



Proceso de diseño cartel tipográfico

Paulina Vázquez Cancino

Lic. María Eugenia Pedrueza Cano

Tipografía

Diseño Gráfico

## 1.- Planteamiento del problema

La creación de un cartel tipográfico con el tema “Diseño e Inteligencia”.

## 2.- Investigación

### Concepto de Inteligencia

La inteligencia es una capacidad compleja que permite a los seres humanos comprender, adaptarse, aprender, razonar y resolver problemas. Tradicionalmente, se ha relacionado con el pensamiento lógico y el rendimiento académico, pero hoy en día se reconoce como un conjunto amplio de habilidades cognitivas, sociales y creativas. Según la American Psychological Association (APA), la inteligencia es la capacidad general de una persona para razonar, resolver problemas, planificar, pensar de manera abstracta, comprender ideas complejas, aprender con rapidez y aprender de la experiencia. Esta definición abarca tanto aspectos racionales como habilidades para enfrentarse a situaciones nuevas y adaptarse a los cambios del entorno.

En el ámbito educativo y psicológico, una teoría muy influyente es la de las inteligencias múltiples, propuesta por Howard Gardner. Esta teoría sostiene que no existe una única forma de inteligencia, sino diversas maneras de entender y procesar el mundo. Entre estas destacan la inteligencia visual-espacial, corporal-cinestésica, emocional, interpersonal, lógico-matemática, musical y lingüística. Cada una se manifiesta en diferentes contextos y resulta especialmente relevante para distintas áreas profesionales, como es el caso del diseño.

### Concepto de Diseño

El diseño es una disciplina que se define como el proceso de proyectar soluciones visuales, funcionales, comunicativas o tecnológicas para resolver problemas concretos. Más que una actividad estética, el diseño es una práctica creativa que implica observación, análisis, generación de ideas, desarrollo y evaluación de propuestas que respondan a una necesidad real. De acuerdo con el International Council of Design (ico-D), el diseño es una actividad creativa y estratégica que busca generar valor mediante soluciones significativas, útiles y estéticamente cuidadas. Este enfoque destaca el carácter integrador del diseño, que incluye la funcionalidad, el simbolismo, la emoción y la dimensión social.

El diseño abarca múltiples áreas como el diseño gráfico, industrial, editorial, de experiencia de usuario (UX/UI), estratégico y social. En todas ellas, el diseño combina forma, función y contexto para generar productos, servicios o sistemas que respondan a las necesidades y deseos de las personas.

### Relación entre Inteligencia y Diseño

La inteligencia y el diseño están profundamente relacionados. Diseñar implica pensar, analizar, comprender a otros, anticipar situaciones y tomar decisiones, todas manifestaciones directas de distintos tipos de inteligencia. El diseño es una forma activa de aplicar la inteligencia: requiere razonamiento lógico para resolver problemas complejos, inteligencia visual para organizar elementos en el espacio, inteligencia emocional para conectar con usuarios y social para colaborar en equipos multidisciplinarios. Por ello, se afirma que todo diseño exitoso es resultado de un pensamiento inteligente, sensible y estratégico.

Herbert A. Simon, en su obra “The Sciences of the Artificial”, definió el diseño como el proceso mediante el cual se transforman situaciones existentes en situaciones preferidas. Según Simon, diseñar es un acto deliberado de razonamiento y proyección hacia el futuro, que implica construir soluciones viables a partir del conocimiento presente. Así, el diseño se entiende como una inteligencia aplicada que combina creatividad, análisis, empatía y visión crítica.

## Inteligencia de Diseño y Enfoques Contemporáneos

En tiempos recientes, ha surgido el concepto de “inteligencia de diseño” o “design intelligence”, desarrollado por autores como Yoram Bar-Sela y Ricardo Ruffo. Este concepto amplía la inteligencia más allá del individuo e incorpora la capacidad de crear entornos donde diferentes formas de inteligencia —individual, colectiva y artificial— puedan emerger y colaborar. En esta visión, el diseñador no solo crea productos o gráficos, sino que diseña condiciones para el aprendizaje, la innovación y la transformación social. Se trata de un pensamiento sistémico, estratégico y participativo que integra creatividad, estrategia e impacto social.

Asimismo, la teoría C-K (Concept-Knowledge) conceptualiza el diseño como un proceso dinámico que parte del conocimiento existente y lo expande a través de nuevos conceptos. Este diálogo entre lo conocido y lo imaginado permite la generación de innovación y nuevos significados, mostrando que el diseño es un acto de inteligencia que crea lo que aún no existe.

## Análisis de competencia

### 1. “Typographic Portraits” – Craig Ward

Craig Ward es una figura destacada en el ámbito del diseño tipográfico contemporáneo, conocido especialmente por su capacidad para fusionar palabra e imagen de una manera profundamente expresiva. En su serie “Typographic Portraits”, Ward emplea únicamente palabras y frases que describen la personalidad, trayectoria o esencia de la persona retratada, y las distribuye estratégicamente en el espacio para formar un rostro humano. Utiliza una variedad de familias tipográficas, pesos, tamaños y niveles de opacidad, lo que le permite construir volúmenes, luces y sombras, logrando una apariencia tridimensional. Esta técnica permite una doble lectura: de cerca, el espectador puede sumergirse en el significado del texto, mientras que de lejos, se aprecia una imagen completa y reconocible del rostro. Este tipo de trabajo es un ejemplo paradigmático de cómo el diseño puede comunicar identidad de manera visual y textual al mismo tiempo, siendo útil en branding personal, diseño editorial o campañas gráficas donde se busca transmitir profundidad y carácter. Ward demuestra que la tipografía no solo comunica información, sino que puede ser portadora de emoción, contexto e imagen.



## 2. “Word Animals” – Dan Fleming

Dan Fleming se ha destacado por desarrollar un estilo que fusiona ilustración y tipografía de forma ingeniosa, especialmente en su serie “Word Animals”. En ella, toma nombres de animales y los convierte visualmente en representaciones figurativas del animal al que aluden. Este proceso implica modificar la forma de cada letra sin perder su legibilidad: alargando, curvando o distorsionando las letras para reflejar características físicas del animal, como el cuello largo de una jirafa o la trompa de un elefante. Fleming logra un equilibrio entre forma tipográfica e imagen simbólica, permitiendo que el espectador pueda leer la palabra mientras simultáneamente reconoce la figura. Este enfoque resulta ideal para materiales educativos, identidades gráficas dirigidas al público infantil o campañas creativas, donde el mensaje debe ser claro, visualmente atractivo y memorable. La técnica demuestra cómo la tipografía puede transformarse en dibujo sin dejar de ser lenguaje, y cómo los límites entre palabra e imagen pueden desdibujarse para generar piezas únicas.







##### 5. Peter Strain – Potter-inspired posters

Peter Strain combina de forma magistral citas literarias e imagen en sus carteles inspirados en el universo de Harry Potter. En estos afiches, selecciona frases representativas de cada personaje y las utiliza como base visual para construir su rostro o silueta, doblando, adaptando y alineando el texto a la forma del personaje. Esta técnica genera un efecto poderoso, donde el contenido verbal no solo representa, sino que literalmente forma al personaje. La experiencia de lectura e interpretación se vuelve íntima y emocional, ya que quien conoce los libros o películas reconocerá tanto la cita como la imagen. A nivel visual, Strain maneja una estética cuidada, con paletas de colores sobrias, composición equilibrada y una atención minuciosa al ritmo del texto. Este tipo de carteles funciona perfectamente en contextos editoriales, artísticos o promocionales, donde el objetivo es reforzar el valor simbólico del lenguaje. En ellos, el texto no acompaña la imagen: el texto es la imagen.



#### 6. Audrey Hepburn Typography Poster – Inspirowl Design

Este cartel de Inspirowl Design es una interpretación elegante y sobria de un retrato icónico: Audrey Hepburn. Utilizando únicamente tipografía limpia y perfectamente distribuida, se construye la silueta del rostro de la actriz, una figura profundamente asociada con el glamour clásico de Hollywood. A diferencia de otros ejemplos donde se usa la tipografía como textura densa o estructura de forma, aquí se opta por una composición minimalista, en tonos neutros, con gran atención a la proporción facial y los espacios negativos. El diseño transmite una sensación de sofisticación y equilibrio visual, que remite a los carteles de películas clásicas o a la estética del diseño gráfico de mediados del siglo XX. Este tipo de propuesta se aprecia especialmente en foros de diseño clásico, donde se valora la capacidad de comunicar identidad visual con pocos elementos, pero con alta precisión. La obra demuestra que la tipografía no siempre necesita ser exuberante o caótica para ser poderosa; a veces, la precisión y el control compositivo logran un impacto igual de profundo. Ideal para proyectos que exploran íconos culturales o el diseño editorial con un enfoque elegante.



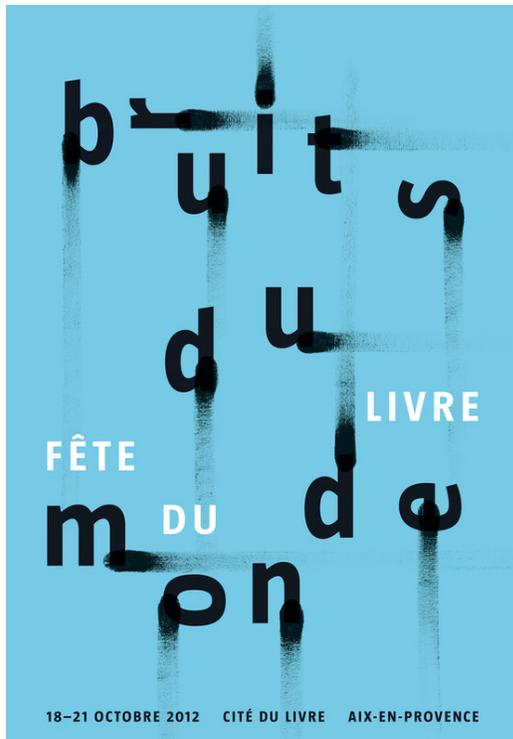
### 7. Glass Shaped Typographic Poster

Este cartel representa un vaso o copa de cristal, y lo interesante es que la forma del objeto está compuesta completamente por tipografía, que sigue con exactitud sus contornos curvos. Esta técnica se conoce como tipografía ambiental o envolvente, y consiste en adaptar el texto al objeto, como si estuviera grabado, impreso o tallado en su superficie. El resultado es una obra que genera una fuerte ilusión tridimensional, donde la tipografía parece parte del material, fundiéndose con él. Este enfoque invita al espectador a experimentar el objeto no solo como imagen, sino también como mensaje. El contenido textual suele reforzar el simbolismo del vaso (como frases sobre brindar, el paso del tiempo, el vacío o la celebración), creando una unión significativa entre forma y contenido. Esta pieza demuestra cómo la tipografía puede funcionar como elemento estructural y simbólico al mismo tiempo, y es ideal para diseño de producto, identidad visual de bebidas, campañas culturales o propuestas experimentales que exploren la materialidad del lenguaje.



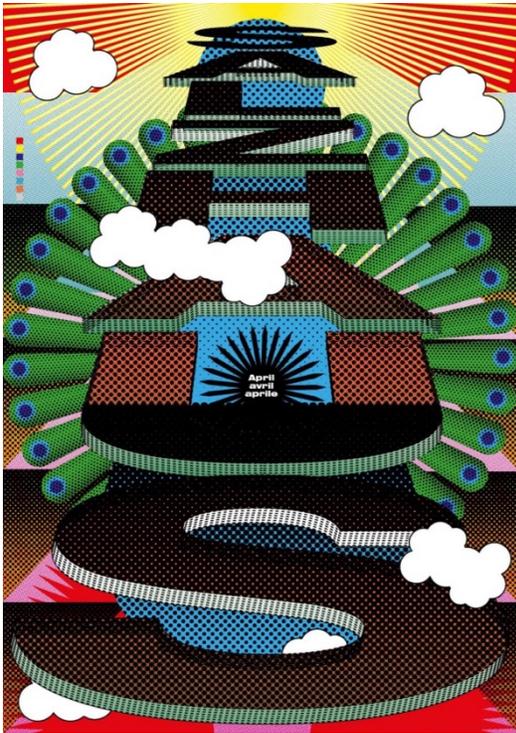
## 8. Bruits du monde – Philippe Apeloig (2012)

El cartel *Bruits du monde* (Ruidos del mundo), creado por el diseñador francés Philippe Apeloig, es una pieza profundamente experimental y sensorial. A diferencia de los carteles figurativos o de retrato, esta obra se centra en evocar una experiencia auditiva mediante recursos puramente visuales. Las letras del afiche están difuminadas, distorsionadas y ligeramente desplazadas, creando un efecto de vibración visual que sugiere la presencia de sonido, eco o reverberación. Esta representación abstracta del ruido convierte la tipografía en un medio atmosférico, casi como si las palabras flotaran en el espacio, afectadas por ondas sonoras. El cartel fue galardonado en la Lahti Poster Triennial de 2014, lo que subraya su relevancia e innovación dentro del diseño de carteles contemporáneo. Su fuerza reside en cómo el movimiento y la inestabilidad tipográfica generan una sensación intangible, desafiando los límites de la lectura y proponiendo una experiencia visual perceptiva. Es una obra ideal para contextos artísticos, musicales o de reflexión, donde se busca que el espectador no solo vea, sino sienta lo que la tipografía intenta comunicar.



#### 9. Salzhaus – Felix Pfäffli (2014)

Felix Pfäffli es un diseñador suizo reconocido por su enfoque gráfico audaz y geométrico, y su cartel *Salzhaus* es un ejemplo perfecto de su estilo. Aquí, las letras se transforman en formas modulares que se entrelazan y se repiten para crear patrones visuales complejos, en una frontera entre lo legible y lo abstracto. A través de combinaciones rítmicas, superposiciones y juegos de escala, el cartel adquiere una gran fuerza visual, donde el texto ya no se lee de manera tradicional, sino que se convierte en un sistema gráfico dinámico. Esta obra propone una reflexión sobre la estructura del lenguaje como sistema, mostrando que la tipografía puede funcionar tanto como código visual como forma estética. El resultado es una pieza enérgica, experimental y con fuerte identidad gráfica, ideal para eventos musicales, festivales culturales, conciertos o espacios donde se busca romper con la lectura convencional del cartel. Pfäffli demuestra cómo el diseño suizo contemporáneo ha evolucionado hacia una tipografía activa, expresiva y visualmente vibrante.



#### 10. Jazz Festival Willisau – Annik Troxler (2018)

Annik Troxler, hija del legendario diseñador Niklaus Troxler, continúa el legado del diseño de carteles para el Festival de Jazz de Willisau con una visión renovada y experimental. En su cartel de 2018, combina tipografía y ritmo visual para expresar gráficamente la esencia del jazz. El diseño presenta círculos giratorios, variaciones de tamaño, densidades cambiantes y tipografía que se integra a este movimiento, evocando pulsaciones, compases y la fluidez musical del género. Lo interesante de esta obra es que no intenta representar instrumentos ni músicos, sino que traduce visualmente la sensación del jazz, apelando a la abstracción y al dinamismo. La composición no tiene un eje rígido; todo parece moverse, rotar, vibrar, igual que una improvisación musical. Esta propuesta es heredera de una tradición de diseño suizo con enfoque artístico, donde cada cartel del festival es una obra única, impresa tradicionalmente en serigrafía. El trabajo de Annik destaca por su capacidad de renovar este legado con una estética contemporánea, manteniendo siempre el espíritu del jazz: libertad, ritmo, variación y emoción visual.



### 3.- Síntesis/Análisis

#### 1. “Typographic Portraits” – Craig Ward

Craig Ward es uno de los diseñadores contemporáneos más reconocidos en el campo de la tipografía experimental, y su serie “Typographic Portraits” es un referente en cómo el texto puede convertirse en imagen sin perder su esencia lingüística. En estos retratos, Ward utiliza palabras y frases significativas relacionadas con la persona retratada, distribuidas con precisión para formar rostros humanos realistas. El diseño explora el uso de diferentes pesos tipográficos, opacidades y tamaños de fuente para generar sombras, contornos y volumen facial. La obra logra un doble nivel de lectura: de cerca, las frases cobran protagonismo y pueden leerse como un texto con sentido; de lejos, se revela una imagen figurativa coherente. Este tipo de carteles resulta poderoso porque logra una fusión simbólica entre identidad y forma, siendo ideal para branding personal, publicaciones editoriales o proyectos donde se busca destacar el carácter o personalidad a través del lenguaje visual.

#### 2. “Word Animals” – Dan Fleming

En esta serie, Dan Fleming lleva a cabo una exploración lúdica y eficaz del potencial visual de la tipografía al transformar palabras que nombran animales en ilustraciones que representan a esos mismos animales. A través de manipulación controlada de la forma tipográfica, estira, curva y acomoda las letras para que funcionen simultáneamente como texto legible y como imagen representativa. Por ejemplo, en la palabra “giraffe”, las letras se alargan hacia arriba evocando el cuello del animal; en “elephant”, las curvas reflejan la trompa y las orejas. Fleming demuestra una gran sensibilidad por el equilibrio entre figuración y legibilidad, asegurando que el mensaje textual no se pierda dentro de la ilustración. Esta propuesta no solo es ingeniosa, sino que permite transmitir información de forma clara y memorable, siendo ideal para carteles educativos, identidades visuales infantiles o campañas de concientización que requieren un lenguaje visual accesible y amigable.

#### 3. “Typographic Tree” – Christopher Jarratt

El cartel de Christopher Jarratt presenta una composición donde la estructura de un árbol se forma enteramente con palabras relacionadas con la naturaleza, el crecimiento y el conocimiento. Utilizando una organización jerárquica de los elementos tipográficos, el diseño simula el tronco, las ramas y las hojas, jugando con tamaños, grosores y direcciones del texto. El resultado es una imagen orgánica y simbólica donde el lenguaje literalmente “crece” como lo haría un árbol. El enfoque de Jarratt refuerza una idea conceptual potente: que las palabras, como la naturaleza, están vivas, se ramifican y generan significado. Esta obra es un ejemplo de diseño con carga filosófica y ambiental, y su ejecución visual refuerza su mensaje. Se vincula al diseño editorial, educativo y cultural, y destaca por su capacidad

para comunicar sin recurrir a la ilustración tradicional, usando solo tipografía como recurso formal y expresivo.

#### 4. “A Very Wordy Hero” – jmirman (Josh Mirman)

Josh Mirman, bajo el nombre jmirman, creó una serie de carteles conocida como “A Very Wordy Hero”, donde la forma de personajes icónicos de la cultura pop (como Mega Man o Star Fox) está compuesta por miles de palabras pequeñas cuidadosamente dispuestas. Estas palabras no solo forman la silueta del personaje, sino que muchas veces incluyen citas, descripciones o atributos relacionados con él. La técnica se conoce como shape typography, donde el cuerpo tipográfico rellena una figura completa, funcionando tanto como ilustración como contenido verbal. Este tipo de obra tiene una estética detallada y cautivadora, que invita al espectador a acercarse y descubrir todas las palabras escondidas. A nivel visual, ofrece una mezcla entre homenaje cultural y exploración tipográfica, muy ligada a lo digital, lo geek y lo nostálgico. Su valor está en cómo convierte la lectura en experiencia visual y la ilustración en narrativa.

#### 5. Peter Strain – Posters inspirados en Harry Potter

Peter Strain trabaja con una técnica que mezcla tipografía y retrato con un enfoque altamente narrativo. En su serie inspirada en el universo de Harry Potter, utiliza frases y citas icónicas para dar forma a los rostros y siluetas de los personajes. Las palabras no solo están superpuestas, sino que se curvan, deforman y alinean para seguir los contornos de la figura, generando una representación visual coherente que nace del texto. El resultado es una imagen donde el contenido textual y la identidad del personaje se fusionan, creando una doble lectura simbólica. Este estilo es particularmente eficaz para fans y lectores, ya que la palabra no solo describe, sino que construye literalmente al personaje. Los carteles de Strain logran una estética fuerte y emocional, ideal para coleccionismo, ilustración editorial, promoción de franquicias o exploraciones artísticas literarias.

#### 6. Audrey Hepburn Typography Poster – Inspirowl Design

Este cartel, creado por Inspirowl Design, representa un retrato de Audrey Hepburn a partir de una composición tipográfica limpia y elegante. Utiliza letras y palabras en una disposición que sigue con precisión las proporciones del rostro, formando sombras y contornos de manera sutil. A diferencia de otros carteles más cargados, este se mantiene en una estética minimalista y sobria, con tonos neutros que remiten a la sofisticación del cine clásico. Es un excelente ejemplo de cómo la tipografía puede evocar elegancia, nostalgia y glamour sin necesidad de adornos innecesarios. En foros de diseño clásico, este tipo de carteles es apreciado por su equilibrio visual y su capacidad de honrar figuras del cine desde

un enfoque gráfico. La imagen tipográfica no es solo decorativa, sino parte esencial del retrato.

### 7. Glass Shaped Typographic Poster

Este cartel adopta la forma de un vaso o copa de cristal, y la tipografía está completamente integrada en los contornos del objeto. El texto parece estar impreso, grabado o esculpido en la superficie del vidrio, siguiendo su curvatura y estructura. Es un ejemplo claro de tipografía ambiental o de contorno, donde el texto no invade la imagen, sino que se adapta a ella hasta convertirse en parte de su esencia. Esta técnica genera una fuerte fusión entre forma y contenido, útil para proyectos donde el diseño gráfico dialoga con objetos, como en envases, señalética o branding de producto. La obra juega con la tridimensionalidad y la materialidad del objeto, sin perder la claridad del mensaje tipográfico.

### 8. “Bruits du monde” – Philippe Apeloig (2012)

El cartel “Bruits du monde” (Ruidos del mundo) de Philippe Apeloig utiliza letras en movimiento y difuminadas para representar visualmente el sonido y su transitoriedad. A través de una técnica donde la tipografía pierde definición y se convierte en vibración, el diseñador consigue evocar ruido, eco y reverberación sin necesidad de imágenes realistas. Esta obra ganó el premio en la Lahti Poster Triennial de 2014 y es reconocida por su capacidad sensorial: no se “lee” de manera convencional, sino que se percibe como experiencia visual sonora. Es una propuesta más abstracta y artística, donde el límite entre texto e imagen se vuelve borroso, literalmente. Este tipo de cartel se enmarca dentro del diseño cultural o experimental, con una carga conceptual que apela a la emoción y la percepción.

### 9. “Salzhaus” – Felix Pfäffli (2014)

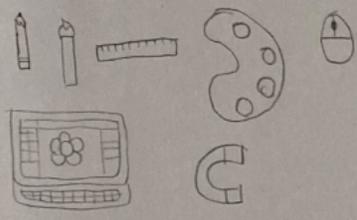
Felix Pfäffli es conocido por sus carteles geométricos y vibrantes. En el caso de “Salzhaus”, emplea la tipografía como módulo visual repetido dentro de una estructura abstracta. Las letras se entrelazan, rotan o se fragmentan para formar patrones complejos que, sin dejar de ser legibles, funcionan también como composiciones gráficas autónomas. La pieza propone un juego entre abstracción y legibilidad, explorando el potencial estético de la letra más allá de su función lingüística. Pfäffli trabaja con ritmo visual, color y forma, influenciado por movimientos como el constructivismo o el diseño suizo contemporáneo. El resultado es una obra dinámica y moderna, ideal para festivales, eventos artísticos o públicos jóvenes y alternativos.

#### 10. Jazz Festival Willisau – Annik Troxler (2018)

Diseñado por Annik Troxler, directora visual del famoso festival suizo de jazz Willisau, este cartel mezcla tipografía con elementos rítmicos y circulares que evocan el pulso y movimiento de la música jazz. La disposición del texto no es lineal, sino que vibra y gira en torno a composiciones circulares de distinta densidad. Es un diseño que visualiza el sonido, manteniendo la energía del jazz y su capacidad de improvisación. Esta obra también es una continuación del legado de su padre, Niklaus Troxler, pionero del cartelismo jazzístico desde los años 70. El diseño aquí no solo comunica información del evento, sino que traduce gráficamente la experiencia musical, utilizando tipografía como instrumento visual. La pieza tiene una fuerte carga identitaria y cultural, ideal para eventos artísticos y expresivos.

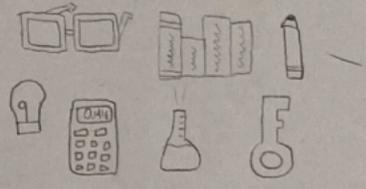
Objetual

Diseño

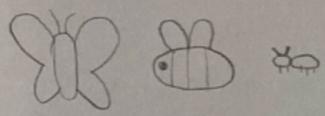


Objetual

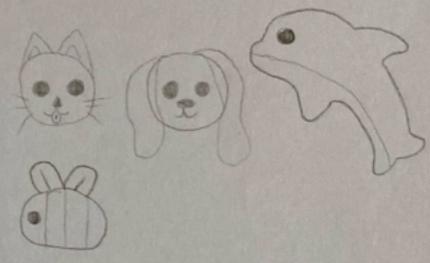
Inteligencia



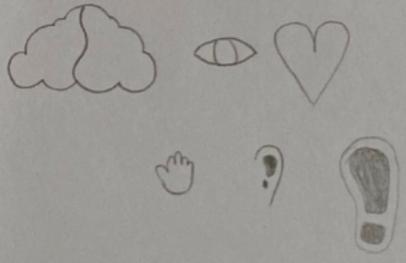
Animal



Animal



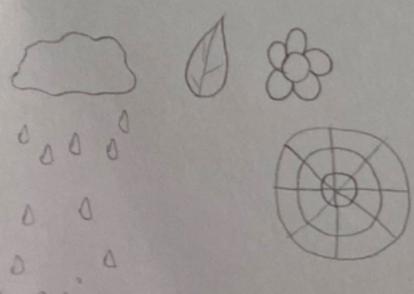
F.humana



F.humana



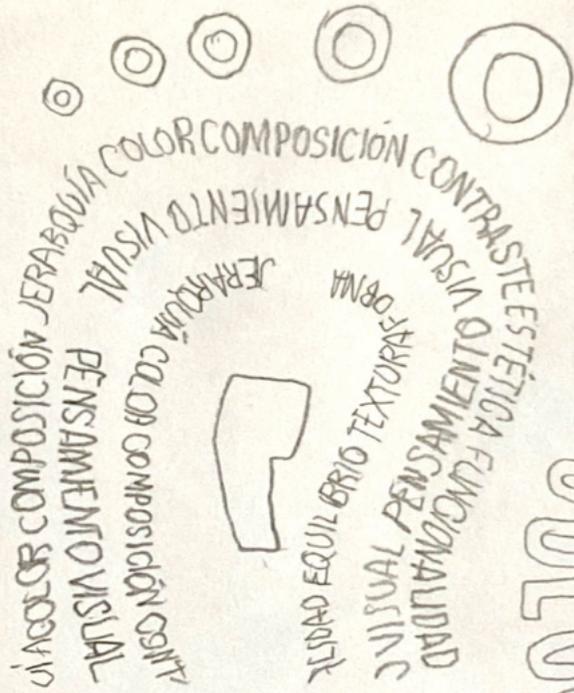
Naturaleza



Naturaleza



PENSAMIENTO VISUAL

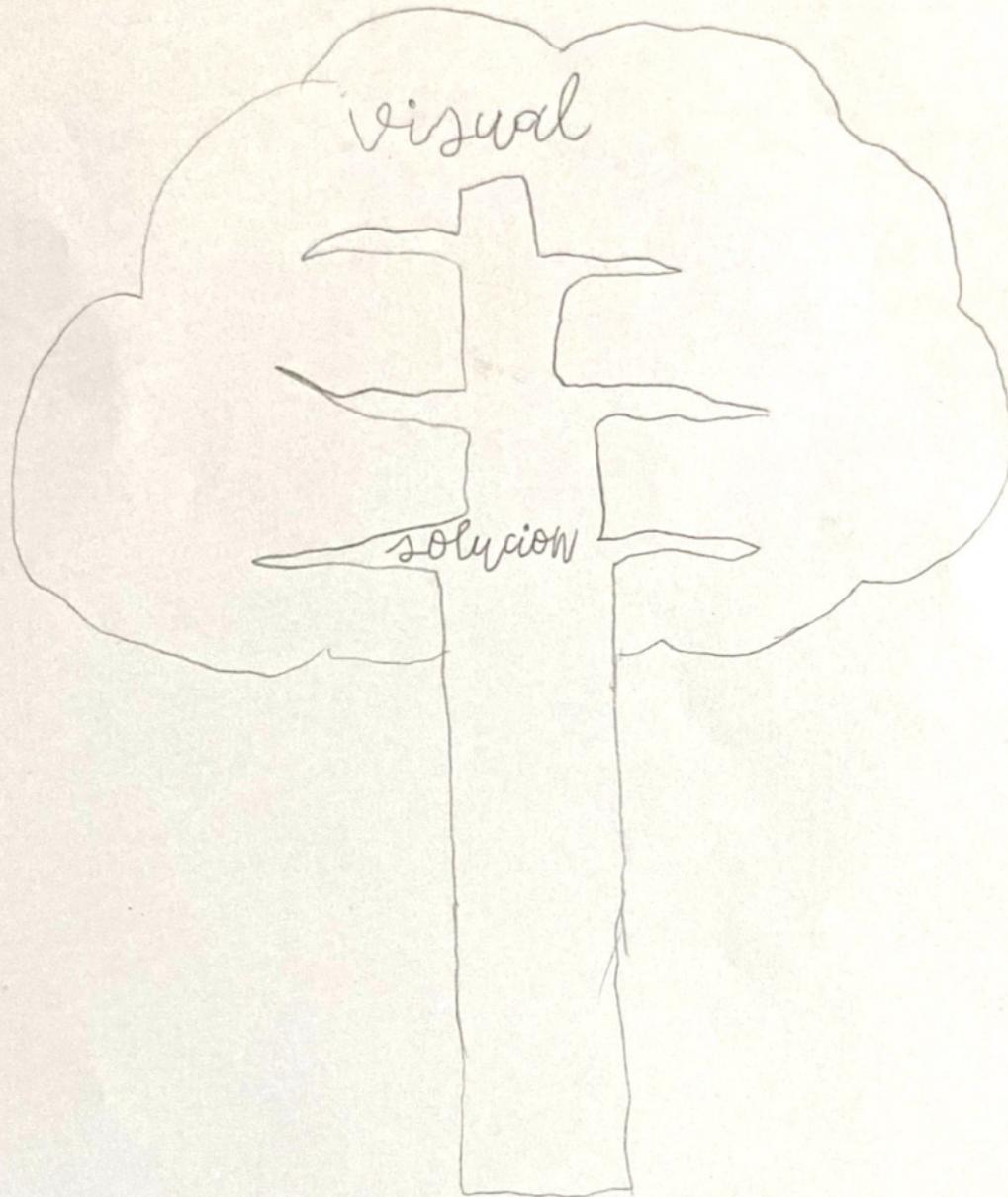


SOLUCIÓN INTELIGENTE

SOLUCIÓN INTELIGENTE

DISEÑAR ES  
PENSAR CON LA  
VISTA

Pensamiento



Inteigente

PENSAMIENTO VISUAL



GENTE SOLUCIÓN INTELIGENTE

SOLUCIÓN INTELIGENTE

**D**ISEÑAR ES  
PENSAR CON LA

VISTA

# Pensamiento

visual visual  
al visual visual vis  
ual visual visual visu  
sual visual visual visu  
sual visual visual visu  
ual visual visual visu  
olución S  
olución S

# Inteligente

