCOCTED A SHORT-HAND VERSION OF AMERICAN HISTORY, IN WHICH THE BEAT OF DANCE IS EQUATED WITH SOMETHING LIKE AN UNSTOPPABLE LIFE FORCE. THE MOST ORIGINAL MUSICAL PRODUCTION OF THE SEASON."
"STUNNING! GLOVER'S DANCING IS A REVELATION OF VIRUOSITY AND EXPRESSIVENESS. THIS MUSICAL HAS BROUGHT BACK 'DA BEAT."
"'NOISE' ROCKETS THE AMERICAN MUSICAL INTO THE MODERN AGE!"
"GEORGE WOLFE AND SAVION GLOVER ARE THE INSPIRED CREATORS OF THIS BREATH-TAKING AND REVELATORY SHOW WHICH RESTORES EMOTIONAL CONTENT TO SHOW-BIZ CHOREOGRAPHY IN WAYS CURRENTLY UNMATCHED ON BROADWAY STAGES. ITS RHYTHMS WILL PULSE IN YOUR BLOODSTREAM LONG AFTER ITS OVER!"
HEROIC!
CALL TELE-CHARGE
IN NY NJ/CT 212-239-6200
OUTSIDE NY METRO AREA 800-432-7250
THE AMBASSADOR THEATRE
219 WEST 49TH STREET
BEGINS APRIL 9TH

# Encontré un modo de tomar lo que veía en el escenario y volverlo a tinta y papel.

↙

COHERENTE

CONCEPTUAL

INTELIGENTE

.03 →

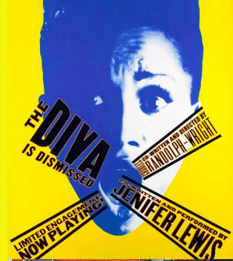
## ¿A quién puede interpelarle tu obra?

Tengo clientes y público por todas partes del mundo, ya que mis trabajos abarcan desde la cultura pop hasta las bellas artes. La identidad de *The Public Theatre* se fusionó en una simbología completamente nueva para las instituciones culturales. Al tratarse de una **institución pública**, mi intención fue mezclar las ideas de *cultura y calle* y llegar a un público amplio. Para mí, es muy emocionante la personalidad distintiva de los vecindarios en constante cambio. Representar a toda la ciudad y trabajar con la idea de **inclusión, diversidad y multicultura.**

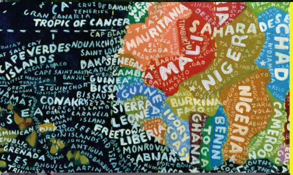
//

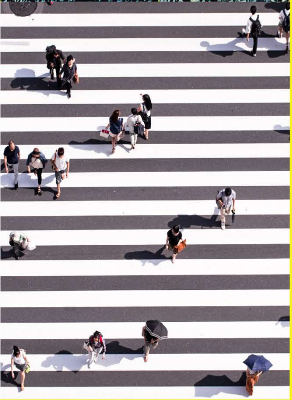
Conectar con lo urbano

RADIO CITY
MUSIC HALL


THE DIVA IS DISMISSED
CO-WRITTEN AND DIRECTED BY RANDOLPH-WRIGHT
CO-WRITTEN AND PERFORMED BY JENIFER LEWIS
LIMITED ENGAGEMENT NOW PLAYING!

真味麵食製造廠
TWIN MARQUIS INC.
NEW YORK


TROPIC OF CANCER
CAPE VERDES ISLANDS
MAURITANIA
MALI
NIGER
CHAD
SAHARA DESERT
SENEGAL
GUINEA BISSAU
CONAKRY
SIERRA LEONE
LIBERIA
BURKINA FASO
IVORY COAST
GHANA
TOGO
BENIN
NIGERIA
CAMEROON



**Sé que tengo la habilidad para afectar algún tipo de cambio en el mundo que me rodea.**

FREE
FREE SHAKESPEARE IN THE PARK
THE TEMPEST
DIRECTED BY MICHAEL GREIF
MAY 27–JULY 5
CYMBELINE
DIRECTED BY DANIEL SULLIVAN
JULY 23–AUGUST 23
Bank of America
PUBLIC.

WEST NEW YORK
QUEENS
ASTORIA
POMONOK
HILLCREST
KEW GARDENS
OAKLAND GARDENS

CULTURAL

ESENCIAL

INHERENTE

.04 →

## En la vorágine de cambios, ¿cómo te adaptás?

Los diseñadores debemos ser conscientes del *zeitgeist*∗, **el espíritu del momento** o espíritu de la época, y estar seguros de estar conectando con esa sensibilidad. Tenemos que estar informados de lo que ocurre en la cultura y hacer referencia a ello, porque si no tenemos ningún conocimiento del mundo en que vivimos, no vamos a poder expresar nada a nadie. Sin embargo, los diseñadores **no deberíamos seguir ninguna tendencia**. La tendencia sólo debe informarnos, y es lo único que deberíamos intentar. A través de los errores es como podés crecer.

//

∗*Hace referencia al clima, ambiente o atmósfera intelectual y cultural de una determinada era.*

↙

INNOVADORA

POPULAR

.05 →

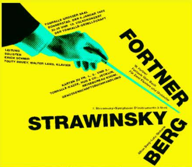
## ¿Qué te moviliza para seguir creando?

Estoy más interesada en *lo que voy a hacer* que en el trabajo que *ya hice*. Durante la semana mi comportamiento es muy social y muy activo. **Siempre me estoy moviendo**. Mis proyectos favoritos son los que todavía no terminé, creo que van a ser lo mejor que hice antes de que los arruine. Siempre hay un instante en el que creo que un proyecto va a ser realmente asombroso, ese es el momento que amo y es por lo que vivo. El mejor momento es **cuando uno *ve* lo que es posible de crear**. Cuando se termina, simplemente *es*.

**El futuro siempre es más interesante.**

//

*« La única forma para tomarse en serio el diseño... es estar total y completamente no cualificado para el trabajo »*


FORTNER
STRAWINSKY
BERG

La intensidad de mi trabajo como diseñadora es el resultado de Nueva York.

FREE SHAKESPEARE IN THE PARK
RUMORS
MUCH ADO ABOUT NOTHING
MAY 21–JUNE 23
AND
CORIOLANUS
JULY 16–AUGUST 11
REBELS
PUBLIC.

Nunca podría entrar a la oficina y sentarme en mi escritorio a diseñar.

# ¿Qué puedo crear ahora?

Cátedra Gabriele Nivel 2, comisión Caro y Maxi

Hacedoras del mundo 2021

Por Florencia Bravo, Camila Massa y Clara Martinez