

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 pliegode 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.

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.