

Universidad Rafael Landívar de Guatemala
Facultad de Arquitectura y Diseño
Licenciatura en Diseño Gráfico
Segundo Ciclo 2018

TAREA 1

proyectos para portafolio

Ana Laura Chacón Pinetta
1095414

PROYECTOS

principales

01 MATERIAL PARA EL TRATAMIENTO DE NIÑOS CON TDAH



Colaboración con Kiara Coll y Emanuel Monzón

AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

CLIENTE: Centro de Atención Pedagógica y Psicológica Integral (CAPPsi)

ÁREA DE DISEÑO: Material Educativo

La clínica CAPPsi necesitaba de materiales que ayudara a los niños con TDAH (trastorno de déficit de atención con hiperactividad) a su desarrollo y aprendizaje, al igual que a los padres y maestros que también cuentan con un papel de suma importancia en el proceso de desarrollo de estos niños. Se trabajo el concepto de sueños peludos enredados, ya que la palabra sueños hace referencia a la conducta de los pacientes, al no mantenerse enfocados en la realidad, la palabra peludos se escogió para representar el monstruo del TDAH el cual se quiere combatir, este no es un monstruo malo, será un acompañante en el proceso del aprendizaje del niño, y enredados se refiere al desorden que los niños pueden tener en su mente al no poder concentrarse, dejar tareas a medias y distraerse. Bajo este concepto se elaboraron personajes con colores vibrantes, pensados especialmente para el grupo objetivo, que representan diferentes aspectos del trastorno.

Se creó un planificador (material pedagógico) para que fuera un recurso de uso diario del maestro y que pueda tener la información a la mano. Así mismo poder llevar el control diario del comportamiento y avances del niño, para

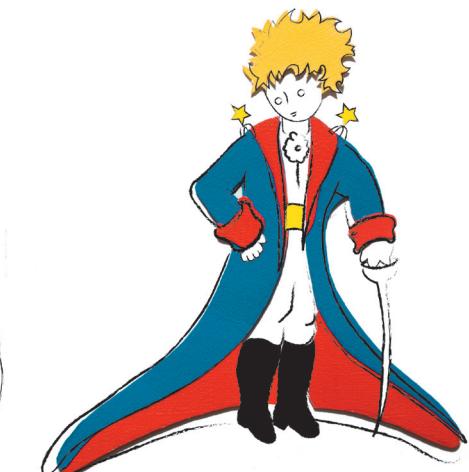
informarle a las psicólogas al respecto. Contiene un consejo por mes para que sea un proceso y no saturar al niño de información. Cada consejo se acompaña de una ilustración distinta para que sea más amigable.

Para la formación de los padres se elaboró un material didáctico que consiste en una carpeta con hojas membreteadas para incitar a los padres a tomar apuntes durante las charlas del CAPPsi, al igual que una autoevaluación para evaluar el progreso que se ha tenido. Dentro de la carpeta también se encuentra un CD, que contiene material dirigido a los padres donde se encuentran una historia mediante ilustraciones en las cuales los síntomas (monstruos), están poniendo obstáculos a el niño y el monstruo principal y la historia estará enlazada de manera indirecta con la información del material.

Se desarrolló un juego educativo para los niños, donde se tomó como referencia principal un “Cranium”, dentro de él se representan los cuatro mundos en los cuales pasó el niño y el monstruo, en cada mundo se colocaron diferentes retos/ actividades las cuales se tendrán que estar resolviendo en un minuto, las actividades que se eligieron son para que el niño pueda estar realizando algo en todo momento de manera que él no se distraiga y pueda ser más sencillo para poder concentrarse. El juego se realiza en grupos, esto para motivar al niño a tener compañerismo y ayuda con las personas con las que se relaciona. En el empaque del juego se colocó a los protagonistas de la historia principal que son el niño y el monstruo del TDAH, el cuál se nombró: Aventura por los 4 mundos, para representar toda la historia que se mantiene en las piezas anteriores con los diferentes monstruos/síntomas que tiene el niño, contará con dos tableros uno corto de 15 minutos y otro largo de 30 minutos.

02

COFFEE TABLE BOOK PARA LOS 75 AÑOS DE EL PRINCIPIITO



Colaboración con Kiara Coll, Julia Samayoa y Delfa Priego

AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

CLIENTE: Editorial Santillana

ÁREA DE DISEÑO: Editorial

La editorial Santillana relanzó una versión de El Principito para sus 75 años dirigido a personas de 25 años en adelante. Se desarrolló un coffee table book, por lo que las dimensiones son de 10.5' x 10.5' y cuenta con dos partes, la primera será información sobre El Principito y Antoine de Saint-Exupery y la segunda, la historia del El Principito. Se desarrollaron elementos de papel, utilizando la técnica de corte y pegado y digital para darles calidez y que fuera más amigable para el target, al igual que las ilustraciones, donde se usaron las originales de Antoine de Saint-Exupery, ya que son famosas por su simpleza. Para modificarlas y hacerlas más interesantes, se utilizó papel, para agregar tridimensionalidad, con una paleta de color de únicamente 4 colores (azul, amarillo, verde y rojo) para no saturar el libro, ni crear distracciones para el lector. Las portadillas fueron impresas en papel dorado para que contrastaran con el azul de la portada, y darle una apariencia elegante. A lo largo del libro se puede percibir un ritmo de lectura refrescante, ya que se utilizan espacios en blanco para crear respiros visuales, al igual que la tipografía serif, y una con un estilo de "hand writing" para crear jerarquías.



IMAGEN PARA EL CONGRESO CENTROAMERICANO DE RESIDENTES DE OFTALMOLOGÍA



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2018

CLIENTE: Asociación de Residentes guatemaltecos de oftalmología

ÁREA DE DISEÑO: Identidad corporativa y estrategia de comunicación.

La Asociación de Residentes Guatemaltecos de Oftalmología, todos los años se encarga de impartir el Congreso Centroamericano de Residentes de Oftalmología, el cual carecía de una identidad que los ayudara ser reconocidos como un espacio donde se complementan los conocimientos y destrezas necesarias para la práctica profesional. Se desarrolló una estrategia de comunicación de tres fases. La primera donde se revela el nuevo logo y la imagen de Facebook, al igual que el afiche del congreso. La segunda consta de un countdown en redes sociales, y la última son los promocionales que se repartieron durante el congreso. Para esto se desarrolló el concepto “Perspectiva Lineal Eléctrica”, el cual refleja al congreso como un espacio innovador, donde los residentes se sienten unidos, y también como una actividad que los ayudar a su desarrollo como oftalmólogos.

La tendencia elegida para la imagen del proyecto fue lineal ya que fue la elegida por el G.O. y refleja el concepto, y duotono, la cual se basa en la aplicación de únicamente dos colores a una foto para añadir riqueza a una imagen. Se escogió este tipo de tendencia ya que en la actualidad muchos de los jóvenes se ven atraídos por ella y también porque esto simplifica las imágenes, logrando que las piezas no se vean tan saturadas al usar tantas imágenes juntas. Se utilizó una paleta de color variada, combinando los tonos cálidos con los fríos. La paleta fue escogida ya que el grupo objetivo se sintió atraída hacia ella y denota la palabra “Electric” ya que son colores llamativos, brillantes, y juveniles, sin que fueran demasiado saturados y que cansaran

la vista, se utilizó como color contratante un azul oscuro para que resaltara, en vez de utilizar negro, con el objetivo de que no fuera tan pesado.

PROYECTOS

secundarios

04

LÍNEA GRÁFICA PAR EL FESTIVAL FYF
2018



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

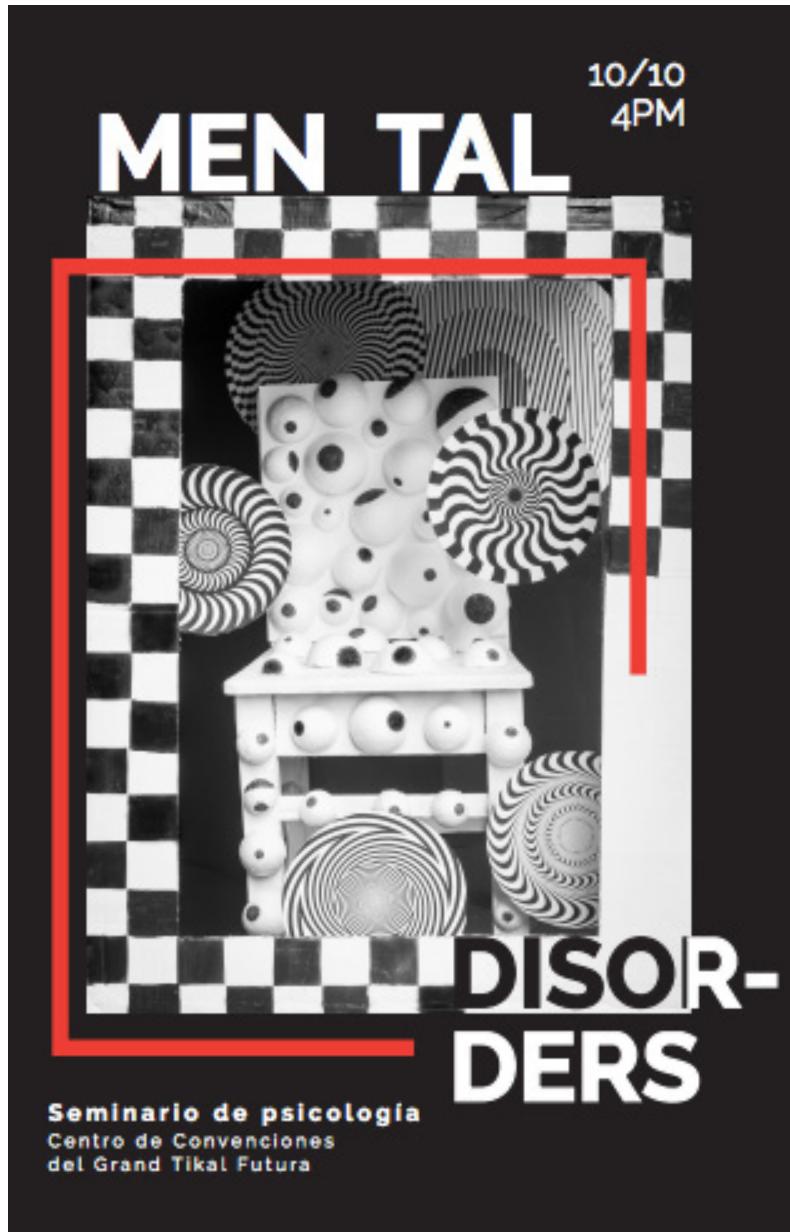
CLIENTE: Festival FYF

ÁREA DE DISEÑO: Ilustración

FYF Fest siempre se celebra en Exposition Park en Los Ángeles. Nació de un pequeño concierto y ahora es un festival de tres días en el centro de la ciudad, todos los años refrescan su imagen, para el 2017 se desarrolló el concepto de Fiesta neón en la ciudad. Para la línea gráfica se utilizó técnica vectorial ya que la imagen del festival es bastante plana y con líneas rectas. En la mayoría de posters de años anteriores se utilizan los edificios para representar donde se encuentra el festival (Downtown LA), entonces se siguió con ese mismo elemento para que la pieza fuera fácil de reconocer por el grupo objetivo, el festival en si, no tiene logo, por esa razón se colocó el nombre del festival como parte del edificio. Se utilizaron tonos vivos, como el morado, el rojo y el celeste, para que fuera llamativo.

05

POSTER E INSTALACIÓN PARA
SEMINARIO DE PSICOLOGÍA



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

CLIENTE: Seminario de psicología

ÁREA DE DISEÑO: Ilustración

Para este seminario de psicología se solicitó hacer una instalación con el único requisito de utilizar una silla, donde se combinaría un trastorno mental y una corriente artística, luego se realizaría un postre con la foto de dicha instalación. Se utilizó el trastorno de déficit de atención y el op art como inspiración para las piezas.

Para la instalación se colocaron ojos de diferentes tamaños viendo a diferentes direcciones para representar la locura y la incapacidad que tienen las personas con este trastorno para concentrarse en una sola cosa y también representar el op art ya que es un estilo sumamente visual. La silla está en una caja ya que aunque estas personas suelen ser hiperactivas siempre andan en su propio mundo, encerrados en su cabeza. El patrón en el marco no está completo ya que una de las características de las personas con TDA es que se le dificulta terminar lo que empezaron. Hay diferentes círculos característicos del op art para tener diferentes puntos focales y así referirse otra vez a la dificultad de poner atención. Hay un par de relojes ya que estas personas tienen problemas de gestión del tiempo, finalmente todo es blanco y negro porque usualmente el estilo op art tiende a ser monocromático.

06

MURAL PARA PANADERÍA FADO



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

CLIENTE: Panadería Fado

ÁREA DE DISEÑO: Ilustración

Fado es una panadería ubicada en Via 5 1-11 zona 4 local 6 (4 Grados Norte) Ciudad de Guatemala, con un concepto Vintage Hipster. Solicitó un mural en la parte de afuera de su establecimiento que transmitiera el estilo Hipster que los dueños y trabajadorez tienen. Se decidió hacer un panadero con tatuajes, barba y aretes ya que son elementos indispensables para denotar este estilo. Se le dieron facciones toscas y los brazos cruzados para dar un aire de confianza, masculinidad y fuerza. Se hizo todo bastante lineal ya que el estilo por adentro es sketch y se quería tener concordancia con el interior. Ellos no tienen paleta de colores, sin embargo solo utilizan el blanco y el negro por eso no se le colocaron muchos colores, solo celeste para que llamara la atención y no se utilizó el logo de la panadería para no cayera en lo repetitivo, ya que se le colocó el nombre en un tatuaje en el brazo izquierdo para darle presencia a la marca.

5

DISEÑO DE REVISTA “SANTOS DEL ARTE”



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

CLIENTE: Revista Santos del Arte

ÁREA DE DISEÑO: Editorial

La revista Santos del Arte, es una revista dirigida a personas de 18 años en adelante, con nivel socio-económico A a B-. Residentes en la ciudad de Guatemala, con interés por el arte en general. La revista se elaboró de tal forma que las imágenes fueran lo mas impactante, ya que siendo una revista de arte, lo visual es muy importante. Se utilizó un grid dinámico, ayudando a la fluidez en la diagramación y lectura. La tipografía es serif, seria y fácil de leer por el amplio interlineado, y se fueron utilizando diferentes tipografías para los títulos para crear jerarquías y orden, al igual que se utilizaron bastante los espacios en blanco para crear respiros visuales.

8

FOTO CONCEPTUAL, AÑOS 70



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

CLIENTE: -

ÁREA DE DISEÑO: Fotografía

Para estas fotos conceptuales, el reto fue ambientarlas en los años 70s. Para ellos se consiguió un guardarropa adecuado de la época, con colores vivos y estampados psicodélicos, al igual que otros elementos como el cartel, los lentes redondos y la guitarra. Se representaron las manifestaciones que se llevaban a cabo durante esta era en contra de la guerra, por eso las fotos se tomaron en la calle. Se utilizaron props como el cartel con la tipografía psicodélica y las gafas circulares para representar la época de los hippies. La tipografía también se utilizó para la portada de la revista, para que toda la revista tuviera concordancia. Se les agrego calidez y grano a las fotografías para darles un estilo vintage.

09

DISEÑO PÁGINA WEB PARA LA TOASTADURIA



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2018

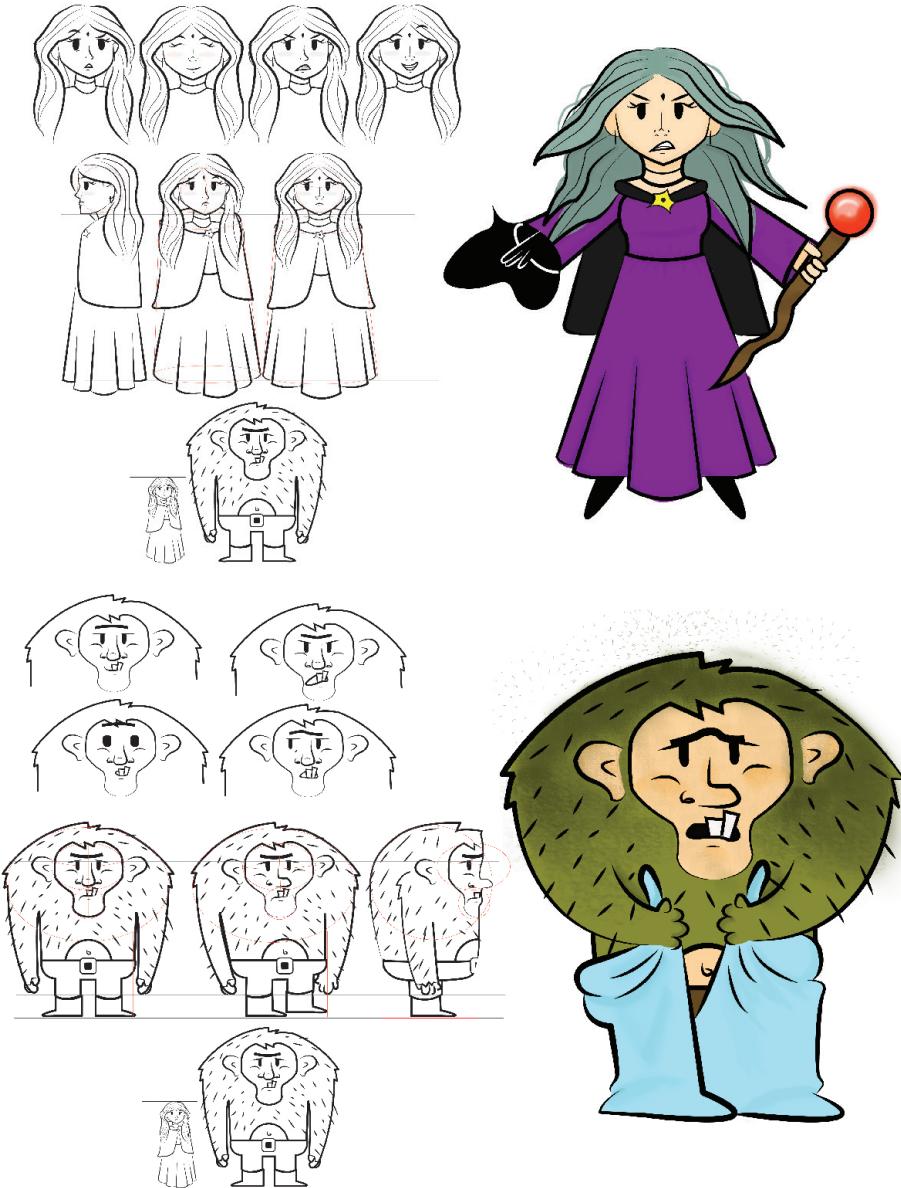
CLIENTE: La Toastaduria

ÁREA DE DISEÑO: Diseño Web

La toastaduria es un restaurante que se encuentra en La Noria, zona 14, Ciudad de Guatemala, donde venden toasts de forma gourmet. Se decidió hacer una página simple y fácil de entender. La página web conta de un solo scroll page, ya que todas las secciones (acerca de, menú y contacto). En la sección del menú, al hacer click en en una categoría, se despegara un menú con el contenido. La paleta de colores es sencilla, usando como colores principales el negro y el blanco, con detalles en amarillo. Se colocaron varias imágenes para estimular los sentidos del target y también se usaron dos tipos de tipografías para crear jerarquías y darle un ritmo visual.

10

DESARROLLO DE PERSONAJES CUENTO



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2016

CLIENTE: -

ÁREA DE DISEÑO: Ilustración

Se debía desarrollar un cuento infantil donde se presentaran un protagonista y un antagonista, con el fin de crear una moraleja, y hacer a los niños reflexionar. Para la propuesta se desarrolló un ogro como protagonista y una hechicera como antagonista para crear la moraleja (no hay que juzgar a las personas por su apariencia). Se utilizó verde musgo para el ogro ya que se debía de ver sucio y para nada atractivo, con técnica de pintura digital se le hizo una textura de musgo, su facciones son toscas y feas, pero tiene expresiones que expresan ternura e inocencia, por eso en el dinámico tiene su manta alrededor de él, para expresar temor y vulnerable, y así denotar que el es el protagonista. Para la hechicera se quiso hacer facciones bonitas y finas, pero expresa maldad y enojo, se utilizaron colores fríos para representar tristeza y soledad, en el dinámico se puede ver sus poderes y su prop, para expresar poder.



DESPLEGABLE NEVILLE BRODY



EL DISEÑO LO QUE HACE ES PERMITIR EXPLORAR ESOES ESPACIOS QUE LA GENTE NO QUIERE QUE EXPLORES

1957
Nació el 23 de abril en Southgate, Londres, Reino Unido

1976-1979
Se formó en el London College of Printing

1990
Fundó junto al diseñador Eric Speiermann, FontShop International, ahora conocida como Type Foundry, donde se encuentran más de 2600 tipografías, hechas por diferentes diseñadores.

1990-2000
Neville Brody y el equipo de FontShop lanzan 16 ediciones de la revista *Face* sobre tipografía y diseño.

1994
Se publicó la segunda monografía, "The graphic language of Neville Brody II", que cubre su trabajo entre 1989 y 1994. Formó su estudio, en ese entonces conocido como Research Studio, pero en la actualidad se llama Brody Associates.

1998-2000
Neville Brody y el equipo de FontShop lanzan 16 ediciones de la revista *Face* sobre tipografía y diseño.

2005
Fue parte del rediseño del Royal College of Art, creando una nueva tipografía llamada "Time Modern". Se convierte en la primera tipografía en ser incluida, además de "Times New Roman".

2013
Se encuentra numero es la nueva identidad para el Royal College of Art, una de las instituciones universitarias más prestigiosas de Gran Bretaña.

2014
Crea la tipografía para los dorsales de las comisetas de la selección británica para el Mundial de Fútbol 2014.

AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2017

CLIENTE: -

ÁREA DE DISEÑO: Editorial

Desplegable de vida y obra de Neville Brody, tipógrafo famoso. Este desplegable está conformado por un arreglo tipográfico del su estilo donde dice su nombre y un poco acerca de su vida. Al desplegarse, se encuentra una linea del tiempo con los eventos y obras mas importantes de este tipógrafo. Como paleta de color, se utilizaron únicamente el blanco y el turquesa, con detalles en negro para darle frescura y que las obras resaltaran y su la forma de desplegarse es sencilla pero dinámica. Se utilizó una tipografía del mismo Brody para resaltar lo mas importante y una san serif para mantenerlo modernos y fácil de leer.

12

LYRIC VIDEO-ELECTRIC LOVE BORNE



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2018

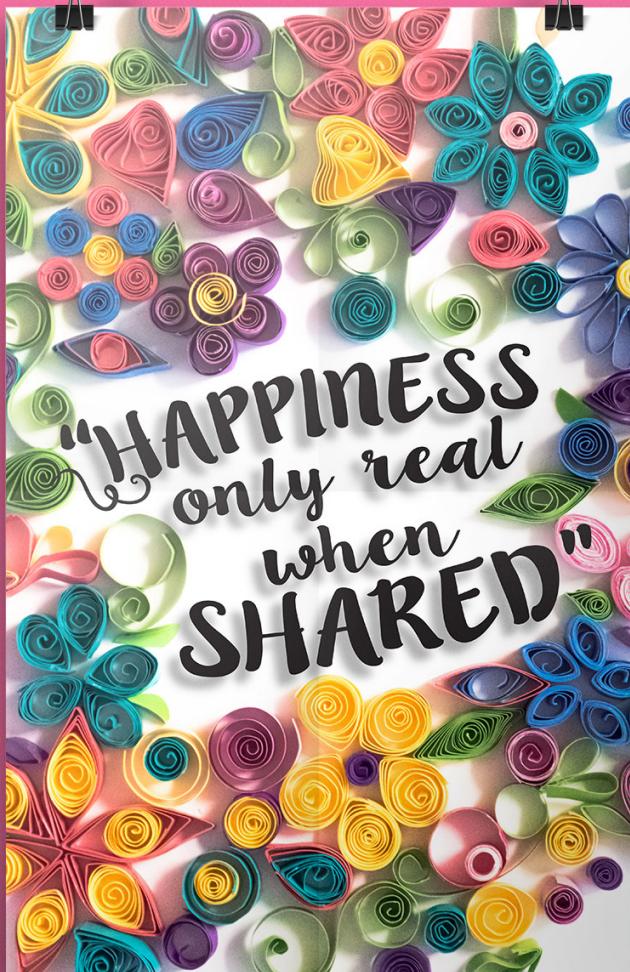
CLIENTE: -

ÁREA DE DISEÑO: Motion Graphics

Para este lyrics video se utilizaron colores femeninos, celeste, fucsia, blanco y azul oscuro, para no saturar el video y no crear distracciones. También se utilizó brillo en algunas palabras con la idea de transmitir electricidad ya que la canción se llama “electric love” y durante todo el video una textura de estrellas se va moviendo para crear la sensación de un “viaje intergaláctico”. Se utilizaron gradientes sutiles, y arreglos tipográficos para crear jerarquías y orden visual.

13

POSTER TIPOGRÁFICO



AÑO EN QUE SE DESARROLLÓ: 2016

CLIENTE: -

ÁREA DE DISEÑO: Fotografía

Se solicitó la creación de un póster utilizando cualquier técnica de papel, que tuviera una frase inspiracional. Para este poster se utilizo la tecnica de filigrana para enrollar el papel y crear flores y hojas. Se utilizaron muchos colores brillantes para llamar la atención y transmitir alegría y positivismo., y una tipografía caligráfica, tipo “lettering” para la frase.