

# PORFOLIO

Victoria Lucía Díaz Marichal

# Sobre mi

**Soy Victoria Lucía Díaz Marichal**, tengo 28 años y soy Licenciada en Diseño de Comunicación Visual.

Al día de hoy cuento con cuatro años de experiencia como diseñadora, y tres años y medio como docente universitaria.

Desde el año 2019 me he desempeñado como docente de la misma carrera de la que soy egresada y hace dos años llevo adelante un emprendimiento personal del que me encargo de todo, inclusive del diseño.

En este portfolio espero demostrar no solo lo que sé hacer y he hecho, sino también un poco de lo que **soy**.

**Ilustración:**  
Natalia Jachmanián



# Curriculum

## Datos personales

Nombre — Victoria Lucía Díaz Marichal  
Fecha de nacimiento — 28/11/1993  
Cedula de identidad — 52857794  
Credencial cívica — BRA 57076  
Dirección — Magallanes 1312 ap 206  
E-mail — vickydiazma@gmail.com  
Ciudad — Montevideo  
Teléfono — 091218201  
Estado civil — Soltera  
Nacionalidad — Uruguay

## Estudios

**2013** —  
Curso de Diseño Gráfico (Photoshop, Illustrator, InDesign y Dreamweaver) - Instituto BIOS

**2018** —  
Curso intensivo de **Creatividad Publicitaria** - Escuela Carne

**2018** —  
Curso de **Diseño Web UX/UI** - Escuela Carne

**2021** —  
Ingles - FCE APROBADO

**2012 - 2018** —  
Licenciatura en **Diseño de Com. Visual** -  
Facultad de Arq. Diseño y Urbanismo - UDELAR

**2021** —  
**Domestika Finalizado** — Curso Estrategia de marca en Instagram

**2021** —  
**Domestika sin finalizar** — Curso Wordpress básico  
Curso Adobe After Effects básico

# Curriculum

## Experiencia laboral

**2019 - 2022**

Diseñadora gráfica - Agencia Pipa

**2019 - 2021**

Docente G1 - Taller de Diseño de Com. Visual 1 y 2 - LDCV - FADU - UDELAR

**2020 - actual**

Emprendedora - Que Audaz - Emprendimiento personal en Instagram

**2021 - actual**

Equipo de Diseño y Comunicación - Observatorio del Derecho a la Educación - Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación - UDELAR

**Actual**

Equipo de Diseño y Comunicación - Fundación de Cultura Universitaria

**Actual**

Docente G1 - Teoría e Historia del Diseño de Comunicación Visual I y II - LDCV - FADU - UDELAR

## Referencias

**Valeria Coca** - Coordinadora Servicio al Cliente, República AFAP: **098 698 925**

**Sandra Silva** - Gerente Servicios Previsionales, República AFAP: **099 673 530**

**Matilde Rosello** - Docente G3 Taller de Diseño de Comunicación Visual 1 y 2: **092 860 798**

**Dr. Pablo Martinis** - Docente G5 Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación encargado del "Observatorio del Derecho a la Educación": **099 665 686**

**Natalia Vilanova** - Diseñadora de Comunicación Visual, docente G1 Taller de Diseño de Comunicación Visual 1 y 2: **099 198 822**

# Mis trabajos

FCU / LDCV / Trabajos independientes / En Agencia Pipa

# FCU

## Fundación de Cultura Universitaria

Trabajo de diseño y comunicación realizado en conjunto con la Mag. Mariana Marchelli en el marco de mi contrato actual de trabajo con esta fundación sin fines de lucro.

El objetivo fue generar una identidad de marca que reflejara su posicionamiento actual sin desprenderse del logo.

Se generó la identidad y se sigue trabajando hasta el día de hoy en la creación de piezas gráficas para redes sociales y puntos de venta.

## Estrategia de comunicación

Buscamos con esta renovación de redes

- Generar identidad de marca acorde a FCU
- Diferenciarnos
- Crear una estrategia de contenidos

## Partido conceptual

Nos sostiene nuestra historia para acompañar el recorrido hacia el futuro

## Pilares de contenido

### Generar venta

- Lanzamientos de libros
- Promoción de actividades

### Dar a conocer FCU:

- Historia
- Datos curiosos
- Hitos
- Publicaciones emblemáticas
- Autores

### Mundo del derecho

- Noticias relevantes
- Citar acontecimientos históricos en Uy y el mundo
- Citas de lo que significa ser abogado/ escribano

### Días D

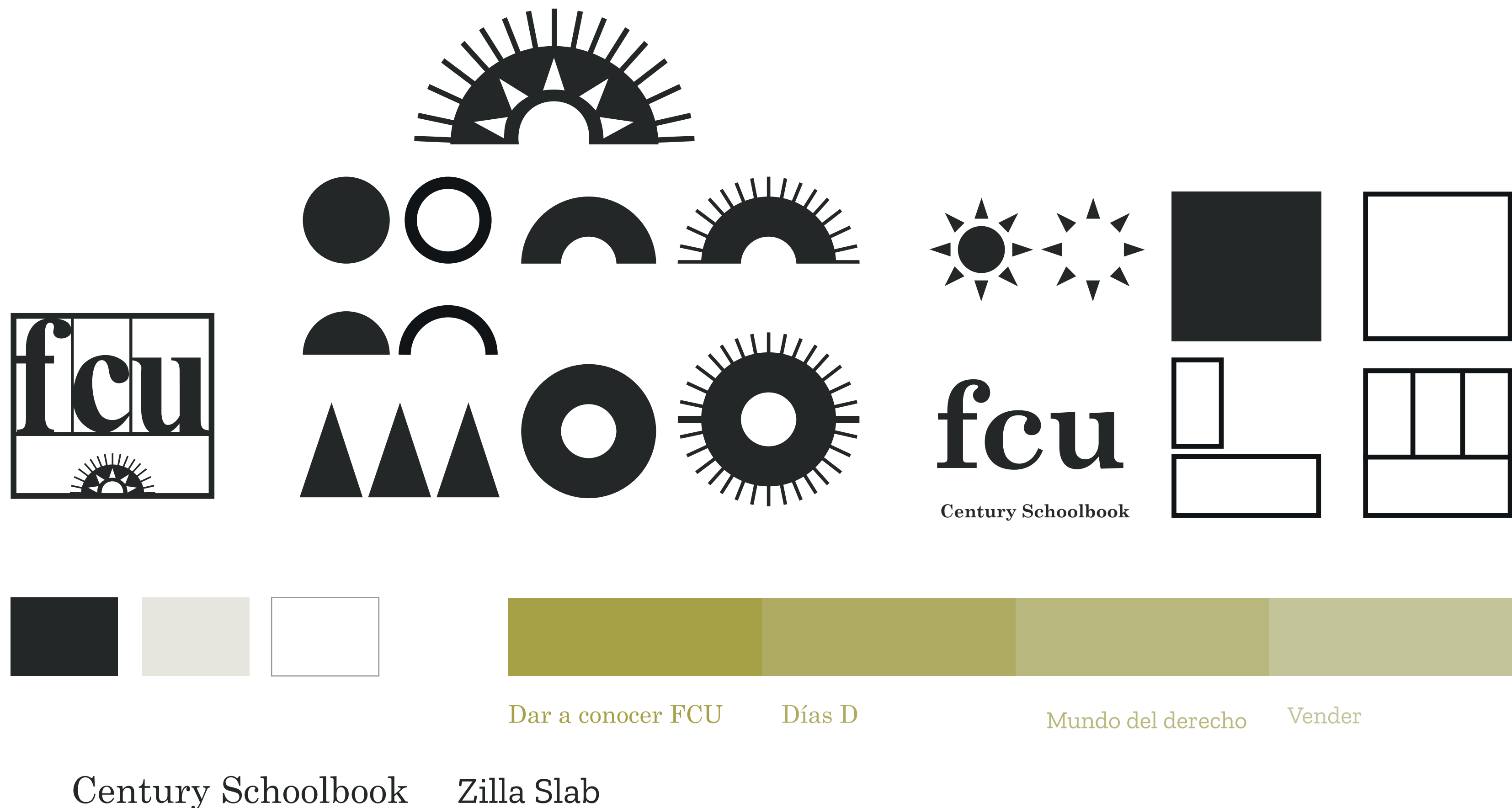
Sumarse a los días importantes para el rubro a través de saludos y promociones

## En base al logo preexistente

Se realiza una fragmentación de sus partes para crear un sistema de íconos que sean funcionales a los diferentes pilares de comunicación planteados previamente.

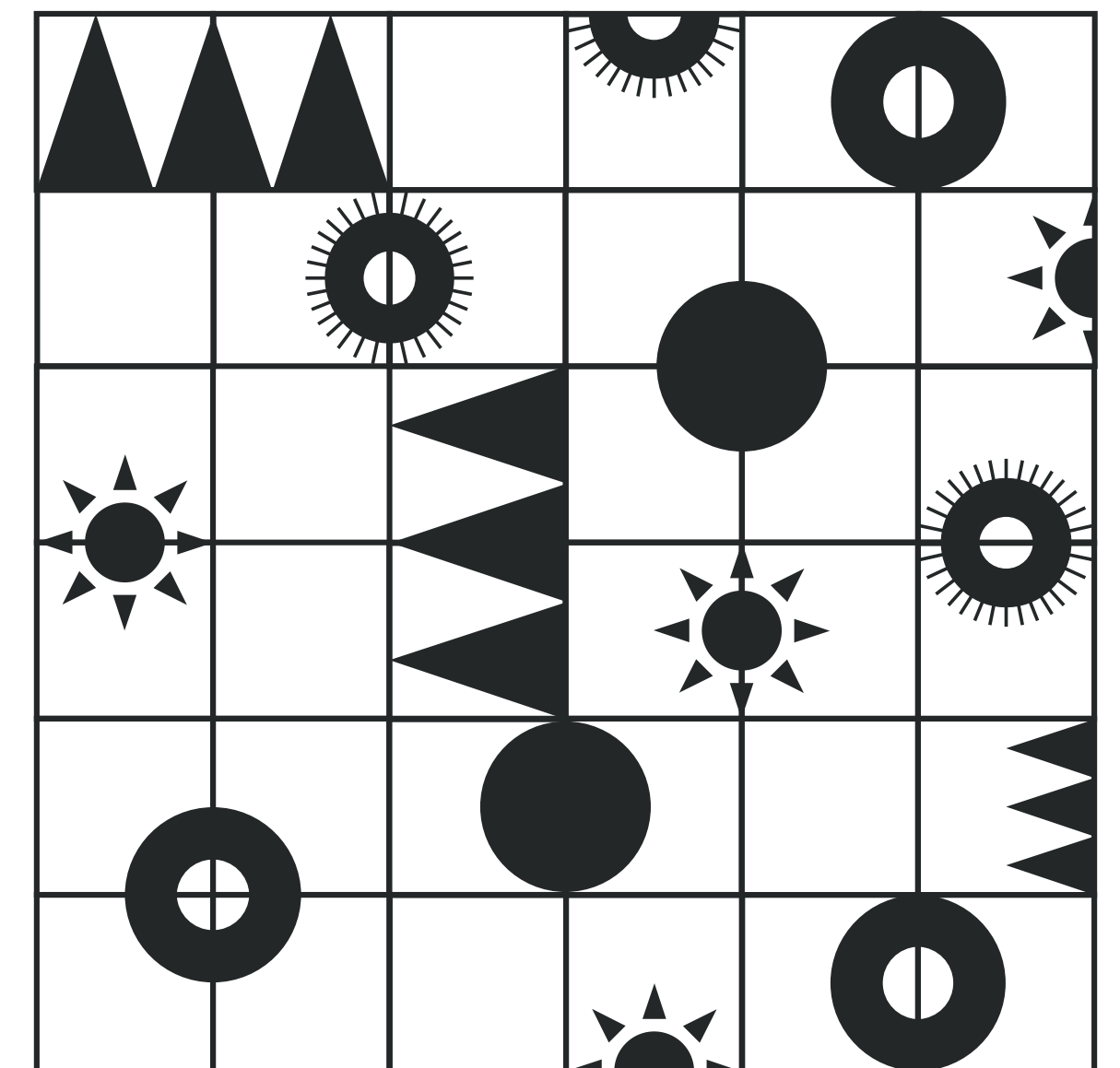
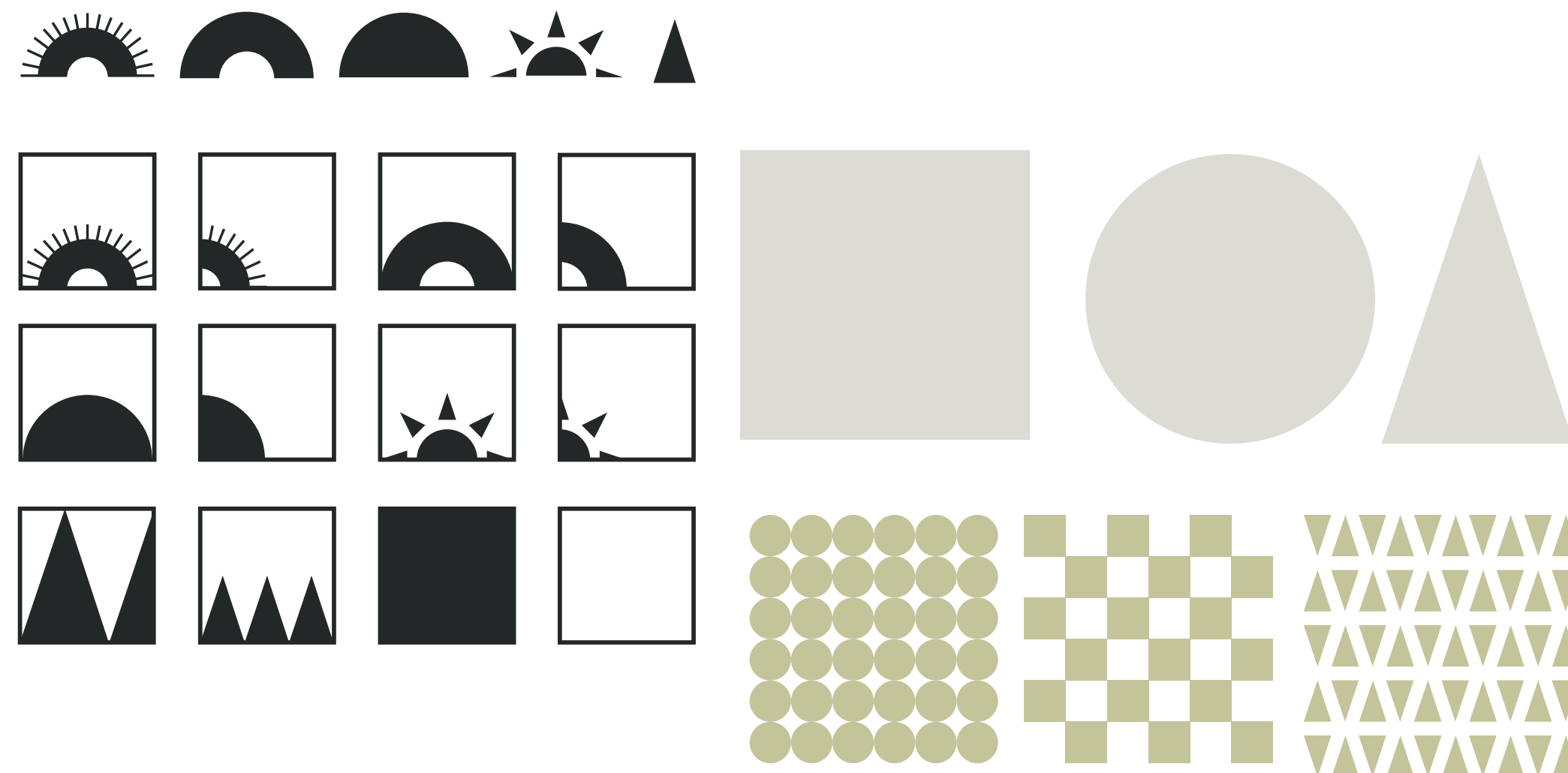
Paleta de colores que representa el dorado del sol y sus distintas tonalidades. Con esta paleta sumada al blanco, negro y gris se busca mostrar a FCU como una institución seria, comprometida y flexible.

Las tipografías elegidas completan la idea de presente y pasado en constante conexión.

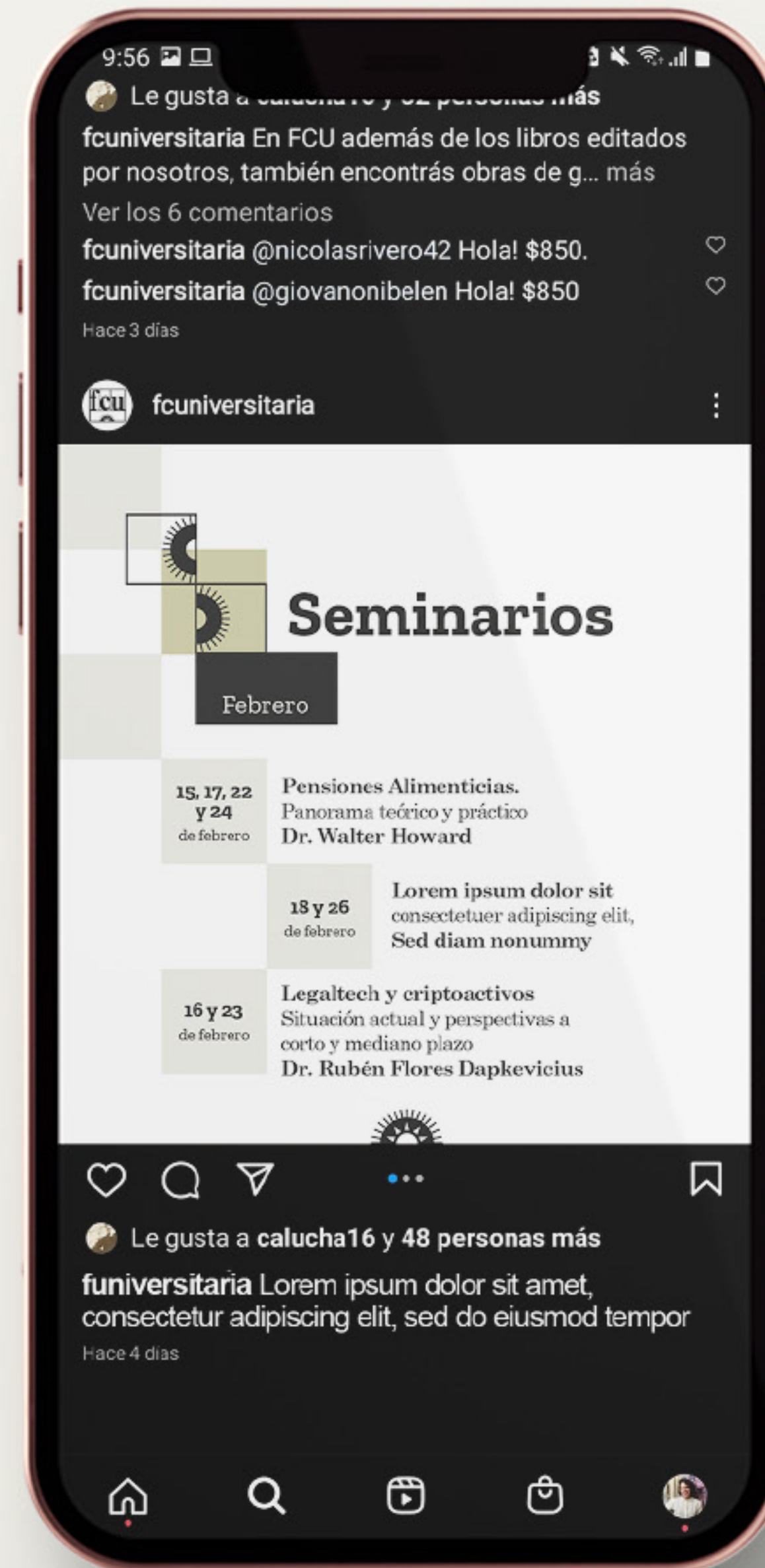




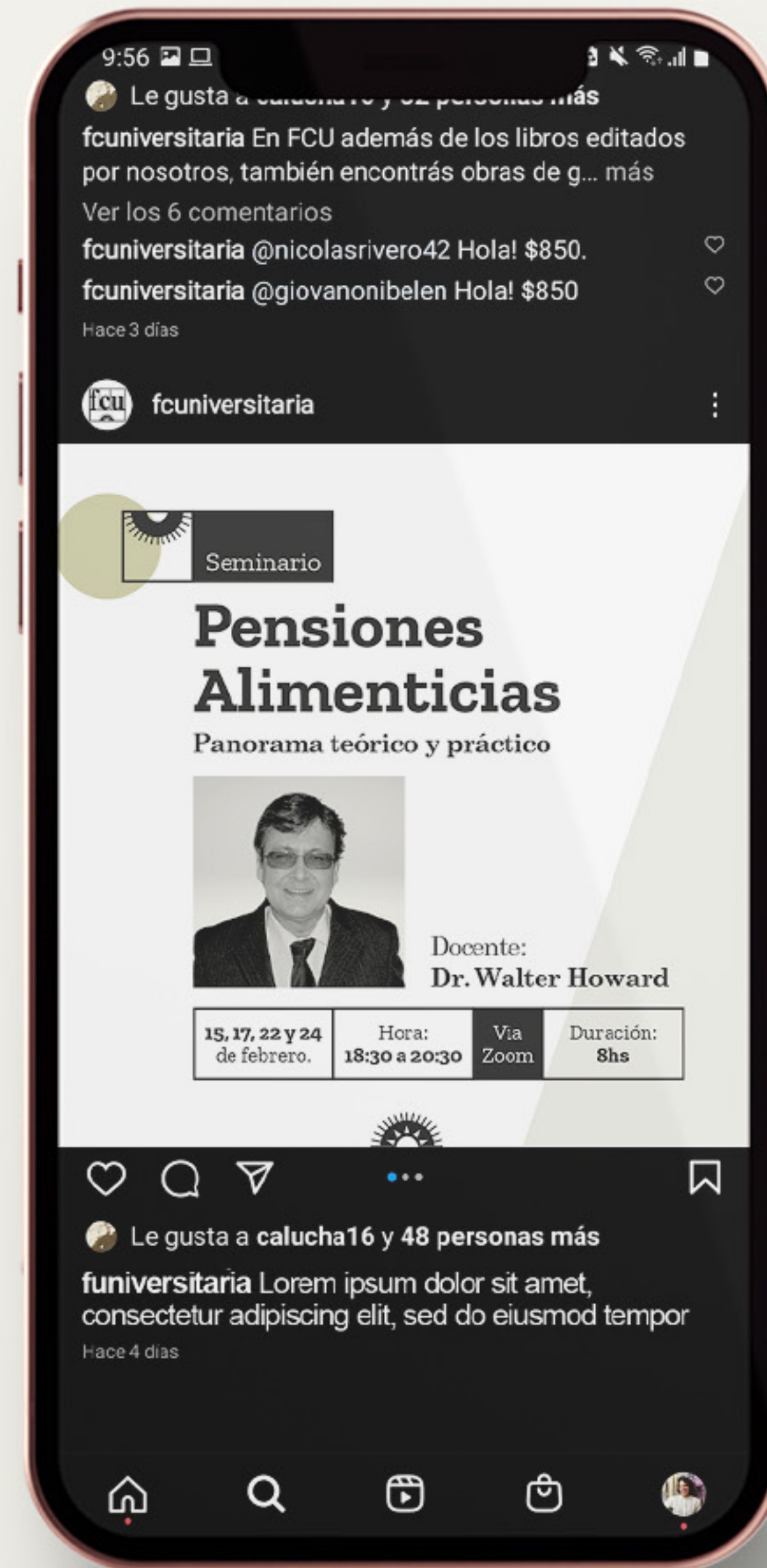
# Definición de elementos gráficos



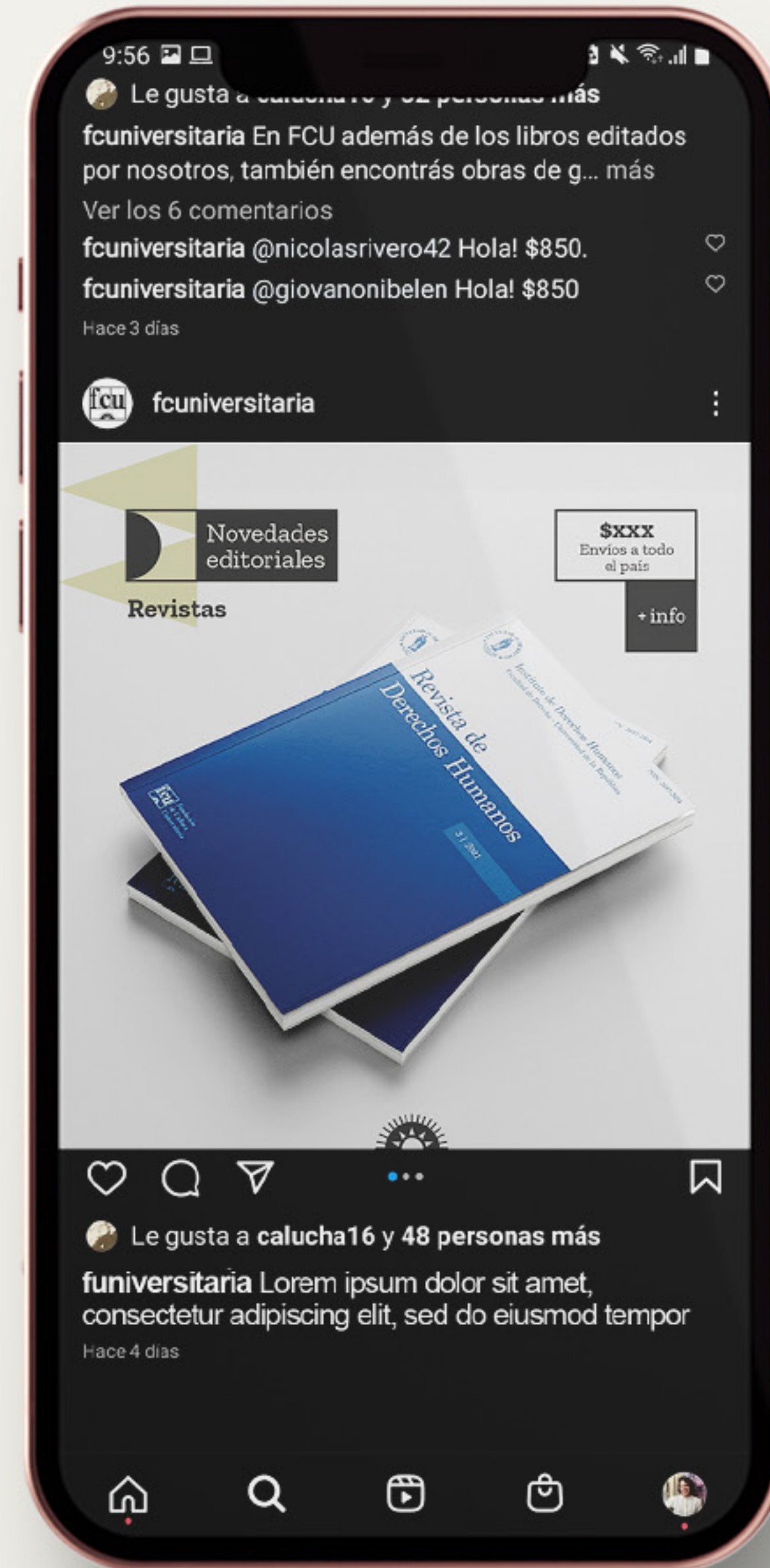
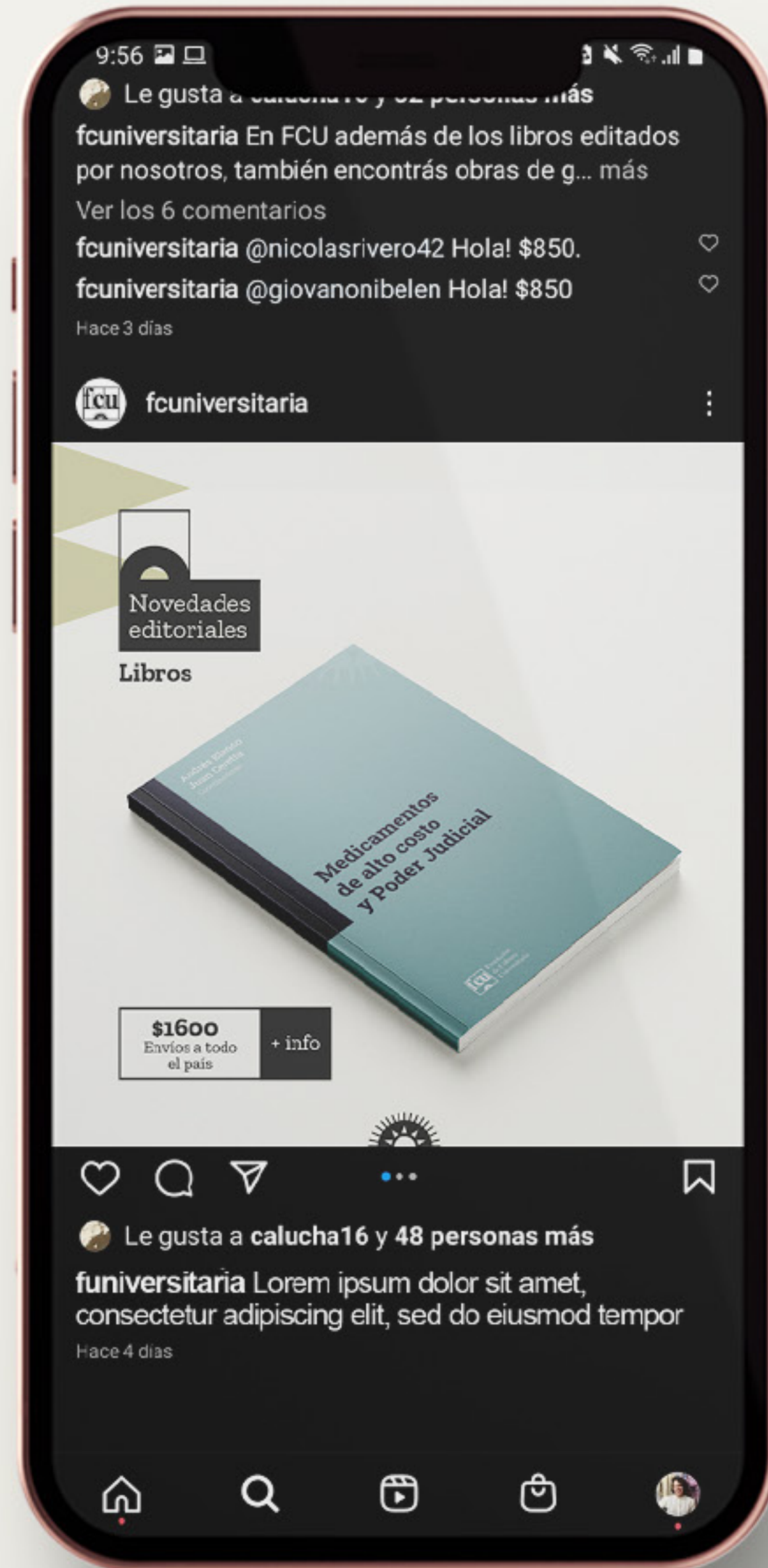
# Piezas digitales:



# Piezas digitales:



# Piezas digitales:



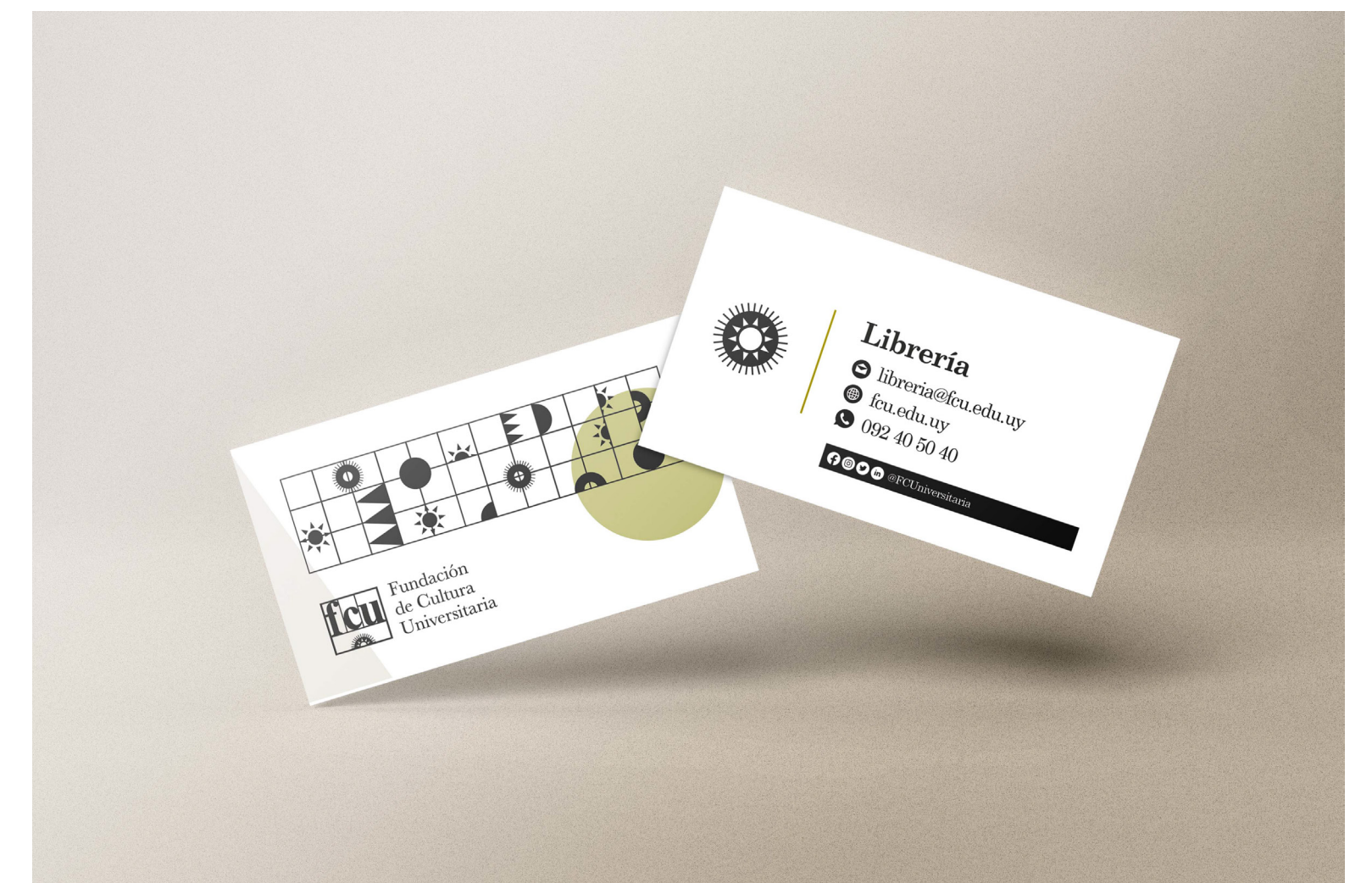
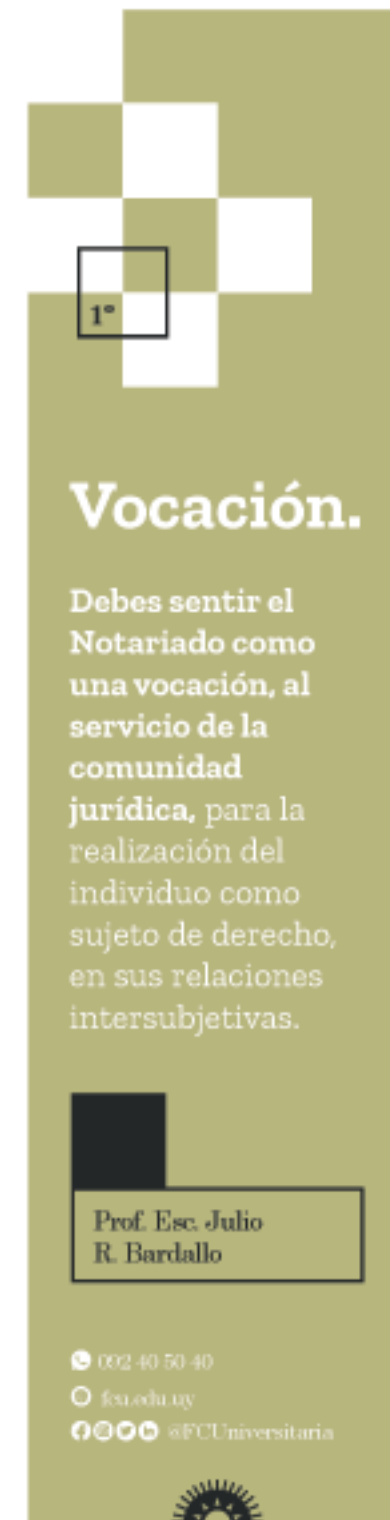
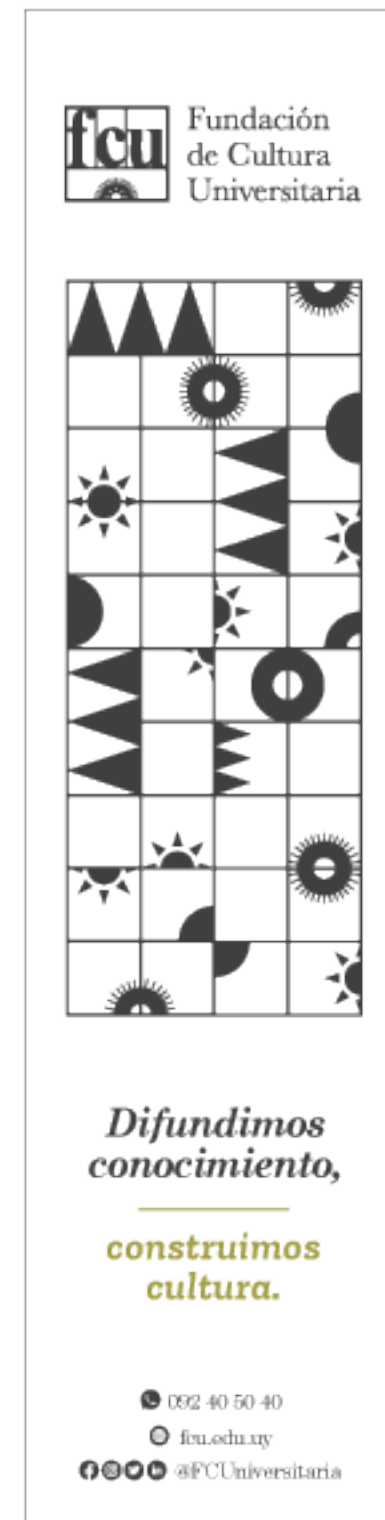
**Piezas  
digitales:**  
más en:  
@fcuniversitaria



# Otras piezas: Merch. institucional



Marcalibros



Tarjetas personales

**Otras  
piezas:**  
Merch.  
institucional



Bolsas de papel

**Otras  
piezas:**  
Campaña  
Modo  
Derecho



Tote bag



Cartuchera



Libretas



# Otras piezas:

Campaña día de la mujer

Mesa redonda **Mujeres**  
en la Universidad

Una mirada desde Fder

FACULTAD DE DERECHO UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA URUGUAY

fcu Fundación de Cultura Universitaria

CED Centro de Estudios de Derecho

En el **Día de la Mujer**  
homenajeamos a dos  
mujeres inspiradoras



Clotilde Clotilde Clotilde  
Luisi Luisi Luisi Luisi

## PRIMERA:

- ▶ **Mujer abogada** uruguaya.
- ▶ **Docente** de la UDELAR.
- ▶ **Decana** de la Sección Femenina de Enseñanza Secundaria de la UDELAR



Diplomática.  
Dramaturga.

**Una mujer que abrió el camino a varias más y continúa siendo inspiración hasta el día de hoy.**

Adela Adela Adela Adela  
Reta Reta Reta Reta

**Figura clave en la historia de FCU**, además de autora, cumplió un rol fundamental para que nuestra editorial pudiera seguir publicando durante la dictadura.



**Primera mujer catedrática** de Derecho Penal de la UDELAR

En el marco del Día Internacional de la Mujer 2020, la Corte Electoral decidió que el **Centro de Estudios Electorales** llevara su nombre.

**Otra mujer que nos inspira hasta el día de hoy.**

**Otras piezas:**  
Campaña  
Yo estudio



Ver video



Cartelera en FDER

# LDCV

Esta es una selección de los mejores trabajos que hice (a mi criterio) durante la carrera. Algunos de ellos fueron realizados en equipo lo cual es detallado en conjunto con la pieza.

# 1

**Sistema - Hipertexto - Línea de bus 183**  
Proyecto grupal realizado en el año 2015 en el Taller de Tipografía LDCV donde se debía representar en los paneles la esencia del recorrido de dicho ómnibus.

Grupo: Victoria Díaz, Silvia Berrueta, Belén Olivera, Cecilia Sanabria, Gerónimo Lamas, Victoria Torrazza, Alfonsina Fernández



# 2

## Diseño de revista "Pedal"

Proyecto grupal realizado en el año 2015 en la materia opcional Diseño Editorial en FADU.

Grupo: Nadia Ostraujov, Soledad Brito, Ines Rovira, Victoria Diaz.



BARRIO

## COLECTIVO LICUADO

Pablo Lopez

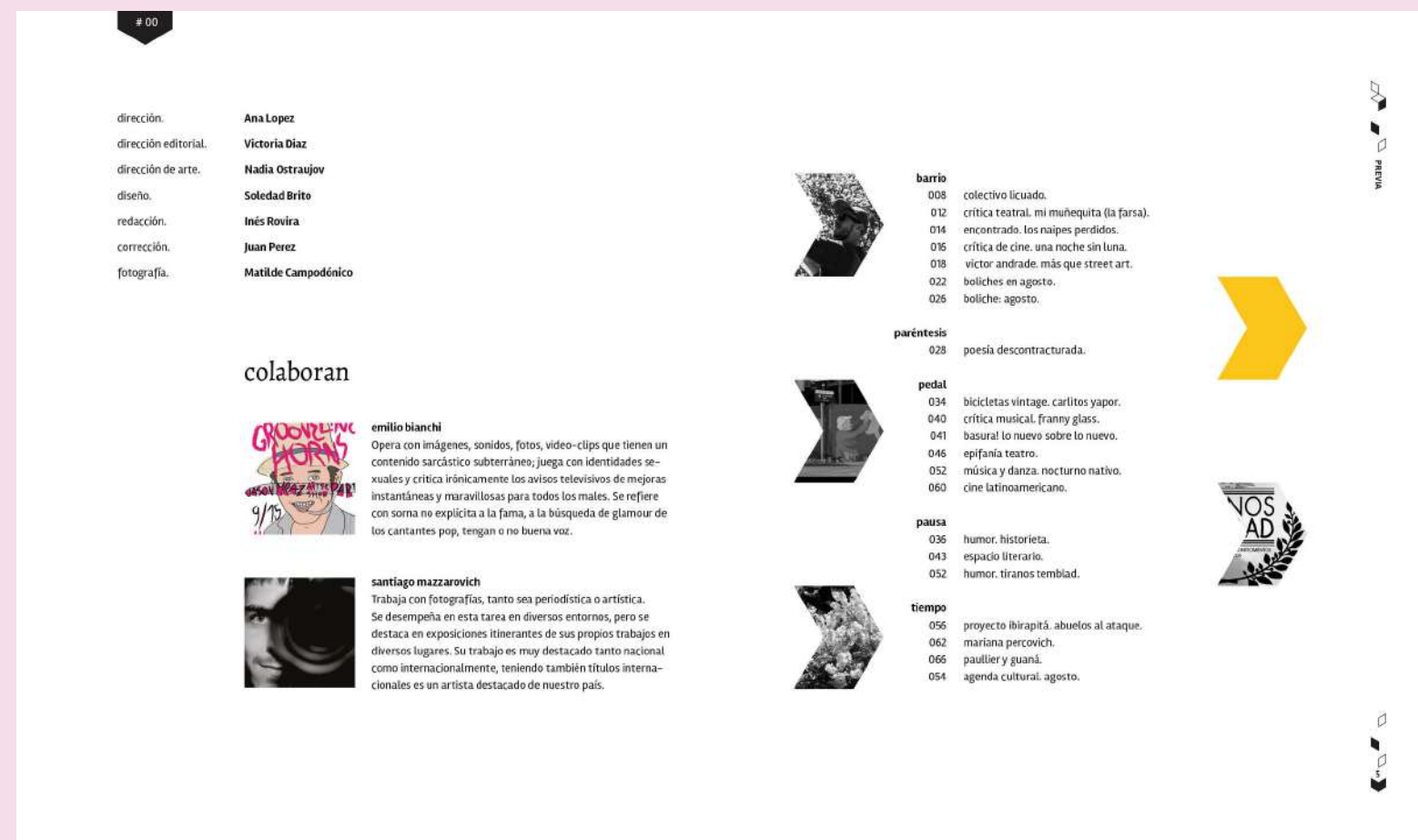
ES CADA VEZ MAYOR LA PROFESIONALIZACIÓN DE ARTISTAS DEL GRAFFITI, ESTO CONLLEVA A LA INSTITUCIONALIZACIÓN DEL PASAJE Y TRANSICIÓN EN ESPACIOS FORMALES

El mundo del graffiti y el street art es más complejo y rico de lo que piensa de primer momento. El conflicto sobre si el street art es la manifestación artística fuera del white box o un acto vandálico, está presente, pero no debe verse todo como negro o blanco, sino desde los matices grises. Seguramente podrían discutirse más elementos, aquí una primera aproximación. La propuesta se basa en la investigación doctoral que actualmente se lleva a cabo con foco en las ciudades de Barcelona y Montevideo.

**UNA MANIFESTACIÓN ILEGAL.** Una manera práctica y rápida de ver estas manifestaciones es como formas de realizar arte en el espacio público de manera ilegal. Esta afirmación es parcial para los tiempos que corren, si bien podría considerarse en algunos casos la legalidad, no puede analizarse este fenómeno únicamente por este camino. Por ejemplo, si hacen obra en los vacíos urbanos que va dejando la ciudad baldíos, muros de casas tapeadas, estructuras urbanas en desuso, edificios industriales abandonados, fábricas y depósitos

vacíos, entre otros) podría ser considerado acto ilegal? En todo caso, el aporte creativo siempre podría ser bienvenido más que negativo para la ciudad. De la misma manera, podría ser considerado ilegal si el dueño o dueño de una casa deja que sea pintada parte de su fachada? Sucede en muchos casos que estos artistas sobre todo los que se autodenotan como "muralistas" y "artistas del graffiti" generan obra en muros cedidos por los propios vecinos.

Foto: Martín Campodónico



TIEMPO

## plan ibirapitá abuelos al ataque

Ana Martínez

EN UN MARCO FESTIVO CON LA PRESENCIA DE CIERTOS DE JUBILADOS, SE HIZO ENTREGA DE LAS PRIMERAS TABLETS, CONJUNTO CON LA PRESENCIA DE PRESIDENTE Y EL DIRECTOR DE IBS.

El Presidente Vizcarra lanzó en esta jornada el programa Ibirapitá, propuesta que integra el Plan Nacional de Gobierno Digital. El secretario de la Presidencia, Juan Andrés Roballo, afirmó que "este acto quiere constituir un homenaje a Artigas y su legado". Agradeció la adhesión de las instituciones educativas públicas privadas que participaron en el plan. "Me imagino a mi hermana un día de invierno, con lluvia y con frío, sola, que con una tableta pueda hacer algo tan simple como ver una película y sentirse acompañada. O ponerse en contacto con otro viejo y encontrar una compañía, un apoyo". Roballo indicó que el objetivo del programa Ibirapitá apunta a mejorar la "calidad de vida de las personas". Destacó la importancia

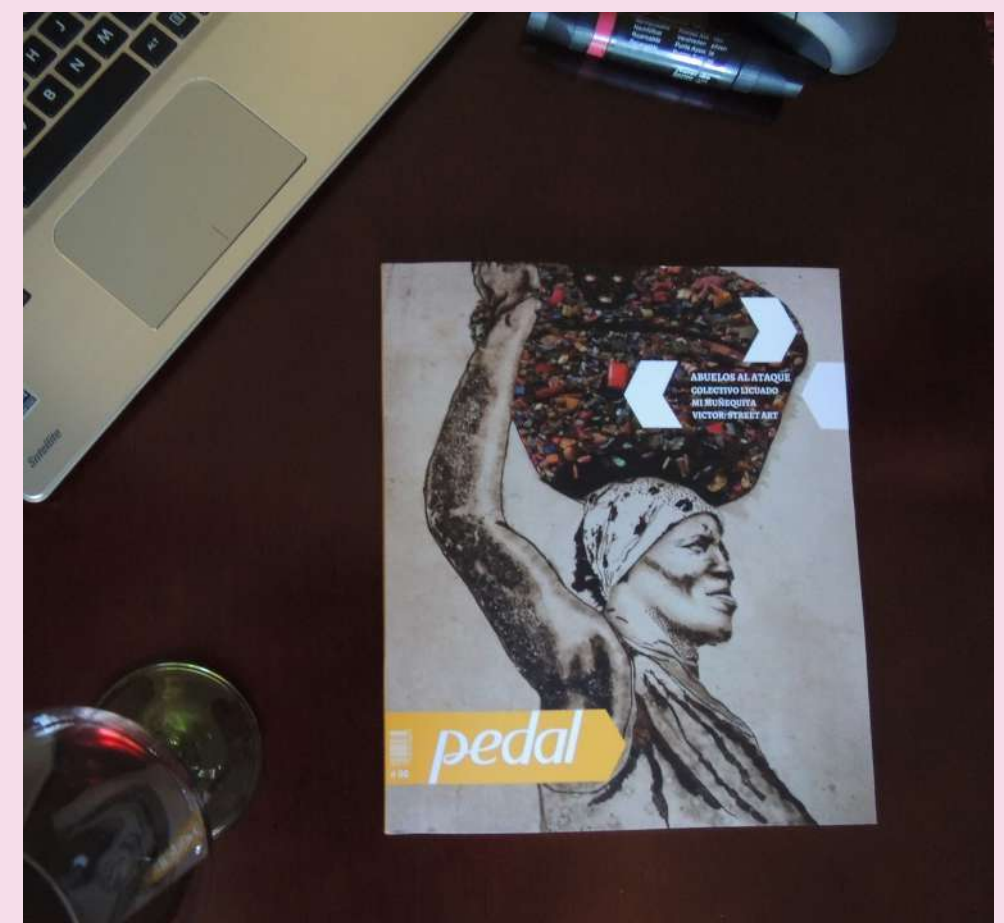
del trabajo interinstitucional y el impulso participativo de niños y jóvenes que se integran al de manera solidaria al Programa. También leyó una misiva enviada por la Administración Nacional de Educación Pública, la Asociación de Educadores Cívicos y la Asociación de Instituciones de Educación Privada, mediante la cual saludaron el lanzamiento del plan y aseguraron que será un "ámbito de expresión de la solidaridad intergeneracional, donde los niños y ayudarán a sus abuelos a participar activamente de la sociedad de la información". Por su parte, el vicepresidente, Emil Sena, dijo que este es un paso fundamental para incluir a quienes están lejos de las redes sociales y las nuevas tecnologías, a fin de que accedan a una serie de servicios a través de estas tablets.

Las terminales incluyen un sistema operativo de utilización accesible y permiten el acceso a áreas de interés como libros, diccionarios, juegos, software con acceso a servicios de salud y trámites públicos. El presidente del Plan Ceibal y responsable del Plan Ibirapitá, Miguel Brechner, señaló que los primeros beneficiarios fueron elegidos en conjunto con el IBS de modo que fueran accesibles para poder hacerlos equitativos hasta a quienes. Durante este tiempo los jubilados serán evaluados para luego poder hacer los ajustes que sean necesarios en las tablets y comenzar entregando.

"La verdad es que no sé nada de este, pero con las ganas que tengo, creo que voy a donar mucho en hacerlo. Hay que poner paciencia y ganas" -Martín

La Administración Nacional de Educación Pública (ANEP) como los colegios privados se pusieron a disposición para colaborar con el programa que permitirá a sus docentes y alumnos acceder a las acciones a usar sus tablets.

Foto: Martín Campodónico



# 3

## **Proyecto final de carrera - LDCV "MUNHI" - Museo Histórico Nacional**

Proyecto realizado entre el año 2016 y 2017, en el marco del Proyecto Final de Carrera de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual. Fue un proyecto de extensa investigación y desarrollo, apostando a la innovación, la

creatividad y a la aplicación real de gran parte de los conocimientos adquiridos durante la carrera (referentes por ejemplo a: identidad de marca, branding, estrategia comunicacional, piezas de orden editorial, web, aplicación móvil y soportes físicos tradicionales, como lo son afiches, folletos, banners, etc.). Se basa en la

utilización de las llamadas Identidades Visuales Flexibles, que permiten que el diseño pueda modificarse y amoldarse, a medida que la empresa cambia. Se muestran aquí un resumen muy breve de las diferentes piezas gráficas que dan cuenta de la identidad visual del MUNHI y visibilizan su funcionamiento.

LOGOTIPO

---

**M U N H I**

Museo **H**istórico Nacional

**M U N H I**

Museo **H**istórico Nacional

**M U N H I**

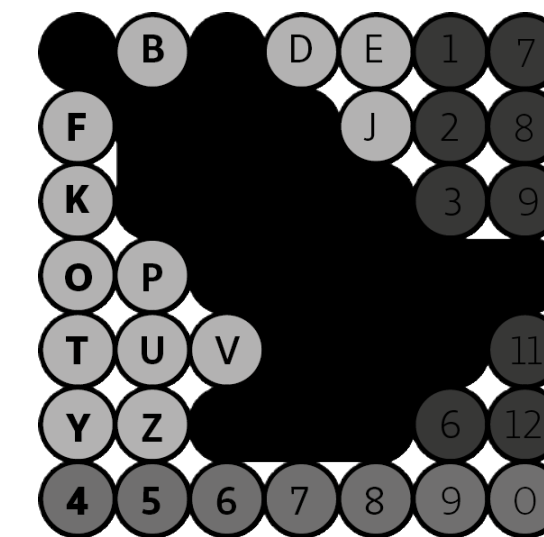
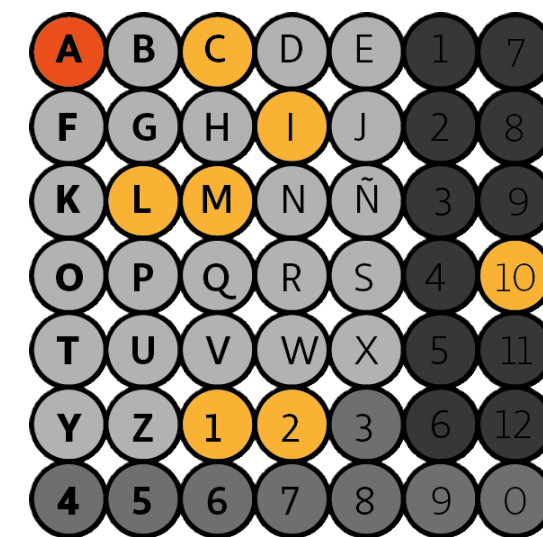
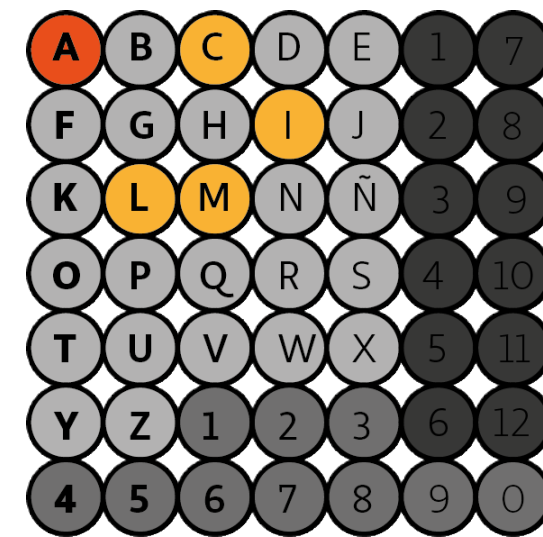
Museo **H**istórico Nacional

**M U N H I**

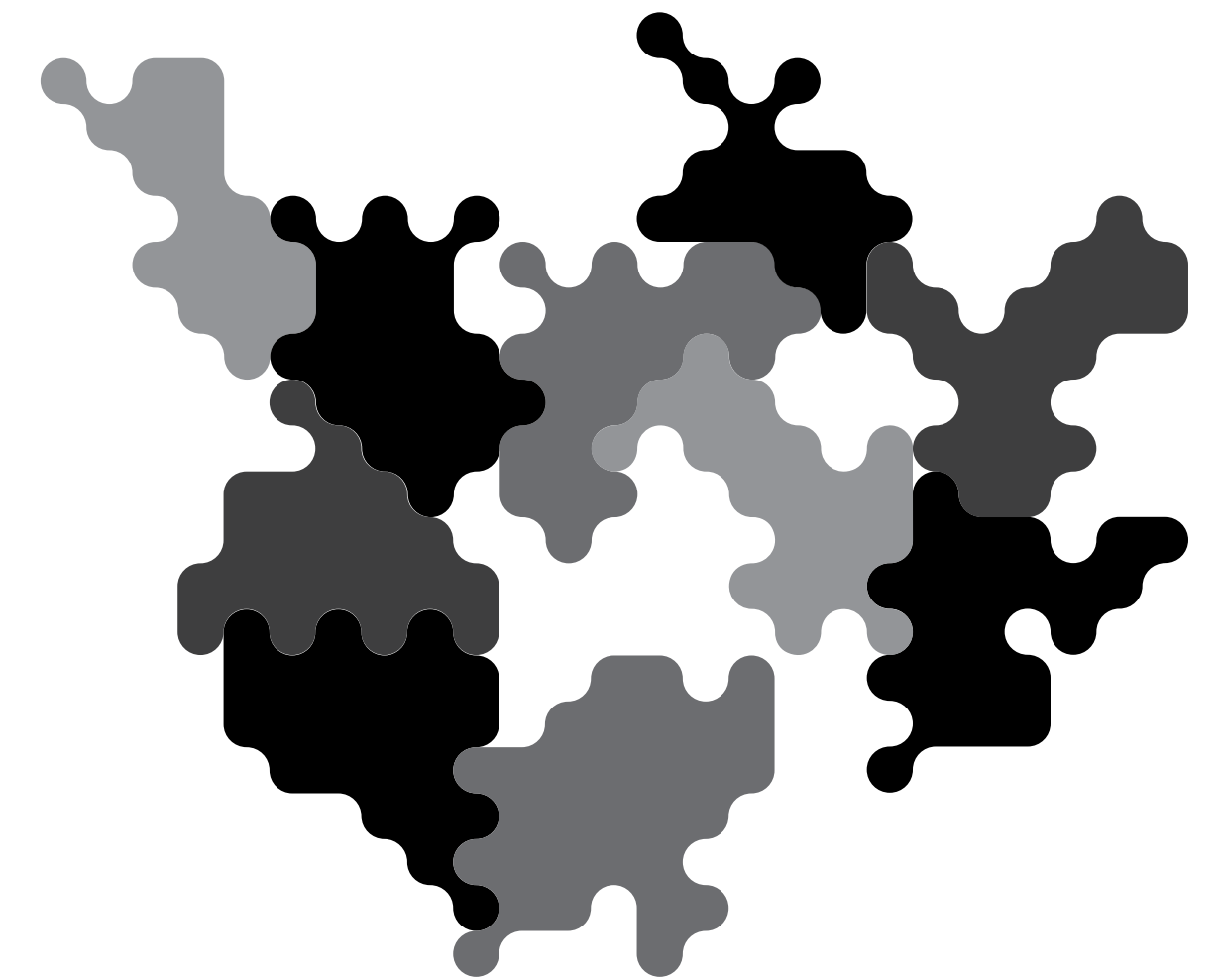
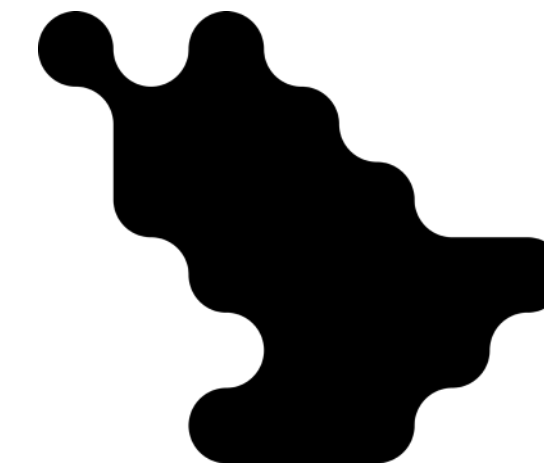
Museo **H**istórico Nacional

## GLIFOS PERSONALIZADOS

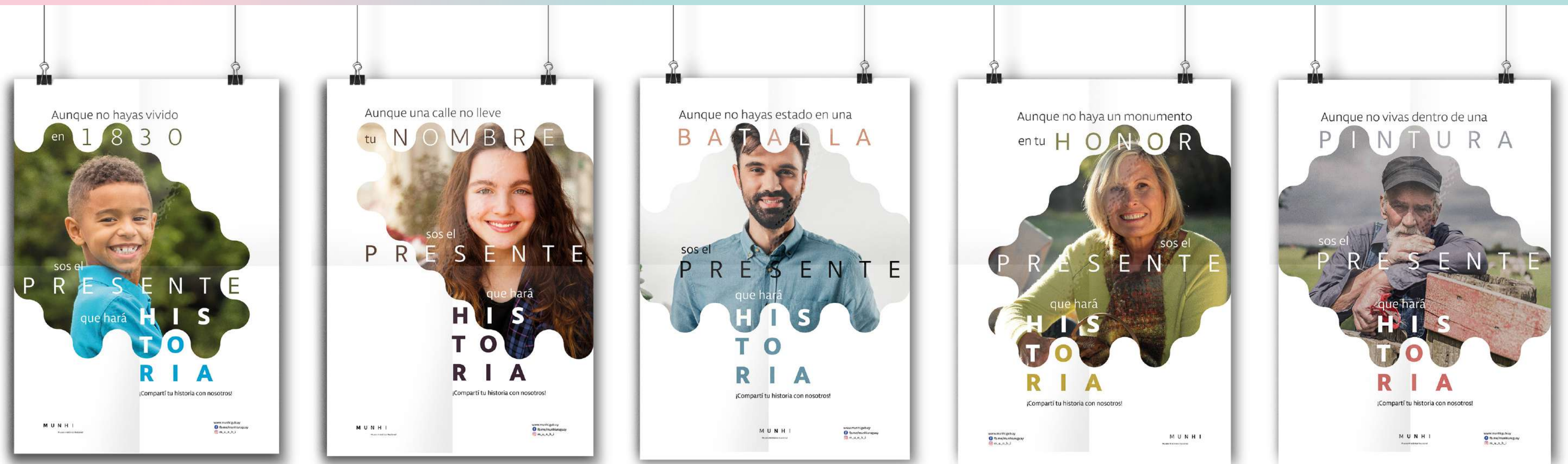
Se crea un glifo personalizado para cada usuario que participe en las actividades del museo, **conformándose el mismo con el nombre y fecha de nacimiento.** Este glifo es una pieza de puzzle, que unida a las piezas de otras personas, conforman el puzzle de la historia del Uruguay. **Esto genera cercanía y confianza con el público.**



Ejemplo:  
Nombre - Camila  
Fecha de nacimiento - 10/12



AFICHES





AFICHES



ALGUNAS ILUSTRACIONES DIGITALES

---



OTRAS PIEZAS



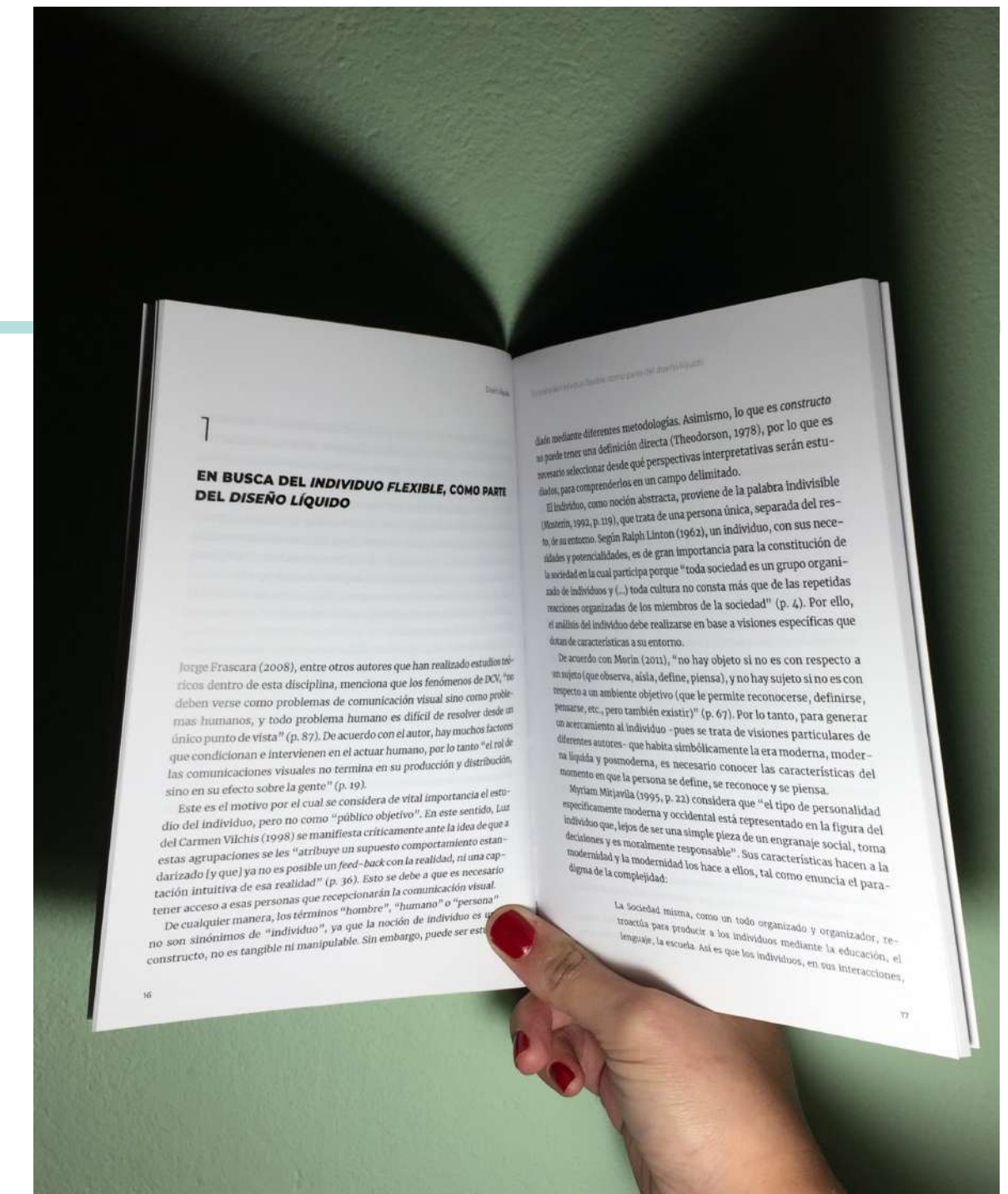
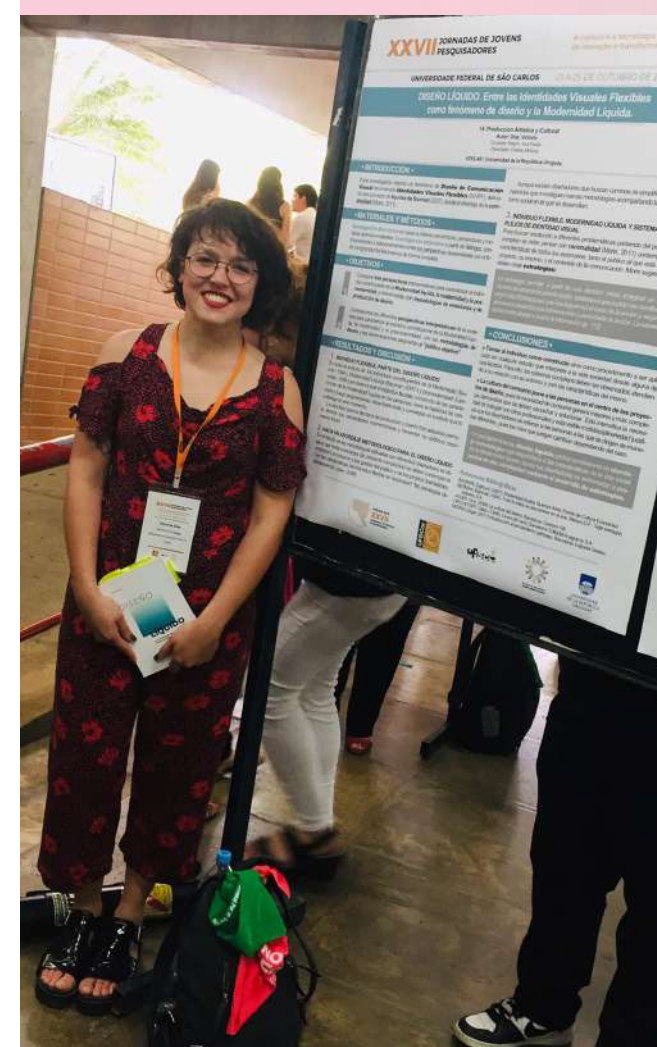
4

## Tesis: Diseño Líquido. Entre las identidades visuales flexibles como fenómeno de diseño y la modernidad líquida.

Diseño de libro.

La tesis fue seleccionada y presentada en modo poster en las XXVII Jornadas Jóvenes Investigadores de la AUGM. Al cierre del evento recibí una mención por la investigación.

Grupo: Ana Paula Negrin y Victoria Díaz



# Trabajos Independientes

1

### Identidad para SFRC / 2018

Proyecto realizado por pedido de la Sociedad Fomento Rural de Cercanía. Consistió en la realización de un nuevo logo, sistema de pictogramas, y piezas de papelería.

Equipo: Ana Paula Negrin, Belén Olivera, Natalia Vilanova y Victoria Torraza.

#### LOGOTIPO Y PICTOGRAMAS

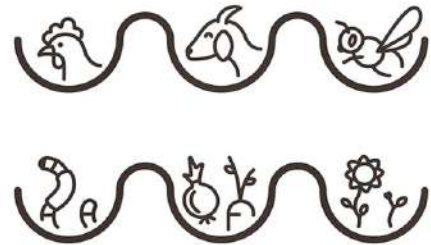
Sociedad Fomento Rural de  
**CERCAÑÍA**



PIEZAS

Sociedad Fomento Rural de  
**CERCAÑÍA**

Fomentamos la unión, el trabajo  
y la productividad



sfrdecercania@gmail.com



## ¿Cuáles son nuestros objetivos?

Fomentamos el desarrollo del agro, la industria y el cooperativismo en la zona en que ejercemos acción. Prestamos servicios de apoyo a la producción y a los habitantes de la misma zona. Promovemos la unión para procurar la solución de los problemas comunes. Respal damos la actividad productiva de nuestros socios, zando programas de producción.

de asistencia técnica, exposiciones, concursos, conferencias y reuniones con participación de técnicos y productores. Formulamos iniciativas y coordinamos la acción de conjunto. tendientes a la creación, instalación y funcionamiento de instituciones, obras y servicios públicos y privados, que impulsen el desarrollo de la zona y eleven el nivel de vida de la población. Difundimos por todos los medios que tenemos a nuestro alcance la enseñanza, especialmente la agraria.

## ¿Cómo trabajamos?

Somos un grupo humano con fuerza, con ganas de trabajar en equipo por el bien de todos. Querremos hacer la diferencia en nuestros productos y en la forma de producirlos, poniendo énfasis en la forma como los presentamos ante nuestros consumidores. Intentamos ser lo más abiertos posible, donde la comunicación interna fluya y no exista el temor del saber cómo poder. Donde los integrantes tengan las mismas posibilidades de participar, donde la opinión de todos es escuchada y tomada en cuenta.

## ¿En qué rubros nos desempeñamos?



Agricultura Pecuicultura Apicultura Horticultura Viticultura



**Cabaña del Estero**



Sociedad Fomento Rural de  
**CERCAÑÍA**

2

### Identidad para Inmobiliaria Americana

Proyecto realizado por pedido de Inmobiliaria Americana. Consistió en la realización de un nuevo logo, papelería, carteles callejeros, etc.

Equipo: Natalia Vilanova y Victoria Torraza.

#### LOGOTIPO Y ELEMENTOS BÁSICOS

**IA** Inmobiliaria  
Americana





PIEZAS



PIEZAS



**IA** Inmobiliaria Americana  Mirá las fotos acá >

**VENDE**  
**094 859 596**



**IA** Inmobiliaria Americana  Mirá las fotos acá >

**ALQUILA**  
**094 859 596**



**IA** Inmobiliaria Americana

Compra-venta  
Administración  
Alquileres  
Inversión

Disfrutá cada momento,  
nosotros nos encargamos del resto.

099 198 822  
Colonia 981 apt. 903  
info@americanainmobiliaria.com

# 3

## Logotipos (sin desarrollo de identidad)

Selección de trabajos pequeños realizados para clientes/amigos.

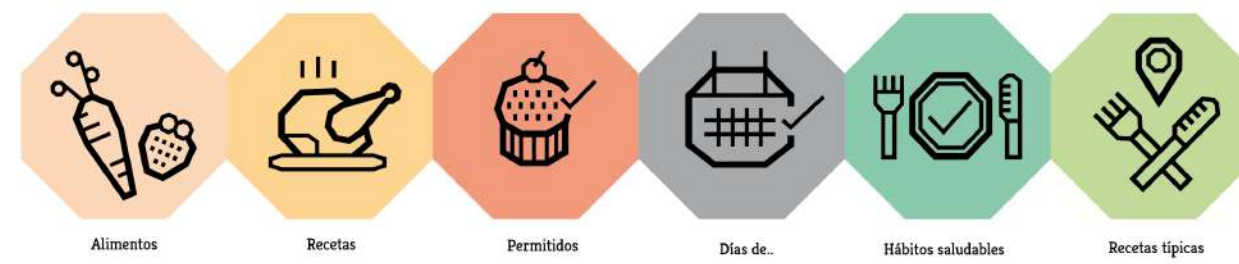
MAIAMENDI.MUA



# 3

**Logotipos (sin desarrollo de identidad)**  
Selección de trabajos pequeños realizados para clientes/amigos.

NUTRITIONEM

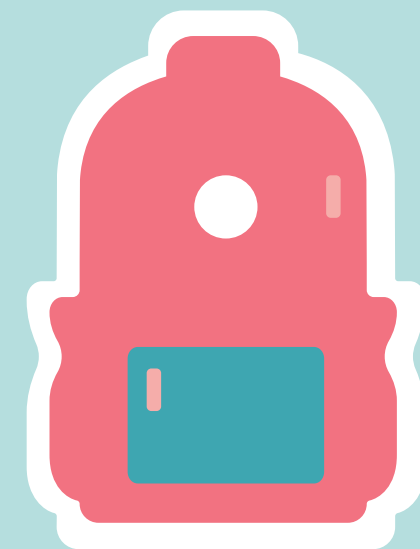


# 3

## Logotipos (sin desarrollo de identidad)

Selección de trabajos pequeños realizados para clientes/amigos.

### EL TAL VIAJE



Solo iso



4

**Propuestas logo Rifa Arquitectura  
Generación 2016**

Se presentaron las tres propuestas aquí  
expuestas y la que se verá en primera instancia  
recibió la primera mención (cuarto lugar).

---

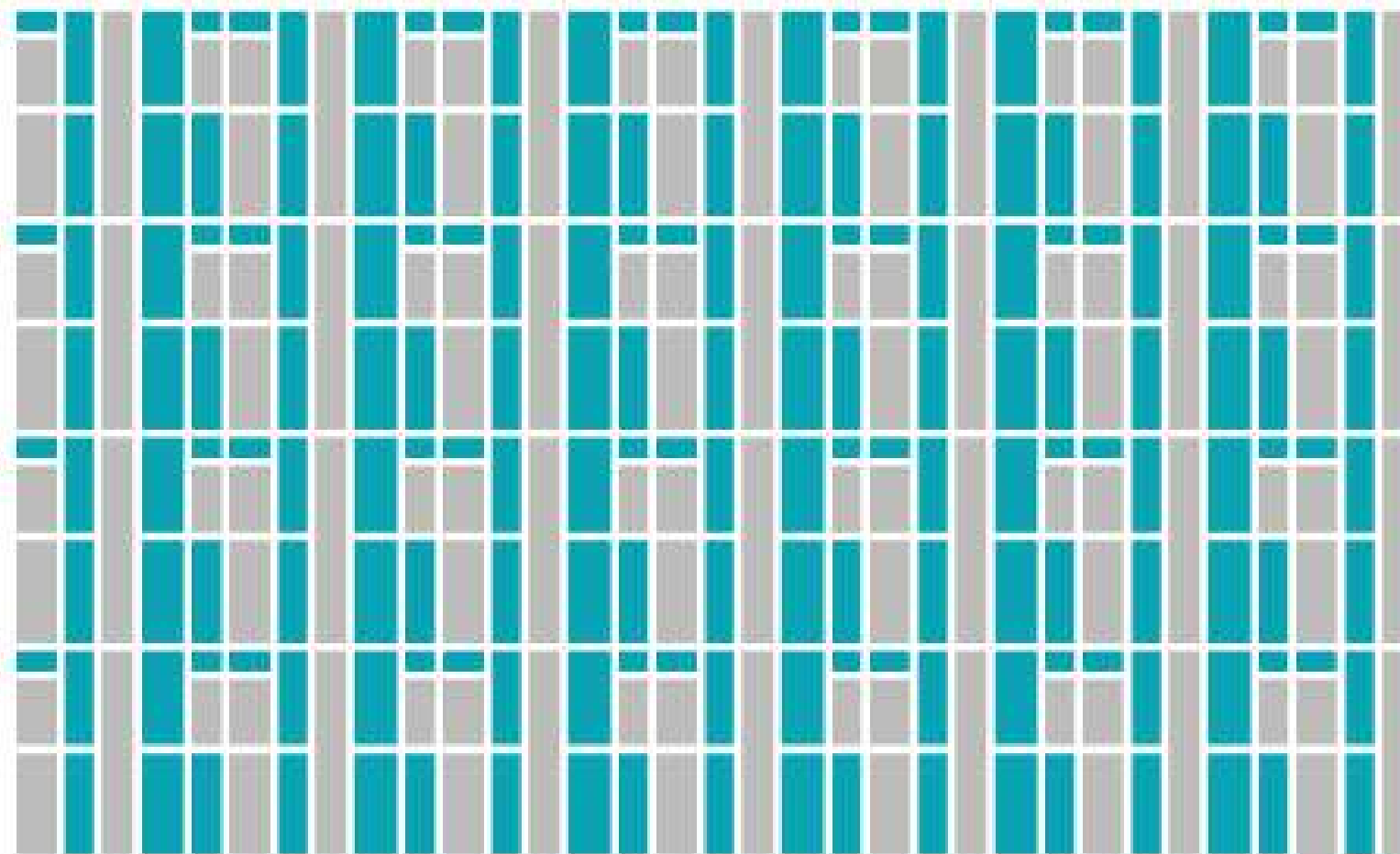


# Arquitectura Rifa Gen.16



La base de esta propuesta es la figura de la ventana, en un momento cultural internacional en el que la ventana es mucho más que una abertura para iluminación y ventilación, ahora la ventana es nuestra forma de salir sin estar afuera, de ver lo que pasa, ser parte, pero desde adentro, desde el lugar seguro. En esta propuesta se toma de base las características de las ventanas de Le Corbusier representando el número de la generación.









# Arquitectura Rifa Gen'16



Arquitectura  
Rifa Gen'16

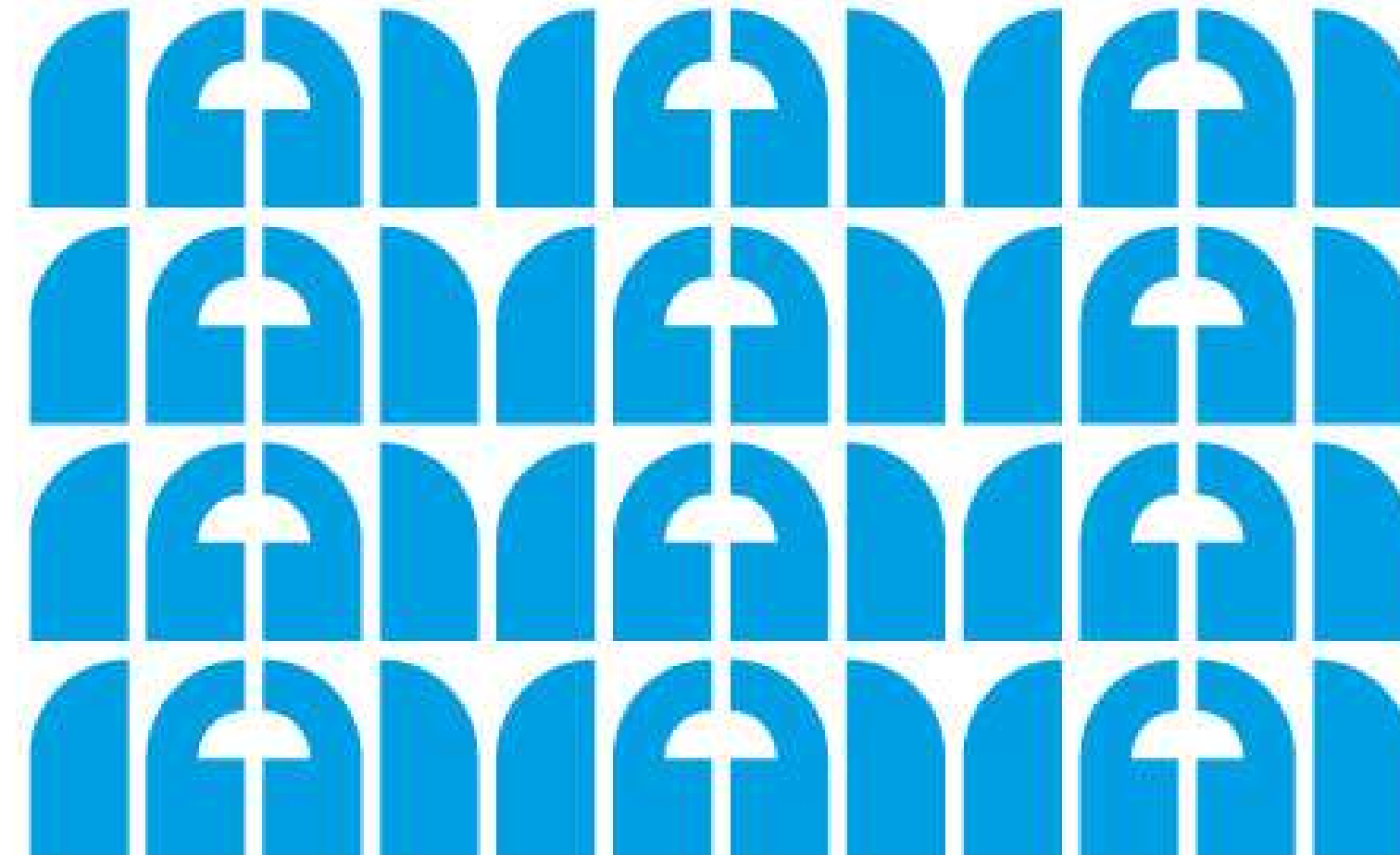
Esta propuesta ofrece un juego tipográfico representado con símbolos (las comillas). Estos símbolos no solo presentan el número 16 sino que hacen también alusión a fragmentos de puertas, diferentes, una con ventana y otra no, pero conectadas. La tipografía no es modificada, pero sí se sustituye el símbolo "comilla" para que adquiera coherencia.



Arquitectura  
Rifa Gen'16

 **Arquitectura**  
Rifa Gen'16

 **Arquitectura**  
Rifa Gen'16





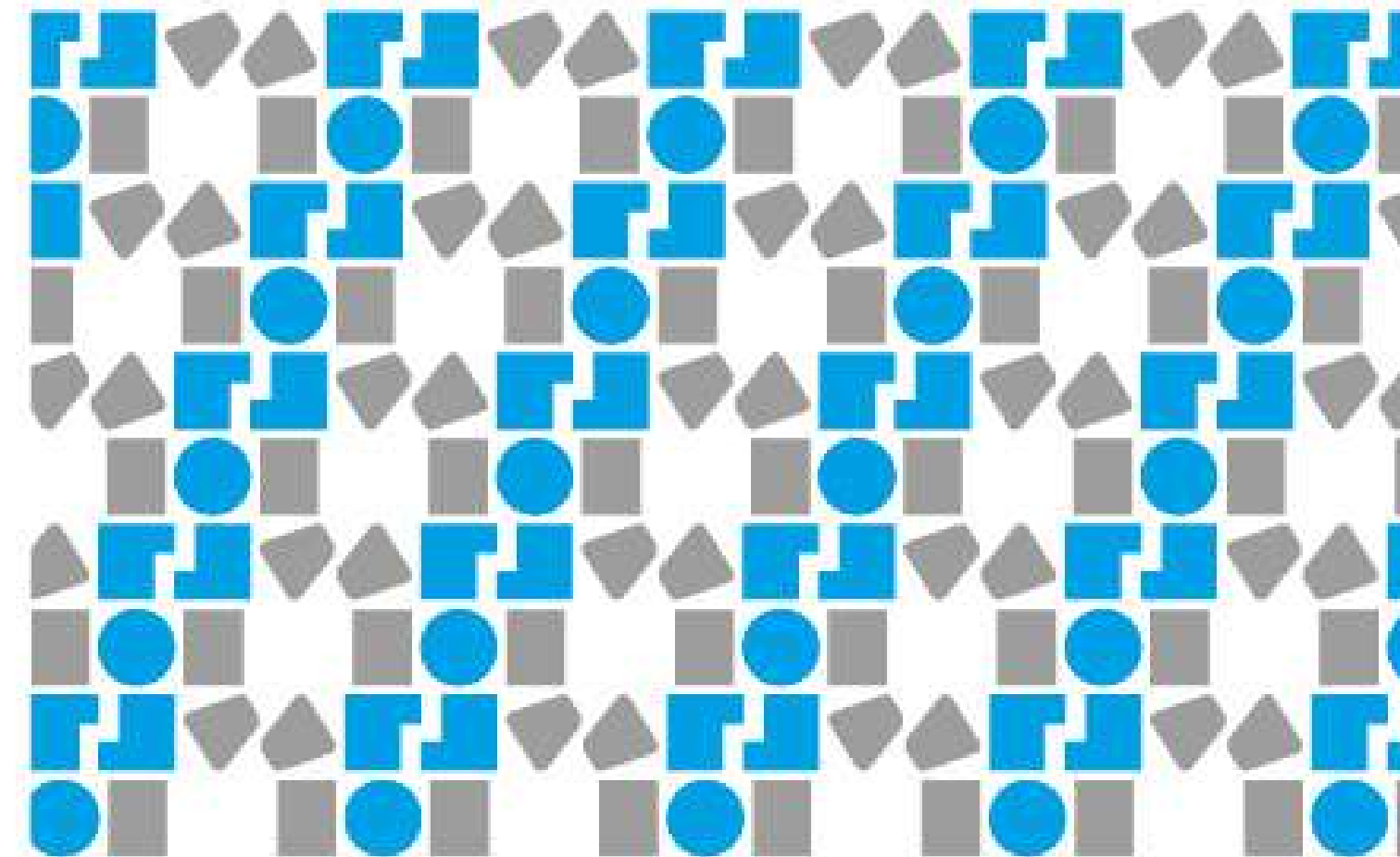
# Arquitectura Rifa

## Generación 2016



Esta propuesta busca mostrar mediante un mosaico, la abstracción de diseños característicos de ventanas que caracterizan a cuatro diseñadores muy trascendentes en la historia de la arquitectura. Estos son (de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo): Toyo Ito, Steven Hall, Le Corbusier y Rem Koolhaas. Además se busca mostrar la construcción del número 16 que representa a la generación.





5

**Propuestas de diseño para llamado abierto UTEC - 2020**

OBJETIVO: Convocar a taller COMUNICATE

PÚBLICO: Personas entre 18 y 35 años

OFRECE: Mejorar sus habilidades de comunicación

CONCEPTO A DESARROLLAR: Transformarse a través de la pantalla

Características:

Colores básicos CMYK (amplitud de público - juventud - alegría).

Fotos aspiracionales / estar conforme y feliz con lo aprendido.

Fotos en escala de grises (contraste fuerte con colores CMYK).

Tipografía condensada, con contraste fuerte con el fondo: Passion One.

Diagonales para representar el movimiento de la transformación.

LOGO REPRESENTATIVO



PIEZAS:  
Mailing

**COMUNICATE**

APRENDÉ UNA FORMA EFECTIVA PARA COMUNICAR TU PROYECTO O IDEA EN UN TIEMPO LIMITADO.

Aprendé cómo hacer un **pitch**.

Trabajá en **equipo**.

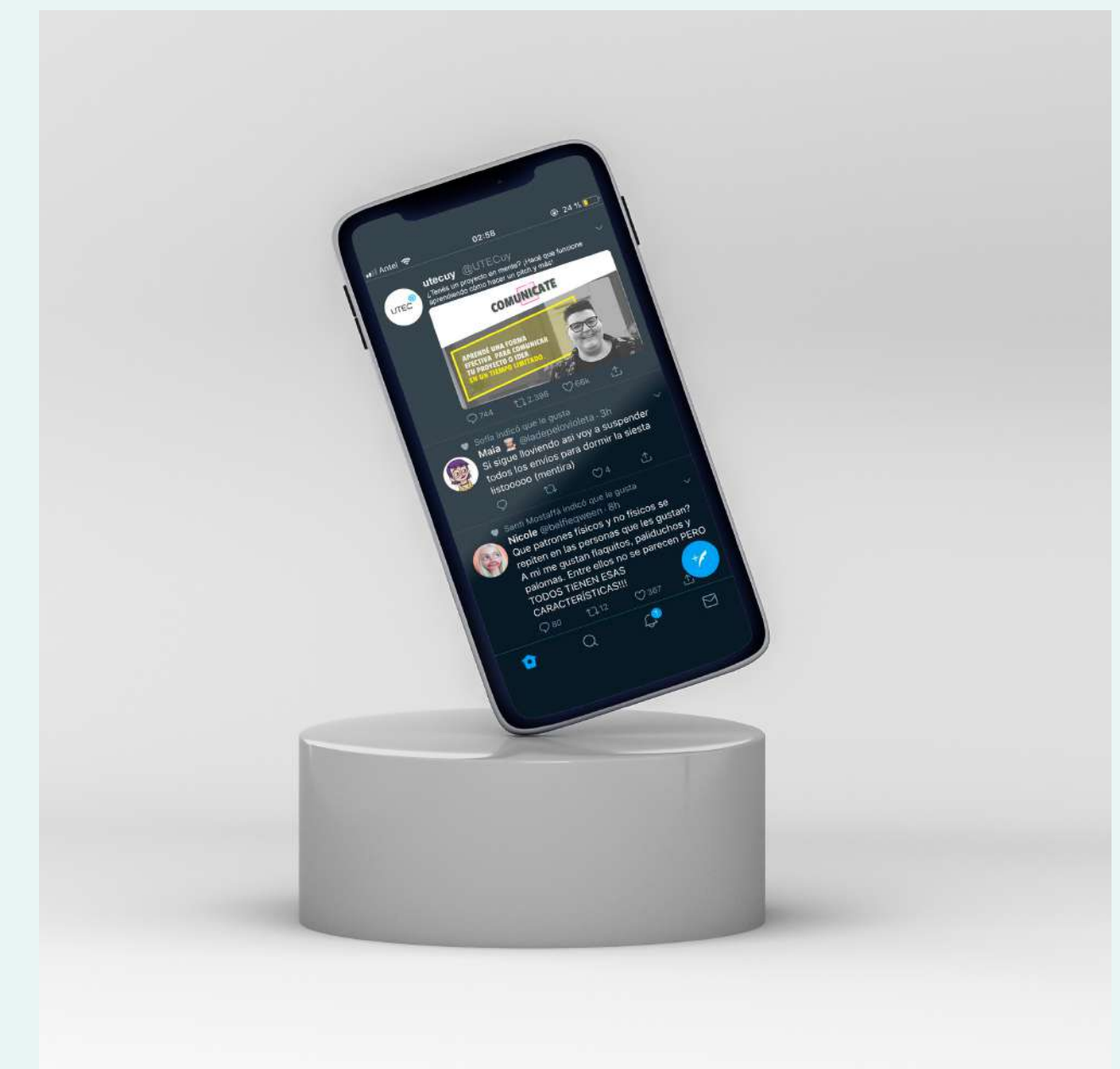
**UTEC**  
Universidad Tecnológica

**LUGAR:** Mercedes, Soriano .  
**MODALIDAD:** virtual .  
**FECHA:** julio 2020 .

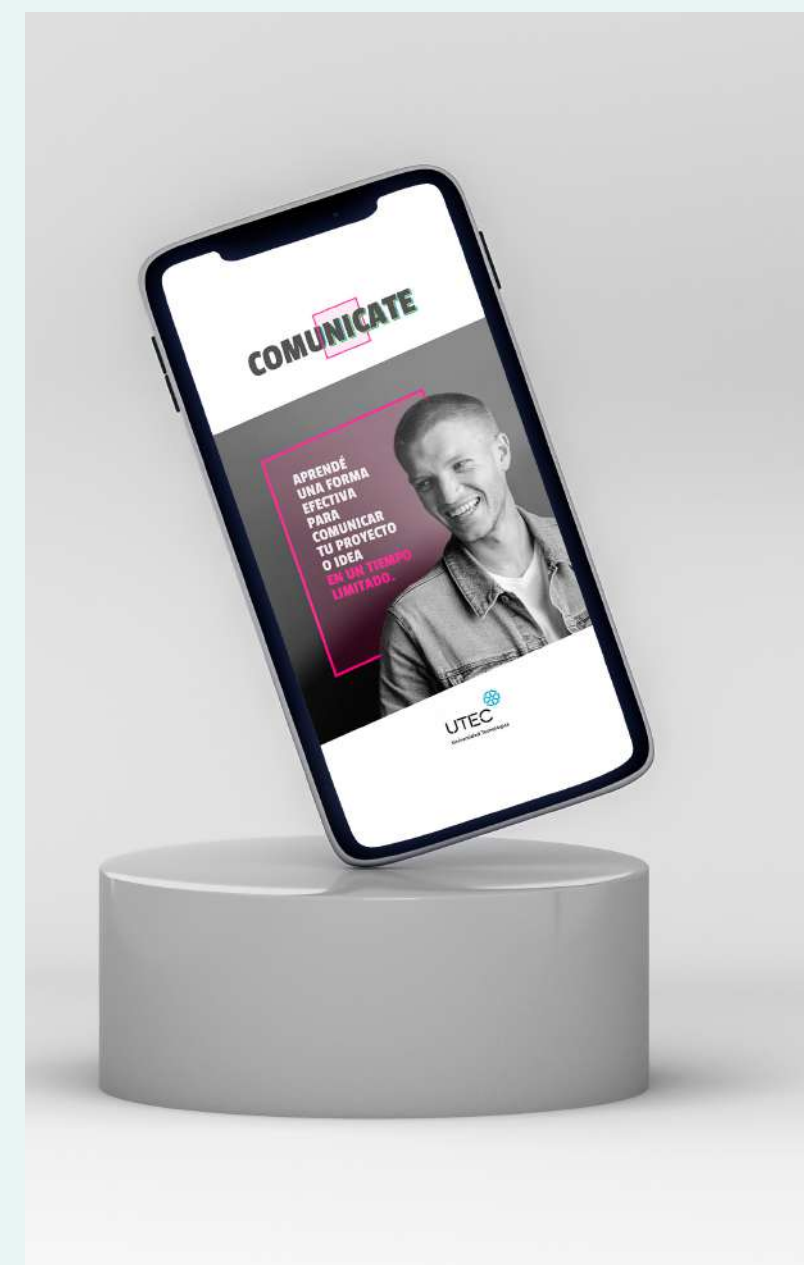
PIEZAS:  
Posteo Twitter

**COMUNICATE**

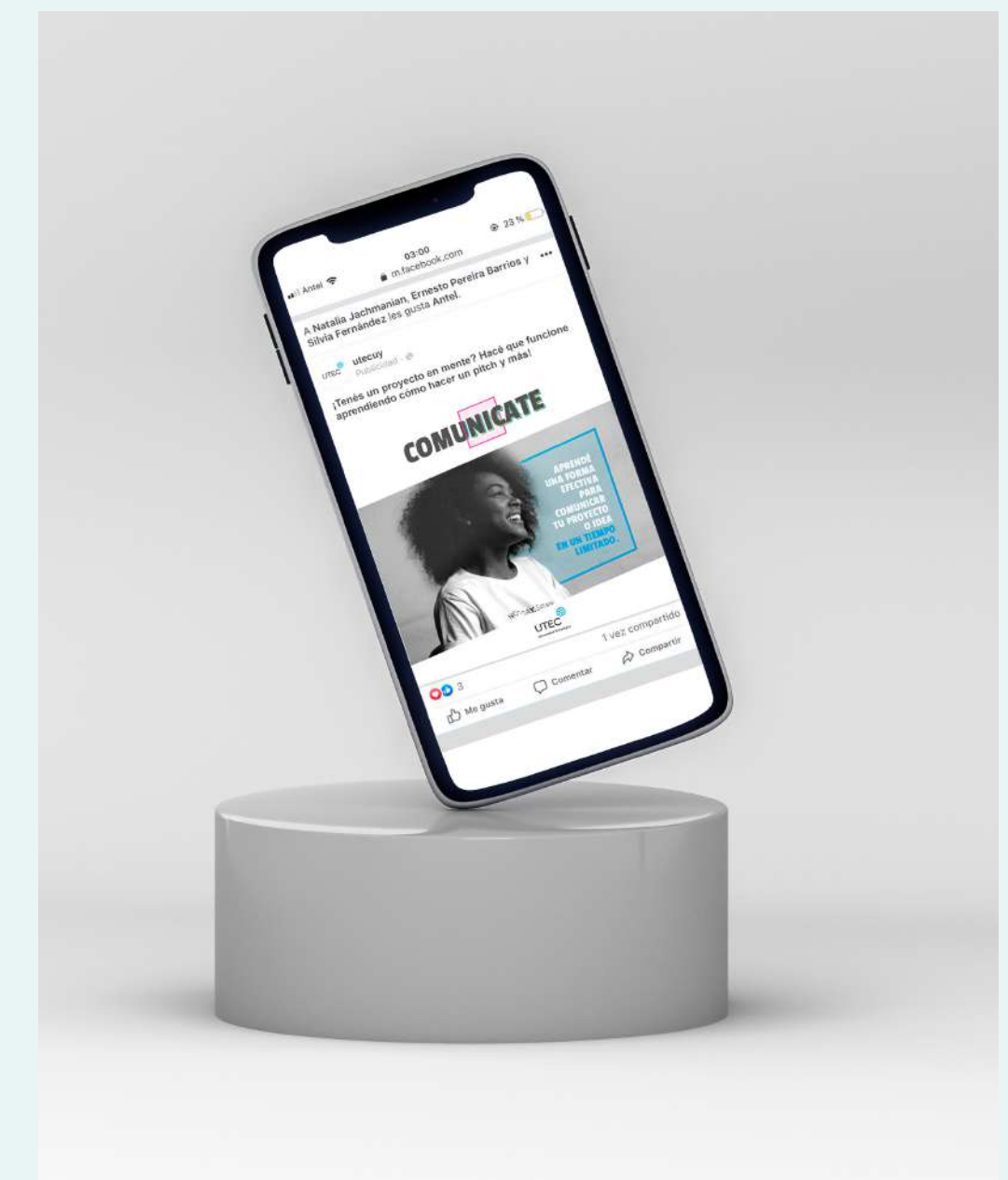
APRENDÉ UNA FORMA EFECTIVA PARA COMUNICAR TU PROYECTO O IDEA EN UN TIEMPO LIMITADO.



PIEZAS:  
Historia Instagram



PIEZAS:  
Posteo Facebook



6

**Diseño de identidad para Observatorio del derecho a la educación  
- proyecto de grupo de investigación de Facultad de Humanidades  
financiado por CSIC** (proyecto en construcción)

OBJETIVO: Convocar a taller CREAR IDENTIDAD DEL OBSERVATORIO con la visión posterior de realizar una página web y aparición en redes sociales. Proyecto realizado en conjunto con Natalia Vilanova.

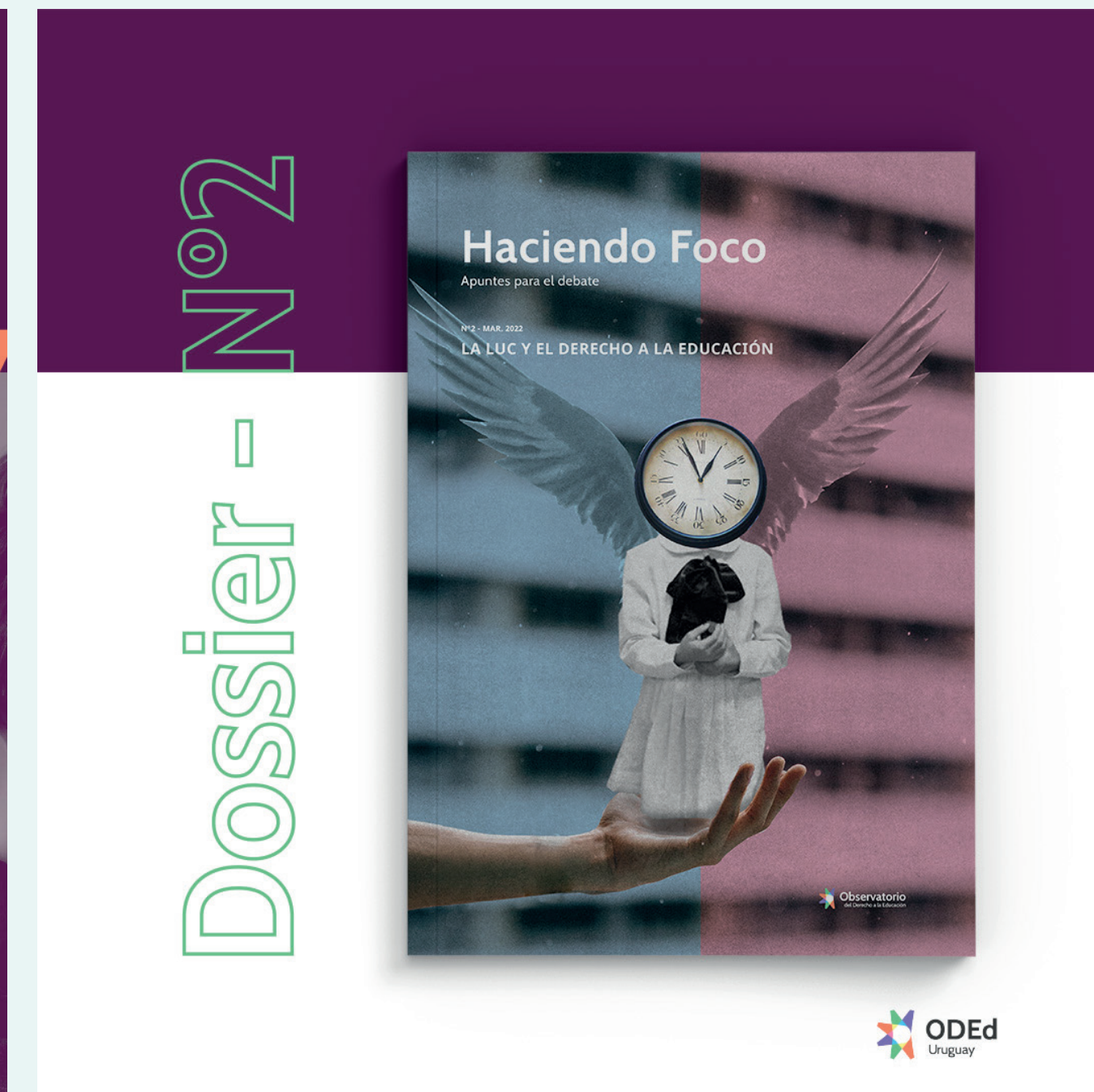
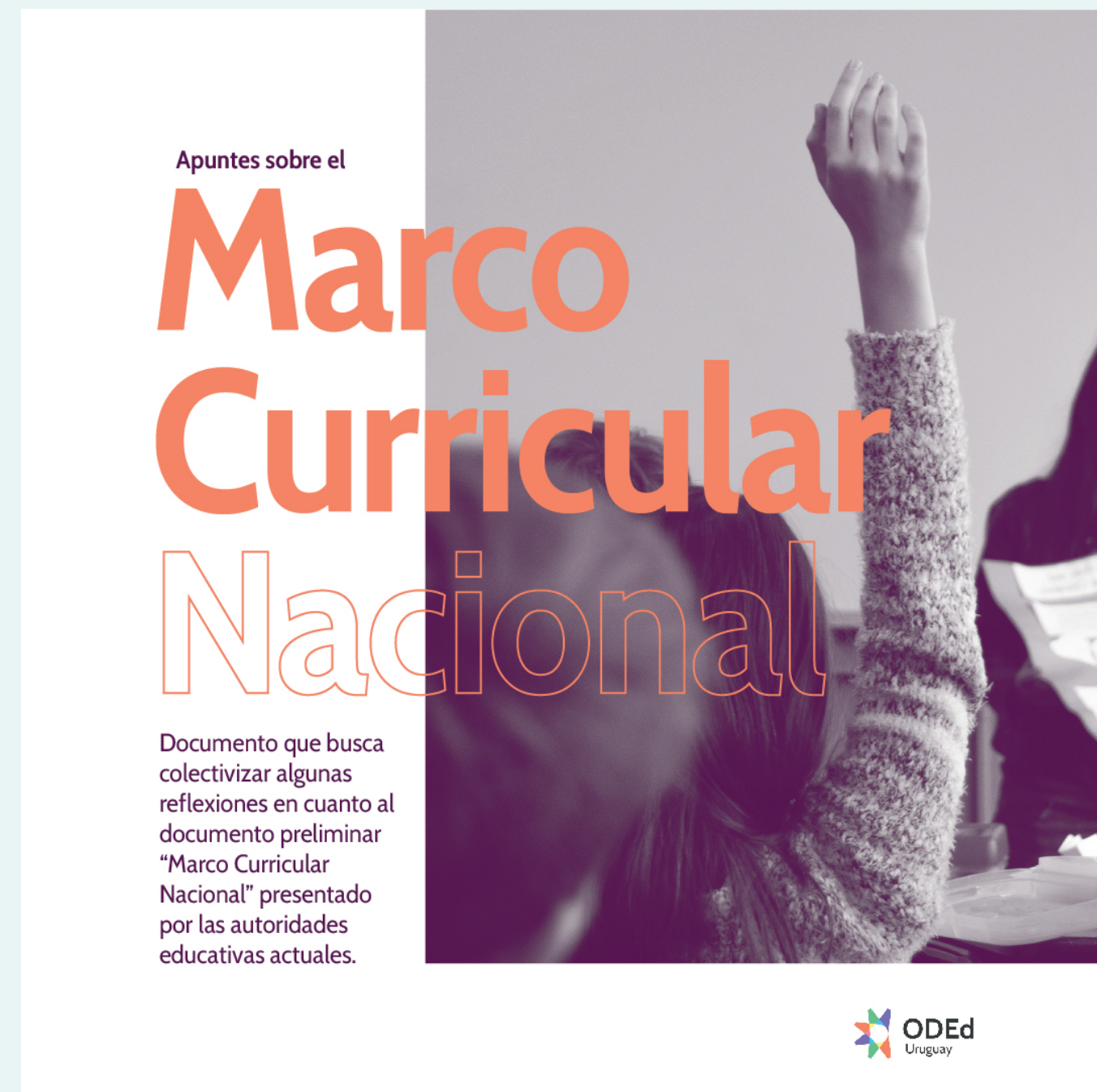
Trabajamos con el partido conceptual: DONDE SE ENTRECROZAN LAS VOCES PARA HACERSE VISIBLES.

LOGO





PIEZAS:  
POSTEOS REDES



En los siguientes links podrán ver todo el contenido realizado hasta el momento para RRSS:

[https://twitter.com/ODEd\\_Uruguay](https://twitter.com/ODEd_Uruguay)

[https://www.instagram.com/oded\\_uruguay/](https://www.instagram.com/oded_uruguay/)

7

## LOGO Y PICTOGRAMAS - EMPRENDIMIENTO OFELIA COMO EN CASA

Proyecto realizado en conjunto con Natalia Jachmanián



PIEZAS:  
Historias Instagram

# CONSERVAS

· dulces ·

Mermelada de tomate y ají ahumado

Lemon curd

Jalea de mandarina

Montserrat light 40 pts / interlineado 48 pts  
+ renglón de por medio entre productos

1 x 160  
2 x 300



# TARTAS

Cebolla y queso

Zapallo y ricotta

Brócoli, bondiola y queso

Jamón y queso

\$260



# PANES

Pan de campo ..... \$100

Pan integral con semillas ..... \$120

Puntos con espacios y justificado .... \$120

Ciabatta ..... \$60

Focaccia ..... \$120

cebolla y parmesano  
tomate fresco y olivas  
tomates secos y cebolla  
Montserrat light 30pts interlineado 47pts



# ANTOJOS

Coquito ..... \$130

Brownie ..... \$60

Pastafrola ..... \$130

membrillo  
dulce de leche  
arándano

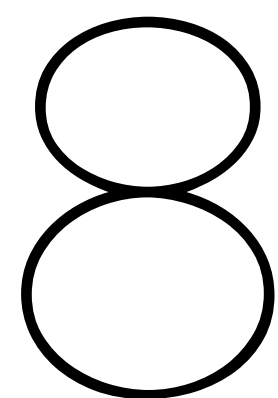
Budincito de chocolate y cerveza  
negra ..... \$60

Tarta de crema pastelera y almendras  
crocantes ..... \$130



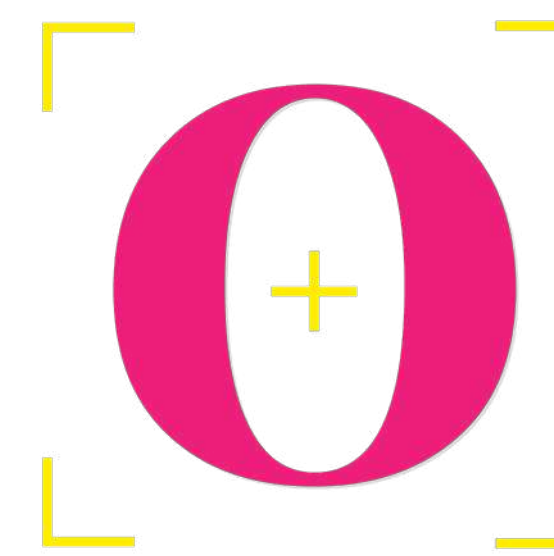
PIEZAS:  
Tarjetas personales



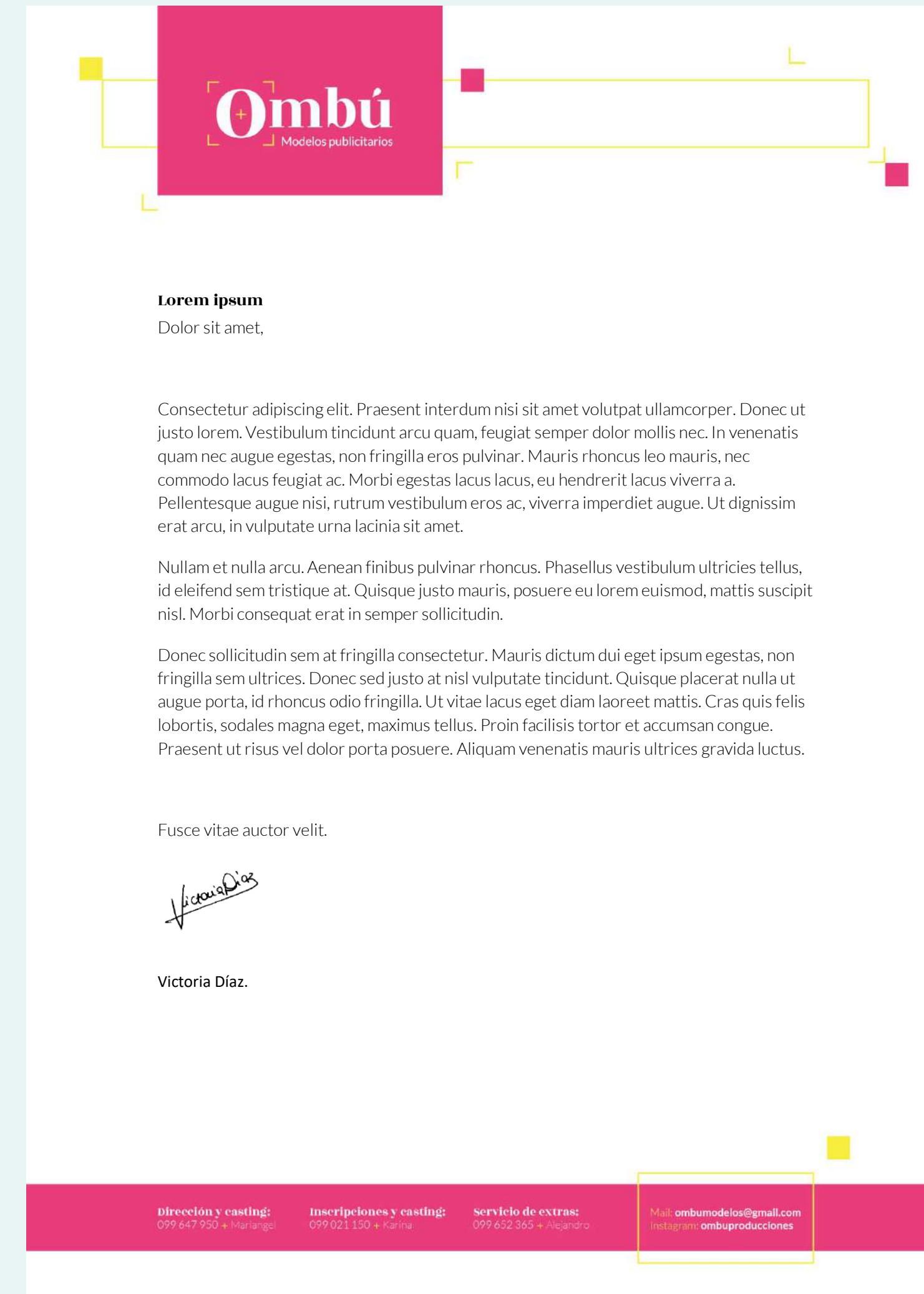


### LOGO AGENCIA OMBÚ

Agencia de modelos publicitarios.



PIEZAS:  
Tarjetas personales y  
hoja membretada



9

**IDENTIDAD PARA EVE SUAREZ FOTOGRAFÍA**

Emprendedora

Eve Suárez-

FOTOGRAFÍA

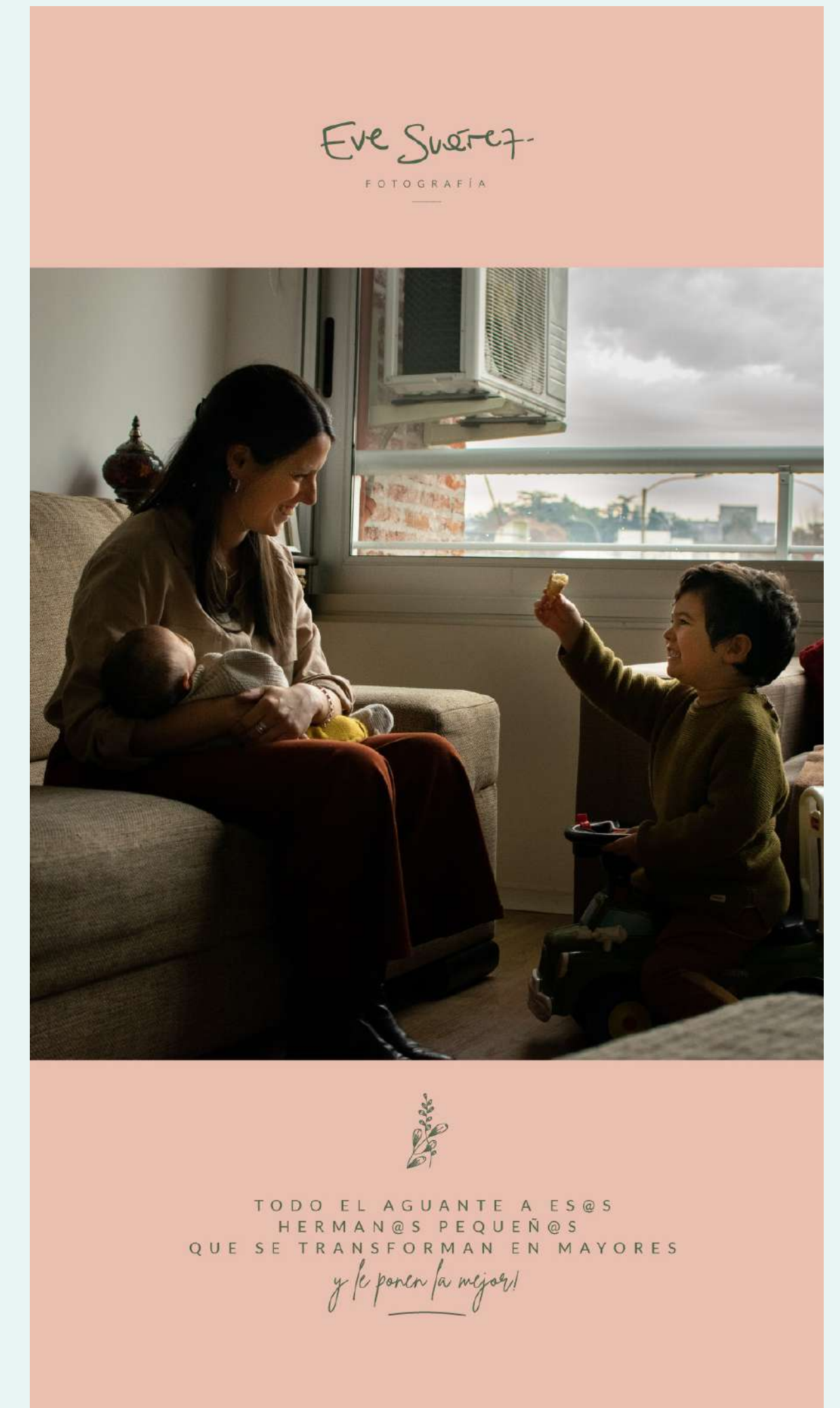
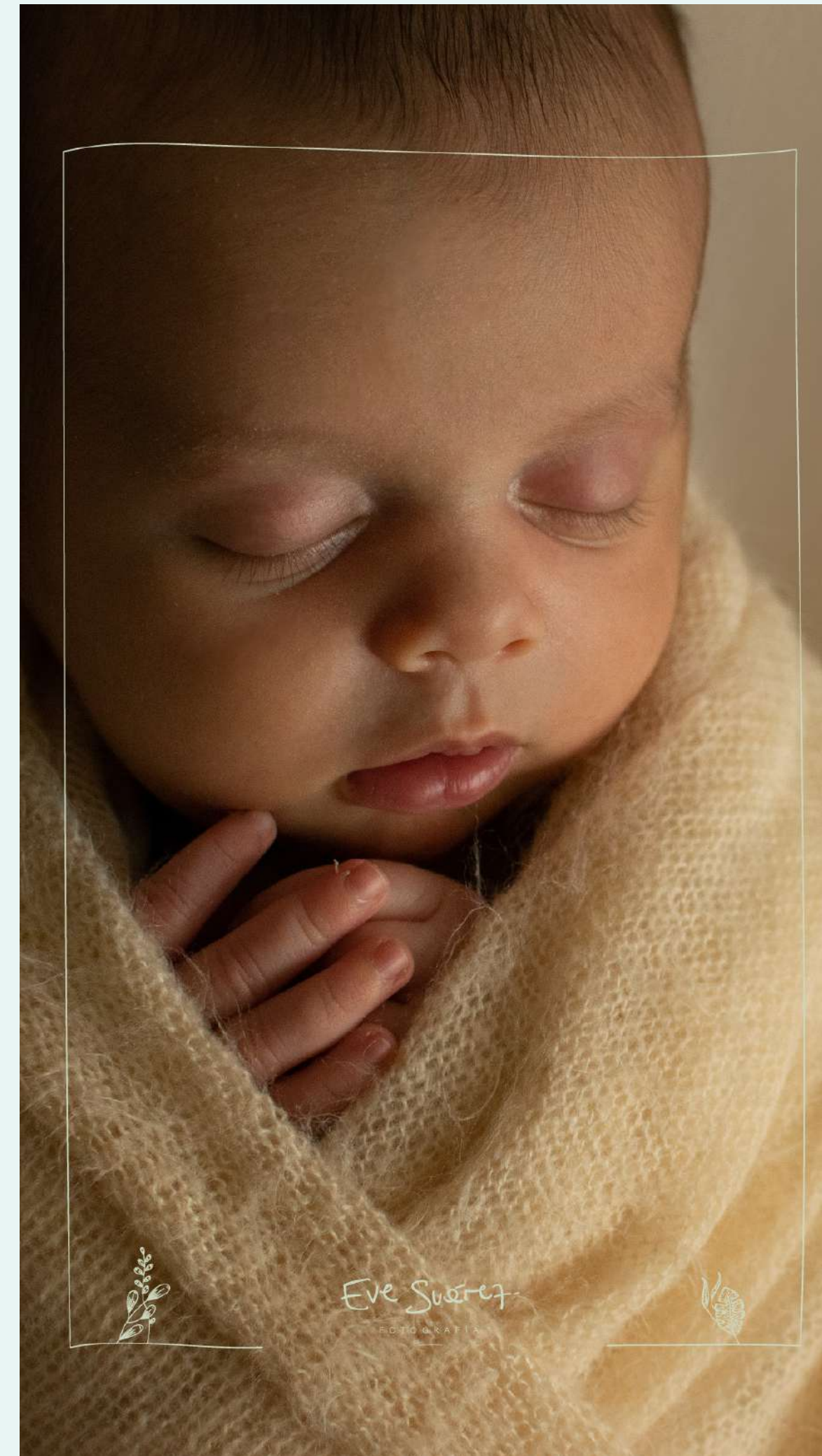
---

Eve  
Suárez-

FOTOGRAFÍA

---

PIEZAS:  
Perfil de Instagram,  
iconos historias  
destacadas e  
historias





PIEZAS:  
Ejemplos de posteos



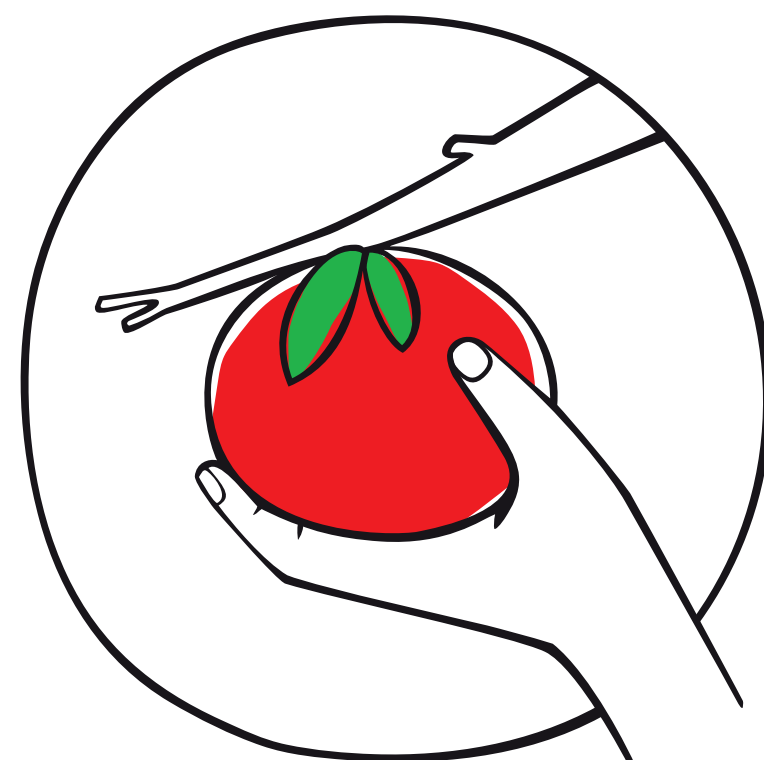
10

### Auste de identidad para "Verde Linda"

Chacra Orgánica

La identidad de base la realizó Natalia Vilanova, con quien luego la retomamos para hacerle ajustes gráficos en pos de mejorar el producto final.

LOGO



Verde Linda  
CHACRA ORGÁNICA

PALETA



Verde Linda  
CHACRA ORGÁNICA

## ETIQUETAS PARA PRODUCTOS

Verde Linda  
CHACRA ORGÁNICA



TOMATES  
cherry

CONT. NETO  
250gr.

LAVAR ANTES  
DE CONSUMIR



En Verde Linda respetamos los ciclos naturales de la tierra, cultivando alimentos de estación libres de fertilizantes, herbicidas y pesticidas químicos.

Buscamos recuperar el sabor natural de los alimentos para que te alimentes sano y rico.

Alimentarte  
**BIEN**  
- está en -  
**VOS**

seguinos en facebook!  
f [verdelinda](#)

099 264 023  
verdelinda@gmail.com

Ruta 7, km 69  
Camino Sanguinetti  
Canelones

Verde Linda  
CHACRA ORGÁNICA



MIX DE  
verdes

kale, rúcula, mostaza,  
lechuga morada

CONT. NETO  
100gr.

LAVAR ANTES  
DE CONSUMIR



En Verde Linda respetamos los ciclos naturales de la tierra, cultivando alimentos de estación libres de fertilizantes, herbicidas y pesticidas químicos.

Buscamos recuperar el sabor natural de los alimentos para que te alimentes sano y rico.

Alimentarte  
**BIEN**  
- está en -  
**VOS**

seguinos en facebook!  
f [verdelinda](#)

099 264 023  
verdelinda@gmail.com

Ruta 7, km 69  
Camino Sanguinetti  
Canelones

Alimentarte  
**BIEN**  
- está en -  
**VOS**

huevos  
DE CAMPO

GALLINAS DE PRADERA



CONTIENE  
**15**  
HUEVOS




Las aves son una de las especies animales más explotadas por el consumo de alimentos en todo el mundo. En condiciones naturales una gallina puede llegar a vivir un promedio de diez años, pero su vida en las jaulas de granjas industriales las deja abatidas en menos de dos.

¿Te imaginas pasar dos años encerrado sin poder caminar y estirar tu cuerpo?

Las gallinas son animales sociales, con capacidad de sentir y establecer vínculos afectivos duraderos.

Los huevos de campo que te ofrecemos, son de gallinas tratadas con respeto; criadas en pradera viven libres, disfrutan del sol y reciben una alimentación mixta, reduciendo la cantidad de ración diaria para fomentar el consumo de insectos y pradera.




Verde Linda  
CHACRA ORGÁNICA

LAVAR ANTES DE CONSUMIR

CONT. NETO  
100gr.

seguinos en facebook!  
f [verdelinda](#)

099 264 023  
verdelinda@gmail.com

Ruta 7, km 69  
Camino Sanguinetti  
Canelones

En Verde Linda respetamos los ciclos naturales de la tierra, cultivando alimentos de estación libres de fertilizantes, herbicidas y pesticidas químicos.

Buscamos recuperar el sabor natural de los alimentos para que te alimentes sano y rico.

Alimentarte  
**BIEN**  
- está en -  
**VOS**

TARJETAS PERSONALES Y OTROS



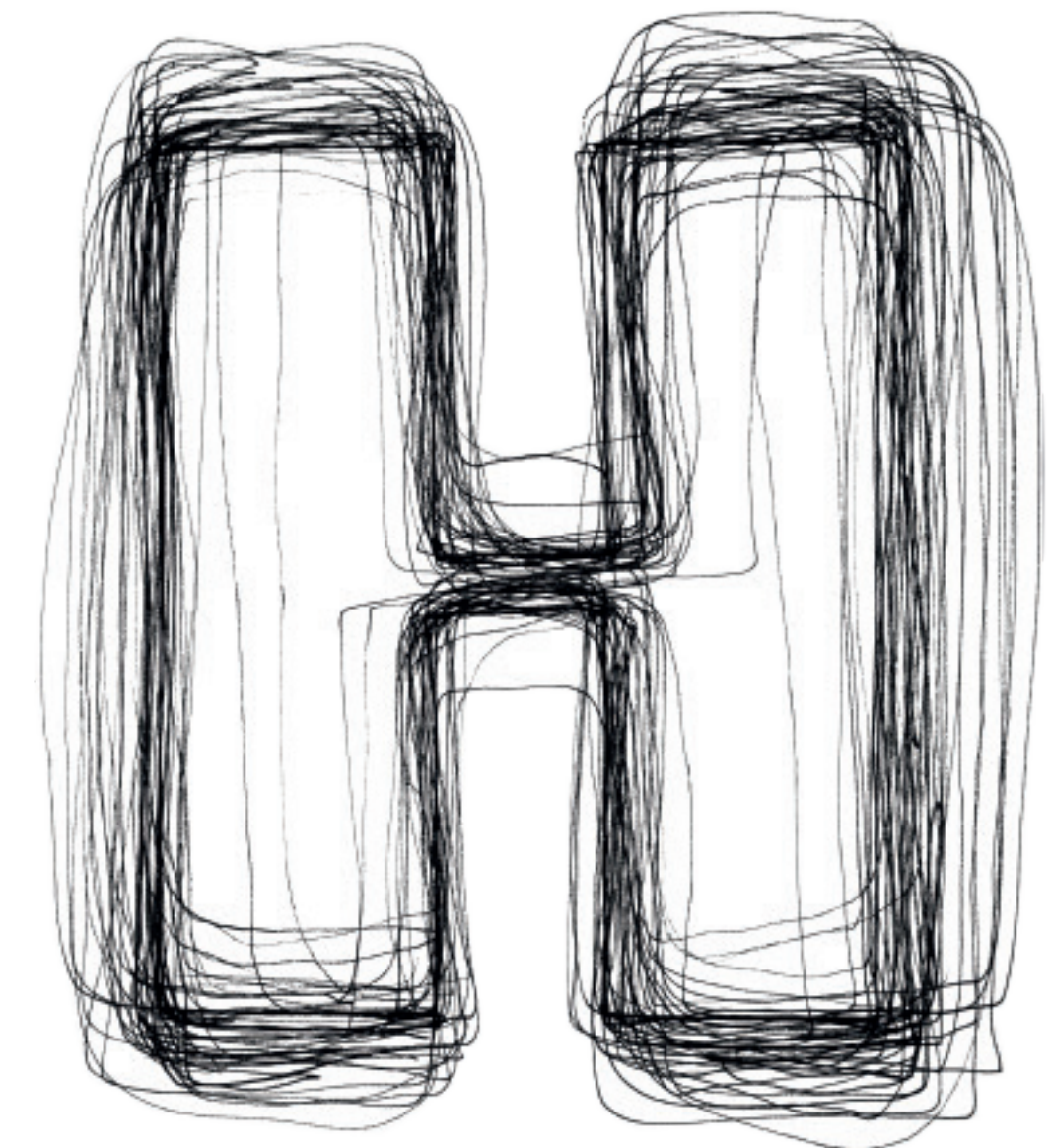
11

### Afiche poema Idea Vilariño

Pieza realizada a modo de ejercicio creativo, basada en la premisa del módulo 1 del Taller de Diseño de Comunicación Visual I - LDCV.

"Hay por qué", 1972  
No hay por qué odiar los tangos  
ni el mar  
ni las hormigas  
no hay por qué abominar de la sonrisa  
del sol de los mandados  
de los torpes cuidados de los hombres  
no hay por qué estar asqueado de los  
diarios  
de los informativos de la radio  
de las concentraciones  
O hay por qué  
Hay  
Si habrá  
Vaya si habrá  
Sí. Pero  
Pero no hay que  
Supongo.

Proceso:





**NO**

Hay por qué saltar los ramos  
en el mar  
en las botellas  
no hay por qué aburrirse de la semita  
del sol de los munditos  
de los cuerpos caídos de los hombres  
no hay por qué estar asustado de los duritos  
de las informaciones de la radio  
de las concentraciones  
O

**HAY  
POR  
QUE**

**Supongo**

**NO**

Hay por qué saltar los ramos  
en el mar  
en las botellas  
no hay por qué aburrirse de la semita  
del sol de los munditos  
de los cuerpos caídos de los hombres  
no hay por qué estar asustado de los duritos  
de las informaciones de la radio  
de las concentraciones  
O

**HAY  
POR  
QUE**

Hay  
Si habéis  
\*Vaya si habéis

Si Pero

Pero no hay que

**Supongo**

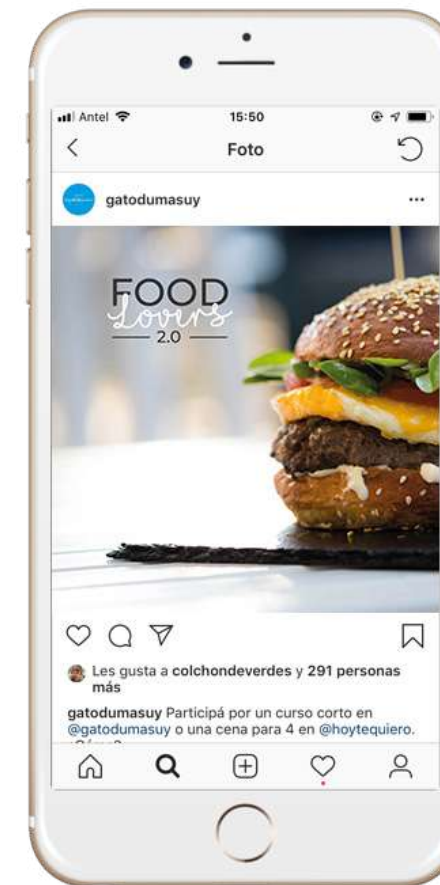
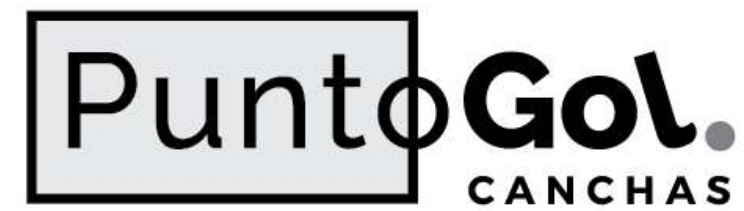
# Agencia Pipa

Todas las piezas expuestas en este sector fueron realizadas en el marco de mi contrato vigente con la Agencia Pipa, siendo las mismas de su propiedad y fueron realizadas y seleccionadas exclusivamente por mi. Esto es un pantallazo general de lo que he desarrollado este año.

1

**Logos:**

Propuestas para Punto Gol y Food Lovers  
(Gato Dumas)





# 2

**Mailings:**  
RCI - YPO - LIBERTY

**SEMANA SANTA 2020**  
**PUNTA CANA**

**Liberty**  

**HOTEL GRAND PALLADIUM PUNTA CANA RESORT & SPA:**  
Desde **USD 1886**

**SALIDA 05 ABR 2020**

**HOTEL GRAND BAHÍA PRÍNCIPE TURQUESA:**  
Desde **USD 1726**

**VIK HOTEL ARENA BLANCA:**  
Desde **USD 1396**  
por persona en Family Plan 2 adultos + 2 niños

**HOTEL VISTA SOL:**  
Desde **USD 1576**

**INCLUYE:** Boleto aéreo - Traslados in/out - 07 noches de alojamiento all inclusive

**NO INCLUYE:** Tasas e impuestos USD 364.00

Disponibilidad y precio sujeto a cambio sin previo aviso.

VIVE EL LUJO DE **CANCÚN Y RIVIERA MAYA** EN HOTELES DE GRUPO SUNSET

**¡DESDE \$28 USD\* POR NOCHE!**

**NO ME PIERDO ESTAS VACACIONES -**

Y DÉJATE MARAVILLAR POR ESTOS INCREÍBLES HOTELES QUE LO TIENEN TODO

Hacienda Tres Ríos      Sunset Royal Beach

Sunset Marina Resort And Yacht Club

**¿PREPARADO PARA DISFRUTAR DE UNAS VACACIONES ÚNICAS?**

**CONOCE MÁS -**

**SUNSET WORLD**  
Resorts & Vacation Experiences

Válido hasta el 02/02/20. Para viajar del 11/03/20 al 06/30/20.  
\*Precio final desde \$199 usd para la semana de hospedaje. El precio no incluye la tarifa del Sistema Todo Incluido.

YPO Uruguay is pleased to invite you to a 2-day integration event

**ART & SEA SUNSET IN PUNTA DEL ESTE**

DATE:  6th of January 2019 starting at 7 PM

DATE:  7th of January starting at 3 PM

 Art Exhibition at Centro de Convenciones de Punta del Este followed by dinner.  
At: Piedras Blancas, Asocio Sierra, Punta del Este, Departamento de Maldonado.  
**HOST: Paulina and Pedro Baridon**

 From Puerto de Punta del Este, departing in yachts to Solanas.  
**HOST: Rolando Rozenblum and Raquel Lopes de Oliveira / Ariel Kaplan y Monica Hirsch**

**Attendees:** Members and Spouses from Uruguay, Argentina, Brazil, Paraguay and Bolivia.

**Please RSVP to:** Carolina Magnano (caromagnanoypo@gmail.com) or by phone at: +598 95 000 892 Agustina Alzaga (agustina@ypo.org.ar) or by phone at: +54 9 11 6761 6318

 **Uruguay Chapter**

3

**Posteos:**

Acuamanía - ABN - Roumax



# 4

## Series:

Día de la mujer - Aeropuerto de Carrasco



*"No hay nadie en este mundo que tenga el derecho de impedir que hagamos aquello que amamos."*  
**Madonna**



**Maria Curie**, científica, pionera en el estudio de la radiactividad, fue la primera persona en recibir dos premios Nobel en distintas especialidades.

MUJERES QUE CREAN HISTORIAS



**Benazir Bhutto**, líder del Partido Popular de Pakistán, fue la primera mujer que ocupó el cargo de primer ministro de un país musulmán.

MUJERES QUE CREAN HISTORIAS



*En 1931 se exhibe la primera muestra pública de Frida Kahlo.*

MUJERES QUE CREAN HISTORIAS



*"Ya no intento aceptar las cosas que no puedo cambiar. Voy a cambiar las cosas que no puedo aceptar",*  
**Angela Davis**  
*activista por los derechos humanos.*

MUJERES QUE CREAN HISTORIAS



5

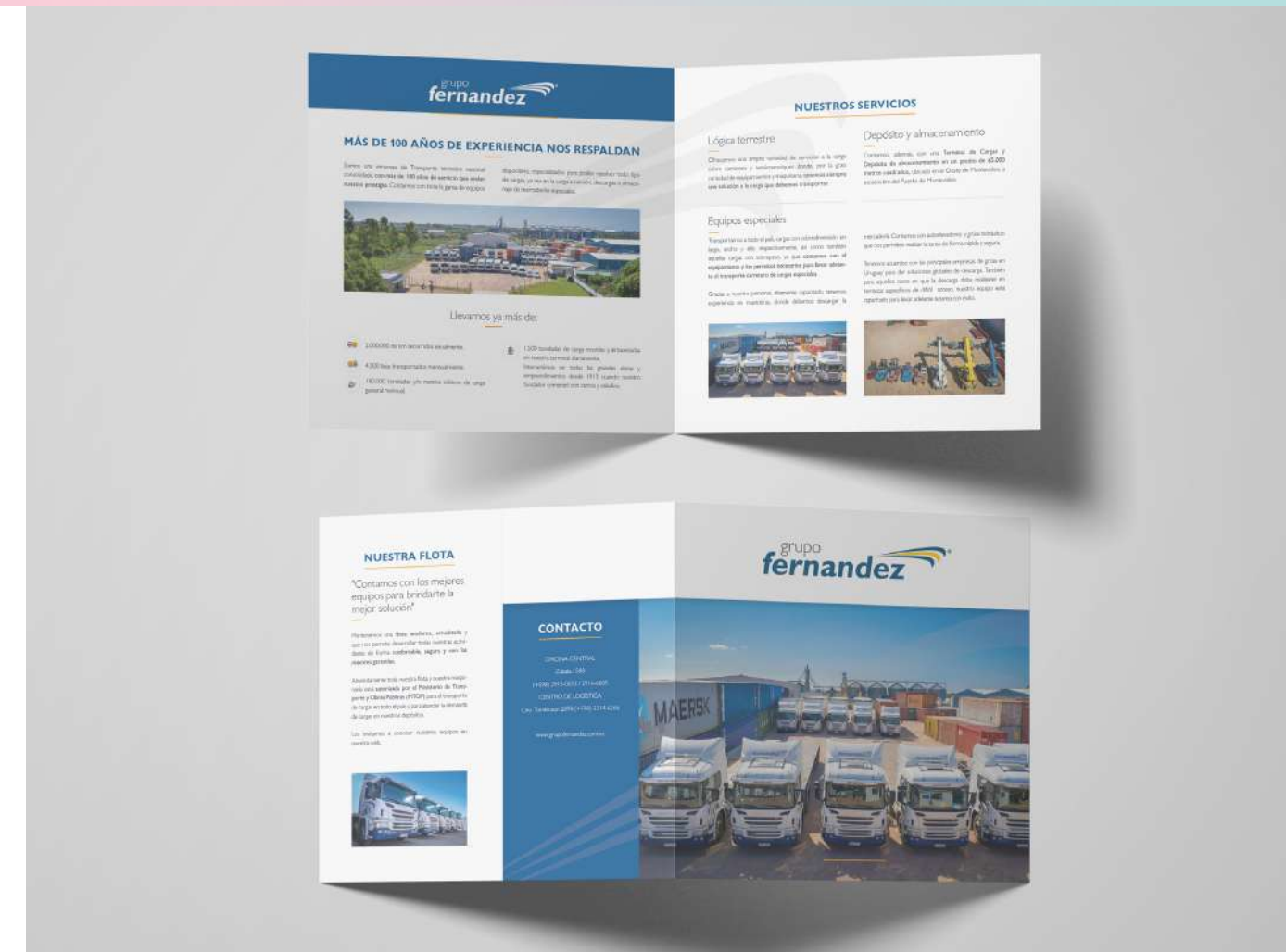
**Series:**

Propuesta para etiquetas Ecume



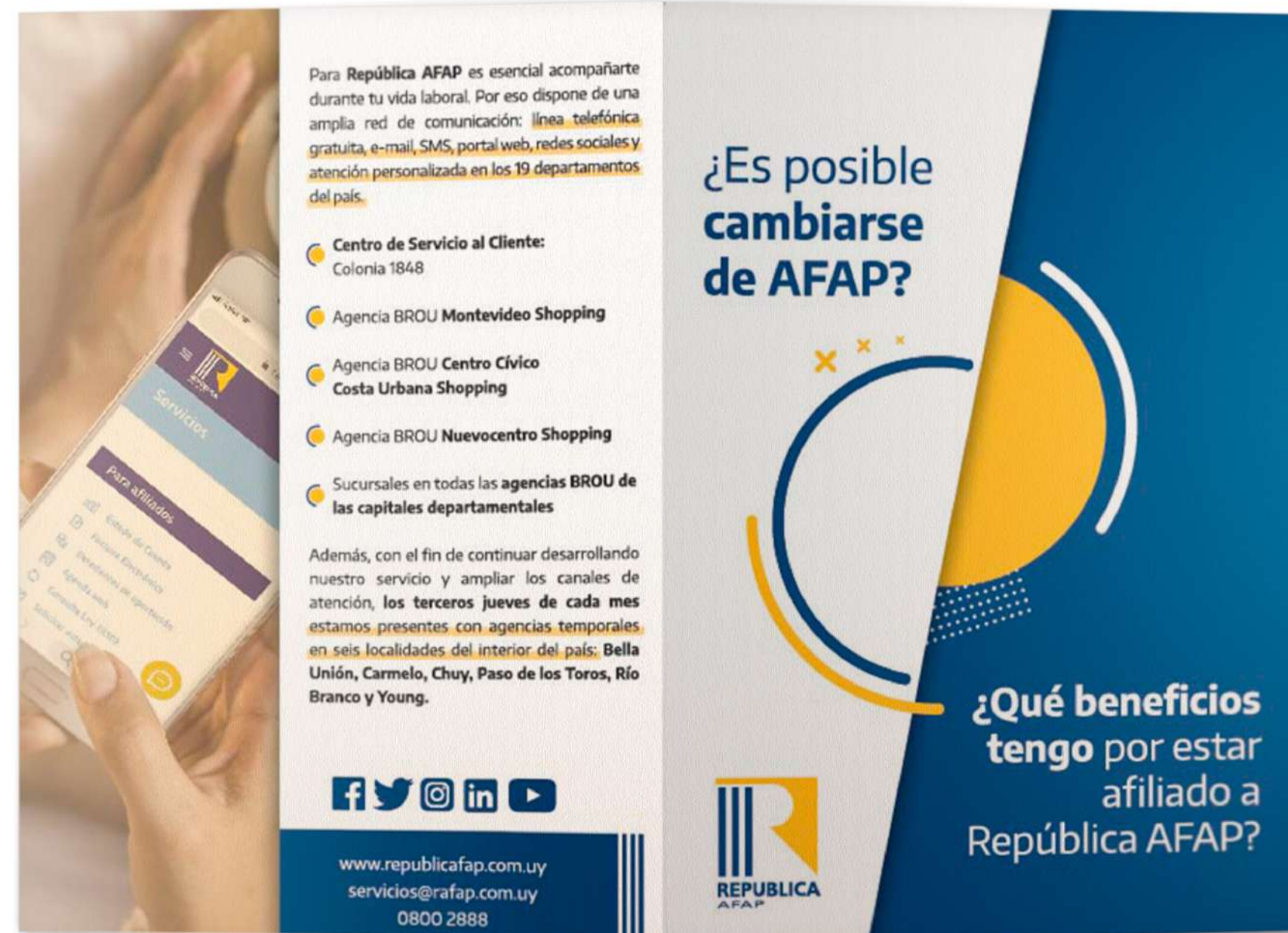
6

## Editoriales e impresos: Folletos Grupo Fernandez



# 7

## Editoriales e impresos: Folleto República AFAP



Para República AFAP es esencial acompañarte durante tu vida laboral. Por eso dispone de una amplia red de comunicación: línea telefónica gratuita, e-mail, SMS, portal web, redes sociales y atención personalizada en los 19 departamentos del país.

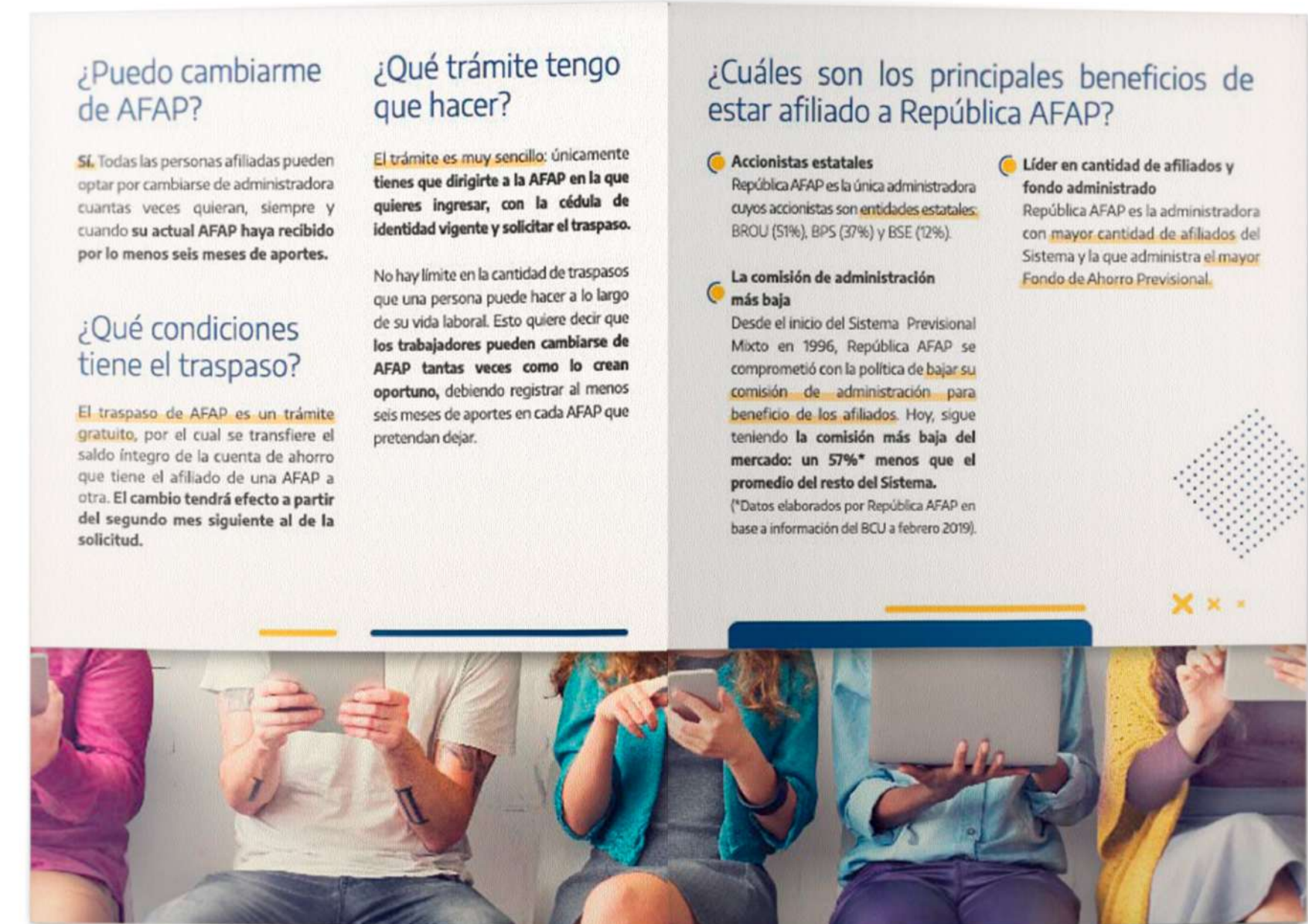
- Centro de Servicio al Cliente: Colonia 1848
- Agencia BROU Montevideo Shopping
- Agencia BROU Centro Cívico Costa Urbana Shopping
- Agencia BROU Nuevocentro Shopping
- Sucursales en todas las agencias BROU de las capitales departamentales

Además, con el fin de continuar desarrollando nuestro servicio y ampliar los canales de atención, los **terceros jueves de cada mes** estamos presentes con **agencias temporales** en seis localidades del interior del país: Bella Unión, Carmelo, Chuy, Paso de los Toros, Río Branco y Young.

www.republicafap.com.uy  
servicios@rafap.com.uy  
0800 2888

¿Es posible cambiarse de AFAP?

¿Qué beneficios tengo por estar afiliado a República AFAP?



¿Puedo cambiarme de AFAP?

SI. Todas las personas afiliadas pueden optar por cambiarse de administradora cuantas veces quieran, siempre y cuando su actual AFAP haya recibido por lo menos seis meses de aportes.

¿Qué condiciones tiene el traspaso?

El traspaso de AFAP es un trámite gratuito, por el cual se transfiere el saldo íntegro de la cuenta de ahorro que tiene el afiliado de una AFAP a otra. El cambio tendrá efecto a partir del segundo mes siguiente al de la solicitud.

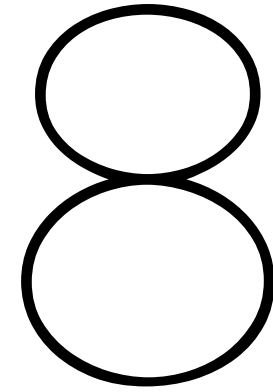
¿Qué trámite tengo que hacer?

El trámite es muy sencillo: únicamente tienes que dirigirte a la AFAP en la que quieres ingresar, con la cédula de identidad vigente y solicitar el traspaso.

No hay límite en la cantidad de traspasos que una persona puede hacer a lo largo de su vida laboral. Esto quiere decir que los trabajadores pueden cambiarse de AFAP tantas veces como lo crean oportuno, debiendo registrar al menos seis meses de aportes en cada AFAP que pretendan dejar.

¿Cuáles son los principales beneficios de estar afiliado a República AFAP?

- Accionistas estatales**  
República AFAP es la única administradora cuyos accionistas son entidades estatales: BROU (51%), BPS (37%) y BSE (12%).
- Líder en cantidad de afiliados y fondo administrado**  
República AFAP es la administradora con mayor cantidad de afiliados del Sistema y la que administra el mayor Fondo de Ahorro Previsional.
- La comisión de administración más baja**  
Desde el inicio del Sistema Previsional Mixto en 1996, República AFAP se comprometió con la política de bajar su comisión de administración para beneficio de los afiliados. Hoy, sigue teniendo la comisión más baja del mercado: un 57%\* menos que el promedio del resto del Sistema.  
(\*Datos elaborados por República AFAP en base a información del BCU a febrero 2019).

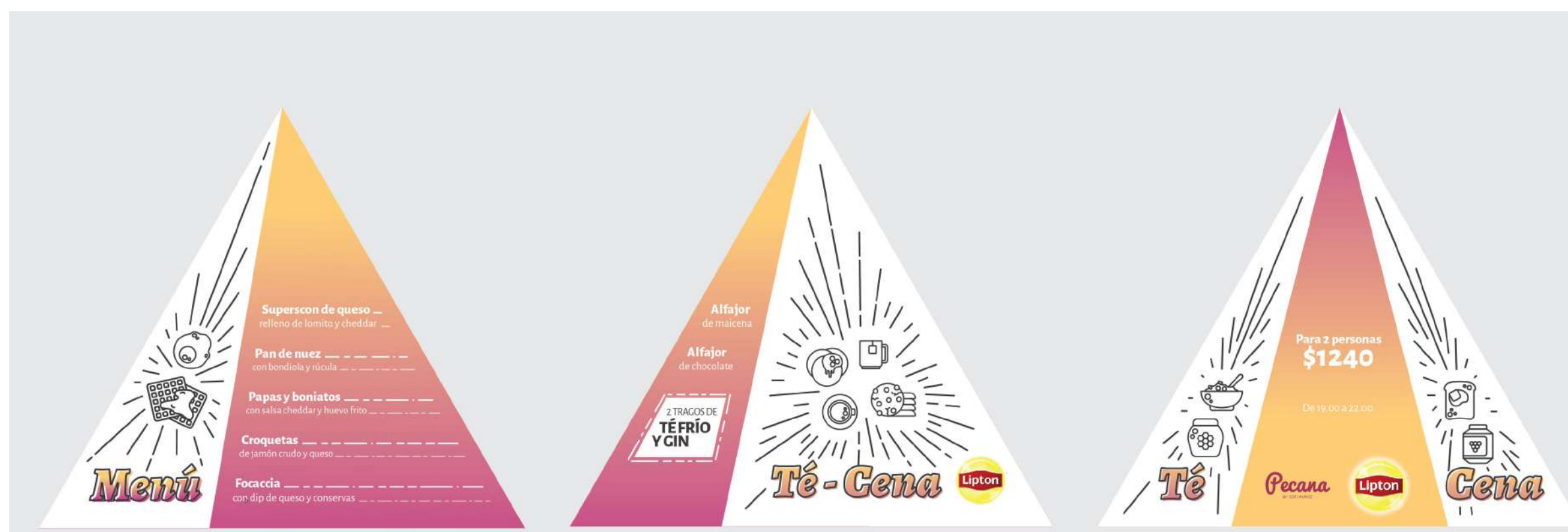


## Editoriales e impresos: Folleto Lipton



# 9

## Editoriales e impresos: Menú Lipton / Pecana





# Lo último

Los siguientes son proyectos personales, donde no solo adquiero el rol de diseñadora, sino que allí investigo y pruebo otras facetas que considero interesantes y que me representan como persona.

# 1

## **Diseño Solidario:**

Es un proyecto creado en conjunto con Cecilia Passalacqua en el que nos proponemos reunir diseñadores y especialmente estudiantes de diseño para apoyar voluntariamente con sus conocimientos a emprendimientos o negocios que estén siendo afectados por la

crisis del Covid-19 y estén necesitando generar contenidos para redes sociales (pues este se convirtió en el mejor medio para vender u ofrecer servicios). De esta forma no solo ayudamos a esos emprendimientos, sino que permitimos a

estudiantes comenzar a ingresar en el mercado laboral y realizar trabajos de los cuales puedan generar sus portfolios profesionales. El logo y piezas básicas del sistema fueron diseñadas por mi, con el apoyo de Cecilia. Instagram: **@disenosolidario**

**Diseño  
Solidario**



**No  
so  
trxs**

Somos un colectivo virtual de diseñadorxs que se unen para ayudar a emprendimientos que se vieron forzados a cerrar, o personas que se quedaron sin trabajo y buscan generar una entrada más de ingresos, a que comuniquen mejor, tengan más llegada a sus clientxs y por consiguiente aumenten sus ventas.

# 2

## Diseño Solidario:

Proyecto: Luciana Lubenko, Event Planner.

Luciana Lubenko se dedica a la ambientación de todo tipo de fiestas y eventos.

Cuando nos contactamos, ella estaba organizando esta nueva idea que consiste

en producto, que momentáneamente podría sustituir su trabajo como ambientadora de eventos. En conjunto con ella acordamos que era conveniente hacer un rediseño de su logo identitario y generar un sistema que permitiera comunicar tanto para instancias

infantiles como para adultos. Con esta base se crearon los posteos y mensaje para difusión de whatsapp con este nuevo producto que está ofreciendo, sus características y costo. Por motivos de tiempos para la emprendedora el proyecto lo desarrollé yo.



# 3

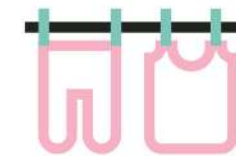
**Que audaz:**

Se trata de un emprendimiento personal, de venta de ropa vintage online, que se sostiene en mi interés en la reutilización de las prendas que todavía están en condiciones y más importante, tienen estilo.

La base para el diseño es la experiencia de las personas que tienen un estilo menos convencional, que suelen ser "víctimas" de comentarios irónicos sobre su vestimenta. Este concepto es el puntapié para salir a redes.

Tanto las fotos como las piezas gráficas son producción personal.

Instagram: **@queaudaz**



4

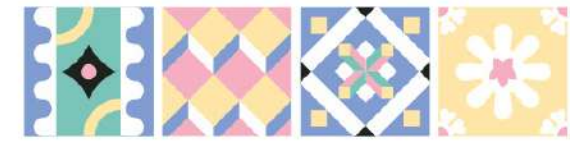
**Patio Audaz**

Diseño de sub-sistema de identidad para el showroom de Que Audaz. El diseño se basa en los patrones encontrados en las baldosas de la casa donde se encuentra ubicado.



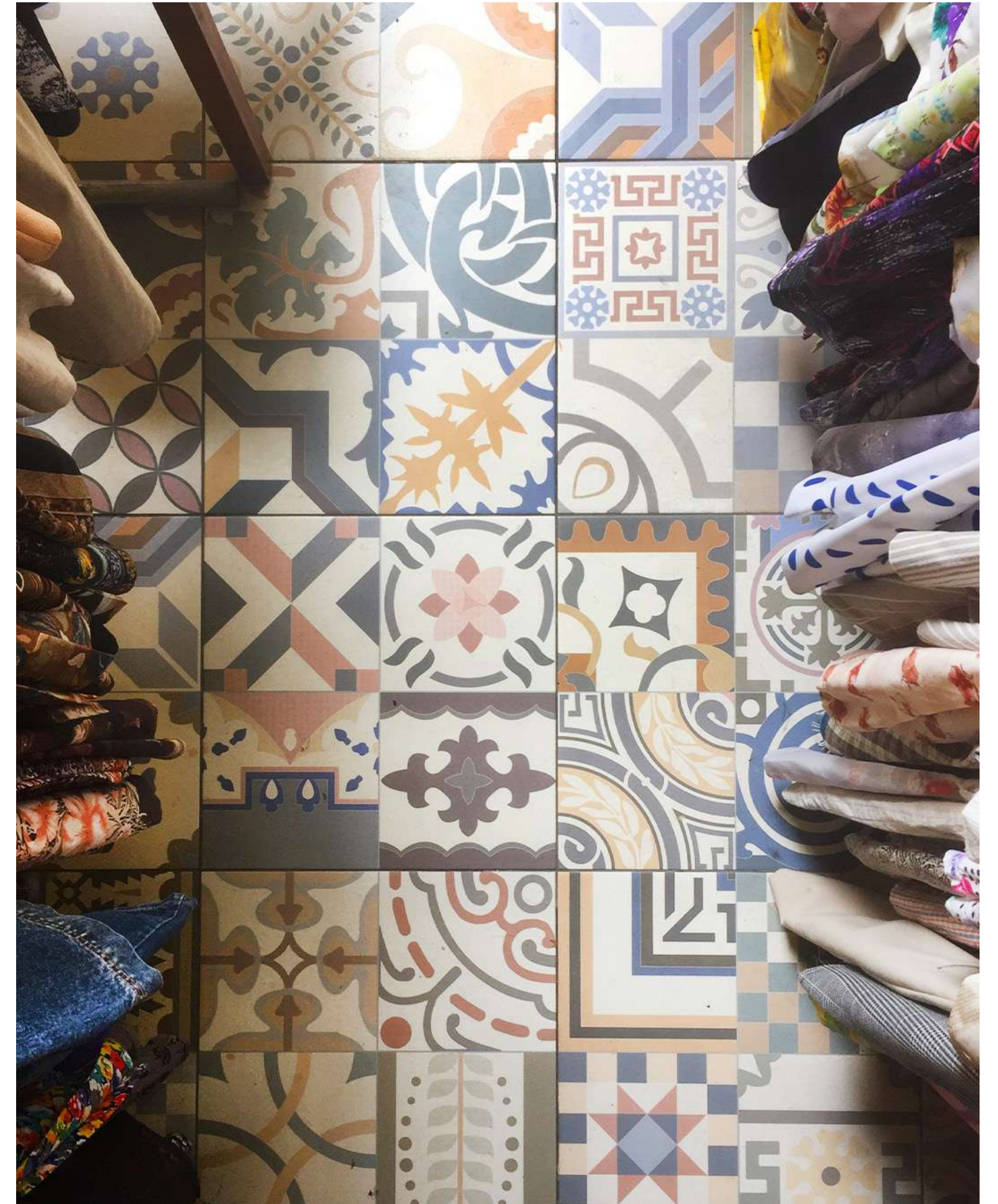
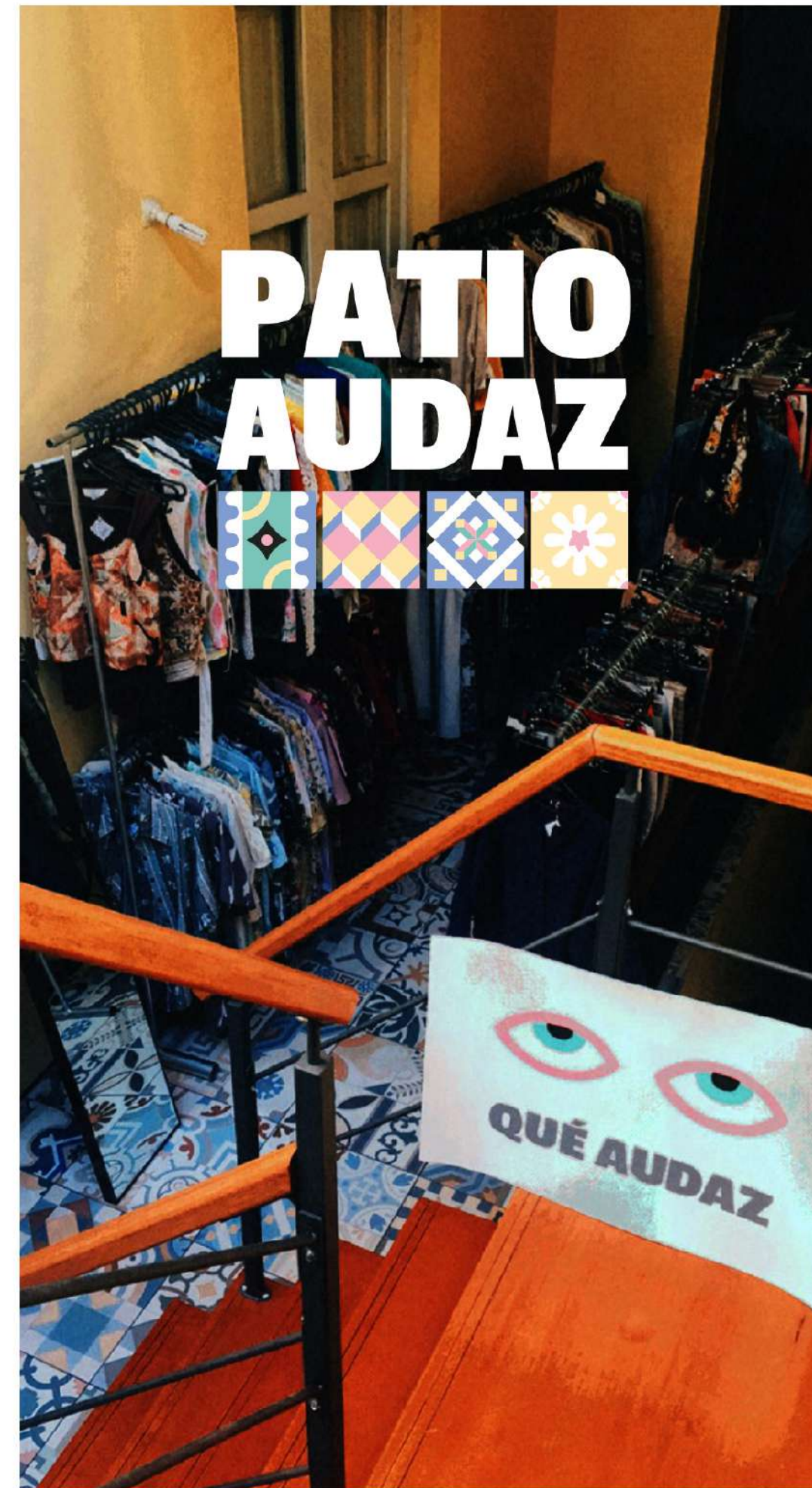


**PATIO  
AUDAZ**



**HOY  
ABRIMOS**

- Zona Cordón -



GRACIAS

Victoria Lucía Díaz Marichal