

tf g

memoria

bellas artes

2022-2023



MENCIÓN: Artes Visuales y Diseño

TÍTULO: *Tipografía en el diseño de logotipos: un aspecto comunicativo y visual a través del ejemplo del logotipo para el estudio de fotografía 'White and Chocolate'.*

ESTUDIANTE: Nefedova, Anastasiya

DIRECTOR/A: Mengual Pérez, Imma



PALABRAS CLAVE: Identidad corporativa, logotipo, tipografía, diseño gráfico

RESUMEN: El objetivo de este proyecto final es analizar la importancia de la tipografía en el diseño gráfico contemporáneo como un aspecto comunicativo y visual, además de investigar su correcta aplicación en la creación de logotipos y la identidad corporativa de una empresa (marca, negocio). El proyecto se basa en un logotipo desarrollado para un nuevo estudio de fotografía ubicado en el centro de la ciudad de Benidorm. A lo largo del trabajo, se examinará cómo la tipografía puede influir de manera efectiva en la percepción visual y la comunicación, especialmente en el contexto empresarial.

Índice

pág/s.



1. Propuesta y Objetivos

5 - 5

2. Referentes

6 - 7

3. Justificación de la propuesta

8 - 8

4. Proceso de Producción

9 - 11

5. Resultados

11 - 12

6. Bibliografía

13 - 13

1. Propuesta y objetivos

En el mundo moderno, construido sobre la competencia y la excesiva abundancia de publicidad de productos similares, se vuelve cada vez más difícil captar la atención y la confianza de los consumidores. Ya que surgen muchas novedades, y a su vez, a los empresarios les resulta cada vez más difícil diferenciar su empresa. Todo esto se debe a la necesidad de prestar una gran atención al aspecto visual y comunicativo del producto.

El primer punto de atención al ver un producto suele ser el logotipo, el distintivo de la empresa. Los científicos han establecido que el cerebro humano procesa imágenes visuales mejor que texto o números. El logotipo no solo atrae y mantiene la atención, sino que también juega un papel crucial en la vida comercial de la empresa.

El logotipo, como eje del estilo corporativo, recuerda al consumidor que el producto es lo que necesita. Un diseño de marca bien elaborado mejora la eficacia publicitaria, realza la imagen de la empresa y afecta su percepción en el mercado. Al desarrollar el diseño de una marca, muchas empresas optan por signos verbales. Usar el nombre de la empresa o la marca en el logotipo puede ser más complicado que usar un símbolo. La elección de una fuente adecuada es fundamental para el éxito. En el logotipo, la simplicidad de percepción, la legibilidad y la versatilidad son esenciales.

Basándonos en la información proporcionada, nuestra propuesta para el proyecto final consiste en llevar a cabo un análisis sobre la importancia de la tipografía y sus características en la aplicación contemporánea del diseño gráfico como una herramienta visual y comunicativa en la promoción y el marketing empresarial. Además, se explorará el proceso de creación de un logotipo para un estudio fotográfico familiar que se abrirá en el centro de la ciudad de Benidorm bajo el nombre "White and Chocolate". Este análisis no solo brindará una comprensión más profunda de la relevancia de la tipografía en el diseño actual, sino que también permitirá aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos al crear un logotipo que refleje la identidad única de la empresa y contribuya a su éxito en el mercado.

1.1 Objetivos

1. Analizar la importancia de la tipografía en el diseño contemporáneo y su función como herramienta visual y comunicativa en el ámbito de la promoción y el marketing empresarial.
2. Identificar las características clave de la tipografía que influyen en la percepción de las marcas y en la efectividad de la comunicación visual.
3. Realizar el proceso de diseño y creación de un logotipo para un estudio fotográfico familiar llamado "White and Chocolate", que se ubicará en el centro de la ciudad de Benidorm.
4. Evaluar cómo el uso adecuado de la tipografía en el diseño del logotipo puede reflejar la identidad única de la empresa y contribuir a su éxito en un mercado competitivo.
5. Demostrar la aplicabilidad práctica de los conceptos y conocimientos adquiridos al diseñar un logotipo para "White and Chocolate", asegurándonos de que este refleje la esencia de la empresa y atraiga a su público objetivo.

2. Referentes

Para el desarrollo de este proyecto final, han sido seleccionadas dos libros que se dedican a un análisis exhaustivo y amplio de las tipografías:

"The Elements of Typographic Style" de Robert Bringhurst, publicado en 2016, y

"The Complete Manual of Typography: A Guide to Setting Perfect Type" de James Felici, publicado en 2012.

Además, como fuentes de referencia se eligieron dos revistas en línea, que abarcan no solo aspectos de las tipografías, sino que también proporcionan información valiosa y diversa para diseñadores. Estos recursos exploran no solo la variedad de tipografías, sino también su historia, proceso de desarrollo y noticias relevantes del mundo del diseño. Estas revistas son una fuente de conocimiento invaluable:

- Type Journal (<https://typejournal.ru/>)
- Type Today (<https://type.today/en/journal>)

Estas plataformas son una fuente inigualable de conocimiento para diseñadores, ya que proporcionan información completa sobre las tipografías, incluyendo su evolución, historia y eventos actuales en el mundo del diseño.

En resumen, la elección de los libros y revistas en línea mencionados enriqueció el aspecto investigativo del proyecto y proporcionó un amplio espectro de información para comprender en profundidad el arte de las tipografías y el diseño.



Fig 1: Bringhurst, R. (2014). *Los Elementos del Estilo Tipográfico*. México Fondo cultura económica.



Fig 2: Felici, D. (2003). *Tipografía: Fuente, Composición, Diseño*. Peachpit Press



Fig 3 : Type Journal. (URL: <https://typejournal.ru/>) Consultado el 30.07.2023.

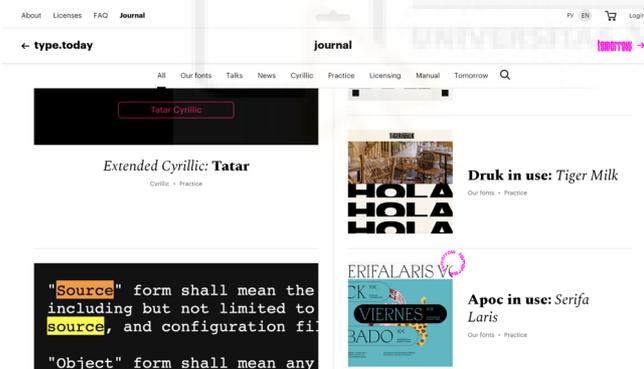


Fig 4 : Type Today. (URL: <https://type.today/en/journal>) Consultado el 30.07.2023

3. Justificación de la propuesta

En el mundo contemporáneo, el texto sigue siendo uno de los medios más populares para transmitir información. Innumerables anuncios, letreros y señales están diseñados utilizando la presentación gráfica del texto impreso.

"La tipografía es la base del diseño gráfico, donde constantemente se producen cambios en el sistema de regularidades objetivas, formas de percepción, pensamiento y estética." - Lesnyak, V.I. (2011). *Diseño Gráfico*. Moscú. Upiter-Impex

El diseño gráfico es una forma creativa de actividad que se enfoca en crear, seleccionar y combinar signos en un sistema armonioso para transmitir un mensaje específico a una audiencia objetivo. La utilización de la tipografía en el diseño gráfico añade dinamismo, carácter y la capacidad de presentar ideas. La tipografía es la base del diseño gráfico, donde constantemente se producen cambios en el sistema de regularidades objetivas, formas de percepción, pensamiento y estética. La tipografía en el diseño es un lenguaje expresado gráficamente.

Hoy en día, es bastante común encontrar logotipos donde la imagen visual se crea sin el uso de ilustraciones ni objetos gráficos, sino solo mediante el uso de tipografía. Por lo tanto, la tipografía es una parte integral del diseño del logotipo.

"El diseño gráfico es, ante todo, una forma especial de pensamiento estético y creativo. Y la tipografía, a su vez, solo ayuda a crear imágenes llamativas y atractivas en el diseño. La tarea de los diseñadores gráficos modernos es combinar hábilmente la tipografía con diversas imágenes y soluciones de color, creando así una obra maestra única que pueda atraer la atención general y permanecer en la memoria durante mucho tiempo." - Lesnyak, V.I. (2011). *Diseño Gráfico*. Moscú. Upiter-Impex

La finalidad de llevar a cabo este análisis, complementado por la implementación práctica, reside en la obtención de un conocimiento profundo en el proceso de creación de logotipos y en el desarrollo de una identidad de marca sólida. A través del estudio de la tipografía y su aplicación en el diseño del logotipo para el estudio de fotografía "White and Chocolate", se busca explorar cómo los elementos visuales y comunicativos se entrelazan para transmitir los valores y la esencia de una marca de manera efectiva.

Además, se pretende adquirir habilidades prácticas en la selección de tipografía adecuada, el diseño visualmente atractivo y el uso estratégico de los elementos tipográficos para construir una identidad de marca coherente y memorable. Este enfoque integral tiene como objetivo brindar las herramientas necesarias para crear logotipos impactantes y desarrollar estrategias de identidad de marca exitosas en un entorno competitivo y visualmente cargado. La elección de la tipografía en el diseño de logotipos es un aspecto crítico que influye directamente en la comunicación visual y la identidad de una marca.

En este contexto, el logotipo para el estudio de fotografía "White and Chocolate" se convierte en un ejemplo ilustrativo de cómo la tipografía puede transmitir valores, emociones y diferenciación. Al justificar la selección tipográfica, es esencial considerar cómo cada aspecto visual de las letras - desde la forma de las letras individuales hasta el espacio entre ellas - contribuye a la imagen general que la marca quiere proyectar. Para un estudio de fotografía que busca transmitir emociones y capturar momentos, la tipografía puede ser la voz silenciosa que habla al subconsciente del espectador.

4. Proceso de producción

Fase 1: El primer paso comenzó con la recepción de un encargo real para desarrollar la identidad corporativa de "White and Chocolate", un estudio fotográfico que abriría sus puertas en septiembre en el corazón de la ciudad de Benidorm. Al aceptar el encargo y realizar el briefing, simultáneamente empezamos a concebir la idea para nuestro proyecto final. Esta idea no se limitaba a simplemente cumplir con el pedido y entregar el resultado final al cliente y como el proyecto final de grado. Más bien, representaba una oportunidad para explorar a fondo la importancia de la tipografía en el diseño y demostrar cómo las herramientas de trabajo con fuentes pueden adaptar cualquier nombre a diversas actividades.

Fase 2: Continuamos con una detallada discusión sobre la idea del estudio fotográfico y tuvimos el placer de conocer a la fundadora. Trabajando con referencias, comenzamos a visualizar cómo debería verse la identidad corporativa según su visión.

Fase 3: Nos sumergimos en una investigación para elaborar un análisis sobre la relevancia de la tipografía en el diseño. Consultamos fuentes en línea y literatura especializada para compilar un texto detallado.

Fase 4: Comenzamos la creación del logotipo y la identidad corporativa del estudio "White and Chocolate" utilizando Adobe Illustrator. Esta fase práctica fue la más extensa por varias razones. En primer lugar, debido a que se trataba de un proyecto real, debimos esperar el feedback de la cliente. En segundo lugar, en medio del proyecto, se introdujeron cambios significativos en el diseño.

Inicialmente, partimos de la idea de crear un logotipo para "BABY PHOTO STUDIO" y, basándonos en las referencias proporcionadas por la cliente, elegimos "Clicker Script" como la tipografía principal para el logotipo. "Clicker Script" es una tipografía moderna y refinada con elementos curvos que imitan la escritura a mano. Presenta una escritura a mano cuidadosa con giros, que podrían considerarse como una especie de serifas, y aunque es delgada, se mantiene legible. Esta tipografía se inspira en fuentes vintage y se describe como elegante, pero con un toque de juego. Esta combinación de cualidades le otorga una singular y animada personalidad. Agrega un toque de refinamiento mientras conserva una atmósfera lúdica y dinámica. La tipografía se asocia con una atmósfera "despreocupada", lo que sugiere un estado de ánimo alegre y ligero. Esto la hace adecuada para diseños que buscan transmitir un sentimiento de alegría, positividad o ligereza, que era el enfoque deseado para el logotipo: transmitir delicadeza, infantilidad, pero también precisión y elegancia.

Sin embargo, durante las conversaciones con la cliente, llegamos a la conclusión de que "Clicker Script", a pesar de su encanto infantil y ligereza, no cumplía completamente con sus expectativas. Incluso a pesar de que encajaba perfectamente con las referencias que proporcionó, daba la sensación de limitar la imagen de la empresa de fotografía a la categoría infantil, como si solo trabajara con niños.

Tras un análisis conjunto, decidimos cambiar de estrategia y optar por una tipografía más minimalista y versátil, que no destacara excesivamente elementos infantiles, pero que fuera adecuada para diferentes tipos de sesiones de fotografía y colaboraciones con marcas de ropa. Así que elegimos una tipografía diferente, más recta, de palo seco y minimalista, para la creación del logotipo.

La tipografía principal para el logotipo pasó a ser "Buda Font". Esta tipografía se caracteriza por tener serifas (Serif Style) un diseño delgado y elegante. Las serifas son pequeños elementos decorativos en los extremos de las letras que le dan un aspecto refinado y delicado. "Buda Font" se inspira en Budapest, una ciudad que se describe como hermoso pero frágil. Esta inspiración influyó en el diseño de la tipografía, creando una combinación única de elementos diversos que se armonizan entre sí. El diseño de palo seco de la tipografía transmite una sensación de refinamiento y minimalismo. Todas las letras en esta tipografía mantienen espaciados y rellenos adecuados, lo que mejora su legibilidad y atractivo visual. Esta tipografía se combina fácilmente con otros elementos del logotipo y es versátil en una variedad de contextos de diseño.

Además, sobre el logotipo principal, agregamos una tipografía secundaria para escribir la descripción corporativa

"FAMILY PHOTO STUDIO". Para este propósito, seleccionamos la tipografía "Raleway", que es una tipografía sans-serif, es decir, carece de serifas decorativas en los extremos de las letras. Esto la convierte en una tipografía moderna y limpia que se utiliza con frecuencia en diseños modernos y minimalistas. "Raleway" ofrece una buena legibilidad tanto en tamaños grandes como pequeños, lo que la hace adecuada para bloques de texto en sitios web y materiales impresos.

Nos aseguramos de incorporar todas las preferencias de la cliente y realizamos los ajustes personales necesarios que finalmente llevaron a un resultado óptimo.

Fase 5: Llevamos a cabo la culminación de todo el proyecto en un documento unificado: el manual. Este compendio abarcó tanto el análisis textual acerca de la trascendencia de la tipografía como un elemento comunicativo y visual, como un informe detallado y un análisis exhaustivo de la génesis del logotipo para el estudio fotográfico. Dicho logotipo fue el eje principal en torno al cual se desentrañaron los matices durante el proceso de análisis y aprendizaje. Posteriormente, diseñamos la estructura y maquetación definitiva del manual mediante la utilización de Adobe InDesign.

En resumen, este proceso abarcó desde la recepción del encargo hasta la concepción de la idea, exploración de la importancia tipográfica, diseño de la identidad corporativa y creación del manual final. Cada fase contribuyó al logro exitoso del proyecto "White and Chocolate".



White&Chocolate White&Chocolate

Fig 5 : Ejemplos de tipografías "Clicker Script" y "Buda Light"



Fig 6 : Proceso de creación de logotipo

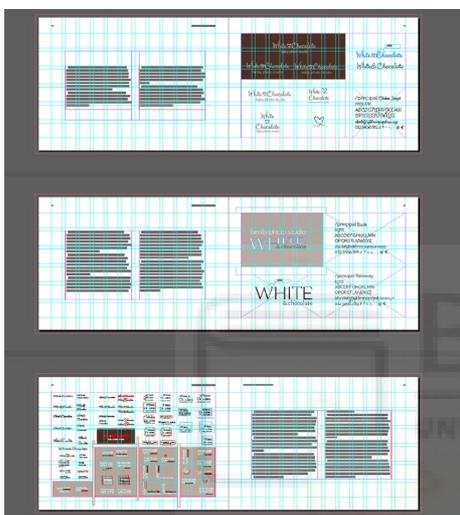


Fig 7 : Proceso de maquetación del manual

5. Resultados

El resultado final de este proyecto es un manual completo. [Este manual](#) incluye un análisis textual sobre la importancia de la tipografía en el diseño moderno de logotipos, en el contexto de los aspectos comunicativos y visuales. Además, contiene un ejemplo visual detalladamente elaborado: el logotipo para el estudio fotográfico "White and Chocolate". La creación de este logotipo se basó por completo en los conocimientos adquiridos durante el análisis realizado.

Este manual representa un recurso valioso para comprender y aplicar la teoría de la tipografía en el diseño de logotipos, resaltando su relevancia en el contexto de la comunicación visual. El ejemplo visual elaborado, el logotipo "White and Chocolate", no solo sirve como una muestra ilustrativa, sino también como una aplicación práctica de los conocimientos adquiridos. Esto demuestra cómo un análisis meticuloso puede influir en el resultado final del diseño, logrando un impacto más profundo y una conexión con el público.

"La tipografía y la composición tipográfica no solo son un arte, sino también una ciencia. En este campo existen sus propias leyes, la mayoría de las cuales suelen ser pasadas por alto. También hay herramientas tipográficas especiales, muchas de las cuales no se utilizan. Sin embargo, la tipografía es importante no solo para la composición precisa de libros, revistas y catálogos, sino también para la creación de numerosos sistemas y objetos: señales, identidades visuales, identificaciones (creación de estilos corporativos), anuncios publicitarios, carteles, empaques, televisión, cine, y mucho más. El

conocimiento y comprensión de los fundamentos de la tipografía permiten convertir el texto en una composición." - Anastassiya Nefedova (2023) *Manual: Tipografía en el diseño de logotipos: un aspecto comunicativo y visual a través del ejemplo del logotipo para el estudio de fotografía 'White and Chocolate'*. Universidad Miguel Hernandez

elance Manual : <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1QtS81CggzNCQOgrPYrWkojvKP0p9QkF>



Fig 8 : Manual: Tipografía en el diseño de logotipos: un aspecto comunicativo y visual a través del ejemplo del logotipo para el estudio de fotografía 'White and Chocolate'.

6. Bibliografía

Fuentes literarias:

- Bringhurst, R. (2014). *Los Elementos del Estilo Tipográfico*. México Fondo cultura económica.
- Lesnyak, V.I. (2011). *Diseño Gráfico*. Moscú. Upiter-Impex (solo disponible en ruso)
- Müller-Brockmann. J.(1982) *Sistemas de Retículas: un Manual para Diseñadores Gráficos*. Gustavo Gili.
- Tufte, E. (2001). *Diseño Gráfico: Identidad Corporativa*. GRAPHICS PRESS (solo disponible en ingles)
- Felici, D. (2003). *Tipografía: Fuente, Composición, Diseño*. Peachpit Press
- Zapf, H. (1987). *La Filosofía del Diseño de Hermann Zapf* .Chicago. Society of Typographic Arts (solo disponible en ingles)
- Tschichold, J. (2003). *Nueva Tipografía: Guía para el Diseñador Moderno*. CAMPGRAFIC
- Anastassiya Nefedova (2023) *Manual: Tipografía en el diseño de logotipos: un aspecto comunicativo y visual a través del ejemplo del logotipo para el estudio de fotografía 'White and Chocolate'*. Altea. Universidad Miguel Hernández

Fuentes online:

- Type Journal. (URL: <https://typejournal.ru/>) Consultado el 30.07.2023.
- Type Today. (URL: <https://type.today/en/journal>) Consultado el 30.07.2023

