

PROYECTO PRODUCCIÓN GRÁFICA

EXCEPTION_

Alonso Vera.

Mayo 2026.

SOBRE LO APRENDIDO

EX
CEPTION

Unidad 1.

Composición

En esta unidad aprendí los principios fundamentales de la composición visual, entendiendo cómo organizar los elementos dentro de un espacio para guiar la mirada y comunicar con claridad. Trabajé con conceptos como jerarquía, equilibrio, ritmo y uso del espacio en blanco. Lo apliqué directamente en la construcción del logotipo de EXCEPTION_, donde la decisión de partir el nombre en dos líneas (EX / CEPTION_) no fue solo estética sino compositiva: genera tensión visual, dinamismo y un punto de lectura propio que refuerza la identidad de la marca.

Tipografía

Aprendí a identificar familias tipográficas, sus características y cómo influyen en la percepción de una marca. Entendí la diferencia entre tipografías con y sin serif, el peso visual de cada fuente y cómo el espaciado entre letras afecta la legibilidad y el estilo. Apliqué esto eligiendo Teko Bold como tipografía principal de EXCEPTION_, ya que su carácter condensado, alto y directo representa bien la estética que quiero proyectar. Como complemento elegí Archivo, más neutral y legible, para equilibrar la información secundaria sin restarle protagonismo a la principal. Durante el proceso probé distintas combinaciones y me di cuenta de que no todas las tipografías funcionan juntas: la clave está en que se complementen sin competir.

Unidad 2.

Color

En esta unidad estudié la teoría del color, los modos de color (RGB y CMYK), la psicología detrás de cada tono y cómo los colores construyen identidad de marca. Aprendí a diferenciar cuándo usar cada modo según el soporte, digital o impreso. Para EXCEPTION_ elegí una paleta de tres colores principales: rojo (#ED1C24), negro y blanco. El rojo transmite energía, impacto y presencia, coherente con una marca que busca destacar. El negro aporta contundencia y seriedad, mientras que el blanco genera el espacio necesario para que los demás elementos respiren. También incorporé un dorado como color de acento en piezas específicas como el afiche, aportando un detalle que conecta con la estética de los art toys de colección.

Unidad 3.

Impresión

Sistemas de impresión

Aprendí sobre los distintos sistemas de impresión existentes, como offset, serigrafía y digital, entendiendo las diferencias técnicas entre cada uno y en qué contextos conviene usar cada sistema. También comprendí la importancia de preparar correctamente los archivos antes de imprimir, considerando resolución, modo de color y márgenes de seguridad.

Soportes de impresión

Conocí los distintos tipos de papel y materiales sobre los que se puede imprimir, desde papeles couché y bond hasta materiales especiales. Para EXCEPTION_ esto es relevante porque el packaging, las tarjetas de presentación y los futuros productos físicos requieren decisiones conscientes sobre el soporte, ya que el material forma parte de la experiencia de marca.

Unidad 4.

Imagen

Mapa de bits

Aprendí la diferencia entre imágenes rasterizadas y vectoriales, entendiendo conceptos como resolución, píxeles y cómo afecta la calidad al escalar una imagen. Esto fue clave para el manejo de las fotografías del afiche, donde la imagen del art toy debía tener suficiente resolución para imprimirse sin perder calidad.

Imagen vectorial

Trabajé con gráficos vectoriales, que permiten escalar sin pérdida de calidad. El logotipo de EXCEPTION_ fue construido en formato vectorial, lo que garantiza su correcta reproducción en cualquier tamaño, desde un pin pequeño hasta un cartel de gran formato.

Imagen gráfica diagramada

En esta unidad profundizamos en diseño editorial, layout y diagramación usando Adobe InDesign. Aprendí a organizar texto e imagen dentro de una retícula, a establecer jerarquías visuales claras y a construir documentos con coherencia visual de página en página. Todo esto lo aplico directamente en la construcción de este manual de normas gráficas.

Unidad 5.

Proyecto — Manual de normas gráficas

El proyecto final consistió en desarrollar el manual de normas gráficas de EXCEPTION_, integrando todo lo aprendido durante el año. Este proceso me permitió consolidar la identidad visual de la marca, documentar las decisiones de diseño tomadas a lo largo del proceso y generar un documento que funciona como guía para el uso correcto de todos los elementos visuales. Construir el manual me hizo entender que una marca no es solo un logo, sino un sistema visual completo donde cada elemento tiene un propósito y una norma de uso.

EX CEPTION

Manual de marca

EXCEPTION_

INTRODUCCIÓN

EX
CEPTION

Este manual reúne las directrices y normas fundamentales para la correcta aplicación de la marca EXCEPTION_ en todas sus posibles expresiones, ya sean físicas, impresas o digitales. Ha sido diseñado como herramienta esencial para quienes sean responsables de interpretar, comunicar y aplicar la marca en sus distintos ámbitos y medios de difusión. El objetivo principal de este manual es estandarizar la imagen de la marca, asegurando su correcta reproducibilidad, coherencia y versatilidad en cada interacción.

EXCEPTION_ es una marca de diseño experimental enfocada en la creación de art toys, objetos coleccionables y piezas visuales que combinan lo digital y lo físico. Su propósito fundamental es construir una identidad visual fuerte y auténtica, capaz de conectar con una audiencia que valora el arte, la cultura urbana y lo que está fuera de lo común. Nos diferenciamos a través de un proceso creativo visible, experimental y honesto, donde cada pieza representa algo más que un objeto: representa una forma de ver el mundo. La personalidad que proyectamos es directa, original, urbana y auténtica.

Misión_

Crear una marca que combine arte, diseño y objetos físicos, generando piezas únicas que representen una identidad visual fuerte y reconocible.

Visión_

Consolidar EXCEPTION_ como una marca referente en el mundo de los art toys y el diseño experimental, reconocida por su estilo único, colaborando con artistas y marcas que compartan su visión creativa.

Valores_

Creatividad — Originalidad — Experimentación — Autenticidad — Constancia

LOGOTIPO

Presentacion del logotipo_

El logotipo de EXCEPTION_ es su principal elemento de identidad visual. Está construido a partir de la tipografía Teko en su variante Bold, una fuente de palo seco condensada y de gran presencia que transmite fuerza, modernidad y carácter urbano. El nombre se presenta en mayúsculas seguido de un guión bajo (_), elemento distintivo que funciona como firma visual de la marca y refuerza su estética experimental y en constante construcción.

El logotipo existe en tres versiones principales: negro sobre fondo blanco, blanco sobre fondo negro, y blanco sobre fondo rojo corporativo. Esta versatilidad permite su correcta aplicación en distintos soportes y contextos sin perder legibilidad ni impacto visual.



ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

2. Estructura y composición_

El logotipo se compone exclusivamente de texto, sin elementos gráficos adicionales integrados. Su composición puede presentarse en una sola línea horizontal (EXCEPTION_) o en formato partido en dos líneas (EX / CEPTION_), donde la ruptura visual entre ambas palabras genera tensión gráfica y dinamismo, reforzando el concepto de quiebre e identidad propia que representa la marca. El guión bajo al final actúa como un elemento de cierre abierto, sugiriendo continuidad y proceso creativo en curso.



VERSIÓN A COLOR_



VERSIÓN ESTÁNDAR_

ÁREA DE PROTECCIÓN

3. Área de protección_

El área de protección es el espacio mínimo que debe respetarse alrededor del logotipo para garantizar su legibilidad y presencia visual. Ningún elemento gráfico, texto, imagen o borde puede invadir esta zona. El área de protección se define tomando como módulo la altura de la letra “E” del logotipo, aplicando ese valor como margen mínimo en los cuatro costados. Esto asegura que el logotipo siempre aparezca con suficiente espacio para respirar y destacar en cualquier soporte.

EX
CEPTION



TAMAÑOS MINIMOS PERMITIDOS

4. Tamaños mínimos permitidos_

Para garantizar la correcta reproducción y legibilidad del logotipo, se establecen los siguientes tamaños mínimos de uso:

Versión horizontal completa (EXCEPTION_): mínimo 120 px en pantalla / 40 mm en impresión.
Versión en dos líneas (EX / CEPTION_): mínimo 80 px en pantalla / 30 mm en impresión.

Por debajo de estos valores la tipografía pierde legibilidad y el logotipo no cumple correctamente su función de identificación de marca. En casos donde el espacio sea muy reducido (favicon, pin, etiqueta pequeña), se recomienda utilizar únicamente las letras “EX” como isotipo simplificado.



EX
CEPTION

POSITIVO Y NEGATIVO

5. Positivo y negativo_

El logotipo cuenta con las siguientes versiones aprobadas de uso:

Negro sobre blanco (positivo): versión principal para uso en fondos claros y documentos formales.

Blanco sobre negro (negativo): para fondos oscuros, packaging y soportes de alto contraste.

Blanco sobre rojo corporativo (#ED1C24): versión de impacto, usada en piezas de comunicación visual, tarjetas y aplicaciones de marca donde se busca mayor presencia.

Negro sobre fondo gris neutro: versión secundaria para soportes con fondos intermedios.



Logo corporativo principal



Logo corporativo principal en negativo



Logo corporativo a color



Logo corporativo a color en negativo



USOS NO PERMITIDOS



6. Usos no permitidos_

Para preservar la integridad visual de EXCEPTION_, se prohíbe estrictamente:

- Deformar o estirar el logotipo alterando sus proporciones originales.
- Aplicar colores no pertenecientes a la paleta corporativa.
- Agregar sombras, degradados, bordes o efectos especiales.
- Rotar el logotipo en cualquier ángulo.
- Combinar el logotipo con elementos gráficos que invadan su área de protección.
- Usar el logotipo sobre fondos que generen bajo contraste y dificulten su lectura.
- Modificar el espaciado entre letras o alterar la tipografía original.

 LOGO RECORTADO	 ROTAR EL LOGO	 LOGO MUY PEQUEÑO O ILEGIBLE
 LOGO EN COLORES NO OFICIALES	 AGREGAR SOMBRAS AL LOGO	 LOGO EN FONDO QUE CONTRASTA

COLORES CORPORATIVOS

7. Colores corporativos_

La paleta de colores de EXCEPTION_ está compuesta por tres colores principales que definen su identidad visual: el rojo corporativo, el negro y el blanco. Esta combinación transmite energía, contundencia y una estética urbana contemporánea, coherente con el universo de los art toys y el diseño experimental.

Rojo corporativo — Color principal

HEX:

RGB: R 237 / G 28 / B 36

CMYK: C 0 / M 98 / Y 95 / K 0

Uso: logotipo en versión color, fondos de alto impacto, elemento triangular gráfico, reverso de tarjeta de presentación.

Negro

HEX: #000000

RGB: R 26 / G 26 / B 26

CMYK: C 0 / M 0 / Y 0 / K 93

Uso: texto principal, logotipo en versión estándar, fondos oscuros.

Blanco

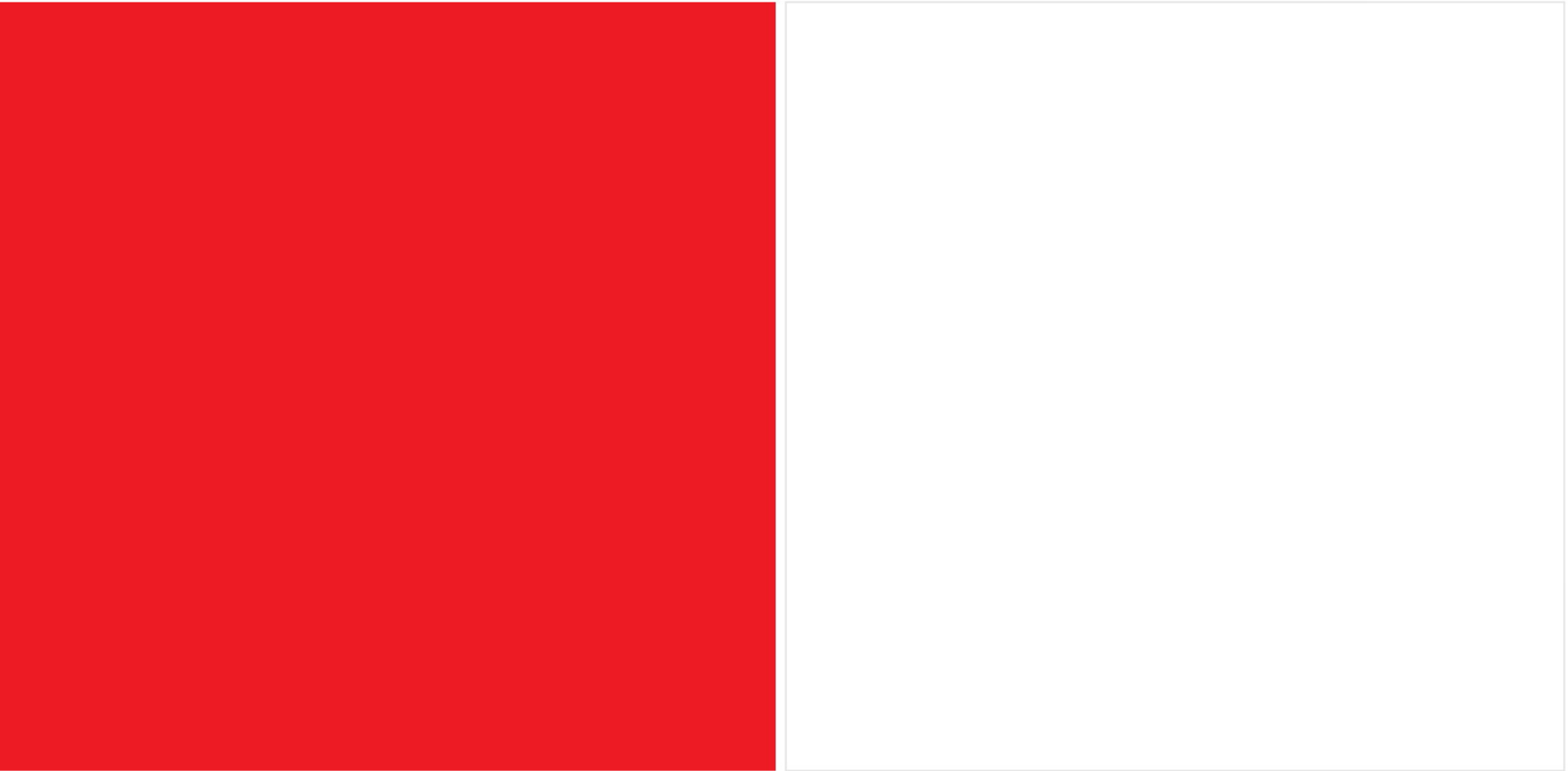
HEX: #FFFFFF

RGB: R 255 / G 255 / B 255

CMYK: C 0 / M 0 / Y 0 / K 0

Uso: fondos principales, logotipo en versión negativa y sobre rojo.

EX
CEPTION



#ED1C24

RGB 237, 28, 36

#FFFFFF

RGB 255, 255, 255



#000000

RGB (0, 0, 0)

TIPOGRAFIAS

8. Tipografías_



Tipografía principal: Teko Bold

Teko es una tipografía de palo seco condensada, de gran altura y presencia visual. Su carácter compacto y directo la hace ideal para títulos, logotipo y elementos de alto impacto dentro de las comunicaciones de EXCEPTION_. Se utiliza exclusivamente en mayúsculas para mantener la coherencia con la estética de la marca. Está disponible de forma gratuita en Google Fonts.
Uso: logotipo, títulos, encabezados, elementos gráficos destacados.

_ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
_0123456789

Tipografía secundaria: Archivo Regular / Medium

Archivo es una tipografía de palo seco más neutra y legible diseñada para su uso en textos de cuerpo y elementos informativos. Equilibra la contundencia de Teko y facilita la lectura en tamaños pequeños, cuerpos de texto y datos secundarios. También disponible en Google Fonts.
Uso: textos de cuerpo, datos de contacto, descripciones, información complementaria.

_ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
_0123456789

FOTOGRAFÍA

9. Fotografía_

El estilo fotográfico de EXCEPTION_ se define por fondos neutros o de bajo contraste (grises, blancos, negros), que permiten que el objeto principal, generalmente una figura o art toy, tome total protagonismo en la composición. La iluminación debe ser limpia, preferentemente difusa o lateral, destacando texturas, materiales y detalles de cada pieza. Se evitan escenografías recargadas o fondos de colores vivos que compitan con el objeto fotografiado.

En las piezas de comunicación como el afiche, la fotografía puede combinarse con elementos tipográficos y gráficos de la marca, siempre respetando la jerarquía visual donde el objeto y el logotipo son los protagonistas. El tratamiento fotográfico debe transmitir los valores de la marca: originalidad, carácter urbano y una estética experimental que conecta lo físico con lo conceptual.



EX
CEPTION

TARJETA DE PRESENTACIÓN

10. Tarjeta de presentación_

La tarjeta de presentación de EXCEPTION_ tiene un formato estándar de 87 mm x 54 mm. El anverso presenta el logotipo centrado en versión negra sobre fondo blanco, con los datos de contacto en tipografía Archivo en la esquina inferior izquierda y el elemento triangular rojo como detalle gráfico en la esquina inferior derecha. El reverso utiliza el fondo rojo corporativo (#ED1C24) con el logotipo en versión blanca centrado, y el mismo triángulo en blanco en la esquina inferior izquierda como cierre compositivo coherente.

Datos incluidos: CEO_Alonso Vera / INSTAGRAM_EXCEPTION_ / MAIL_EXCEPTION_COMAIL.COM / +56999993333



EXCEPTION_

CEO_Alonso Vera
INSTAGRAM_EXCEPTION_
MAIL_EXCEPTION_COMAIL.COM
+56999993333



ANVERSO

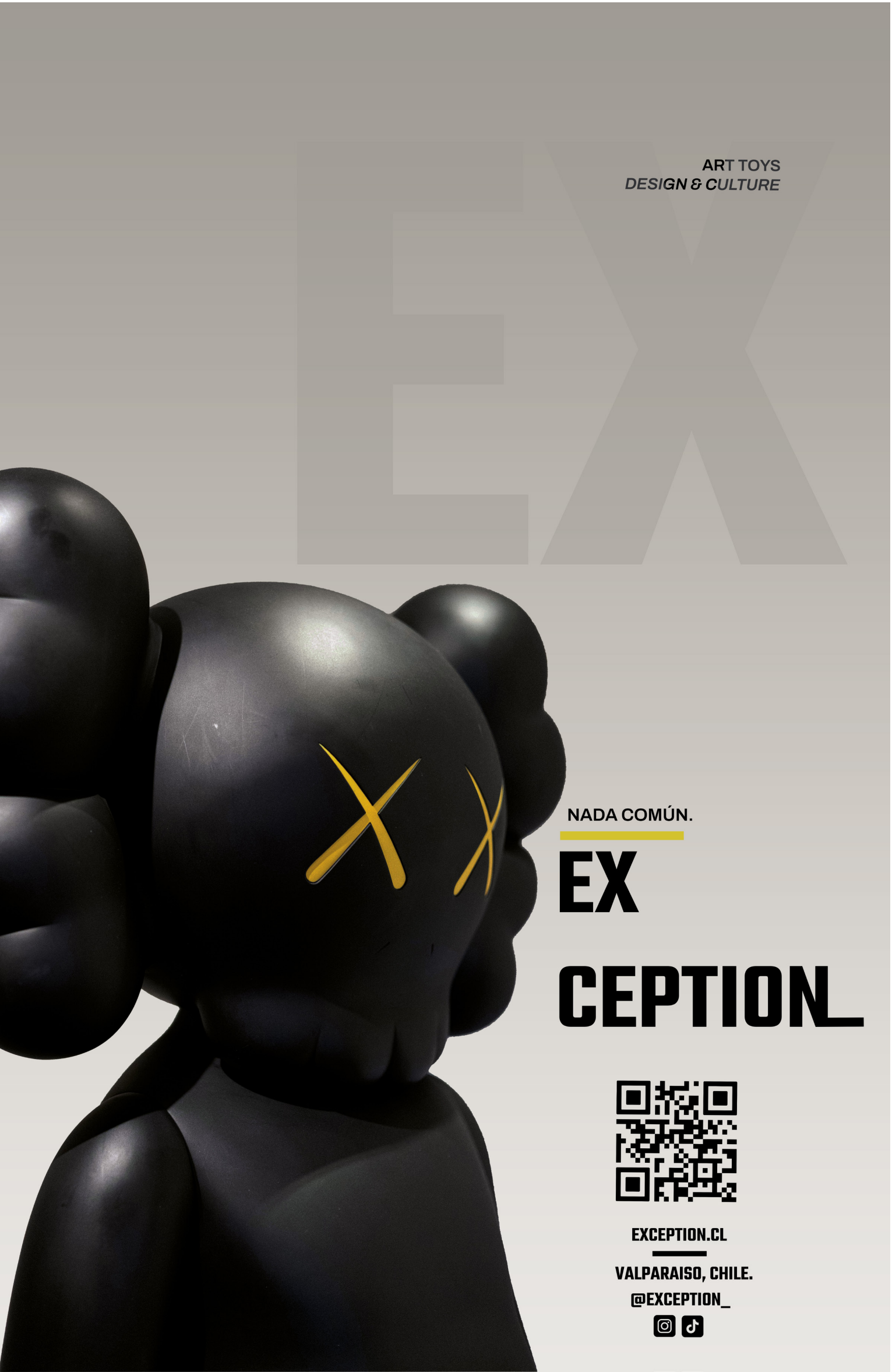


REVERSO

AFICHE

11. Afiche_

El afiche de EXCEPTION_ presenta una composición vertical que utiliza como protagonista una fotografía de un art toy (figura KAWS en color negro) sobre un fondo degradado en tonos grises neutros. En la parte superior derecha aparece el descriptor “ART TOYS / DESIGN & CULTURE” en tipografía Archivo, mientras que en la zona media derecha se ubica el claim “NADA COMÚN.” seguido del logotipo partido en dos líneas. La parte inferior incluye código QR, sitio web (exception.cl), ubicación (Valparaíso, Chile) y redes sociales (@exception_). El elemento gráfico “EX” aparece de manera sutil en el fondo como marca de agua, generando profundidad y reforzando la identidad.



EX
CEPTION_

MERCHANDISING

EX
CEPTION

11. Merchandising_

Tote bag_

La tote bag de EXCEPTION_ se incluye como parte del packaging en los envíos de productos. Es de tela color negro o crudo (natural), con el logotipo estampado en serigrafía en la cara frontal. Su diseño minimalista refuerza la identidad de la marca y genera una experiencia de unboxing coherente con los valores de autenticidad y originalidad.

Pin metálico_

El pin metálico de EXCEPTION_ es un elemento coleccionable de pequeño formato que puede incluirse en los pedidos o venderse de manera independiente. Presenta el logotipo o el isotipo “EX” en esmalte sobre base metálica, en versión rojo sobre negro o negro sobre blanco. Su escala reducida requiere el uso de la versión simplificada del logotipo para asegurar legibilidad.

Caja de empaque_

La caja de empaque es uno de los elementos más relevantes del universo EXCEPTION_, dado que el mundo de los art toys otorga gran importancia al packaging como parte de la experiencia de colección. La caja utiliza cartón negro mate con el logotipo en rojo o blanco según la versión, y el elemento triangular gráfico como detalle compositivo en las esquinas. El interior puede incluir papel tissue negro o rojo para proteger la figura y reforzar la experiencia de apertura.





EX CEPTION

exception.cl
@exception_
Valparaiso, Chile