

n a t

trabajo fin de máster
natalia ramírez gonzález





resumen

El presente trabajo de final de máster estudia el estilo swiso, también conocido como el estilo tipográfico internacional, aplicándolo a la conceptualización y elaboración de un portafolio profesional en formato web, enfocado en el diseño de identidad visual y el diseño UX | UI. El proyecto lleva como objetivo crear una marca cohesiva que establezca su posicionamiento en el mercado, afirme la identidad de la diseñadora y resplandece las destrezas de la misma. Se ha buscado implementar prácticas editoriales de mediados de siglo XX a medios digitales, para crear un diseño que enriquezca la experiencia de usuario. Además, en esta memoria se detalla el proceso llevado a cabo para completar el proyecto.

diseño gráfico
identidad visual
UX | UI
estilo suizo
portafolio

índice

1.0.

introducción

2.0.

marco teórico

2.1. estilo suizo

2.2. antecedentes importantes

2.2.1. suprematismo

2.2.2. constructivismo

2.2.3. de stijl

2.2.4. bauhaus

2.2.5. basel school of design y zurich school of arts and krafts

2.2.6. akzidenz-grotesk

2.3. diseños y diseñadores ejemplares

2.3.1. jan tschichold

2.3.2. max bill

2.3.3. ernst keller

2.3.4. emil ruder

2.3.5. armin hofmann

2.3.6. joseph müller-brockmann

2.4. estilo suizo en diseño web contemporáneo

2.4.1. the chase

2.4.2. pearlfisher

2.4.3. frankie ratford

2.4.4. mikiya kobayashi

3.0.

objetivos

3.1. objetivos generales y específicos

índice

4.0.

metodología

4.1. metodología “waterfall”

4.2. diagrama de gantt

5.0.

definiendo la marca

5.1. “briefing”

5.2. valores de marca

5.3. mapa conceptual

5.4. “moodboard”

5.5. bocetos iniciales

5.6. boceto avanzado

6.0.

presentación de la marca

6.1. logotipo

6.2. imagotipo A

6.3. imagotipo B

6.4. isotipo

6.5. colores corporativos

6.6. tipografía

6.7. recursos gráficos

7.0.

desarrollo de la página web

7.1. arquitectura de la información

7.2. usabilidad

7.3. prototipo “mobile first”

7.4. prototipo “desktop”

índice

7.5. programación

7.6. SEO

8.0.

presentación de la página web

8.1. página web finalizada

9.0.

conclusiones

bibliografía

1.0. introducción



1.0. introducción

“It would be wrong to conceive the designer as anything but the service of giving messages, events, ideas and values of every kind a visible form.”

“There should be no separation between spontaneous work with an emotional tone and work directed by the intellect. Both are supplementary to each other and must be regarded as intimately connected. Discipline and freedom are thus to be seen as elements of equal weight, each partaking of the other.”

Armin Hoffmann

Las citas con la que inicia este capítulo servirán de “leitmotiv” para el presente trabajo. Se trata de una filosofía que concibe al diseñador como comunicador que ejerce su intelecto y su sensibilidad con el fin de transmitir un determinado mensaje mediante el lenguaje visual. Dada la importancia del entendimiento y la comunicación efectiva en el ámbito del diseño de identidad visual y diseño UX | UI, se plantea un trabajo que se rige por la claridad y la accesibilidad. Este compromiso se materializará en un proyecto de diseño de marca y elaboración de portafolio en soporte digital, cuyo objetivo principal será dejar a conocer la obra de la diseñadora sin olvidar resaltar la sensibilidad e identidad gráfica que lleva cultivando la misma. Se implementarán prácticas editoriales establecidas por los fundadores del estilo suizo, de mediados de siglo XX, a medios digitales para crear un diseño que enriquezca la experiencia de usuario. También se utilizarán las tendencias gráficas del estilo para definir el aspecto visual de la marca.

2.0. marco teórico

2.1. estilo suizo

**2.2. antecedentes
importantes**

2.2.1. suprematismo


2.2.2. constructivismo

2.2.3. de stijl

2.2.4. bauhaus

2.2.5. basel school of design y
zurich school of arts and crafts

2.2.6. akzidenz-grotesk



2.3. diseños y diseñadores ejemplares

2.3.1. jan tschichold

2.3.2. max bill

2.3.3. ernst keller

2.3.4. emil ruder

2.3.5. armin hofmann

2.3.6. joseph müller-brockmann

2.4. estilo suizo en diseño web contemporáneo

2.4.1. the chase

2.4.2. pearlfisher

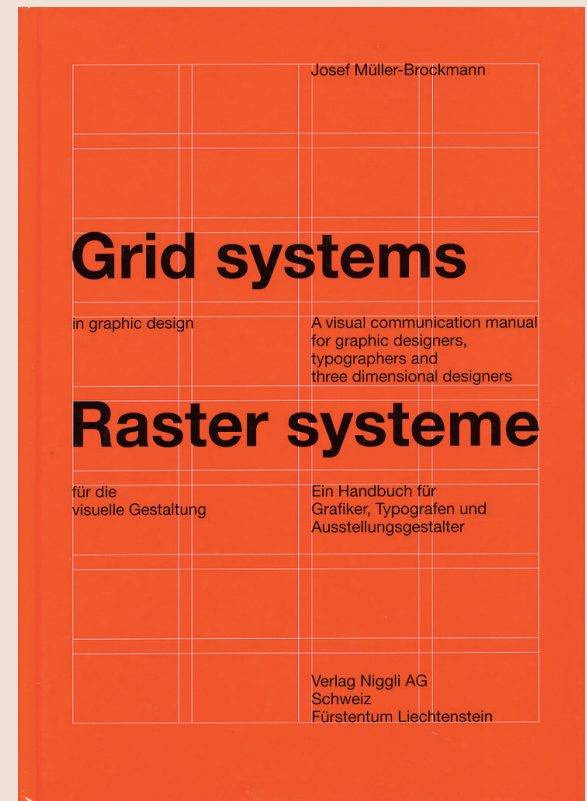
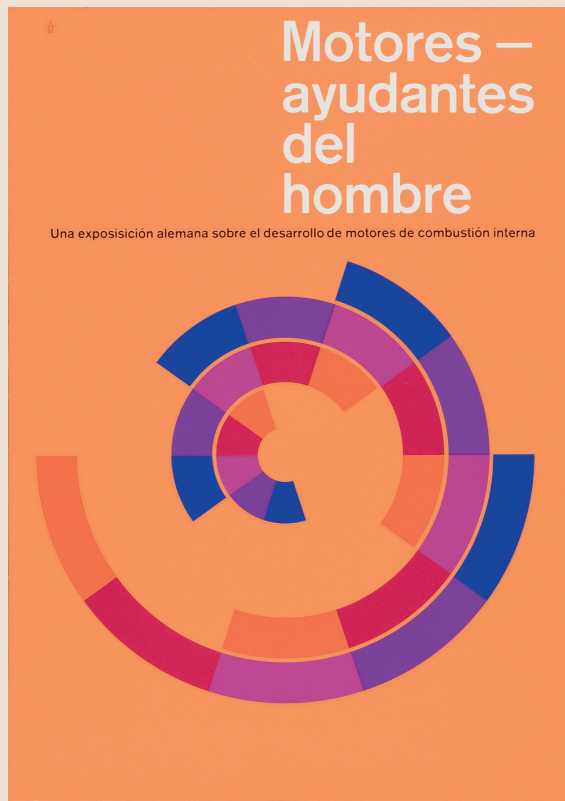
2.4.3. frankie ratford

2.4.4. mikiya kobayashi



2.1. estilo suizo

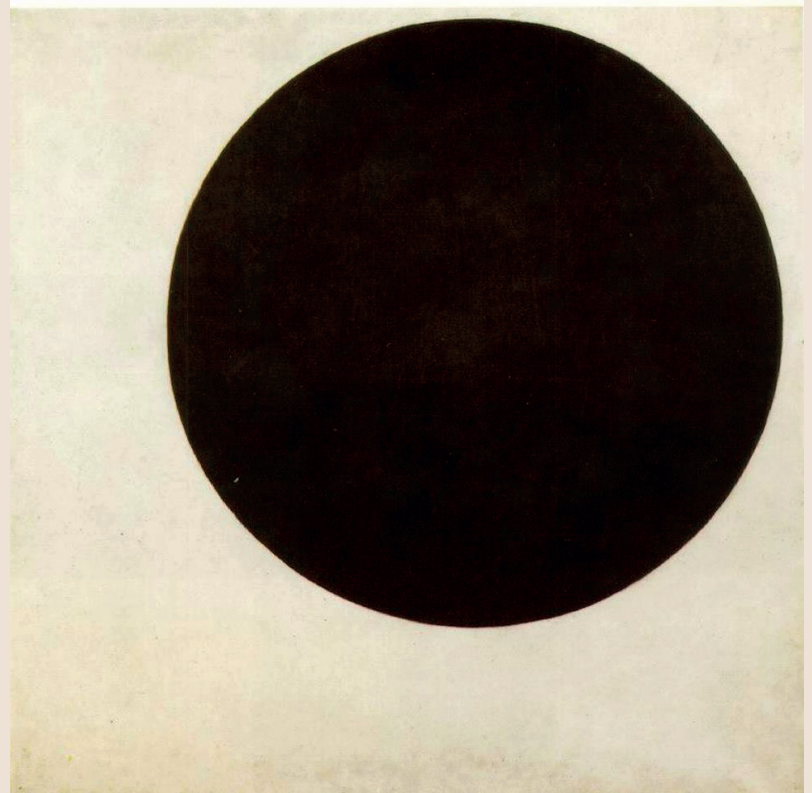
Luego de la Segunda Guerra Mundial, los diseñadores en Suiza y en Alemania forjaron el movimiento que hoy conocemos como estilo suizo, o el estilo tipográfico internacional. Estos diseñadores procuraron un acercamiento objetivo y neutral que enfatizaba la planificación racional en vez de la subjetividad y expresión individual. Los elementos de sus diseños eran organizados y regulados por cuadrículas modulares de líneas verticales y horizontales. También preferían la fotografía como la fuente principal de imágenes por su precisión mecánica y habilidad de producir un registro imparcial del sujeto. Sus diseños empleaban composiciones asimétricas donde reinan las tipografías sin serifa popularizadas antes de la guerra. Las formas elementales utilizadas brindaban armonía y claridad a las obras, y eran consideradas apropiadas para representar la era científica y tecnológica de la posguerra (Meggs, 2021).



- uso de cuadrícula
- tipografía sin serifa
- composiciones asimétricas
- reducción de formas

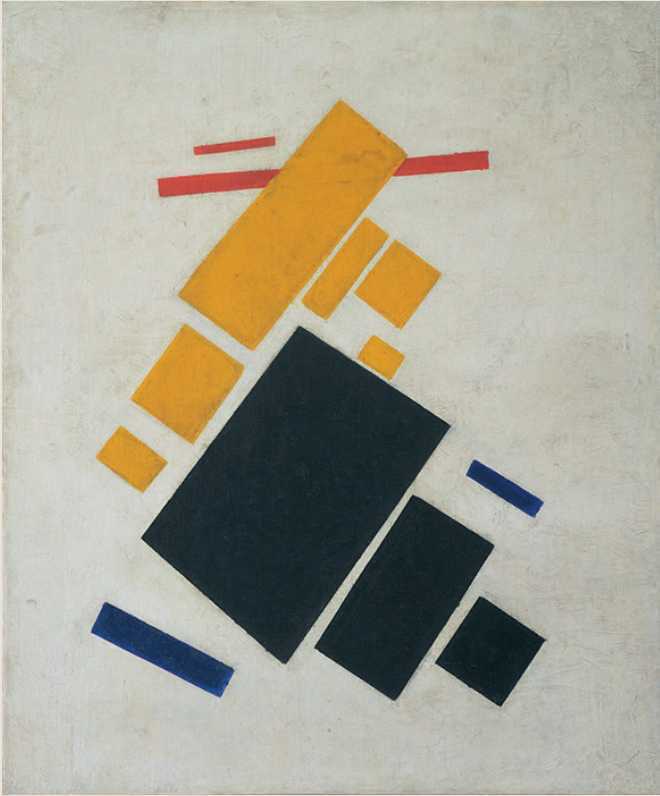
2.2. antecedentes importantes

En este capítulo nos centraremos en el diseño editorial elaborado durante los años formativos del estilo tipográfico internacional y su influencia en el diseño UX | UI actual. Primero, se deben estudiar los movimientos antecedentes que forjaron el camino y sirvieron como punto de partida para los diseñadores de la época. Se expondrán brevemente los conceptos clave que marcaron la historia del estilo suizo para facilitar la comprensión del impacto duradero que ha tenido en el diseño gráfico. Estos momentos históricos señalados definirán cómo los diseñadores gráficos han respondido empleando la tecnología de la época a la preocupación de comunicar mediante el lenguaje visual.



2.2.1. suprematismo

El Suprematismo fue el primer movimiento de abstracción geométrica pura en la pintura, engendrado por el pintor Kazimir Malevich en Rusia alrededor del año 1913. El movimiento es caracterizado tanto por la reducción de formas y colores como por la filosofía anti-materialista. Sobretudo guiado por el concepto de la supremacía del sentimiento artístico puro (Britannica, 2016).



- **abstracción**
- **reducción de formas**
- **sentimiento artístico**



2.2.2. constructivismo

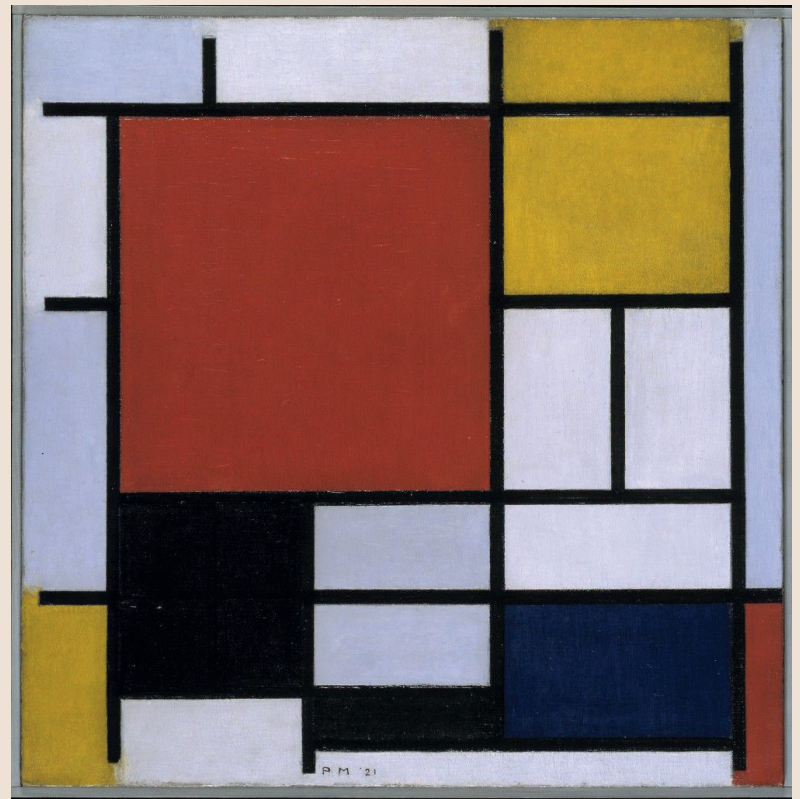
En Rusia, a principios del siglo XX, los artistas criados por la guerra y la precariedad doméstica reconocieron la función intrínseca de las artes plásticas. Los artistas rusos buscaban re-definir el arte del pueblo como un medio útil mediante el cual podían influir y mejorar la sociedad. A partir de esta nueva concepción del arte como herramienta de cambio socio-político surgió un nuevo movimiento artístico, el Constructivismo, enfocado en la construcción en vez de la composición. Los trabajos constructivistas tendían hacia la abstracción, experimentación, geometrización y raramente eran emocionales. Estas cualidades arquitectónicas fueron logradas mediante el uso común de líneas rectas y la práctica de separar la figura del fondo. Con este giro hacia la abstracción, los constructivistas rusos utilizaban formas simplificadas y colores brillantes y puros para comunicar ideas a las masas (Margolin, 1984).



- geometrización
- arte como herramienta socio-política
- construcción

2.2.3. de stijl

De Stijl fue un grupo de pintores holandeses que forjaron un movimiento de abstracción alrededor de 1917 en Amsterdam. Sus proponentes buscaban hallar la armonía y el equilibrio tanto en el arte como en la vida. Mediante el uso de colores planos (rojo, azul y amarillo), líneas rectas y espacios rectangulares lograron alejarse de toda representación figurativa y acercarse a un arte más espiritual (Britannica, 2014).



- colores primarios
- abstracción
- armonía
- equilibrio

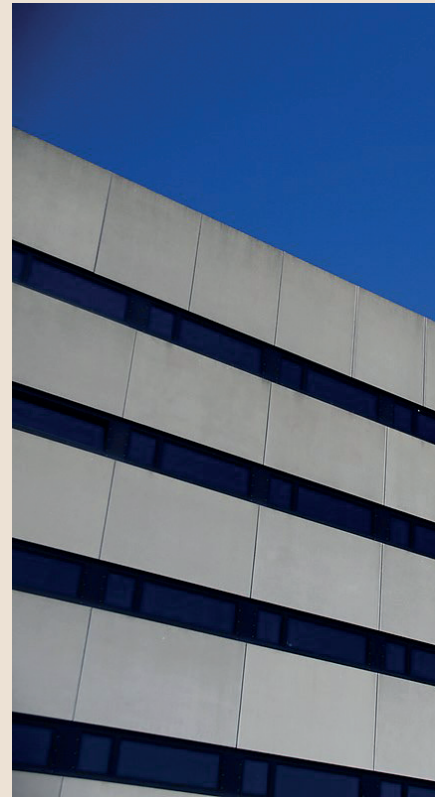


2.2.4. bauhaus staatliche

En 1919, el arquitecto alemán Walter Gropius se propuso establecer una escuela que reaventaría la concepción del arte y su creación en los campos de la escultura, la pintura y, especialmente, la arquitectura, formando un nuevo precedente en la producción alemana. La idea de Gropius sobre un nuevo método de instrucción se centraría en torno al concepto de la construcción. Influida por ideales de la vanguardia holandesa De Stijl y el Constructivismo ruso, la Bauhaus estaba comprometida a integrar nuevos conocimientos científicos en todas las ramas de producción y atender las necesidades específicas de cada sector de la sociedad alemana. La construcción tendría que involucrar la planificación sistemática, al igual que ser desarrollada desde el estudio de la materia y su función, hasta las necesidades del usuario (Dredge, 2017).



- construcción
- planificación
- función determina forma
- atender necesidades de la población



2.2.5.

basel school of design and zurich s

Los primeros cursos en diseño gráfico y diseño tipográfico aparecieron en escuelas vocacionales de “arts and crafts” en Basel y Zurich alrededor de 1915. La escuela Zurich School of Arts and Crafts, co-fundada por el diseñador Ernst Keller, impulsó la carrera de diversos artistas como Emil Ruder, quien llegaría a fundar la escuela Basel School of Design junto a Armin Hofmann. Durante la década de los 50s y 60s estas escuelas sirvieron como centros para el estilo suizo que ya experimentaba éxito internacional (Junod, 2020).



chool of arts and krafts

- uso de cuadrícula
- tipografía sin serifa
- foto montaje
- composiciones asimétricas

Akzidenz-Grotesk

Aa Ee Rr

Aa Ee Rr

a

Buchdruck

abcdefghijklmnop
nopqrstuvwxyz
0123456789

2.2.6.

akzidenz-grotesk

Akzidenz-Grotesk es una tipografía sin serifa diseñada por H. Berthold en 1986. Esta tipografía se convirtió en una de las primeras fuentes sin serifa ampliamente utilizadas de forma comercial. No tan solo sirvió de inspiración para un sinnúmero de tipografías Neo-Grotesk como la Helvetica y la Univers, sino que también ayudó a desarrollar el estilo tipográfico internacional (Hollis, 2006).

Helvetica

Aa Ee Rr

Aa Ee Rr

a

Kunsthalle

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
0123456789

Univers

Hb Mp Sx

Hb Mp Sx

Hb Mp Sx

a

àíü1234567890
@?!()'{}.,;:-'""

- tipografía sin serifa
comercial
- neutral
- bajo contraste

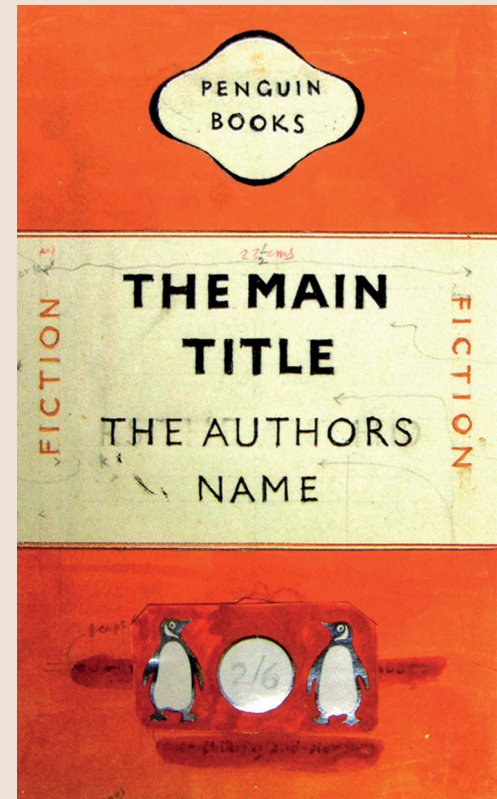
2.3.

diseños y diseñadores ejemplares

Se expondrán brevemente los diseños que ayudaron a definir el estilo tipográfico internacional y los diseñadores que los engendraron, empleando la tecnología de la época a la preocupación de comunicar mediante el lenguaje visual.



2.3.1. jan tschichold





2.3.2. max bill

imballaggio

luglio ottobre 1952

ETAS
milano





2.3.3. ernst keller

DAS NEUE HEIM

AUSSTELLUNG
KUNSTGEWERBEMUSEUM
ZÜRICH
4. NOVEMBER
24. DEZEMBER
1926





2.3.4. emil ruder

ERLIN

die
grösste
Stadt
Deutsch
lands

museum Basel
2 und 14-17 Uhr
Uhr

sektion
basel
der gesellschaft
schweizer
maler
bildhauer
und
architekten
kunsthalle basel
8.mai bis
13.juni



2.3.5. armin hofmann

Geöffnet
täglich
10-12
und
14-17 Uhr
mittwochs
auch
20-22 Uhr
Eintritt
frei

10.
Sept.
bis
8. Okt.
1961

Basler
Freilichtspiele

Basler
Freilichtspiele
1959
19.-31. August
im
Rosenfeldpark

Giselle





2.3.6. joseph müller-brockmann



Kunstgewerbemuseum Zürich
Ausstellung

der Film

10. Januar bis 30. April 1960

Offen: Montag 14-18, 20-22
Dienstag-Freitag 10-12, 14-18, 20-22
Samstag-Sonntag 10-12, 14-17

2.4. estilo suizo en diseño web contemp

Se analizará el impacto y la influencia de las tendencias gráficas, técnicas y filosóficas del estilo suizo en ejemplos actuales del diseño web. Así se podrá obtener una visión contemporánea de cómo aplicar los conocimientos adquiridos en la realización de la identidad visual y el diseño UX | UI.

poráneo

2.4.1. the chase

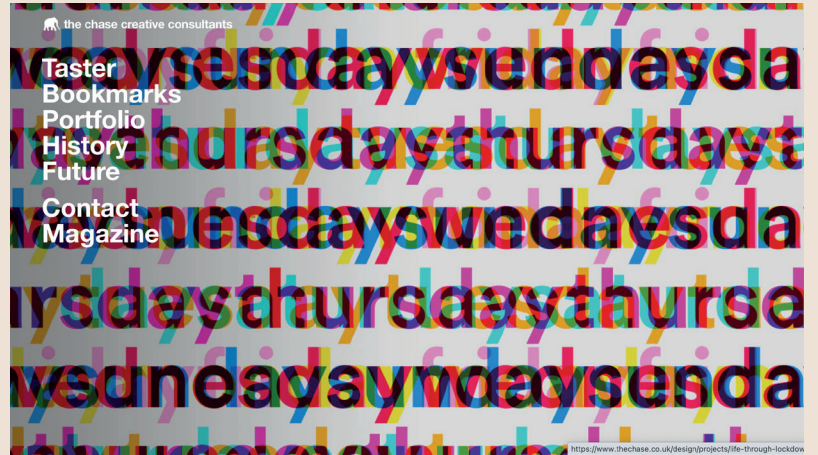
www.thechase.co.uk

“We firmly believe that imaginative creative thinking will always be at the heart of successful communication. So we leave you with our mantra. A story that runs through all our work from strategy to the final crafting, where everything has to have a reason for being...”

- tipografía sin serifa
- texto como elemento gráfico central
- paleta de color reducida
- uso de espacio negativo
- tamaños de texto exagerados
- composiciones asimétricas

Taster
Bookmarks
Portfolio
History
Future

Contact
Magazine



Taster
Bookmarks
Portfolio
History
Future

Contact
Magazine

Dipping into our portfolio, we attempt to explain how a creative consultancy thinks it thinks.

In both creating or enhancing brands, what is clear is that the idea is the thing, and the relevance of it is as important as the originality.

Also noticeable is that the creative boundaries now being dismantled by technology never really existed for The Chase.

Taster
Bookmarks
Portfolio
History
Future

Contact
Magazine

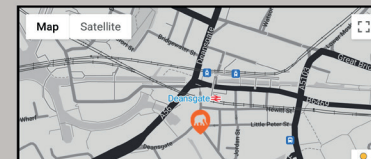
General Enquiries

+44 (0) 161 832 5575
enquiries@thechase.co.uk

Jobs & Placements

Lise Brian
opportunities@thechase.co.uk

Social



Manchester

+44 (0) 161 832 5575
2 Commercial Street
Manchester
M15 4RQ
[Open in Google Maps](#)

2.4.2.

pearlfisher

www.pearlfisher.com

“We are a visionary group of Futurists, Strategists, Designers and Realisers. By understanding, imagining and expressing change, we create simpler, lighter, more desirable ideas for the future. We design for life.”

- fotografía como recurso gráfico central
- tipografía sin serifa
- uso de cuadrícula
- paleta de color reducida
- uso de espacio negativo
- composiciones claras y ordenadas



Work

[Mode of Life](#)
[Mode of Expertise](#)
[Mode of Sector](#)
[All work](#)

Design for taste

Explore our work with food and drink brands →



Design for body

Explore our work with health, beauty and wellness brands →



Design for mobility

Explore our work with connective brands →



Design for luxury

Explore our work with luxury and premium brands →

Design for nature

Explore our work with natural and progressive brands →

Design for leisure

Explore our work with experiential brands →

About

Pearlfisher is an independent brand design agency in London, New York, San Francisco and Copenhagen.

We are a visionary group of Futurists, Strategists, Designers and Realisers.

By understanding, imagining and expressing change, we create simpler, lighter, more desirable ideas for the future. We design for life.

At Pearlfisher you will meet

Futurists

Who look at how the world is changing

Strategists

Who build on this knowledge and define

2.4.3.

frankie ratford

www.frankieratford.com

“Frankie Ratford is a full time adventurer obsessed with design, travel and business. She heads up The Design Kids and spends her spare time coaching her favorite Graphic Design businesses across the globe.”

- tipografía sin serifa
- uso expresivo del color
- composiciones
- asimétricas
- tamaños de texto
- exagerados

Frankie

Frankie Ratford is a full time adventurer obsessed with design, travel and business. She heads up The Design Kids and spends her spare

Magazine, Gold Coast (2013), The Native Press (2012), InsideOut Magazine (2012), Frankie Magazine (2010), The Brag Magazine (2010)

03

Companies (with and for)

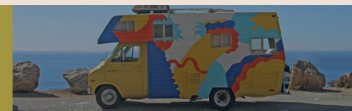
Heading up The Design Kids, Graphic designer at Frost, community building with Tractor, running events for Apple, interviewing people in a teepee at Supergrach, running side events for Semi Permanent, shooting adventures for Herschel Supply Co, organising monthly talks at Creative Mornings Melbourne, blogging for Australian Infront, running exhibitions with Desktop Magazine, lecturing at Shillington Education and Billy Blue College of Design, designing award winning signage at Buro North, community building at Inspire 9, collaborating with AGDA, running 10k events for Finders Keepers and a bunch other design related jobs.

The Future, Dublin (2017)
Creative Mornings, Milwaukee (2016)
Ligature Conference, Florida (2016)
Jacky Winter, JWGYTB, Melbourne (2016)
University lectures x200 globally (2011-2018)

04

Awards and achievements

AGDA Awards 2016 judge (2016) University of Florida judge (2016) Decks For Change judge (2016) Top 33 Digital Influences, Red TV (2015) ISTD Awards judge (2014) AGDA Awards (2012) Desktop Create Awards (2011) Graphic Design Annual Gold (Frost) Create Awards finalist (2010) AGDA Awards finalist (2008) MADC Award Best Student (2008) Runner up, Ignite Best Folio (2007) Finalist, Lab 3000 Student Awards (2007) Grenadi, Student of the Year (2004)



Hello!
Resume
Projects



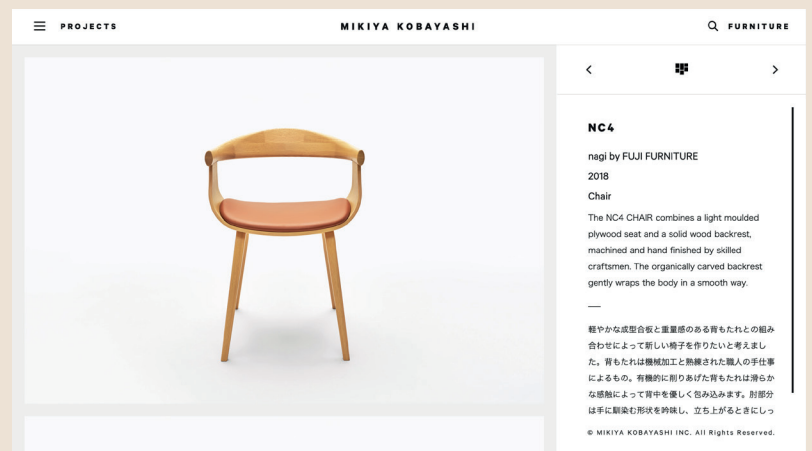
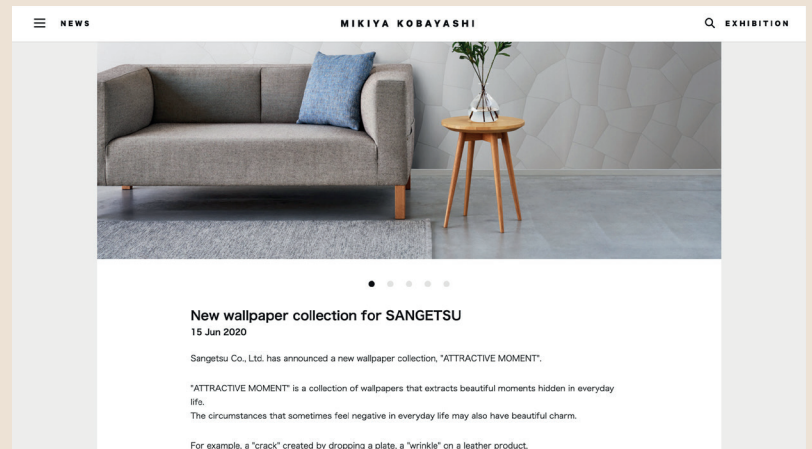
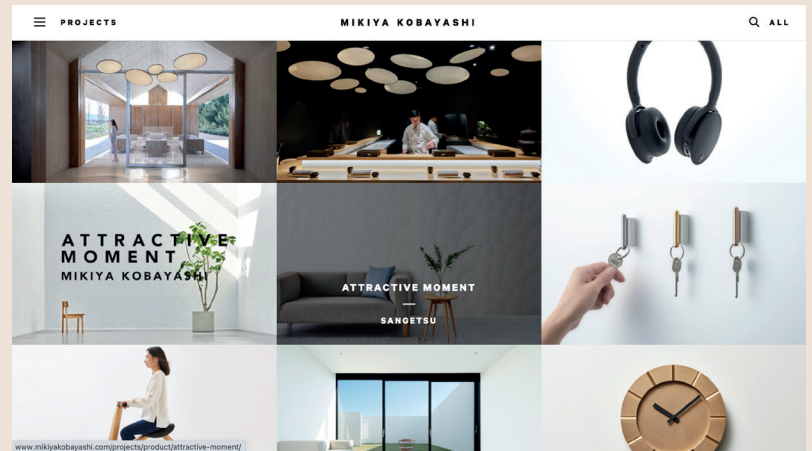
2.4.4.

mikiya kobayashi


www.mikiyakobayashi.com

“Since his beginnings, Mikiya Kobayashi’s creation process was focused on the perception of its designs, looking for uniqueness in minimal shapes.”

- tipografía sin serifa
- uso de cuadrícula
- paleta de color reducida
- uso de espacio negativo
- fotografía como recurso gráfico primordial



3.0. objetivos



3.1. objetivos generales y específicos

3.1.

objetivos generales y específicos

El objetivo principal de un trabajo final de máster consiste en desarrollar un proyecto personal, aplicando todos los conocimientos adquiridos durante los estudios de posgrado en Diseño Gráfico de la Comunicación. Como se ha señalado previamente, en este trabajo final de máster se desarrollará un portafolio web que ponga el foco en la obra de la diseñadora Natalia Ramírez González. El objetivo fundamental es dar a conocer la obra de la diseñadora sin olvidar resaltar la sensibilidad e identidad gráfica que lleva cultivando la misma. Para esto, se ha decidido crear una página web implementando prácticas editoriales establecidas por los fundadores del estilo suizo, de mediados de siglo XX, a medios digitales para crear un diseño que enriquezca la experiencia de usuario. También se utilizarán las tendencias gráficas del estilo para definir el aspecto visual de la marca. En concreto este objetivo general se puede disgregar en los siguientes apartados:

- Crear la identidad visual de la diseñadora, tomando de inspiración el estilo suizo.
- Desarrollar un portafolio web que integre la identidad visual desarrollada.
- Realizar un diseño UX | UI claro y accesible, que adopte ciertos elementos visuales del estilo suizo.
- Establecer una jerarquía visual que facilite un ritmo de lectura cómodo.
- Realizar una dirección de arte de modo que las ilustraciones y la fotografía se integren en el proyecto.
- Crear las fotografías e ilustraciones que sean necesarias.
- Reflexionar sobre el papel del diseño y del diseñador en la sociedad.
- Conciliar técnicas tradicionales editoriales con técnicas digitales.

4.0. metodología

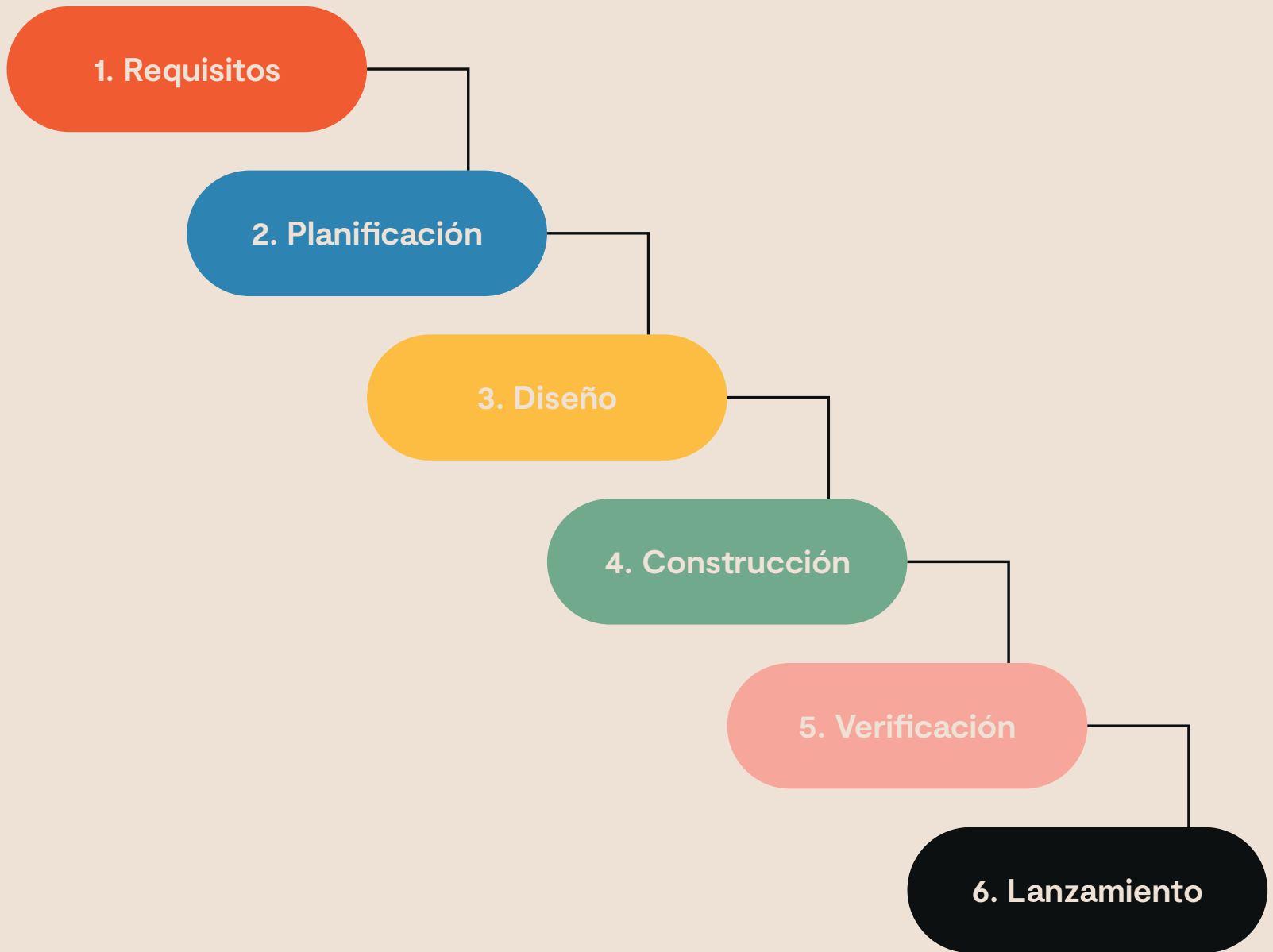


4.1. metodología “waterfall”

4.2. diagrama de gantt

4.1. metodología “waterfall”

El modelo de cascada es una metodología secuencial, en la que el desarrollo de software se concibe como un conjunto de fases que se ejecutan una tras otra. Se ha elegido este modelo debido a que la investigación y planificación es muy exhaustiva y estructurada. Se divide en fases bien definidas, lo que es ideal para un proyecto estable, como el presente, donde los requisitos son claros y no van a cambiar a lo largo del proceso de desarrollo.



	Febrero 1-15	Febrero 16-28	Marzo 1-15	Marzo 15-31	Abril 1-15	Abril 16-30	Mayo 1-15	Mayo 16-31
1. Requisitos	■							
2. Planificación	■	■						
3. Diseño			■	■				
4. Construcción				■	■	■		
5. Verificación							■	
6. Lanzamiento								■

4.2. diagrama de gantt

1. Requisitos

- Definir alcance del proyecto
- Buscar páginas web de inspiración
- Analizar páginas web de inspiración
- Crear mapa conceptual y “moodboard”

2. Planificación

- Definir contenido de página web
- Crear arquitectura de la información
- Crear “wireframes”
- Crear “wireflow”

3. Diseño

- Precisar aspecto estético de la página web
- Elegir paleta de colores y tipografías
- Realizar atomic design
- Elegir animaciones y microinteracciones
- Realizar prototipo de alta fidelidad

4. Construcción

- Programar estructura en HTML y Bootstrap
- Definir estilos en CSS
- Añadir animaciones JavaScript
- Añadir formulario
- Crear base de datos
- Añadir archivos multimedia optimizados

5. Verificación

- Evaluar navegación y usabilidad
- Revisar “responsive design” en distintos dispositivos
- Revisar enlaces y multimedia
- Revisar formularios y base de datos
- Revisar animaciones JavaScript
- Presentar página web a tutor de TFM

6. Lanzamiento

- Verificar rendimiento en Gmetrix
- Hacer SEO
- Realizar pruebas de usuarios
- Realizar últimos cambios y arreglos
- Publicar página web
- Subir archivos al campus

5.0. definiendo la marca



5.1. “briefing”

5.2. valores de marca

5.3. mapa conceptual

5.4. “moodboard”

5.5. bocetos iniciales

5.6. boceto avanzado

5.1. “briefing”

Descripción de la empresa:

Diseñadora gráfica dedicada a la identidad visual y al diseño UX | UI.

Valores de la empresa:

claridad, accesibilidad, orden, facilidad de uso, consistencia, inclusividad, confianza

Diferencia de la competencia:

- grado en teoría del arte
- conocimiento sobre los principios del arte
- conceptualización de ideas
- disciplina, orden y estructura

¿Cómo es el cliente potencial de los servicios de la empresa?

- Dueños de pequeñas empresas (principalmente en Puerto Rico) buscando desarrollar su marca y/o desarrollar su página web.
- Empresas de diseño buscando contratar diseñadores UX | UI.

¿Qué aspectos de la identidad visual le interesa crear, logo, página web, tarjetas de presentación, etc?

- logotipo
- identidad visual
- pagina web
- tarjetas de presentación

¿Tiene alguna idea preconcebida sobre el logo, colores corporativos, etc?

- color anaranjado
- figuras geométricas
- tipografía sin serifa

Ofrezca una serie de palabras clave que puedan definir a la empresa, el producto...

sencillez, claridad, accesibilidad, amistad, carácter, colorido, lo esencial, compromiso, confianza

¿Qué clases de audiencia van a ver con más frecuencia el diseño del logotipo?

Personas que vean la página de Instagram y personas que encuentren la página en Google.

¿En qué formatos o medios se van a mostrar principalmente las aplicaciones de la identidad visual?

Dispositivos móvil y redes sociales.

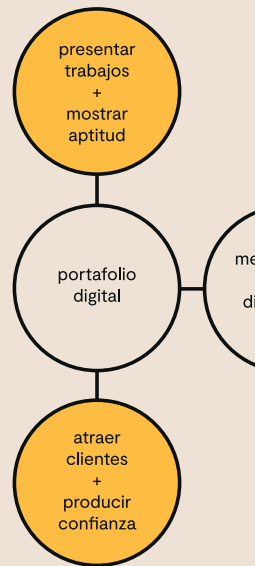
¿Existe algún elemento o elementos que sea imprescindible incluir el logo?

Alguna forma geométrica (círculo).

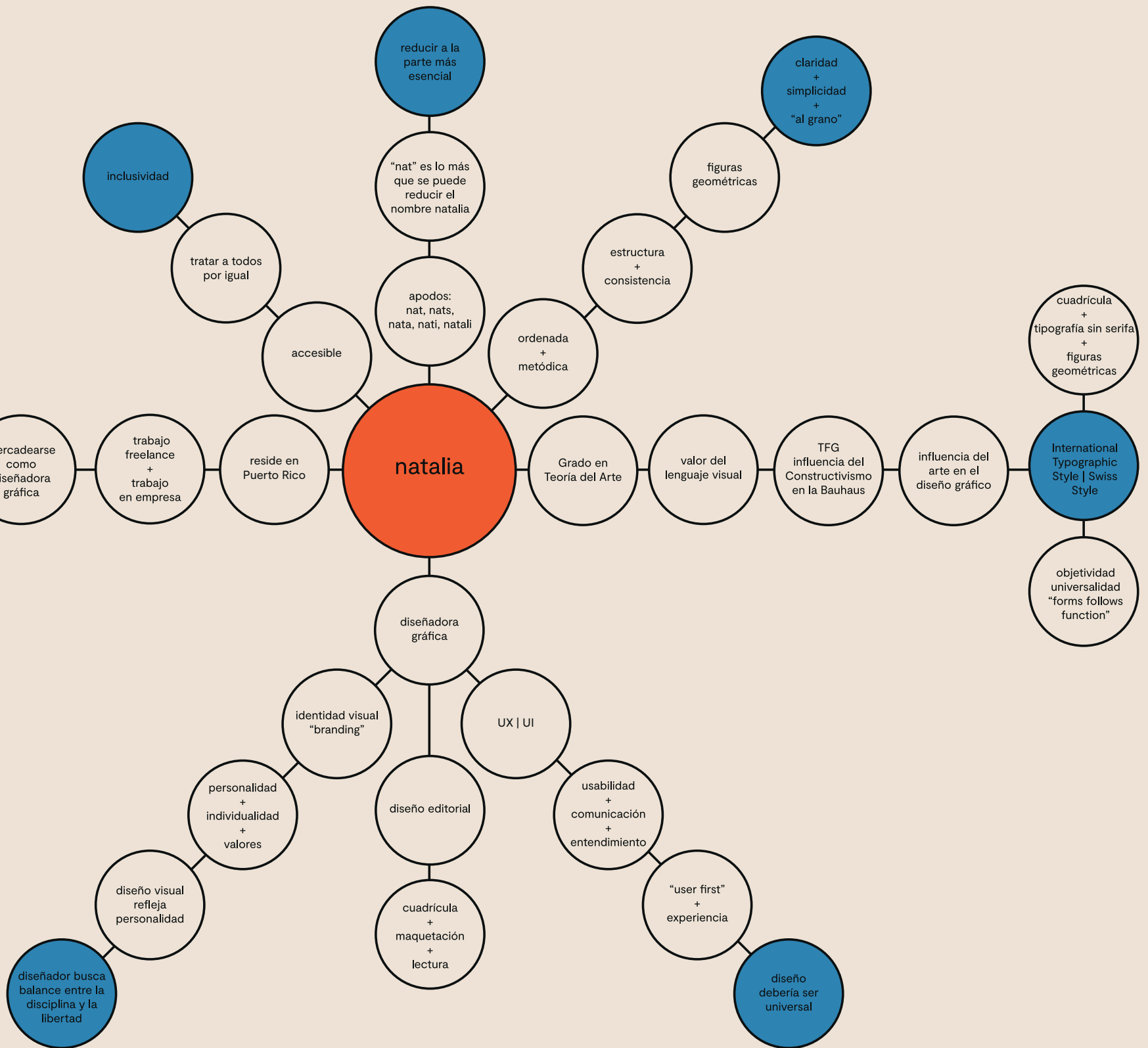
5.2.

valores de marca

	2	1	0	1	2	
cara			●			barata
ecológica					●	indiferente
masculina			●			femenina
adulta				●		infantil
divertida		●				seria
local		●				internacional
accesible	●					exclusiva
colorida	●					neutra
elegante				●		desenfadada
clásica			●			moderna
orgánica			●			tecnológica



5.3. mapa conceptual



5.4. **“moodboard”**



held over for the entire summer
wednesday thru sunday / 11 pm & 1 am
june 24 thru august 28 1970

the velvet underground

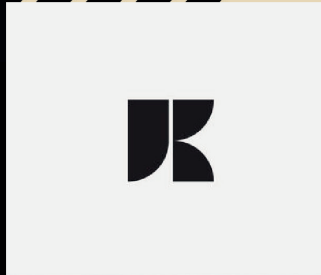
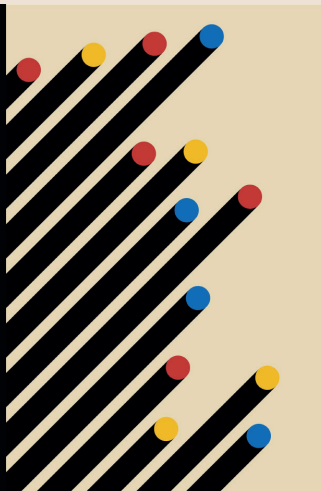
upstairs at max's kansas city
213 park avenue south, new york city

BRUNN

Brunn Audio
Miyagi 200 Control Unit
Dortmunder Platz, 1972

systems
25 November to
31 December 2012

Walker Reid
London Showroom
12 Charterhouse Square
London EC3N 3EA



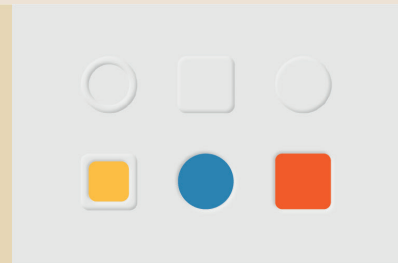
SEPTEMBER
9-13, 2020

SIGN UP PROGRAMS STORIES SUPPORTERS GET INVOLVED EN - ES

SAN DIEGO DESIGN WEEK

A CITYWIDE CELEBRATION OF DESIGN

UNA CELEBRACIÓN DE DISEÑO EN TODA LA CIUDAD

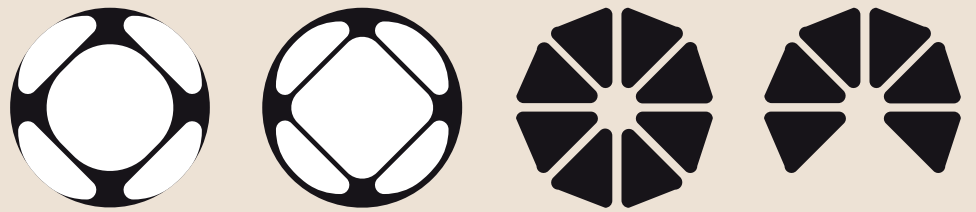
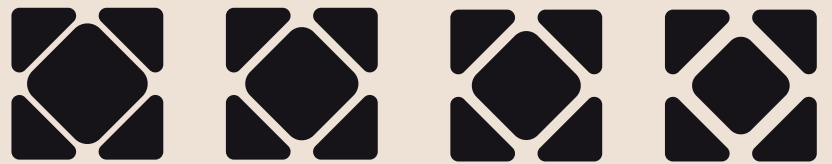
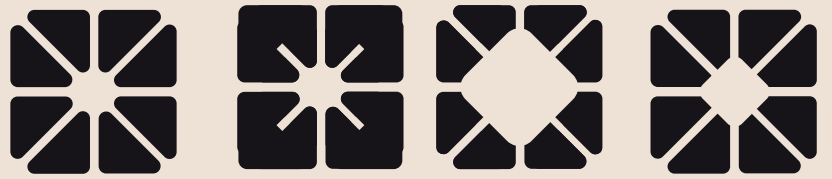


paige paige paige paige paige

BRUHAUS
RUSSTELLUNG
SÜTTERLIN BROENERSTRASSE 11
JULI-SEPT
1923

5.5.

bocetos iniciales



nat nat

nat nat

Natalia en Akzidenz-Grotesk
Natalia en Moderat Regular

5.6. boceto avanzado

Como base para el logotipo se empleó la tipografía Moderat Regular, tipografía geométrica sin serifa de bajo contraste, que está directamente inspirada en la tipografía Akzidenz-Grotesk, adorada por los diseñadores del estilo suizo. Para fijar una identidad visual concisa, clara y contundente se eligió utilizar la abreviación del nombre Natalia e integrar el motivo del círculo. Mediante el uso de la abreviación “nat” (la parte esencial del nombre Natalia) se enfatiza el estilo claro, directo y preciso de la diseñadora. Además, el uso del círculo para reemplazar el bucle de la letra “a” le otorga un aspecto geométrico a la marca, que alude a la reducción y abstracción que era tan popular entre los diseñadores del estilo tipográfico intencional. A parte de esta intervención, se re-alinearon las letras para dejarlas precisamente posicionadas a ras con la base, respetando el espacio horizontal entre ella (“kerning”). Por último, se eligió enfatizar el motivo circular a través del uso de color.



6.0. presentación de la marca



6.1. logotipo

6.2. imagotipo A

6.3. imagotipo B

6.4. isotipo

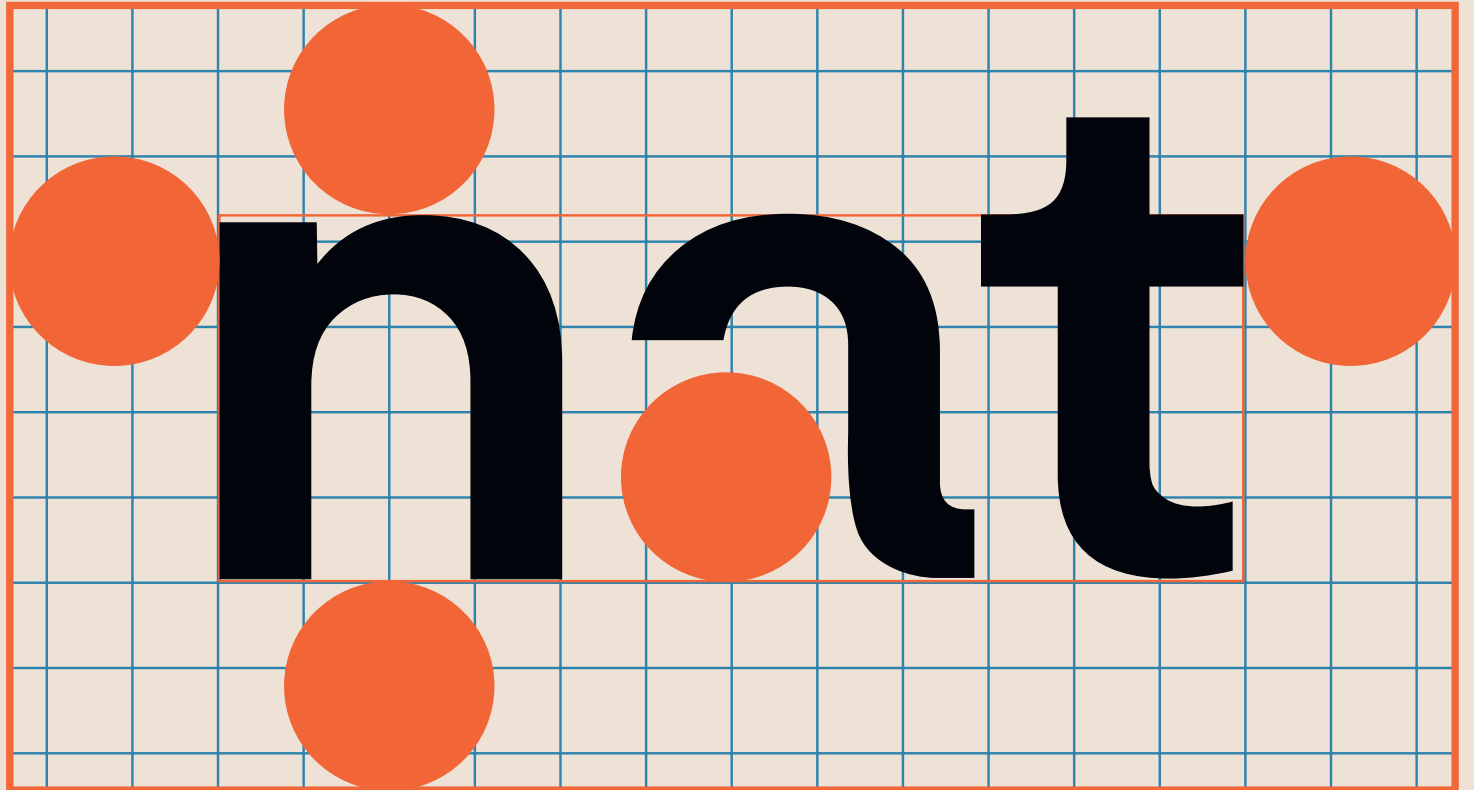
6.5. colores corporativos

6.6. tipografía

6.7. recursos gráficos

6.1. logotipo

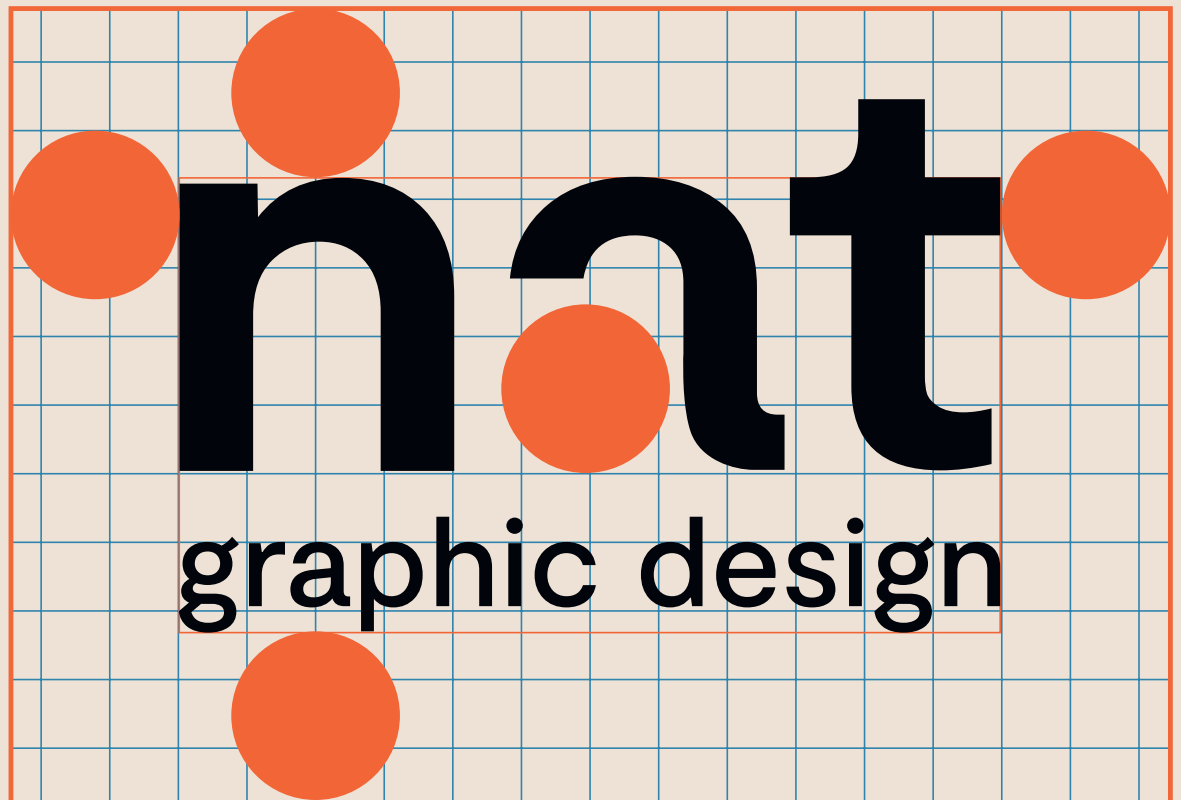
nat



6.2.

imagotipo A

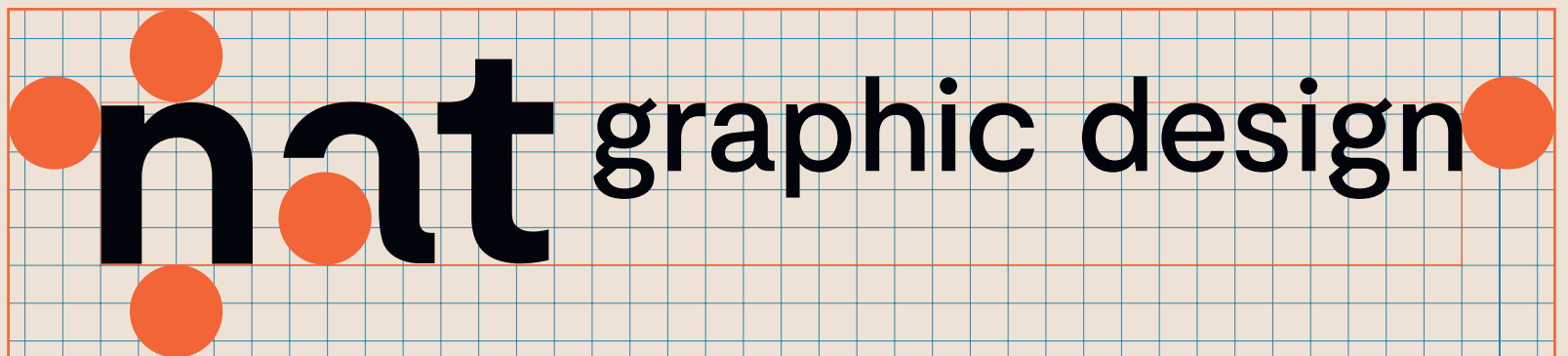
nat
graphic design



6.3.

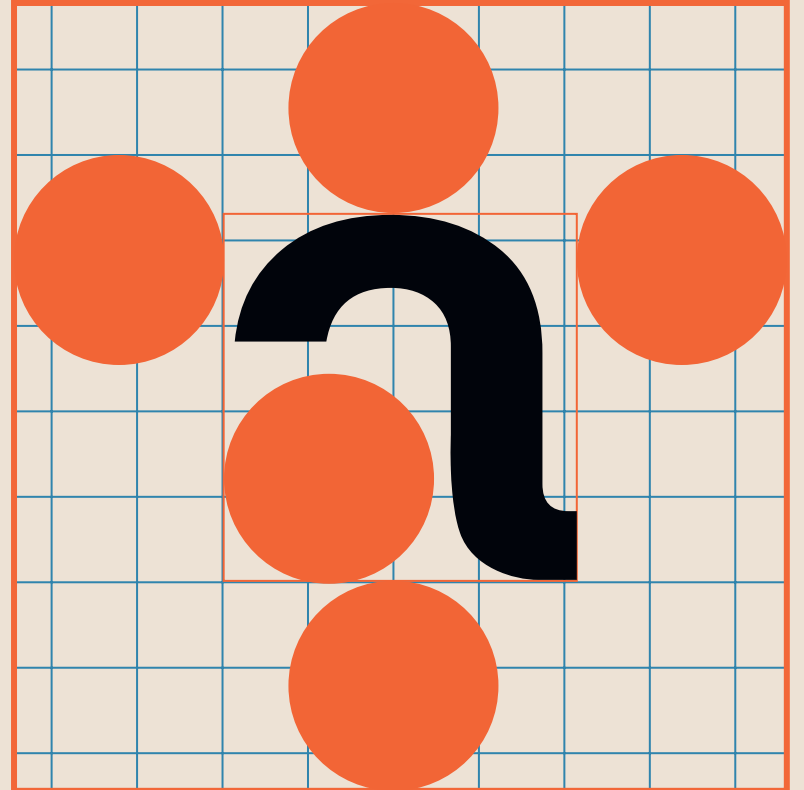
imagotipo B

nat graphic design



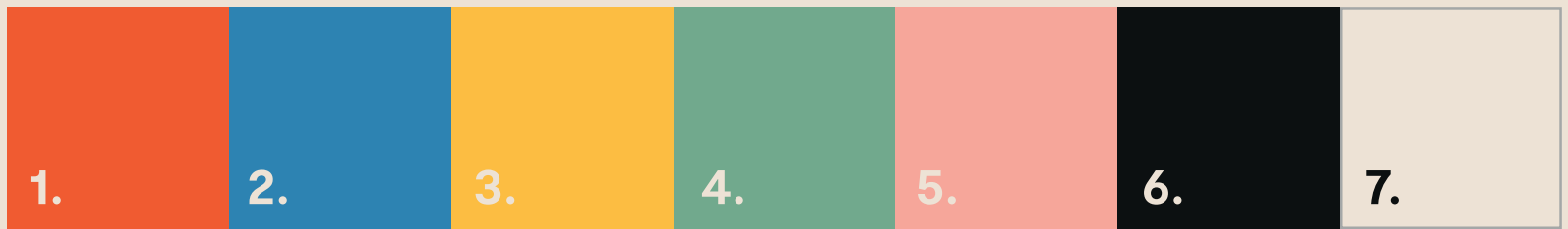
6.4.

isotipo



6.5. colores corporativos

Se eligió una paleta de colores colorida que perfectamente representa la identidad visual de la marca. Los colores empleados son más opacos para dar la sensación de tinta desteñida que ha visto el pasar de los años. Con estos colores se busca lograr un efecto alusivo al diseño editorial de carteles del estilo suizo. Los mismos han sido obtenidos de las fotografías de referencia presentadas en el marco teórico y en el “moodboard”.



1. #e95025
2. #2b82b3
3. #fbbf37
4. #78a98c
5. #f5ada2

6. #1a1a19
7. #f2e8dd

Moderat Light

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

6.6. tipografía

Tomando en consideración la importancia de la claridad, el orden y la facilidad de lectura en la identidad gráfica de la diseñadora y en el diseño UX | UI, se decidió emplear una misma tipografía en sus diversos pesos. La fuente tipográfica Moderat se definió como la tipografía oficial de la marca por su aspecto geométrico, sin serifa y de bajo contraste. Además, se valoró su referencia directa a la tipografía Akzidenz-Grotesk, adorada por los diseñadores del estilo suizo.

Moderat Regular

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Moderat Italic

*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*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Moderat Medium

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Moderat Bold

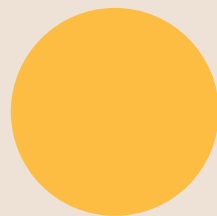
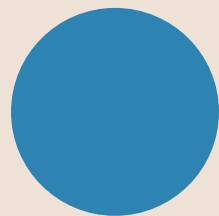
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9


6.7.

recursos gráficos

Como recursos gráficos de apoyo a la identidad visual, se precisaron tres círculos en colores alusivos a los tres colores primarios (rojo, azul y amarillo). Estas formas hacen referencia tanto al logotipo como al aspecto abstracto, geométrico y minimista del estilo suizo. Para recalcar esta apariencia también se diseñó una ilustración en base a formas geométricas indefinidas, no figurativas. Esta imagen se utilizará como elemento alternativo a la fotografía en casos donde se desea añadir algún tipo de decoración u ornamentación, necesaria para establecer una identidad visual global contundente.



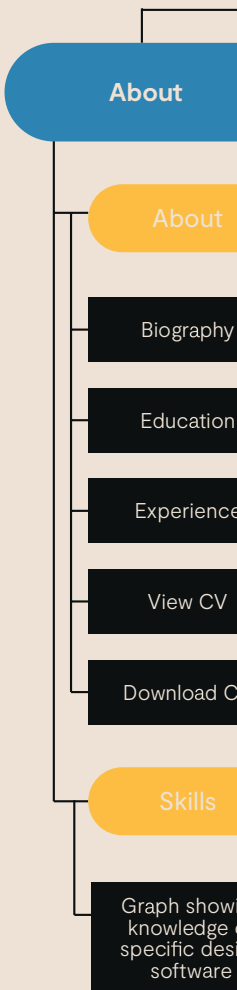
7.0. desarrollo de la página web



7.1. arquitectura de la información
7.2. usabilidad
7.3. prototipo “mobile first”

7.4. prototipo “desktop”
7.5. programación
7.6. SEO

7.1. arquitectura de la información



natgraphicdesign.com
Homepage

Work

View All

Gallery of all projects

Each project image
redirects to the
specific project
page

Advertising

Gallery of
Advertising
Projects

Animation

Gallery of
Animation
Projects

Branding

Gallery of
Branding
Projects

Editorial

Gallery of
Editorial
Projects

Illustration

Gallery of
Illustration
Projects

Packaging

Gallery of
Packaging
Projects

UX | UI

Gallery of UX
| UI Projects

Contact

Email

natgraphicdesign
.info@gmail.com

Phone Number

+1 787 667 2613

Instagram

Redirect to
Instagram profile
@nat.graphic.design

Message

Compose Email

7.2.

usabilidad (10 principios heurísticos de Jakob Nielsen)

1. visibilidad del estado del sistema

El usuario siempre debe estar informado sobre lo que está pasando en el sistema. Debe haber retroalimentación en la página dentro de un plazo de tiempo razonable.

2. armonía sistema-mundo real

El sitio web o aplicación debe utilizar el lenguaje del usuario y la información debe aparecer en un orden lógico y natural.

3. el usuario debe tener control y libertad

Las opciones de hacer y deshacer tienen que estar siempre visibles para que el usuario tenga control de sus interacciones. Estas acciones permiten que él regrese o salga de cualquier acción que tomó en la web.

5. prevención de errores

Desarrollar un buen diseño para evitar que los usuarios tengan menos incidencia a cometer errores.

7. eficiencia y flexibilidad

La interfaz debe poder adaptarse a los diferentes niveles de conocimiento de los usuarios.

9. ayudar a reconocer y recuperar errores

Los errores se le deben mostrar al usuario de forma que los entienda y no lleven a una mayor confusión. Debe ofrecer soluciones constructivas.

4. consistencia y estándares

Hay que mantener siempre la coherencia entre todas las partes. No se debe confundir al usuario dando distintos nombres a una misma función dentro de la página, produce confusión.

6. mejor reconocer que recordar

Reducir al mínimo la carga cognitiva del usuario de manera que no tengan que recordar todas las distintas acciones y opciones del sistema.

8. estética y diseño minimalista

Evitar mostrar cosas irrelevantes que distraigan la atención de las cosas verdaderamente relevantes. Toda la información extra o innecesaria que coloquemos competirá directamente con la información relevante.

10. ayuda y documentación

Es preferible diseñar una página que no necesite de ayudas o instrucciones para su uso. Brindar una ayuda adecuada y precisa cuando sea el caso.

nat



**Welcome to
my portfolio!
My name is
Natalia
but you can
call me Nat.
I am a graphic
designer
who is invested
in branding
and UI design.**

nat



**about
work
contact**

**Welcome to
my portfolio!
My name is
Natalia
but you can
call me Nat.
I am a graphic**

7.3.

prototipo “mobile first”

● ● ●

out ●
ork ●
act ●

to
lio!
is
an
t.
phic

nat ● ● ●

Biography

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.

● **Education**

nat ● ● ●

● **Education**

● Experience

Objetivo Creativo
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.

Transcendental
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh eu-

nat

Work

[View All](#)

Branding
Advertising
Illustration

A

P



7.3.

prototipo “mobile first”



UX | UI
Animation
Editorial
Packaging



nat



Project Name






Description

Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur
adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod
tincidunt ut.
Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur

nat



Contact

-  email
-  phone
-  instagram

Your Email

Your Name

Your Message

7.4. **prototipo “desktop”**

nat ● about ● work ● contact

Welcome to my portfolio!
My name is Natalia
but you can call me Nat.
I am a graphic designer
who is invested in branding
and UI design

nat ● about ● work ● contact

Welcome to my portfolio!
My name is Natalia
but you can call me Nat.
I am a graphic designer
who is invested in branding
and UI design

nat ● about ● work ● contact

Contact

Your Email

Your Name

Your Message

email ●
phone ●
instagram ●

Send Message

● email
● phone
● instagram

nat ● about ● work ● contact

Contact

Your Email

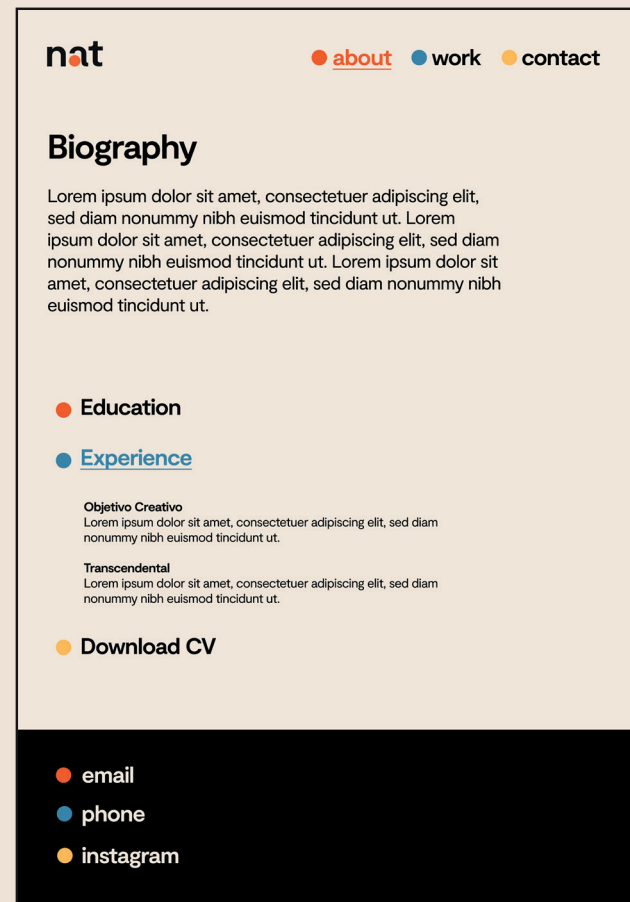
Your Name

Your Message

email ●
ramireznatalia@me.com
phone ●
+ 1 787 667 2613
instagram ●
nat . graphic . design

Send Message

● email
● phone
● instagram



7.4. prototipo “desktop”

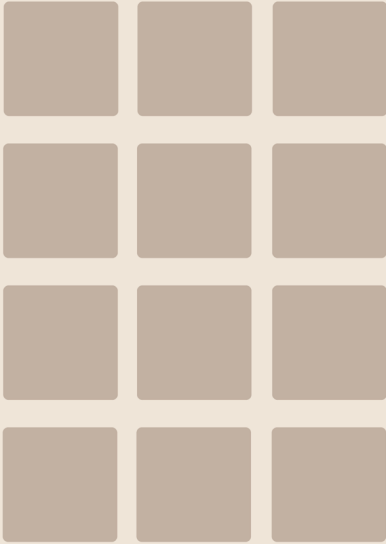
nat

● about ● work ● contact

Work

[View All](#)

Branding
Advertising
Illustration
UX | UI
Animation
Packaging
Editorial



● email
● phone
● instagram

nat

● about ● work ● contact

Project Name



Descripción

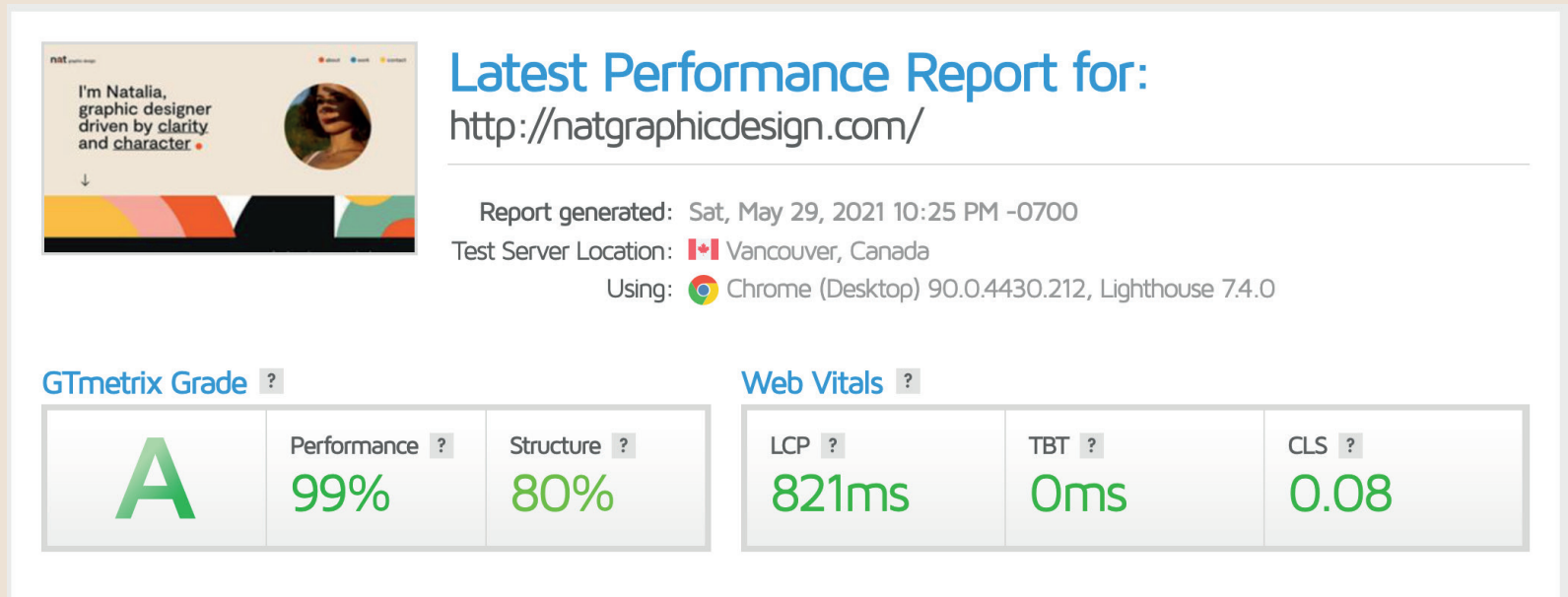
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.

branding
style guide
editorial
UX | UI

● email
● phone
● instagram

7.5. programación

A la hora de programar la página web, se utilizó el programa Visual Studio Code con el lenguaje HTML5. Se añadieron estilos, animaciones y formularios con las herramientas CSS y JavaScript. Además, se implementó el framework Bootstrap ya que provee un sistema de cuadrícula estandarizado que facilita el “responsive design” y permite diseñar el sitio web en base a una cuadrícula modular similar a la utilizada por los diseñadores del estilo suizo.



Latest Performance Report for:
<http://natgraphicdesign.com/>

Report generated: Sat, May 29, 2021 10:25 PM -0700
Test Server Location: 🇨🇦 Vancouver, Canada
Using: 🌐 Chrome (Desktop) 90.0.4430.212, Lighthouse 74.0

GTmetrix Grade ?

A	Performance ? 99%	Structure ? 80%
----------	-----------------------------	---------------------------

Web Vitals ?

LCP ? 821ms	TBT ? 0ms	CLS ? 0.08
-----------------------	---------------------	----------------------

7.6.

SEO (search engine optimization)

concordancia exacta

Método más restrictivo, el usuario tiene que buscar las palabras exactas sin nada delante o detrás. Puede dejar fuera a potenciales clientes que busquen utilizando otras palabras.

[nat graphic design]

concordancia amplia modificada

Harán que la página salte cuando se escriban estas palabras, aunque se incluyan palabras entre medias o se cometan faltas de ortografía, pero es necesario que estas palabras aparezcan, restringiendo así un poco la búsqueda y evitando gastar clicks en gente que no está interesada.

+portafolio +diseño +gráfico
+portafolio + diseño +web
+portafolio +diseño +UX +UI
+portafolio +diseño +identidad +visual
+portafolio +diseño +editorial
+diseñador +gráfico
+diseñador +web
+diseñador +UX +UI
+diseñador +packaging
+diseñador +editorial
+diseñador +branding
+diseñador +identidad +visual

concordancia amplia

Método más amplio. Si utilizamos cualquier palabra (diseño gráfico, diseño...) nuestro anuncio le aparecerá a demasiada gente, que quizás buscan otros tipos de diseño. Mejor no gastar dinero en estos clicks.

concordancia de frase

En este caso para que salte el anuncio el usuario debe incluir las palabras clave, pero pueden aparecer otras palabras delante o detrás.

“diseño gráfico”
“portafolio de diseño gráfico”
“diseñador gráfico”
“diseñador web”
“diseñador UX UI”
“diseñador de branding”
“diseñador de identidad visual”
“diseñador editorial”
“diseñador de packaging”

8.0.

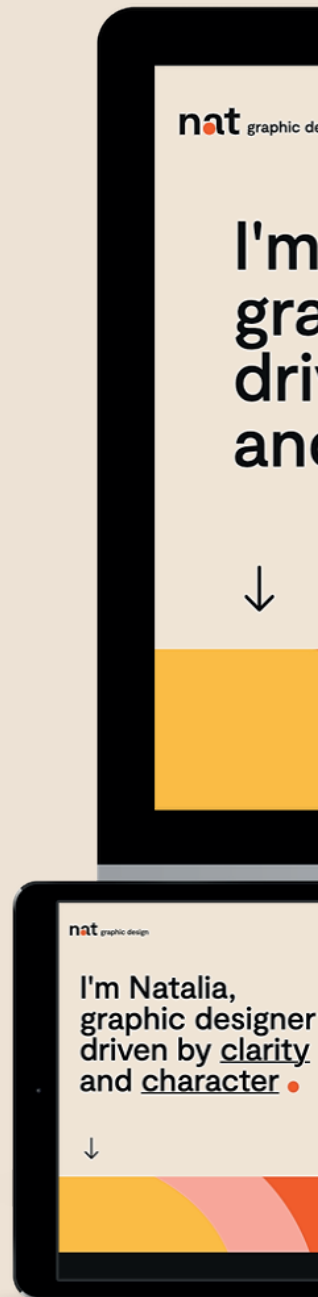
presentación de la página web

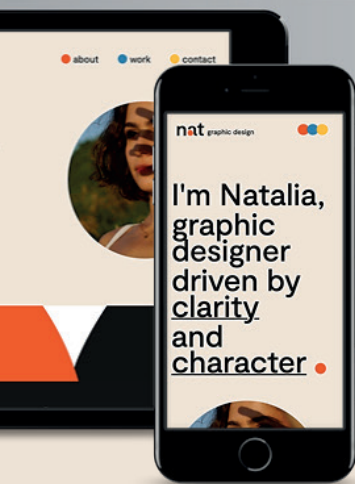
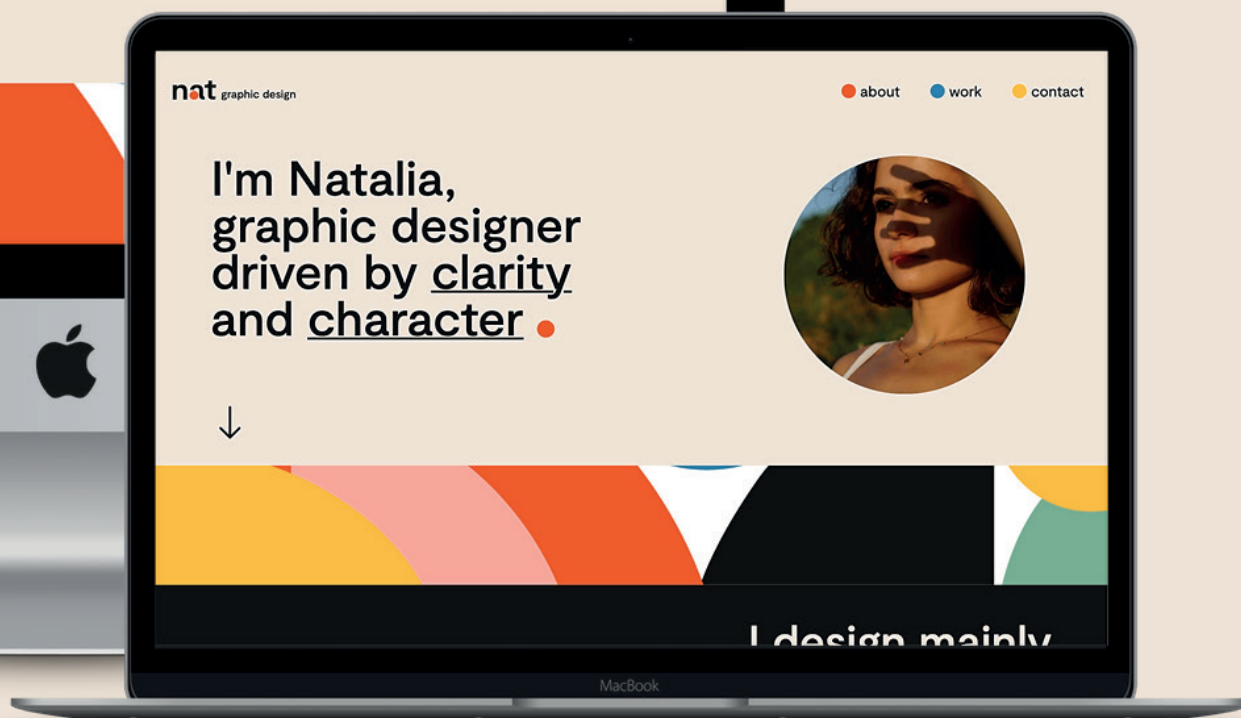
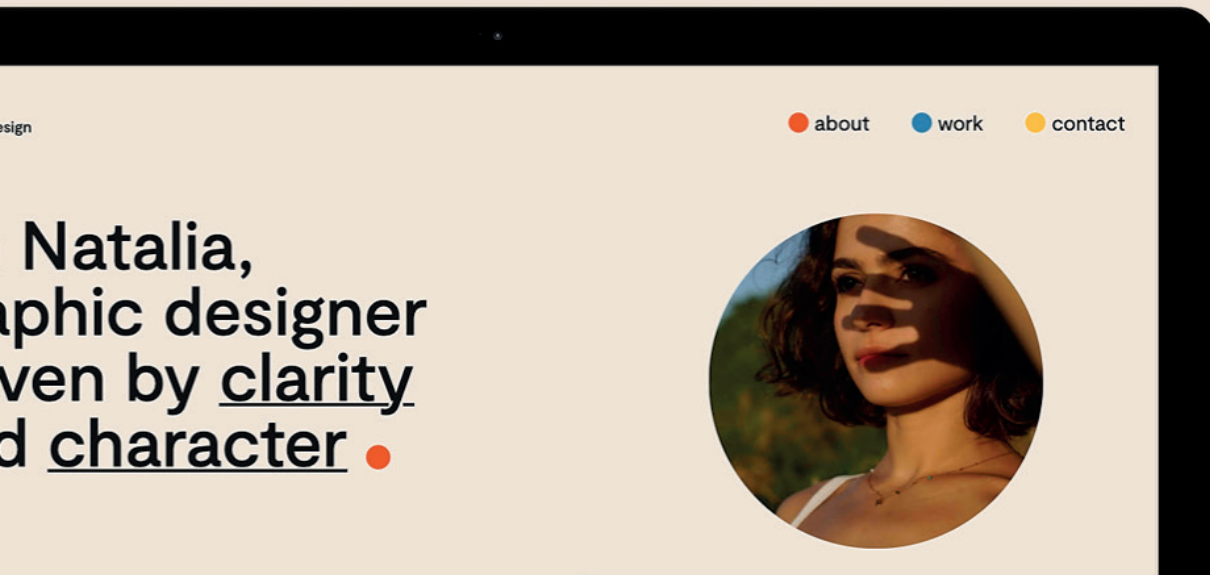


8.1. página web finalizada

8.1. página web finalizada

natgraphicdesign.com





9.0. conclusiones



9.0. conclusiones

Con el desarrollo y realización del proyecto descrito con anterioridad se ha realizado un análisis, tanto de las tendencias gráficas, técnicas y filosóficas del estilo suizo, como de ejemplos actuales que se inspiran en el mismo. Como consecuencia, se ha obtenido una base teórica más fiable para la realización de la identidad visual, logrando resultados óptimos. También, se ha conseguido elaborar un diseño de marca y portafolio digital que deja conocer mi trabajo como diseñadora y resalta la identidad gráfica que llevo cultivando a lo largo de mis estudios posgrado. Más allá, se implementaron prácticas editoriales establecidas por los fundadores del estilo suizo y se utilizaron tendencias gráficas del estilo para definir el aspecto visual de la marca. De igual modo se ha comprobado como la metodología de cascada permite una investigación y planificación exhaustiva y estructurada, idónea para el desarrollo de un proyecto, como el presente, donde los requisitos son claros

y no cambian a lo largo del proceso de desarrollo. En este trabajo se han puesto en práctica todas las competencias adquiridas durante el máster, lo que ha supuesto una experiencia sumamente gratificante. La labor de investigación y análisis me ha permitido profundizar sobre los aspectos teóricos del diseño gráfico, brindando una visión panorámica de los retos que se enfrentan en el campo laboral. Este proyecto me ha permitido conocer diversas corrientes de pensamiento y forjar mis propias opiniones al respecto. Opino, al igual que Armin Hofmann, que el diseñador gráfico es un comunicador que ejerce su intelecto y su sensibilidad con el fin de transmitir un determinado mensaje mediante el lenguaje visual. En la actualidad es imprescindible priorizar la importancia del entendimiento y la comunicación efectiva en el ámbito del diseño de identidad visual y diseño UX | UI, para enriquecer la experiencia de usuario. En definitiva estoy satisfecha con el trabajo realizado aunque reconozco que es solo un punto de partida para continuar profundizando en mi profesión como diseñadora gráfica.

bibliografía

Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2014, May 8). *De Stijl*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/De-Stijl-art>

Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2016, March 6). *Suprematism*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/art/Suprematism>

Dredge, A. (2017). Bauhaus and the International Style. Retrieved 16 May 2021, from <https://wsimag.com/architecture-and-design/25082-bauhaus-and-the-international-style>

Hass, A. (2015). *Graphic Design and Print Production Fundamentals* (1st ed.). Victoria: Graphic Communications Open Textbook Collective.

Hollis, R. (2006). *Swiss Graphic Design: The Origins and Growth of an International Style, 1920–1965* (1st ed.). London.

Junod, B. (2020). Swiss Style forever – the story of a graphic design tradition. Retrieved 15 May 2021, from <https://houseofswitzerland.org/swissstories/history/swiss-style-forever-story-graphic-design-tradition>

Meggs, P. B. (2021, April 9). *Graphic design*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/art/graphic-design>

Margolin, V. (1984). *Constructivism and the Modern Poster*. *Art Journal* 44, núm. 1 (primavera): 28–32.



