

Trabajo Práctico
FINAL



Alumno: Palma Juan Manuel
Profesora: Feijóo, Cecilia
Introducción al Diseño Gráfico

Diseño Web, 1b, TN

◆ 2018 ◆



Trabajo Práctico Final

Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Introducción al Diseño Gráfico

Construcción de la imagen / Construcción del mensaje

Objetivos:

Comprendión de los distintos elementos y relaciones que componen una pieza gráfica.

Desarrollo de la observación del espacio gráfico y estructura, teniendo en cuenta el contenido comunicacional de la pieza.

Introducción a relaciones entre lenguaje escrito y formas gráficas.

Partiendo del relevamiento que se realizó en los TP de la cursada, siendo el tema “*Barrios*”, el estudiante desarrollará las siguientes piezas graficas:

Etapa A: *Landing Page promocionando el barrio*

Etapa B: *3 medidas diferentes de un banner (estático) pensado para publicarse en páginas de internet.*

Condición de entrega: *Archivos PDF*

IMPORTANTE

El pedido responde a un mínimo necesario para *aprobar el final*.

El examen se defenderá oral explicando el trabajo realizado con lenguaje específico de la materia, dado durante los teóricos de la cursada.

El estudiante podrá desarrollar otras piezas graficas que crea convenientes para agregar al trabajo.

Isologo del barrio



**Paleta de colores utilizada**

HEX	#0066ff	HEX	#fce733	HEX	#e72019	HEX	#095c15	HEX	#282828
RGB	0 102 255	RGB	252 231 51	RGB	231 32 25	RGB	9 92 21	RGB	40 40 40
HSV	216 100 100	HSV	54 80 99	HSV	2 89 91	HSV	129 90 36	HSV	0 0 16
CMYK	100 60 0 0	CMYK	0 8 80 1	CMYK	0 86 89 9	CMYK	90 0 77 64	CMYK	0 0 0 84

Los colores empleados para el sitio web son los mismos que los empleados en el isologó. Son colores primarios y secundarios. La combinación del amarillo, rojo y azul es una *triada equidistante*. El verde con el rojo son *complementarios*. Está compuesto también por 2 colores cálidos y 2 colores fríos. Y el negro (o charleston green), actúa como color *comodín*, para que el lema del barrio no se pierda con los otros colores.

El azul y amarillo fueron elegidos por los colores de Atlanta, club del barrio.

El rojo, porque era el color del clavel que tenía Pugliese en su piano. Además, es un color pasional

Fuente Utilizada

Roboto Tipo sans-serif.



Trabajo Práctico Final

Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Banners web estáticos

Leaderboard (728 x 90)



Large Rectangle (336 x 280)



Wide Skyscraper (160 x 600)



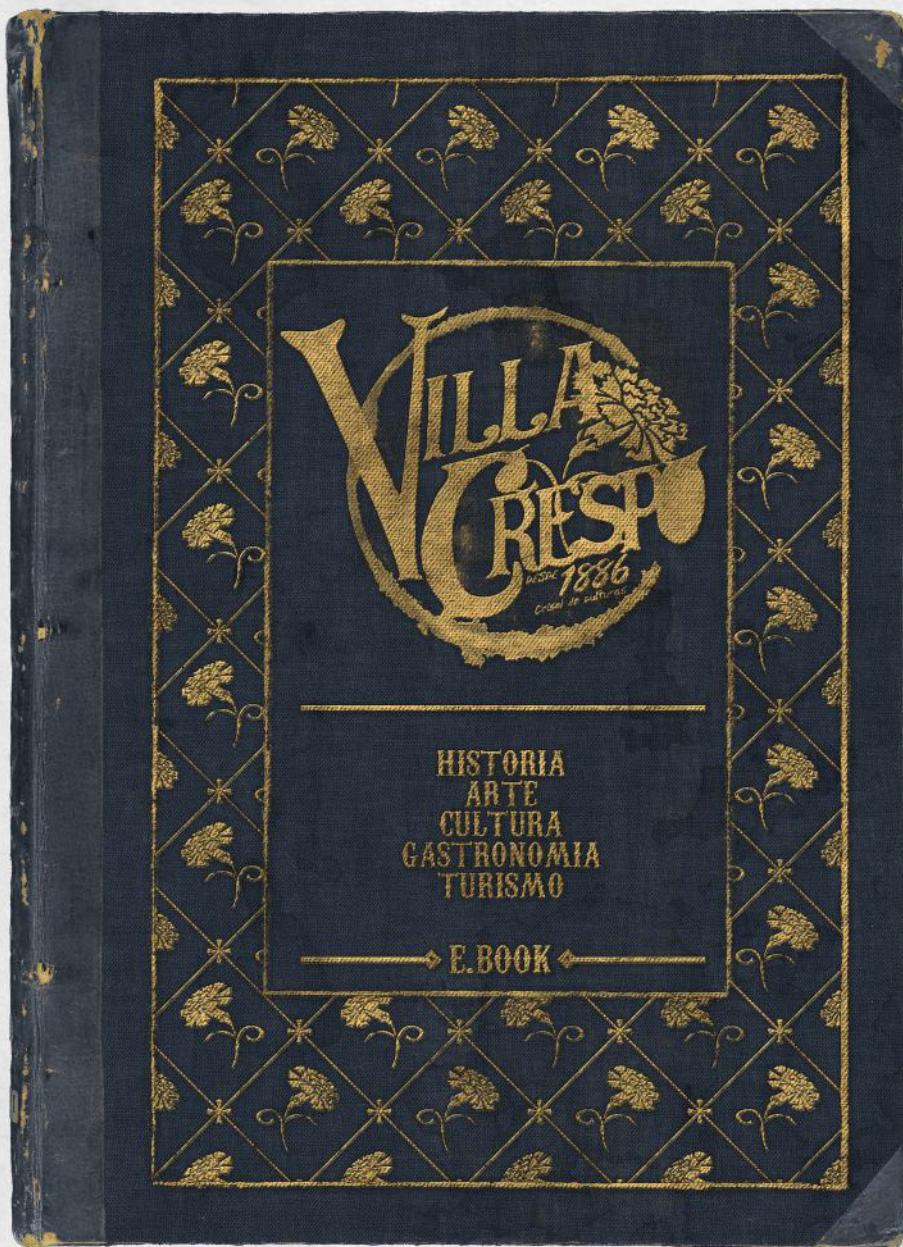
Medium Rectangle (300 x 250)



Mobile Banner (320 x 50)





Portada e-book

La idea es acompañar el sitio web y su historia con un e-book. El formato de portada recrea a los libros de principio de siglo, para reforzar la idea de que es un barrio con historia y por el otro lado, para darle ese toque vintage que hoy es frecuente en los bares y restaurants de la zona.

Es un libro digital de libre descarga



Trabajo Práctico Final

Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Landing Page

VILLA CRESPO

[DESCARGÁ EL E-BOOK](#) [APRENDER MÁS](#)



GASTRONOMÍA

El barrio tiene un dicho. "Una excelente comida viene acompañada de una buena compañía". Ponemos la comida, vos la compañía.



DEPORTE

Nuestro querido Club Atlético Atlanta, los llamados "Bohemios" representan la pasión por el fútbol tan famosa en los argentinos.



ARTE

Pugliese ya es un fenómeno de culto para la buena suerte. El tango como sonido y el graffiti como lo visual hacen del barrio una experiencia única.



TODOS PARA UNO

No somos un barrio más. Somos un barrio único por las personas que lo forman.

NUESTRA HISTORIA

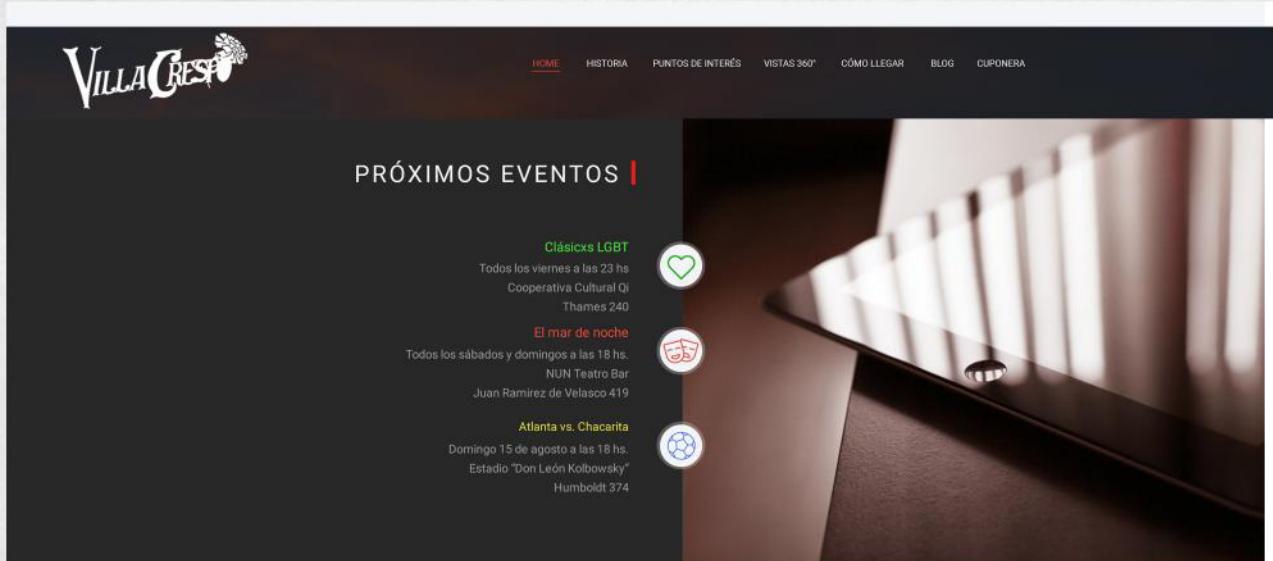
Villa Crespo es uno de los barrios mas antiguos de la Ciudad de Buenos Aires. Nacido en 1886, demostró a lo largo de su historia ser un punto de encuentro y convivencia entre distintas costumbres y religiones. Dicen que Villa Crespo fue la primera Villa de Buenos Aires, porque se proyectó con escuela, plaza, iglesia y registro civil. Esto supuso, como resultado, una variada y rica comunidad de personas que permitieron forjar una identidad única para el barrio. Te invitamos entonces a que leas un poco más en detalle la historia de este barrio, su crecimiento, el periodo de estancamiento que sufrió como así también el resurgimiento gracias a la acción de los vecinos, para volver a ser el barrio *crisol de culturas* como siempre fue.

[DESCARGAR E-BOOK](#)

Trabajo Práctico Final

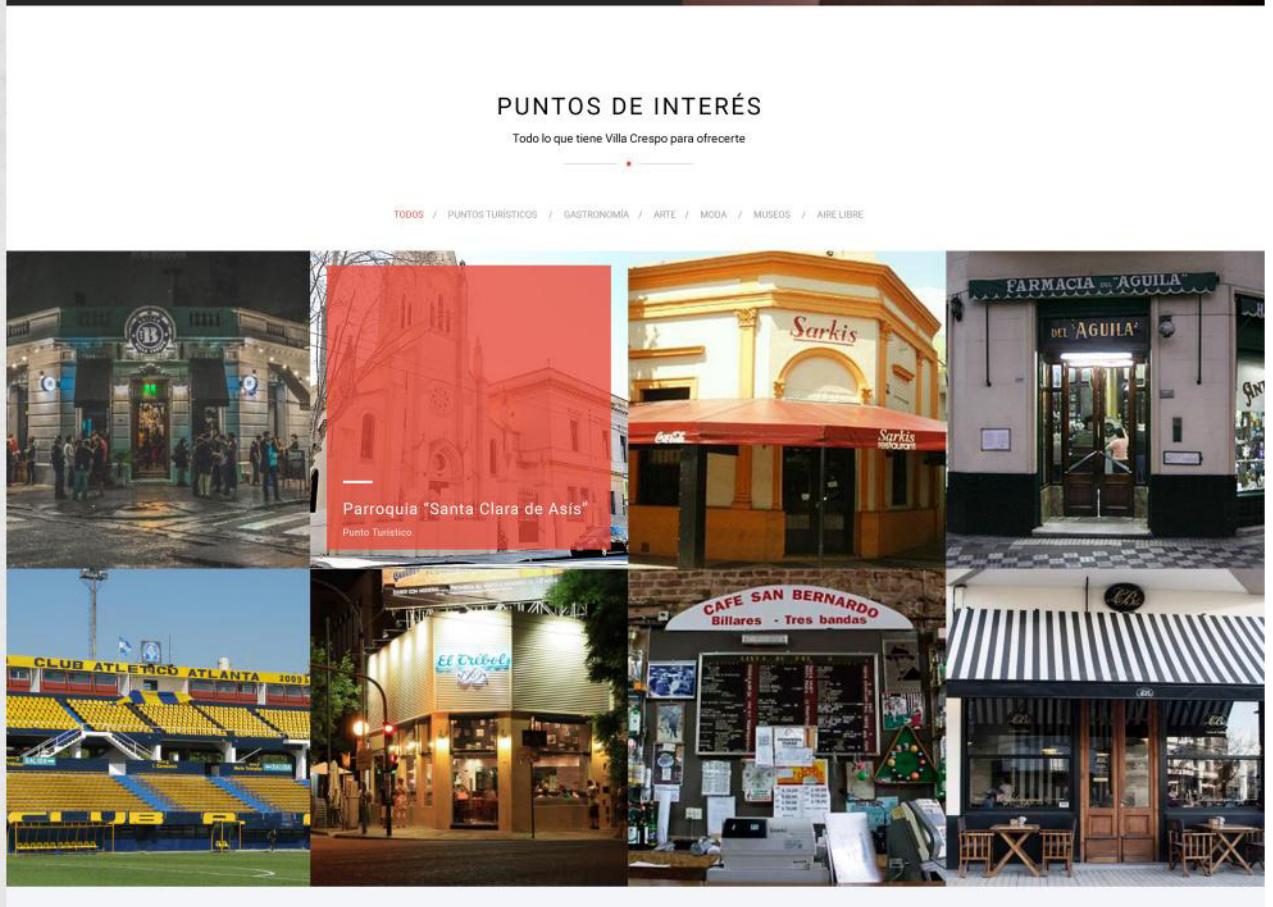
Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Landing Page



PRÓXIMOS EVENTOS

- Clásicxs LGBT**
Todos los viernes a las 23 hs.
Cooperativa Cultural Qi
Thames 240
- El mar de noche**
Todos los sábados y domingos a las 18 hs.
NUN Teatro Bar
Juan Ramírez de Velasco 419
- Atlanta vs. Chacarita**
Domingo 15 de agosto a las 18 hs.
Estadio "Don León Kolbowsky"
Humboldt 374



PUNTOS DE INTERÉS
Todo lo que tiene Villa Crespo para ofrecerte

TOPOES / PUNTOS TURÍSTICOS / GASTRONOMÍA / ARTE / MODA / MUSEOS / AIRE LIBRE









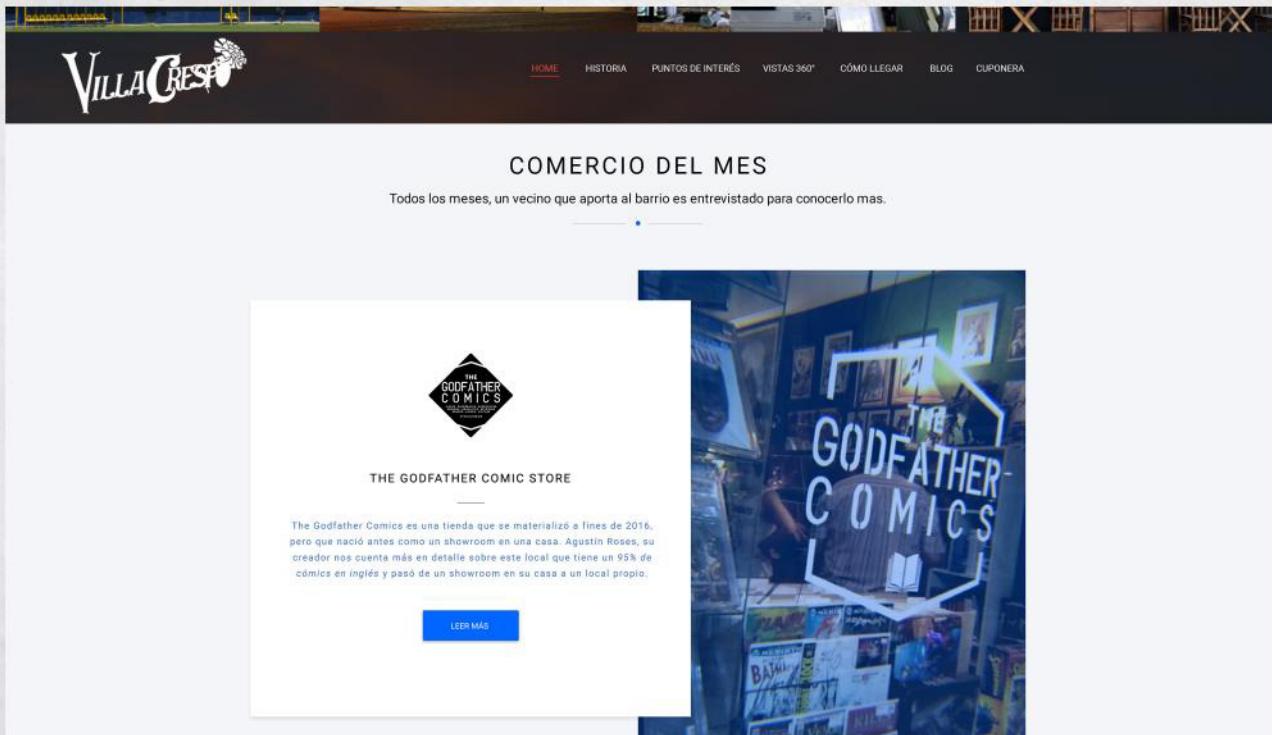




Trabajo Práctico Final

Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Landing Page



COMERCIO DEL MES

Todos los meses, un vecino que aporta al barrio es entrevistado para conocerlo mas.



THE GODFATHER COMIC STORE

The Godfather Comics es una tienda que se materializó a fines de 2016, pero que nació antes como un showroom en una casa. Agustín Rosés, su creador nos cuenta más en detalle sobre este local que tiene un 95% de cómics en inglés y pasó de un showroom en su casa a un local propio.

[LEER MÁS](#)





Índice	Datos
Habitantes	+89800
Comercios	+2800
Lugares de interés	+600
Hoteles	178
años de cultura	132

VISTAS 360°

Una breve vista 360° de algunos de los lugares más notables del barrio.



FARMACIA DEL ÁGUILA



C.A. ATLANTA

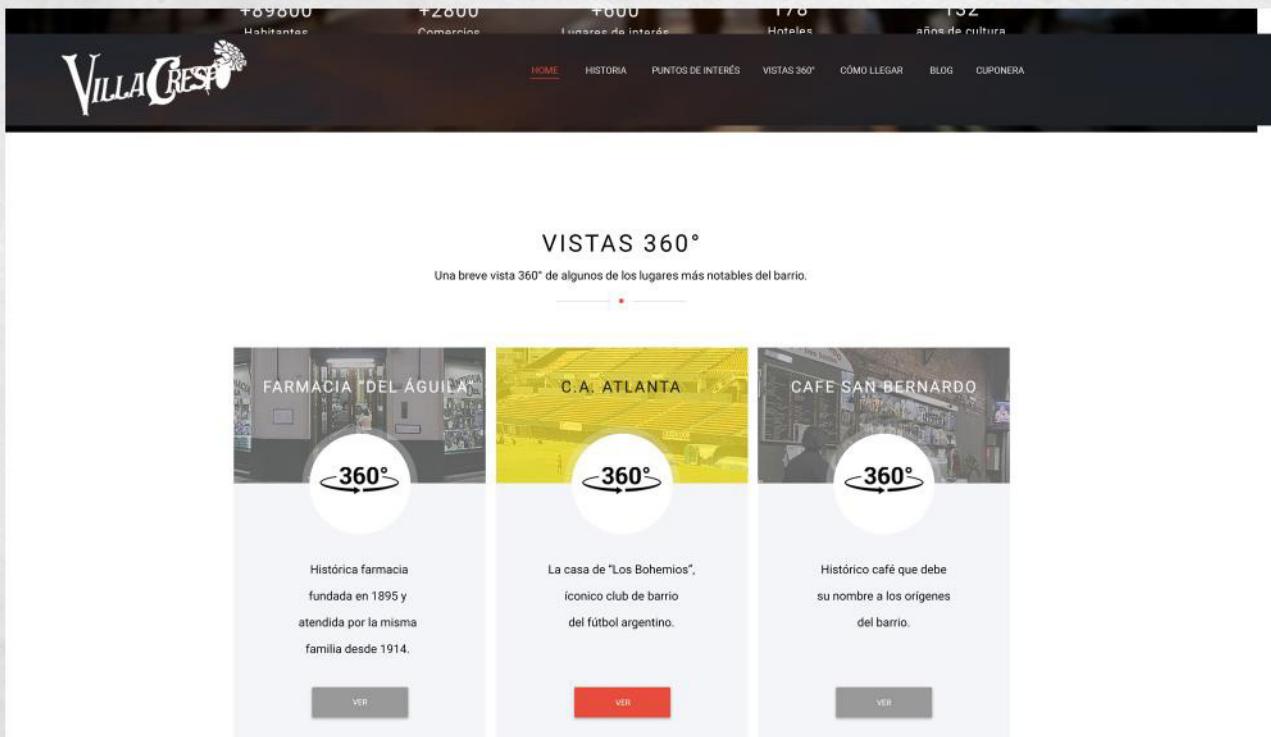


CAFÉ SAN BERNARDO

Trabajo Práctico Final

Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Landing Page



The screenshot shows the homepage of the Villa Crespo website. At the top, there's a dark header with the website's name "VILLA CRESPO" and various statistics: 789000 Habitantes, 72600 Comercios, 7600 Lugares de interés, 170 Hoteles, and 152 Años de cultura. Below the header, there's a navigation menu with links to HOME, HISTORIA, PUNTOS DE INTERÉS, VISTAS 360°, CÓMO LLEGAR, BLOG, and CUPONERA. The main content area features a section titled "VISTAS 360°" with three cards, each showing a thumbnail image and a "360°" button:

- FARMACIA DEL ÁGUILA**: A historic pharmacy founded in 1895, attended by the same family since 1914.
- C.A. ATLANTA**: The house of "Los Bohemios", iconic club of the neighborhood.
- CAFE SAN BERNARDO**: A historic cafe named after the origins of Argentine football.

Below each card is a "VER" button. The "C.A. ATLANTA" card has a red "VER" button, while the others are grey. The footer of the page features a map titled "CÓMO LLEGAR" showing transportation routes like Subte Linea B and bus stops, with a yellow curved line indicating a route. The footer also includes a section titled "QUIENES COLABORAN CON EL SITIO" with the note "Comercios, empresas, grupos, clubes, vecinos, murgas, bandas, todos aportan".

Trabajo Práctico Final

Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Landing Page

VILLA CRESPO

Estación Matabia
(Osvaldo Pugliese)

HOME HISTORIA PUNTOS DE INTERÉS VISTAS 360° CÓMO LLEGAR BLOG CUPONERA

QUIENES COLABORAN CON EL SITIO

Comercios, empresas, grupos, clubes, vecinos, murgas, bandas, todos aportan algo para hacer que Villa Crespo tenga bien ganado su "Crisol de culturas".

NUESTRO BLOG

Novedades del barrio, noticias, alertas y otras cosas que aportan a la pluralidad del mismo.

eventos / cocina
TOUR AVC DEL PASTRÓN
El sitio web amigo "Amo Villa Crespo" lanza su 4ta edición del Tour del Pastrón. Visitarán lugares seleccionados del barrio que preparan pastrón y hot pastrami. Compartirán historias, recetas y secretos de mano de sus protagonistas.
[Leer Más](#)

barrio / actividades
VACACIONES DE INVIERNO
En esta nota te compartimos información útil para que puedas salir con la familia en estas vacaciones de invierno, con actividades para todas las edades.
[Leer Más](#)

cultura / música
LA RUTA DEL TANGO
Cómo no empezar esta ruta mencionando al más grande, Pugliese. El maestro que es ante todo tango, pero también talento, humildad y cooperativismo. El santo pagano, el anti-mufa, el ícono que llevamos como estampita, aquel apellido repetido tres veces que se hace eco en las calles del barrio.
[Leer Más](#)

top 5 / amigo del barrio
TOP 5: JULIÁN KARTUN
Este mes es el turno de Julián Kartun, nuestro amigo del barrio, donde nos recomienda sus 5 lugares favoritos de Villa Crespo. Te invitamos a que los descubras en esta nota.
[Leer Más](#)

ESTEMOS EN CONTACTO

Trabajo Práctico Final

Alumno: Palma, Juan Manuel - Profesora: Feijóo, Cecilia María

Landing Page



ESTEMOS EN CONTACTO

¿Querés saber más del barrio? ¿Saber cuando va a haber ofertas? Te invitamos a que te suscribas a nuestro Newsletter o nos visites en nuestras redes sociales.

NUESTRA DIRECCIÓN

Avenida Córdoba 5690 (C1414)
Buenos Aires, Argentina

LLAMANOS

+ 5411 4711 - 1960
+ 5411 4711 - 1961

E-MAIL

turismo@villacrespo.com.ar

Nombre:

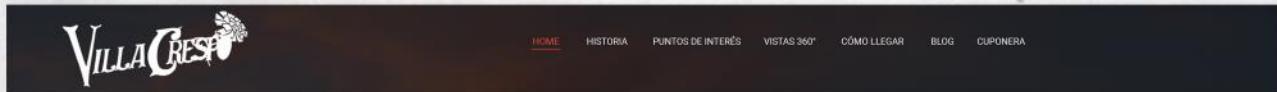
Email:

Asunto:

Mensaje:



Landing Page



La landing page del barrio se buscó hacer con un estilo minimalista y simple. Es por eso, que las figuras empleadas en su diseño son del *tipo geométricas*, salvo el caso del mapa sobre como viajar que es una *figura orgánica*. Si se empleó el uso de *interrelaciones de las distintas figuras* para el armado del sitio.

La sensillez del diseño resalta y atrae por los colores empleados y la integración del blanco termina de cerrar el concepto minimalista que se buscó al plantear el diseño del sitio.

Los íconos empleados en la primer sección son contenedores con *forma accidental*, dado que corresponde al enfoque de diseño que se tuvo del logo del barrio a la hora de realizarlo.

Los banners siguen el mismo esquema que el sitio, para que el Sistema que se diseñó sea uniforme y en el internauta que visite el sitio a través de un banner, no sienta que ingresó a un sitio equivocado.

El foco de los banners está en las salidas gastronómicas con amigos, pareja, etc, donde se focaliza en la variedad y excelencia de los productos que ofrece Villa Crespo, y que para termine de ser excelente, es el usuario con su acompañante el que lo hace.



FIN