

ENTREGABLE DE CONSULTORÍA

REFERENTES VISUALES Y SUSTENTO TÉCNICO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA LÍNEA GRÁFICA FERIA VIVIENDA

Consultor	Juan Manuel Caicedo
Entidad beneficiaria	Secretaría Distrital del Hábitat
Fecha del informe	Bogotá D.C., abril de 2026
Carácter del documento	Entregable de consultoría

Este documento consolida el sustento conceptual, visual y técnico de la línea gráfica propuesta para la campaña. Su propósito es demostrar que la ruta creativa recomendada no surge de una intuición aislada, sino de un proceso de análisis comparado de referentes históricos, culturales y contemporáneos que permiten elevar el tono del proyecto y diferenciarlo de una feria tradicional de vivienda.

1. PROPÓSITO DEL DOCUMENTO

El presente entregable tiene por objeto dejar documentado el conjunto de referentes, criterios y decisiones que respaldan la construcción de una línea gráfica con mayor valor simbólico, recordación y potencia pública para la campaña “La ciudad abre sus puertas”.

La hipótesis de trabajo que sustenta este documento es la siguiente: para que una campaña de vivienda rompa la lógica visual de la feria convencional, debe construir una estética de acontecimiento de ciudad, no una estética de volante institucional. Desde esa premisa, la exploración se concentró en tres grandes familias de referencia: cartel cultural e histórico, póster cinematográfico y afiche de festival de rock.

2. CRITERIO RECTOR DE LA EXPLORACIÓN

La selección de referentes se hizo con un criterio funcional: identificar lenguajes visuales que pudieran ser adaptados al universo de vivienda sin copiar obras, marcas o piezas específicas. Por tanto, no se evaluaron los referentes por afinidad temática directa con vivienda, sino por su capacidad para aportar uno o varios de los siguientes atributos:

- Escala simbólica y sensación de gran acontecimiento.
- Capacidad de síntesis visual a partir de un símbolo dominante.
- Jerarquía tipográfica contundente y fácilmente memorable.
- Potencia emocional para comunicar esperanza, apertura y posibilidad.
- Adaptabilidad a sistema gráfico: afiche madre, piezas derivadas, digital y señalética.

3. HALLAZGOS SOBRE REFERENTES HISTÓRICOS DE CARTEL

3.1. Cartel Belle Époque y carnaval histórico

La revisión de carteles históricos de carnaval y espectáculo evidencia una constante: los afiches más memorables no informan demasiado; condensan un universo en una sola imagen dominante. El cartel “Théâtre de l’Opéra – Carnaval 1894”, asociado a Jules Chéret, aporta cuatro aprendizajes clave: figura central, tipografía dominante, composición vertical y sentido de movimiento. Ese tipo de estructura es especialmente útil para vivienda porque permite reemplazar el universo festivo por un símbolo de apertura —puerta, llave, ventana o ciudad— sin perder fuerza visual.

3.2. Carnaval de Nice como articulación entre personaje y ciudad

Los carteles históricos de Carnaval de Nice permiten un segundo aprendizaje: el personaje puede funcionar como mediador entre la audiencia y la ciudad. Esto es estratégico para vivienda porque desplaza el foco de la oferta al territorio, y convierte la ciudad en escenario de oportunidad. La traducción para la campaña es clara: no se trata de mostrar stands o constructoras como primer plano, sino de representar una ciudad que se abre, acoge y ofrece caminos.

3.3. Lección principal de esta familia de referentes

El mayor aporte del cartel histórico es metodológico: una campaña memorable se construye a partir de símbolo, atmósfera y promesa; no a partir de saturación informativa. Por ello, la línea gráfica sugerida privilegia una pieza madre de alto valor icónico y deja la información operativa para piezas secundarias.

4. HALLAZGOS SOBRE REFERENTES RECIENTES DE DISEÑO Y EVENTOS

4.1. Tendencias recientes de diseño

La revisión de Adobe Express confirma que en 2025 siguen ganando terreno tendencias como serif retro, texturas con grano, layouts narrativos, nostalgia vibrante y enfoques más cálidos y culturales. Para esta consultoría, ese hallazgo respalda una línea gráfica que combine carácter editorial, textura de cartel y una narrativa visual más humana. Esto refuerza la decisión de evitar una gráfica excesivamente corporativa, plana o burocrática.

4.2. Posters de festivales de rock y cultura musical

La observación de piezas y poster collections de festivales como Download y Bonnaroo permite identificar patrones consistentes: fuerte jerarquía tipográfica, estética de objeto coleccionable, alto contraste, color dramático y capacidad de extender el lenguaje a merchandising, señalética y comunicación digital. El valor de estos referentes no está en copiar guitarras o códigos de rebeldía, sino en tomar su lógica de acontecimiento, energía y recordación.

4.3. Lectura estratégica para la campaña

Aplicado a la campaña, lo anterior sugiere una mezcla controlada entre épica visual y credibilidad pública. Es decir, una gráfica suficientemente potente para sentirse distinta, pero suficientemente clara para sostener confianza institucional.

5. REFERENCIA VISUAL APLICADA



Ejercicio de boceto conceptual desarrollado durante la consultoría para probar la adaptación del lenguaje de póster de festival a una campaña de vivienda.

6. QUÉ SE ADOPTA Y QUÉ NO SE ADOPTA

Componente	Se adopta	No se adopta
Cartel histórico	Símbolo central, elegancia compositiva, aire, jerarquía tipográfica.	Exceso ornamental o recreación literal del carnaval.
Póster cinematográfico	Escala emocional, luz dramática, sensación de inicio o descubrimiento.	Narrativa demasiado fantástica que despegue la campaña de la realidad.
Festival de rock	Actitud, contraste, tipografía poderosa, lógica de gran evento.	Clichés de género como guitarras, calaveras o agresividad estética gratuita.
Diseño contemporáneo	Texturas, retro serif, tono cultural, layouts con relato.	Saturación visual o recursos que afecten la legibilidad.

7. RIESGOS DE INTERPRETACIÓN Y CRITERIOS DE CUIDADO

- La campaña no debe ser leída como una fiesta vacía ni como una promesa desbordada. La fuerza visual debe estar al servicio de la claridad institucional.
- La narrativa de apertura y posibilidad no puede confundirse con garantía automática de acceso. Por ello, las piezas funcionales deberán explicar con precisión qué encontrará la ciudadanía: orientación, subsidios, proyectos, financiación o acompañamiento.
- La gráfica madre puede ser ambiciosa y simbólica; sin embargo, la arquitectura completa de la campaña debe mantener un equilibrio entre emoción y servicio.

8. CONCLUSIÓN TÉCNICA Y RECOMENDACIÓN

La exploración realizada permite concluir que la línea gráfica más pertinente para esta campaña es aquella que combine tres atributos: valor de cartel, lenguaje de ciudad y promesa de apertura. En otras palabras, una estética que haga sentir la campaña como un gran acontecimiento urbano y no como una feria más.

Con base en los referentes revisados, se recomienda continuar la implementación sobre la plataforma conceptual “La ciudad abre sus puertas”, desarrollando una pieza madre icónica y un sistema derivado de piezas temáticas, informativas y digitales.

Esta recomendación se soporta en tendencias recientes de diseño, en referentes históricos de cartel y en el análisis comparado de lenguajes visuales con alta capacidad de recordación y adaptación.