

**COMPOSICIÓN GRÁFICA AVANZADA .  
DISEÑA UN PRODUCTO EDITORIAL  
PAC 3**

**Fundamentos del diseño gráfico, aula 1  
Grado en Diseño y Creaciones Digitales 2017-18/2  
María Tinoco Suárez**

# JUSTIFICACIÓN DEL DISEÑO

El diseño realizado trata de transmitir una imagen joven y fresca, acorde al tipo de público y empresa, dándole la mayor presencia a los vinos que se quieren presentar, a través de un diseño limpio, ya que hay mucha información que transmitir en una paginación limitada. Para ello se ha usado el blanco de fondo y una composición sencilla. En la presentación de la bodega se ha jugado con la tipografía, en ubicaciones menos convencionales, para intentar proyectar una imagen más actual, teniendo en cuenta el tipo de público.

EL COLOR se ha limitado a los del imagotipo, que representan los tipos de uva y vino y que han servido para diferenciar y presentar las distintas clasificaciones de los vinos, sin sobrecargar la composición.

## BODEGAS AMPURIA



### Colección 2018.

Presentamos la nueva colección de vinos de Bodegas Ampuria para este 2018. Vinos personales y con carácter, reflejo de la tierra en la que han nacido y de nuestra denominación de origen de Terraquà.

Entendemos el vino como una obra de arte uniendo a un largo linaje y tradición vinícola una filosofía joven, moderna y actual. Bodegas Ampuria es una empresa joven con vocación internacional, puesto que nuestros vinos se disfrutan en más de 15 países.

Somos un equipo joven, cualificado y con gran experiencia que incorpora técnicos-comerciales, enólogos, asesores internacionales y un equipo de marketing con el objetivo de elaborar día a día los mejores vinos de la zona de Terraquà.

Nuestros vinos de elaboración propia han conseguido un merecido prestigio y numerosos premios nacionales e internacionales.



**CRUZ**



**COR**



**ESSENCIA**



**CAPVESPRE**



**ALBA**

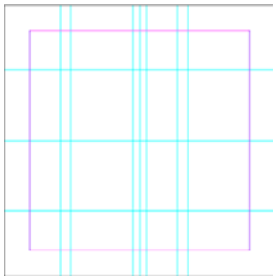


**BRNO**

# BREVE ANÁLISIS RETÍCULA

La estructura de la maquetación está basada en una reticulación con una estructura formal, ya que las líneas estructurales se repiten de forma idéntica, compuesta por 8 columnas y 3 filas.

Se trata de una composición que divide el pliego en cuatro partes iguales, y se crea con las columnas una composición que se repite a mitad de pliego, para poder ubicar texto e imágenes de forma idéntica en las páginas donde así lo requiere el diseño, el resto de páginas de diseño más simple se adapta también a la retícula.



# CONTRASTE COMPOSITIVO

Según los contrastes compositivos de Donis Dondis, el diseño está basado en:

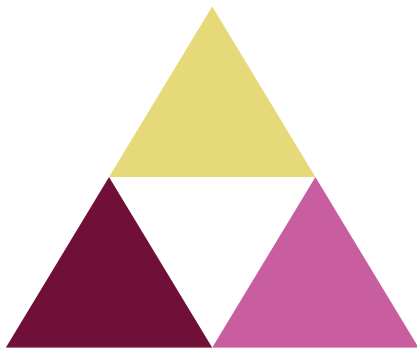
**Equilibrio:** Se ha trabajado para buscar una composición equilibrada, buscando el equilibrio en los pesos visuales

**Simplicidad:** Se ha tratado de no sobrecargar la composición con muchos elementos, ya que la publicación tiene mucha información, evitando así la saturación.

**Acento:** En las páginas donde se presentan los vinos, se ha colocado un elemento a modo de acento, para llamar la atención del espectador y ayudar visualmente a la estructura del folleto.

# PALETA CROMÁTICA Y CONTRASTE DE COLOR

La **paleta cromática** está basada en los colores del imagotipo, que son los colores de tres tipos de uva, que se corresponde con la clasificación de los tipos de vino: tinto, rosado y blanco. El uso de estos tres colores cumplen una doble función, ayudan a reforzar la idea de marca, y a comprender visualmente la estructura del folleto, usándose un elemento del imagotipo y parte destacada de la tipografía para presentar cada uno de los vinos, con uno de los tres colores.



## ELEMENTO DEL IMAGOTIPO



## TIPOGRAFÍA

### Contraste de color

En la clasificación de los colores usados encontramos un color primario, el amarillo, un secundario, el rojo y un terciario, el violeta rojizo.

El contraste que existe entre ellos es cálido-frío, entre el rojo y amarillo con el violeta rojizo.

# MUESTRA TIPOGRÁFICA

## MYRIAD PRO

Redonda\_ *Cursiva*\_ **Negrita**\_ *Negrita*  
*cursiva*

Es una tipografía Sans Serif, de palo seco, formas abiertas, letra redonda, curva suave, muy fácil de leer y muy usada en diseño. La he usado para todos los textos.

**IDENTIFICACIÓN VOX**\_ Humanística

**DISEÑADOR**\_ La versión *Myriad Pro* es una versión Open Type de la original *Myriad* diseñada por Robert Slimbach y Carol Townbly la actualización es de Christopher Slye y Fred Brady.

**PANGRAMA**\_

José compró una vieja zampoña en Perú. Excusándose, Sofía tiró su whisky al desagüe de la banqueta.

**Propiedad de Adobe Type.**

## OSWAL

Redonda\_ **Negrita**

Es una tipografía Sans Serif, de palo seco, forma alargada y caja alta. Pienso que tiene carácter y la he usado en enunciados y títulos. No tiene cursiva.

**IDENTIFICACIÓN VOX**\_ Lineal grotesca

**DISEÑADOR**\_ Vernon Adams

**PANGRAMA**\_

José compró una vieja zampoña en Perú. Excusándose, Sofía tiró su whisky al desagüe de la banqueta.

**DESCARGA**\_ <https://fonts.google.com/specimen/Oswald?selection.family=Oswald>

**LICENCIA**\_ Dominio público GPL, OFL.

## BIBLIOGRAFÍA

### Tipografía

[https:// fonts.google.com/specimen/Oswald?selection.family=Oswald](https://fonts.google.com/specimen/Oswald?selection.family=Oswald)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Myriad\\_\(tipograf%C3%ADa\)w](https://es.wikipedia.org/wiki/Myriad_(tipograf%C3%ADa)w)