

PROCESO DE DISEÑO CARTEL TIPOGRÁFICO



NOMBRE DEL ALUMNO: VALERIA IVONNE LOPEZ SUAREZ.

DOCENTE: MARIA EUGENIA PEDRUEZA CANO.

LICENCIATURA: DISEÑO GRAFICO.

MATERIA: TIPOGRAFÍA.

FECHA DE ENTREGA: 05 JULIO 2025.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Creación de un cartel con el uso de tipografías, usando como frase principal “diseñar es pensar con la vista”. Utilizando los recursos visuales aprendidos en la unidad.

INVESTIGACIÓN DE CARTEL TIPOGRAFÍCO.

¿Qué caracteriza este enfoque?

- Minimalismo: Menos es más. Se eliminan los elementos decorativos y se centra toda la atención en la palabra.
- Confianza en la marca: Al usar solo texto, la marca muestra seguridad en su mensaje.
- Claridad visual: El contenido se vuelve fácil de leer y recordar.
- Fuerza conceptual: El peso del diseño recae en la elección de la tipografía, el espaciado, el color y la jerarquía visual.
- Estética editorial: Muchos de estos diseños parecen sacados de revistas de moda o libros de diseño.

Elementos clave a analizar

Tipografía Elige estilos con carácter propio: serif (elegante), sans serif (moderna), monoespaciada (tecnológica), script (coquette, aunque menos común en este estilo).

Jerarquía visual Qué texto destaca primero: nombre, descripción, eslogan, etc. Se logra con peso, tamaño, color o posición.

Espaciado y márgenes Dan orden y aire al diseño. El “whitespace” es vital.

Color Generalmente neutros (blanco, negro, beige) o muy bien contrastados (negro sobre rosa pastel, blanco sobre rojo).

Composición Centrado, alineado a la izquierda/derecha, uso de grillas, columnas.

Textura o relieve En algunos casos se usa embossing (relieve) o stamping (foil metálico) para realzar la tipografía.

Ejemplos reales de empaques que usan solo tipografía

1. Aesop (skincare)

- Tipografía: Sans serif limpia, alto interlineado, estilo farmacéutico.
- Color: Negro sobre beige o frascos oscuros.
- Resultado: Transmite lujo discreto y confianza científica.



2. Glossier

- Tipografía: Bold sans serif (tipo Helvetica), espaciado amplio.
- Color: Rosa pastel con texto negro o blanco.
- Resultado: Estética joven, minimalista y viral.



4. Brandless (EE.UU.)

- Tipografía: Sans serif all caps.
- Color: Blanco sobre fondo sólido (azul, rojo, amarillo).
- Resultado: Empaque totalmente genérico con intención. Refleja honestidad y transparencia.



5. No Name (Canadá)

- Tipografía: Sans serif negrita tipo “Arial Black”.
- Color: Amarillo chillón con texto negro.
- Resultado: Ironicamente antimarcas. Atrae por su rareza y honestidad.



8. Muji (Japón)

- Tipografía: Japonesa y romana sans serif.

- Color: Negro sobre beige kraft.
- Resultado: Ultra funcional y honesto. Diseño que no compite por atención, sino que ofrece calma.



Los empaques tipográficos:

- Son sofisticados y atemporales.
- Requieren una selección tipográfica precisa.
- Pueden comunicar lujo, minimalismo, rebeldía o transparencia dependiendo de la tipografía, color y composición.
- Son ideales si tu marca quiere destacar sin depender de lo visual decorativo, sino por su mensaje y estilo editorial.

BOCETAJE

