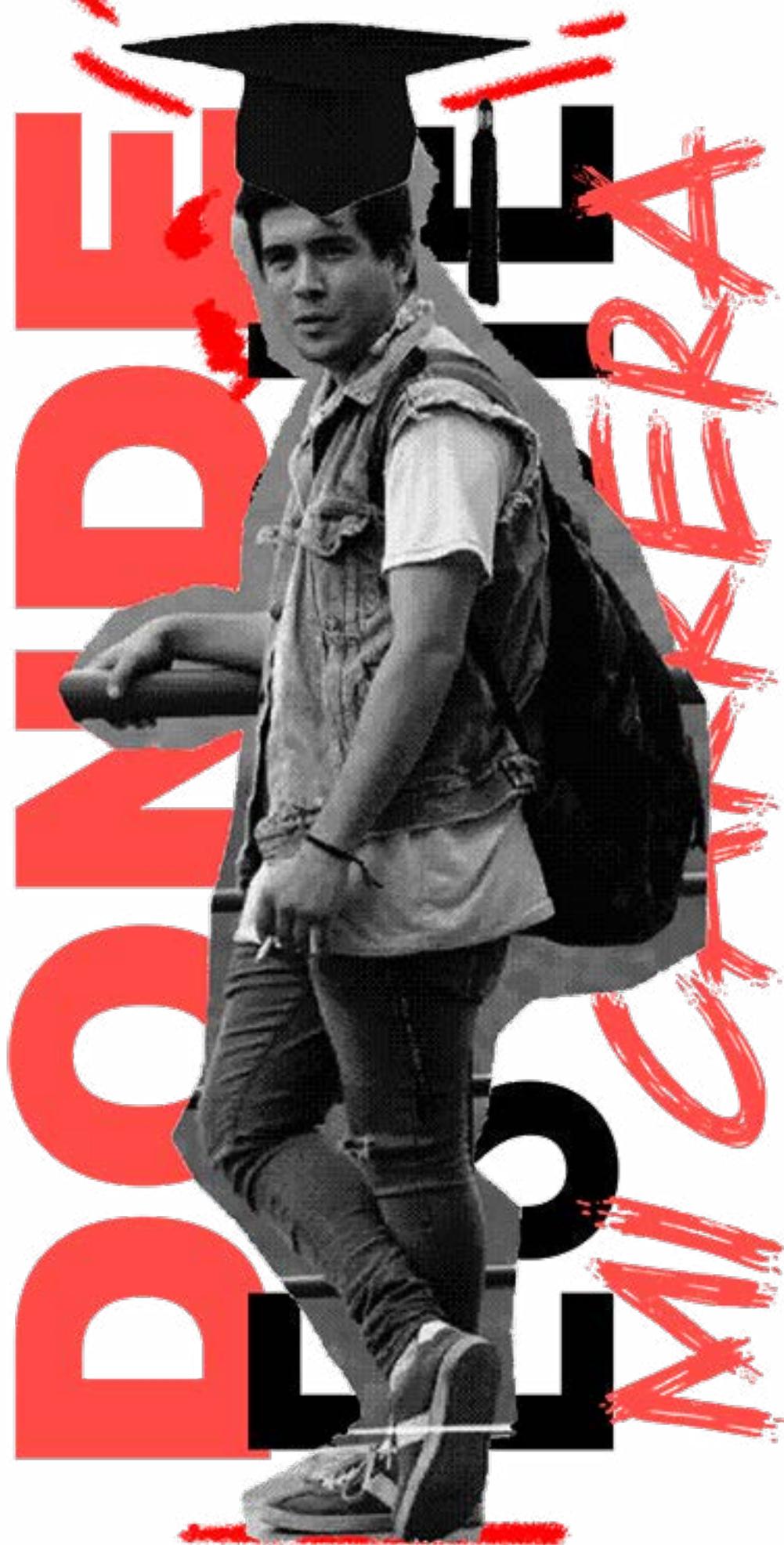




PORTA FOLIO

DISEÑO GRÁFICO

2021



Hola me presento

Mi nombre es Erick Daniel Aranda Palomera, tengo 23 años, soy diseñador gráfico, apasionado del diseño de marca, editorial, diseño web, social media y branding.

He colaborado con distintas empresas a lo largo de mi carrera, en su mayoría en proyectos relacionados con desarrollo y construcción de marca, editorial y packaging.

“soy un apasionado de lo que hago, por eso siempre intento hacerlo bien”

Experiencia y Estudios

- Carrera técnica en diseño gráfico digital en la preparatoria CECYTEJ (3 Años)
- Trabajo como diseñador en Copiroyal printcenter (2017 - 2018)
- Trabajo como freelance (2018 - 2019)
- Profesor en escuela de diplomados VANGUARDA ACADÉMICA (2019 - 2020)
- Ingreso a la licenciatura de diseño gráfico en el CUAAD (2018 - Actualidad)
- Diseñador en Doctor Gráfico (2020 - Actualidad)

Mis talentos

A lo largo de mi carrera he desarrollado cierto tipo de talentos para diferentes ramas del diseño, aunque mi enfoque principal es en el branding, también me desarrollo en las áreas de **diseño de marca, packaging, editorial, impresión, y contenido social media para redes sociales**

Herramientas

Mis principales herramientas son el lapiz y el papel que me ayudan a conceptualizar mejor el diseño, sin embargo utilizo los siguientes software para poder llevar las ideas a la realidad.

Ai Ps Id Ae Pr

Intereses

Además del diseño, tengo otros pasatiempos que forman parte de lo que me encanta hacer, entre todos ellos tengo los siguientes:



Contacto

Email

daniaranda26@gmail.com

Número Telefónico

+52 33 2655 0350

Facebook

Daniel Aranda

Instagram

Dani Aranda

CORAZÓN®
contenido
COCINA MEXICANA



Corazón Contento

2021

Identidad Visual

Corazón contento es un restaurante de comida mexicana, el nombre de esté fue elegido en base al popular dicho mexicano, “Panza llena, Corazón contento”, que hace referencia a que, si comes, estarás feliz.

El proyecto de identidad consistió en la creación del logotipo, los elementos auxiliares, la selección tipográfica, el desarrollo gráfico de las distintas aplicaciones.

El sistema de identidad se baso principalmente en ilustraciones, fotografías con puntillismo, tipografías que aluden a lo que se ve en las calles de México y texturas que nos evocan a las diferentes culturas del país.



Problemática

El problema principal de dicha marca es que no tenía ningún tipo de identificador gráfico, y necesitaba representar una identidad que denotara en parte que eran mexicanos y se dirigían a mexicanos, además de que está debería ser rica en todo su sistema, tanto en iconografía, elementos auxiliares, tipografías, etcétera, para poder comunicar la cultura mexicana en su máximo esplendor.

Decidí explorar distintos puntos que evocaran al estilo mexicano, desde sus colores altamente contrastantes, tipografías adornadas o con un tipo de sombra, ilustraciones de elementos típicos de la región y en los vestidos típicos de algunas regiones.

Basandome en Guadalajara, CDMX, Puebla, y Veracruz principalmente para poder crear todo este sistema de identidad.

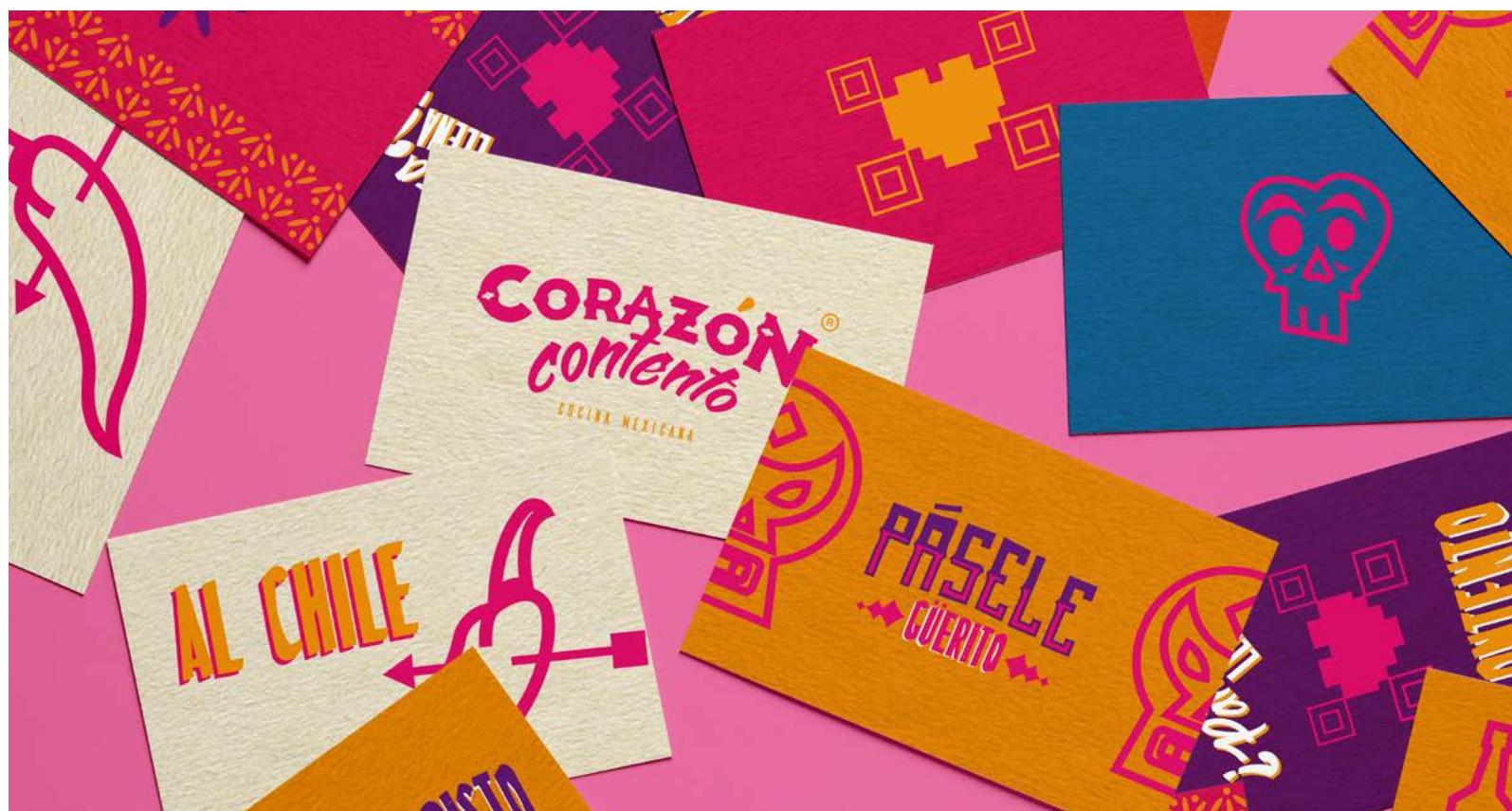
Resolución

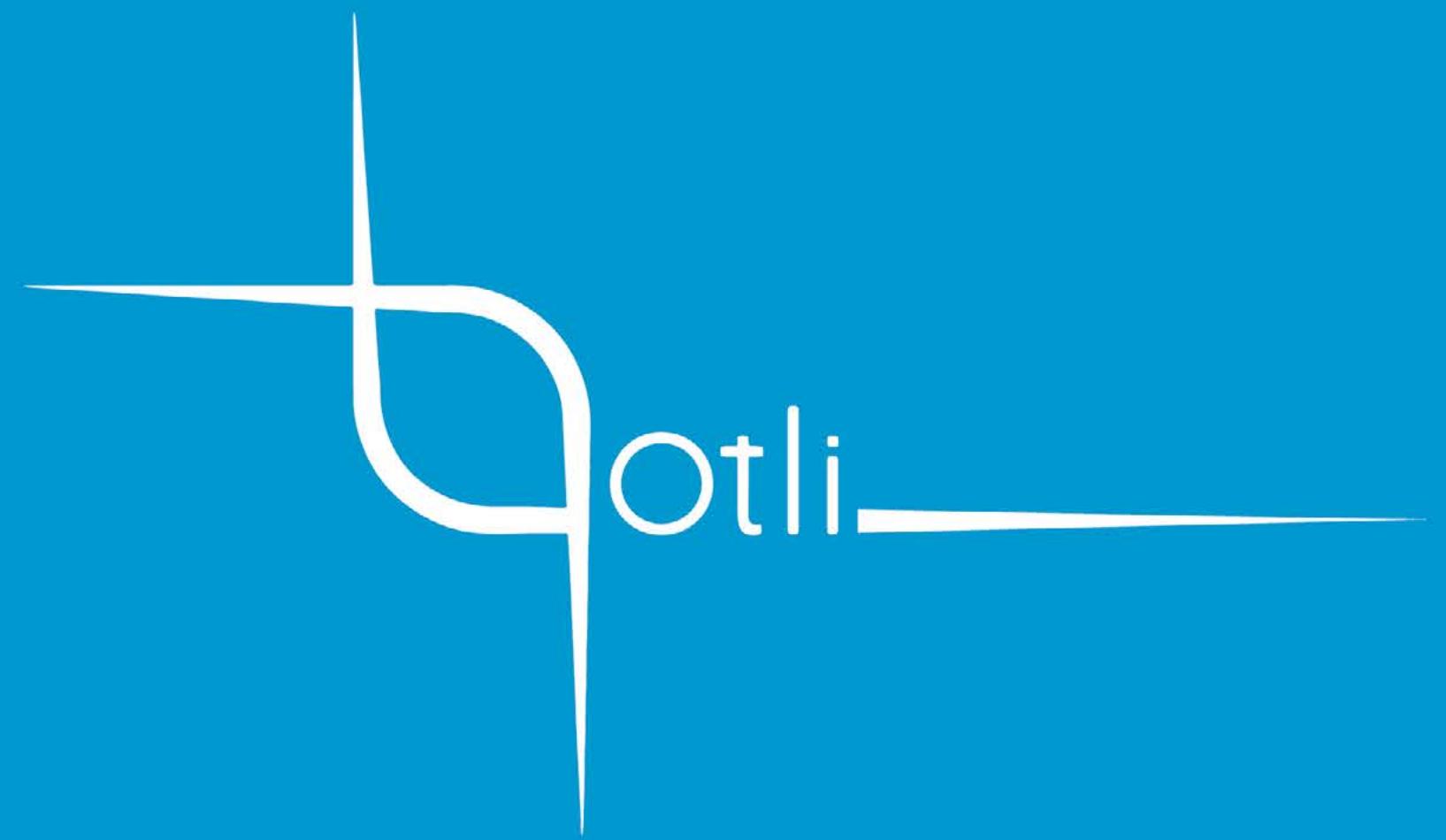
Dentro de los parámetros implícitos por el profesor y el cliente, se optó por un trabajo individual, al principio se trabajo el taller de marca, en el cual hicimos un brief, además de ejercicios que me permitieran conocer de mejor manera el proyecto al cual me enfrentaría.

Para desarrollar y entender el mercado y el concepto que se desarrollaría, opté por utilizar 3 métodos (Pizarrón de referencias, Ejes Semánticos, y el método del pez), una vez recabada la información y la conceptualización se paso a la etapa de bocetaje de la marca.

El sistema de identidad se baso principalmente en ilustraciones, fotografías con puntillismo, tipografías que aluden a lo que se ve en las calles de México y texturas que nos evocan a las diferentes culturas del país.

Aplicaciones gráficas







Otli

2020

Identidad Visual

Otli es una empresa de coworking para fisioterapeutas. Renta sus espacios a otros profesionales de la salud, ofrece cursos y tiene canales en redes sociales donde comparte contenido de interés enfocado en la fisioterapia.

Otli nace como iniciativa de ayudar a las personas con problemas de salud y a los mismos fisioterapeutas para encontrar un lugar digno donde poder trabajar y ser tratado con amabilidad. un lugar donde ejercer su práctica de manera segura y enseñar sobre la fisioterapia.

Otli significa camino, que alude a seguir tus metas y siempre ir mejorando, su filosofía es poder ayudar a los demás a caminar, hacia sus metas.



Problemática

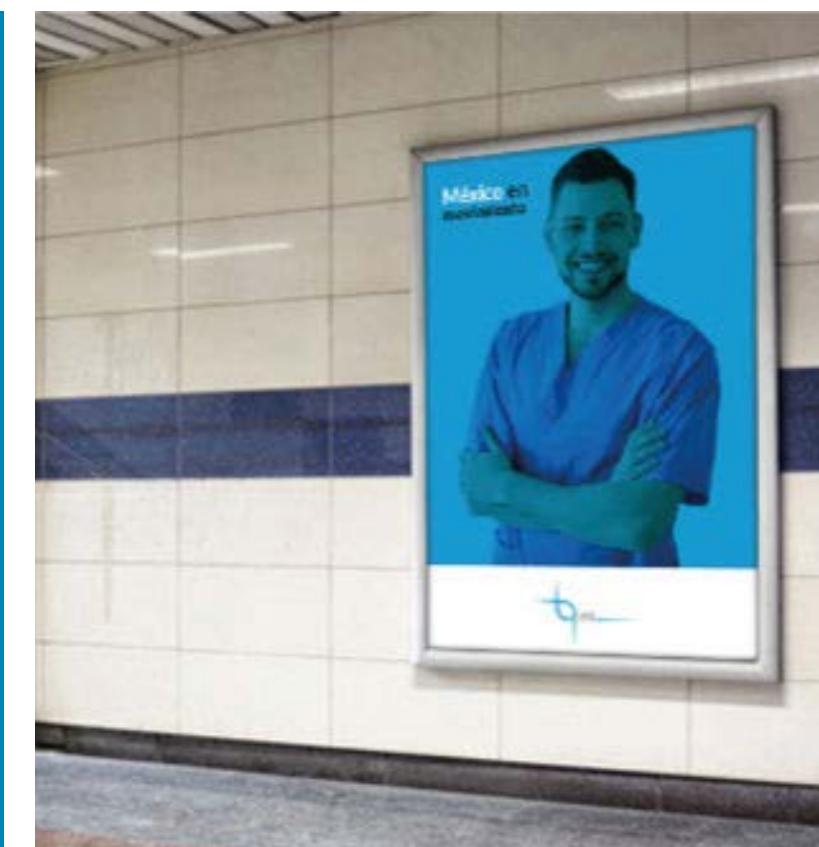
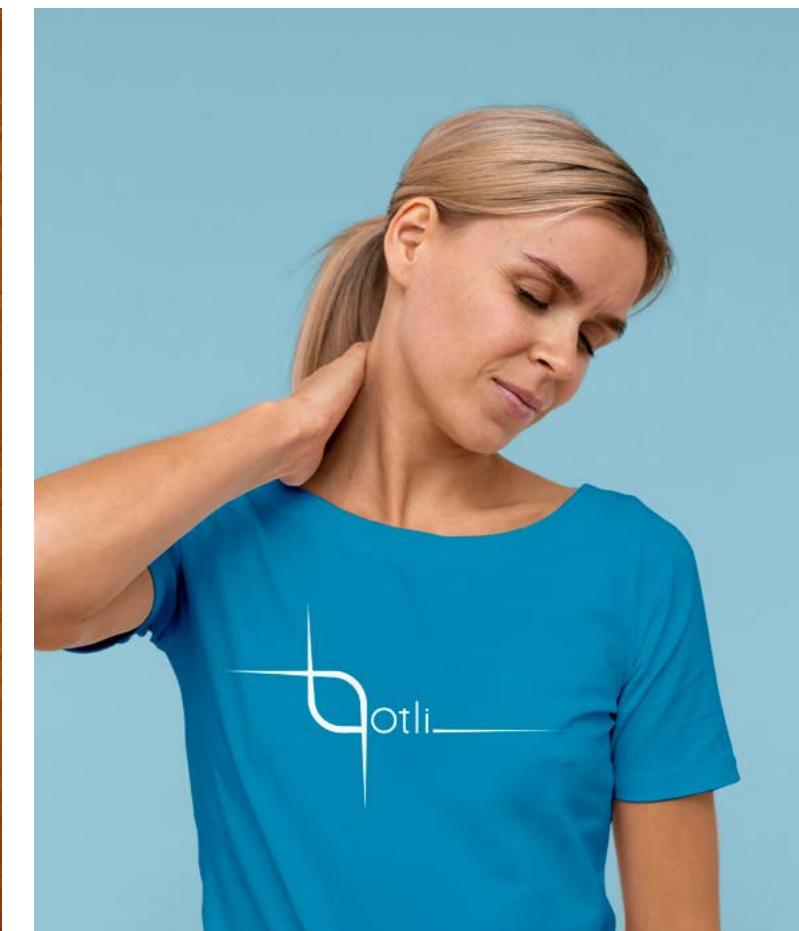
Cuando Otli me contactó para su imagen de marca se me ofreció un puesto de trabajo como socio, sin embargo, aunque acepte el puesto por un tiempo no me quede a formar parte de dicho proyecto ya que no era lo que me apasionaba, en aquel entonces Otli necesitaba un sistema de identificación gráfico y además también necesitaba un diseño de publicidad para social media, mi trabajo fue el de dirigir toda la parte gráfica identificadora de este proyecto.

Resolución

Dentro de los roles que desarrolle en el tiempo en que colaboré con Otli fue el de diseño de identificadores gráficos, diseños de contenido para redes sociales, camarógrafo en alguno de los videos, y editor. Además de servir en ocasiones como community manager.

Uno de los puntos más importantes a tomar en cuenta era la gestión de proyectos ya que debía tener un control de los gastos, materiales y demás elementos que se utilizarían para poder llevar a cabo el proyecto.

Aplicaciones gráficas



LOS BUNKERS



LOS BUNKERS

LOS BUNKERS





Identidad EP

2021

Identidad Visual

Los bunkers son una banda de rock chilena, que tiene una gran carrera musical, uno de sus mayores éxitos fue el EP “La velocidad de la luz” estrenado en el 2013 con una portada peculiar y un estilo gráfico fácil de identificar.

Se nos encargo, diseñar un sistema de identificación gráfica donde el objetivo del proyecto era identificar todos los elementos de la portada del EP para poder desarrollar este sistema.

El proyecto consistió en crear por lo menos 5 aplicaciones además de identificar todos los elementos y atributos que tenia la portada, como estilo gráfico, retícula, colorimetría, tipografía entre otros más para el desarrollo de sus aplicaciones.



Problemática

Para poder llevar a cabo toda la identidad, el principal problema para afrontar fue el identificar los puntos clave que hacían reconocible a esta portada, por lo que haciendo un análisis encontramos que el diseño tiene una ilustración a altos contrastes, colores vibrantes que contrastan entre sí como lo es el rojo, el negro y ese color crema que acompañaba el logotipo de la banda, además de las tipografías grunge y serifas que se ven ahí.

El segundo problema que se presentó fue el tiempo de desarrollo que solo duro 7 días, donde lo primero que decidí hacer fue hacer una desconstrucción de la portada, después investigué todas las aplicaciones que hubo en torno a este disco para poder identificar elementos repetitivos y patrones a seguir.

El tercer y último punto fue la selección de los elementos y el diseño de todas las aplicaciones que acompañarían el proyecto.

Resolución

tuve el reto de trabajar con dos de mis compañeros, sin embargo en este trabajo, todas las opiniones y análisis arrojaron resultados similares ya que no era un estilo difícil de entender,

Además quise encontrar una estructura de información por mera diversión entendiendo cual era la retícula de este diseño de portada, para también poder aplicarlo en las diferentes algunas aplicaciones gráficas

Aplicaciones gráficas





NEONEYES

VR SISTEM



NeonEyes

2021

Identidad Visual

NeonEyes es una empresa de tecnología dedicada a innovar en el ámbito de los videojuegos y su misión es llegar a ser la mejor empresa tecnológica en el mundo.

El proyecto NeonEyes es un encargo por parte del profesor de la materia de diseño de identidad por lo que está es una empresa ficticia, se nos encargó imaginar un producto muy innovador y a su vez crearíamos el nombre, la marca y un sistema pequeño de identidad visual.

El producto que escogí fueron los lentes de realidad virtual tratando de innovar con una nueva tecnología que pudiera adentrarnos más a este mundo.



Problemática

Al ser un nuevo producto innovador, debía tener también una marca, ¿qué es de un producto sin su marca?, trabajé en colaboración de dos personas más, para la organización y congruencia en el proyecto, decidimos utilizar herramientas como lo son los tableros de conceptos, para seleccionar los tipos de elementos que debíamos utilizar, un brief que trabajamos en equipo para entender mejor el proyecto y a donde queríamos llegar, un análisis de categoría complejo con las marcas que existen en el mercado.

Un problema a resolver fue el estilo gráfico que debía tener la marca, si llevarla por el lado de la máxima expresión o hacerla simple y minimalista enfocado al futurismo, y optamos por el minimalismo debido a que este tipo de marca sería más sencillo de aplicar a los productos y tambien más barato de reproducir.

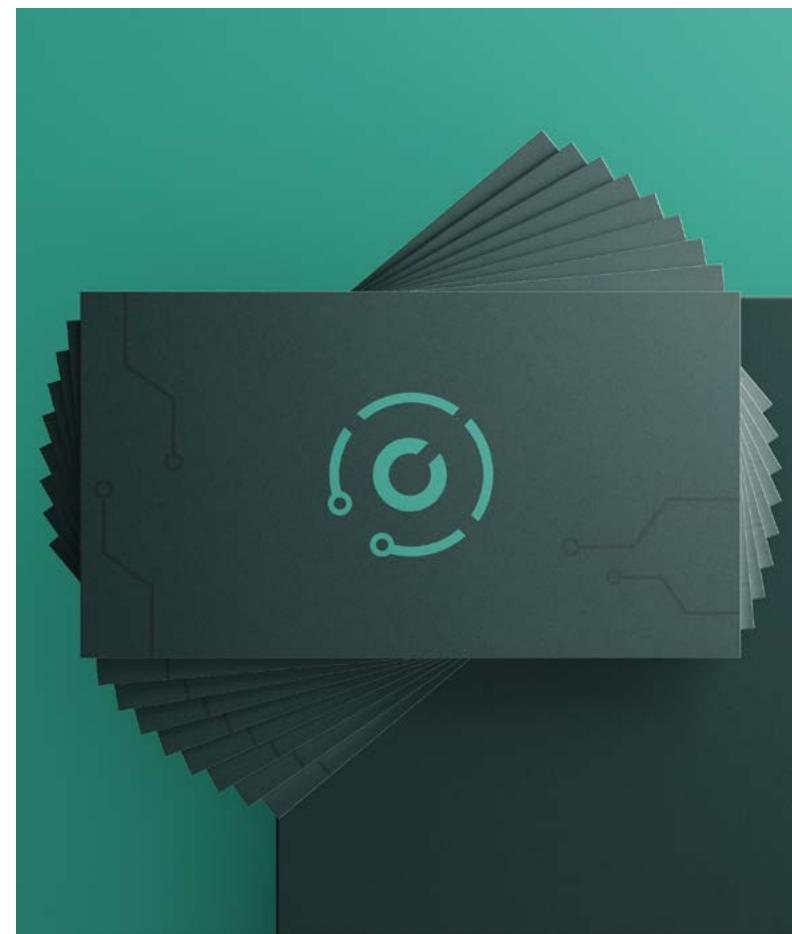
Resolución

Investigación de las categorías por medio de pizarrones de referencias, análisis de los conceptos rectores que van de la mano con el símbolo identificador que se tenía que desarrollar.

Diseñé la propuesta que se muestra a continuación, basandome en los componentes clásicos que dicta el contenido de tecnología y la abstracción de un ojo que da como resultado una apariencia de cyborg.

El diseño cumplió su cometido siendo minimalista, elegante, futurista y encajando claramente con la categoría

Aplicaciones gráficas



CARTELERA

VOLVER AL FUTURO LA SAGA Y SUS SECRETOS

En 1985, la primera entrega de la exitosa trilogía creada por Robert Zemeckis se convirtió en la cinta más taquillera al recaudar 210 millones de dólares.



Por: Daniel Aranda

Para los jóvenes millennials, 1985 suena como un pasado remotísimo, casi un mundo diferente. No es para menos, en esa época el orbe todavía vivía en medio de la Guerra Fría, los regímenes dictatoriales eran el pan nuestro de cada día y la mayoría de los niños sólo tenían un Atari para jugar. En nuestro país, la Federación Mexicana de Fútbol solamente organizaba un torneo al año.

Méjico tenía los mayores éxitos radiales y, como hecho más lamentable, la Ciudad de México llegó a encontrarse devastada por el terremoto de ese año. Un par de meses antes del terremoto, se estrenó una película ligera que, sin estar previsto, marcaría a varias generaciones. Volver al Fu-

turo (Back to the Future).

A pesar de que la película compartió año de estreno con otras muy buenas cintas, como los Goonies de Richard Donner, The Color Purple de Steven Spielberg, Brazil de Terry Gilliam, Cocoon de Ron Howard, Legend de Ridley Scott, o Mad Max de George Miller, esas cintas [a pesar de su calidad y seguir siendo recordadas] no alcanzaron el nivel entre el gusto del público masivo que alcanzó la cinta de Robert Zemeckis, la cual ha sido homenajeada en múltiples series y referenciada de mil formas posibles en todos los medios.

Recordando con cariño a la película que marcó nuestra infancia, dejamos aquí 30 datos curiosos sobre la primera parte de Volver al Futuro. Recordando con cariño a la película

séptima taquilla



Volver al futuro se convirtió en la época de 1980 en una de las franquicias más rentables con el estreno de su primera película recaudando millones en su primera semana de estreno, aun cuando competía con otras películas de la época, con las



La séptima taquilla

2019

Diseño Editorial

La séptima taquilla, es una revista dedicada al cine y a todo lo relacionado a este, su principal atractivo es que aborda el mundo del cine de manera completa.

Este proyecto se elaboró en equipo para la materia de diseño editorial. El diseño de esta revista fue mi proyecto final y tuve la oportunidad de ser el director creativo del proyecto.

Se implementó un sistema reticular, se hizo una selección tipográfica, para tener un mayor control sobre el diseño de las secciones o artículos que haría cada participante del proyecto, la intención era crear cinco artículos principales y diez artículos secundarios, donde se haría una revista por cada artículo principal reciclando los diez artículos en cada tomo.

SEPTIMA TAQUILLA



BACK
TO THE FUTURE

Problemática

Uno de los problemas principales que se suscitó durante el desarrollo del proyecto fue el tema del trabajo en equipo, hay diferentes puntos de vista entre diseñadores, y cada uno tiene su propio estilo, por lo que llegar a un punto medio resulta un tanto difícil, sin embargo al ser el director creativo mi trabajo fue dar orden y plantear las soluciones a los problemas que tiene una revista.

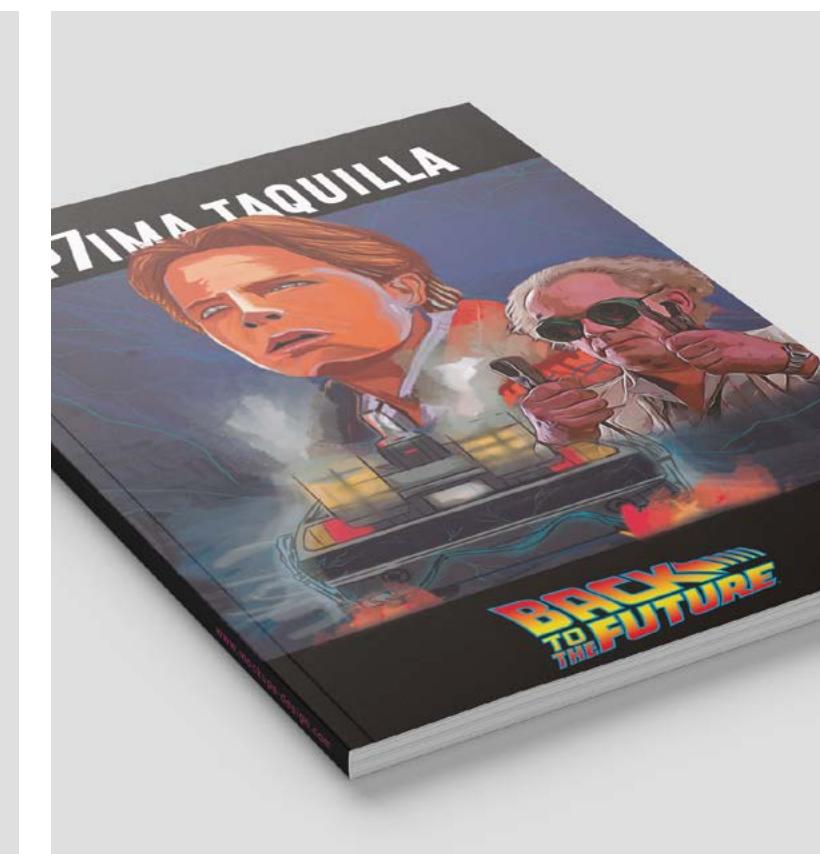
Se planteó que el proyecto debía tener los diferentes elementos típicos de la categoría “revista”, como lo son la carta del director, las secciones, los artículos principales y secundarios, el nombre y de la editorial o empresa, índices, página de colaboradores, entre otras cosas.

Resolución

Mi trabajo principal durante este proyecto fue la asignación de tareas para cada uno de los colaboradores, la elaboración de cronograma para cada entregable, la supervisión de cada uno de los trabajos de mis compañeros, la elaboración de los elementos gráficos que se usarían en todos los tomos, así como la elaboración del sistema de reticulación y el diseño de un artículo principal y dos secundarios.

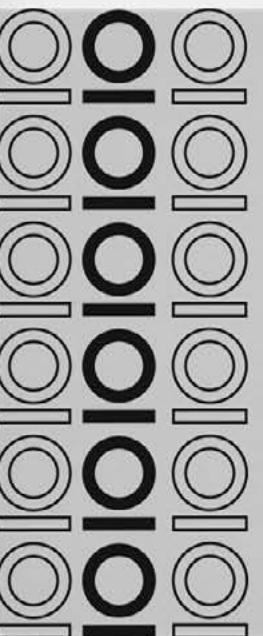
La categoría de revistas, ya se ha explorado por muchos, por lo que equivocarnos en ésta, hubiera sido uno de los mayores errores, decidimos investigar completamente como vive la tipografía en una revista, sus tamaños, retículas, fotografías, pies de imagen, y todos los demás elementos de la revista para poder crear el código estilístico.

Aplicaciones gráficas



JOYS

JOYS



DENISE VILLARUEL

Director ejecutivo

33 2655 0350
direccion@joys.com
www.joys.com

Joys

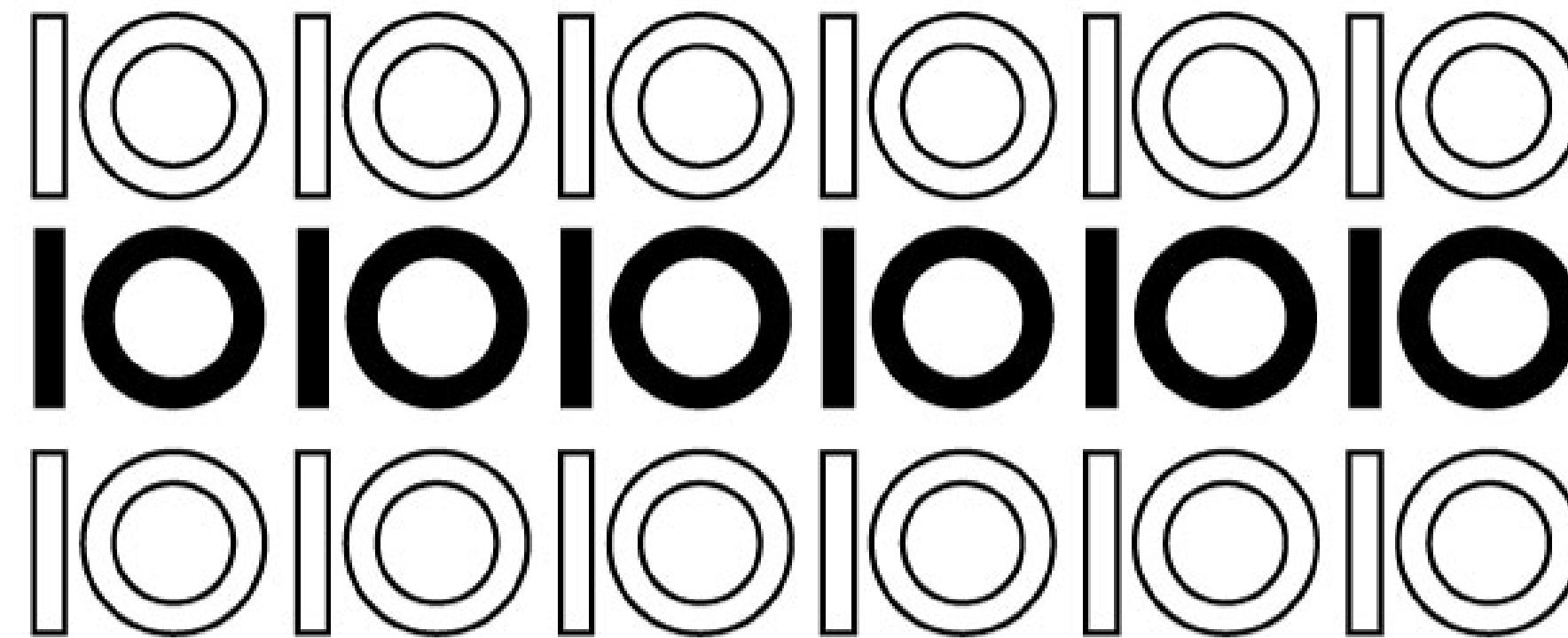
2018

Identidad Visual

Joys es una marca dedicada a la venta de ropa de calzado y vestimenta, esta marca quería denotar ser juvenil, y formal al mismo tiempo, su dueño es Denise Villarruel, la tienda se encuentra ubicada en valle dorado Tlajomulco, actualmente se dedica aún a la venta de ropa.

Denise me contrató como recomendación por parte de un amigo, por lo que ya existía cierto aire de confianza antes de comenzar el proyecto, además trabajamos un brief de diseño antes de empezar para poder desarrollar el proyecto de manera correcta.

DEJALO SERó JOYS



DEJALO SERó JOYS

Problemática

En este caso, la marca debía ser fácil de aplicar sin demasiadas formas ni tampoco elementos, ya que debía aplicarse a distintos soportes web, así como impresos pequeños como plumas decorativas, entre otras cosas, además debía encajar en un mundo competitivo de marcas a las que también su giro de negocio es el mismo, por lo que tenía que encajar en ellas. Al no ofrecer un diferenciador, su necesidad era clara, que el cliente sepa qué hace, y ser escogido por el público juvenil con gusto por la moda.

Resolución

Diseñé la marca, así como un sistema de retícula para la aplicación de la misma, se diseñó un sistema de comunicación básico, así como un eslogan para la marca el cual es “Déjalo ser” haciendo referencia a que cada persona tiene su propio estilo y que joys es el adecuado para ser tu mismo.

Algo que me encantó de la marca, es su simpleza y que se entiende rápidamente la categoría de negocio.

Creé un estampado para aplicarse en distintos medios como lo son las camisetas, calzado, ropa en general, o en algunos medios de comunicación como lo son las tarjetas de presentación.

Aplicaciones gráficas







Blacky

2018

Identidad Visual

Blaky el diablito afortunado es sin duda uno de los proyectos que más he disfrutado, blaky es un pequeño diablito que habita en las profundidades del infierno y tiene el encargo de arruinar la navidad sin embargo esté se encuentra con distintos problemas que lo harán tener una aventura inigualable.

El cuento, blacky es escrito por Erika CG, dicho cuento lo encontré en un blog de internet, ya que en la clase de diseño de editorial se nos recomendó realizar el diseño para un libro álbum de algún cuento infantil, ya sea escrito por nosotros o no.



Problemática

En este caso el libro álbum debía ser ilustrado y diseñado por mí, tenía que tener un mínimo de 16 páginas más los elementos característicos del libro álbum como sus portadas, se diseñó unas guardas, el diseño de personajes, ilustración, diseño de página de datos entre otras cosas que eran parte de los entregables para el proyecto.

Resolución

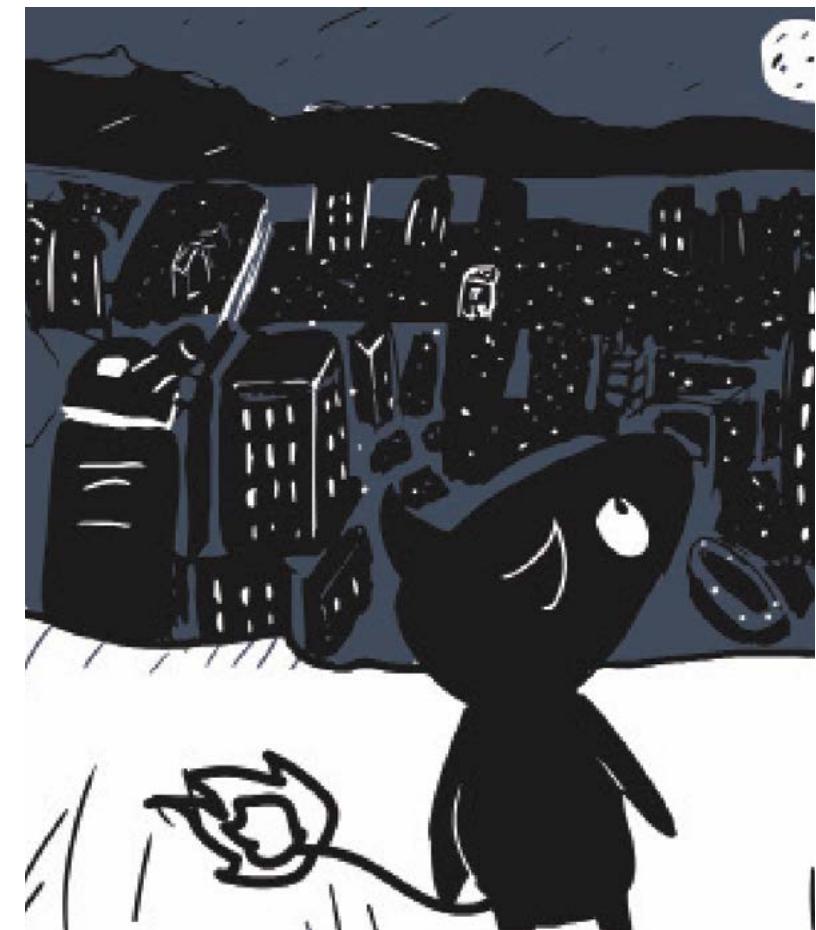
Dentro del papel que tuve que hacer, tenemos, el diseño de los personajes, tuve que convertirme en un ilustrador infantil, además de diseñar la retícula y seleccionar el sistema visual, como lo es la colorimetría y la selección tipográfica.

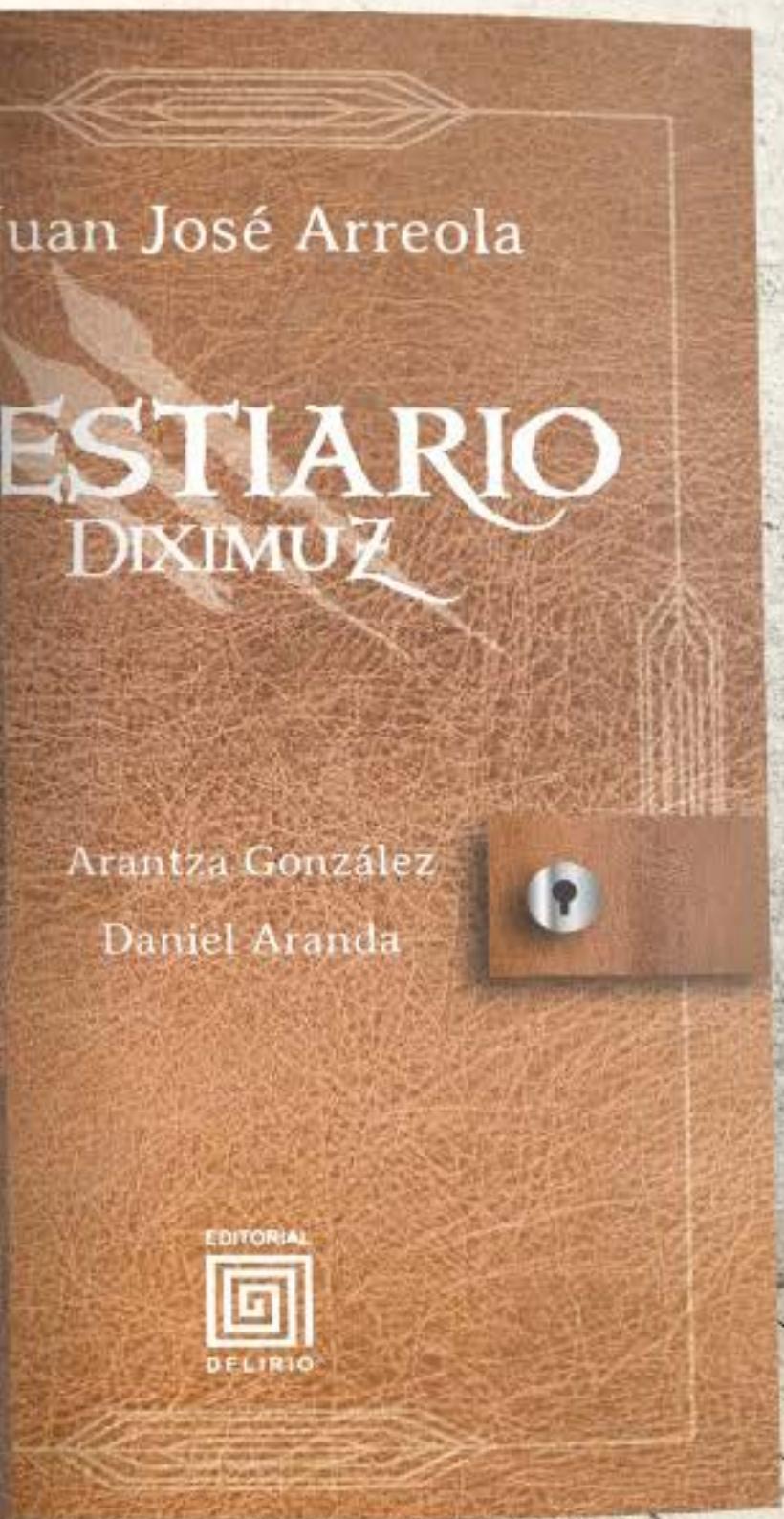
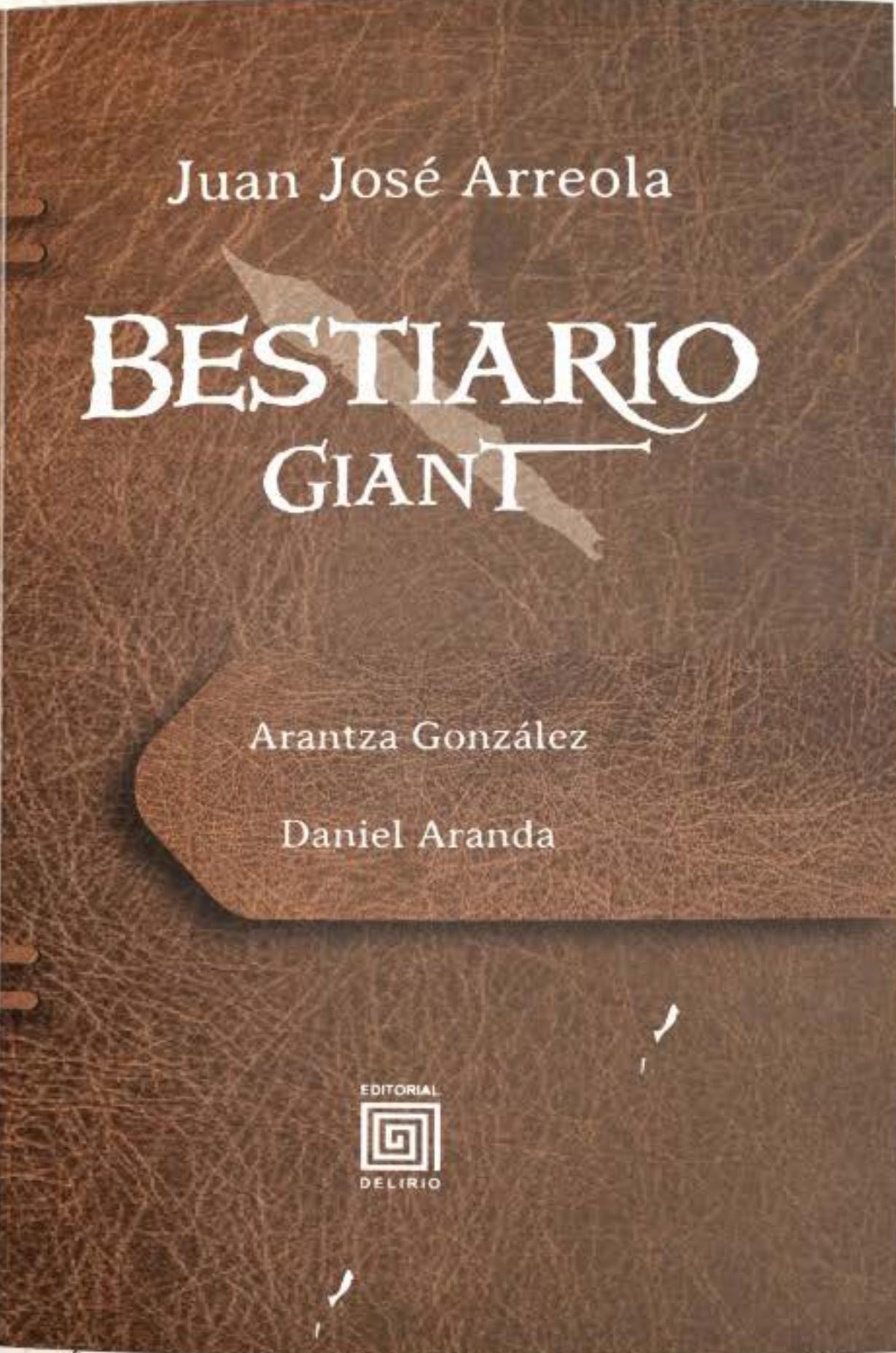
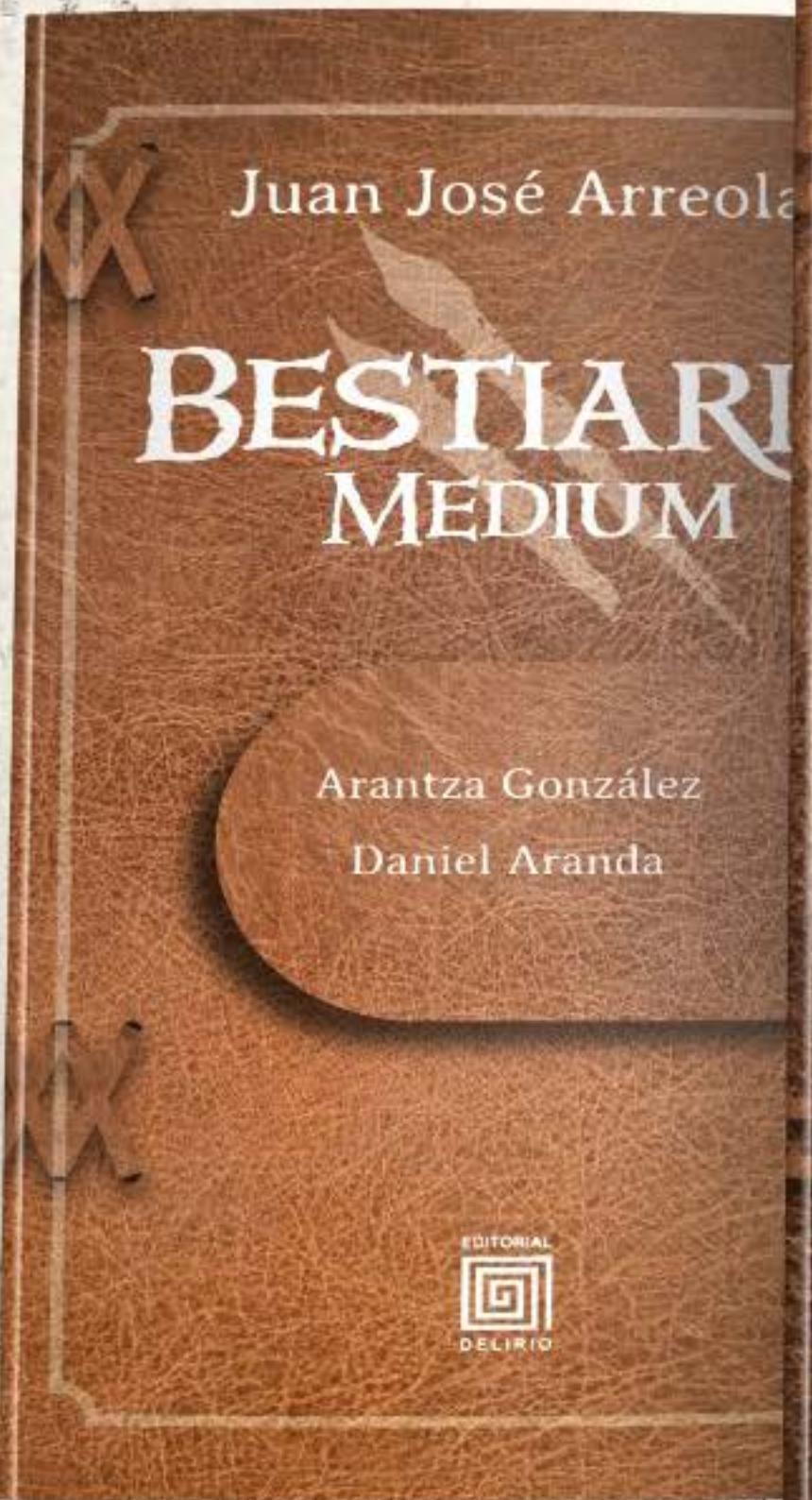
Se escogió el tamaño del libro en base a el estándar para poder ser fácil de llevar y sostener por un niño, seleccione el tipo de impresión además de ajustar la impresión adecuadamente para que no existiera problemas de corte en esté.

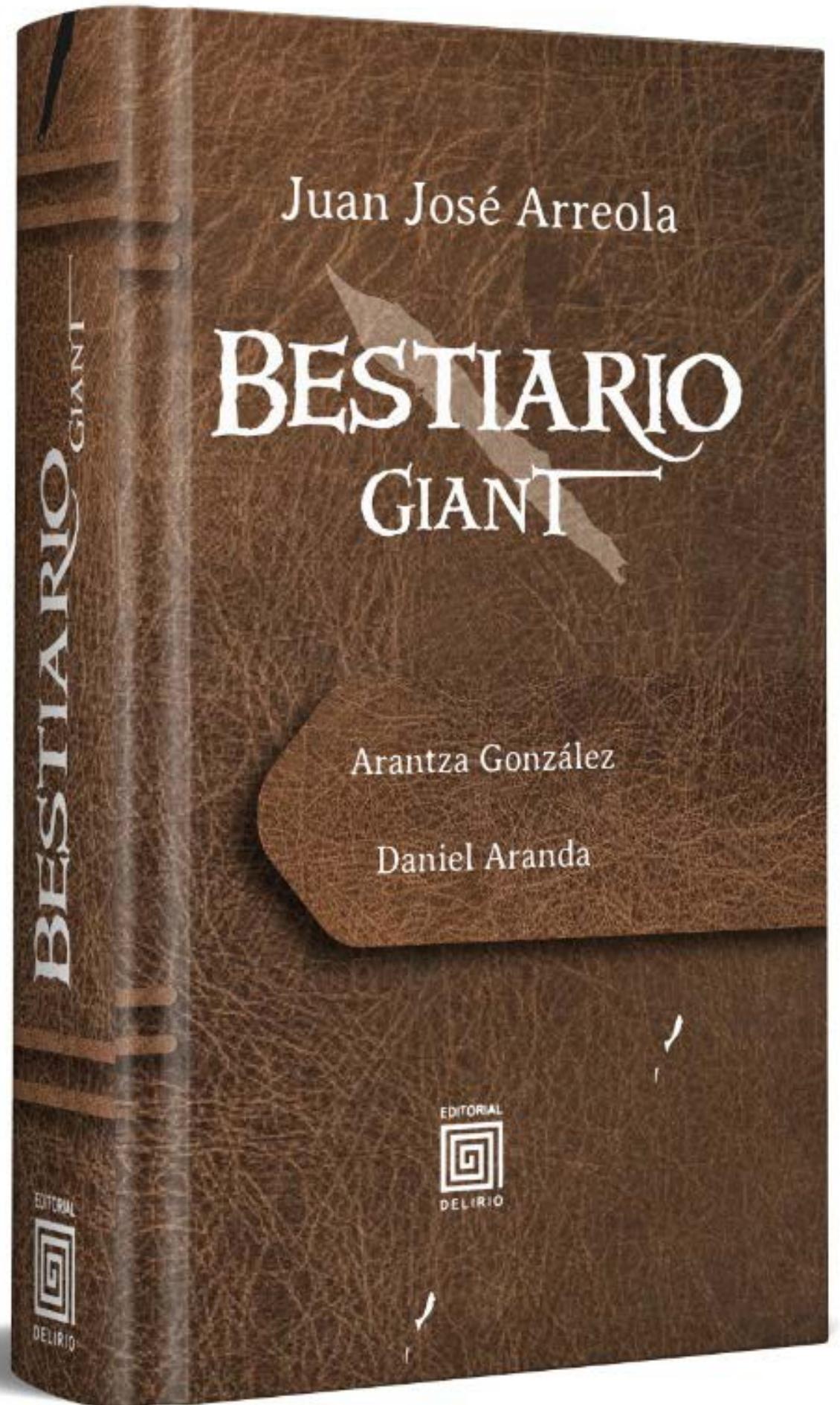
Hice el encuadernado y empastado a mano, por lo que tambien aprendí a realizar este tipo de trabajos.

Blacky me dejó un buen sabor de boca y me pareció divertidísimo el proyecto.

Aplicaciones gráficas







Bestiario

2018

Diseño Editorial

El libro el bestiario de Juan José Arreola, es un libro pequeño que cuenta cómo ve Arreola a diferentes animales, un pequeño compendio de bestias narradas físicamente por Juan, con su característica forma de hablar. Este es uno de esos proyectos que recuerdo con cariño debido al esfuerzo que le puse para poder llevar a cabo mi visión del proyecto.

El encargo de este libro fue por parte de la materia de diseño editorial. El trabajo se hizo de manera grupal entre binas y el concepto que decidimos utilizar viene de la idea de los investigadores biólogos, tomando anotación y haciendo exploraciones para conocer el estilo de esta categoría.

Decidí utilizar el cuento de Erika porque me pareció sumamente interesante.

16

EL SAPO

... • ...

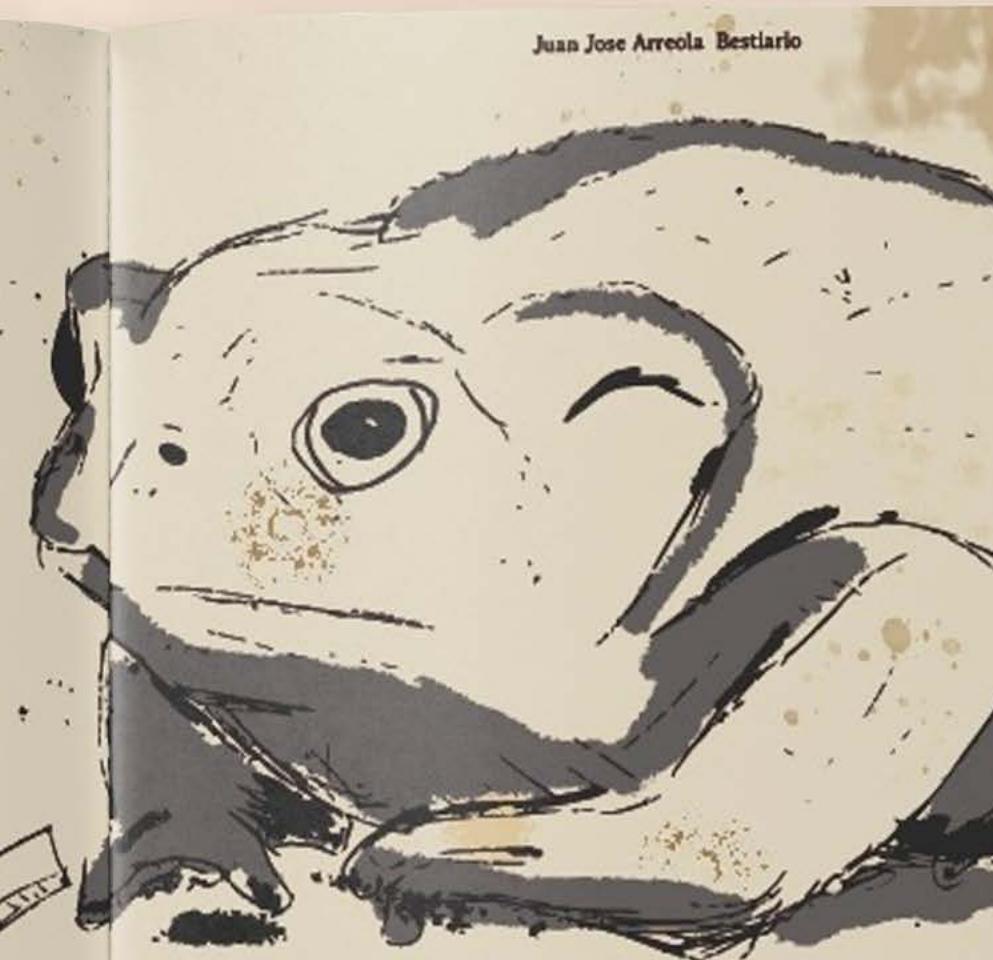
de vez en cuando, sólo para comprobar su radical estático. El tiene algo de latido: viéndolo bien, el sapo es todo corazón. Susto en un bloque de lodo frío, el sapo se sumerge en el agua como una lamentable crisálida. Se despierta en primavera, convenciente de que ninguna metamorfosis se ha operado en él. Es más que nunca, en su profunda desecación. Aguarda en silencio las primeras lluvias.

buen día surge de la tierra blanda, pesado de humedad, henchido de savia rencorosa, como un corazón tirado al suelo. En su actividad esfinge hay una secreta proposición de canje, y la fealdad del sapo aparece ante nosotros con una abrumadora cualidad de espejo.



14

15



Problemática

En este caso el libro álbum debía ser ilustrado y diseñado por mí, tenía que tener un mínimo de 16 páginas más los elementos característicos del libro álbum como sus portadas, se diseñó unas guardas, el diseño de personajes, ilustración, diseño de página de datos entre otras cosas que eran parte de los entregables para el proyecto.

Resolución

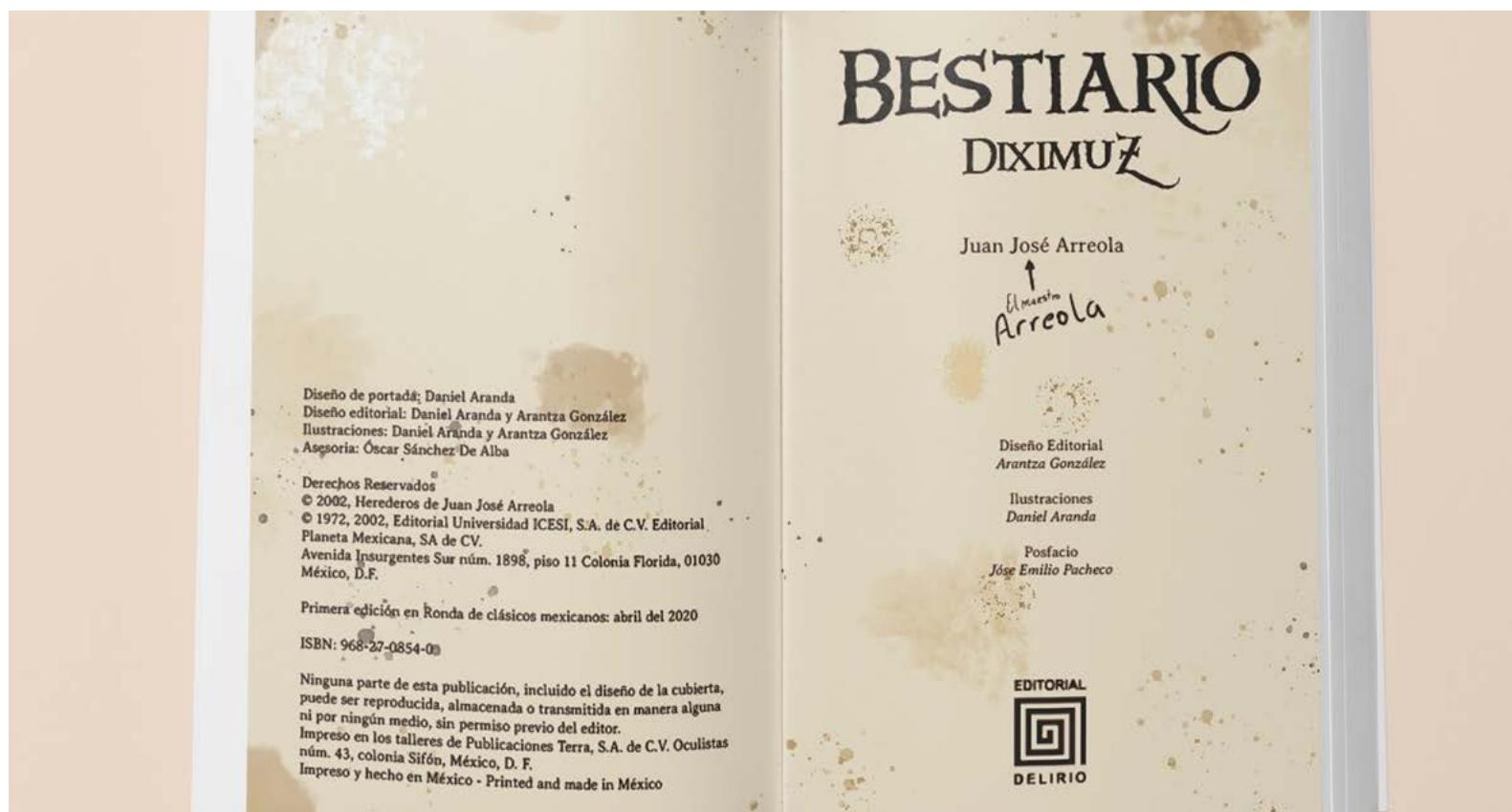
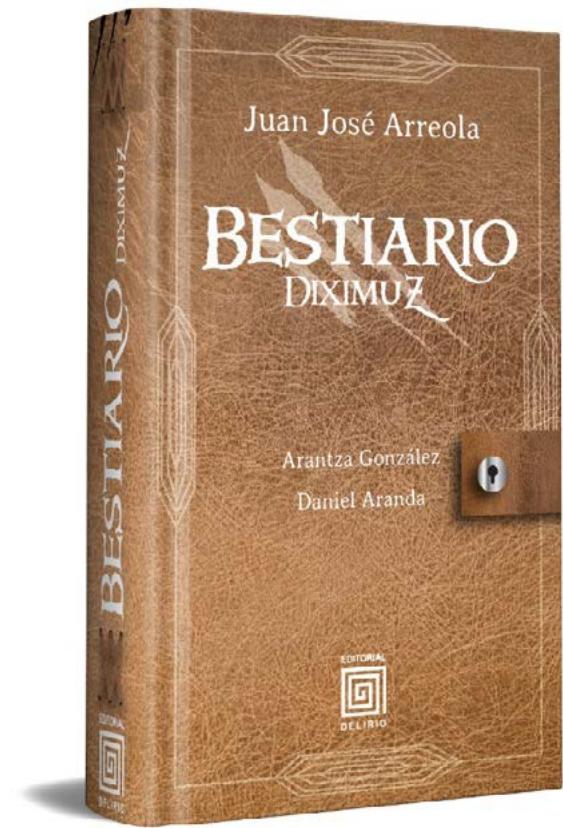
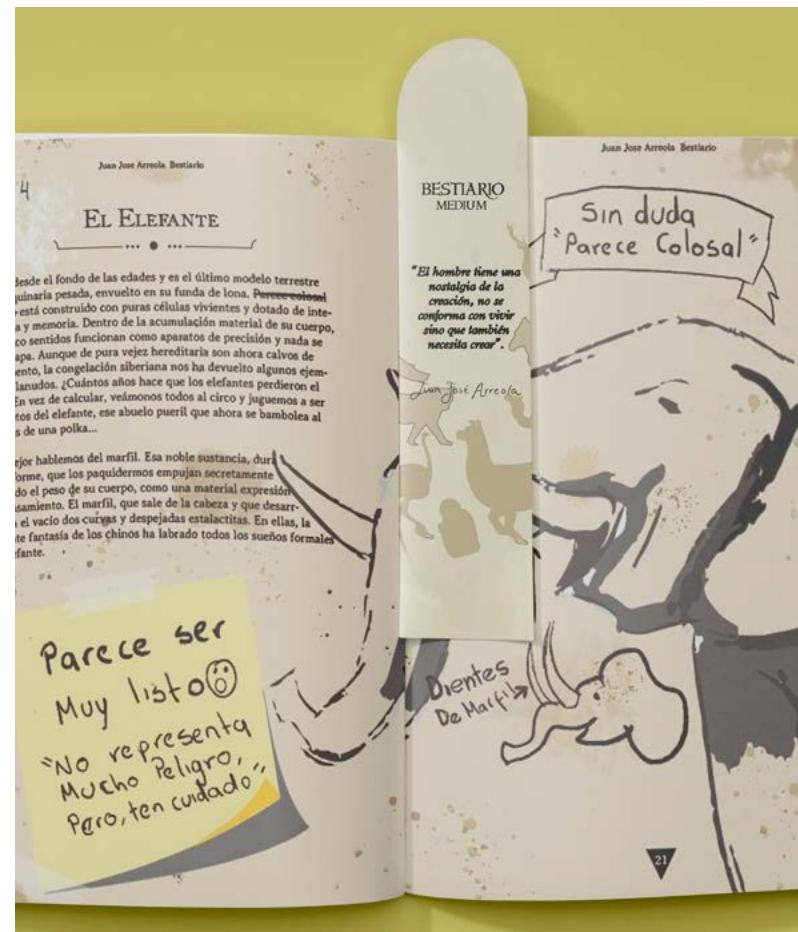
Dentro del papel que tuve que hacer, tenemos, el diseño de los personajes, tuve que convertirme en un ilustrador infantil, además de diseñar la retícula y seleccionar el sistema visual, como lo es la colorimetría y la selección tipográfica.

Se escogió el tamaño del libro en base a el estándar para poder ser fácil de llevar y sostener por un niño, seleccione el tipo de impresión además de ajustar la impresión adecuadamente para que no existiera problemas de corte en esté.

Hice el encuadrado y empastado a mano, por lo que también aprendí a realizar este tipo de trabajos.

Blacky me dejó un buen sabor de boca y me parecio divertidísimo el proyecto.

Aplicaciones gráficas





Social Media Unisun

Está es la manera en que se muestra directamente como se ve la pagina UNISUN



Unisun

2018
Diseño Editorial

Unisun es una escuela online de certificaciones en la que se ofrecen diferentes cursos, se especializan en dar su certificación a personas que no tuvieron la oportunidad de estudiar en su momento, facilitando sus trámites y agilizando su tiempo.

Unisun llegó a mi ya que el dueño de UVIC que ya había trabajado con el anteriormente en la identidad de su escuela, le agradó mi trabajo y decidió contratarme para su otra escuela de certificaciones, realizando su contenido para redes sociales. Actualmente he trabajado algunas otras aplicaciones para esta empresa, entre ellas, el diseño de sus cordones para gafetes corporativos, el rediseño de carpetas institucionales, infografías institucionales entre otras cosas.



Problemática

Unisun tenía un gran problema de identificación en sus redes, no era conciso con sus mensajes, y tampoco tenía mucha idea de qué hacer con su marca, por lo que dentro de su anterior actividad en redes, había diferentes elementos y diferentes sistemas de comunicación que hacían un ruido visual.

Decidí intervenir implementando un sistema modular, y haciendo una regla de utilización de la marca que se encontrará en los cuadrantes exteriores superiores e inferiores, además seleccioné el estilo gráfico que tendría toda su comunicación, la selección tipográfica, el uso del color en base a su manual de identidad, entre otras cosas.

Resolución

En este caso hice uso de su manual de marca, para poder llevar a cabo la mayoría de las aplicaciones y usos que ya se habían pactado anteriormente con el diseñador de identificador gráfico, además intenté dar un orden de formato en el cual se presentaría la marca.

Implementé una tipografía que sería utilizada en todas sus publicaciones de manera concisa, además de la creación de algunos elementos auxiliares que servirían para dar más vida a las publicaciones.

Aplicaciones gráficas

