

¡Hola!
Este es mi **portfolio**

Comencemos...

Lu. Lucía. Lucía Moreno Herranz

Desde bien pequeñita me ha encantado todo lo relativo a lo **manual y creativo**, llenando hojas y hojas con dibujos, haciendo muñecos de papel e imaginando mil escenarios visuales posibles. Si le sumamos el nacer en el 2000, la era de la tecnología, **¿a qué me iba a dedicar si no es a esto?**

Juntar mi pasión por la creatividad y el diseño me hizo cursar el **Máster de Diseño Gráfico** de La Gauss, después de hacer el grado de **Bellas Artes** en Málaga, y así dar rienda suelta a mis capacidades y explotar mi potencial.

Sigo siendo esa niña que imagina y crea mil ideas por pasión, que **experimenta con lo tecnológico y lo manual**, que no se rinde hasta darle una vuelta de tuerca a las cosas para sacarlas de lo común, que **busca lo diferente sin estancarse en algo concreto**.



Al principio pensé en una foto, pero luego se me metió en la cabeza la idea de poner un vídeo.



ÍNDICE

Editorial	5
Branding	30
Cartelería	52
Packaging	60

EDITORIAL

1

Revista

Serial Foodie

Colección libros

Fenómenos

Maquetación

Manuales de marca

Infografía

Estilo IL Magazine

Fanzine

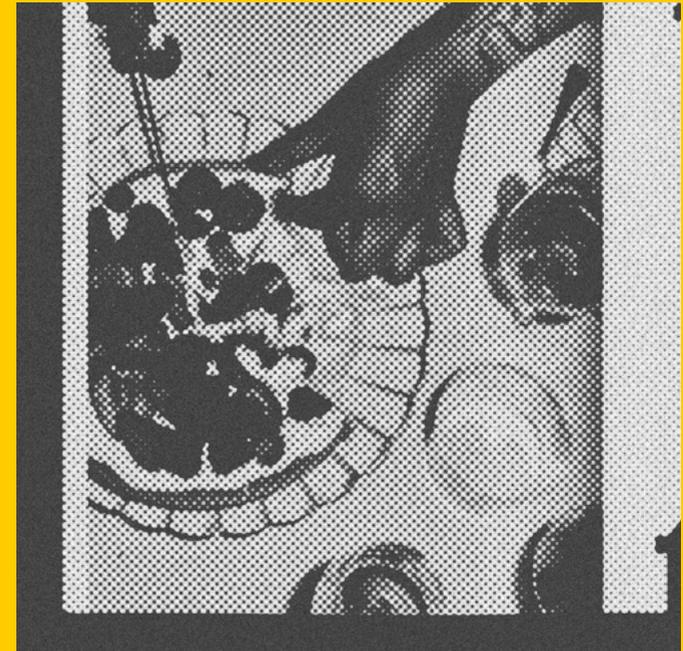
Carcoma

Revista: **Serial Foodie**

La revista Serial Foodie nace con la idea de llevar una temática concreta sobre el mundo de **la gastronomía**, alejándose de las típicas publicaciones centradas en recetas y composiciones simples, reivindicando así su puesto en el mercado y **aunando a los amantes de la gastronomía y los del diseño.**

Con una **dirección fotográfica muy distintiva, contenidos de calidad y unas composiciones que muestran la preocupación de la revista en cuanto al diseño**, la revista Serial Foodie se hace un hueco en las estanterías de los apasionados de ambos mundos.

Haz click o escanea este QR para ver un vídeo adelanto para redes sociales:



1. Postres

Con hambre

junio — 2023

SERIAL



Delicias estacionales
Postres según la época del año.

Kike Sanjuan
Su experiencia en la repostería
y lecciones de vida.

FOODIE

2. Para picar

Con hambre

julio — 2023

SERIAL



Embutidos
¿Cuál es el mejor aperitivo?

Pedro Solé
Su receta de vermú casero

FOODIE

3. Marisco

Con hambre

agosto — 2023

SERIAL



Del mar al plato
Cinco indispensables para
nuestras casas.

Andalucía y su mar
Analizamos la experiencia gas-
tronomía andaluza a través de
sus pescados.

FOODIE



La parte trasera incluye una solapa que desvela los créditos de la publicación y el slogan por completo.

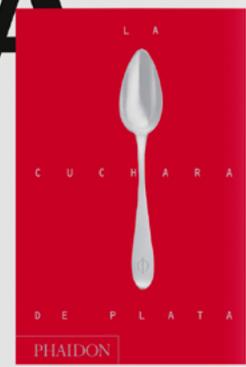


POS

Tendencias	6
Entrevistas de andar por casa: Kike Sanjuan	8
Recetas destacadas	14
Postres del Mundo	20
Chocolatería artesanal	28
Postres saludables	34
Dulces tradicionales	46
Delicias estacionales	52
Arte y repostería	60
Postres para celebraciones	62
Tips y trucos	64

tres

PLATA



Si eres un amante de la cocina italiana o simplemente deseas explorar sus sabores auténticos, hay un libro que no puede faltar en tu colección: 'La Cuchara de Plata' (The Spoon of Silver) en italiano). Esta obra maestra culinaria, publicada por primera vez en 1950, se ha convertido en un referente en la gastronomía italiana y es un tesoro que todo entusiasta de la cocina debe tener.

Es mucho más que un simple libro de cocina. Es una enciclopedia culinaria que ofrece una amplia variedad de recetas tradicionales italianas, presentadas de manera clara y detallada. Desde platos clásicos como las pastas y las pizzas hasta especialidades regionales menos conocidas, este libro abarca todos los aspectos de la cocina italiana.

Una de las razones por las que recomendamos 'La Cuchara de Plata' es su autenticidad. Este libro ha sido escrito por expertos cocineros italianos, quienes han recopilado recetas y técnicas transmitidas de generación en generación. Cada receta ha sido cuidadosamente seleccionada y probada para garantizar su calidad y autenticidad, lo que te permite experimentar la verdadera esencia de la cocina italiana.

La estructura clara y organizada del libro también es una de sus fortalezas. Las recetas están presentadas de manera sencilla, con instrucciones paso a paso que son fáciles de seguir, incluso para aquellos que no tienen mucha experiencia en la cocina. Además, el libro incluye información sobre los ingredientes utilizados en la cocina italiana, así como consejos y trucos útiles que te ayudarán a perfeccionar tus habilidades.

Recomendación literaria para Serial Foodies

El repertorio también destaca por su versatilidad. Además de los recetarios principales, el libro incluye secciones dedicadas a los aperitivos, los platos vegetarianos, los postres y las bebidas, ofreciéndote una visión completa de la cocina italiana en todas sus facetas. No importa si estás buscando una receta para una cena especial o simplemente quieres probar algo nuevo, este libro tiene algo para cada ocasión.

La belleza de 'La Cuchara de Plata' radica en su capacidad para transportarte a la herencia culinaria italiana. Al explorar sus páginas, te adentrarás en los sabores y aromas de Italia, descubriendo la diversidad de sus regiones y la pasión que se encuentra en cada plato. Con este libro en tu colección, tendrás una fuente invaluable de inspiración italiana a tu alcance.

Recomendación de Alex Vitarolo

CUCHARA

Restaurante Caronte repostería

Texto por Sotia Pérez - Fotografías por Gero Morono



Barcelona es una ciudad conocida por su vibrante escena cultural, y entre sus numerosos restaurantes de alta calidad, se destaca uno en particular: 'Caronte'. Ubicado en el corazón de la ciudad, este establecimiento se ha ganado una reputación destacada por su enfoque especializado en el marisco y su compromiso con la experiencia culinaria.

Inspirado en el legendario barquero del río Aquaronia, Caronte ha creado un ambiente elegante y acogedor que te transporta a un mundo de sabores marinos exquisitos. Desde el momento en que cruzas la puerta, te sumerges en una experiencia gastronómica única.

La decoración del restaurante fusiona elementos modernos con toques marítimos sutiles, creando un ambiente sofisticado y relajante. Los tonos azules y blancos dominan el espacio, evocando la frescura y la frescura del mar.

Inspirado en el legendario barquero del río Aquaronia, Caronte ha creado un ambiente elegante y acogedor que te transporta a un mundo de sabores marinos exquisitos.



«Caronte va más allá; lo nuevo y lo clásico en un solo lugar. Exquisito»

Sotia Pérez, Chef experimentada.



La creadora estrella de Caronte es su destacada selección de mariscos frescos y de alta calidad. El equipo de chefs expertos, liderado por el reconocido chef marisquero Alejandro Torres, se dedica a proporcionar a los comensales una experiencia gastronómica inolvidable. Cada ingrediente es seleccionado minuciosamente y tratado con el mayor cuidado, asegurando que cada plato resulte los sabores auténticos del mar.

El menú es una carta de amor a los frutos del mar. Desde las clásicas recien abiertas y los langostinos jugosos hasta las delicadas vietas y los sabrosos mejillones, cada plato es una obra maestra de la cocina marina. Los platos están diseñados para despertar tanto a los conocedores de mariscos más exigentes como a aquellos que están descubriendo nuevos sabores por primera vez.

Destacan el 'Mar de mariscos Caronte', un arte culinario cargado de mariscos frescos y sabores vívidos que transportan a los comensales a la costa mediterránea. Otro plato icónico es el 'Pulpo a la brasa con alioli de ajo', donde el pulpo tierno y jugoso se combina con el toque distintivo del alioli de ajo.

«Deseando repetir la experiencia»

Albert Gisbert, Actus.

Caronte: paraíso gastronómico en la ciudad condal

Serial Foodie | 3. Marisco

Kike Sanjuan: maestro y repostero

Un enfoque dulce y creativo hacia la gastronomía



Fer: «Buenos días, Kike. Encantado de tenerte aquí. Como chef repostero, ¿qué es lo que más te inspira en la creación de postres?»

Kike: Buenos días, Fer. Muy agradecido con que hayas compartido conmigo. Para mí, los postres son una expresión artística. La repostería no es solo lo que va después del almuerzo o cena. Es una experiencia reducida de por sí. Cada dulce que creo es como una obra de arte en sí mismo. Me inspira la capacidad de combinar ingredientes, texturas y sabores para despertar emociones y hacer que las personas sonrían. Los postres no son solo comida, son una experiencia que puede transportar a las personas a momentos de felicidad y nostalgia.

Fer: «¿Qué combinación que hace que los postres sean tan especiales en el mundo de la gastronomía?»

Kike: Los postres tienen el poder de completar una comida y crear una impresión duradera. Son el toque final que hace que una experiencia culinaria sea memorable. Además, creo que los postres aportan una conexión emocional única, ya que a menudo están asociados con celebraciones y momentos especiales en la vida de las personas. Pueden evocar recuerdos y traer alegría a quienes los disfrutamos.

Fer: «¿Cómo intentas reinventar el valor de los postres en su trabajo como chef repostero?»

Kike: Me encanta explorar el mundo que los postres ofrecen y cómo se puede hacer algo tan simple como un dulce que sea tan creativo y emocionante. Creo que la gente aprecia el esfuerzo y la pasión que se invierten en la creación de cada postre. Me inspira a experimentar con ingredientes más frescos hasta la

«La repostería no es solo lo que va después del almuerzo o cena. Es una experiencia individual de por sí.»

presentación artística en el plato, cada paso es importante para lograr una experiencia excepcional. A través de mis creaciones, espero despertar una apreciación más profunda por los postres y su papel en la gastronomía.

Fer: «¿Cuál es su postre favorito y por qué?»

Kike: Es difícil elegir solo uno. Pero el tiramisú tiene un lugar especial en mi corazón. Es un postre clásico italiano que combina sabores intensos y texturas suaves. Me encanta cómo el café y el mascarpone se unen en una armonía perfecta. Además, el tiramisú es un postre que permite mucha creatividad en su presentación, lo que siempre me ha fascinado.

Fer: «¿Qué mensaje le gustaría transmitir a aquellos que no consideran los postres como parte esencial de la gastronomía?»

Kike: A quienes no ven el valor de los postres, les diría que hay un mundo entero de experiencias culinarias por descubrir. Los postres tienen un papel crucial en la gastronomía, y que son una oportunidad para experimentar creatividad y generar momentos especiales. La repostería es un arte que merece ser apreciado.



Entrevista por Fer Contreras - Fotografías por Gero Morono

Serial Foodie | 1. Postres

Kike Sanjuan: maestro y repostero

Un enfoque dulce y creativo hacia la gastronomía

Fer: ¡Buenos días, Kike. Encantado de tenerle aquí! Como chef repostero, ¿qué es lo que más le inspira en la creación de postres?

Kike: Buenos días, Fer. Muy agradecido con que hayáis contactado conmigo. Para mí, los pos-

«La repostería no es solo lo que va después del almuerzo o cena. Es una experiencia individual de por sí.»



Serial Recipes: trufas de chocolate



En cuanto a los postres que me inspiran en la creación de cada postre. Desde la selección de los ingredientes más frescos hasta la



L. Postres

Entrevista por Fer Contreras - Fotografías por Geru Moreno

Con una creatividad en burlas y un amor incondicional por los postres, Kike Sanjuan ha convertido los conceptos de los postres de la repostería en todo el mundo. Su enfoque es más allá de simplemente crear deliciosos platos, es que también busca inspirar al lector y al espectador de los postres.

Serial Foodie

Kike Sanjuan: maestro y repostero

Un enfoque dulce y creativo hacia la gastronomía

Fer: ¡Buenos días, Kike. Encantado de tenerle aquí! Como chef repostero, ¿qué es lo que más le inspira en la creación de postres?

Kike: Buenos días, Fer. Muy agradecido con que hayáis contactado conmigo. Para mí, los pos-

«La repostería no es solo lo que va después del almuerzo o cena. Es una experiencia individual de por sí.»



Kike Sanjuan

Kike Sanjuan, conocido en el mundo de la repostería como "El Maestro Chocolate", nació en una pequeña ciudad de montaña siempre rodeado por los árboles y sabores de la cocina de su madre. Su pasión por la repostería comenzó cuando, a los 15 años, tuvo su primer acercamiento al cacao en una feria gastronómica. A partir de ese momento, decidió que su destino sería el mundo del chocolate.

Después de terminar la escuela, Kike se embarcó en un viaje por diferentes países, buscando aprender las técnicas y secretos más relevantes de la repostería. Estuvo en instituciones educativas de gastronomía en Bélgica y Francia, donde se especializó en el arte de trabajar con el chocolate.

Con una sólida formación y una insuperable creatividad, regresó a su ciudad natal para poner en práctica todo lo aprendido. Fundó su propia chocolatería, dedicada exclusivamente a la elaboración de trufas de chocolate de alta calidad. Su enfoque es crear trufas únicas: combinando sabores y texturas, sin comprometer ni coloración, aromas, para ofrecer platos que sean un momento más dulce.

En cuanto a los postres que me inspiran en la creación de cada postre. Desde la selección de los ingredientes más frescos hasta la



L. Postres

Entrevista por Fer Contreras - Fotografías por Geru Moreno

Con una creatividad en burlas y un amor incondicional por los postres, Kike Sanjuan ha convertido los conceptos de los postres de la repostería en todo el mundo. Su enfoque es más allá de simplemente crear deliciosos platos, es que también busca inspirar al lector y al espectador de los postres.

Serial Foodie

Kike Sanjuan: maestro y repostero

Un enfoque dulce y creativo hacia la gastronomía

Fer: ¡Buenos días, Kike. Encantado de tenerle aquí! Como chef repostero, ¿qué es lo que más le inspira en la creación de postres?

Kike: Buenos días, Fer. Muy agradecido con que hayáis contactado conmigo. Para mí, los pos-

«La repostería no es solo lo que va después del almuerzo o cena. Es una experiencia individual de por sí.»

un poco de historia

El origen de las trufas de chocolate se remonta al año 1865. En la Duquesa, un maestro chocolatero y pastero que vive en Chantilly (Francia) el 28 de diciembre se decidió a hacer un dulce con chocolate. Debido a la gran demanda de dulces y al flujo de clientes, Duquesa tuvo que poner todo su conocimiento sobre las técnicas para intentar crear sus clientes, al estar en su tienda, no se hacen con las manos vacías.

Aunque según la historia podría atribuirse a los otros países, que había alrededor, posiblemente esta se originó en la misma situación que el. Por lo tanto, decidió salir del paso al año. Para ello, con lo que tenía a mano, se dispuso a elaborar lo que posteriormente se conocería como las trufas de chocolate.

Todavía le quedaban crema en el almuerzo, cacao (bolsa de azúcar) y vainilla. Así que lo que hizo fue poner la crema, reservar la vaina, añadirle el cacao y la vainilla. Con esto se creó una especie de ganache, una crema de postres que los elaboradores usaban. Como no había más recursos, formó una pequeña bola a la que los reposteros por encima más dulce siempre.

¿El resultado? Las trufas de chocolate.



En cuanto a los postres que me inspiran en la creación de cada postre. Desde la selección de los ingredientes más frescos hasta la



L. Postres

Entrevista por Fer Contreras - Fotografías por Geru Moreno

Con una creatividad en burlas y un amor incondicional por los postres, Kike Sanjuan ha convertido los conceptos de los postres de la repostería en todo el mundo. Su enfoque es más allá de simplemente crear deliciosos platos, es que también busca inspirar al lector y al espectador de los postres.

Serial Foodie

Kike Sanjuan: maestro y repostero

Un enfoque dulce y creativo hacia la gastronomía

Fer: ¡Buenos días, Kike. Encantado de tenerle aquí! Como chef repostero, ¿qué es lo que más le inspira en la creación de postres?

Kike: Buenos días, Fer. Muy agradecido con que hayáis contactado conmigo. Para mí, los pos-

«La repostería no es solo lo que va después del almuerzo o cena. Es una experiencia individual de por sí.»

ingredientes

Para preparación
- 250 gr. de chocolate (para fundir)
- Un brik de nata (para montar 200ml)
- Una cucharada de maizena (25gr)

Para rebozarlos
- Cacao en polvo
- Fibra de chocolate
- Almond crocanti (o frutos secos)



preparación

1. Pongamos a calentar la nata, el chocolate troceado y la maizena a fuego suave hasta que esté todo mezclada y espesa, lo retiramos del fuego.
2. Lo ponemos en un recipiente y lo dejamos enfriar, lo ponemos en la nevera unas horas o hasta el día siguiente. Previamente lo que tenemos a utilizar cacao rebozar.
3. Cuando esté el chocolate, vamos haciendo bolas con una cucharita o un saca bolos. Y las iremos rebozando de la cosa más que gusta.
4. Y ya estarán listas, las guardaremos en un recipiente en la nevera o en el congelador se conservan muy bien y no se comprimen.

En cuanto a los postres que me inspiran en la creación de cada postre. Desde la selección de los ingredientes más frescos hasta la



L. Postres

Entrevista por Fer Contreras - Fotografías por Geru Moreno

Con una creatividad en burlas y un amor incondicional por los postres, Kike Sanjuan ha convertido los conceptos de los postres de la repostería en todo el mundo. Su enfoque es más allá de simplemente crear deliciosos platos, es que también busca inspirar al lector y al espectador de los postres.

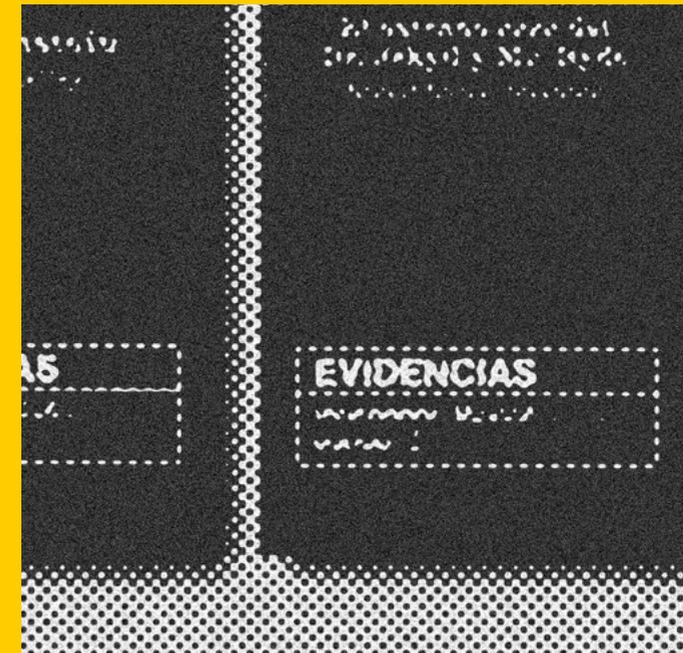
Serial Foodie

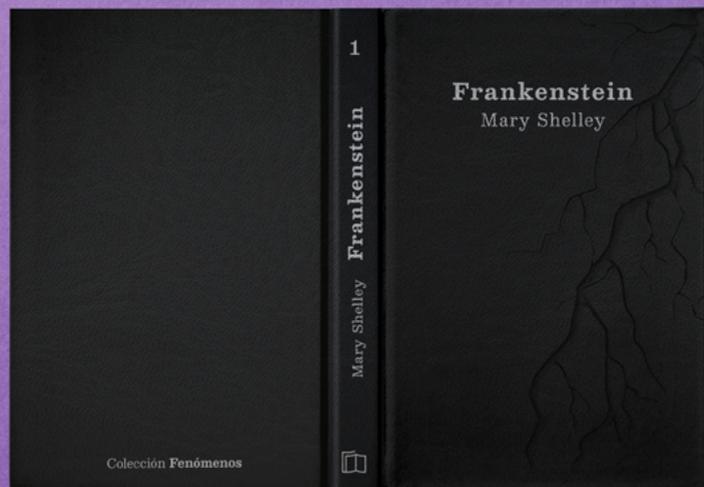
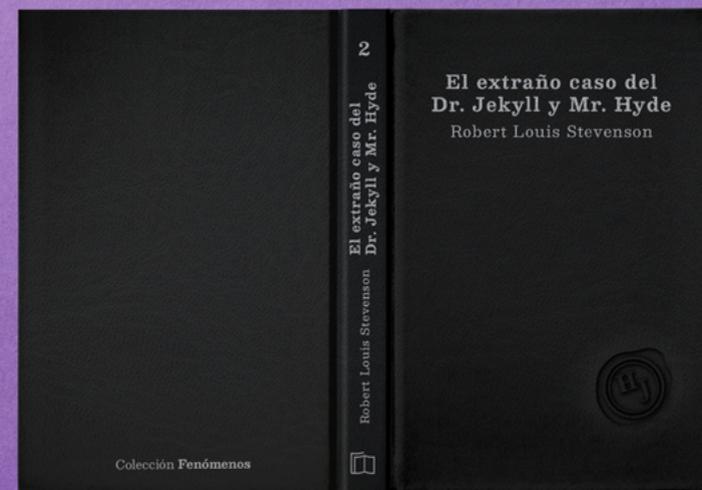
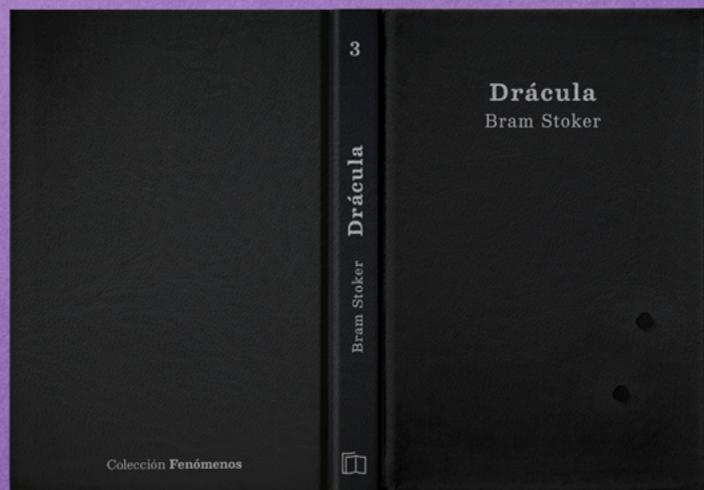
Colección: **Fenómenos**

Bajo el nombre de Fenómenos nace una edición muy cuidada de tres **clásicos del misterio y terror de los siglos XIX y XX**.

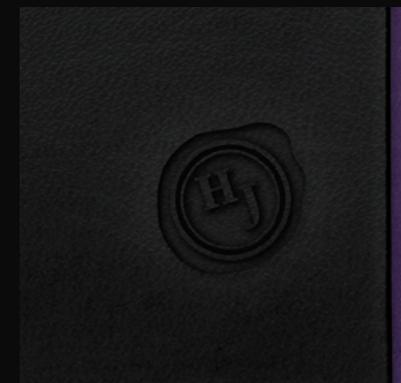
Tras el proceso de investigación, se llegó a un punto en común; y es que las tres novelas tratan, en su profundidad, de **crímenes y asesinatos**. Esta circunstancia hace que se pueda **sacar partido a la temática del crimen por resolver** desde un estilo policíaco.

Para ello, se toman referencias de **elementos propios de una escena del crimen** como lo son la sangre y las bolsas de evidencias, ayudándonos de los acabados especiales.





Las cubiertas cuentan con un golpe en seco de un icono que refleja una característica del libro.

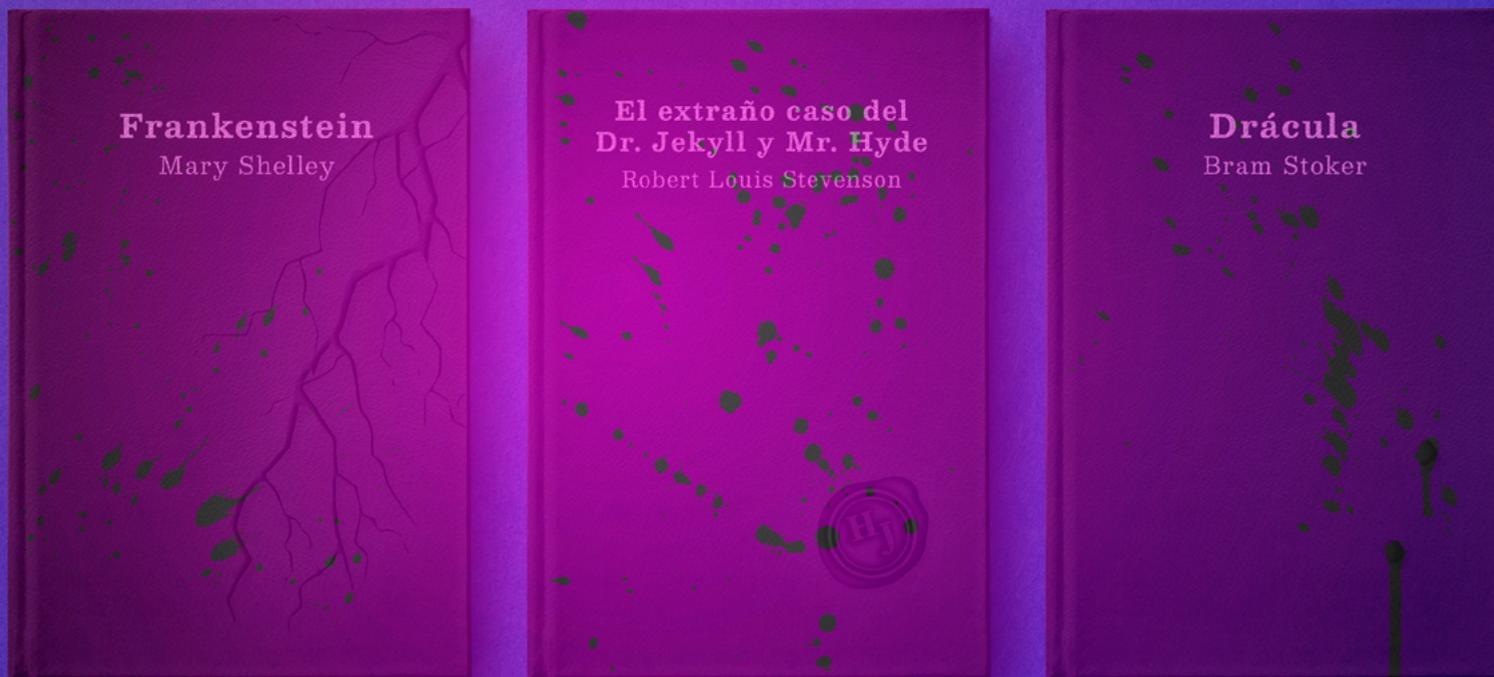




Frankenstein
Mary Shelley

**El extraño caso del
Dr. Jekyll y Mr. Hyde**
Robert Louis Stevenson

Drácula
Bram Stoker



Las cubiertas cuentan con unos patrones de manchas de sangre con tinta especial UV, las cuales aparecen únicamente cuando se expone el libro a luz ultravioleta.

LABORATORIO

NOMBRE

Red Hook Ediciones.

OBSERVACIONES

La colección Fenómenos recopila tres grandes títulos del mundo de la novela de misterio, fantasía y terror en un pack solo apto para verdaderos/as fans.

SELLO



No puede solo ser leído

DATOS

NOMBRE DEL CASO

Frankenstein.

ENCARGADO

Mary Shelley.

OBSERVACIONES

Victor Frankenstein, un joven ávido de conocimientos científicos, se obsesiona por lograr el mayor reto posible en el mundo científico: dar vida a un cuerpo muerto.

Su éxito será su condena, la creación de un monstruo estremecedor que, en respuesta a su rechazo por todos se entrega por completo a saciar una sed de venganza hacia su creador, culpable de su desgracia, y hacia todo lo que éste ama, tornando en muerte todo alrededor de Victor.

El monstruo, enfermo de soledad, solicita una compañera a su creador a cambio de desaparecer para siempre, pero Victor se niega a ello, provocando así que la única salida hacia la paz y el descanso sea el fin de uno de los dos y desencadenando en una serie de desdichas que perseguirán al científico.

Colección Fenómenos



Mary Shelley
Frankenstein

Frankenstein

Mary Shelley

EVIDENCIAS

TIPO DE EVIDENCIA NOVELA

Nº DE CASO 1



ENCARGADO

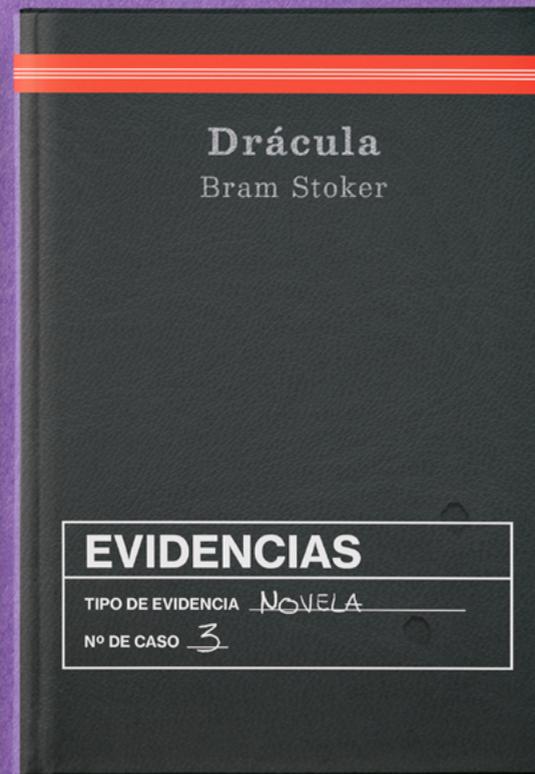
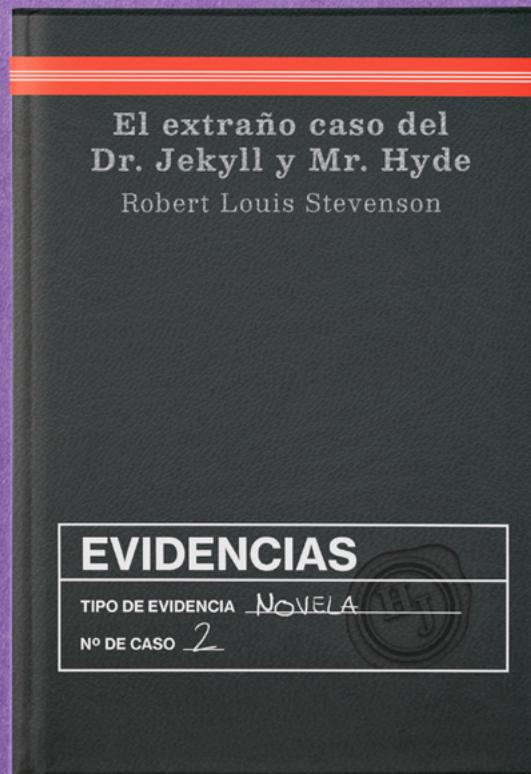
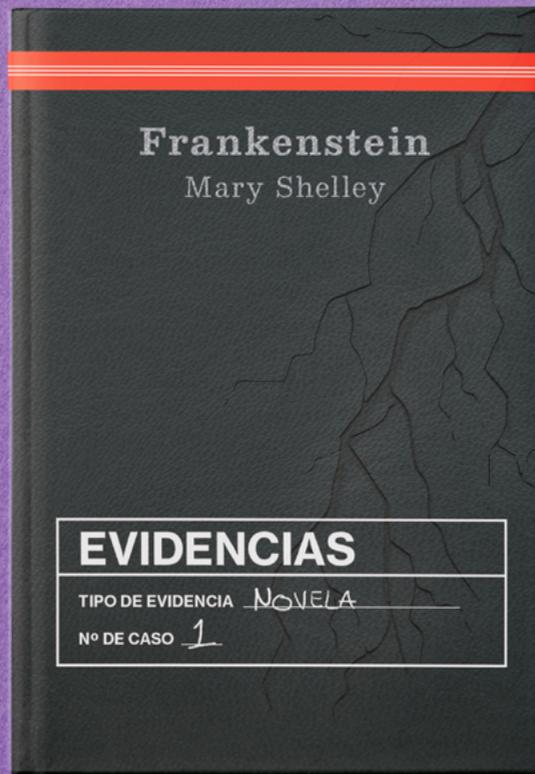
NOMBRE

Mary Shelley.

OBSERVACIONES

La británica Mary Shelley (1797-1851) fue una prolífica editora, ensayista, articulista y dramaturga. Una de las principales figuras del romanticismo. Su obra más célebre fue Frankenstein (1818).

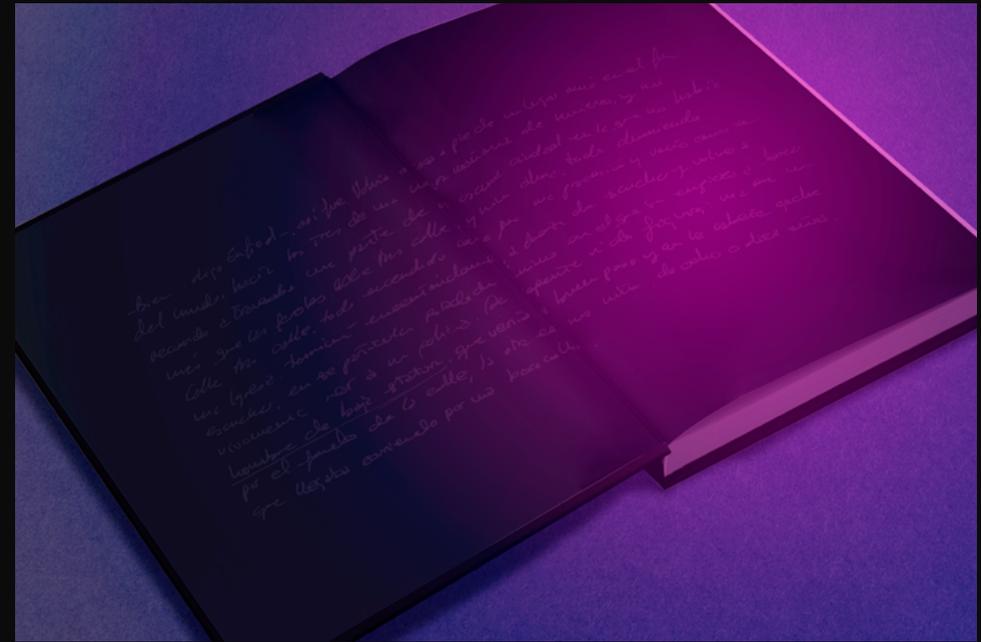
Sobrecubiertas transparentes con tinta blanca a modo de bolsa de evidencias.





Las **guardas** siguen la misma dinámica que las portadas en cuanto al barniz y el juego de desvelar lo oculto con la luz UV.

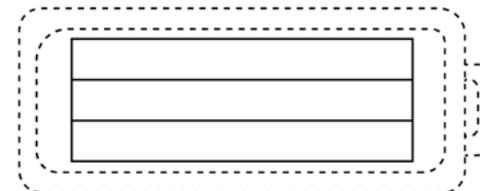
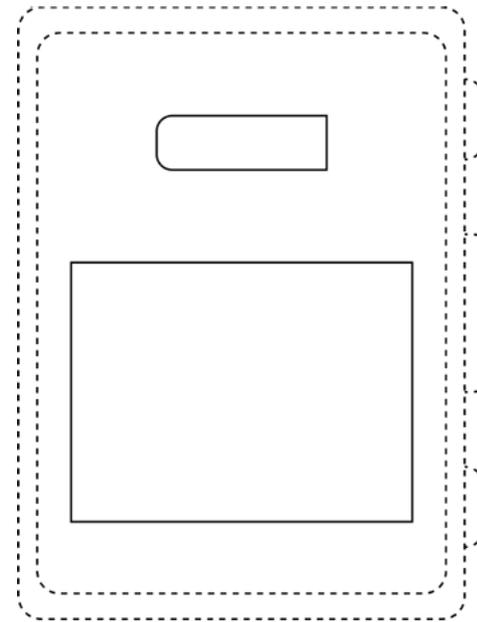
Esta vez con textos escritos a mano y escaneados. Cada texto es relevante y concluyente dependiendo del libro.





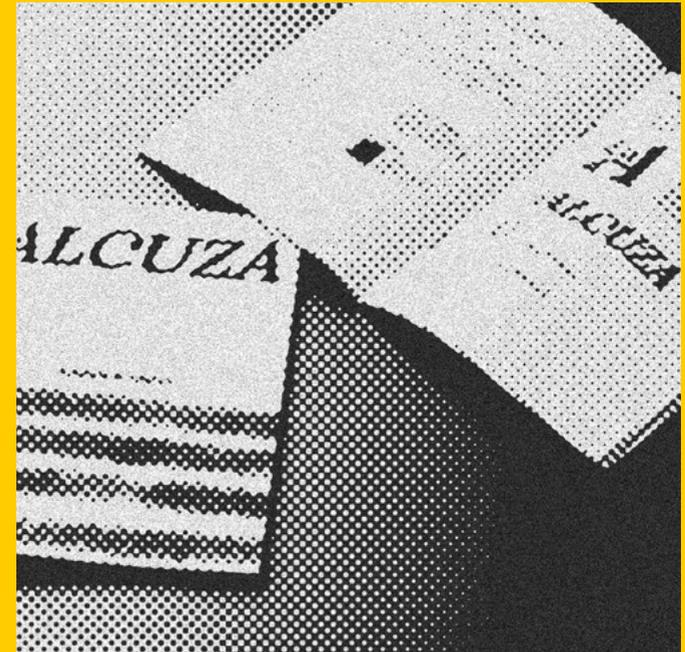
El **packaging** contenedor de los tres libros no podía ser otro que un **maletín de trabajo** encargado de llevar las pruebas y evidencias de los casos.

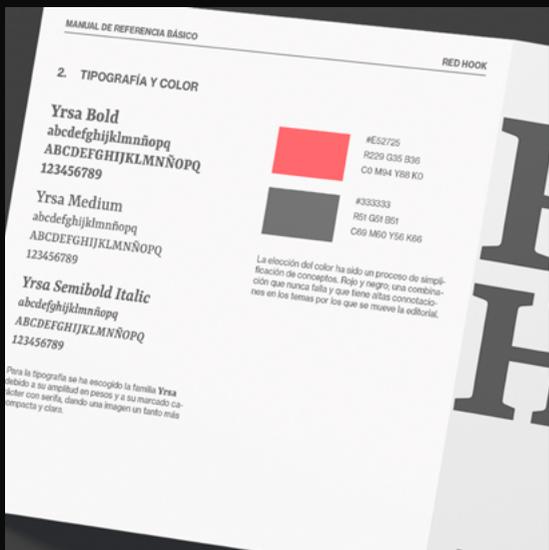
En él se entregan los tres volúmenes y una **linterna de luz UV** con el logo de la editorial. El maletín queda cerrado con un fajín de cartón plastificado de 10 cm de alto y 1 mm de grosor.



Maquetación: **Manuales de marca**

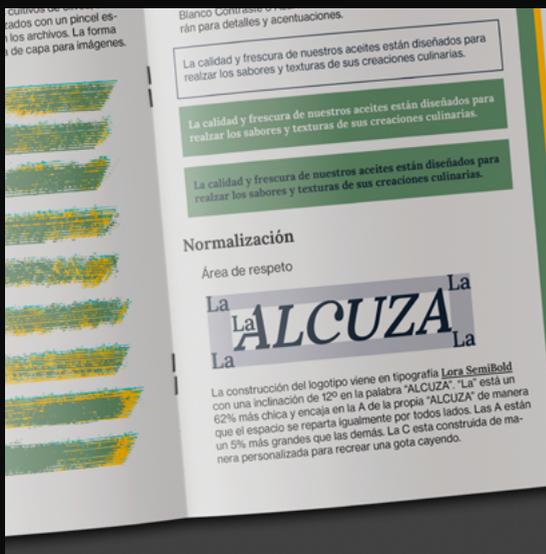
Es importante, a la hora del branding, tener estipuladas unas **pautas a seguir** en la identidad visual de cualquier empresa. En estos diferentes manuales de marca vemos ejemplo de ello.





Red Hook es una editorial de libros centrados en títulos clásicos de terror y misterio de los siglos XIX y XX. En su manual básico de referencia vemos la normalización, adaptaciones y construcción de su logotipo.

El manual es un tríptico de 20x20cm doblado.



Para esta almazara, el manual incluía normativas para el uso de grafismos, contrastes de color y dirección fotográfica, además de lo básico antes visto.

El tamaño es de A5 doblado y la encuadernación en gapa.



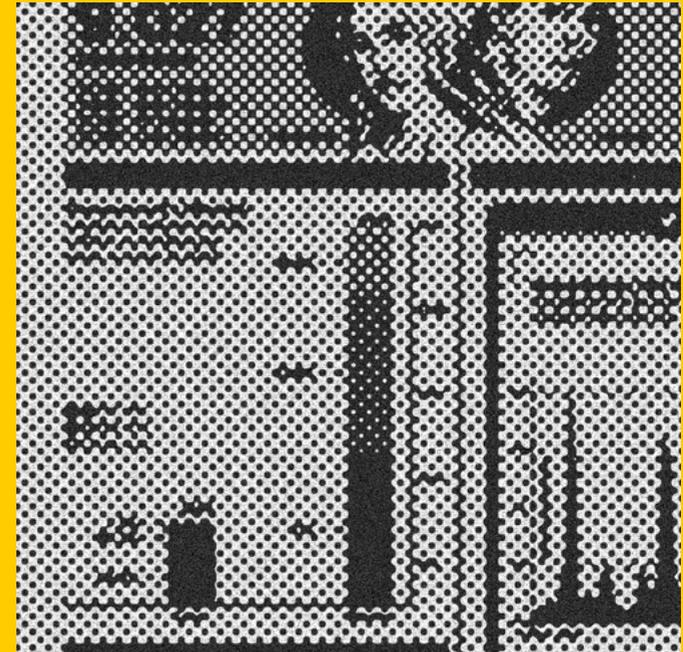
Para la finca/restaurante La Gata se hizo un manual de referencia básico en el que se incluyen los grafismos, construcción, adaptaciones y normalización de la marca.

Encuadernación libro con hilo de A4 apaisado.

Revista IL: Infografía

Para este trabajo se trató la temática de los **jóvenes españoles más buscados en Internet**, haciendo un segmento por generaciones para comparar los datos.

La estética de la infografía encaja dentro de la famosa **revista IL Magazine**.





1 Mario Casas (1986)
Galicia. Actor. Los hombres de Paco o Tres metros sobre el cielo.



2 Gerard Piqué (1987)
Barcelona. Futbolista. 8 Títulos de liga y 4 UEFA Champions League.



3 Clara Lago (1990)
Madrid. Actriz. Ocho Apellidos Vascos o Tengo ganas de ti.

1981

Generación Millennial

1994

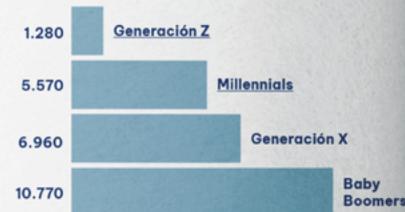
Los jóvenes españoles más buscados

Actualmente para averiguar algo tan relativo como el éxito y cuán famoso es un personaje público, lo mejor que se puede hacer es comprobarlo mediante el estudio de las búsquedas que recibe en medios digitales. La Wikidata (Wikipedia, Wikimedia etc.) es de los favoritos en cuanto a esa búsqueda de información. En esta infografía mostramos los datos relativos a los **jóvenes españoles más buscados** haciendo un segmento en las **generaciones Z y Millennial** y posteriormente centrándonos en la **cultura y al deporte**.

Ilustraciones, gráficos y texto por Lu M. Herranz

Las generaciones

Recuento de las **demás generaciones además de la Z y Millennial** dentro de la base de datos.



Gen Z y Millennial

Cuántos de cada generación.



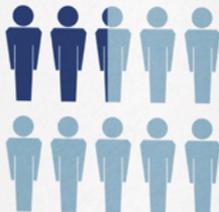
■ Generación Millennial
■ Generación Z

Edades de la Generación Z y Millennial



Mujeres dentro del segmento

23,5% del segmento de las generaciones Z y Millennial son mujeres.



■ Mujer
■ Hombre

Sectores del segmento

Sectores en los que se dividen profesionalmente ambas generaciones.



■ Deporte
■ Cultura
■ Lideres y ciencia



4 Bad Gyal (1997)
Barcelona. Cantante. En 2022 ganó el MTV EMA a mejor artista español.



5 Aitana Ocaña (1999)
Barcelona. Cantante. En 2021 ganó el MTV EMA a mejor artista español.



6 M. Parrado (2001)
Cádiz. Cantante. Disco de oro en 2014 con su álbum María Parrado.

1994

Generación Z

2010

Puesto en el ranking de los más buscados

Cultura

9.027

Blanca Suárez

10.235 Mario Casas
11.896 Ivana Baquero
12.525 M. Valverde
15.350 Oona Chaplin



Deportes

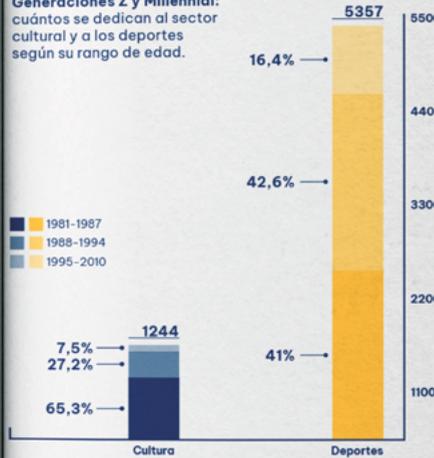
681

Rafa Nadal

2.367 Andrés Iniesta
2.759 Gerard Piqué
3.032 Fdo. Torres
3.187 Cesc Fábregas

Cultura y deporte

Generaciones Z y Millennial: cuántos se dedican al sector cultural y a los deportes según su rango de edad.



Sectores dentro de la cultura y el deporte

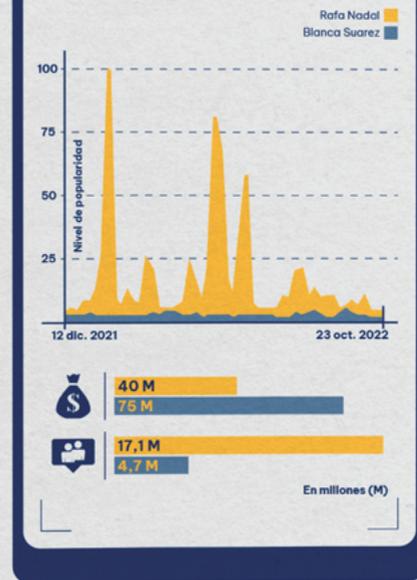
Subgrupos de los sectores del deporte y la cultura.



■ Fútbol
■ Actores/actrices
■ Música
■ Otros
■ Deporte
■ Modelaje

Fortuna, seguidores y búsquedas

Blanca Suárez y Rafa Nadal: búsquedas en Google, fortuna económica y seguidores en Instagram de cada uno.



Fanzine: **Santos y Diablos**

Santos y Diablos es un **fanzine** inspirado en el libro de ficción **CARCOMA** de Layla Martínez.

En él, se dividen los diferentes temas de los que habla el propio libro, acompañándolos con una poesía. Los grafismos e imaginería se inspiran también de lo propios personajes y trama de la novela.



Santos y Diablos

Un fanzine sobre **Carcoma**
Un fanzine de Lu M. Herranz

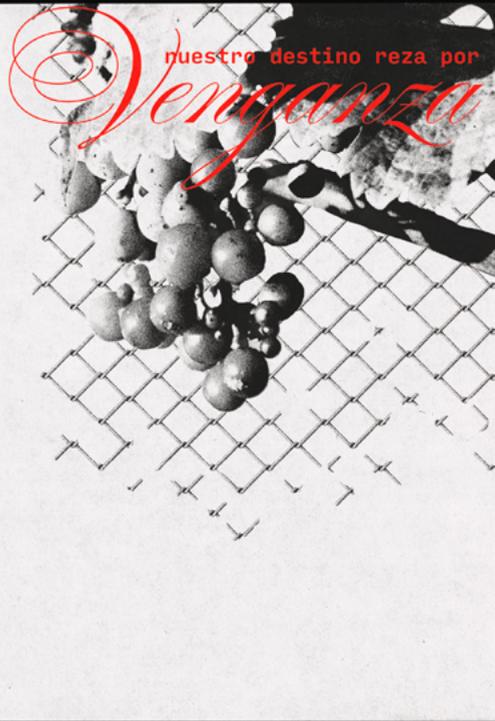
Fig. 7 La parrá de los santos

Destino

La venganza recorre los barrotes
forjando el más duro metal.
Abuela, madre, hija desesperan
esperan y esperarán
que algún día entre estas paredes
seguitadas quedarán.
Y entre cacerolas y estampas
el rencor las deje solas,
rodeadas de almas.

Cadenas empies y manos
para la larga vida
que acompañadas quedan
solas de ellas mismas.

Estrecha tus paredes,
agárra sus cuellos,
ahoga sus intenciones
que, de haber sido buenas,
se quedarían en las peores.



Casa

Detrás de mis paredes,
escondo tus destinos,
—que maravilla quien las guarda—
debajo de las cacerolas,
escondo tus pasados.

Mis puertas suenan,
mis ventanas retumban,
mis santos guardan,
tus diablos en mis tumbas.

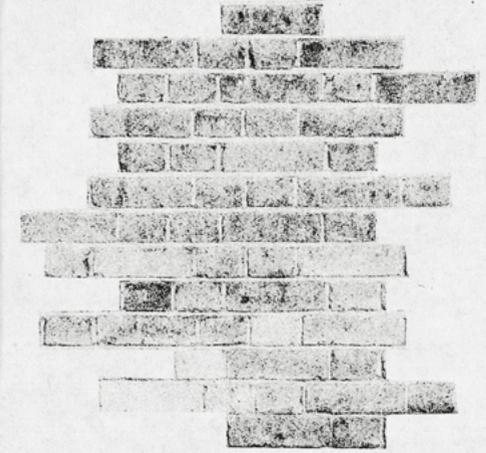


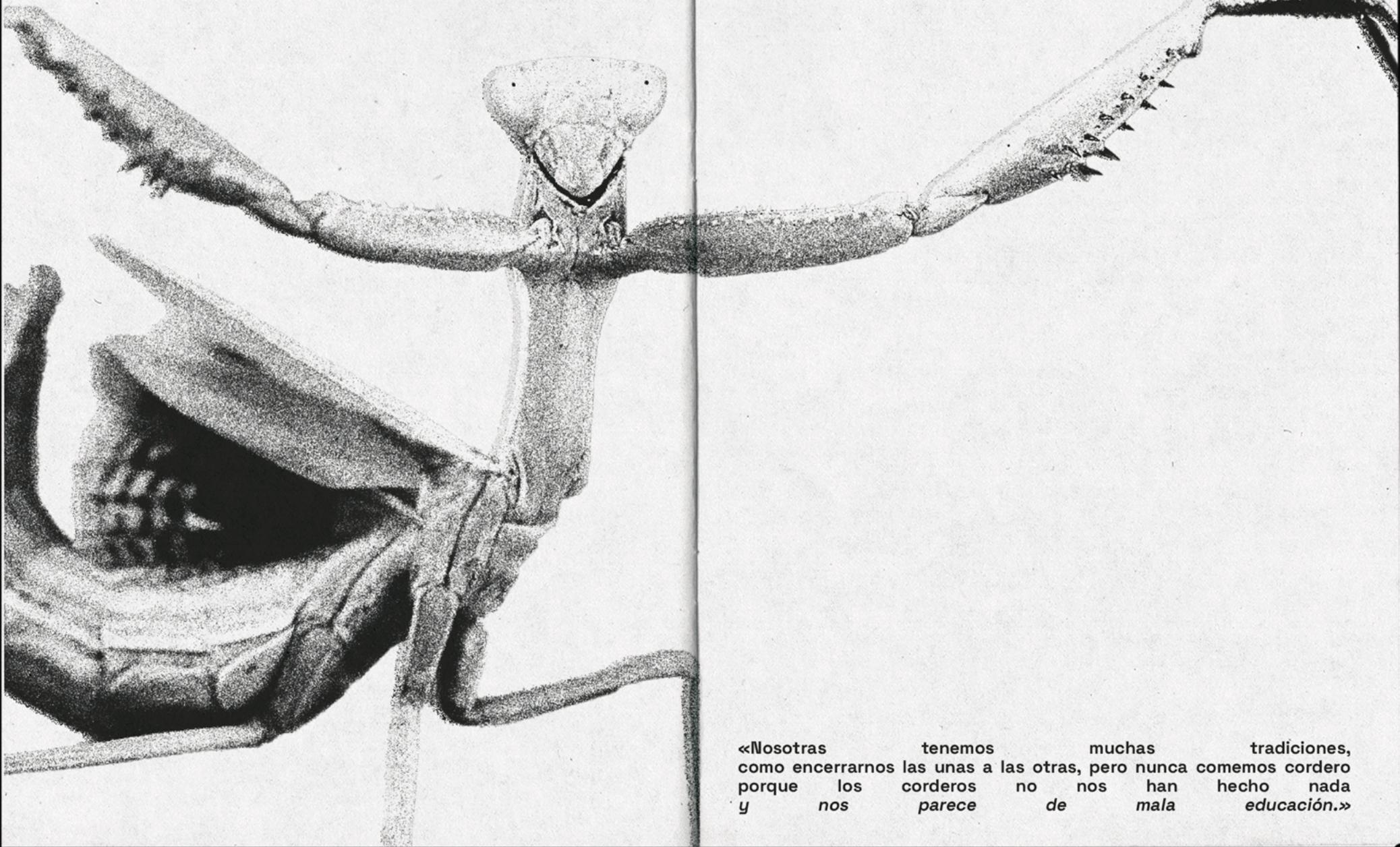
Fig. 8 Tus diablos en su tumba

El resultado es un A5 (doblado)
con encuadernación en grapa y
papel de tipo Offset de 110 gramos.

«También me gusta
el diseño, también
me gusta escribir.
Supongo que es por
ello que hago esto»

INSPIRADO EN CARCOMA DE LAYLA MARTÍNEZ

Diseño y maquetación por Lu M. Herranz



«Nosotras tenemos muchas tradiciones,
como encerrarnos las unas a las otras, pero nunca comemos cordero
porque los corderos no nos han hecho nada
y nos parece de mala educación.»

BRANDING

2

Centro artístico	CARMA
Atelier nupcial	Eire Santander
Finca restaurante	La Gata
Marca personal	Lu
Festival	Danzad, Danzad

Centro artístico: **CARMA**

CARMA es el nuevo centro artístico de Málaga. La marca tiene un posicionamiento claro en cuanto a su público objetivo y principios de la propia identidad: **una marca joven que se enfoca en las ramas culturales de la provincia andaluza.**

El objetivo es crear una marca que refleje la idea de **comunidad cultural** poniendo en valor el cambio, la singularidad y el intercambio de disciplinas. Es así como se propone una **marca camaleónica**; fundiendo el diseño limpio (y de información clara) con el contrapunto de la aleatoriedad y originalidad de hacer un **sistema visual donde todo el mundo pueda participar** y obtener así, una identidad única y cercana a su público.

Haz click o escanea este QR para ver el logo reveal:



carma



El logo viene, en su mayoría de casos, acompañado del que llamaremos **logo*** y que se refiere a las **versiones del logotipo realizadas a mano** directamente con medios tradicionales por parte de la comunidad. La ver-

satilidad de este sistema visual conlleva un alto reconocimiento y distinción entre lo que podrían ser sus competidores y hacen de la marca CARMA una **identidad original, participativa y memorable al público.**



Papelería:

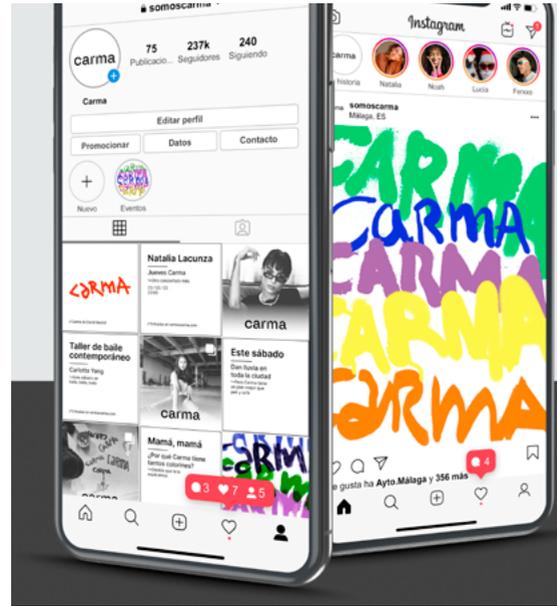
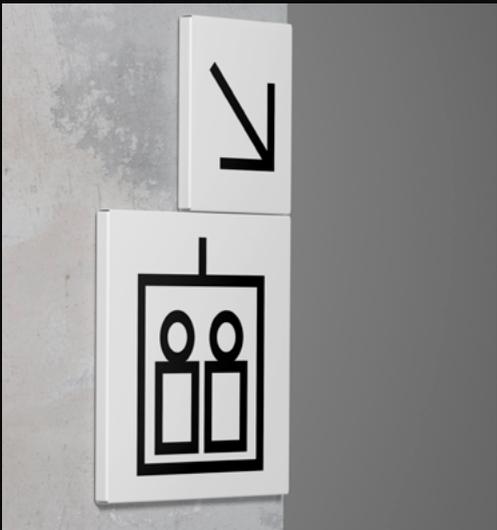
- Tarjetas (requieren logo*).
85x55 mm. Papel Offset 350 g.
- Tarjetón CARMA. 150x200 mm.
Papel Offset 200 g.
- Hoja carta A4 (requiere logo*).
- Sobre (requiere logo*).
- Landyard (requiere logo*).







Modelos de comunicaciones dentro del centro e iconografía personalizada.



- Planificación de distribución e imagen en redes sociales (Instagram).
- Totebag y camiseta de algodón (se insta al comprador a hacer un logo* en ambas piezas).

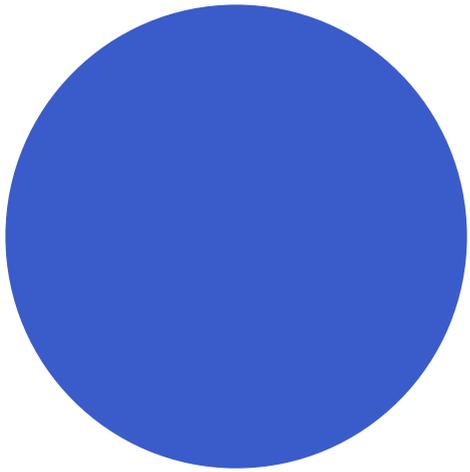


Atelier nupcial: **Eire Santander**

Eire Santander, quiere proponer un cambio en el mundo de la moda nupcial, **algo que salga de los típicos iconos de boda y añada toques desenfadados, sin legar a perder el clasicismo y tradicionalismo que acompaña a la marca y al sector.** Se buscan elementos reconocibles que doten a Eire Santander de **personalidad y diferenciación** en el mundo de los trajes de novia.

Para ello que se apuesta por una mezcla con un **alto contraste e iconicidad**, no solo por la tipografía utilizada o el color, sino también por el tono de voz, los detalles de cara al cliente y el nivel de reconocimiento de la propia marca.

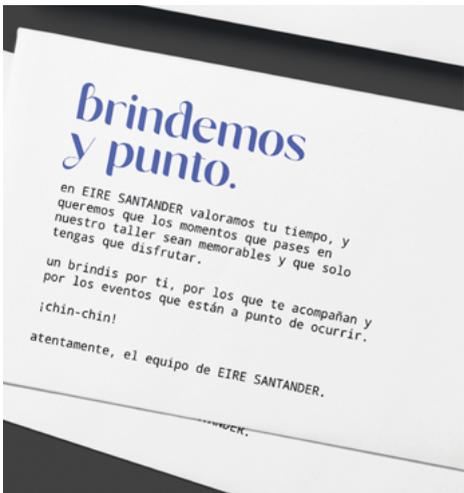




Para que la marca sea memorable, se utiliza el claim “**y punto**”. Esto, a caballo entre lo coloquial y lo imperativo, acompañará a las comunicaciones de una manera activa y claramente notoria. La idea es hacer que Eire Santander respire de un modo más **distendido y cercano**, sin perder el estatus gracias a la elección de color y composición minimalista. Este claim, además, se presta a poder jugar en muchas de las aplicaciones, haciendo al propio punto **símbolo de la marca**.

e!re
santander
atelier nupcial





Papelería:

- Sobres
- Tarjetones de bienvenida para las novias. 240 g. Papel Offset.
- Hoja de ideas para diseños. A4.
- Etiquetas. En ellas se escribe a mano el nombre de la cliente. 60x60 mm y 60x50 mm. 300g. Offset.
- Pegatina para poner en la percha una vez elegida la compra.
- Tarjetas de visita. 85x40 mm. 300g. Papel Offset.





Eire y punto

Diseños adicionales:

- Bolsa de algodón para guardar vestidos/trajes con cremallera lateral para no dañar las prendas compradas.
- Percha.
- Propuesta de corpóreo con letrero 3D.

Finca restaurante: **La Gata**

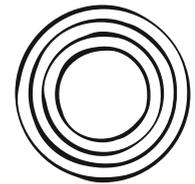
La Gata es un espacio rural-gastronómico limítrofe con los olivares principales de la almazara de La Alcuza.

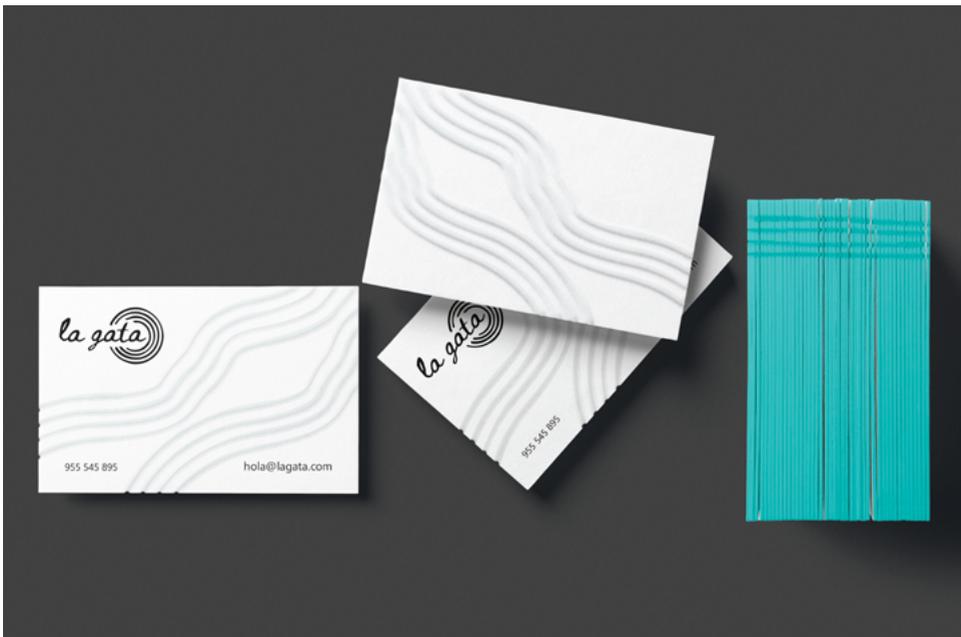
Destaca la confianza que quiere generar de cara al público y la estrecha relación con lo rural, mezclándose con toques más modernos y haciendo del espacio no solo un servicio, sino una experiencia diferente en su ámbito.

Para **los grafismos** nos fijamos en el espacio rural y en el paisaje con líneas que recuerdan a los trazos que se ven de manera aérea en los cultivos del olivo y al propio horizonte.



la gata





- Tarjetas de visita. Golpe en seco. 55x85 mm. 300 g.
- Modelo de ticket recibo.



- Carta menú 105x180 mm. Papel Offset de 200g.
- Estuche de imitación tela con serigrafía.



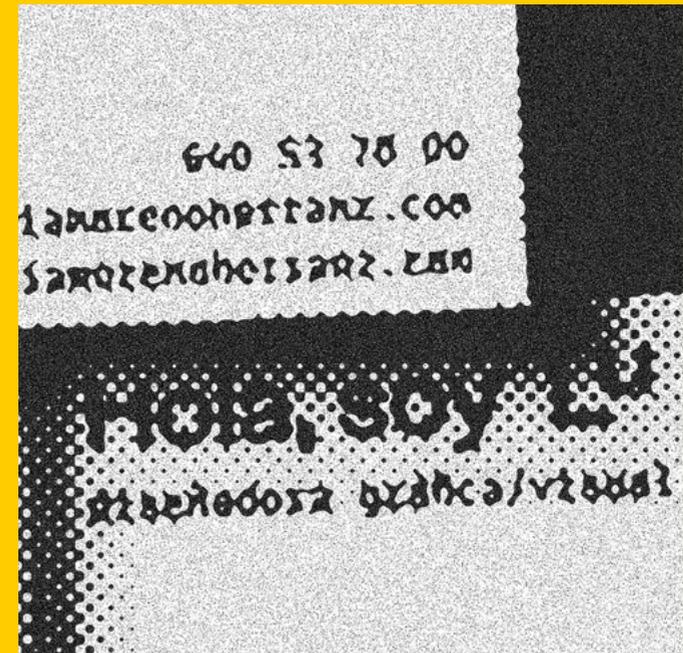
- Posavazos de corcho.
- Plato de servicio.
- Delantal de tela con tiras de cuero sintético.
- Propuesta para la fachada

Marca personal: Lu

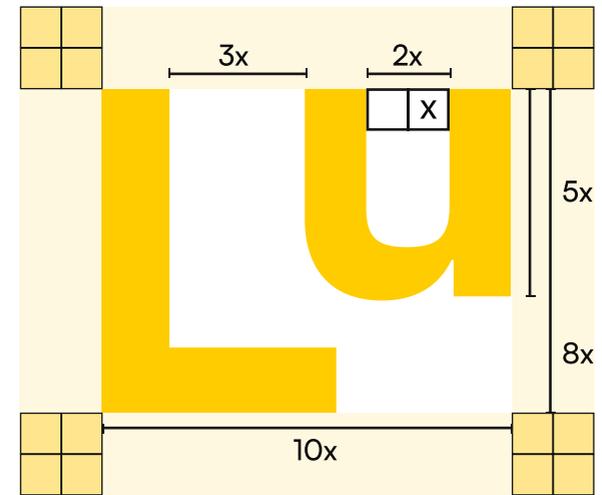
Siempre será un verdadero reto realizar una marca personal. Por lo que para la mía, Lu, quiero denotar **los puntos claves que me definen y evidencian lo que soy como diseñadora: versátil, ordenada, cercana, disruptiva de lo común y siempre con ganas de experimentar.**

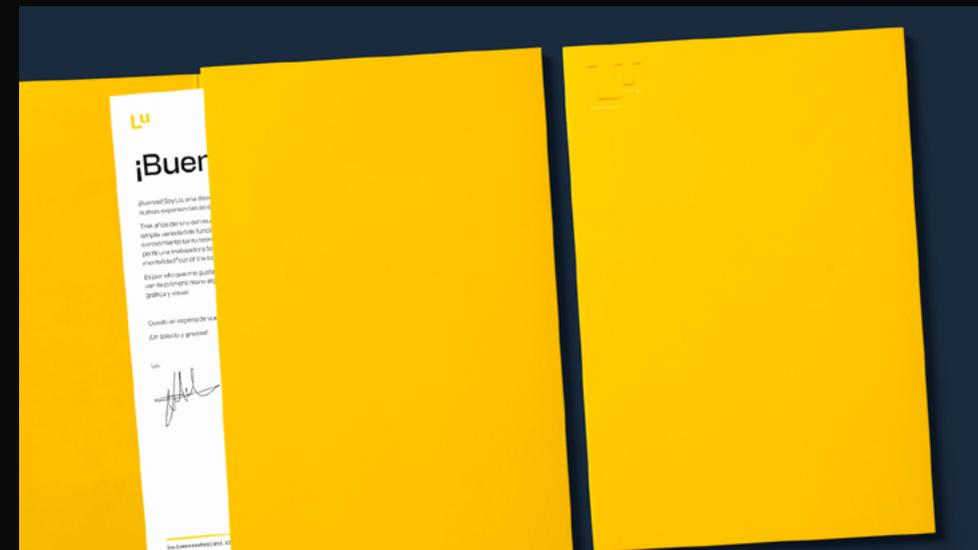
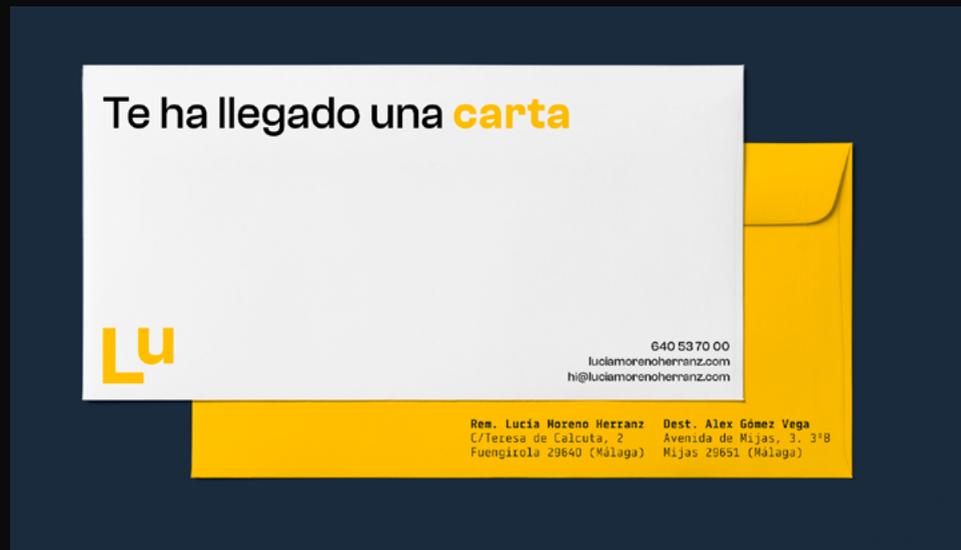
La marca Lu mezcla la elegancia y orden de las composiciones con comunicaciones directas de tú a tú haciendo que, junto al uso del color, se cree una **marca cercana**. Manteniendo la simpleza y elegancia, respetando los espacios y permitiendo la versatilidad de la imagen visual.

Haz click o escanea este QR para ver el logo reveal:



Y esta es mi **marca**





El tono de voz es muy importante en la marca ya que es el medio para realzar los valores de cercanía que se quieren

transmitir. Todas, o casi todas, las comunicaciones requieren de una oración que se dirija directamente al lector, de tú a tú.

Currículum, hoja carta y carpeta para documentación con golpe en seco.





Totebag de algodón con serigrafía, chapa y bloc de notas A6.



Hoja para apuntes y modelo de factura.

Festival: **Danzad, Danzad**

Málaga albergará en el antiguo Centro de Exposiciones Sur, Teatro Nuevo, la primera edición del **festival de danza Danzad, Danzad**.

El evento requiere de una imagen que transmita **la frescura, la mezcla y la alegría** que propone un festival marcado por el **acercamiento de la danza clásica y la moderna hacia un público contemporáneo e interesado en la cultura**.

Danzad, Danzad apuesta por alejarse de la percepción clásica que se tiene de este tipo de festivales, requiriendo una imagen que concuerde con sus características, diferenciándose de la competencia.



DANZAD DANZAD

El logotipo de Danzad, Danzad se construye desde la idea del **movimiento** con un **escaneo físico de la tipografía**, moviéndolo de manera que genere esas ondas sinuosas que reflejan el **espíritu danzante** que respira el propio festival.

El logotipo es lo suficientemente reconocible (tanto junto a la imagen del festival como en solitario) como para poder realizar cambios en las ondas de la palabra Danzad y así tener varias versiones del logotipo.



- Lanyard para abono completo
- Entradas para abono completo
- Entradas para días sueltos y obras de teatro individuales



Camisetas y gorra tipo “bucket” de algodón. Se incluye una camiseta pensada para el personal del evento.



Que empiece el baile



Tanto la totebag como las libretas, pegatinas y vasos están pensadas para venderse en la tienda del propio recinto del festival.

CARTELERÍA

3

Danzad, Danzad

Mini 100% eléctrico

CARMA

Danzad, Danzad

El festival incluye los **carteles que dan la información del evento**. Todos ellos incluyen un logotipo diferente y un patrón a modo de base.

La cartelería consta de carteles teaser, banderolas y tres piezas para los diferentes días.



DANZAD
DANZAD
 FESTIVAL DE DANZA EN MÁLAGA

VIERNES 8
Ballet for Life
 17th Bejart Ballet Lausanne

La Bella Otero
 22th Ballet Nacional de España

Compra tus entradas en
festivaldanzad.com
 40€ Función - 75€ día - 200€ abono

TEATRO NUEVO

08 SEPTIEMBRE

DANZAD
DANZAD
 FESTIVAL DE DANZA EN MÁLAGA

SÁBADO 9
**Double Murder:
 Clowns / The Fix**
 17th Hofesh Shechter Company

Querencia
 22th Compañía Antonio Najarro

Compra tus entradas en
festivaldanzad.com
 40€ Función - 75€ día - 200€ abono

TEATRO NUEVO

09 SEPTIEMBRE

DANZAD
DANZAD
 FESTIVAL DE DANZA EN MÁLAGA

DOMINGO 10
**Moscas y
 Diamantes**
 17th Francisco Hidalgo Cia. Flamenca

**El sueño de una
 noche de verano**
 22th Hamburg Ballett John Neumeier

Compra tus entradas en
festivaldanzad.com
 40€ Función - 75€ día - 200€ abono

TEATRO NUEVO

10 SEPTIEMBRE

MINI 100% ELÉCTRICO

Para esta campaña nos vamos a enfocar en los **conceptos que hay tras la idea de vehículo eléctrico** tales como:

- El silencio y la tranquilidad
- El bajo consumo
- La idea de futuro y tecnología (implícita en esta gama)

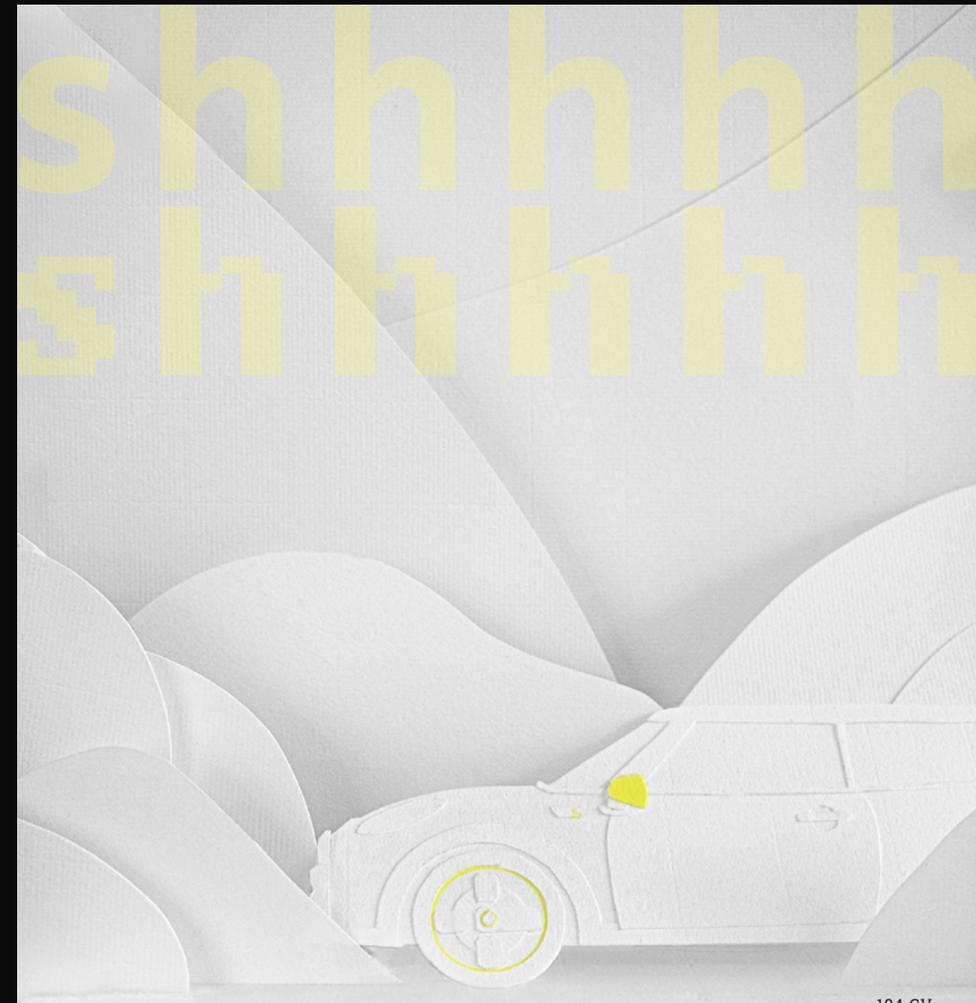
Para denotar las tres características antes mencionadas se propone **diferenciarse** del mercado dejando atrás el tipo de fotografía más cercana a la de producto y publicidad que, en estos casos, suelen llevar las campañas de la competencia.

Esto se va conseguir, principalmente, mediante **el uso de las maquetas hechas a mano en papel blanco verjurado** debido a que dicho material refuerza el discurso y concepto que se propone desde un principio.

Haz click o escanea este QR para ver un pequeño spot publicitario:



Cartelería



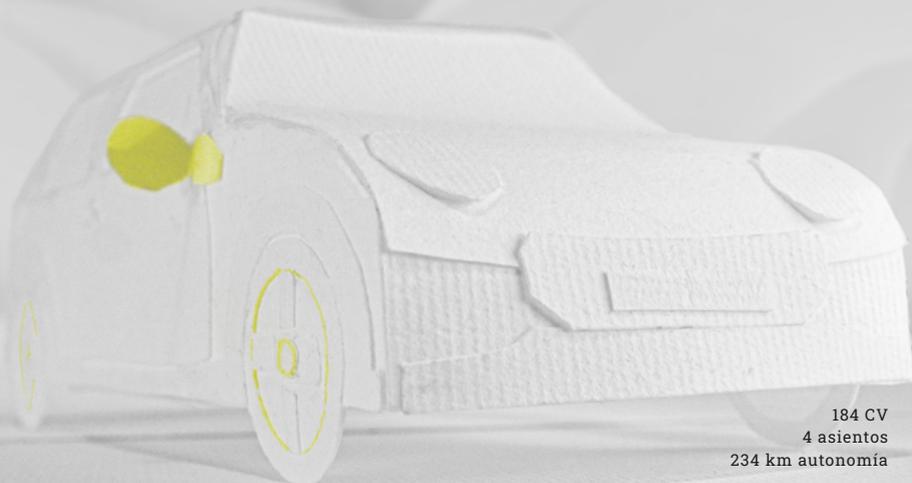
184 CV
4 asientos
234 km autonomía

100% ELÉCTRICO

Reduce el consumo.
Maximiza tus posibilidades.
Sé parte del cambio.

Descubre más en Mini.es





184 CV
4 asientos
234 km autonomía

100% ELÉCTRICO

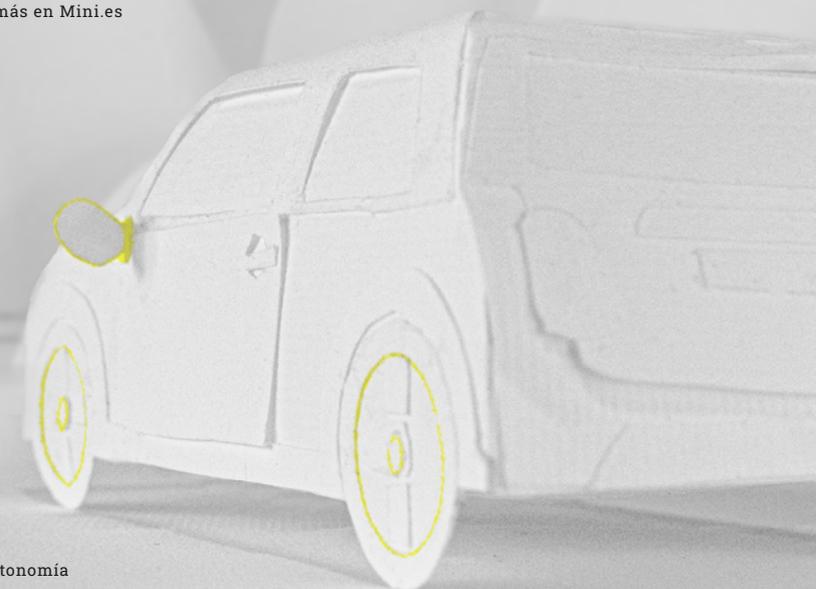
Reduce el consumo.
Maximiza tus posibilidades.
Sé parte del cambio.

Descubre más en Mini.es

100% ELÉCTRICO

Reduce el consumo.
Maximiza tus posibilidades.
Sé parte del cambio.

Descubre más en Mini.es



184 CV
4 asientos
234 km autonomía



184 CV
4 asientos
234 km autonomía

100% ELÉCTRICO

Reduce el consumo.
Maximiza tus posibilidades.
Sé parte del cambio.

Descubre más en Mini.es

184 CV
4 asientos
234 km autonomía

100% ELÉCTRICO

Reduce el consumo.
Maximiza tus posibilidades.
Sé parte del cambio.

Descubre más en Mini.es

100% ELÉCTRICO

Reduce el consumo.
Maximiza tus posibilidades.
Sé parte del cambio.

Descubre más en Mini.es

184 CV
4 asientos
234 km autonomía

CARMA

Para el centro artístico CARMA también se concibe una cartelería, la cual **sigue la estética de los logos***, referenciados en el apartado de Branding (página 61), y el estilo de comunicación. **Ambos son dobles.**

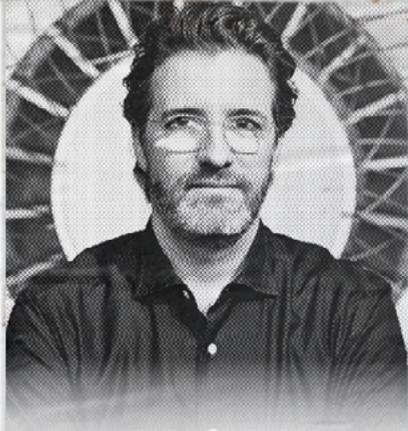
El cartel de inauguración (a la derecha) se presenta de manera conjunta, de la misma manera que los que anuncian los distintos eventos (siguiente pliego), que disponen la foto de referencia junto al de información sobre el propio evento.



Olafur Eliasson

Conferencia
↳ 22 de agosto
a las 16:00

CARMA



carma

// Entradas en somoscarma.com



Natalia Lacunza

Concierto
↳ 24 de febrero
a las 22:00

CARMA



carma

// Entradas en somoscarma.com



Olafur Eliasson

Conferencia
↳ 22 de agosto
a las 16:00

CARMA

// Entradas en somoscarma.com



PACKAGING

4

La Alcuza

GoDog

AOVE artesanal

Snacks para perros

AOVE artesanal

La Alcuza

La Alcuza propone una marca preocupada por poner en valor el **trabajo artesanal y tradicional** de las almazaras y los procesos de extracción mecánicos, poniendo especial atención en lo ecológico del asunto y en la vinculación al paisaje que simboliza.

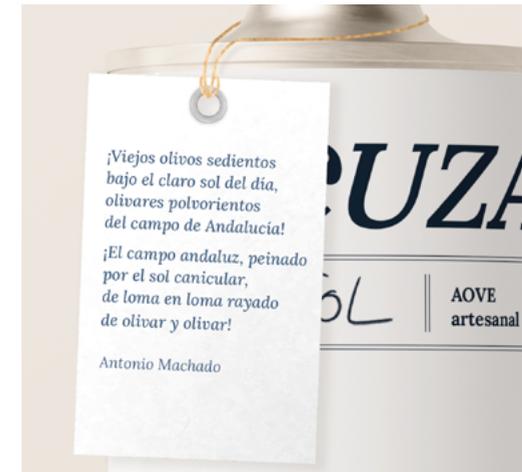
Los grafismos vienen dados como referencia clara al paisaje típico de los olivares. Las líneas horizontales y los rastros no definidos evocan a las líneas que forman visualmente los cultivos y las tierras que tanto cuida y valora la marca.



Packaging de las tres botellas.
Se relacionan elementos relativos al cultivo y un color en específico para cada tipo de las tres variedades.



Además, para honrar el **sentimiento a su origen**, a cada variedad de botella se le asigna un **poema de un poeta andaluz**. Dichos poemas guardan relación con el nombre de cada botella.



Snacks saludables para perros

GoDog

GoDog se propone ser la principal embajadora del movimiento **#RealFood para mascotas**.

Para conseguir desbancarse de las demás y, sin perder la idea de ser una marca de **confianza, amable y natural**, se construye un estilo para sus packagings que denote el mundo interior que respira y sus valores.

Mediante **dibujos iconográficos de líneas sencillas y colores desaturados** presentamos a GoDog como una opción de confianza, amable, natural y cercana para aquellos que miman a los reyes de las casas: las mascotas.



Packaging para las tres bolsitas. Al ponerse en una estantería de supermercado, forma un carrusel de perros corriendo.



Distribución de los paquetes

En la parte frontal se distribuyen las propiedades de los snacks, los ingredientes base e identificación de marca. Cada paquete incluye un patrón diferente para cada variedad.



El #RealFood que se merecen

En la parte trasera se reflejan los datos nutricionales, de contacto, código de barras y un texto resumen del producto.



Hasta aquí... **por ahora**

GRACIAS POR
TU ATENCIÓN
¿TRABAJAMOS?

Me puedes contactar por aquí:

640 53 70 00

hi@luciamorenoherranz.com

luciamorenoherranz.com

O ver más cositas (y tambien contactarme):

Behance: Lu Moreno Herranz

Instagram: @luciam.herranz