



DISEÑAR CON LETRAS: cómo elegir tipografías para proyectos de diseño

Victor Montalbán

Contenido

1. *¿Qué es diseño?*

2. *¿Qué es tipografía?*

Historia de la tipografía. La función de la tipografía. La morfología de la letra
La "voz" de las letras. Anatomía de la letra. Tipos de tipos

3. *Legibilidad y lecturabilidad*

Ajustes tipográficos

4. *Párrafo e interlínea*

Ajustes de párrafo. Legibilidad de párrafo

5. *Ortotipografía*

6. *Escoger tipografías*

Canon Vignelli. Método directo. Método abstracto

7. *Diferenciar tipografías*

8. *Comunicar con tipografía*

9. *Comprar y diseñar tipografías*

Metodología

1. *Investigación y documentación*

- Lectura y puesta en común del briefing o pliego de condiciones, y prospección de la competencia.
- Análisis histórico.

2. *Análisis*

- Extracción de palabras-concepto del briefing y de la información obtenida en el proceso de investigación.
- Listar las palabras-concepto ordenándolas por grupos afines.
- Analizar y cribar resultados, y extraer de las palabras-concepto ideas asociadas a las mismas.
- Buscar asociaciones que remitan a soluciones visuales, teniendo en cuenta "el punto de mira" desde el cual expresarse.

3. *Ejecución*

- Una vez claros los conceptos a comunicar, comienza la ejecución gráfica.
- Durante dicho proceso debe contrastarse todo lo que se decida con el listado de palabras-concepto, para asegurar así que las decisiones sean adecuadas y coherentes con la comunicación.
- Una vez planteada la forma gráfica, volver a contrastar con el listado para ajustar los detalles al contenido.

4. *Análisis final*

- Redactar una descripción del concepto principal que se ha escogido y el significado de todos los elementos que componen el diseño. Si algo no puede razonarse, se cambiará hasta que coincida con un motivo o argumento.

5. *Presentación*

- Presentar el proyecto de forma organizada y entendible, justificando todas las herramientas y recursos de comunicación presentes en el diseño.
- Responder de forma coherente y educada a las inquietudes del cliente.

Objetivos:

1. *Expresivos*

- Estimular la capacidad expresiva y creativa del alumno a través de la autocrítica y la reflexión, profundizando con elementos constructivos y expresivos del lenguaje tipográfico.
- Resolver problemas, con autonomía individual y colectiva, con independencia y confianza a la hora de tomar decisiones.



CENTRO
SUPERIOR
DE DISEÑO

info@hacercreativo.com | www.hacercreativo.com
Avenida de Ranillas 5D, 50018, Zaragoza | 976 400 325

2. Cognitivos

- Asentar conocimientos y términos del argot de diseño, y los recursos más habituales y los medios para llevarlos a cabo con éxito.
- Crear conciencia de la necesidad de partir de una buena racionalización para finalizar un proyecto de diseño con éxito.
- Generar estrategias de comunicación en torno a la elección de conceptos que ayuden a justificar y defender el trabajo del alumno.

3. Técnicos

- Comprender la importancia del diseño en todo el espectro de una marca comercial
- Desarrollar un perfil crítico a la hora de analizar una marca, desde su nombre, a los intangibles que quiere comunicar, o a su target objetivo
- Identificar, catalogar y definir tipos de letra.
- Asentar procedimientos y técnicas para encontrar los recursos de diseño acordes a un proyecto
- Conocer los formatos de tipografía más comunes del mercado y sus prestaciones.