Arquitecto (UMSA ‘23) y diseñador gráfico (ATENEA ‘25), fusiono la lógica espacial con la comunicación visual efectiva. Mi pasión es abordar problemas complejos a través de la investigación y el diseño funcional y estético.

Arquitectura y
diseño gráfico

JoACKo333@gmail.com
+591 78834651

La Paz,
Bolivia

© 2026
PORTAFOLIO

JOAQUIN MAX CUEVAS VENTURA

PORTAFOLIO
2026

Arquitectura y
diseño gráfico

© Joaquin Max Cuevas Ventura
Todos los derechos reservados

Prohibida la reproducción total
o parcial sin autorización.

Joaquin Max
Cuevas Ventura

11 de agosto de 1993
La Paz, Bolivia

JoACKo333@gmail.com
+591 78834651

FORMACIÓN ACADÉMICA

2025
TÉCNICO SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO
Instituto Técnico Atenea

2023
DIPLOMADO EN ARQUITECTURA Y GESTIÓN BIM BÁSICO
Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

2023
LICENCIATURA EN ARQUITECTURA
Facultad de Arquitectura, Artes, Diseño y Urbanismo
Universidad Mayor de San Andrés

2010
BACHILLER EN HUMANIDADES
Unidad Educativa San Antonio de Padua

EXPERIENCIA LABORAL

Febrero - Diciembre 2025
LAb PAZ - Do Tank de I+D+E+i+t+a+s
Pasantía en diseño gráfico y arquitectura

Septiembre 2024 - Septiembre 2025
CBI
Arquitecto de proyecto (Plan maestro COFAR)

Julio - Octubre 2024
PROGRAMA GAMLP - CPEM - ATENEA
Consultor identidad visual (MiPyMES)

Septiembre - Diciembre 2023
ARD'CO
Arquitecto colaborador (Restauración patrimonial)

Febrero 2019 - Febrero 2021
MÁRMOLES & GRANITOS UYUNI
Inspección, diseño y asesoramiento técnico

Enero 2018 - Febrero 2019
ÁRBOL Estudio de Arquitectura
Arquitecto proyectista

Noviembre 2017
Arq. Ramiro Soza
Cadista

EXPERIENCIA ADICIONAL

2015 - Actual
Banda de Rock/Punk, THE SIX
Diseño de identidad visual, afiches, artes y empaque del primer EP

2018 - 2021
ARQUICINEMA, FAADU, UMSA
Diseñador y coordinador del club de cine y arquitectura

Julio 2018
OLIMPIADAS ESPECIALES BOLIVIA
Voluntariado en el comité de fotografía - XVI Juegos Nacionales

2017
Carrera de Arquitectura, FAADU, UMSA
Colaboración en la organización de re acreditación

Arquitectura
09-30

Diseño gráfico
31-82

1a | Proyectos arquitectónicos

Proyectos residenciales
CASA DE RETIRO WALIPINI PÁG. 11

Proyectos educativos y culturales
ESCUELA DE CINE “35MM” PÁG. 15
INFOCENTRO “LAGUACAYO” PÁG. 21

2a | Investigación académica

TESIS DE GRADO PÁG. 27
“EL COLLAGE COMO HERRAMIENTA
PARA PROCESOS INICIALES DE DISEÑO”

a.

ARQUITECTURA

(Imagen) Perspectiva exterior general

CASA DE RETIRO WALLIPINI

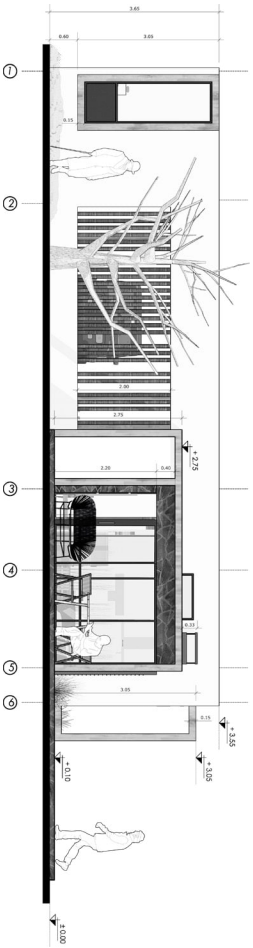
Ubicación:
Wallipini, Municipio de Tiahuanacu, Departamento de La Paz, Bolivia.
Año de desarrollo: **2016**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría: **Proyectos residenciales**
Área (m²): **150 m²**

El proyecto concibe un refugio introspectivo para una pareja, buscando la serenidad y la desconexión del bullicio urbano.

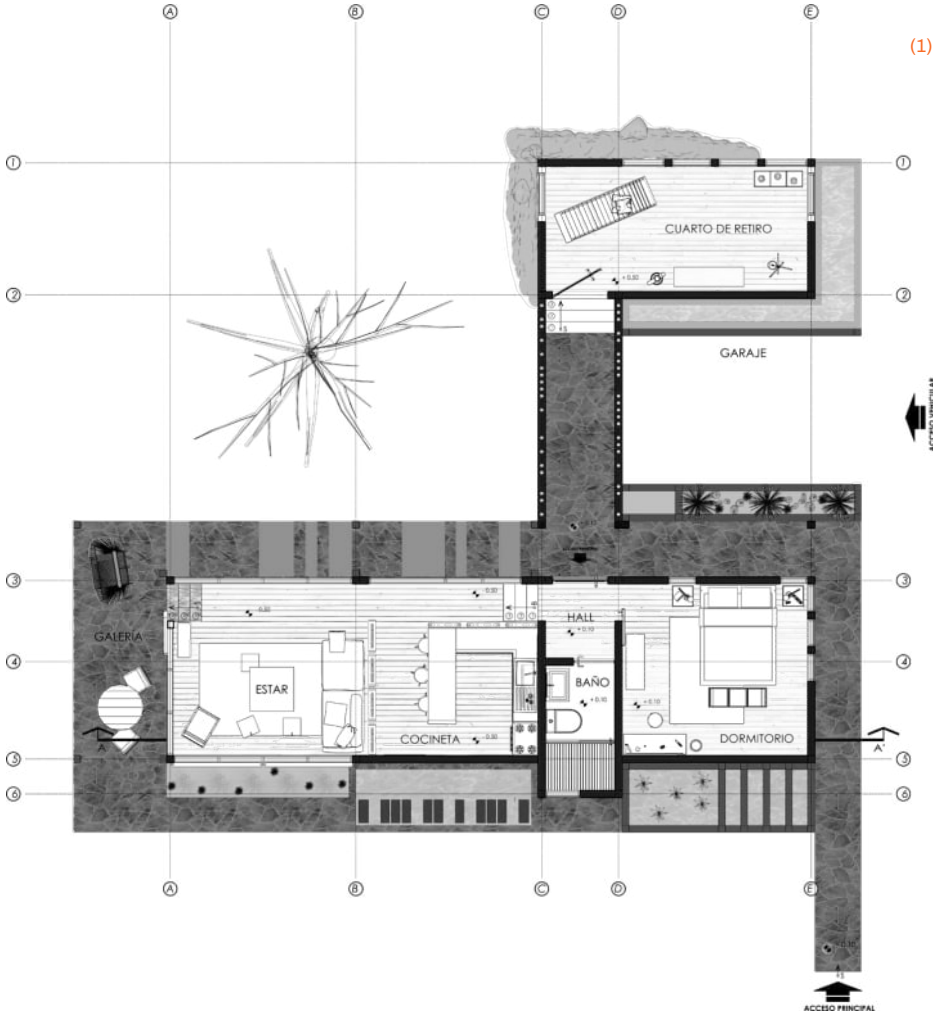
Se articula en dos volúmenes:

La vivienda principal, compacta y funcional; y un cuarto de retiro aislado, conectado por un recorrido que invita a la contemplación, fomentando una experiencia espiritual y conexión con el entorno.

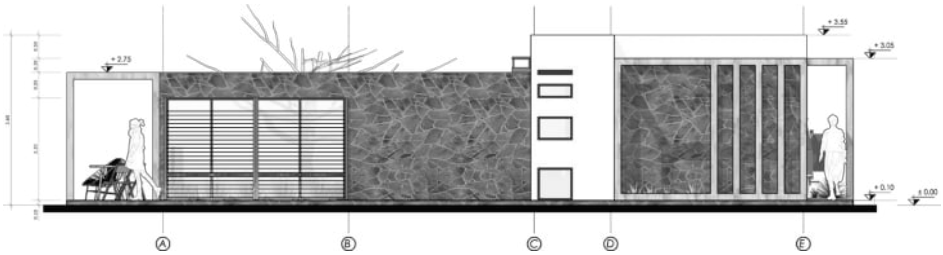
(2)



(1)



(3)

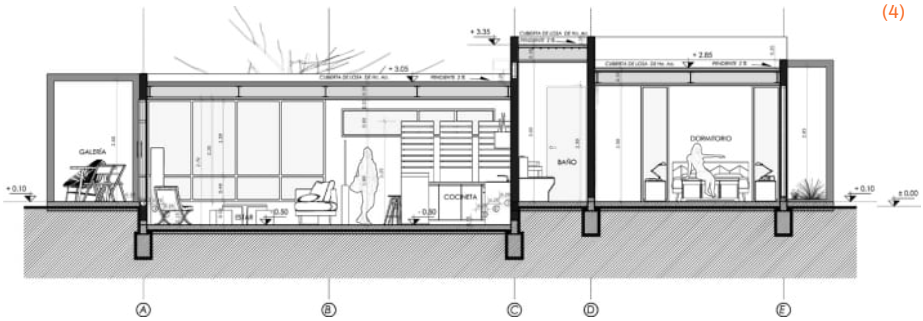


(1) Vista en planta
(2) Elevación sur
(3) Elevación oeste
(4) Corte longitudinal

Vivienda principal:
Hall de acceso, galería, estar-comedor-cocina, dormitorio, baño completo.

Anexos:
Cuarto de retiro independiente, garaje/ área semicubierta.

(4)



(5)

El diseño partió de un análisis contextual del clima y paisaje, seguido por experimentaciones formales mediante collages que exploraron configuraciones que transmitan la esencia de una residencia compacta, cálida e introspectiva, conectada con la naturaleza del lugar.

Situado en el altiplano paceño, el diseño responde al clima frío y los vientos fuertes mediante una volumetría compacta que conserva el calor, y aberturas orientadas para maximizar la ganancia solar pasiva.

El uso de materiales locales y texturas naturales busca mimetizar la edificación con el paisaje agreste.

Profundizando en la experiencia, el volumen blanco del cuarto de retiro simboliza la pureza mental buscada durante la introspección, mientras su conexión mediante un camino rectilíneo establece la transición entre vida cotidiana y meditación.

(6)

(5) Collage conceptual
(6) Perspectiva exterior
(7) Detalle conexión interior-exterior

(7)

(8) Interior estar-cocina
(9) Corredor de acceso (Vista desde el cuarto de retiro)
(10) Interior cuarto de retiro

Las estrategias de diseño implementadas se centran en la compacidad y el aislamiento térmico para la eficiencia energética; una zonificación introspectiva que separa programáticamente el “cuarto de retiro” con su corredor de acceso actuando de esclusa climática y el camino meditativo hacia el retiro; el uso de una materialidad local y expresiva con piedra, madera y ladrillo para otorgar identidad y calidez en diálogo con el entorno; y una conexión interior-exterior cuidada mediante vistas controladas, patios y la maximización de la luz natural.

SketchUp
(Modelado 3D y diseño volumétrico)

AutoCAD
(Documentación técnica y dibujo 2D)

D5 Render
(Visualización arquitectónica)

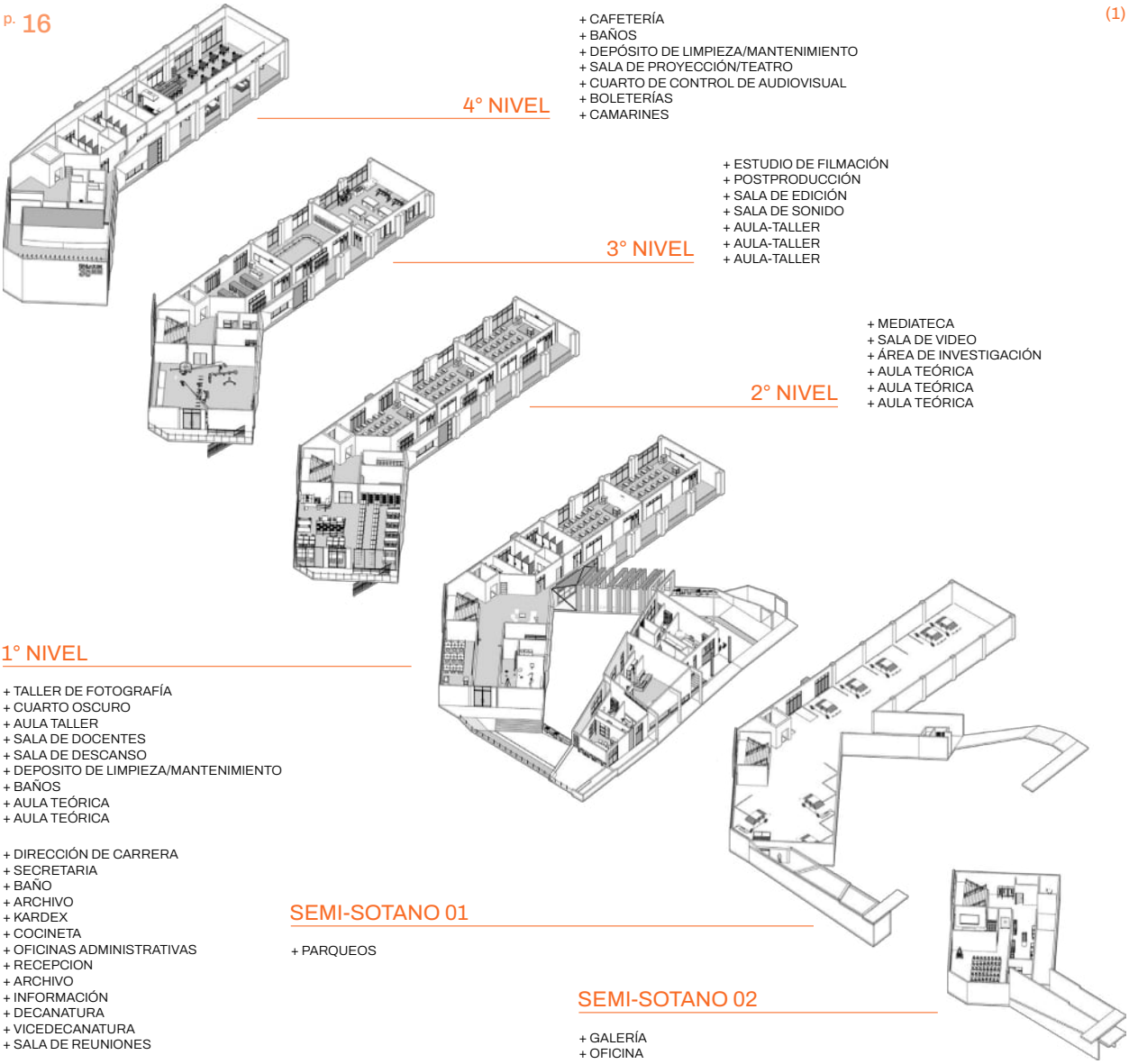
Photoshop
(Postproducción)

(Imagen) Perspectiva exterior general

ESCUELA DE CINE 35 MM

Ubicación:
Av. del Poeta,
Sector cultural próximo a Cinemateca Boliviana
Departamento de La Paz, Bolivia.
Año de desarrollo: **2018**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría: **Proyectos educativos y culturales**
Área (m²): **2,800 m²**

(1)



4° NIVEL

+ CAFETERÍA
+ BAÑOS
+ DEPÓSITO DE LIMPIEZA/MANTENIMIENTO
+ SALA DE PROYECCIÓN/TEATRO
+ CUARTO DE CONTROL DE AUDIOVISUAL
+ BOLETERÍAS
+ CAMARINES

3° NIVEL

+ ESTUDIO DE FILMACIÓN
+ POSTPRODUCCIÓN
+ SALA DE EDICIÓN
+ SALA DE SONIDO
+ AULA-TALLER
+ AULA-TALLER
+ AULA-TALLER

2° NIVEL

+ MEDIATECA
+ SALA DE VIDEO
+ ÁREA DE INVESTIGACIÓN
+ AULA TEÓRICA
+ AULA TEÓRICA
+ AULA TEÓRICA

1° NIVEL

+ TALLER DE FOTOGRAFÍA
+ CUARTO OSCURO
+ AULA TALLER
+ SALA DE DOCENTES
+ SALA DE DESCANSO
+ DEPOSITO DE LIMPIEZA/MANTENIMIENTO
+ BAÑOS
+ AULA TEÓRICA
+ AULA TEÓRICA

+ DIRECCIÓN DE CARRERA
+ SECRETARIA
+ BAÑO
+ ARCHIVO
+ KARDEX
+ COCINETA
+ OFICINAS ADMINISTRATIVAS
+ RECEPCION
+ ARCHIVO
+ INFORMACIÓN
+ DECANATURA
+ VICEDECANATURA
+ SALA DE REUNIONES

SEMI-SOTANO 01

+ PARQUEOS

SEMI-SOTANO 02

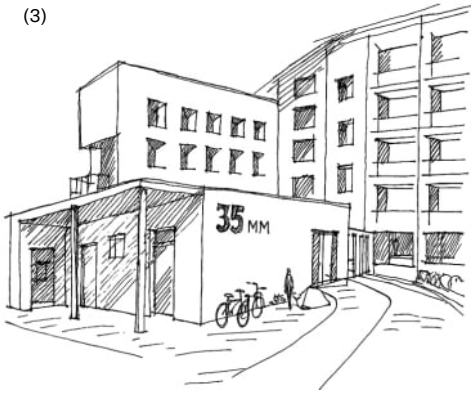
+ GALERÍA
+ OFICINA
+ DEPOSITO
+ SALA DE PRENSA
+ SALA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING
+ CUARTO DE MAQUINAS
+ GRUPO ELECTRÓGENO
+ TABLEROS ELÉCTRICOS

(1) Diagrama axonométrico: Programa y distribución vertical

(2) Vista exterior: Acceso principal y volumetría exterior

(2)

(3)



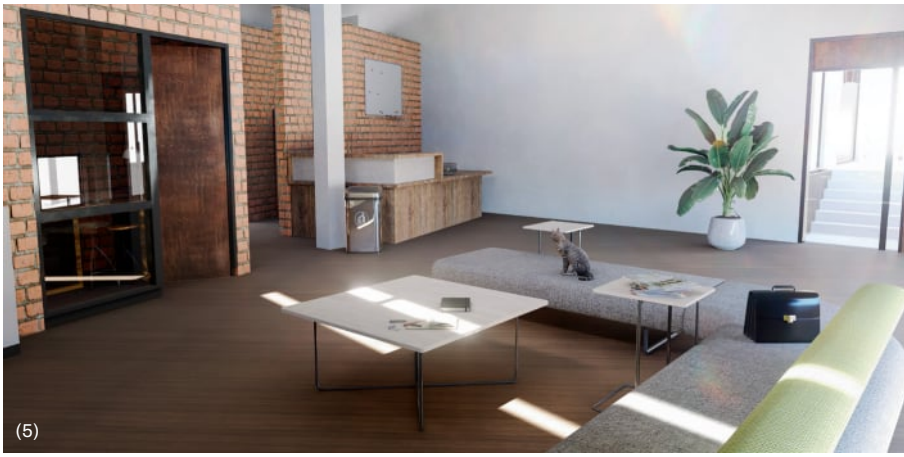
La conceptualización del proyecto parte de entender el cine como un reflejo crudo de la realidad, lo que se traduce en una arquitectura que expone sus materiales constructivos, sin recubrimientos que oculten su naturaleza.

Bloques puros conectados entre sí con gran presencia urbana articulan el programa de una escuela de cine contemporánea.

El collage sirvió como herramienta para explorar composiciones, yuxtaposiciones y materialidades, permitiendo integrar la propuesta con el contexto urbano paceño.

Se experimentó con la dialéctica entre los elementos naturales del contexto y los construidos, dando origen a un lenguaje arquitectónico cuya expresividad se define por los contrastes materiales, planos verticales y aperturas seriados.

(4)



(5)

(3) Exploración formal mediante boceto
(4) Exploración conceptual mediante collage
(5) Vista interior, recepción área administrativa
(6) Vista interior, vestíbulo área académica

El proyecto se implanta en un sector cultural consolidado de La Paz, estableciendo sinergias con equipamientos existentes como la Cinemateca, conservatorios de música y facultades de la UMSA. Su ubicación estratégica en una vía de segundo orden garantiza accesibilidad y visibilidad, aprovechando la topografía para generar múltiples accesos a diferentes niveles.

(6)

(7)

El proyecto surge como respuesta a la carencia de infraestructura adecuada para la formación cinematográfica en La Paz, donde las escuelas existentes operan en espacios improvisados.

(8)

(7) Vista interior, mediateca y zonas de estudio
(8) Vista interior, sala de reuniones / seminario
(9) Vista interior, aulas de formación teórica
(10) Vista interior, cafetería / comedor
(11) Vista interior, sala de proyección

SketchUp
(Modelado 3D y diseño volumétrico)

AutoCAD
(Documentación técnica y dibujo 2D)

D5 Render
(Visualización arquitectónica)

Photoshop
(Postproducción)

(9)

(10)

(11)

(12) Exploración formal mediante boceto / (13) Vista exterior, patio de acceso

(12)

(13)

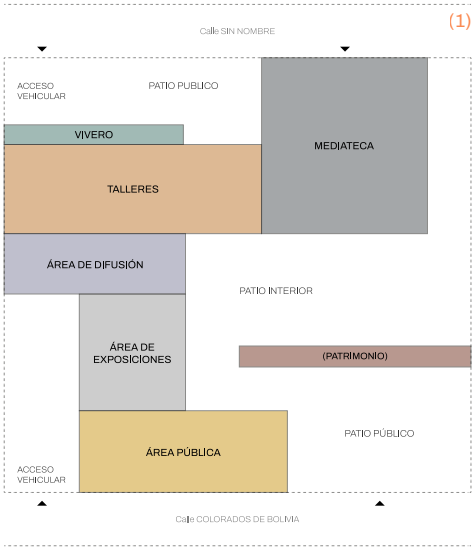
(Imagen) Vista aérea del conjunto

INFOCENTRO LAGUACAYO

Ubicación:
Ingenio Laguacayo,
Departamento de Potosí, Bolivia.
Año de desarrollo: **2019**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría: **Proyectos educativos y culturales**
Área (m²): **1743 m²**

Este proyecto se organiza en **ocho áreas funcionales:**

Un **área pública y de acceso** que da la bienvenida y ofrece servicios básicos; un **área de biblioteca y estudio**; un **área de difusión cultural y extensión** para eventos y actividades comunitarias; amplias **áreas exteriores y de transición** que conectan el interior con el paisaje; **talleres y espacios de creación** para la práctica y el aprendizaje colaborativo; un **área administrativa** para la gestión del centro; **servicios generales y técnicos** que aseguran el funcionamiento del edificio; y finalmente, la integración de los **elementos patrimoniales** del antiguo ingenio como parte fundamental de la experiencia espacial.



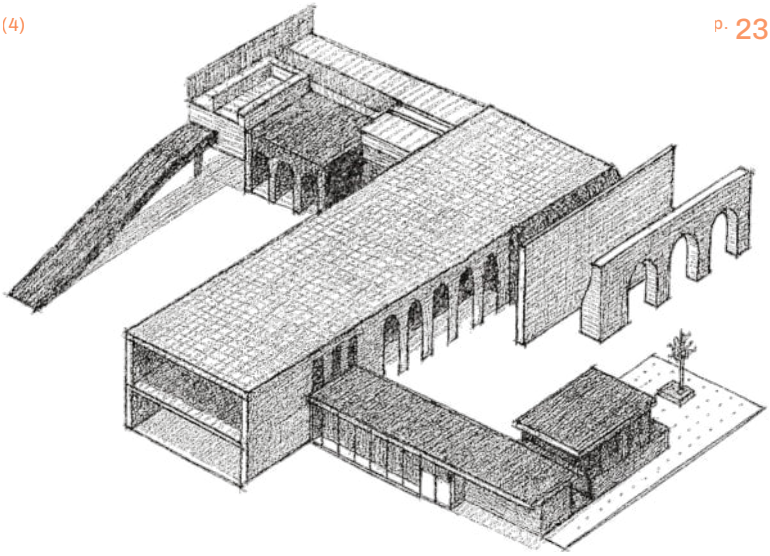
(1) Diagrama de zonificación funcional
(2) Vista de acceso frontal y contexto patrimonial
(3) Vista interior/exterior con materialidad local

Respondiendo al contexto de Potosí, el diseño se fundamenta en una profunda integración patrimonial, topográfica y socio-cultural. Se conservan y consolidan las ruinas del ingenio, integrándolas como corazón del proyecto. La arquitectura se adapta a la pronunciada pendiente, minimizando su impacto visual y aprovechando las vistas, a la vez que reinterpreta materiales locales como el adobe y la piedra. De esta manera, se busca revitalizar este sitio de fuerte carga histórica, transformándolo en un nuevo foco de actividad cultural y educativa para la comunidad.

Las estrategias de diseño combinan una implantación escalonada adaptada a la topografía con el uso reinterpretado de materiales contextuales (adobe, piedra, hormigón, metal corroído y madera), fomentando recorridos dinámicos, espacios multifuncionales y nuevas áreas públicas.

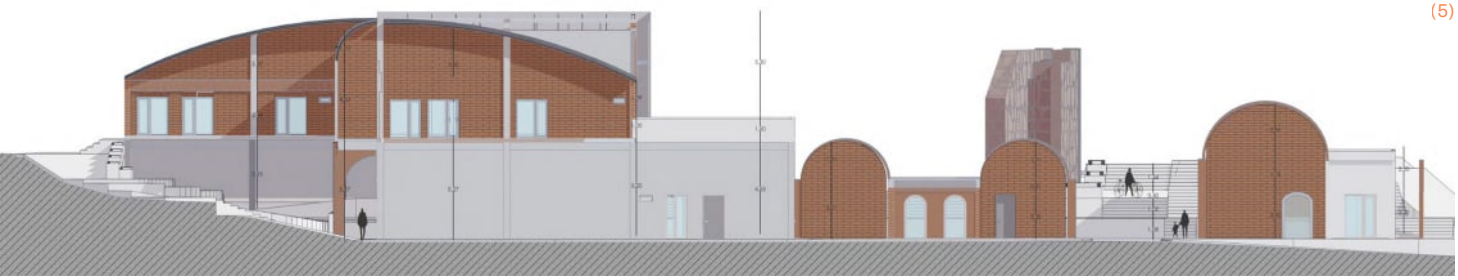
(4) Boceto axonométrico de exploración formal
(5) Elevación oeste
(6) Sección longitudinal
(7) Detalle de materialidad contextual

(4)

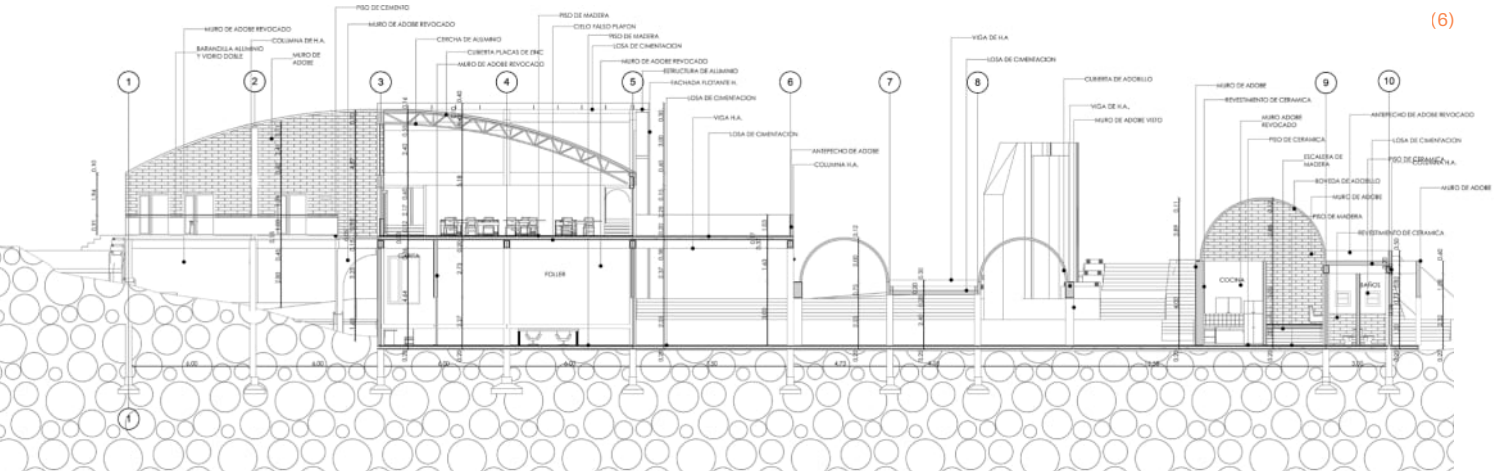


El proyecto se concibe como un recorrido arquitectónico que emerge y se adapta a la topografía accidentada (17m de desnivel) del **Ingenio Laguacayo**. Se articula mediante una serie de volúmenes escalonados que albergan el programa, generando plataformas, patios y terrazas que se abren al paisaje y dialogan fluidamente con las preexistencias patrimoniales.

(5)



(6)



(b)

(c)

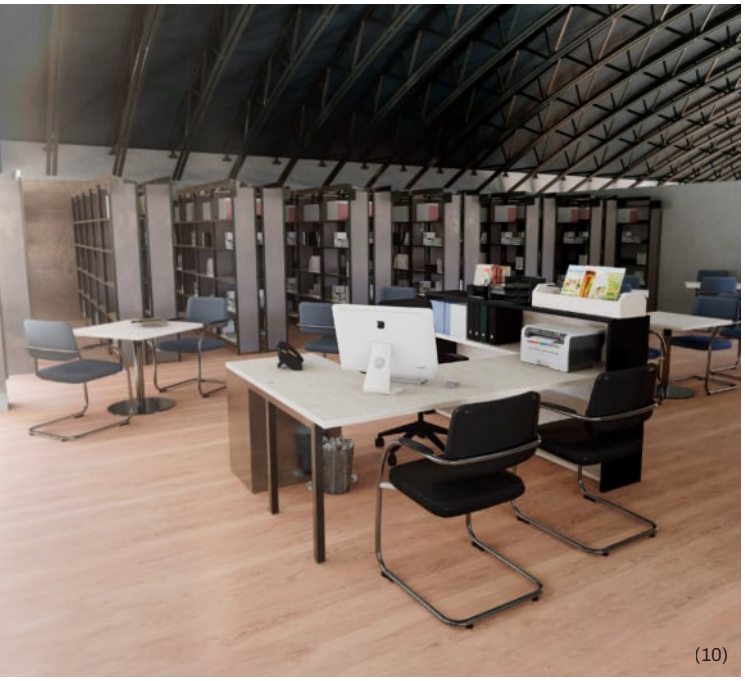
(a)

(a) **Adobe** (muros estructurales y bóvedas)
(b) **Acero** (cerchas, carpinterías, cubiertas ligeras tipo zinc)
(c) **Hormigón armado** (estructura principal, losas)

(7)

(8)

(9)


(10)

El proyecto aborda la carencia de infraestructura adecuada para el estudio, la investigación y la difusión cultural en Potosí, especialmente para su población estudiantil. Simultáneamente, busca la **revalorización patrimonial** del **Ingenio Laguacayo**, transformando este sitio histórico abandonado en un centro activo. La propuesta enfrenta la fragmentación urbana y social mediante la creación de un espacio público integrador, diseñado para fomentar el encuentro comunitario y la construcción de la memoria local.

(11)

(12)

(8) Vista interior, sala de computadoras
(9) Vista interior, aula polivalente
(10) Vista interior, biblioteca / hemeroteca
(11) Vista interior, zona de descanso
(12) Vista interior, galería de exposiciones
(13) vista exterior, terraza
(14) Vista interior, mediateca
(15) Vista exterior, patio interior y mediateca
(16) Vista exterior, cafetería y acceso vehicular frontal

Revit
(Modelado BIM y documentación técnica)

D5 Render
(Visualización arquitectónica)

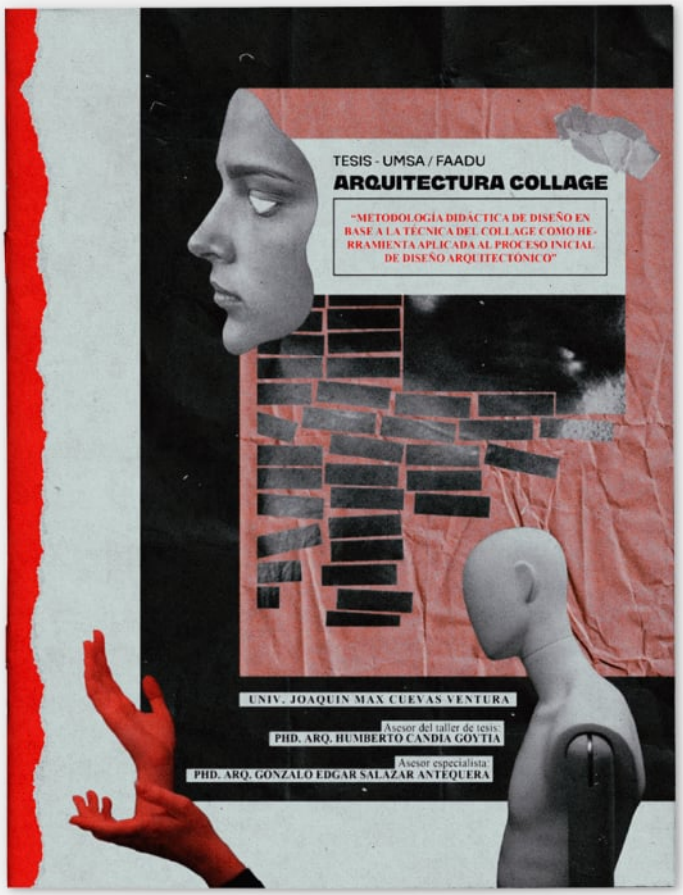
Photoshop
(Postproducción)

(13)

(14)

(15)

(16)



(Imagen) Portada del documento de tesis

ARQUITECTURA COLLAGE

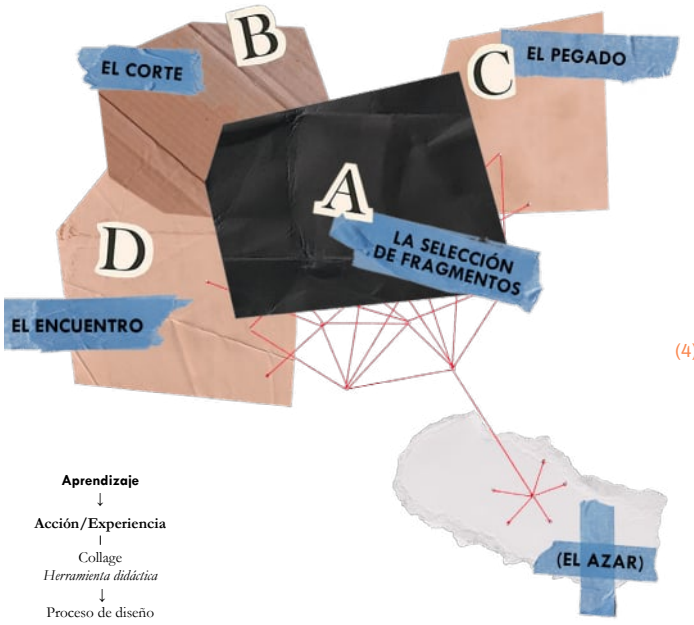
Proyecto:
Metodología didáctica de diseño:
ARQUITECTURA COLLAGE
Institución:
Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de arquitectura, artes, diseño y urbanismo
Año de desarrollo: **2023**
Tipo de proyecto: **Investigación académica -**
Tesis de grado (licenciatura en arquitectura)
Línea: **Formación curricular y pedagógica**
Alcance: **Histórico-metodológico, analítico y propositivo**

(1)

La incorporación masiva de herramientas digitales ha desplazado las técnicas análogas de exploración inicial en el diseño, imponiendo límites formales prematuros que reducen el espacio para la ambigüedad, lo fortuito y lo especulativo. Este fenómeno genera una actitud pasiva frente al consumo de imágenes, omitiendo la fase exploratoria donde el pensamiento crítico-reflexivo construye las bases conceptuales del proyecto.

(2)

(3)

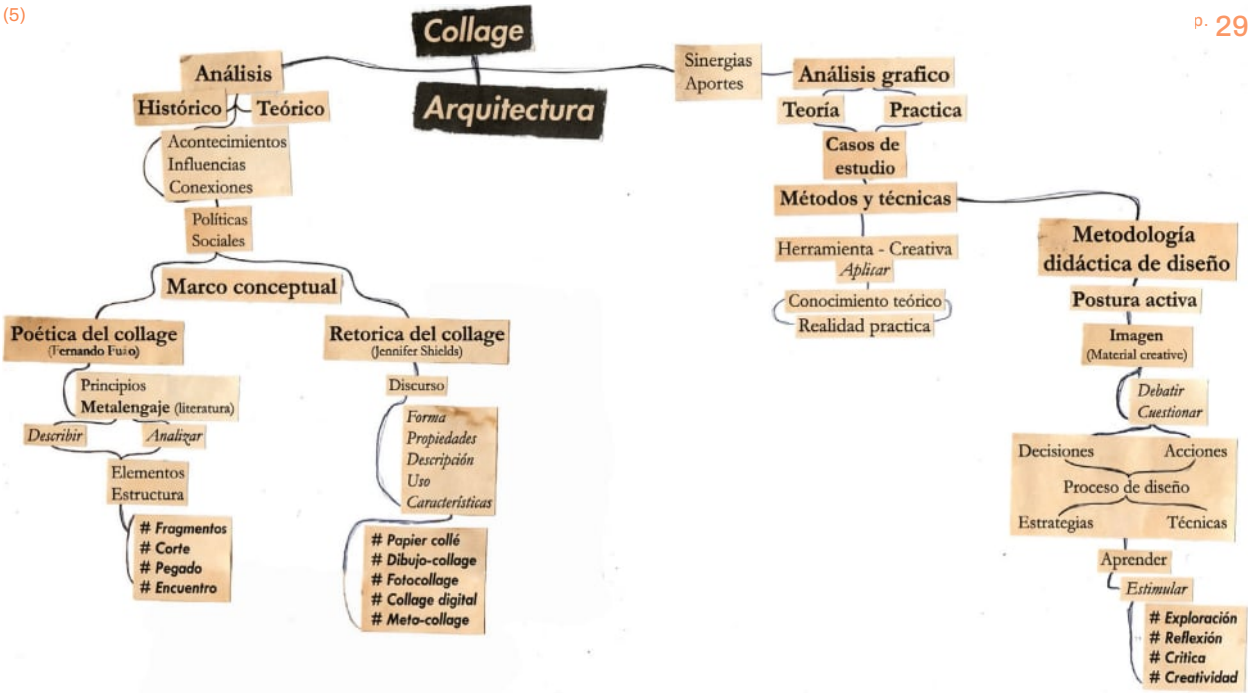


(4)

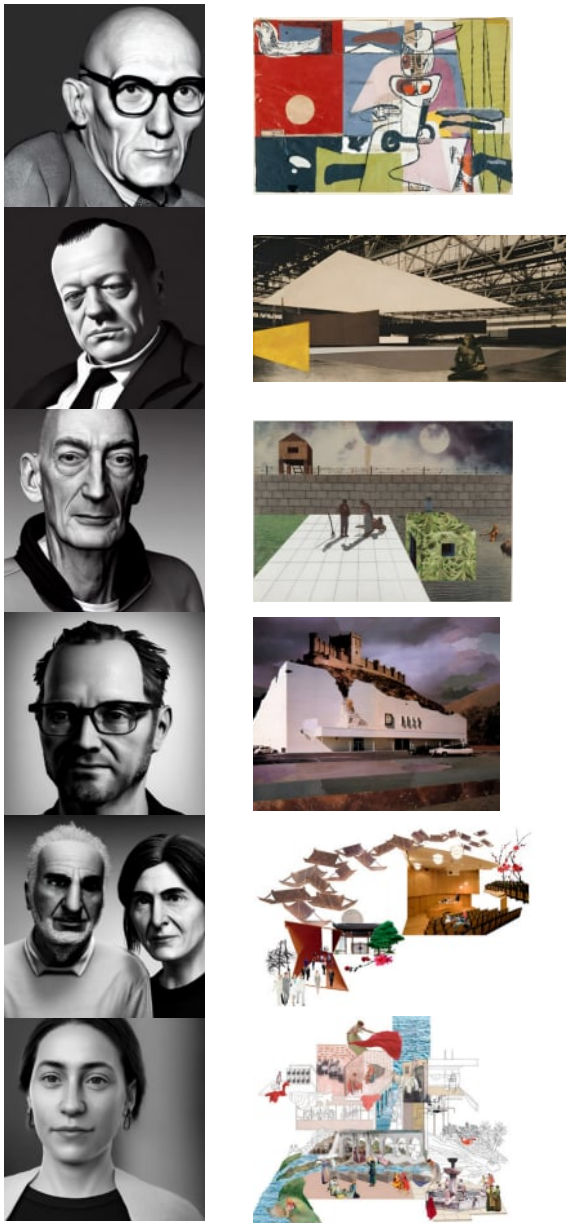
Esta investigación propone al collage como una herramienta imaginario-operativa capaz de deliberar el uso de la imagen. El objetivo es estructurar una metodología didáctica que hibride lo analógico y lo digital, estimulando el pensamiento crítico, reflexivo y fenomenológico del estudiante para trascender la representación visual hacia la construcción de narrativas espaciales complejas.

(1) Problematización:
detrimento de la exploración creativa análoga
(2) Conceptualización:
hibridación del proceso de diseño
(3) La poética del collage como acto de deconstrucción y encuentro
(4) Esquema de la praxis del collage

(5)



(6)



Bajo un paradigma interpretativo fenomenológico-hermenéutico, la investigación estructuró el collage en dos dimensiones operativas: su poética (fragmento, corte, encuentro, pegado) y su retórica (papier-collé, fotocollage, digital).

Se analizaron seis casos de estudio:

1. Le Corbusier (síntesis cubista y transparencia fenomenal)
2. Mies van der Rohe (legibilidad tectónica y ambigüedad figura/campo)
3. Rem Koolhaas (capas programáticas y condensadores sociales)
4. Nils Ole-Lund (crítica utópica mediante fotocollage analítico)
5. Miralles/Tagliabue (simultaneidad de perspectivas y documentación procesual)
6. Tatiana Bilbao (iteración formal y diálogo espacial colaborativo).

El análisis reveló que el collage operó como herramienta de pensamiento proyectual, no solo de representación, permitiendo interrogar materialidad, espacialidad y contexto mediante la manipulación consciente de fragmentos visuales del collage.

(5) Estructura de investigación: Mapa conceptual
(6) Criterio Analítico: Casos de estudio

La investigación formula una metodología didáctica iterativa de nueve etapas que, abarcando desde la identificación del problema hasta la comunicación de la solución, reposiciona al collage como instrumento de indagación espacial y no de representación final. Esta propuesta valida una hibridación analógico-digital mediante la integración de inteligencia artificial generativa, amplificando así las capacidades de exploración morfológica y la gestión de la incertidumbre sin sustituir el juicio crítico del diseñador.

(8)

(7) Propuesta: Metodología didáctica de diseño
(8) Acceso al documento de tesis (Repositorio UMSA)

Adobe Illustrator
(Diagramación vectorial, líneas de tiempo y esquemas)

Adobe Photoshop
(Fotomontaje, collage digital, postproducción)

Microsoft Word
(Redacción, revisión ortográfica y estructuración del documento)

PowerPoint
(Estructura de la defensa)

(7)

METODOLOGÍA DE DISEÑO

FASE 01
Identificación para representar
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA
Plataforma visual para representar el problema.
EXPLORACIÓN IDEAS RESTRICCIONES

FASE 02
PROGRAMA PRELIMINAR
Definición mediante recolección de fragmentos.
Objetivo:
Identificar patrones, tendencias y normativas.

FASE 03
INVESTIGACIÓN ABSTRACTA
Análisis de las necesidades del usuario.
Categorizar: Tags
Físicas Emocionales Sociales

FASE 04
REFERENCIAS VISUALES
Recopilación compatible: internet, libros, IAs, etc.
"Materiales, texturas y colores que inspiren"

FASE 05
ANÁLISIS DE REFERENCIAS
Mapa visual para identificar similitudes y diferencias.
INDAGAR FORMA / CONTENIDO

FASE 06
SÍNTESIS FORMAL
DESARROLLO DE SOLUCIONES
Hibridación técnica:
- Experimentación manual
- IA (Deep learning)
- Image-to-image / Inpainting

FASE 07
SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS
Comparar y contrastar propuestas
Criterios:
FUNCIONALIDAD ESTÉTICA VIABILIDAD

FASE 08
REEVALUACIÓN
Ajustar y modificar la propuesta.
Evaluar el impacto en usuarios y contexto.
→ Garantizar viabilidad

FASE 09
COMUNICACIÓN
SOLUCIÓN FINAL
Transmitir decisiones tomadas y argumentos sólidos.
EXPOSICIÓN JUSTIFICACIÓN

1b | Diseño para la información

Publicaciones

REVISTA STUPOR MÚSICA ALTERNATIVA PÁG. 33
REVISTA ARQUICINEMA ARQUITECTURA Y CINE PÁG. 37
MANUAL DE USUARIO CÁMARA ESTENOPEICA PÁG. 41

Infografías

DECODIFICACIÓN FÍLMICA DAVID LYNCH PÁG. 45
DECONSTRUCCIÓN TÉCNICA SONY WALKMAN TPS-L2 PÁG. 47

2b | Diseño para la persuasión

Persuasión comercial

AFICHE CATERPILLAR PÁG. 49
AFICHES RICKENBACKER PÁG. 51

Persuasión cultural

SERIE AFICHES ARQUICINEMA PÁG. 53
SERIE AFICHES THE SIX PÁG. 55

Persuasión social

AFICHE CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL ESTRÉS PÁG. 57
SERIE AFICHES SEMIÓTICA URBANA: LECTURAS DE LA PAZ PÁG. 59

Diseño de empaque

CEREAL “FRUTARITOS” KRIS PÁG. 61
HELADO “THAYA” HELADOS PIL PÁG. 65

3b | Diseño para la administración

Identidad visual corporativa

DESARROLLO DE IDENTIDAD THE SIX PÁG. 68
DESARROLLO DE IDENTIDAD SOUTHLAND TRAVELERS PÁG. 71
AUDITORIA Y REDISEÑO DE IDENTIDAD SKBCHS PÁG. 75
AUDITORIA Y REDISEÑO DE IDENTIDAD LAb PAZ PÁG. 79

b.

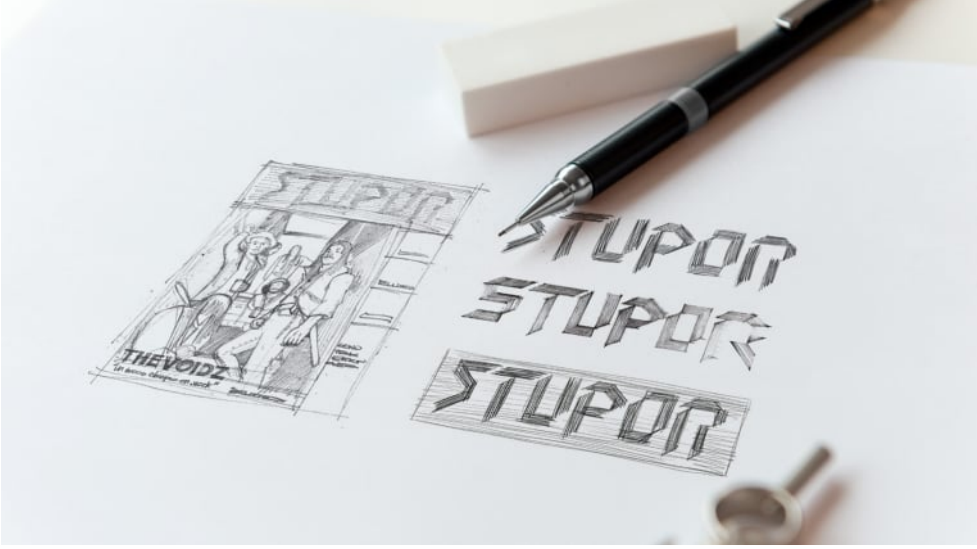
DISEÑO GRÁFICO

(Imagen) Revista STUPOR en empaque de plástico - Portada #01

REVISTA STUPOR

Título del proyecto:
STUPOR - Revista de música alternativa
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la información - Publicaciones
Alcance:
Dirección de arte, diseño editorial, diseño de marca, redacción

(1)



STUPOR materializa la energía y la estética de la música alternativa en un lenguaje visual que es, a la vez, estructurado y deliberado. El concepto central es la "**disonancia controlada**", una fusión entre la anarquía visual del punk/post-punk y la precisión de un diseño editorial riguroso. Se busca crear una experiencia que se siente caótica pero es perfectamente legible, sofisticada pero accesible.

(1) Bocetaje y conceptualización
(2) Diseño de la marca gráfica
(3) Tipografía principal
(4) Tipografía secundaria
(5) Producto en contexto

(2)

STUPOR

La marca gráfica busca comunicar vibración y movimiento, evocando ondas sonoras ad hoc con la temática.

Atacama (Titulares)
Serifa clásica de alta legibilidad que funciona como un contrapunto. Su uso crea un diálogo estético entre lo clásico y lo disruptivo.

Atacama
(3)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

Antarctica (Cuerpo de texto)
Tipografía sans-serif geométrica con terminaciones abruptas y un carácter fuerte, aportando un aire contemporáneo y brutalista.

Antarctica
(4)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

(5)

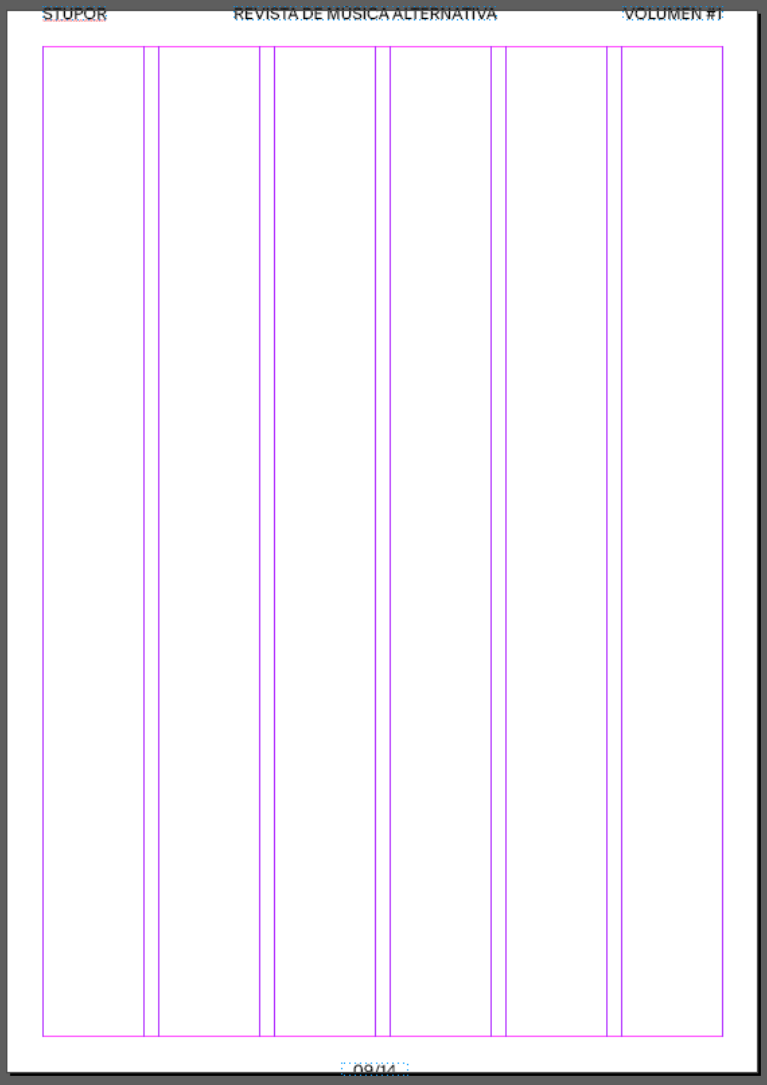
El sistema editorial se basa en una **retícula de 6 columnas** con **márgenes uniformes de 10 mm**, estableciendo un marco estructural que permite rupturas intencionadas.

Esta tensión entre orden y desorden genera la identidad visual característica de este proyecto, inspirándose de códigos estéticos habituales del fanzine.

La retícula funciona como contenedor flexible que soporta tanto composiciones ortodoxas como otras intervenciones que desafían la retícula.

La **navegación** se resuelve con un **encabezado** (El nombre de la revista, un descriptor y la edición) mientras que en la parte baja, un **folio** de progreso (“02/14”) que orienta al lector dentro de la estructura.

(6)



(7)

(6) Sistema de retícula y navegación
(7) Dirección de arte y tratamiento visual

La dirección de arte de **STUPOR** establece coherencia visual mediante el tratamiento diferenciado de imágenes. Los **artistas contemporáneos** reciben intervenciones gráficas específicas (duotono, efectos glitch, etc.) que traducen su sonido en códigos visuales compatibles. Mientras las **fotografías históricas** de bandas como Joy Division, Pixies y The Kinks permanecen sin alteraciones, creando un contraste que articula la relación entre pasado y presente.

(8)

(8) Despliegue editorial
(9) Acceso a la versión digital completa

Formato y dimensiones:
A4 (210 x 297 mm)

Extensión:
14 páginas, incluyendo portada y contraportada

Materiales y acabados:
- Interiores, papel couché de 150g.
- Portada, papel couché de 300g.
- Acabado especial, barniz UV selectivo sobre el logotipo en la portada.
- Encuadernación, grapada.

Empaque:
Plástico sellado metalizado

(9)

Adobe InDesign
(Maquetación editorial)

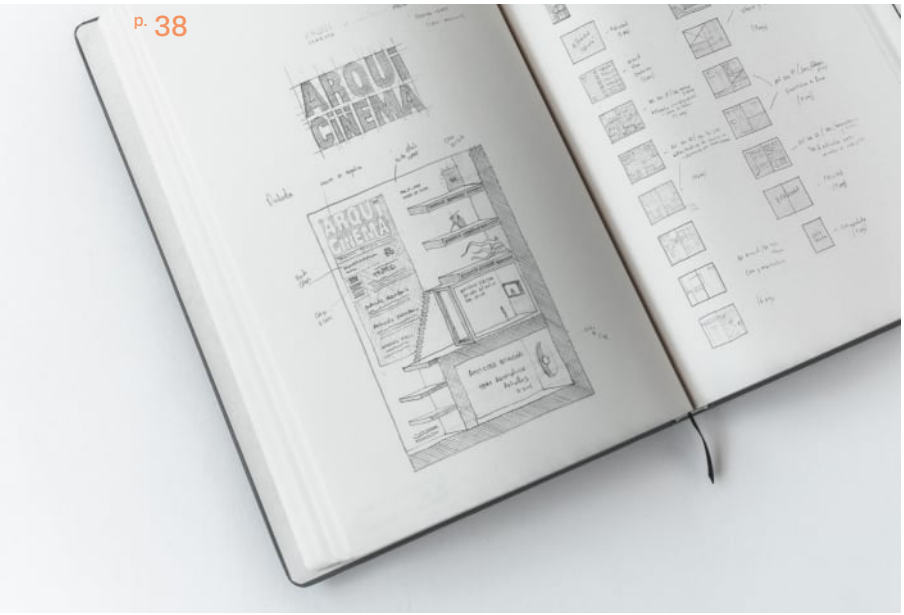
Adobe Illustrator
(Vectorización)

Adobe Photoshop
(Tratamiento fotográfico)

(Imagen) Revista ARQUICINEMA en empaque de plástico - Portada #01

REVISTA ARQUICINEMA

Título del proyecto:
ARQUICINEMA - Revista de cine y arquitectura
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la información - Publicaciones
Alcance:
Dirección de arte, diseño editorial, diseño de marca, redacción



Esta publicación explora la relación entre arquitectura y cine, a través de un sistema de diseño donde la maquetación trata cada página como espacio habitable para reforzar la idea central de que ambas disciplinas comparten un lenguaje universal compatible: la construcción de espacios y la narración de experiencias.

(1) Bocetaje y conceptualización
(2) Diseño de la marca gráfica
(3) Producto en contexto

(1)

La marca gráfica materializa la tesis de la revista. Utilizando la tipografía grotesca **Jean-Luc**, la composición establece una jerarquía conceptual: “ARQUI” se construye sobre “CINEMA” y esta funciona como cimiento. Además, el tratamiento de “CINEMA”, donde los puntos cuadrados de la “I” y “N” se transforman en una referencia a las perforaciones del celuloide o unos vanos en una edificación, marcando la simbiosis de la estructura arquitectónica y la secuencia fílmica.

(2)

ARQUi
CiNEMA

(3)

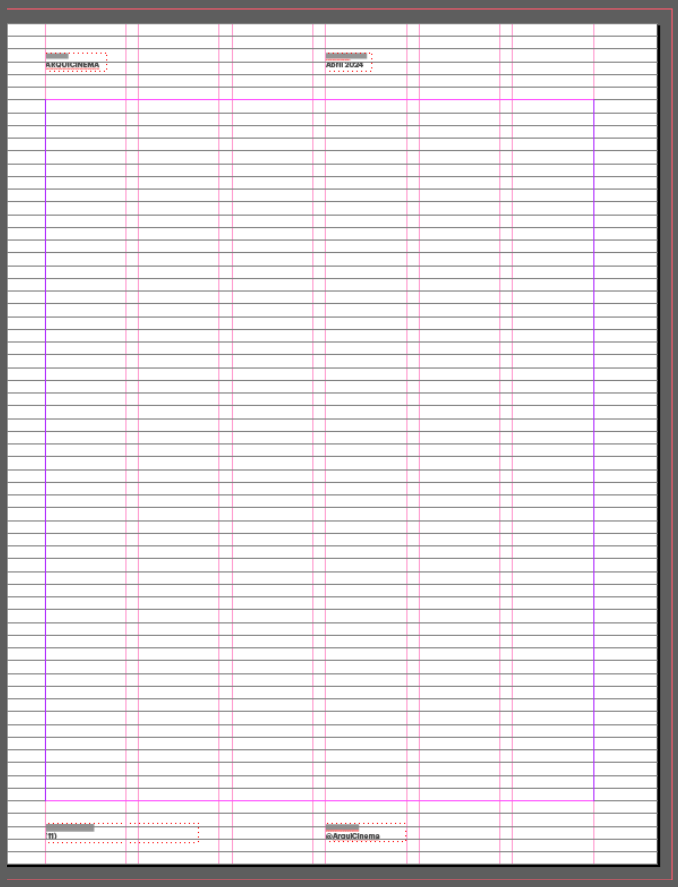
(4)

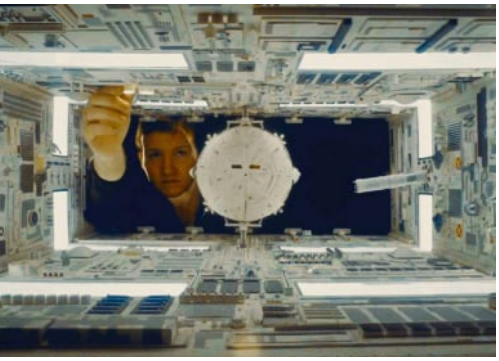
El sistema de maquetación emplea una **retícula de seis columnas** que permite desde composiciones versátiles tanto asimétricas como simétricas.

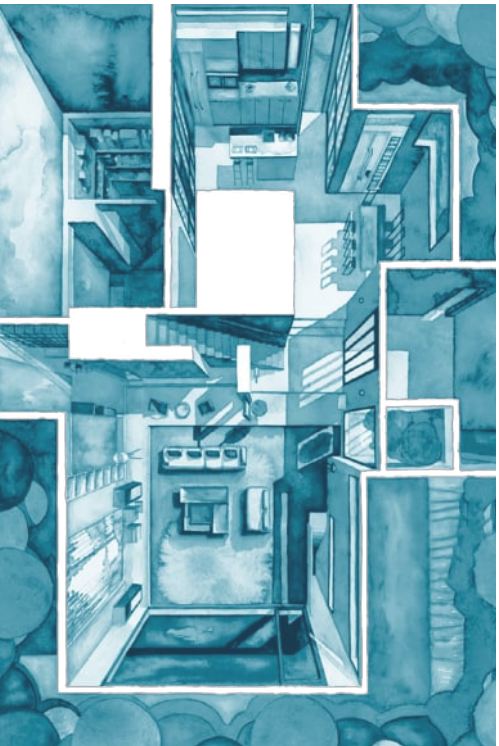
Una **retícula de línea base de 12 puntos** complementa esta estructura, alineando horizontalmente el texto en columnas y páginas para crear ritmo vertical consistente.

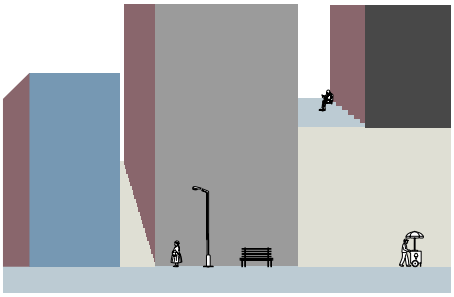
Los **márgenes asimétricos** miden: **interior 12.7 mm** (compensa el medianil), **exterior e inferior 21.2 mm**, y **superior 25.4 mm** (facilita entrada visual). Esta configuración optimiza la lectura en doble página y establece jerarquía visual que guía la atención del lector a lo largo de la revista.

Los **elementos de navegación** como los **encabezados** y **pies de página** proporcionan identidad y contexto, manteniendo al lector orientado sin interrumpir la fluidez de lectura.









(5)

El tratamiento de cada imagen responde directamente a la función del artículo. Así, los **fotogramas** se reservan para la inmersión; las **ilustraciones arquitectónicas** deconstruyen el espacio para guiar la composición de cada artículo; las **ilustraciones conceptuales** abstraen el discurso; y las **imágenes documentales** anclan la fantasía en el oficio y la escala humana.

Esta estrategia se extiende incluso a la publicidad, creando imágenes que dialogan con el contenido editorial, completando un universo visual cohesivo y coherente.

(4) Sistema de retícula y navegación
(5) Dirección de arte y tratamiento visual

(6)

Formato y dimensiones:
Carta (216 x 279 mm)

Extensión:
28 páginas, incluyendo portada y contraportada

Materiales y acabados:
- Interiores, papel couché de 150g.
- Portada, papel couché de 300g.
- Encuadernación, grapada.

Empaque:
Plástico sellado

(6) Despliegue editorial
(7) Acceso a la versión digital completa

SketchUp
(Modelado 3D)

D5 Render
(Visualización arquitectónica)

Adobe InDesign
(Maquetación editorial)

Adobe Illustrator
(Vectorización)

Adobe Photoshop
(Tratamiento fotográfico)

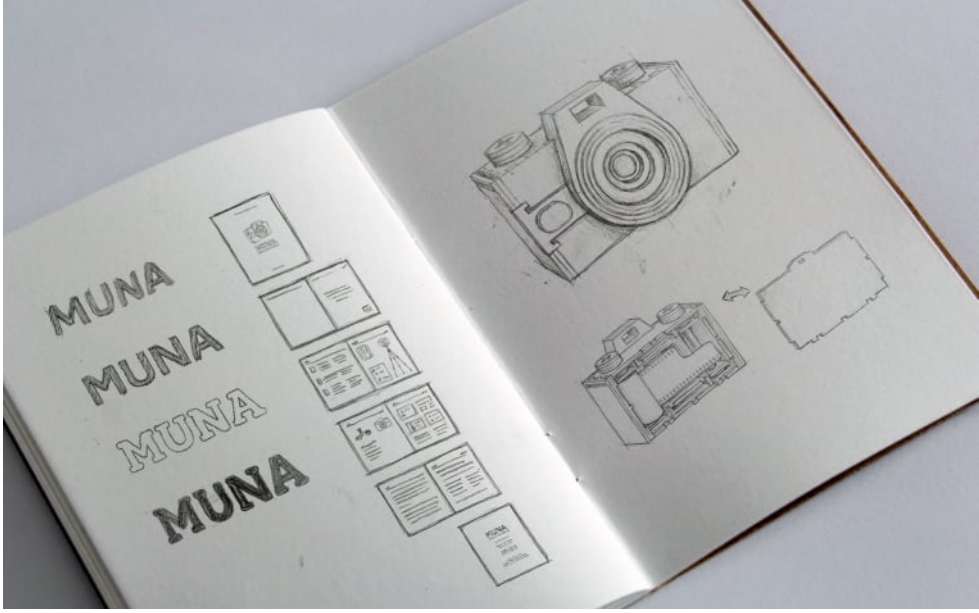
(7)

(Imagen) Manual de usuario y cámara estenopeica MUNA

MANUAL DE USUARIO MUNA

Título del proyecto:
MUNA - Manual de usuario para cámara estenopeica
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Personal**
Categoría de diseño:
Diseño para la información - Publicaciones
Alcance:
Dirección de arte, diseño editorial, diseño de marca, redacción, diseño de producto

(1)



MUNA integra el diseño de producto con la comunicación gráfica. El proyecto consistió en el desarrollo de una **cámara estenopeica** acompañada de su **identidad visual** y un **manual de usuario**.
El principal desafío fue traducir la honestidad mecánica del objeto en una comunicación clara y coherente. El manual no solo funciona como guía práctica, sino también como un artefacto de diseño que el usuario desea conservar.

(2)

MUNA

Para la marca gráfica se empleó una tipografía que combina geometría robusta con terminaciones redondeadas, garantizando legibilidad y presencia, mientras que la estructura refuerza la solidez física del producto.

Para el manual se eligió la tipografía **Monument Grotesk**; su variante **Mono** evoca manuales de ingeniería, reforzando el tono técnico y funcional del documento, además su estética alude a un carácter analógico.

Monument Grotesk Mono

(3)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

(4)

(1) Bocetaje y conceptualización
(2) Diseño de la marca gráfica
(3) Tipografía principal
(4) Producto en contexto

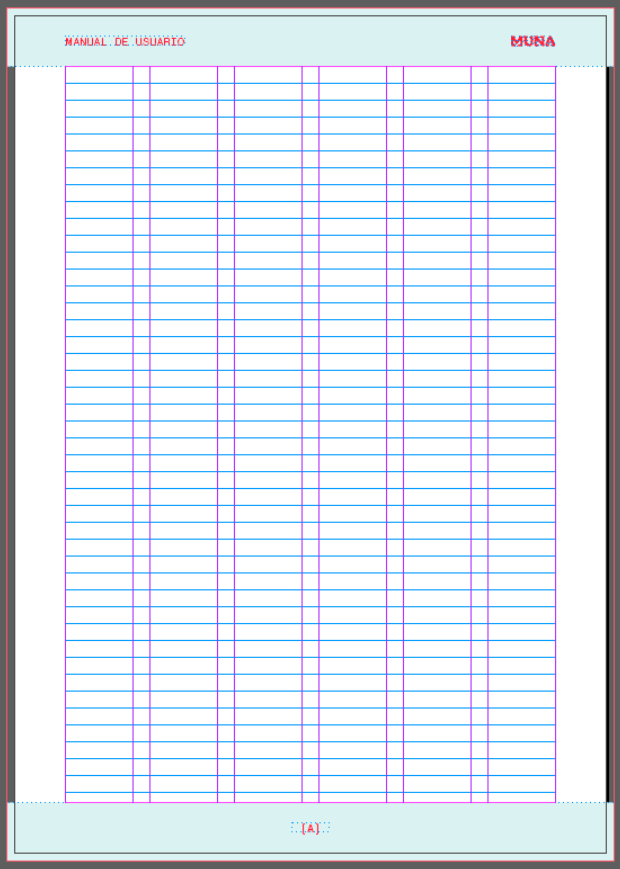
MUNA expresa simplicidad funcional, construida en **MDF Trupan** revela su fabricación, mientras que el acabado negro absorbe la luz; la silueta adopta una estética arquitectónica como herramienta-objeto donde cada componente genera una experiencia táctil.

El manual utiliza una **retícula modular** de **6 columnas** con medianil de 4.233 mm, que permite organizar eficientemente el contenido. Los **márgenes simétricos** de **12.7 mm** crean un área de lectura equilibrada que optimiza la integración entre especificaciones técnicas y elementos gráficos instructivos.

La **línea base** de **12 puntos** establece un ritmo vertical consistente, unificando la tipografía del cuerpo de texto con los elementos complementarios y facilitando la alineación en configuraciones multicolumna.

El sistema de navegación mantiene una jerarquía clara mediante el posicionamiento de "**MANUAL DE USUARIO**" en el **margen izquierdo** y la **marca gráfica "MUNA"** en el extremo derecho, creando equilibrio compositivo. La **foliación** en el pie de página proporciona referencia secuencial, facilitando la navegación del usuario en el manual.

(5)



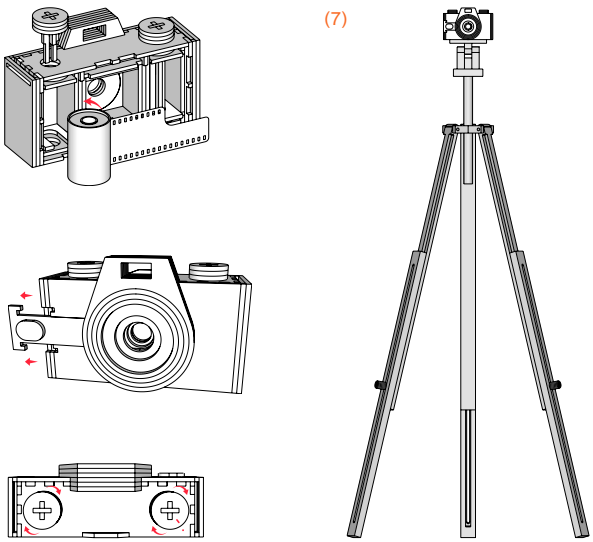
#ff283e	#e6f3f2	#000000

(6)

La paleta cromática se estructura en tres elementos: el **rojo** (#ff283e) funciona como color de jerarquía, garantizando visibilidad para señalizar elementos del manual; el **blanco** (#e6f3f2) incorpora una sutil desviación cian que compensa la tendencia amarillenta de la impresión offset y reduce la fatiga visual, el **negro** (#000000) asegura un contraste óptimo, garantizando legibilidad.

La **ilustración** del manual prioriza la funcionalidad comunicativa mediante **dibujo isométrico** y **proyecciones ortogonales** en formato vectorial incorporando elementos indicativos en rojo que facilitan la navegación. El resultado traduce la complejidad mecánica en conocimiento visual procesable, estableciendo un puente entre el diseño del producto y la competencia del usuario.

(7)



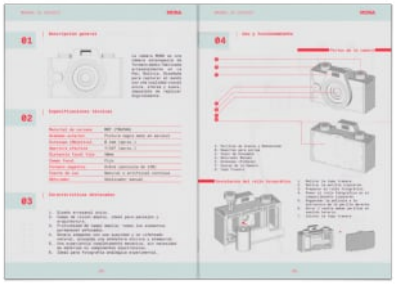
(5) Sistema de retícula y navegación
(6) Paleta de colores
(7) Dirección de arte y tratamiento visual

Formato y dimensiones:
A5 (148 x 210 mm)

Extensión:
12 páginas, incluyendo portada y contraportada

Materiales y acabados:
- Interiores, papel couché de 120g.
- Portada, cartulina estucada de 200g.
- Encuadernación, grapada.

(8)



(8) Despliegue editorial
(9) Acceso a la versión digital completa

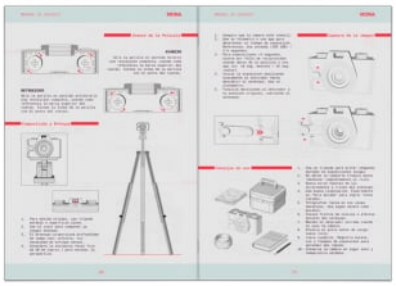
SketchUp
(Modelado 3D)

D5 Render
(Visualización de producto)

Adobe InDesign
(Maquetación editorial)

Adobe Illustrator
(Ilustraciones y vectorización)

Adobe Photoshop
(Tratamiento fotográfico)

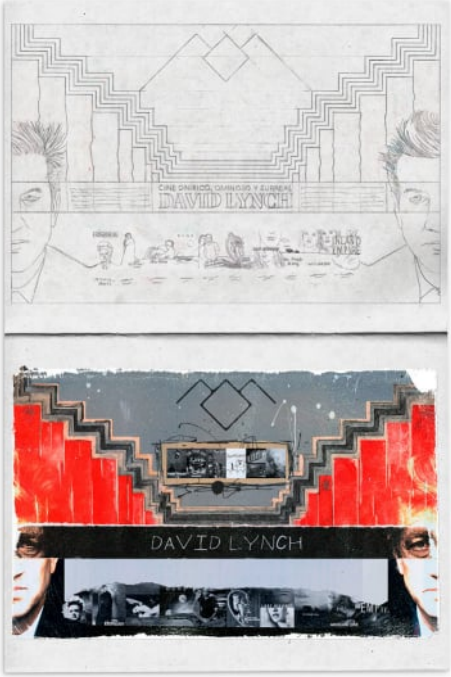


(9)

(Imagen) Composición final de la infografía sobre la filmografía de David Lynch

INFOGRAFÍA FILMOGRAFÍA DAVID LYNCH

Título del proyecto:
Decodificación fílmica - David Lynch
Año de desarrollo: **2021**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la información - Infografías
Alcance:
Investigación, redacción, ilustración vectorial, diseño editorial



(1) Boceto estructural y collage de exploración atmosférica
(2) Tipografía títulos
(3) Tipografía cuerpo de textos
(4) Paleta cromática principal
(5) Estilo de ilustración
(6) Pieza gráfica en contexto físico
(7) Acceso a versión digital

El proyecto materializa el universo de **David Lynch** a través de su atmósfera onírica, dualidad y narrativas no lineales. La composición evoca un altar, estructurado sobre una **retícula modular** de **12 columnas × 12 filas**, donde los elementos se organizan en cuatro capas que representan los distintos estratos del subconsciente y lo onírico. Esta estructura funciona como una escalera que guía la mirada hacia las categorías de su obra.

El proceso de diseño inicio con un **boceto** que definió un **marco simétrico**, estableciendo la disposición de las capas narrativas. Posteriormente se realizó un **collage** para la exploración formal e introducir el **azar controlado** consolidando la atmósfera de la pieza gráfica.

Para el sistema tipográfico se estableció un contraste entre serif y sans-serif:

Noe Display para titulares, cuyos remates triangulares generan tensión visual, compatibles con el tono ominoso de Lynch; y **Circular std** para cuerpo de texto, cuya construcción geométrica y neutra asegura legibilidad y contraste funcional.

Noe Display
(2)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

Circular Std
(3)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

#dd1e25 #6bb8e4 #210406 (4)

(5)

El estilo de **ilustración** reduce los personajes y escenas a pictogramas mediante un **trazo limpio** y la abstracción formal. Para la **paleta cromática** el **rojo** (#dd1e25) como acento, referencia elementos como la Red Room (Twin Peaks); el **cían** (#6bb8e4) introduce contraste evocando lo onírico, reservado para los ojos que subraya la mirada como acceso al subconsciente fragmentado; mientras que el **negro** (#210406) y **gris** aseguran legibilidad.

(6)

(7)

SketchUp
(Modelado 3D)

Adobe InDesign
(Maquetación editorial)

Adobe Illustrator
(Ilustraciones vectoriales)

Infografías

(Imagen) Composición final de la infografía sobre el Sony Walkman TPS-L2

INFOGRAFÍA SONY WALKMAN TPS-L2

Título del proyecto:
Deconstrucción visual - Sony Walkman TPS-L2
Año de desarrollo: **2025**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la información - Infografías
Alcance:
Investigación, redacción, ilustración vectorial, desarrollo de shaders y diseño editorial

Esta infografía disecciona visualmente el dispositivo en: **contexto**, **objeto** e **historia**. El documento funciona como material de consulta y reconocimiento al diseño de un artefacto que trascendió su función original para convertirse en emblema cultural. La composición se desarrolla en formato **A3 (420 x 297 mm)** sobre una **retícula modular** de 16 columnas x 16 filas con un medianil de 4,233 mm (1 pica).

(1)

Harry Heavy (2)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

Folio Std (3)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

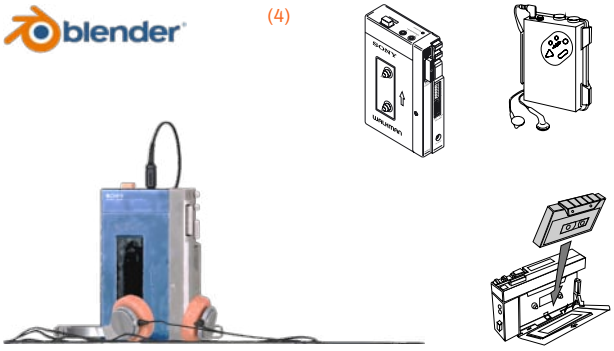
El sistema tipográfico utiliza dos familias sans-serif para diferenciar los titulares del contenido informativo, creando una apariencia propia de un manual técnico.

Harry Heavy funciona como elemento de anclaje visual en títulos y subtítulos por su peso.

Mientras que, **Folio Std** fue seleccionada por su legibilidad y carácter neutro para comunicar toda la información legible.

Las **ilustraciones** de **línea limpia** aseguran claridad y evocan la estética de los manuales de usuario y diagramas de patentes. La **imagen central** se generó mediante un **shader de composición procedural** en **Blender**, este shader simula el efecto de **acuarela**, aportando una textura y calidez pictórica que contrastan el resto de la infografía, estableciendo un punto focal distintivo.

(4)



(5)

(6)

(1) Bocetaje y diagramación
(2) Tipografía títulos
(3) Tipografía cuerpo de textos
(4) Dirección de arte
(5) Producto en contexto
(6) Acceso a versión digital

Blender
(Shader procedural de acuarela)

Adobe InDesign
(Maquetación editorial)

Adobe Illustrator
(Ilustraciones vectoriales)

(Imagen) Afiche publicitario para una bota de trabajo de la marca CATERPILLAR

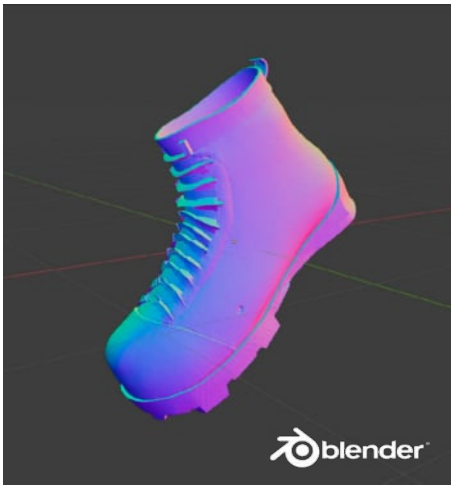
AFICHE CATERPILLAR

Título del proyecto:
Afiche publicitario - Caterpillar
Año de desarrollo: **2021**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Persuasión comercial
Alcance:
Conceptualización, modelado 3D y diseño de afiche

(1)

El proyecto materializa la durabilidad de Caterpillar mediante una equivalencia visual: el calzado no resiste el hormigón, es hormigón. Este discurso se articula mediante tres recursos retóricos: la metáfora material transfiere las propiedades del hormigón al producto; la hipérbole compositiva sugiere un impacto congelado donde el zapato emerge intacto; y la sinécdoque vincula la textura del hormigón con el ambiente industrial, reforzando su contexto de uso y autenticidad.

La trayectoria diagonal conduce la mirada hacia el producto y termina en la marca gráfica de CAT. El fondo blanco contrasta con la crudeza de los elementos, generando tensión perceptual que eleva la presencia del producto. La paleta de grises emula hormigón crudo, con el negro (#000000) para máximo contraste y el amarillo Caterpillar (#fbda61) como acento de reconocimiento inmediato, alineándose con la identidad corporativa.



(2)

Para la ejecución técnica se comenzó con un modelado 3D en Blender del calzado y un shader procedural para la textura fotorrealista; la composición en Adobe Photoshop integró fragmentos de hormigón y partículas mediante recursos PNG; y la postproducción en PhotoMosh Pro añadió distorsión óptica con efecto Barrel Blur que concentra la energía visual en el producto, generando un acabado cinemático.

Formato y dimensiones:
A3 (297 x 420 mm)

(3)

(1) Boceto conceptual y composición
(2) Modelado 3D en Blender
(3) Pieza publicitaria en contexto

Blender
(Modelado 3D y shader procedural)

Adobe Photoshop
(Composición digital y montaje)

PhotoMosh Pro
(Postproducción de efectos)

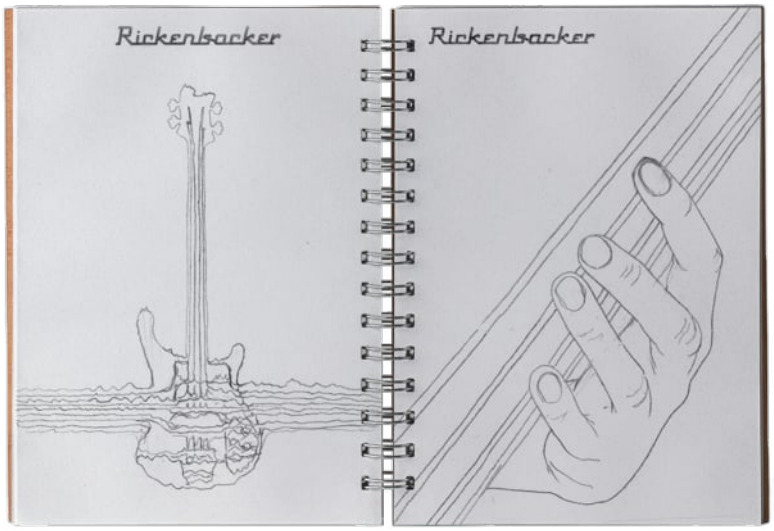
(Imagen) Serie de afiches publicitarios para bajos eléctricos de la marca Rickenbacker

AFICHES RICKENBACKER

Título del proyecto:
Afiches publicitarios - Rickenbacker
Año de desarrollo: **2021**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Persuasión comercial
Alcance:
Conceptualización, ilustración vectorial y diseño de afiches

(1) Bocetos de la serie
(2) Afiches en contexto urbano

(1)



Formato y dimensiones:
A3 (297 x 420 mm)

Este proyecto desarrolla una serie de dos afiches publicitarios para **Rickenbacker** que dialogan sobre la vibración y el tacto.

El primer afiche presenta la silueta del bajo Rickenbacker surgiendo de líneas ondulantes que representan las vibraciones sonoras, mientras la paleta de blanco y negro enfatiza la herencia clásica de la marca dentro de la historia del rock.

El segundo afiche muestra un primer plano de una mano tocando el mástil del bajo, donde las cuerdas funcionan como líneas diagonales que aportan dinamismo visual. La paleta bitonal utiliza blanco sobre rojo para comunicar la pasión y potencia del sonido característico de los bajos Rickenbacker.

Ambas piezas comparten el tratamiento monolineal que refuerza la claridad conceptual y proporciona una estética técnica que alude a la precisión constructiva de los instrumentos. La marca funciona como único elemento textual, anclando la identidad del producto con la potencia visual de la ilustración.

Adobe Illustrator
(Ilustraciones vectoriales)

Adobe Photoshop
(Composición de los elementos gráficos)

(2)

(Imagen) Muestra de la serie de afiches para el colectivo de cine ARQUICINEMA

SERIE AFICHES ARQUICINEMA

Título del proyecto:
Serie de afiches - ARQUICINEMA / FAADU, UMSA
Año de desarrollo: **2018 - 2021**
Tipo de proyecto: **Profesional / personal**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Persuasión cultural
Alcance:
Dirección de arte, conceptualización, diseño gráfico e ilustración

(1) Acceso al archivo digital completo
(2) Afiches en contexto urbano

(1)

Como diseñador y coordinador del club de cine **Arquicinema** en la **FAADU-UMSA**, el proyecto consistió en crear un sistema visual que respetara la diversidad de géneros, directores y estéticas cinematográficas. La estrategia fue concebir cada afiche como una interpretación sintética de la película, donde el lenguaje gráfico deriva del lenguaje cinematográfico de la obra, adoptando su tono, paleta cromática, ritmo y temas para construir un sistema dinámico.

Por ejemplo el sistema integró estrategias diferenciadas según cada obra. La construcción por capas materializó narrativas complejas: **El árbol de la vida** empleó collage de papel periódico simbolizando lo universal-personal, mientras **Synecdoche, New York** superpuso cinco estratos como diagrama de niveles de realidad. El minimalismo escenográfico tradujo la estética brechtiana de **Dogville** mediante plantas bidimensionales con elementos fotográficos. Las referencias pictóricas definieron **Van Gogh** con óleo sobre amarillo y **The house that Jack built** con composición erótica-siniestra de manos, figuras corporales y título manchado de sangre. La geometría Bauhaus estructuró **Lotte am Bauhaus** y el díptico vertical de **Metropolis (1927)** contraponiendo humanidad-tecnología. Los lenguajes vernáculos materializaron contextos culturales: cassettes VHS para el **ciclo Tarantino**, televisores en mosaico para **Los picantes del cine**, y formato cómic en **Spider-Man** y **Death Proof** con sangre y persecución en blanco y negro.

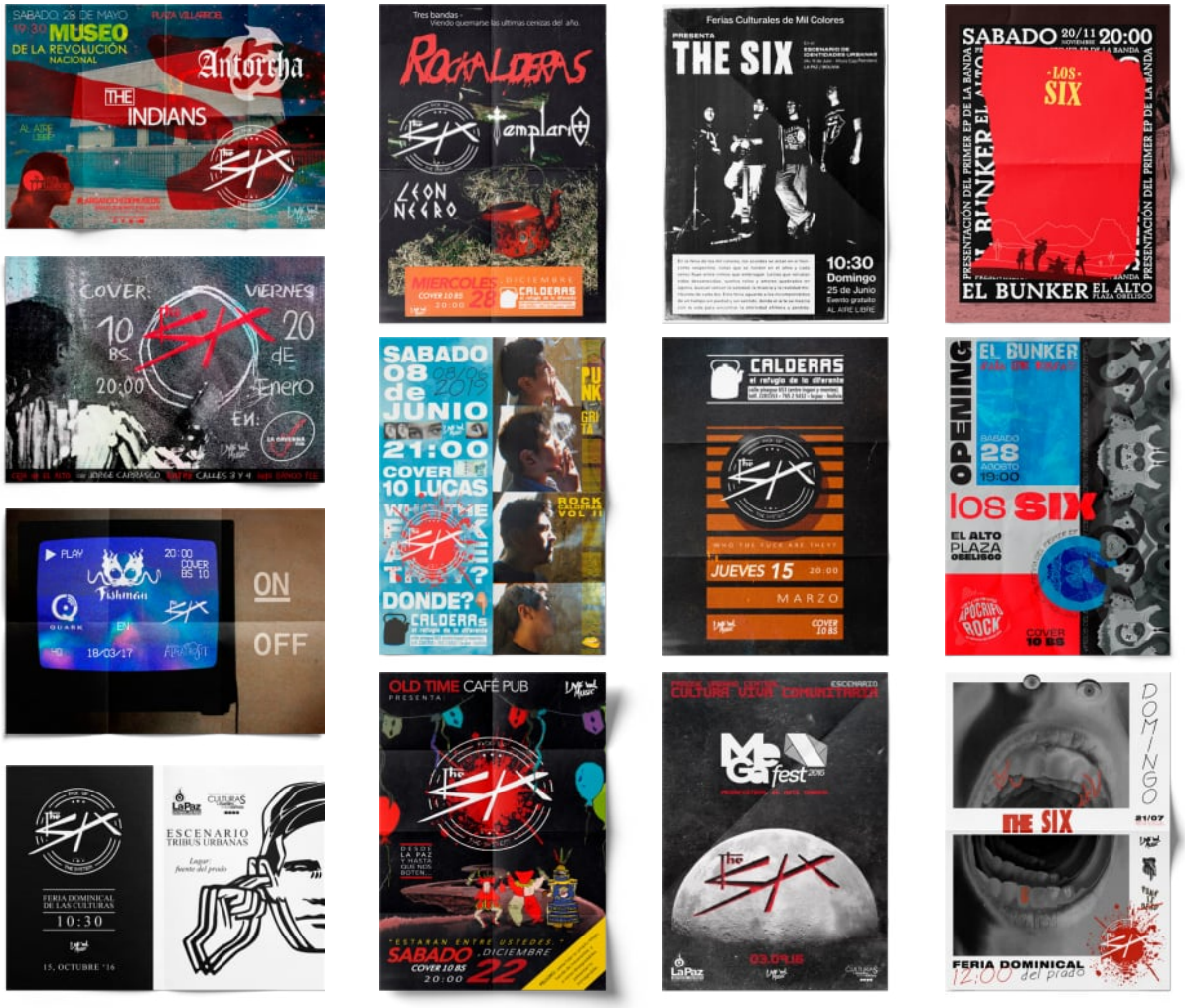
El resultado constituye un archivo visual cuya coherencia no radica en la repetición estilística sino en la metodología: cada afiche opera autónomamente como ensayo gráfico de su referente cinematográfico, mientras en conjunto construyen una identidad visual reconocible para Arquicinema.

Adobe Illustrator
(Ilustraciones vectoriales)

Adobe Photoshop
(Composición de los elementos gráficos)

PhotoMosh Pro
(Postproducción de efectos)

(2)



(Imagen) Muestra de la serie de afiches para la banda de punk rock THE SIX

SERIE AFICHES THE SIX

Título del proyecto:
Serie de afiches - THE SIX
Año de desarrollo: **2015 - 2023**
Tipo de proyecto: **Profesional / personal**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Persuasión cultural
Alcance:
Dirección de arte, conceptualización, diseño gráfico e ilustración

(1) Acceso al archivo digital completo
(2) Afiches en contexto urbano

Como diseñador y miembro de la banda, el proyecto consistió en desarrollar un sistema visual para los afiches de las presentaciones de la banda que evitara la monotonía de una plantilla rígida. La solución fue establecer una metodología contextual, donde cada afiche funciona como un ensayo visual autónomo que responde directamente a un evento específico. Este enfoque, es coherente con lo ecléctico y la ética DIY del punk rock, permite que el sistema de comunicación evolucione constantemente, reflejando de manera auténtica la identidad del grupo sin recurrir a la repetición.

(1)

La estrategia se fundamenta en la apropiación y reinterpretación de distintos lenguajes, nutriendo el sistema visual del contexto de la presentación: desde la temática de un festival hasta debates culturales o la identidad de un lugar. Esta adaptabilidad se materializa a través de una estética de baja fidelidad (lo-fi) que refuerza el espíritu crudo del género, empleando texturas de fotocopia, collage y superposiciones orgánicas. La tipografía se convierte en un elemento pictórico y expresivo que comunica la sonoridad y actitud de la banda, mientras la marca grafica de The SIX actúa como el ancla visual constante que unifica esta diversidad estilística.

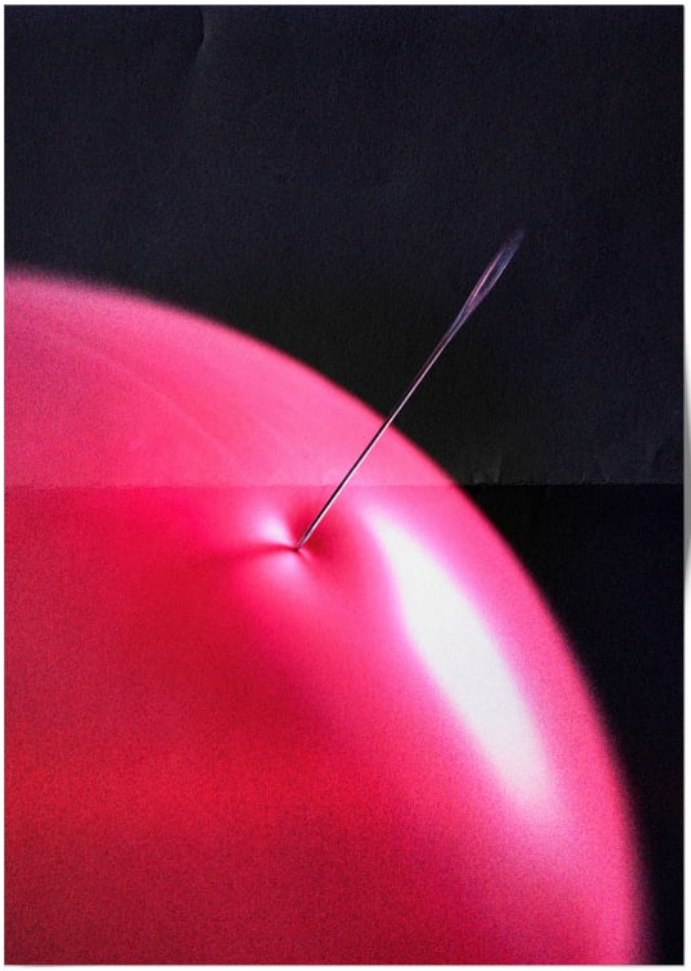
El resultado una serie de afiches cuya coherencia no radica en la repetición de elementos, sino en un enfoque conceptual consistente que prioriza la experimentación, la respuesta al contexto y la honestidad material. De este modo, se construye una identidad multifacética que evoluciona orgánicamente con la banda, garantizando frescura y relevancia a la vez que comunica con impacto la dualidad entre la simpleza directa del punk y la introspección del rock alternativo.

Adobe Illustrator
(Ilustraciones vectoriales)

Adobe Photoshop
(Composición de los elementos gráficos)

PhotoMosh Pro
(Postproducción de efectos)

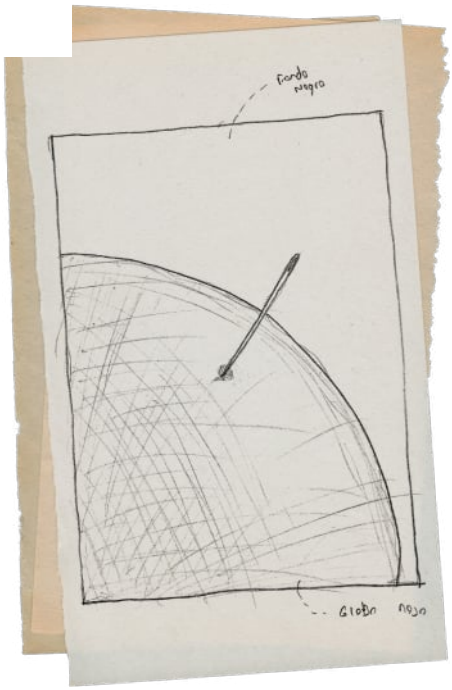
(2)



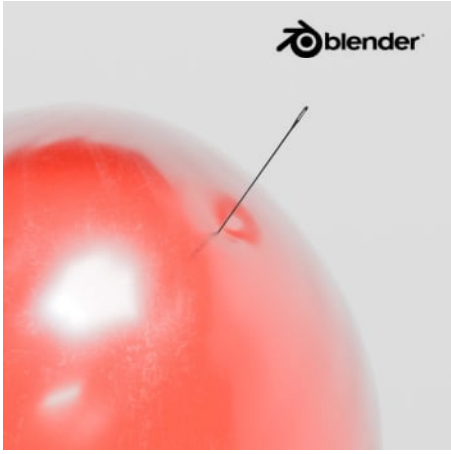
(Imagen) Afiche de concientización social sobre el estrés

AFICHE ESTRÉS

Título del proyecto:
Afiche de concientización - Estrés
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Persuasión social
Alcance:
Dirección de arte, conceptualización, modelado 3D, renderizado, post-producción y diseño de afiche



(1)



(2)

El proyecto materializa la fragilidad de la salud mental mediante una metáfora visual: un globo a punto de ser perforado por una aguja. Esto traduce la experiencia del estrés, la sensación de presión y la amenaza de crisis. El globo representa la mente frágil, mientras la aguja simboliza los factores que pueden desencadenar el colapso.

La estrategia visual emplea un encuadre cerrado y una línea diagonal que genera dinamismo, rompiendo la estabilidad y guiando la mirada hacia el punto de contacto, donde la curvatura del globo acentúa la tensión visual. La paleta cromática refuerza la narrativa: el fondo negro representa el vacío y aislamiento, mientras el rojo funciona como señal de alerta.

Para la ejecución se optó por el modelado 3D que permitió un control preciso sobre iluminación y texturas, logrando un fotorrealismo que evoca la tactilidad de la imagen. La deformación del látex al contacto con la aguja y la iluminación especular transmiten la tensión física y modelan el volumen, mientras la corrección del color, el desenfoque de zoom y el grano sutil unifican la atmósfera final.

La pieza trasciende la explicación verbal: captura el instante previo al colapso, comunicando la urgencia de atender la salud mental antes de que la presión se vuelva irreversible.

Formato y dimensiones:
A3 (297 x 420 mm)

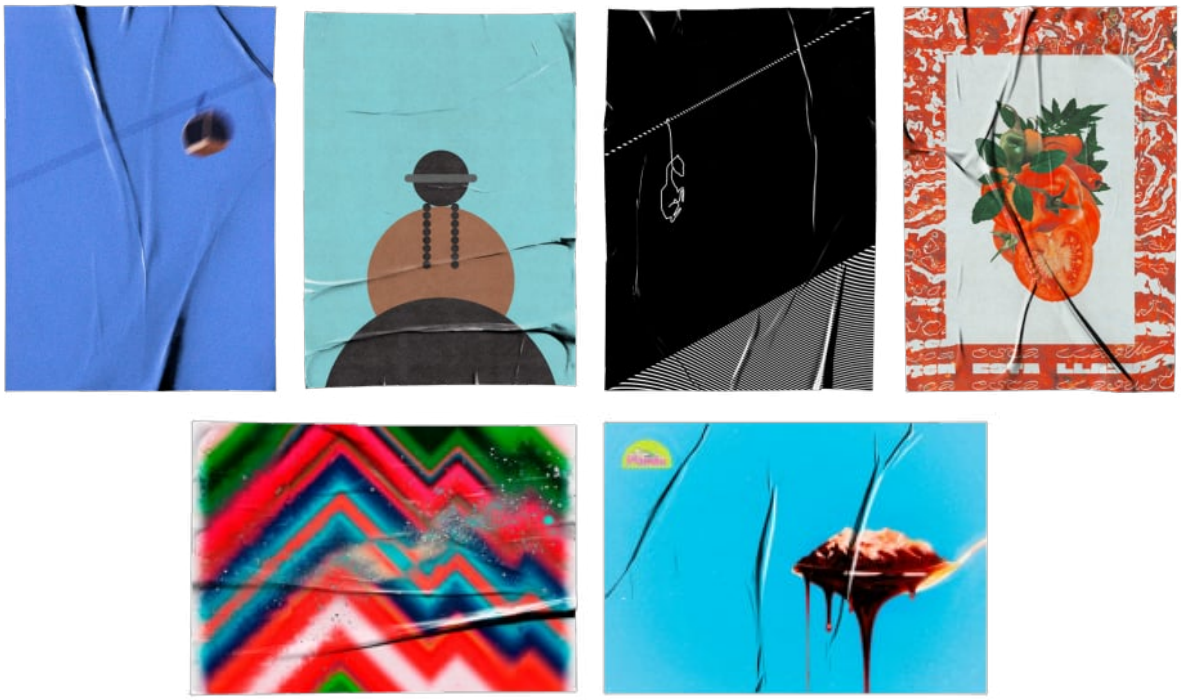
(3)

(1) Boceto conceptual y composición
(2) Modelado 3D en Blender
(3) Pieza gráfica en contexto

Blender
(Modelado 3D y shader procedural)

D5 Render
(Renderizado fotorrealista)

Adobe Photoshop
(Post-producción)



(Imagen) Muestra de los afiches de la serie completa

SERIE AFICHES LECTURAS DE LA PAZ

Título del proyecto:
Serie de afiches - Semiótica urbana: Lecturas de La Paz
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Persuasión social
Alcance:
Dirección de arte, conceptualización, investigación y diseño de afiches

(1) Acceso al archivo digital completo
(2) Afiches en contexto urbano

Partiendo de la tesis de que el alma es un “estado del paisaje”, este proyecto explora la identidad visual de La Paz decodificando la semiótica urbana a través de algunos de sus íconos culturales. La serie de seis afiches emplea principios de la composición como herramientas de análisis y expresión para interpretar arquetipos del imaginario paceño. Mediante un lenguaje gráfico minimalista, cada pieza destila la carga semántica de un ícono, donde la paleta cromática y la textura se subordinan al concepto. El resultado manifiesta visualmente las tensiones, tradiciones y la modernidad compleja que definen a la ciudad.

(1)

La serie explora la dualidad del paisaje urbano a través del **CONTRASTE**, donde la tensión cromática y de escala entre el teleférico y el cielo simboliza la pugna entre el progreso tecnológico y la naturaleza. A su vez, el **EQUILIBRIO** se materializa en una abstracción geométrica de la cholita paceña, cuya composición de formas puras refleja su centralidad y arraigo en el tejido social paceño. El **ÉNFASIS** se logra mediante el aislamiento simbólico de un feto de llama, utilizando líneas convergentes y un fuerte contraste lumínico para generar una tensión visual que alude al pensamiento al rito andino. Por otro lado, el **RITMO** captura la energía urbana mediante la repetición de patrones en zigzag que evocan tanto un aguayo tradicional como la silueta del Illimani, fusionando lo ancestral con un tratamiento gráfico contemporáneo. La **PROPORCIÓN** es alterada para generar una disonancia surrealista, representando el Illimani a la escala de un objeto cotidiano como comentario a la explotación de los paisajes naturales. Finalmente, la **UNIDAD** se construye a través de un collage que integra los ingredientes de la llajua en la forma de un corazón para consolidar la centralidad afectiva de la llajua en la cultura paceña, elevándola al corazón de la mesa paceña y un símbolo de comunión e identidad cultural.

Adobe Illustrator
(Ilustraciones vectoriales)

Adobe Photoshop
(Composición de los elementos gráficos)

PhotoMosh Pro
(Postproducción de efectos)

(2)

(Imagen) Fotografía del producto, vistas frontal y laterales

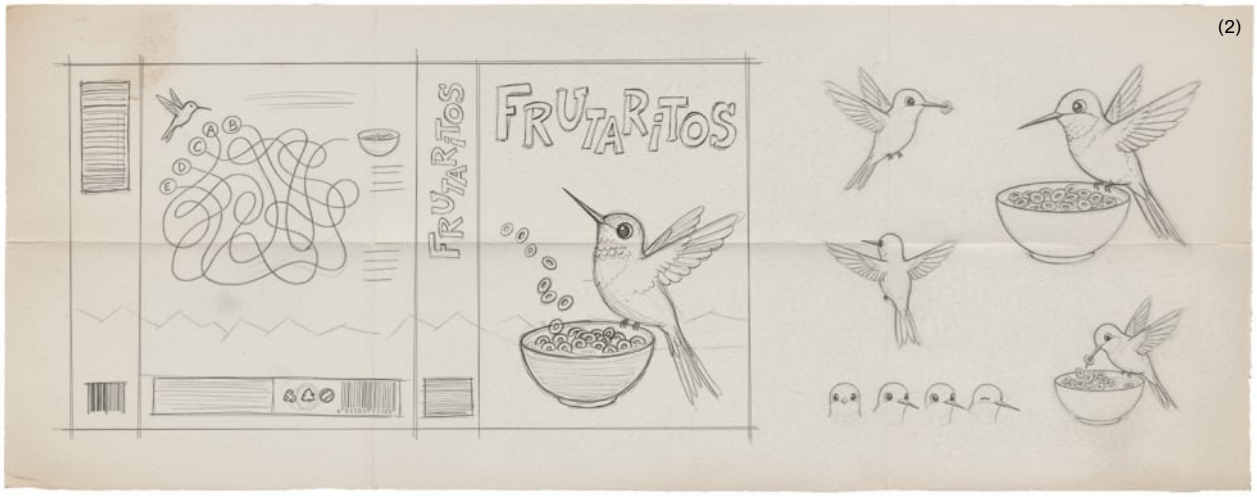
EMPAQUE CEREAL FRUTARITOS

Título del proyecto:
Rediseño de empaque - Cereal FRUTARITOS
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Diseño de empaque
Alcance:
Investigación, estrategia de marca, dirección de arte, diseño de empaque, ilustración y diseño de personaje

(1)

(1) Empaque original del cereal
(2) Boceto de exploración y desarrollo de personaje
(3) Diseño de la marca gráfica
(4) Tipografía principal
(5) Paleta cromática principal

Este proyecto rediseña el empaque de “Frutaritos”, cereal de KRIS, cuyo diseño emplea códigos visuales globalizados: una mascota antropomórfica (el dragón “Kroky”), una marca multicolor con formas redondeadas y una paleta dominada por el morado y verde, comunicando efectivamente diversión pero careciendo de diferenciación local. La estrategia de rediseño se direccionó hacia “aventura natural y orgullo local”, ampliando el público objetivo a la unidad familiar mediante ilustración e interactividad para los niños y mensajes de naturaleza, educación y valor nutricional para los padres, reposicionando la marca a un territorio de arraigo cultural local.



(2)

La marca presenta una construcción modular con formas bulbosas, una paleta multicolor y tratamiento dimensional de extrusión con contornos blancos para contraste.

FRUTARITOS

(3)

ITC Franklin Gothic

(4)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

Para la tipografía se usó ITC Franklin Gothic, ofrece un mayor rango de pesos y optimización métrica para legibilidad en cuerpos pequeños y reproducción industrial; comunica modernidad, y neutralidad que permite al colibrí cargar la especificidad regional.

Para el fondo, la paleta cromática abandona el morado por un degradado de amarillo a verde que evoca naturaleza, frescura matutina y vitalidad, mientras que el verde domina el 60% del área comunicando modernidad y naturaleza, y el rosa fucsia ocupa el 25% en aplicaciones de alto contraste, aportando calidez y diferenciación. Los colores de acento en espectro arcoíris crean un sistema de “alegría nutritiva” que comunica variedad frutal sin necesidad de recurrir a lo explicito.

(5)

El rediseño emplea un lenguaje gráfico centrado en el Colibrí Cometa (Qori Kenti), un ave endémica de La Paz que sustituye la mascota de fantasía (Kroky) y establece un vínculo con el patrimonio natural local mediante el realismo estilizado, la precisión anatómica, la simplificación cromática y los gradientes volumétricos propios de ilustraciones científicas de historia natural para asociar el producto con calidad y educación; la composición integra la interacción del ave con el tazón simulando una flor para comunicar naturalidad y los aros de cereal aportan movimiento, mientras que las siluetas montañosas minimalistas del fondo contextualizan geográficamente sin competir visualmente.

(6)

(6) Ilustración principal y desarrollo de personaje
(7) Visualización de producto en contexto

(7)

(8)

Para la composición del panel frontal se empleó una estructura tripartita donde la cabecera en rosa fucsia enmarca el punto focal, dominado por el colibrí, cuya escala y orientación lateral izquierda genera un vector de dirección ascendente, reforzado por el patrón radial de los aros flotantes, transformando elementos estáticos en narrativa de energía matutina; la marca gráfica se posiciona entre la cabecera y la ilustración siguiendo el patrón de lectura en Z.

El panel trasero se estructura como una herramienta pedagógica de “edutainment” con zonas funcionales claramente definidas para información educativa, un laberinto interactivo y contenido de interacción, transformando el reverso en herramienta pedagógica que extiende el tiempo de interacción marca-consumidor; la retícula modular organiza el contenido en jerarquía descendente (marcas institucionales, marca grafica del cereal, ilustración central, producto, e información nutricional) donde el flujo visual se construye mediante la dirección del colibrí y el movimiento de los aros, donde la tipografía ITC Franklin Gothic aporta autoridad informativa mediante contraste con los elementos ilustrados, evitando competencia con la narrativa del producto.

(8) Desarrollo del troquel y vista desplegada del arte final

Adobe Illustrator
(Ilustración vectorial, maquetación troquel)

Adobe Photoshop
(Postproducción de visualizaciones)

(Imagen) Fotografía de producto de los envases de 1 litro del helado THAYA

EMPAQUE HELADO THAYA

Título del proyecto:
Diseño de empaque - Helado THAYA
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Académico**
Categoría de diseño:
Diseño para la persuasión - Diseño de empaque
Alcance:
Investigación, estrategia de marca, dirección de arte, diseño de empaque, ilustración y diseño de personaje

(1)

El proyecto desarrolló la identidad y empaque de THAYA, submarca de Helados PIL basada en la thayacha, helado ancestral andino producido por congelación natural en el altiplano. El nombre THAYA (viento frío en aymara) establece conexión etimológica con el producto, mientras el sistema gráfico integra elementos artesanales-ancestrales con códigos contemporáneos, adaptado al formato estándar de pote de 1 litro de PIL para garantizar viabilidad productiva.

Para la marca se intervino la tipografía Tonka ExtraBold Narrow, cuya condensación horizontal permite un mayor tamaño de punto, generando verticalidad que connota solidez, mientras su peso extra-bold asegura reproducibilidad y vocatividad que favorece a su retención. La geometría exhibe alta pregnancia por su simplicidad estructural y ausencia ornamental, donde la repetición del carácter “A” facilita el registro mnemotécnico. El identificador mantiene neutralidad semántica reservando la función denotativa para el personaje, lo que preserva la vigencia atemporal de la marca mientras permite una evolución iconográfica según la línea de producto.

(2)

THAYA

(3)

Tonka

By Céline M. Hurka
& Huw D. Williams

New Atten
(4)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

El sistema tipográfico utiliza Atten New, familia sans-serif neo-grotesca de construcción humanista con geometría simple y proporciones clásicas que garantizan legibilidad.

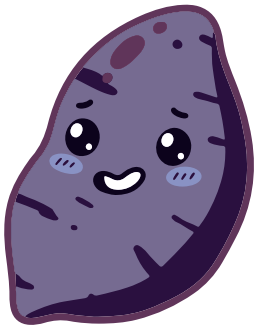
El sistema cromático utiliza azul nocturno profundo como base, evocando las noches frías del altiplano y transmitiendo un producto de alta calidad. El gris se reserva para elementos de máxima jerarquía como el logotipo y los textos adicionales, mientras que los dos tonos de violeta extraídos del isaño establecen coherencia semántica producto-representación. El cian de baja saturación funciona como color de soporte en gráficos reforzando la narrativa de frío y frescura.

(5)

#130922	#dadada	#726c8e
	#8791c1	#56395a

La ilustración emplea una estética kawaii con proporciones 1:1.2, ojos grandes y expresión antropomorfizada generando conexión emocional. El gesto facial con cejas arqueadas y boca semiabierta codifica la sensación de frío. Esta estrategia reconcilia la rusticidad del tubérculo con la sofisticación del producto, reduciendo resistencia al consumo, mientras funciona como sistema declinable que permite desarrollar variantes del producto manteniendo coherencia visual.

(6)



(7)

(1) Boceto de exploración y desarrollo de personaje
(2) Diseño de la marca gráfica
(3) Tipografía intervenida para la marca gráfica
(4) Tipografía principal
(5) Paleta cromática principal
(6) Ilustración principal y desarrollo de personaje
(7) Vista desplegada del arte final
(8) Visualización de producto en contexto

La etiqueta del contenedor cilíndrico se estructura en tres planos jerárquicos: el primero posiciona el logotipo en el tercio superior mediante contraste gris-azul nocturno, con el personaje en el cuadrante inferior izquierdo como segundo foco visual, articulado por copos de nieve y ráfagas que integran bloques informativos laterales y una barra descriptiva en cian; el segundo ubica la marca verticalmente a la derecha garantizando visibilidad en cualquier orientación; el tercero contiene información nutricional.

En la tapa circular, la estructura radial centraliza el logotipo y desplaza el personaje hacia el hemisferio inferior, generando un eje vertical que rompe la concentricidad.

Esta jerarquía responde a tres niveles de lectura: identificación a distancia mediante la marca, reconocimiento de variante por descriptor de sabor, y engagement emocional mediante el personaje ilustrado, cumpliendo estándares normativos de la industria alimentaria boliviana.

Adobe Illustrator
(Ilustración vectorial, maquetación troquel)

Adobe Photoshop
(Postproducción de visualizaciones)

(8)

(Imagen) Versión principal de la marca gráfica The SIX

DESARROLLO DE IDENTIDAD THE SIX

Título del proyecto:
Desarrollo de identidad - THE SIX
Año de desarrollo: **2015-2023**
Tipo de proyecto: **Profesional / Personal**
Categoría de diseño:
Diseño para la administración
Identidad visual corporativa
Alcance:
Diseño de marca gráfica, sistema de identidad, dirección de arte, diseño de empaque e ilustración

(1)

Para la identidad visual de “The SIX”, banda de punk rock de El Alto, Bolivia, se re interpreto de la estética punk, fusionando la crudeza del género con una estructura geométrica pensada. La marca adopta el sello circular como referente iconográfico del punk (The Ramones), pero rompe lo estático con una composición diagonal agresiva y una morfología contrastada; la rigidez modular pixelada de “The” se contrapone a la gestualidad manual de “SIX”, estableciendo un sistema visual coherente aplicado a la marca gráfica, el empaque del primer EP y demas materiales.

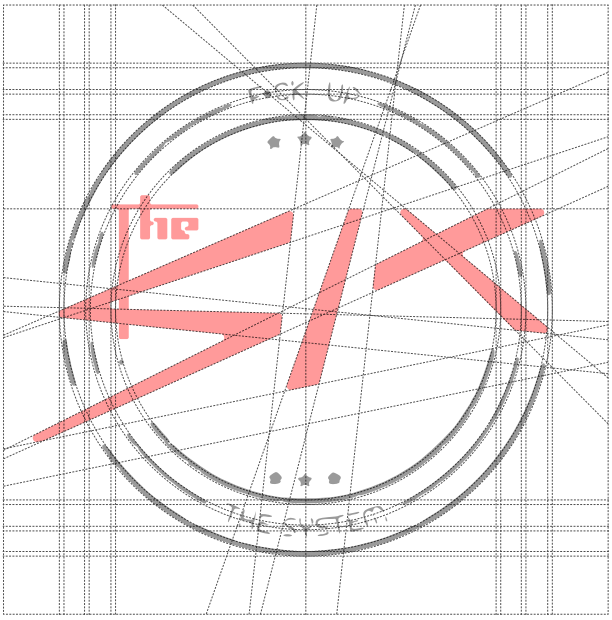
La marca gráfica “SIX” utiliza líneas diagonales donde el trazo inferior de la “S” asciende para formar el trazo transversal de la “X”, creando una ligadura que unifica el bloque en un gesto caligráfico agresivo con la “I” como eje vertical. La partícula “The” con una tipografía pixelada ortogonal que contrasta con la gestualidad de “SIX”, simbolizando la fricción entre lo institucional y lo disruptivo.

El sistema genera tensión centrípeta-centrífuga: el contenedor circular impone orden mientras las diagonales escapan, produciendo equilibrio. Según los parámetros de rendimiento marcario, este diseño maximiza vocatividad mediante diagonales y contraste cromático, pregnancia por cohesión circular y síntesis del trazo “S-X”, y compatibilidad semántica materializando ruptura sistémica coherente con la identidad punk.

Para asegurar consistencia en distintos soportes, se normalizaron cuatro variantes técnicas: (3) la versión principal negativa sobre fondo negro maximiza el impacto mediante vibración óptica del rojo, (4) la positiva invierte valores para fondos claros, y (5) (6) las reducciones monocromáticas garantizan reproducibilidad técnica en soportes como stencil, sellos de goma y fotocopias, etc.

El sistema cromático emplea una paleta de alto contraste compuesta por rojo (#FF0000), negro y blanco, garantizando legibilidad en condiciones extremas de iluminación y visibilidad independiente del soporte o fondo de aplicación.

(2)



(3)

(4)

(5)

(6)

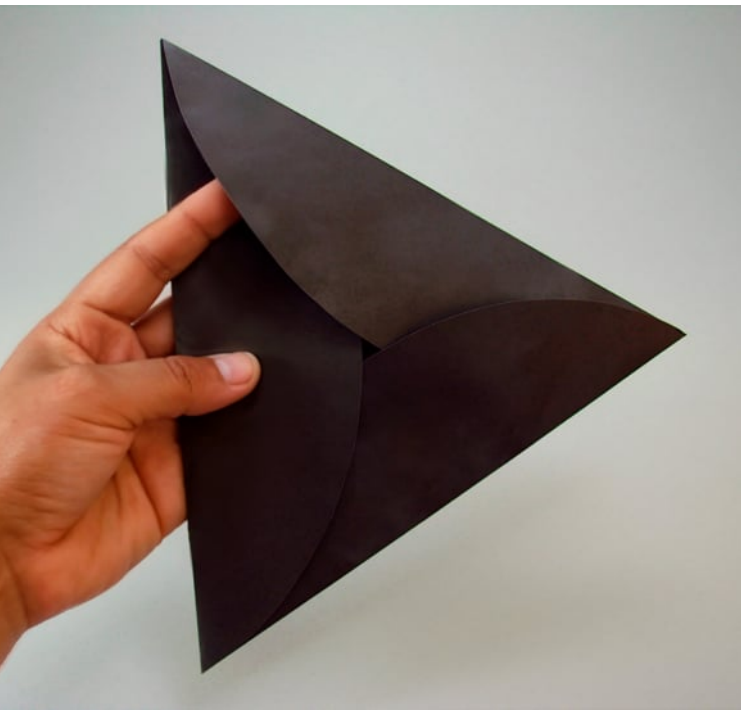
(7)

#ff0000

#ffffff

#000000

(8)



La aplicación de la identidad en el diseño discográfico del EP homónimo se materializa en un empaque triangular desplegable que rompe con el formato cuadrado estándar del CD, extendiendo el carácter disruptivo de la marca al soporte físico. Este objeto presenta una narrativa visual de exploración conceptual y física, la ilustración interior despliega un universo onírico en tonalidades rojas donde cada tema reinterpretado (Callaré Simplemente, Soledad, Illimani) se traduce en espacios geográficos simbólicos: el altiplano, el Salar de Uyuni y el nevado Illimani, que convergen hacia un punto de fuga central dominado por el sol, unificando las tres pistas en una atmósfera coherente con la identidad visual de la banda.

Los stickers promocionales del EP emplean fotomontaje e ilustración sobre portadas originales de Los Ecos, Los Ronisch, Wara e Illimani: se sustituyeron digitalmente los rostros originales por los miembros de The SIX, insertando a la banda en la historia visual de la música boliviana como homenaje y actualizando la técnica al lenguaje visual contemporáneo.

(9)

(1) Boceto de exploración morfológica en servilleta
(2) Construcción geométrica y retícula constructiva
(3) Tipografía intervenida para la marca gráfica
(4) Versión principal (fondo oscuro)
(5) Versión principal (fondo claro)
(6) Versión monocromática (fondo oscuro)
(7) Versión a una tinta (fondo claro)
(8) Despliegue del empaque triangular (EP)
(9) Pegatinas promocionales (EP)

Adobe Illustrator
(Ilustración vectorial, construcción tipográfica)

Adobe Photoshop
(Fotomontaje, postproducción de visualizaciones)

SOUTHLAND TRAVELERS®

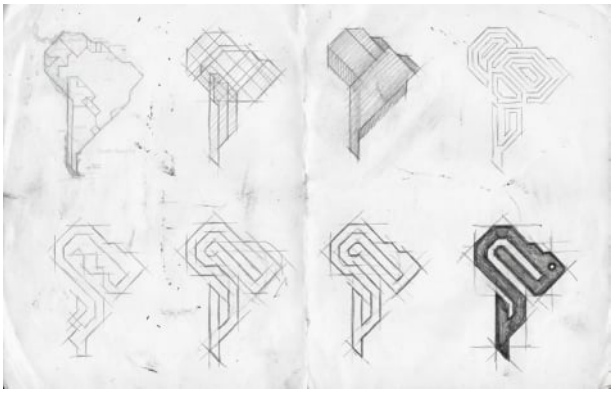
Experiencias mágicas, destinos únicos.

(Imagen) Versión principal de la marca gráfica SOUHTLAND TRAVELERS con descriptor

DESARROLLO DE IDENTIDAD SOUTHLAND TRAVELERS

Título del proyecto:
Desarrollo de identidad - SOUTHLAND TRAVELERS
Año de desarrollo: **2023**
Tipo de proyecto: **Profesional**
Categoría de diseño:
Diseño para la administración
Identidad visual corporativa
Alcance:
Estrategia de marca, diseño de identidad visual, sistema iconográfico, diseño UI (landing page), papelería corporativa y merchandising, manual de identidad corporativa

(1)



El desarrollo de identidad para Southland Travelers surge del análisis del sector turístico paceño. El diagnóstico determinó una propuesta centrada en exploración y autenticidad cultural, dirigida al segmento internacional de turismo. En consecuencia, la estrategia de posicionamiento define una personalidad de marca moderna, optimizada para entornos digitales y capaz de comunicar la promesa de experiencias personalizadas y destinos únicos.

La marca sigue parámetros de rendimiento que aseguran su capacidad identificatoria. Se priorizó la singularidad estilística para destacar en un entorno visualmente saturado y se optó por una abstracción geométrica atemporal que asegura vigencia a largo plazo. El diseño cumple con requisitos de reproducción y legibilidad, funcionando correctamente tanto en medios digitales como impresos, esta versatilidad permite mantener la coherencia visual en todas las aplicaciones.

El símbolo de Southland Travelers resulta de la síntesis entre la forma del continente sudamericano y la geometría de textiles precolombinos, configurando una “S” estilizada mediante una estructura que combina líneas ortogonales y diagonales a 45°, generando una retícula que determina cada ángulo, intersección y proporción del trazo. Las diagonales cruzadas establecen los ángulos que evocan la geometría textil precolombina, mientras que las líneas horizontales y verticales le dan estructura solida al símbolo.

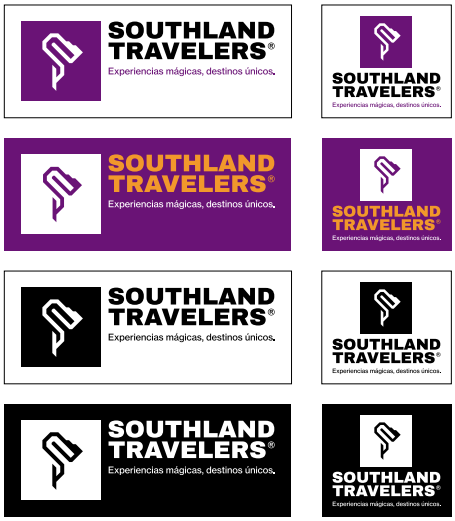
La estructura de la marca se rige mediante una rejilla modular basada en una unidad X. El sistema emplea subdivisiones proporcionales (X, X/2, X/4). La marca se inscribe dentro de un rectángulo (15,25x * 4,75x) que integra símbolo (4,75x * 4,75x), logotipo (10x * 2,25x) y tagline (10x * 0,5x).

El sistema de identidad contempla tres versiones: una versión horizontal principal con el símbolo a la izquierda y el logotipo con tagline a la derecha, ideal para formatos apaisados; una versión vertical con elementos centrados para espacios estrechos o aplicaciones en altura; y una versión icono que utiliza solo el símbolo para tamaños reducidos o aplicaciones digitales como favicons y avatares. Cada versión dispone de cuatro configuraciones cromáticas: (1) preferente policromática sobre fondo blanco, (2) negativa policromática sobre fondo morado corporativo, (3) monocromática negra y (4) monocromática blanca para aplicaciones técnicas restringidas, manteniendo la coherencia en cualquier soporte o aplicación.

(2)

(3)

(4)



El sistema cromático se estructura en cuatro valores: el color principal Honey Flower (#5C1A74) presenta alta saturación con dominante magenta (78%) y luminosidad media-baja, garantizando contraste sobre fondos claros y oscuros. Los colores secundarios: blanco (#FFFFFF) como fondo neutro y contraste máximo; negro (#000000) para tipografía y jerarquía visual; y Golden Grass (#DC9737) un amarillo-naranja que genera contraste por temperatura cromática sin competir en saturación con el Honey Flower. Esta paleta permite flexibilidad en producción al posibilitar impresión a dos tintas (violeta + negro) o tres tintas añadiendo el dorado como acento, manteniendo ratios de contraste óptimos y fidelidad de tono tanto en RGB (pantallas) como en CMYK (impresión).

(5)

Archivo Black
(6)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

Neue Haas Grotesk
(7)

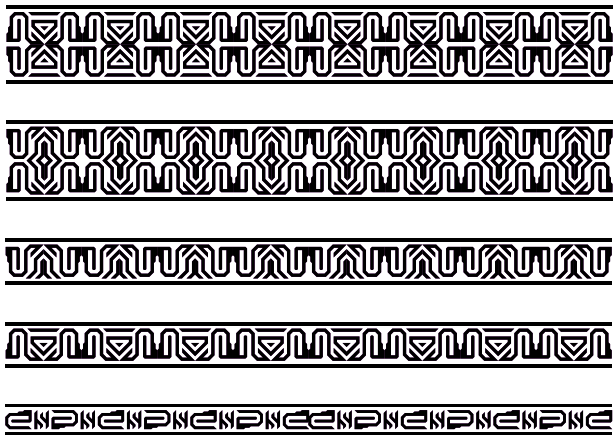
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

El sistema tipográfico se basa en dos familias sans-serif. **Archivo Black** como tipografía para títulos por su diseño geométrico, terminaciones redondeadas, la dotan de legibilidad en escalas grandes y compatibilidad formal con el símbolo. **Neue Haas Grotesk** para cuerpos de texto por sus proporciones equilibradas y neutralidad estilística garantizan legibilidad óptima.

(8)

El sistema iconográfico y los grafismos complementarios se desarrollan a partir de una síntesis formal que integra la estética de los textiles precolombinos con códigos visuales contemporáneos. Esta fusión genera una iconografía que trasciende la función indicativa, aportando valor cultural y coherencia estilística al lenguaje de la marca.

(9)



A partir de la morfología del símbolo principal se derivan grafismos que funcionan como elementos compositivos (marcos, separadores o fondos texturales), garantizando que todo elemento secundario sea inmediatamente reconocible como parte del mismo sistema.

(1) Boceto de exploración morfológica
(2) Construcción geométrica y retícula constructiva
(3) Área de protección y márgenes de seguridad
(4) Versiones de la marca gráfica
(5) Sistema cromático
(6) Tipografía para titulares
(7) Tipografía para cuerpos de texto
(8) Sistema iconográfico
(9) Recursos gráficos de soporte

El sistema de identidad se implementó mediante aplicaciones digitales y físicas que cubren todos los puntos de contacto de la marca. En el ámbito digital, se desarrolló plantillas para redes sociales que mantienen coherencia y se alinean con la estrategia de captación del público objetivo. En el ámbito físico, se diseñó papelería operativa (vouchers, tarjetas de presentación, hojas membretadas), indumentaria corporativa que genera confianza profesional, y merchandising funcional (bitácoras de viaje, bolsas de lino, tazas, etiquetas para equipaje, postales, pegatinas) que refuerzan la presencia de la marca durante todo el acompañamiento al usuario.

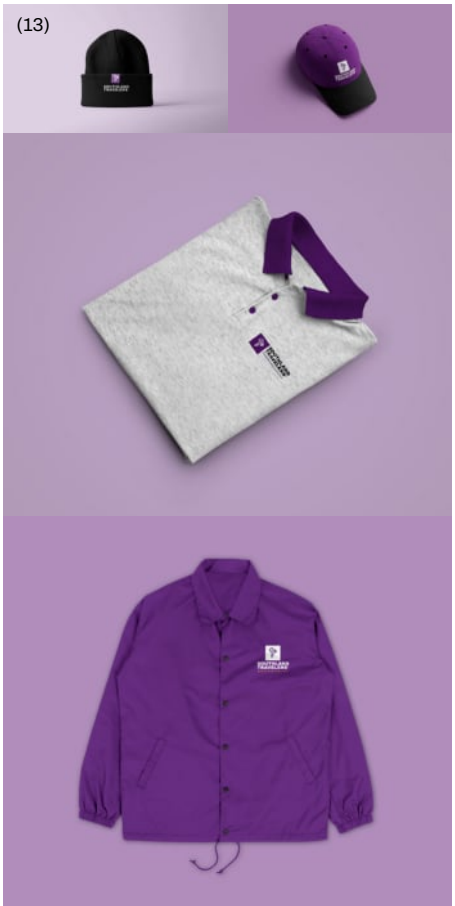
(10)

(11)

(12)

(15)

(13)



(14)

(10) Sistema para comunicación en redes sociales
(11) Papelería corporativa administrativa
(12) Tarjetas de presentación
(13) Indumentaria corporativa
(14) Colección de merchandising
(15) Acceso al manual de identidad corporativa

Adobe Illustrator
(Ilustración vectorial, construcción tipográfica)

Adobe Photoshop
(Fotomontaje, postproducción de visualizaciones)

(Imagen) Versión principal de la marca gráfica SKBCHS con descriptor

AUDITORIA Y REDISEÑO DE IDENTIDAD SKBCHS

Título del proyecto:
Auditoria y rediseño de identidad - SKBCHS
Año de desarrollo: **2024**
Tipo de proyecto: **Profesional**
Categoría de diseño:
Diseño para la administración
Identidad visual corporativa
Alcance:
Auditoría marcaria, estrategia de identidad, rediseño de marca gráfica, diseño de empaque, diseño de material publicitario, manual de identidad corporativa

(1)

La auditoría del identificador original reveló limitaciones: tipografía genérica, composición desequilibrada, y ausencia de un sistema visual coherente. El análisis competitivo mostró predominio de contenedores tipográficos a nivel nacional (Valenciana, Stege, Roxi, Burlesque) y tendencia internacional hacia tipografías serif o caligráficas (Hengstenberg, Fragata, Kühne). Esta lectura identificó una oportunidad de diferenciación mediante una identidad híbrida entre la calidez artesanal y la solidez institucional.

El diseño sigue principalmente estos parámetros de rendimiento marcario: ajuste tipológico, optando por un logo-símbolo que compensa las limitaciones mnemotécnicas de la sigla SKBCHS; compatibilidad semántica, estableciendo conexión con el producto sin literalidad excesiva; versatilidad, garantizando su funcionamiento en distintos soportes; y suficiencia, eliminando elementos decorativos para lograr un identificador pregnante y técnicamente reproducible.

El logo-símbolo se estructura sobre módulos derivados de la proporción áurea (círculos 5-9 de la secuencia Fibonacci), organizados en una retícula de 28×14.5 unidades con tres componentes: tipografía script donde la “K” abraza las letras “BCHS” (metáfora del proceso de elaboración); contenedor rectangular redondeado de 1 módulo de grosor; y descriptor “ESCABECHES Y OTROS” (15.5×1 módulo). El locoto integrado con la letra “h”, coronado por hojas estilizadas, refuerza el origen natural sin literalidad.

El área de autonomía establece 6 módulos perimetrales, y los tamaños mínimos se definen en: logo-símbolo solo (1×0.55 cm y 2×1.1 cm) para aplicaciones reducidas, y una versión completa (3×1.71 cm) para usos principales.

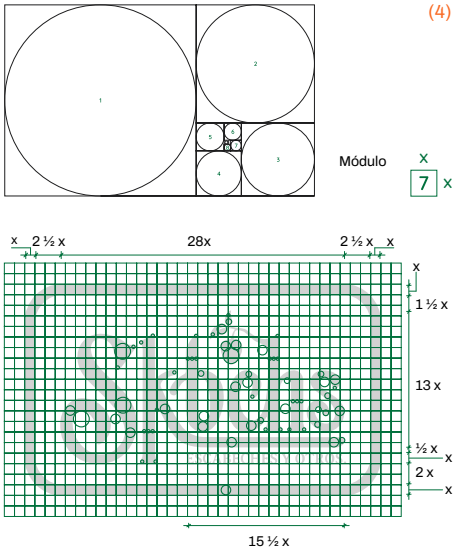
El sistema contempla cuatro variantes: versión principal a color prioritaria para aplicaciones policromáticas; versión en escala de grises para reproducciones monocromáticas; versión positiva en negro sólido para fondos claros; y versión negativa en blanco para fondos oscuros o fotografías.

El proyecto aborda el reposicionamiento de SKBCHS, microemprendimiento paceño de encurtidos artesanales, cuyo análisis reveló una disonancia entre la calidad del producto y una identidad visual que limitaba su expansión a supermercados y restaurantes. La estrategia se centró en profesionalizar la marca bajo el arquetipo del Sabio, comunicando maestría artesanal, salud y origen natural para elevar la percepción de valor de la marca.

(2)

(3)

(4)

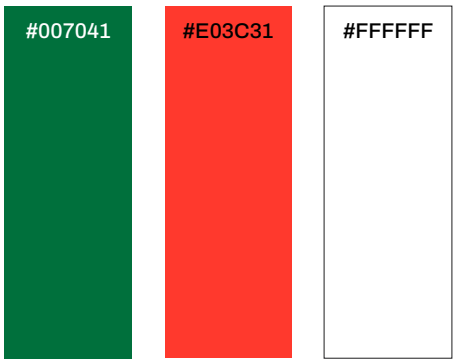


(5)

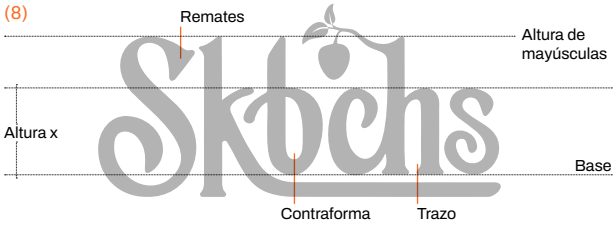
(6)

La paleta se estructura en tres colores: verde (#007041) como principal, asociado a lo orgánico, pero seleccionado por su contraste sobre fondos claros y óptima legibilidad en formatos reducidos; rojo (#E03C31) como secundario, aportando calidez por contraste y referencia al sabor picante de los locotos; y blanco (#FFFFFF) como neutro para fondos. Aunque la combinación rojo-verde es convencional en el sector, el tratamiento la diferencia: el verde profundo transmite seriedad evitando connotaciones ecológicas genéricas, mientras el rojo vibrante equilibra y mantiene legibilidad tanto en impresión como en pantalla.

(7)



(8)



El sistema tipográfico se estructura en tres niveles:

Una tipografía de marca, una script personalizada con ascendentes orgánicos (la “h” extendiéndose hacia el locoto), remates redondeados y altura-x optimizada para reducciones.

Una tipografía institucional principal, Epilogue, sans-serif geométrica en variantes ExtraBold, Bold y SemiBold para títulos y encabezados.

Una tipografía institucional secundaria, Averia Serif Libre, serif clásica en variantes Light, Regular y Medium para textos extensos y contenido de apoyo.

Epilogue

(9)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

Averia Serif Libre

(10)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

(11)

Se desarrolló un sistema de elementos gráficos complementarios basado en siluetas simplificadas de los ingredientes del producto (locotos, cebollas, ajos, brócoli, zanahorias y manzanas), presentadas en colores corporativos alternados. La estilización geométrica mantiene reconocibilidad evitando hiperrealismo. El sistema aplica en fondos promocionales, etiquetas, señalética y empaques secundarios, reforzando valores de frescura, variedad y elaboración natural.

(1) Boceto de exploración morfológica
(2) Diagnostico del estado marcario previo (2019)
(3) Análisis de contexto marcario
(4) Geometrización y retícula constructiva modular
(5) Área de protección de la marca
(6) Versiones de la marca gráfica
(7) Sistema cromático
(8) Tipografía de la marca gráfica
(9) Tipografía institucional primaria
(10) Tipografía institucional secundaria
(11) Recursos gráficos de soporte

(12)

El sistema se implementa en aplicaciones identificatorias y funcionales: empaque primario (envases transparentes con etiquetas en dos variantes cromáticas); tarjetas personales (9×5 cm) para ferias y eventos; volantes (10.75×16.5 cm) para punto de venta; y roller (80×200 cm) para eventos. Se descartaron aplicaciones sin justificación operativa (merchandising textil, señalética permanente y papelería institucional) considerando la escala y operación actual del emprendimiento. La prioridad se concentra en piezas que faciliten la expansión hacia supermercados y restaurantes: empaque profesional, material promocional para intermediarios y presencia en puntos de venta.

(13)

(14)

(17)

(15)

(16)

(12) Empaques de envases primarios
(13) Tarjetas de presentación
(14) Material promocional impreso
(15) Banner vertical promocional
(16) Etiquetas para cajas
(17) Acceso al manual de identidad corporativa

Adobe Illustrator
(Ilustración vectorial, construcción tipográfica)

Adobe Photoshop
(Fotomontaje, postproducción de visualizaciones)

LAb PAZ
Do Tank de I+D+E+*i*+*t*+*a*+*s*

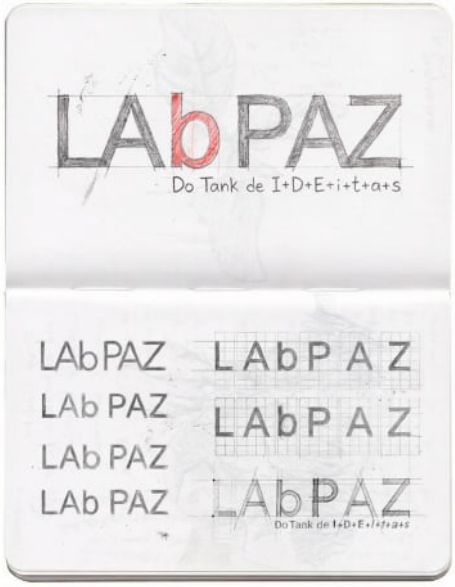
(Imagen) Versión principal de la marca gráfica LAb PAZ con descriptor

AUDITORIA Y REDISEÑO DE IDENTIDAD LAb PAZ

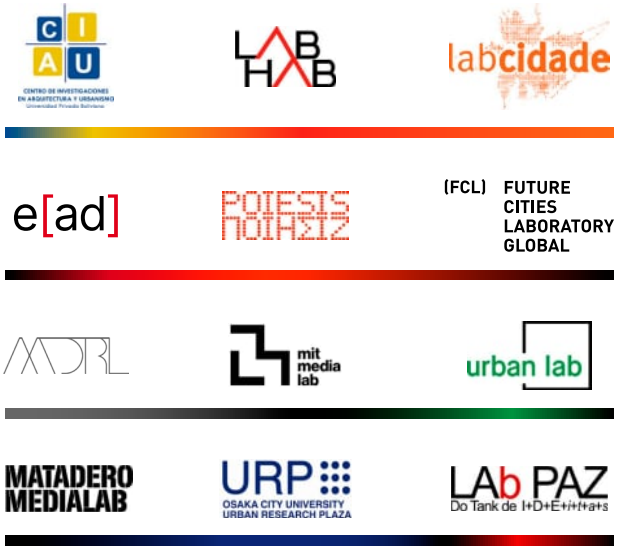
Título del proyecto:
Auditoria y rediseño de identidad - LAb PAZ
Año de desarrollo: **2025**
Tipo de proyecto: **Profesional**
Categoría de diseño:
Diseño para la administración
Identidad visual corporativa
Alcance:
Auditoría marcaria, estrategia de identidad, rediseño de marca gráfica, manual de identidad corporativa

LAb PAZ es un laboratorio transdisciplinario de investigación/acción, fundado en 2018. Opera mediante una estructura dual (un eje educacional y un eje factual-territorial) a través de colaboración heterárquica, transnacional y multisectorial.
No obstante, su identidad visual presentaba deficiencias técnicas que no reflejaban esta complejidad. En consecuencia, el rediseño se rigió por parámetros de rendimiento marcario orientados a garantizar la funcionalidad, priorizando la legibilidad, reproducibilidad y calidad gráfica mediante el refinamiento morfológico del logotipo y del descriptor. Se resolvió la versatilidad a través de variantes de contraste y un sistema modular declinable que preserva la suficiencia y singularidad. El resultado es una marca coherente, y técnicamente optimizada tanto en la divulgación como en aplicaciones operativas de campo.

(1)



(2)



El análisis comparativo con referentes globales identificó tres tipologías predominantes: logotipos puros, logotipos con símbolo y logo-símbolos, con tendencia al minimalismo geométrico y tipografías sans-serif neogrotescas. El diagnóstico evidenció baja reproducibilidad por complejidad del descriptor y versatilidad limitada por rigidez cromática. El rediseño mantuvo el logotipo puro, coherente con instituciones académicas, optimizando proporciones tipográficas, refinando jerarquías visuales y ampliando el sistema cromático para codificación temática.

(3)

(4)

(5)

La marca se estructura sobre una retícula modular donde la unidad base “x” determina todas las proporciones. El logotipo principal mide 72x * 15x de altura, con separación interna de 4x entre bloques (“LAb” y “PAZ”); el descriptor se ubica a 2x bajo el bloque “b PAZ”, en tipografía Inter Semibold de 48x * 1 ½ y (y = altura de los trazos horizontales de la tipografía desarrollada). La composición equilibra el peso de caja alta en “LA” y “PAZ” con el elemento focal de la “b” en caja baja.

El área de reserva perimetral de 15x garantiza distancia mínima en colaboraciones institucionales. La versión abreviada “Lb PZ” (47x * 15x) conserva la lógica constructiva para espacios restrictivos, con la “b” roja como constante identificatoria.

La marca tiene cuatro configuraciones: versión principal con descriptor (uso prioritario), versión abreviada “Lb PZ” con descriptor (espacios restrictivos), versión sin descriptor (comunicaciones internas) y versión mínima (elementos UI pequeños). Los tamaños mínimos escalonados van desde 4 cm/113 px (completa) hasta 1 cm/28 px (mínima). Cada configuración se declina en tres variantes: a color (#101820 + #E4002B), negativo para fondos oscuros (#C8C9C7 + #FFFFFF) y positivo (#666666 + #000000). La “b” funciona como ancla semántica constante en todas las versiones.

(6)

(7)

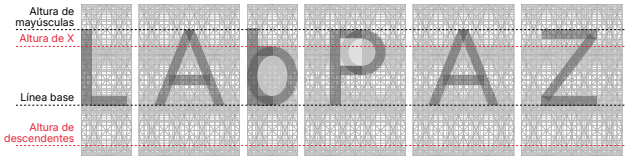
La paleta primaria combina gris carbón (#101820) para estructura, rojo (#E4002B) como acento distintivo en la “b”, blanco como base y gris claro (#C8C9C7) para jerarquías secundarias. La paleta secundaria implementa una doble tríada cromática a partir del rojo que codifica áreas operativas: azul (#1D4F91) eje educacional, verde (#4A6D42) eje factual, amarillo (#B4A91F) área de diseño gráfico, cian (#1E6E78) área editorial y púrpura (#5B3659) programa de pasantías; los valores de saturación y luminosidad han sido calibrados para evitar vibración óptica con el rojo. Esta codificación permite segmentación de contenidos manteniendo la “b” roja como constante en este sistema.

El logotipo se articula sobre una retícula de 10×10 unidades dispuesta en tres bloques verticales, logrando una tipografía sans-serif geométrica. Para asegurar una densidad visual uniforme, se aplican correcciones ópticas que reducen sutilmente el grosor de las astas horizontales y diagonales respecto a la base vertical. Este tratamiento equilibra la condensación y el espaciado, logrando una solidez estructural que optimiza la legibilidad.

Inter es la tipografía institucional primaria: una sans-serif neogrotesca seleccionada por su alta altura de x y eficiencia en interfaces digitales y señalética técnica.

Merriweather (serif) como secundaria, su carácter editorial aporta el rigor y la calidez necesarios para la divulgación científica, estableciendo un diálogo entre la modernidad técnica de Inter y la tradición académica Merriweather.

(8)



Inter

(9)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

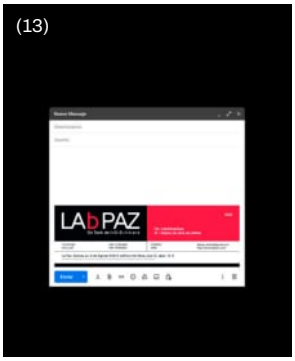
Merriweather

(10)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

(1) Bocetaje y exploración formal
(2) Análisis del contexto marcario
(3) Construcción geométrica y retícula constructiva modular
(4) Área de protección de la marca
(5) Área de protección en versiones principal y abreviada
(6) Variantes de reproducción
(7) Sistema cromático
(8) Tipografía de la marca gráfica
(9) Tipografía institucional primaria
(10) Tipografía institucional secundaria

El sistema de identidad prioriza siete aplicaciones que garantizan presencia institucional coherente en contextos administrativos, académicos, técnicos y territoriales: (11) Tarjeta de presentación (100×65 mm): cartón gris de 3 mm con textura y código QR en anverso; reverso rojo con datos en Inter, impresión en serigrafía o UV; (11) Hoja membretada (DIN A4, offset 90 g): márgenes asimétricos, encabezado institucional, cuerpo en Merriweather y pie separado por filete; (11) Carpeta institucional (248×350.8 mm): incluye etiqueta de clasificación adhesiva; (12) Plantilla de presentaciones (1366×768 px, 16:9): retícula de 12 columnas con tres diapositivas maestras; (13) Firma de correo electrónico (384×128 px): marca en negativo sobre negro, área social en rojo y datos en blanco; (14) Rótulo para planos técnicos: franja vertical en margen derecho con tres zonas funcionales, según norma DIN; (15) Indumentaria de identificación: chaleco táctico negro con franja roja, etiquetas para cascos y credencial en acrílico rojo translúcido (ISO 7810 ID-1).



(16)

(11) Tarjetas de presentación, hoja membretada y carpeta institucional
(12) Plantilla para presentaciones
(13) Firma de correo electrónico
(14) Rótulo para planos técnicos
(15) Indumentaria de identificación
(16) Acceso al manual de identidad corporativa

Adobe Illustrator
(Construcción tipográfica)

Adobe Photoshop
(Fotomontaje, postproducción de visualizaciones)

© 2026

JOAQUIN MAX
CUEVAS VENTURA

JoACKo333@gmail.com
+591 78834651

La Paz,
Bolivia