

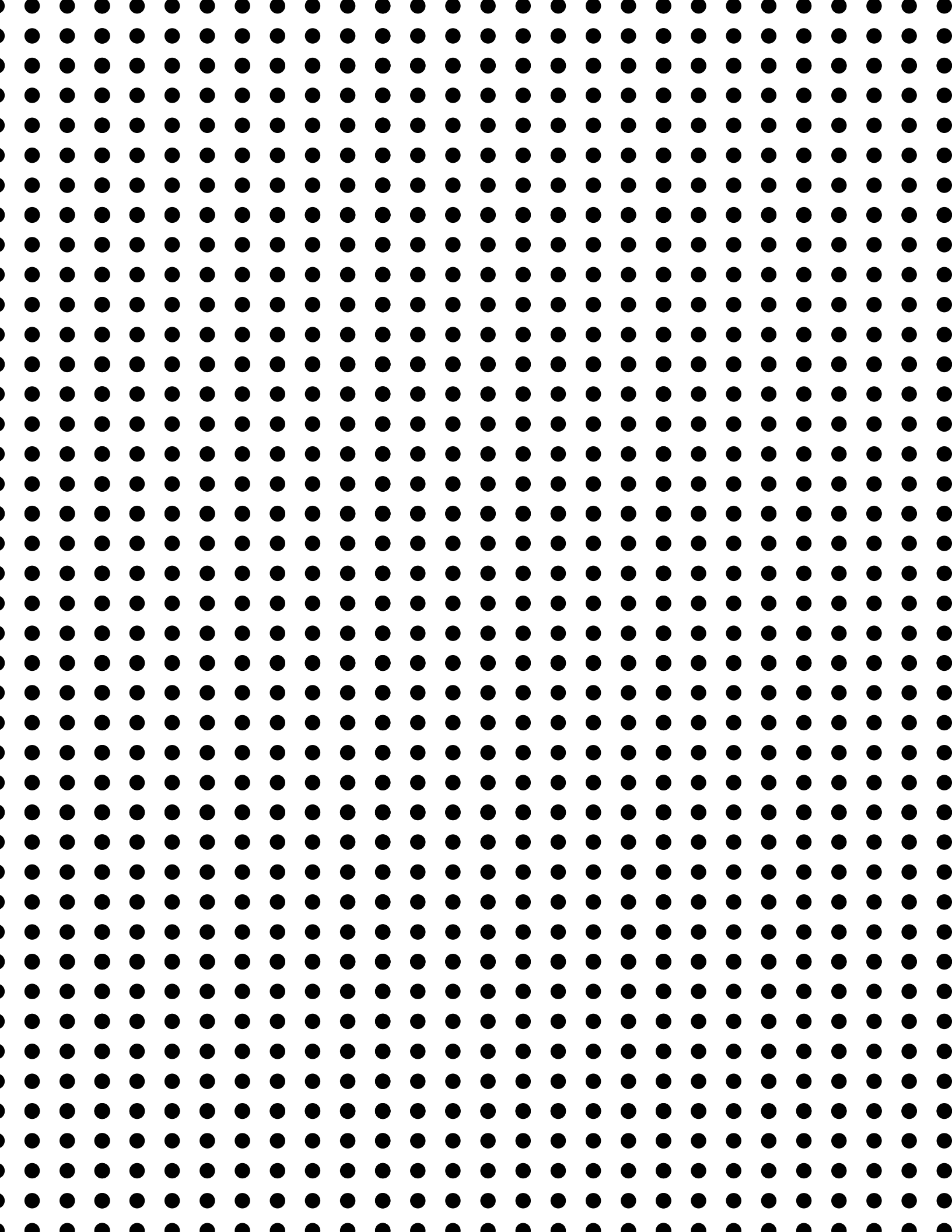


PORTAFOLIO PROFESIONAL

UNIVERSIDAD DEL ARTE **GANEXA**

ADELY MATTOU

PANAMÁ 2016



CONTENIDO

Curriculum Vitae	04
06	Botella de Vino
Gruguesa	08
10	Milk & Chocolate
Afiche Musical	12
14	La Locomotora
Campaña Belle	16
18	Afiche Tipográfico
Manual de Marca	20
22	Bibliografía

Portafolio Profesional:

A continuación se mostrarán algunos de mis trabajos realizados en la Universidad del Arte Ganexa

ADELY MATTOUT HARARI



DISEÑADORA GRÁFICA

// ademattout@hotmail.com
// (+507) 6747-2909
// Ciudad de Panamá, Panamá - San Francisco
// P. 049911956

SOBRE MI

Mi nombre es Adely. Tengo 22 años, nací el 26 de Septiembre de 1993 en Caracas, Venezuela y en el 2015 me mudé a Panamá. Me fascina viajar, dormir y sobretodo, me encanta transmitir las ideas que tengo en mi cabeza para que otros las puedan ver, por eso decidí estudiar Diseño Gráfico, que aunque a veces me quita el sueño es lo que más me gusta hacer.

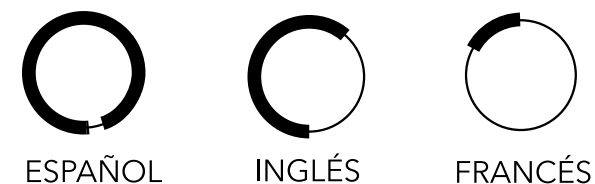
ESTUDIOS REALIZADOS

- ACTUAL 2015-2016** **Universidad del Arte Ganexa.**
Licenciatura en Diseño Gráfico con Énfasis en Publicidad.
- 2011-2014** **Instituto Pro-Diseño.**
Estudiante en Técnico de Comunicación Visual y Diseño Gráfico
- 2011** **Bachiller.**
*Mención Humanidades en el Colegio: Moral y Luces Herzl-Bialik, Hebreaica.
Caracas, Venezuela.*

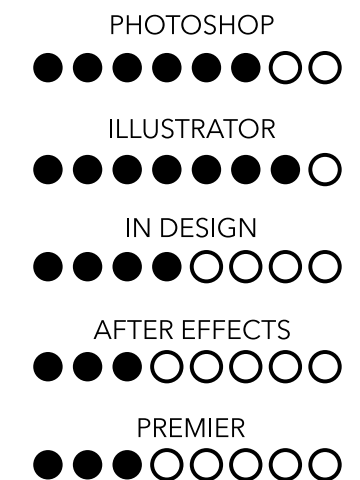
EXPERIENCIA LABORAL

- ACTUAL 2015-2016** **ASESORARTE**
Asistente personal en Diseño Gráfico.
- ACTUAL 2016** **Universidad Midrasha Jorev**
Diseñadora Gráfica (independiente).
- 2015** **Diseñadora Gráfica Freelance**
*- Fundación: "Sácale punta a tu futuro"
- Diseño para eventos (Recuerdos, invitaciones, etc)*

IDIOMAS



HABILIDADES



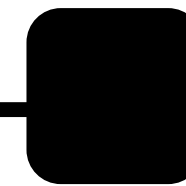
REFERENCIAS LABORALES

Lic. Stephanie Romero
Gerente de Mercadeo de Grand Deli Gourmet
Tel. 6672-0899 | asesorarte07@gmail.com

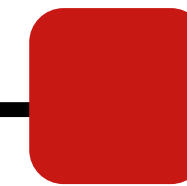
Lic. Cindy Serfaty
Presidenta y fundadora de "Sácale Punta a tu Futuro"
Tel. (+58) 414-1260949 | cindyserfaty@gmail.com

Lic. Esther Beniflah
Gerente Administrativa, Universidad Midrasha Jorev
Tel. 6672-4651 | estherbeniflah22@hotmail.com

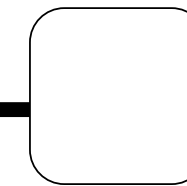
BOTELLA DE VINO



CMYK
0-0-0-100



CMYK
12-98-98-6



CMYK
0-0-0-0

OBJETIVO

El Objetivo principal de este proyecto fue crear un logo para una botella de una marca ficticia de vinos.

ANTECEDENTES

“DU VIN” es un vino francés con un aspecto moderno. Por sus colores es serio y elegante a la vez, dedicado a una clase alta. El concepto principal está basado en un sacacorchos, objeto utilizado para abrir las botellas de vino, dándole un toque de movimiento para que sea agradable e interesante a la vista, ayudándonos con el degradado del color rojo, que vendría siendo el color principal del logo.

ASPECTOS CONCEPTUALES

Teniendo en cuenta la imagen de la marca, realicé las etiquetas con la información necesaria, para que no se vean recargadas y para el empaque igual, colocando únicamente el logo por fuera, de manera que se reconozca rápidamente. La tipografía utilizada fue: Salaryman, de líneas rectas, pero diferente a lo común. Todo se encuentra centrado, lo que le da el toque sencillo y elegante, dirigiéndose así a un público serio y de clase alta.



HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS
SALARYMAN

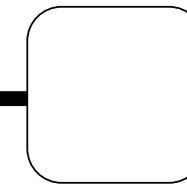
GRUGUESA



CMYK
0-43-98-0



CMYK
0-95-98-0



CMYK
0-0-0-0

OBJETIVO

Realizar una campaña publicitaria cumpliendo los objetivos que influyen de manera decisiva en la calidad de un mensaje comercial gráfico y su aceptación por parte del público.

ANTECEDENTES

Después de buscar referencias y comparando con otras marcas, se decidió que “Gruguesa” se identificara y diferenciara de las demás hamburguesas por su grosor y por supuesto su sabor, por eso su nombre (**Gruesa + Hamburguesa**). Se realizaron varios bocetos hasta llegar al logo final, y poder realizar una campaña que con pocos elementos lograra funcionar y responder a cuestiones esenciales solo con imágenes y una buena composición de los elementos.

ASPECTOS CONCEPTUALES

Teniendo en cuenta la imagen de la marca, se decidió utilizar como colores principales el rojo y el mostaza (colores de las salsas) y utilizar la madera para el fondo, dándole un toque diferente y que no distraiga la concentración del elemento principal: La Hamburguesa, que siempre se encontrará sangrando el afiche, para insinuar, que siempre hay más y obviamente colocándola con un gran tamaño y grosor, apoyada de textos que respondan preguntas necesarias dentro de la publicidad.



HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS
Avenir Next Lt Pro
BEBAS NEUE

MILK & CHOCOLATE

OBJETIVO

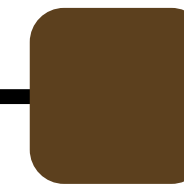
Realizar el logo y el diseño completo de un empaque de una bebida de su preferencia.

ANTECEDENTES

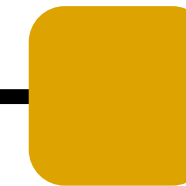
Milk & Chocolate es una bebida de chocolate con leche, donde su target principal son los niños. Es una bebida para tomar en las mañanas, y fácil de trasladar. Casi siempre este tipo de bebida, con este sabor, no la traen en empaques pequeños como este, si no que la mayoría de las veces son jugos, por eso se decidió hacer este empaque, con los colores principales de los ingredientes, que se vea dinámico y lograr así la atención de los niños que lo consumirán y las madres que lo comprarán.

METODOLOGÍA

Se comenzó diseñando el logo, que en este caso es simplemente tipográfico, utilizando una tipografía con terminaciones redondas, que no se sintiera rígida. En cuanto al empaque se muestran los ingredientes principales (chocolate y leche), convirtiéndose estos en los colores principales del empaque. Un elemento de color mostaza, que resalta dentro del empaque donde señala que hay que agitarlo antes de tomarlo. Del resto se muestra información general, de ingredientes, tabla de nutrición y código de barras.



CMYK
52-65-90-48



CMYK
14-37-100-1



HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS
Broders Divide, but
Hearts shall conquer

AFICHE MUSICAL

OBJETIVO

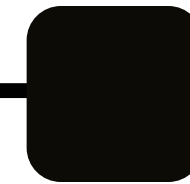
Realizar un afiche musical, de cualquier género de preferencia, utilizando los elementos necesarios para lograr una buena composición y manteniendo un orden de lectura lógico.

ANTECEDENTES

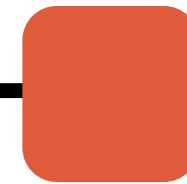
Kika, una venezolana, caraqueña apasionada por la música electrónica, decidió incursionar en la movida musical y rumbera de la ciudad en el 2011 para compartir su gusto y originales mezclas con el público nocturno de la ciudad. Representa a la juventud venezolana, que emprende caminos y no se detiene ante las adversidades. Al saber y haber investigado acerca de su estilo, se trató de realizar un afiche en donde se pueda identificar su personalidad.

METODOLOGÍA

Afiche 11x17 pulgadas. La foto de la DJ es lo principal, está colocada a la derecha del afiche, ocupando casi la mitad de este. La información está colocada sobre varios recuadros y podemos ver como existen varias figuras dentro de la composición. Quise hacer un afiche dinámico, que llamara la atención y que a su vez el orden de lectura fuera completamente claro. El negro y el naranja, son dos colores que juntos vibran mucho y son agradables a la vista, por eso forman parte de la paleta de colores de este afiche. La tipografía es Bauhaus 93, que va con el tema de el afiche y como tipografía secundaria, una bien simple: Avenir Next Lt Pro.



CMYK
0-0-0-100



CMYK
4-74-77-3



HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS

Bauhaus 93
Avenir Next LT Pto

LA LOCOMOTORA

OBJETIVO

Diseñar y diagramar un libro sobre un invento histórico, en este caso: "La Locomotora" para la línea "Inventos: Extensión de los Sentidos".
(Trabajo realizado en grupos de 2 personas)

ANTECEDENTES

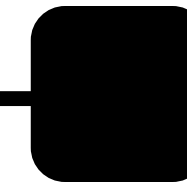
Se proporciona información acerca del tema, mostrando su historia y su evolución e importancia a través del tiempo. Con el paso de los años, dejámos de darle importancia a lo que algún día tuvo un comienzo. Regresando unos años atrás y después de investigar y buscar referencias acerca del tema, este libro habla y explica la historia de las locomotoras, su evolución e importancia a través del tiempo. Al ser un tema con tanta información para leer, nos apoyamos con imágenes relacionadas al tema y jugamos con el espacio en blanco, para que la información no fuera tan pesada de leer.

METODOLOGÍA

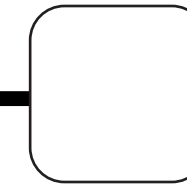
Para la diagramación de este libro se utilizó una retícula de 2 columnas, de manera que se viera sencilla. Se usó el color verde como color principal para que llamara la atención y elegimos el negro en ciertos elementos gráficos para que contrasten entre sí. El blanco juega un papel importante, porque ayuda a que la composición se vea bastante liviana, limpia y sencilla a la vez, logrando una armonía entre las imágenes y el texto.



CMYK
35-0-98-0



CMYK
0-0-0-100



CMYK
0-0-0-0

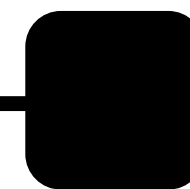


HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS
Avenir Next LT PRO
Baskerville

CAMPAÑA BELLE



CMYK
0-0-0-100



CMYK
16-100-81-5

OBJETIVO

Realizar una campaña publicitaria que esté respaldada con un concepto por detrás y dirigida a un público específico.

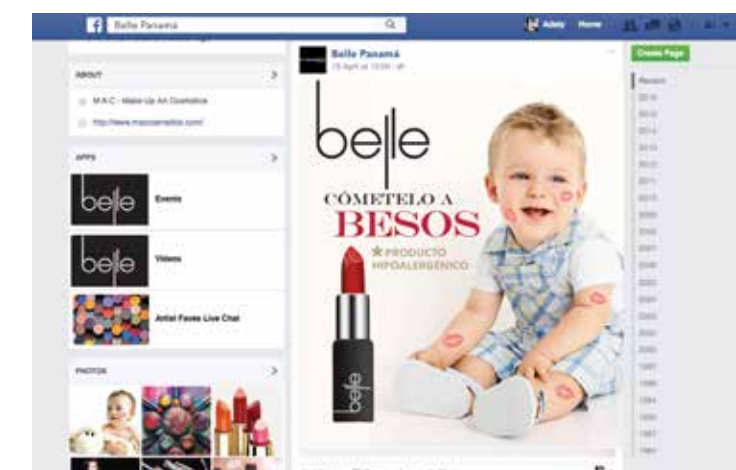
ANTECEDENTES

Belle, significa bella en francés. Es una marca de lápiz labial, por lo que está dirigida a un público completamente femenino. Después de buscar referencias, en la mayoría de las publicidades de lápices labiales aparece la típica mujer pintándose los labios, por lo que se decidió en este caso, hacer algo diferente colocándole un toque emocional a la campaña. Por eso se utilizó como imagen principal un bebé, lleno de besos y se utilizó la frase: "Cómetelo a besos" dirigido más que todo a madres, por esto mismo el producto es hipoalérgico para evitar alergias en la piel de los bebés dándole este "plus" a la marca.

METODOLOGÍA

Los colores principales son el rojo y el negro, colores que combinados transmiten muchas cosas, además de elegancia, feminidad también transmiten mucha confianza. A pesar de que se utilizan imágenes diferentes de bebés, se reconoce el concepto y que todas pertenecen a la misma campaña publicitaria, ya que se mantiene la misma idea y dependiendo de el medio en el que aparecerá, este tendrá escrito la información necesaria que se requiere para tal medio. Es una campaña con una idea directa, de pocos elementos y dirigida a un target específico.

belle
CÓMETELO A
BESOS



HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS

ENGRAVERS MT
CHAMPAGNE & LIMOUSINES

AFICHE TIPOGRÁFICO

OBJETIVO

Elegir una frase para la creación de un afiche tipográfico que se apoye con elementos gráficos y un máximo de 3 colores.

ANTECEDENTES

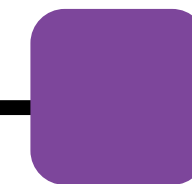
Después de buscar varias frases, se eligió: “La actitud es una pequeña cosa que hace una gran diferencia”. El afiche es para contribuir para una caminata de niños con cáncer y la idea era crear algo llamativo, con colores que llamaran la atención y usar a nuestro favor las palabras claves para que el afiche tomara una personalidad única y diferente a los típicos afiches que encontramos en las calles.

METODOLOGÍA

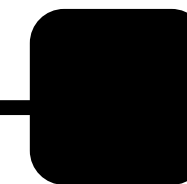
Afiche 11x17 pulgadas. Se utilizaron 3 tipografías: Jolly, Jane Austen y Hero. De fondo se utilizó el color negro y para resaltar dos colores que por ser complementarios contrastan mucho entre sí, el morado con el anaranjado. Como se dijo anteriormente la idea de este afiche fue apoyarse en palabras claves, así como “actitud”, dándole un toque diferente y único con respecto al resto, mientras que la palabra “pequeña”, como lo dice su nombre es de poco puntaje, mientras “gran” es la más grande, resaltándola con la lupa y para terminar la palabra diferencia, que por su tipografía tiene un estilo completamente distinto a las demás.



CMYK
0-56-92-0



CMYK
63-81-0-0



CMYK
0-0-0-100



HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS

Jolly
Jane Austen
Hero

MANUAL DE MARCA

OBJETIVO

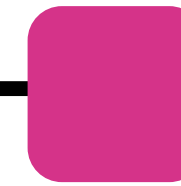
Explicar de manera didáctica, ordenada y sistemática información, atribuciones, conceptos gráficos y demás procedimientos usados por la propuesta visual de una marca.

ANTECEDENTES

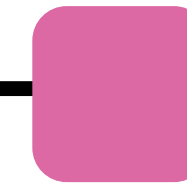
Ninguna marca o logo quedan completos ni bien utilizados, si la empresa no define bien sus límites y alcances a través de un manual de marca. Este manual es de la marca "Orquídea". Con el más alto sentido estético y profesional, Orquídea está enfocada a diseñar, producir y ofrecer al mercado lo último en cosméticos y productos de belleza, fabricados con la más alta tecnología y óptimos estándares de calidad. Se utilizaron fotos de orquídeas como referencia para realizar el logo de la marca.

METODOLOGÍA

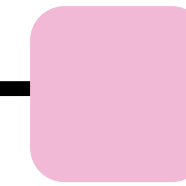
Para la diagramación de este manual de marca, se utilizó una retícula de dos columnas, de manera que se explica brevemente lo que se muestra a su lado con un ejemplo. El tamaño es 8.5x11 pulgadas. En cuanto a los colores del logo de la marca se utilizó rosado oscuro y dos tonalidades más claras, ya que es un color muy femenino que representa delicadeza y tranquilidad donde a veces se combinará con gris oscuro, para darle un toque de seriedad y así a su vez, resalten los elementos gráficos que se mostrarán siempre sobre fondo blanco.



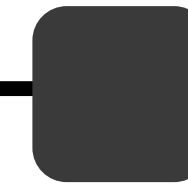
CMYK
11-89-1-1



CMYK
10-71-0-0



CMYK
2-37-0-0



CMYK
62-52-54-64



HERRAMIENTAS UTILIZADAS



TIPOGRAFÍAS
Avenir Next LT PRO

BIBLIOGRAFÍA

- SAMARA, Timothy.
2006 Diseñar con y sin retícula, Barcelona, España. Editorial Gustavo Gil.
- HASLAM, Andrew.
2007 Creación, Diseño y producción de libros, Barcelona, España, Art Blumes, S.L.
- ABMBROSE, Gavin y Paul HARRIS
2006 Diccionario Visual de diseño gráfico, Barcelona. España, Index Book, SL.
- HAMPSHIRE, Mark y Keith STEPHENSON
2008 Packing, como diseñar envases para público concreto, Barcelona, España, Index Book, SL.
- EISEMAN, Leatrice
2006 A Pantone color Resource. Color: messages and meanings. USA. Hand Book Press.
- FISHEL, Catharine y Bill GARDNER
2008 Logo Lounge 4, 2000 identidades de grandes diseñadores, Barcelona, España, Index Book, SL.
- TIPOGRAFÍA DaFont
www.dafont.com
Año: 2015-2016
- FOTER: Free Stock Photos & Images
www.foter.com
Año: 2016
- Online Portfolios on BEHANCE
www.behance.net
Enero 2016

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

ADELY MATTOUT

