

Leslie Caballero

UNIVERSIDAD DEL ARTE GANEXA // PORTAFOLIO PROFESIONAL 2016



ÍNDICE

4/5 | Curriculum Vitae

6/7 | Manual de Marca: Chef on Road

Campaña de Servicio: Chef on Road

8/9

Libro de Inventos: La Brújula

10/11

12/13 | Exposición " Ave. Central: Las Historias y su Gente"

14/15 | Branding: Etiqueta de Vino "Val Pieve"

Portada de Libro: Devil Wear Prada

16/17

Empaque de Jugo: Panamá Natural

18/19

20/21 | Catálogo: Young

22 | Bibliografía

"PIES PARA QUE LOS TENGO, SI TENGO ALAS
PARA VOLAR." - FRIDA KHALO

Frida Khalo: inspiración, fortaleza, arte; mi pintora y poetista favorita, diseño en cual base mi "Portafolio Profesional".

Tenemos que tener siempre en mente que en la vida somos instantes y hay que aprovecharla al máximo haciendo lo que nos apasiona y nos llena cada día.

Comunicar un mensaje determinado mediante conceptos de creatividad y estética es nuestro principal objetivo como diseñador gráfico. Podrán hechar un vistazo a los diferentes proyectos que he trabajado durante mi preparación profesional.

"IÁRBOL DE LA ESPERANZA, MANTENTE FIRME!"
- FRIDA KHALO



Leslie Caballero

// GRAPHIC DESIGNER

Tengo 20 años.
#8-904-2096

Soy orgullosamente panameña.
Apasionada por el arte y artes culinarias.

Organizada, proactiva, responsable, puntual, motivada a cumplir metas futuras.



Contactame

- San Antonio Camino Real 1, Casa G-15
- leslie.caballero96@gmail.com
- 6747-0428 · 239-4381
- behance.net/lesliecaballero

Programas//Cursos



- 2011**
OASC Leadership Camp
Voluntaria
- 2016**
Taller de Arte Digital (MAC)
Voluntaria



Habilidades Técnicas



Hobbies

- Cocinar
- Viajar
- Ver películas
- Fotografía
- Ejercitarme

Educación



- 2014-2016**
Universidad del Arte Ganexa
Diseño Gráfico con Énfasis en Publicidad
- 2011-2013**
Oxford International School
Bachiller en Letras y Ciencias

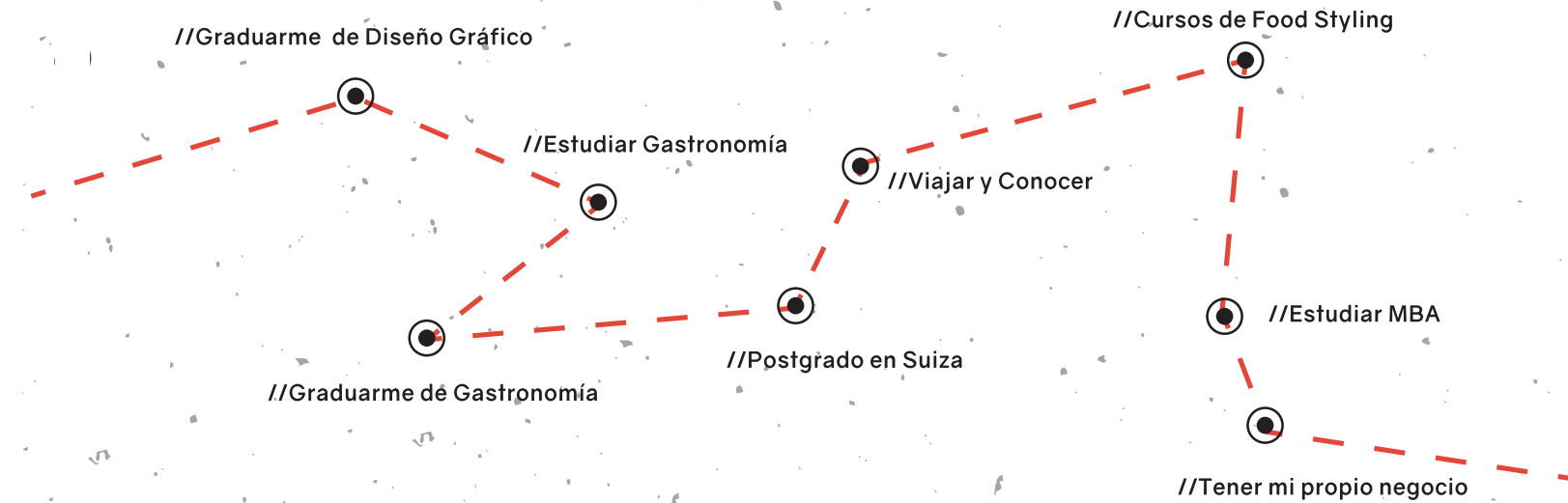
Idiomas



- Español (Nativo)
- Inglés (Fluido)



Metas a Medio y Largo Plazo



Experiencia Laboral

- 2014**
Dabsan Internacional, S.A. Skechers Panamá
Practicante en el área de Diseño Gráfico
- 2016**
Pisa (Publicidad y Propaganda)
Practicante en el área de Diseño Gráfico
- 2016**
Universidad del Arte Ganexa
Practicante en el área de Diseño Gráfico
- 2016**
Mallol & Mallol Arquitectos
Practicante en el Departamento de Comunicación

Referencia Laboral



- Lic. Irma García de Pérez**
Central games
Celular: 6675-7693
- Sandra Chiam**
Dabsan Internacional, S.A
Celular: 6400-4301
- Soraia Shehadeh**
Universidad del Arte Ganexa
Celular: 6982-9334

01// MANUAL DE MARCA: CHEF ON ROAD

HERRAMIENTAS:



Objetivo: El proyecto fue basado en la creación de un Manual de Marca de un logo diseñado por mí persona. El logo elegido para este manual fue "Chef on Road".

Este "Manual de Identidad Corporativa" era para definir las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía. También describir los signos gráficos escogidos por la compañía para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, tipografías, etc. Se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones.

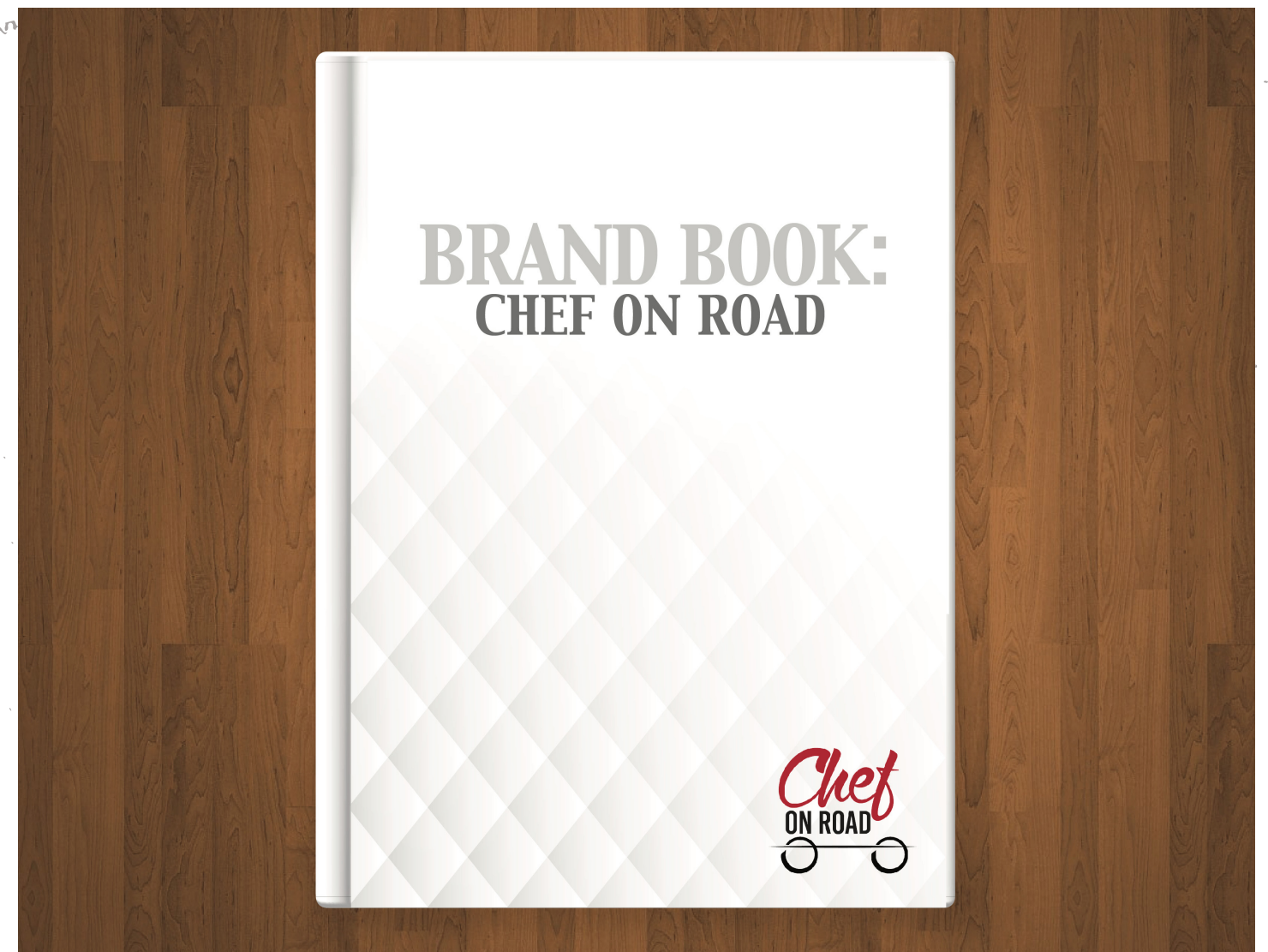
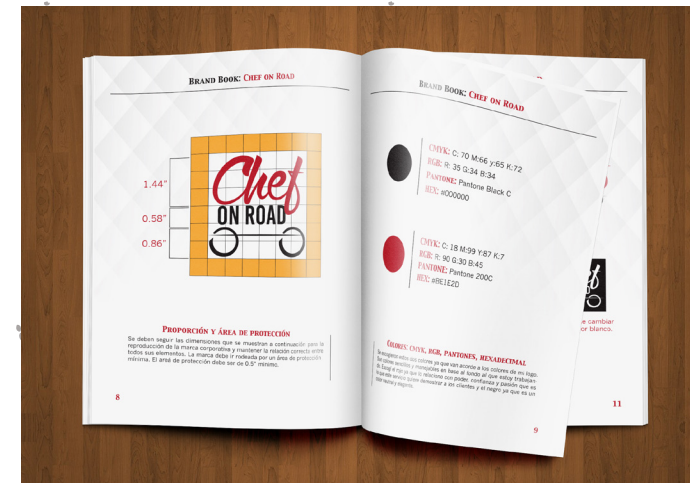
La tipografía utilizada fue Capitals y News Gothic MT. Se escogieron estos dos colores ya que van con colores sencillos y manejables en base al fondo al que se trabajó. Escogí el rojo ya que lo relaciono con poder, confianza y pasión que es lo que este servicio quiere demostrar a los clientes y el negro ya que es un color neutral y elegante.

Antecedentes: Se tomo ideas del Manual de Marca Bluefin, Hispaweb, y de manuales en Behance.

Redícula: Modular

Tamaño Impreso: 8.5" x 11".

PALETA DE COLORES:



02// CAMPAÑA DE SERVICIO: CHEF ON ROAD

HERRAMIENTAS:



PALETA DE COLORES:



El proyecto fue basado en la creación de una nueva marca de un producto o servicio para Panamá a la cual se le hizo una campaña. Logo, slogan y publicidad para diferentes medios. El slogan creado fue para esta campaña fue: "Rapidez al Instante". El isotipo son dos círculos y una línea que simulan un carro

El proyecto es llamado "Chef on Road" la cual es una marca de servicio que se basa en poner en contacto a los mejores chefs a domicilio para las personas que quieren organizar una cena en casa, un desayuno romántico, una fiesta con amigos, etc. Con nosotros, podrás encontrar a ese chef profesional que necesitas para vivir toda una experiencia gastronómica del más alto nivel.

Se buscaron ideas de las fotografías en blogs de comida como "Iamfoodblog" y "Pinch of Yum". Las gráficas muestran diferentes platos de comida que pueden ser preparados de acorde con lo que nuestros clientes de deseen, tanto pastas, como carnes, postres, entre otros platillos.

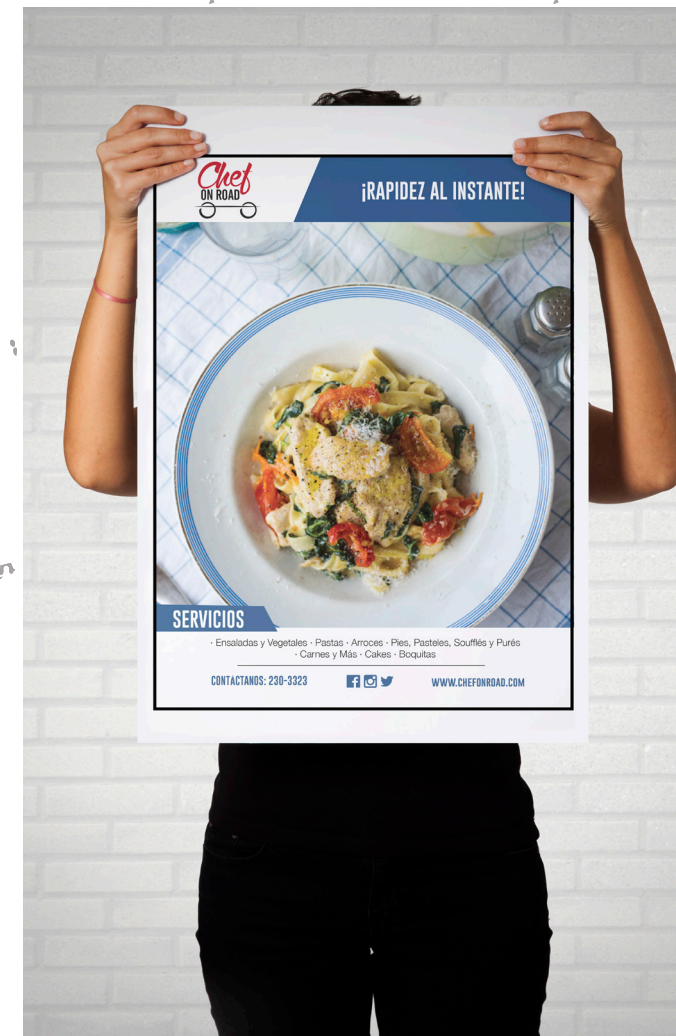
La tipografía utilizada para logo fue Wolf in the City y Bebas Neue. Para los trabajos realizados para la campaña se utilizó Bebas Neue y Helvetica Neue (Light).

Algunas de las piezas trabajadas para esta campaña:

· Afiche:
11"x17"

· Full page o página entera para la revista "Selecta":
8.75"x11"

· Full page o página entera periódico "La Prensa":
10.83"x20.5"



03// LIBRO DE INVENTOS LA BRÚJULA

HERRAMIENTAS:



El proyecto fue basado en la creación de un Libro de inventos en el cual el tema elegido fue "La Brújula."

En este proyecto se presenta una colección de inventos a través de la historia. Nuestro tema a presentar es "La Brújula" conocida también como la "Rosa de los Vientos", que resulto ser una herramienta trascendental. Para poder explicar este proecto y entenderlo como tal, fue necesario saber el arte de navegar en la antigüedad, sus riesgos, sus prácticas, sí como sus conocimientos y la falta de instrumentos de navegación. Se entregara un trabajo completo y creativo sobrè la historia, beneficios, y funcionamientos de tal herramienta.

Antecedentes: Se utilizó el libro: "Diseñar Con y Sin Retícula" de Timothy Samara para escoger la retícula, las ideas de diagramación del proyecto fueron en colaboración con otra compañera.

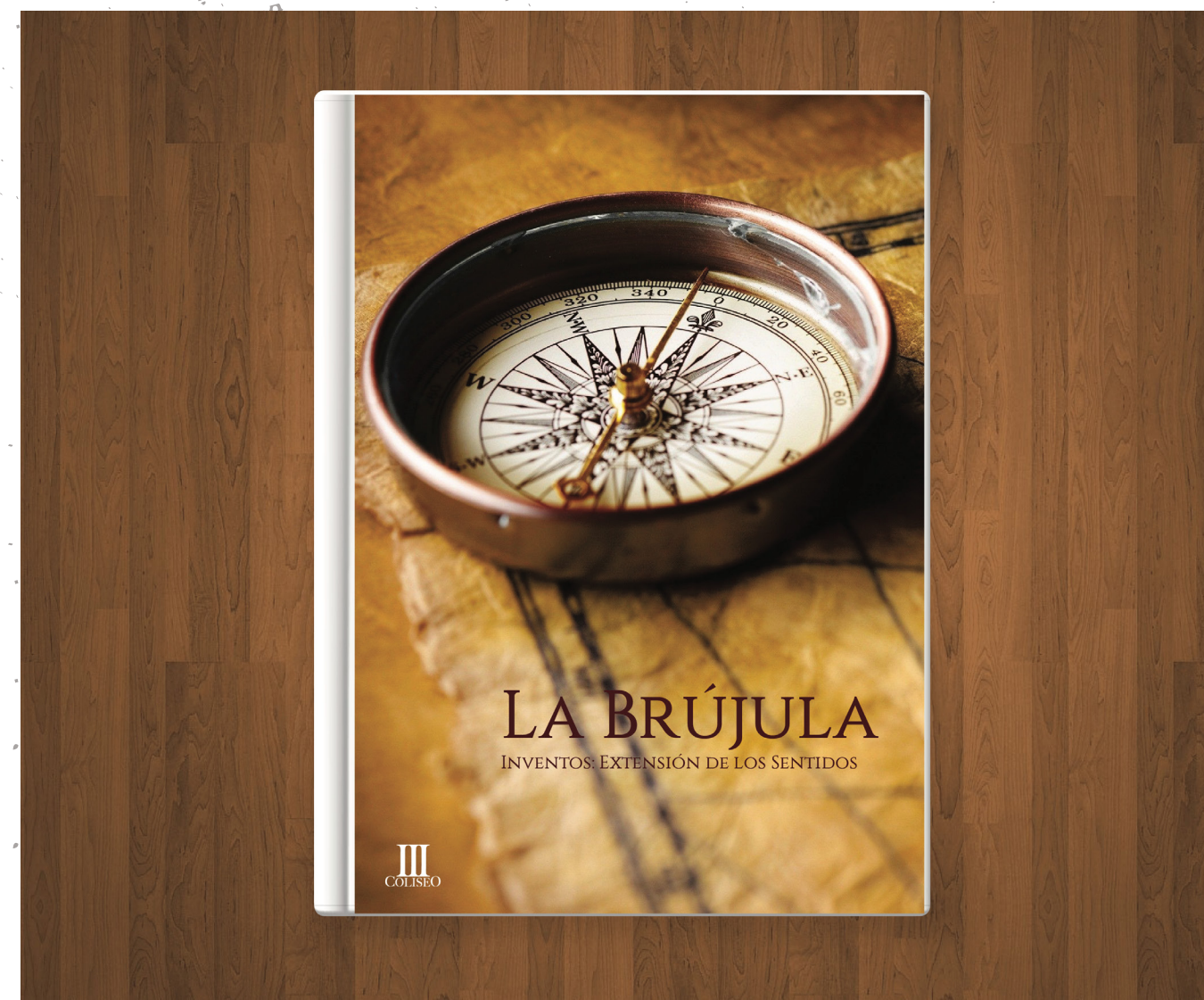
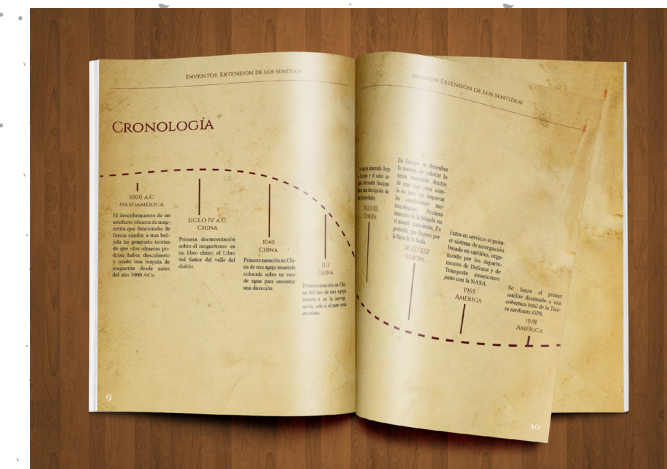
Las gráficas muestran: 1) la portada y contraportada, 2) el ombligo del libro, 3) páginas de contenido.

La tipografía utilizada fue *Contastine* y *Times New Roman*. Se escogió esa paleta colores ya que son colores cálidos y son representativos; usualmente los documentos de estas épocas como las bitácora y mapas se presentan con este tipo de paletas.

Cooperación con: Andrea García

PALETA DE COLORES:

Retícula: Modular



04// AVE. CENTRAL: LAS HISTORIAS Y SU GENTE

HERRAMIENTAS:



El objetivo de este proyecto era diseñar un arte para redes sociales, un afiche y la invitación para el evento.

El proyecto es llamado "Ave. Central: Las Historias y su Gente. Fue una exposición donde se presentaron fotografías de personas que trabajan en la Ave. Central y Salsipuedes; se les hizo una pequeña entrevista para que nos hablaran de día a día y su opinión de el cambio durante los años en estos lugares. Se crearon artes para las redes sociales, un afiche y una tarjeta de invitación para el evento.

La paleta de colores que se uso fueron de colores brillantes, para de esta manera llamar la atención de las personas. Las gráficas muestran algunas de las fotos tomadas por mi persona y otros compañeros; muestran también el lugar, la hora, fecha y los nombres de los fotógrafos.

La tipografía utilizada fue *Gobold Bold Italic Italic* y *Avenir Next (Medium)*.

Piezas trabajadas para esta exposición:

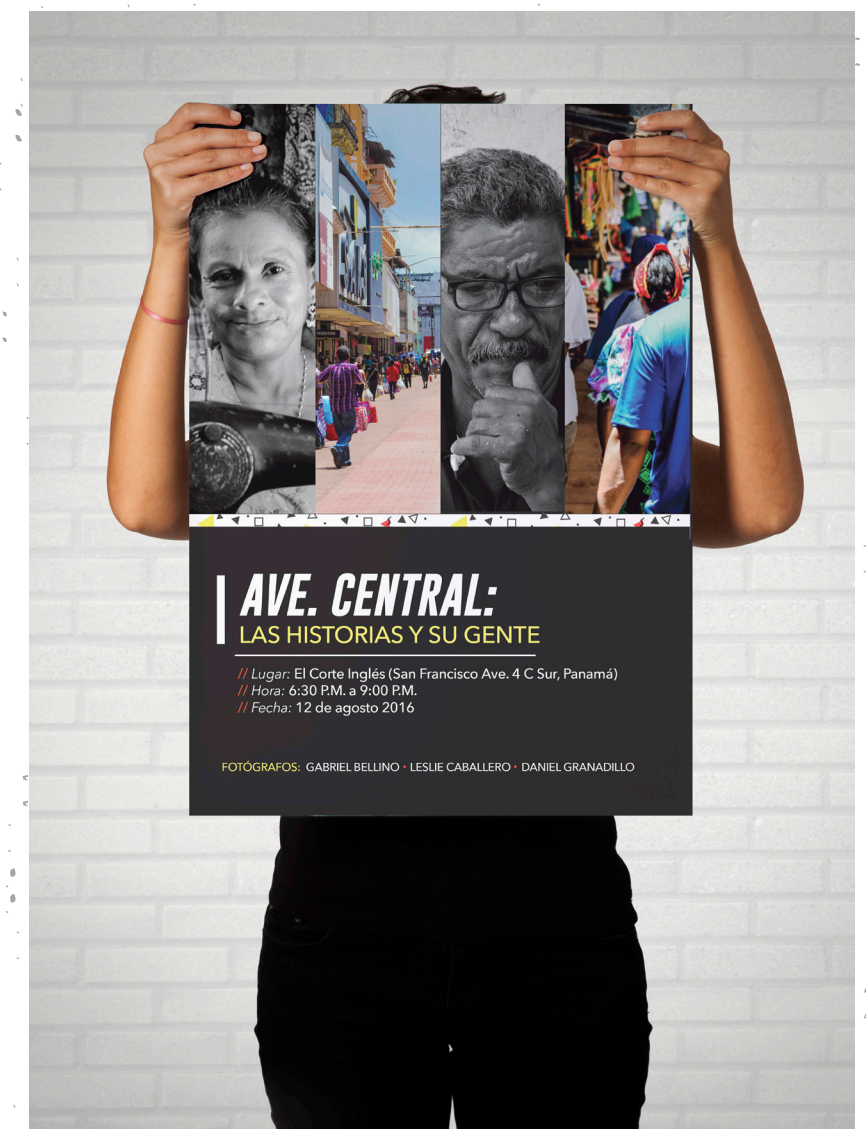
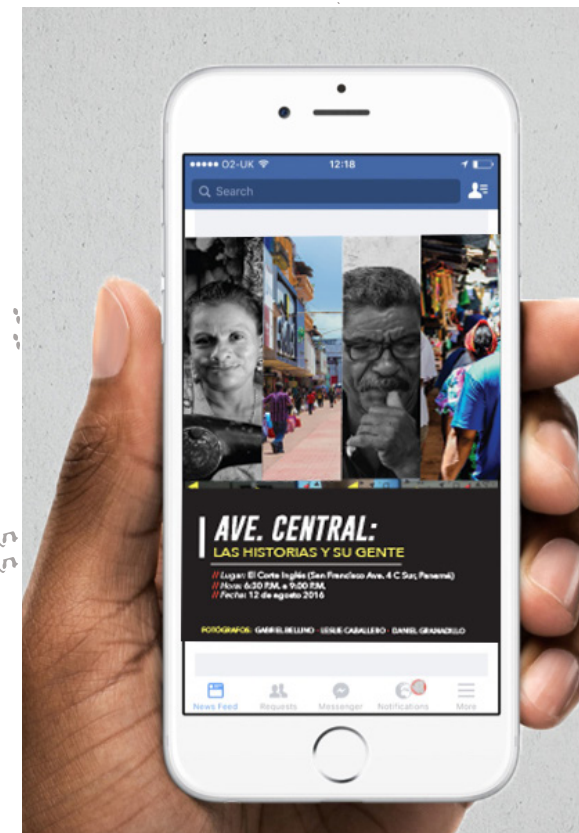
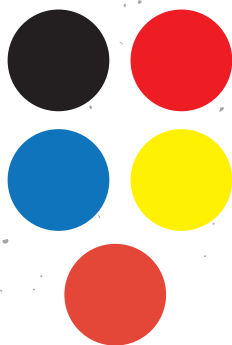
• **Mailing:**
9.06"x10.83"

• **Afiche:**
11"x17"

• **Invitación Impresa:**
7"x7"

• **Redes Sociales: Instagram y Facebook:**
7"x7"

PALETA DE COLORES:



05//

ETIQUETA DE VINO: VAL PIEVE

HERRAMIENTAS:



El objetivo de la marca transmitir una sensación de elegancia, además de poder resaltar entre todas las marcas de vinos que existan.

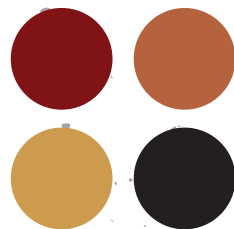
El proyecto fue basado la creación de una nueva marca de vino, en este caso vino, y su empaque, además del logo, si así lo deseabamos.

Para el logo del vino creé la marca "Val Pieve", con un isotipo circular asemejando a la marca a la base copa comouna mancha de vino. Su isotipo simula a una mancha de vino hecho por la copa. La paleta de colores fue inspirada por el vino que escogido, en este el vino tinto y se buscaron colores que fuesen agradables con el color principal.

La tipografía elegida para el logo fue "I'm Fashionista!", para el texto debajo del logo se utilizó "Caviar Dreams" y para la información debajo de la línea se uso "Helvetica Neue Bold" y "Helvetica Neue".

Antecedentes: Se tomo ideas de las etiquetas de vino en los supermercados. Se investigó específicamente el área de vinos tintos tales como Casillero del Diablo, Trio, Mauro, Protos, entre otros.

PALETA DE COLORES:



06//

PORTADA DE LIBRO: THE DEVIL WEARS THE PRADA

HERRAMIENTAS:



El proyecto fue basado en diseñar o re diseñar una portada para un libro dibujadas y luego digitalizadas por nosotros mismos.

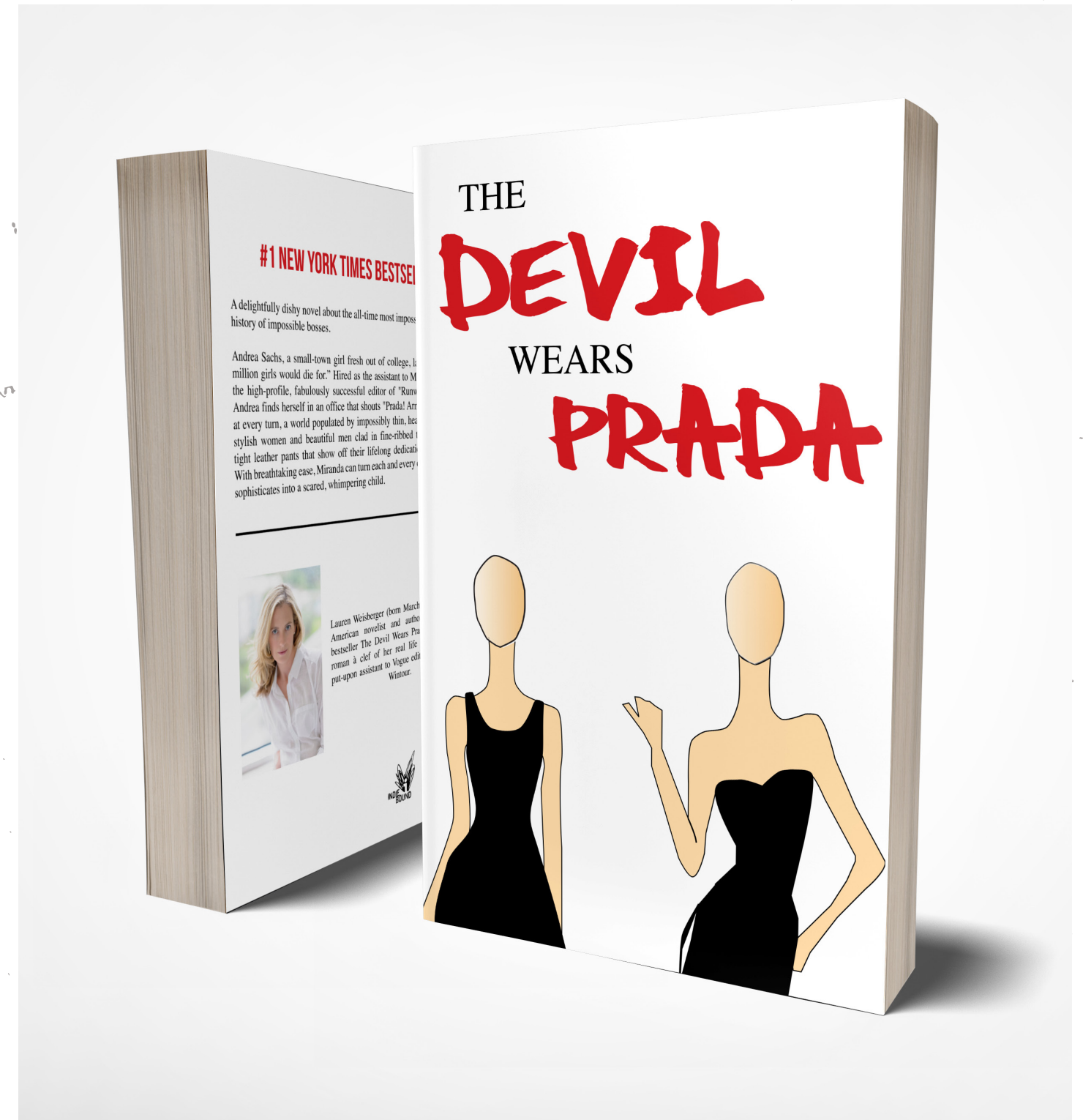
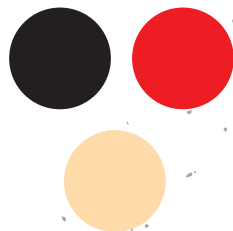
Se utilizó un libro ya existente "The Devil Wears The Prada", re diseñe la portada del libro a una ilustración en vectores, bastante sencilla y limpia; en la que aparecen dos mujeres delgadas con vestido negro, para reflejar "un estereotipo" de lo estricto que es el mundo de la moda y lo mucho que influye la imagen y vestir ropa de alta costura.

Las muchachas representan dos personajes del libro.

La tipografía utilizada para el título fue *Thug* y *Times New Roman*, para la frase "#1 New York Times Best Seller se utilizó", *Bebas Neue*. Posee una paleta de colores sumamente total elemental y simple para mantener una imagen limpia y elegante.

Antecedentes: Se buscaron sketches de cuerpos femeninos de contextura delgada y en base a eso se dibujaron las dos muchachas.

PALETA DE COLORES:



07//

EMPAQUE DE JUGO: PANAMÁ NATURAL

HERRAMIENTAS:



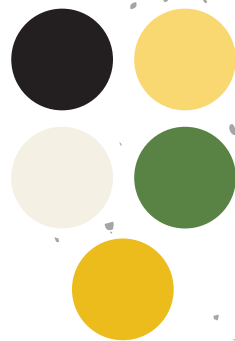
El proyecto fue basado en crear y diseñar un logo y empaque de un jugo.

"Panamá Natural" fue el nombre que escogí para la marca de jugo. Se usaron colores cálidos para el empaque y texturas de hojas. Es diseñado para envases en cartón Tetra Pak. La paleta de colores son colores naturales el verde que representa las hojas y el amarillo eol, a la vez es un color que combina con las frutas elegidas para el empaque.

La tipografía utilizada para el logo fue *DreamOrphans-Bold*, para la frase "Sin Pulpa" se utilizó *Bebas Neue*; "100% Natural y Puro" y también la información para describir el jugo se utilizó *Helvetica Neue*, para nombrar el sabor del jugo se uso "Impact" y finalmente para mencionar donde fue elaborado el jugo se utilizó la tipografía "Courier".

Antecedentes: Se investigaron etiquetas de jugos en los supermercados, tales como Del Monte, Mott's, El ValleWelch's.

PALETA DE COLORES:



08// CÁTALOGO: YOUNG

HERRAMIENTAS:



El proyecto fue basado en diseñar un catálogo de ropa, productos, comida o cualquier tema de nuestro gusto, creando un logo para este y utilizando fotos tomadas por nosotros mismos.

Decidí hacer un catálogo de moda cuya marca fue llamada "Young", el nombre es el logo con su respectiva tipografía. Va dirigido a adolescentes y jóvenes adultos. Las fotos de las modelos y de la ropa/accesorios fueron tomadas por mí persona. La sesión de fotos tomó lugar en Casco Viejo.

La tipografía utilizada fue *Basic Title Font* para el texto y descripciones, para el logo se utilizó *DK Liquid Embrace*.

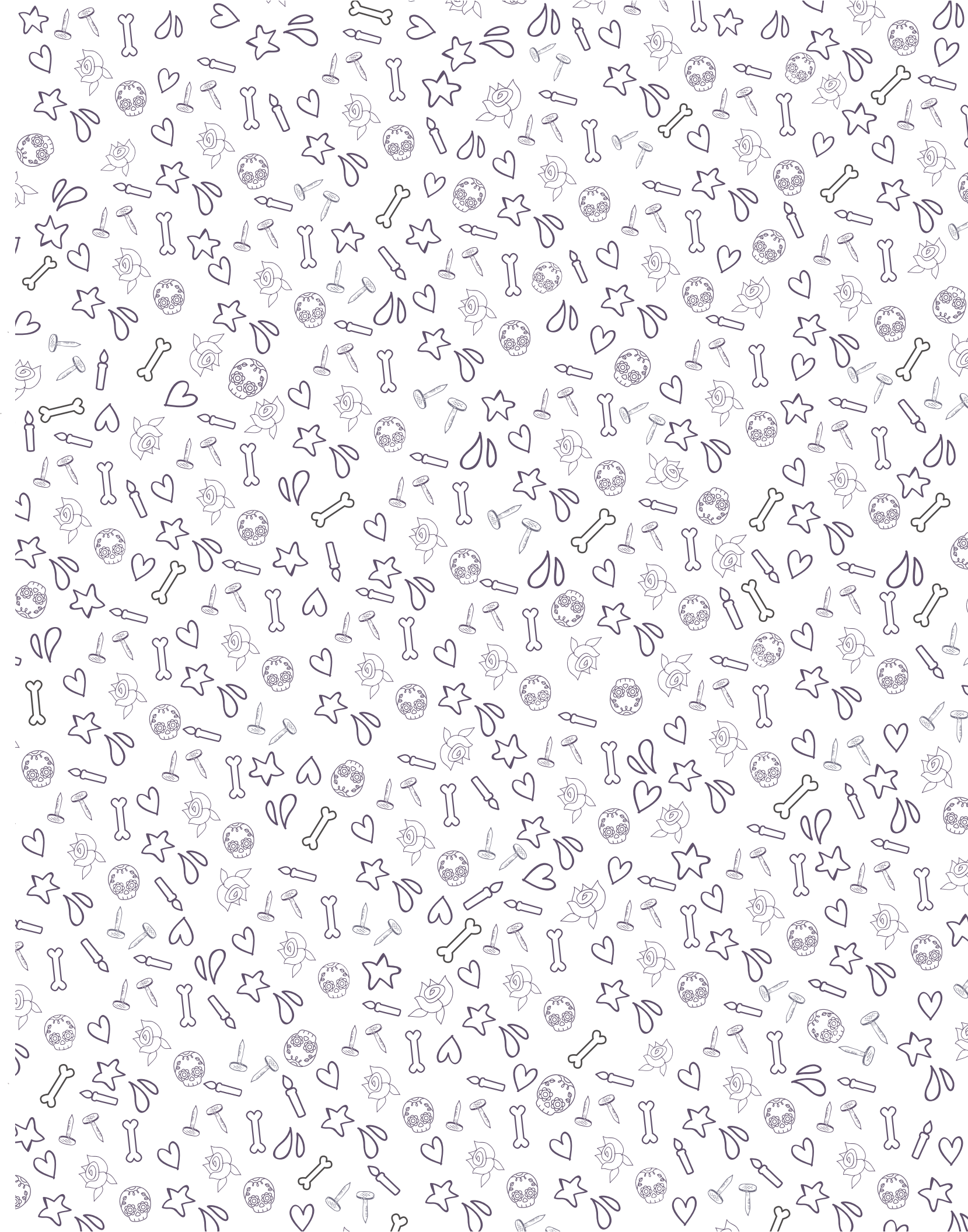
Se utilizaron Catálogos Online de Zara, Forever 21, GAP, entre otras marcas. La paleta de colores son colores totalmente neutrales, para mantener un catálogo sencillo y conciso.

PALETA DE COLORES:



09// 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.
- Dharma Type. "San Serifs." Dafont. Dafont, 15 Julio 2010. Web. 4 Julio 2016.
- "Top Creative Work On Behance." Online Portfolios on Behance. N.p., n.d. Web. 16 Aug. 2016.



Concepto, Diseño y Diagramación:

LESLIE CABALLERO