

MARÍA JOSÉ POSADA ECHAVARRÍA

Portafolio Profesional



Universidad del Arte Ganexa
Panamá - 2019



"I just want to do beautiful things,
even if nobody cares."

Saul Bass

SECCIONES

CHOCOLATE TAURO	6
AFICHE Y LETTERING	8
LA BRÚJULA	10
REVISTA RECAHO	12
TORRADA & SPIEDO	14
SALAMANDER	16
CAMPAÑA PUBLICITARIA JUMBO	18
CAMPAÑA PUBLICITARIA TROPICANA	20

Mi objetivo es plasmar mis ideas creativas, para que otras personas conozcan el arduo trabajo detrás de cada diseño y que hay una mente detrás de cada uno.



datos

Fecha:
22/04/1998

Nacionalidad:
Colombiana

Cédula:
E-8-171309



contacto

E-mail
mariaposadae@gmail.com

Celular
63274183

referencias

Carlos Calderón
6670-1317

DICrea Group

Natalia Arango
6233-9487

Didel Compañía

idiomas

20% 90% 70%



MARÍA JOSÉ POSADA ECHAVARRÍA

Diseñadora Gráfica

destrezas y habilidades

Aplicada, responsable, trabajo bajo presión, respetuosa, trabajo en equipo

experiencia

Planet Design (Marzo 2018)
6 meses como pasante diseñando y en manejo de redes sociales.

Didel (Diciembre 2018)
Trabajo temporal en empaque de productos

educación

2017 (Actualidad)
Universidad del Arte Ganexa
Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis en publicidad

2010-2015
Instituto Fermín Naudeau
Bachiller en Ciencias

programas



CHOCOLATE TAURO

Objetivos: Crear un producto innovador (En este caso, barra de chocolate) y su empaque correspondiente, que visualmente, sea un producto tentador para las personas y que cumpla con las reglas visuales para lograr alcanzar el público objetivo.

Antecedentes: Primero se inició con la creación del logo, con una previa y profunda investigación acerca de dónde, cómo y por qué se eligió este logo. La creación natal de este producto se da en España, lo cual hace que tauro (tomando referencia el toro) este estrechamente relacionado con su origen, ya que este animal mamífero es originario de España. Y también tiene su relación junto con la astrología, lo cual lo hace un chocolate tentador y misterioso.

Concepto: Tauro es un chocolate español astral. El mismo animal simboliza lo representativo que es en este país, el toro que es proveniente de España.

paleta



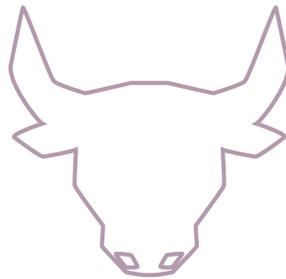
tipografías

ALIMONY

COYOTE

biblioteca sans

programas

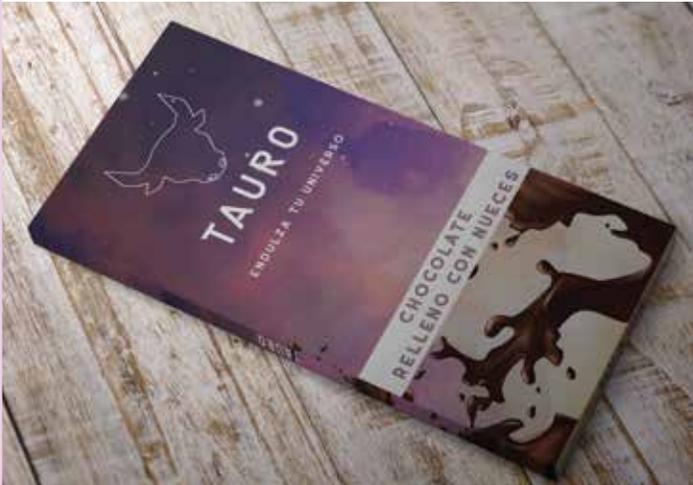


TAURO

logotipo

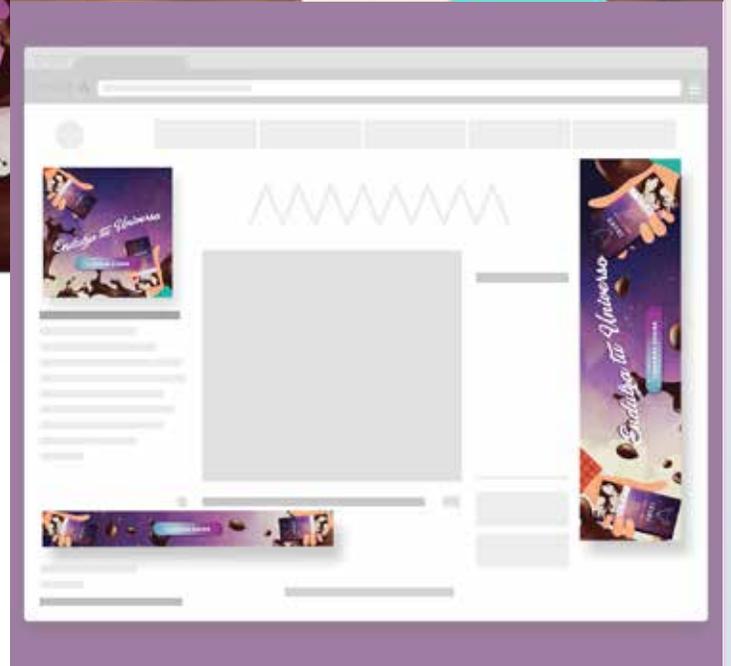
Banner

Mockup



Empaque

Ads para google



AFICHE Y LETTERING

Objetivos: crear un cartel llamativo para el público, utilizando las herramientas de modificación en el programa de Adobe Illustrator.

Antecedentes: Este lettering consistía en tomar una frase de cualquier canción, poema, etc que inspirara al diseñador a tomar esta frase y hacerla viva junto con alguna ilustración, colores y tipografías llamativas para el espectador.

Concepto: El afiche contiene colores fríos, ya que de por sí la frase escogida para este, toma parte en lo que es una escena de sentimientos profundos hacia otra persona. Por lo que, los colores fríos, tristes, profundos dentran a la persona y la llevan hacia los sentimientos que el afiche requiere emitir.

paleta

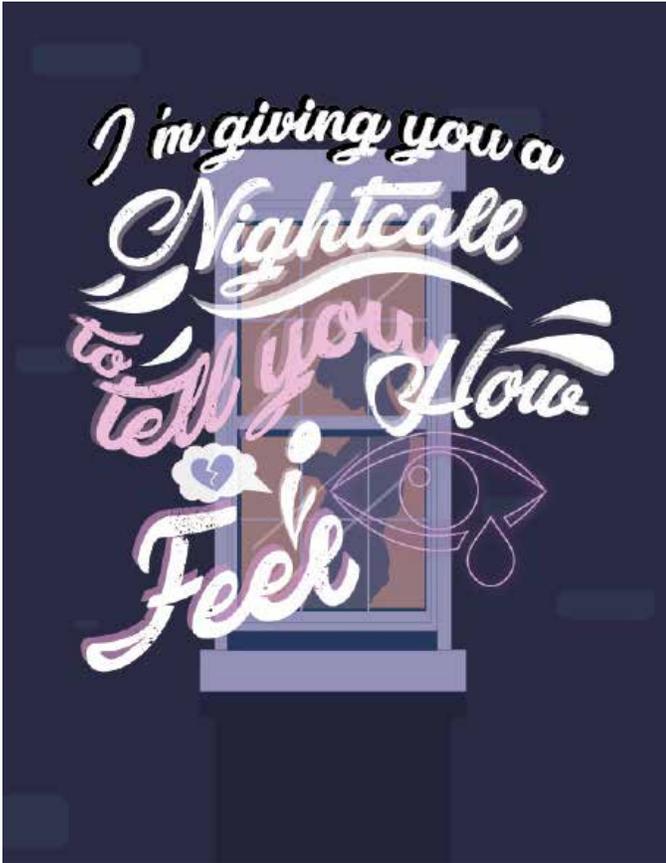


tipografías

Atlantic Bentley

programas





LA BRÚJULA

Objetivos: Diseñar, diagramar y crear un libro con información acerca de algún invento escogido, con un target específico que inculcara al lector saber y conocer más de ellos. Dar a conocer la importancia de la brújula, sus elementos y centralmente su evolución a través del tiempo desde su creación.

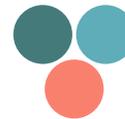
Incentivar al lector a desarrollar conocimientos antes no adquiridos acerca del tema, instruirlo en él y llevarlo a través de varios puntos por la historia de la Brújula.

Antecedentes: Primero se hizo la planificación de la información, se recolectó información para el libro, luego búsqueda de imágenes, familia tipográfica, que diera nitidez y limpieza a la diagramación.

Concepto: La brújula es un instrumento esencial para conocer, en todo momento, dónde se encuentra el Norte Magnético.

Nos podemos orientar de muchas maneras, podemos "fiarnos" de nuestra intuición o de nuestra experiencia previa en un lugar conocido, observar ciertos indicios naturales, emplear otros medios más "avanzados tecnológicamente" como puede ser el GPS, pero nada es más sencillo, práctico, económico y fiable que el uso combinado de una brújula con un plano.

paleta



tipografías

Biblioteca Italic

Biblioteca sans

programas





Orientarse es algo tan sencillo como saber en cada momento dónde estamos, reconociendo el terreno que nos rodea, sabiendo cuál es nuestro destino y, finalmente, eligiendo en cada momento el camino más adecuado para llegar hasta él. Para orientarnos nos valemos de **referencias**. En nuestra vida cotidiana, estamos acostumbrados a emplear referencias como el cruce de dos calles, una persona o una puerta. En el medio natural, la referencia fundamental para orientarse es el **NORTE** de la Tierra.

Y es en donde la brújula cobra un gran protagonismo, pues es un instrumento esencial para conocer en todo momento, dónde se encuentra el Norte Magnético.

Nos podemos orientar de muchas maneras, podemos "farnos" de nuestra intuición o de nuestra experiencia previa en un lugar conocido, observar ciertos indicios naturales, emplear otros medios más "avanzados tecnológicamente", como puede ser el GPS, pero nada es más sencillo, práctico, económico y fiable que el uso combinado de una brújula con un plano.

1. La Imprenta
2. El Reloj
3. El Telescopio
4. El Teléfono
5. El Climatógrafo
6. El Microscopio
7. La Radio
8. La Televisión
9. La Brújula
10. Los Rayos X
11. Los Cohetes y Transbordadores



Línea de Tiempo

es con más
se que están
el (diferencia
surgente)
tema con
dos números
referencia

la historia



REVISTA RECAHO

Objetivos: crear y diagramar una revista con temas acerca de restaurantes, catering y hoteles, que lleguen a nuestro público objetivo.

Antecedentes: Para la creación de la revista, primero se buscó información e imágenes de alta calidad para esta, familia tipográfica y paleta de colores que se utilizaría en ella.

Concepto: El tema principal de esta revista, es el sushi. Esta revista contiene información acerca de temas dentro del mundo social, el turismo y gastronomía, de Japón, en ella podrás encontrar recetas de platos japoneses, lo que los chefs expertos recomiendan y mucho más.

Una revista para personas curiosas, interesadas en conocer más de nuestra cultura internacional dentro de la sociedad.

La gastronomía japonesa ha sido siempre un fiel reflejo del país. Un gran archipiélago compuesto en la actualidad por cerca de siete millares de islas, con Tokio como capital de facto, cuya historia se divide entre periodos de un total y prolongado aislamiento y épocas en las que potencias extranjeras han influido decisivamente en su vida diaria. Transformaciones y cambios, tanto políticos como sociales que han influido de una forma decisiva a la cocina que han practicado los nipones a lo largo de su existencia.

Por eso nos queremos acercar a su razón de ser. Conocer de cerca sus fundamentos, platos esenciales, ingredientes imprescindibles y recetas ineludibles. Descubrir qué se esconde más allá del sushi, las sopas y otros grandes clásicos japoneses que traspasan sus fronteras y llegan hasta nuestros países. Entender con mayor profundidad la importancia que la milenaria cultura japonesa da a las presentaciones.

paleta



tipografías

Biblioteca Italic

Biblioteca sans

programas



RE CA HO

JULIO-AGOSTO 2019



*Japón, país del
Sol naciente*



Japón y Sazón

Toda sobre los diferentes tipos de sushi, y que nunca preguntaste.

Niki Nakayama

Entrevista a chef especialista en cocina japonesa moderna.

Panamá Gastronómica

Cocina para todos y todos acerca del evento.

Hotelería

Descubre los últimos tendencias hoteleras en el país.

**1^{ra}
Edición**



TORRADA & SPIEDO

Objetivos: Crear, y llegar al consumidor por medio de una franquicia de restaurante, diseñando todo los elementos respectivos de un Manual de marca

Antecedentes: Primero se hizo la planificación de la información, se recolectó información para el manual y creacion de logotipo, luego búsqueda de imágenes, familia tipográfica, que diera nitidez y limpieza a la diagramación.

Concepto: Torrada & Spiedo es una franquicia que su logotipo representa un pincho con carne, esta franquicia es de Argentina, y la gastronomía de este país es muy rica gracias a su diversidad de carnes deliciosas.

paleta



tipografías

Century Gothic Bold

Jellula - Estrya's

programas

Ai

Ps



negativo



logotipo

8x



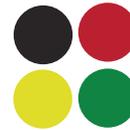
SALAMANDER

Objetivos: Creación de imagen corporativa, captar la atención del cliente. Demostrar ser una empresa amistosa y confiable para nuestro target. Salamander es una compañía de fumigación que nace con la perspectiva de brindar lo necesario a sus clientes, a través del trabajo y saneamiento de plagas, para obtener la completa satisfacción de las personas, preocupándose así de lograr un ambiente saludable, cómodo y libre de insectos perjudiciales para la salud. Brindando valores como la confianza, seguridad, satisfacción y protección ambiental.

Antecedentes: Lo primero fue la creación de la marca corporativa, en este caso consistía en una Empresa de fumigación, tomamos una mascota para que la marca diera esa sensación de amistad con el cliente y combinación bien el concepto de "Salamander". Para dar simplicidad, y limpieza al logo, se empleó el uso de colores planos y así evitar problemas a la hora de imprimir o que se requiera utilizar el logo en papelería, tarjetas de presentación, etc.

Concepto: El concepto de esta identidad o al nombre "Salamander" (Al separar "er" se escucha también como "air", que en español es "aire" por ello se ha utilizado el nombre en inglés, dando a entender que el propósito está en el cuidado de nuestro ambiente o limpieza del aire) Fue dado ya que el personaje de la marca es una salamandra (Insectívoro), detallando en ella un rostro amistoso, en base de lo esencial: La satisfacción del cliente con el servicio.

paleta



tipografías

Hiruko

Century Gothic Bold

programas

Ai

Ps



logotipo



CAMPAÑA PUBLICITARIA JUMBO

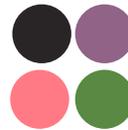
Objetivos: Rediseñar imagen corporativa de una marca en Panamá, crear una campaña publicitaria dando a conocer lo nuevo de esta marca y su imagen actualizada y mejorada. Tomar en cuenta los aspectos que conlleva el crear una imagen corporativa, respetando los usos de ella.

Antecedentes: Para la campaña "Lo que no te puede faltar" de Jumbo, comenzamos a rediseñar el logotipo. Como bien sabemos, jumbo es una marca de sandalias panameñas que se usó por mucho tiempo hace varios años atrás, pero que como imagen corporativa no ha sido muy exitosa y hoy en día ya no se encuentran casi en el mercado. Luego de encontrar una tipografía similar a la de logo de Jumbo, comenzamos a crear las artes madres, en este caso utilizamos vectores con colores llamativos, porque lo que se requiere es que el target se interese en necesitar el producto para ocasiones singulares o especiales, como un día de sol en la playa.

Concepto: Jumbo es una marca de chancletas reconocidas de producción nacional.

Fue fundada en Panamá, y es un producto económico que se ha establecido en el mercado.

paleta



tipografías

Pacífico

Century Gothic Bold

programas

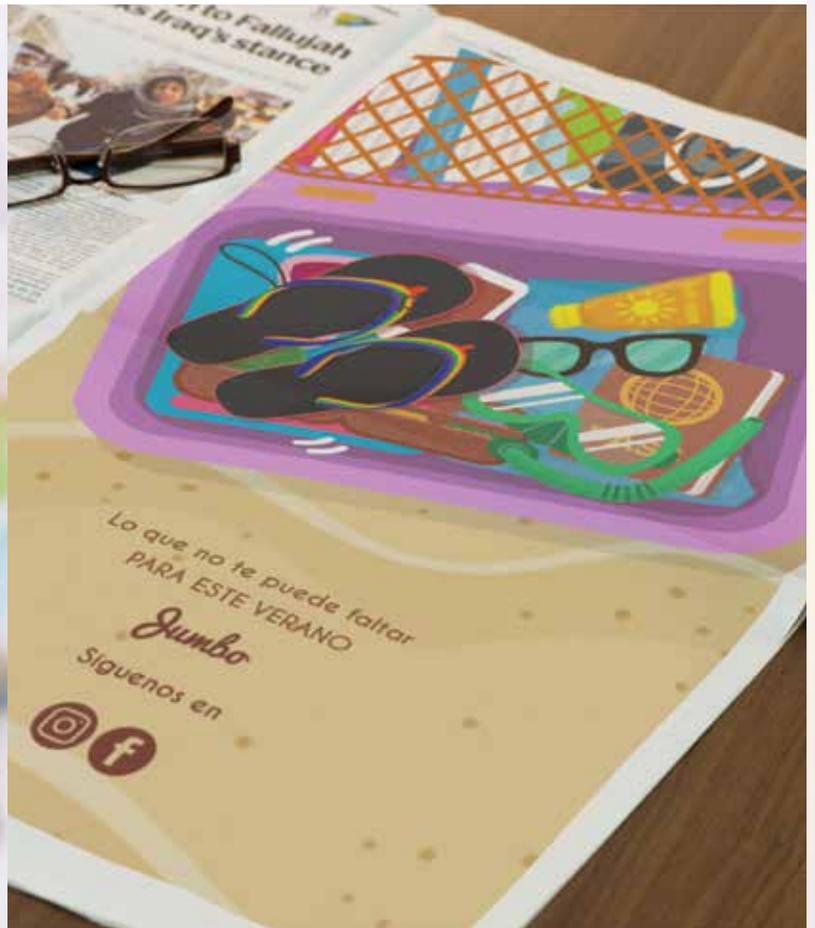
Ai

Ps

Jumbo

Logotipo





CAMPAÑA PUBLICITARIA TROPICANA

Objetivos: Dar a conocer el producto por medio de publicidad, utilizando como canal las características que éste compone.

Llegar de forma directa al target, analizando el impacto que recibirá la campaña por medio de publicidad exterior y de prensa. Mejorar la imagen de la marca, dando a conocer sus valores y presentando el producto como natural al 100%.

Antecedentes: En esta campaña correspondía utilizar alguna figura retórica, en este caso la hiperbole. Y tomamos una naranja, exagerando su tamaño como la del sol, dando referencia a que la naranja da la misma energía que este.

Concepto: Tropicana es una empresa dedicada a la elaboración de jugos naturales, lleva mas de 70 años en el mercado y es reconocida por su jugo de naranja. preferido por muchos. El publico meta es mujers y hombres, niños y niñas de 6 hasta los 60 años.

paleta



tipografías

Amarillo

programas





BIBLIOGRAFÍA

FREEPIK

DISEÑO MAQUETA SMARTPHONE

Visita: 18 de Agosto de 2019

freepik.com

DAFONT

Visita: 22 de Agosto de 2019

dafont.com

HAMPSHIRE, Mark y STEPHENSON, Keith

2008 Packaging. Cómo diseñar para un público concreto, Barcelona: Indexbook.

SAMARA, Timothy.

2011 Diseñar con y sin retícula, Barcelona: Editorial

Gustavo Gili, S.L.

HASLAM, Andrew

2007, creación, diseño y producción de libros, Barcelona, España, Art Blumes, S.L.

ABMBROSE, Gavin y Paul Harris

2006, Diccionario Visual Gráfico, Barcelona, España,

Index Book, S.L.

EISEMAN, Leatrice

2006, A Pantone color Resource. Color: messages and

meanings. USA. Hand Book Press





Concepto, Diseño y Diagramación:
María José Posada E.