



Boog



## Introducción:

Éste es un proyecto de diseño que pretende resolver el problema de la falta de una marca local con la cual los jóvenes quiteños se sientan identificados y cuyos productos utilizan para expresar su identidad.

Todos nos sentimos atraídos por ciertas marcas, y adquirimos sus productos porque nos sentimos cómodos utilizándolos, estos gustos pueden ser producto de varios factores, como por ejemplo; fidelidad a la marca, confianza en la calidad del producto o buenas experiencias con los mismos.

Muchas marcas extranjeras han desarrollado estrategias muy complejas y ha logrado posicionarse en el mercado estableciendo confianza y empatía con el consumidor. Para lograr esto estas marcas han determinado un público objetivo alcohol van a dirigir sus esfuerzos y una vez hecho esto, han desarrollado productos cuya estética y practicidad resulta afín con las personas a quienes está destinado el producto.

En este proyecto planeo desarrollar una estrategia parecida, definiendo mi público objetivo y desarrollando una serie de

productos por y estética y funcionalidad ser efectiva, para que la gente que utilice los productos tenga una gran experiencia la interacción con los mismos.



<http://sunspotstudio.com/helpful-ladybug-insects/>

## Sobre el autor:



Mi nombre es Miguel Andrade, soy estudiante de cuarto año de diseño comunicacional. Escogí estudiar diseño ya que siempre me han atraído las artes digitales y plásticas. Habiendo practicado el arte tradicional como el dibujo, la pintura y la escultura, los medios digitales me parecían fascinantes y

definitivamente los veía como el siguiente paso.

Estudiando diseño encontré un abanico enorme de nuevas herramientas y oportunidades para exportar mi creatividad. Me fascina la idea de que el arte que desarrollé pueda llegar a ser funcional y tenga un propósito práctico. A lo largo de la carrera he desarrollado una serie de proyectos que se han implementado en la vida real con éxito. Y cada vez que esto sucede, me siento más orgulloso de mi trabajo y de lo que puedo llegar a hacer.

Mi fuerte dentro del diseño es la ilustración, desde muy pequeño he dedicado muchas horas de mi tiempo a practicar y mejorar mi técnica al mismo tiempo que ejercitado mi mente en la creación de ideas innovadoras y creativas. Esto me ha sido de gran utilidad a la hora de desarrollar proyectos y gráficas en el ámbito profesional.

## Sobre el proyecto:

Comencé determinando mi público objetivo, jóvenes quiteños entre 15 y 25 años de edad, que utiliza una serie de marcas para representar su identidad.

Determiné que la tecnología y los dispositivos móviles son aparatos muy importantes dentro de las vidas de estas personas. Por este motivo decidí comenzar diseñando una serie de mochila son maletas, con estética juvenil y agradable y además que sean muy prácticas y útiles para llevar dispositivos tecnológicos de una manera segura. Para esto realice una serie de entrevistas a varios jóvenes, para entender mejor que tan alta es la necesidad de aparatos tecnológicos y que tanto se preocupan los jóvenes por cuidarlos y mantenerlos en buen estado.

Estas entrevistas fueron muy fructíferas ya que arrojaron varios resultados interesantes como las marcas preferidas de los jóvenes. Necesidades que los jóvenes necesitaban satisfacer en su día a día y el aspecto más importante fue el entusiasmo que demostraban hacia la creación de una marca local para este tipo de productos.

Decidí analizar el mercado y los productos

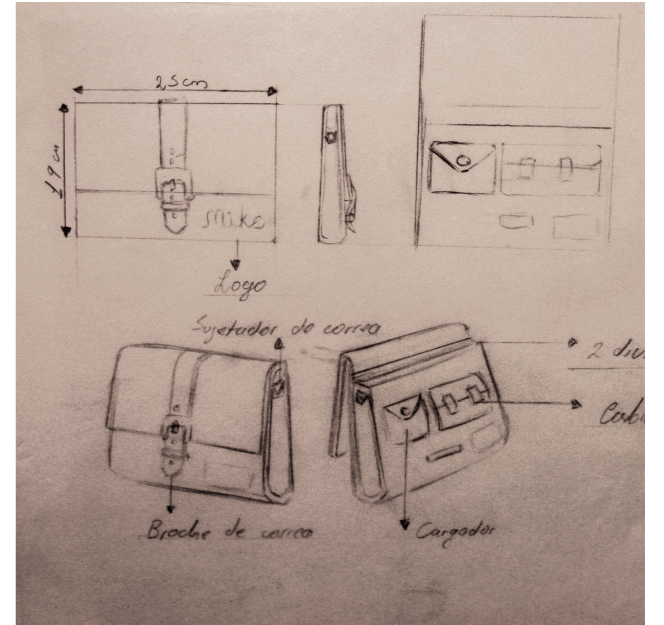
que éste ofrece a los jóvenes para transportar sus pertenencias valiosas en el día a día. Recopile algunas marcas importantes productoras de mochilas y maletas para analizar sus estrategias y métodos de fabricación y difusión.

Utilizando como referencia principal las entrevistas determiné las marcas competidoras más importantes en el mercado. Identificando sus estrategias y objetivos logre desarrollar un mapa de benchmarking en el cual yo pudiera ubicar la dirección de mi proyecto.

## Primeros bocetos:

Al inicio pensado en una marca tradicional que mantenga una estética similar a la que se utilizaban los años sesentas y setentas a manera de portafolios. Dentro de estas maletas uno podría llevar varios tipos de cosas y añadir muchos bolsillos. Avanzando en el proyecto me di cuenta que esta estética había sido ya muchas veces utilizada por otras marcas.

En mis primeros bocetos se puede ver una maleta tradicional de una sola correa, pero avanzando con el proyecto cambie de decisión y preferí generar un nuevo diseño con una nueva estética y una forma más contemporánea en las maletas y productos. Aún así la gráfica la estética del material publicitario de la marca, guardaría una estética un poco retro ya que en un principio este tipo de imagen me inspiró para este proyecto.



## Benchmarking:

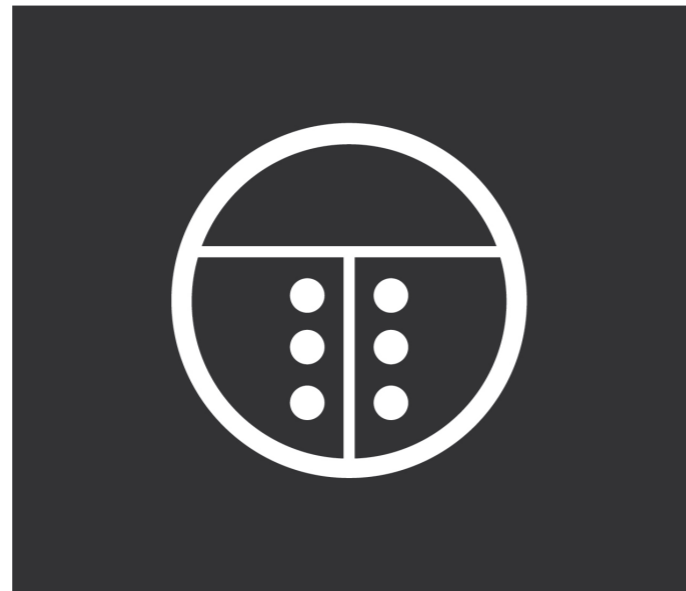
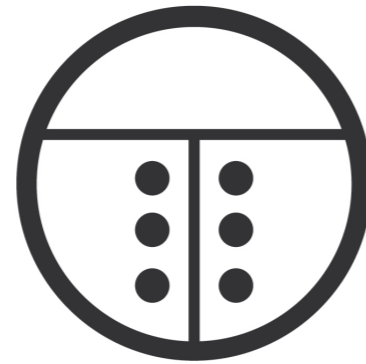


## Creación de la marca:

Decidí inspirarme el mundo natural para crear esta marca, considero que las formas fluidas y orgánicas de la naturaleza representan muy bien a la juventud y a los diseños prácticos y funcionales que existen en la naturaleza.

Para el isotipo me inspiré en los insectos, más específicamente, en los escarabajos. Estos animalitos utilizan una coraza rígida para proteger sus delicados cuerpos en el interior. A esto se le llama exoesqueleto. Tuve la idea de utilizar el exoesqueleto ya que mi objetivo principal era proteger los aparatos tecnológicos que los jóvenes utilizamos en nuestro día a día. Ya que éstos pueden ser muy frágiles y requieren de una protección externa la hora de transportarlos.

Una vez definidos los animalitos en los cuales decidí inspirar la imagen de mi proyecto, escogí un animalito en especial. Las mariquitas tienen un diseño muy distintivo esos caparazones, fácil de reconocer y recordar. Abstrayendo la imagen de una mariquita visto desde arriba desarrolle el isotipo del logo.



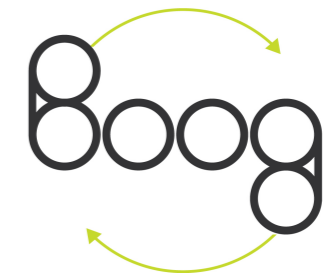
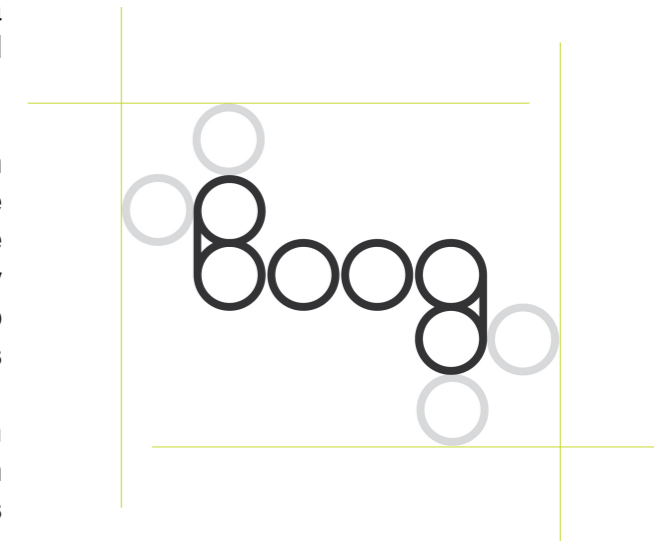
## Nombre:

Decidí llamar a la marca “BOOG” que es una manera innovadora y divertida de llamar ya que hace referencia a la palabra “BUG” que en inglés significa insecto. Decidí que logotipo fuera un ambigrama, que es una forma gráfica que se lee y se ve de igual manera aunque uno le dé la vuelta.

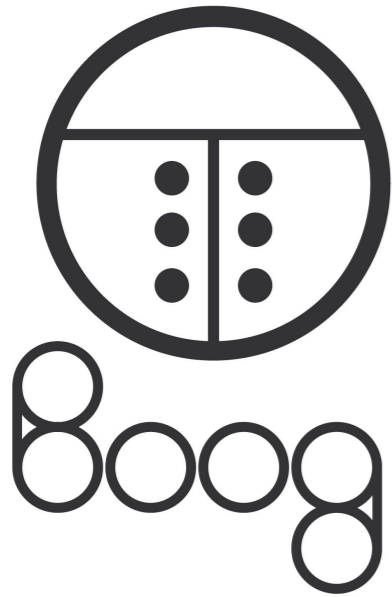
Desarrolle la tipografía partiendo de un círculo perfecto al igual que cuando diseñé el isotipo forma de mariquita. A partir de este círculo desarrolle la “B” las dos “O” y la “G”. El resultado fue un hombre divertido y una gráfica divertida. Que maneja figuras orgánicas y naturales como lo es un círculo. Para culminar desarrolle una versión ilustrada del logo mucho más compleja. Con iluminaciones y profundidad, transparencias y sombras que resulte funcional en diferentes aplicaciones y que sea atractiva para los jóvenes que interactúan con la marca.

Esta versión ilustrada representa una abstracción de una mariquita posadas sobre una hoja. Y toda la idea de estar dentro de una gota de agua. Para esto utilice como punto de partida del mismo círculo perfecto, colores similares de los de la naturaleza y un

estudio de luz y sombra que le da un efecto tridimensional.



logo terminado:



Diseño de producto:

Prototipo del mochila 1:

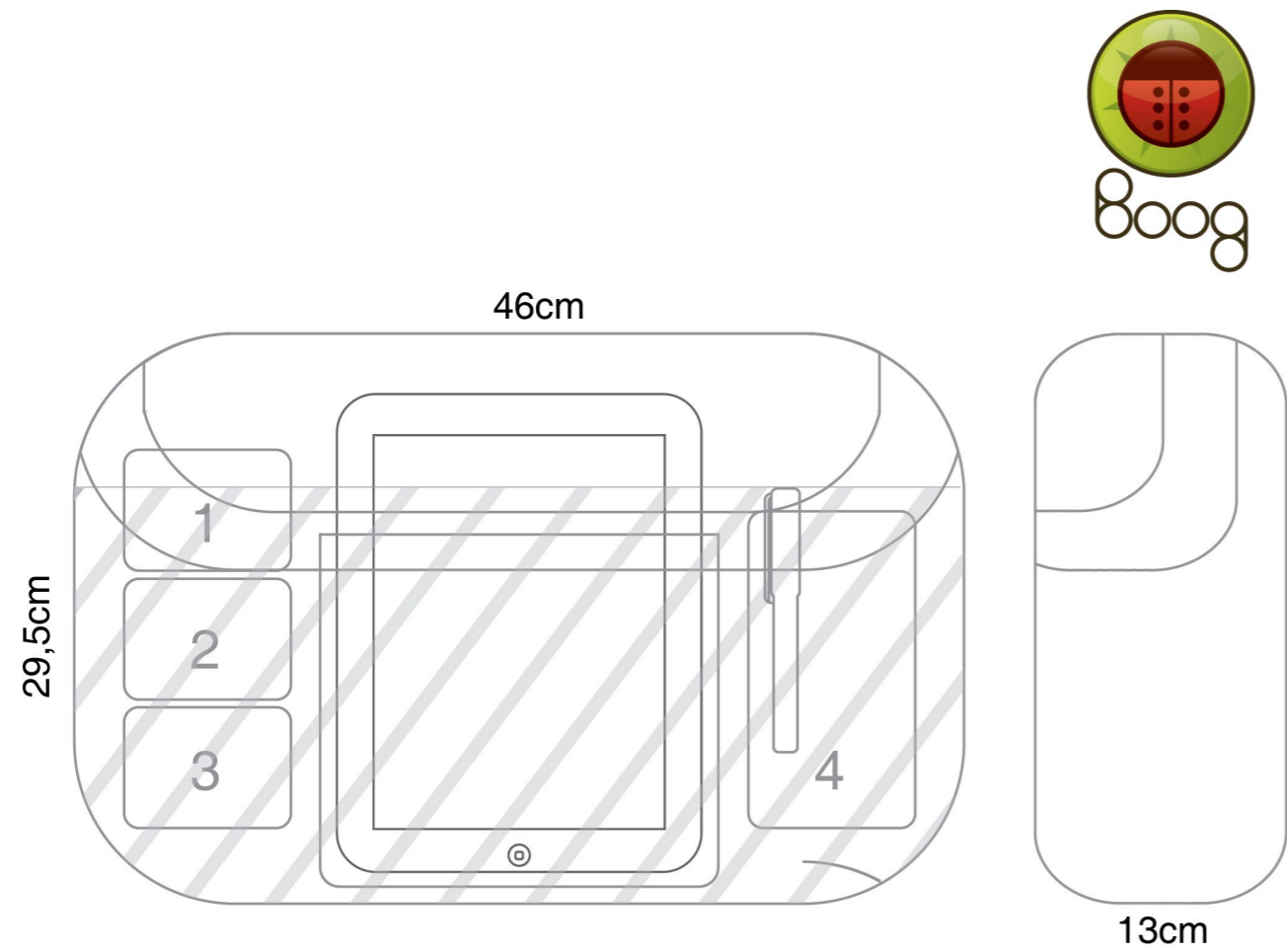
Para desarrollar este primer prototipo recopile las referencias que utilice para desarrollar el logo, pensé en un exoesqueleto desarrollado específicamente para una tableta digital portátil. Procurando siempre que éste exoesqueleto sea versátil decidí agregarle bolsillos extras y divisiones que permitan llevar no sólo el aparato como tal sino también otros accesorios que un joven pudiera necesitar como cuadernos, monedas, llaves, plumas y muchos útiles más.

Desarrollé unos primeros planos frontales y laterales de la mochila cubrir las necesidades que mencioné antes. En base de estos planos desarrolle una ilustración más realista del producto terminado.

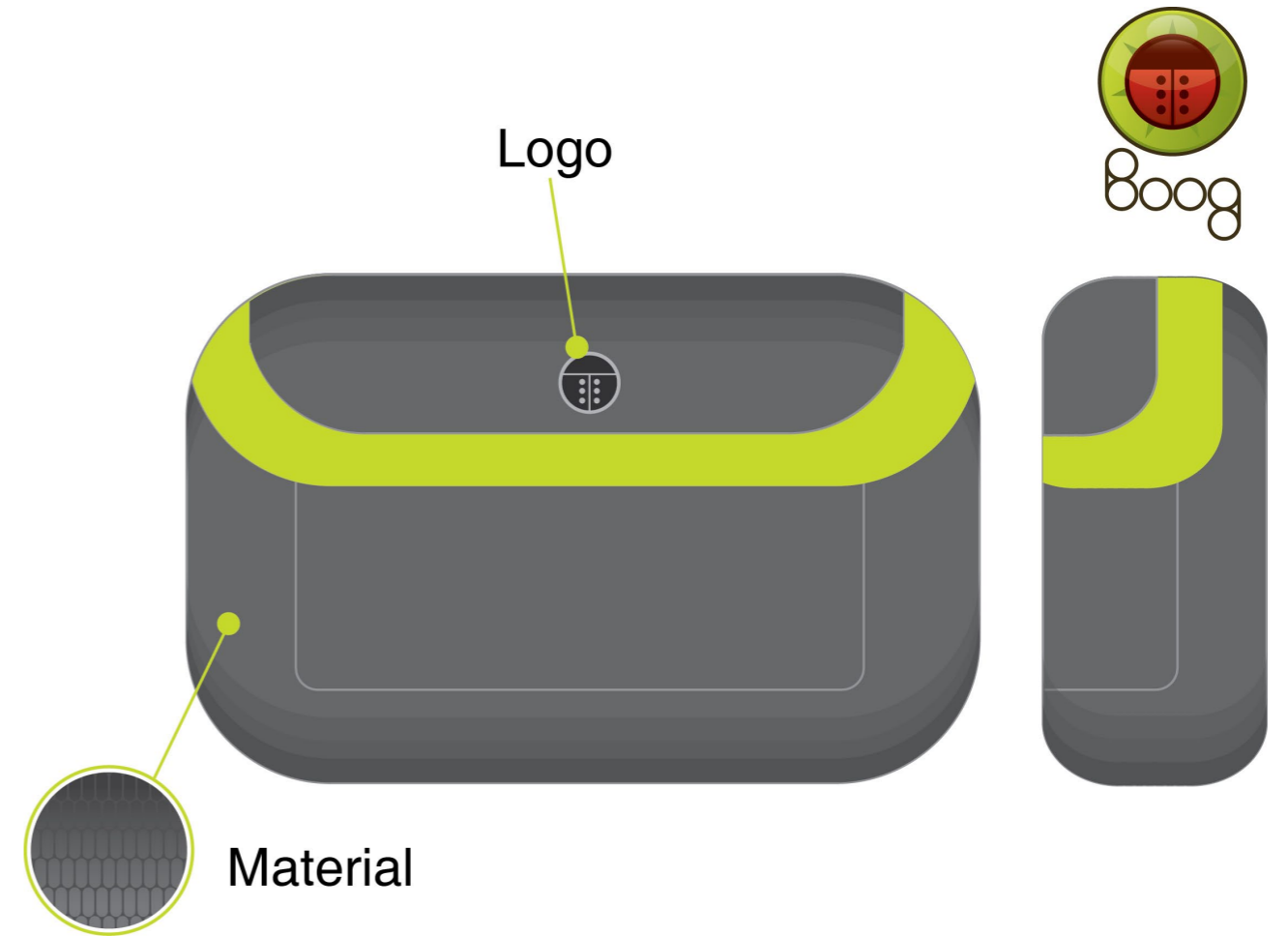
Este modelo en específico, utiliza un diseño minimalista que no incluye patrones de diseños complejos impresos en la maleta. Sino que utiliza los colores del logo y el logo como tal ubicado en la parte central superior de la maleta.

Esta maleta se asemeja a un cuadrado redondeado, es producida en un material semi rígido cubierto por una tela resistente e impermeable lo cual asegura la protección de los dispositivos que se llevan dentro. Además pos de una cómodo y práctica correa ancha, que debe recubrir el cuerpo de la persona que la utiliza para garantizar la comodidad mientras uno usa el producto.

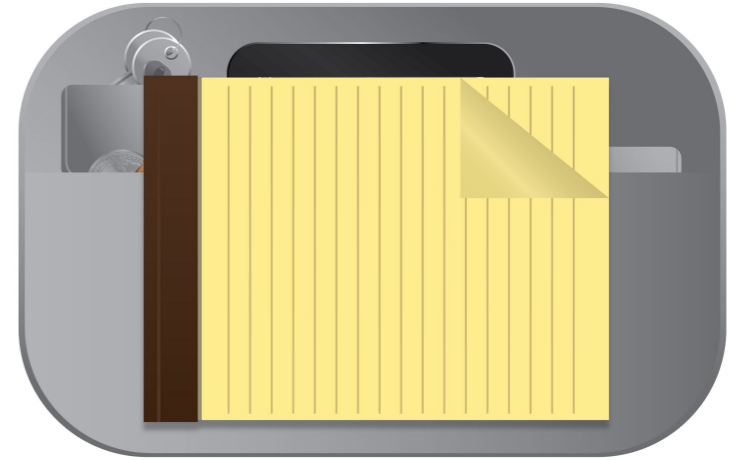
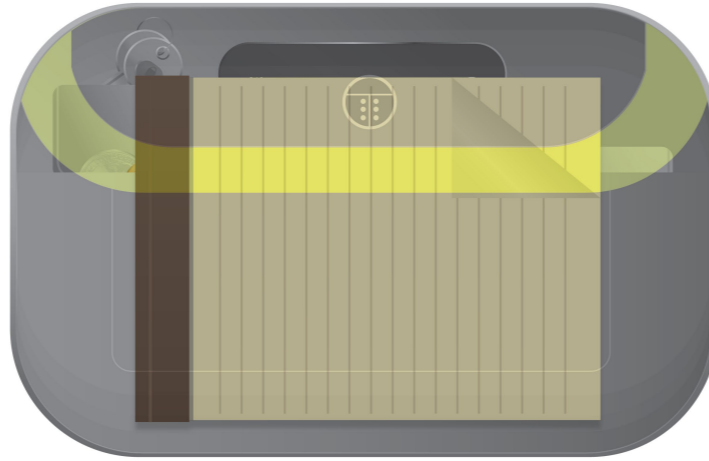
Prototipo 1:



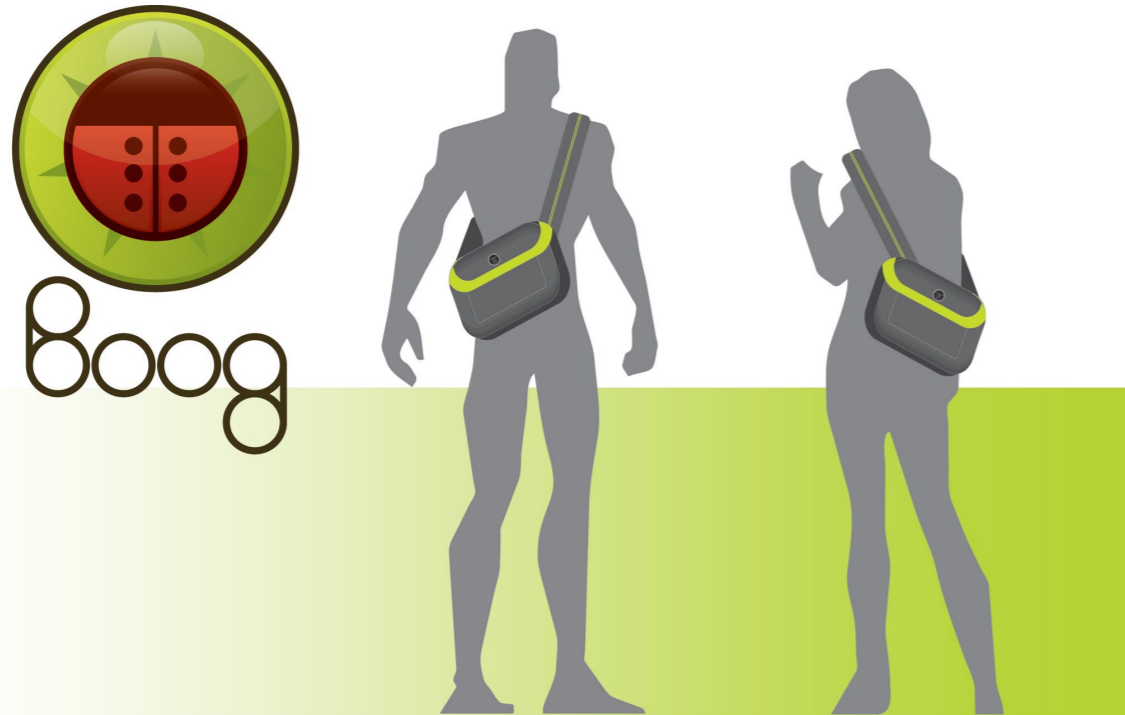
Prototipo 1:







## Prototipo 1:



## Exoesqueletos:

Avanzando en el concepto del exoesqueleto, me di cuenta de que muchos aparatos tecnológicos requieren de una protección extra, para evitar rayones y daños. Sí es que voy a desarrollar una imagen que ayude a los jóvenes para representar su personalidad, desarrollar una estrategia de branding me ayudará bastante lograr este objetivo.

Las grandes marcas que utilice como referencia para desarrollar este proyecto, producen varios productos no solamente maletas o mochilas. Éste es uno de los factores por los cuales la marca se difunde a través de varios objetos generando mayor recordación la popularidad.

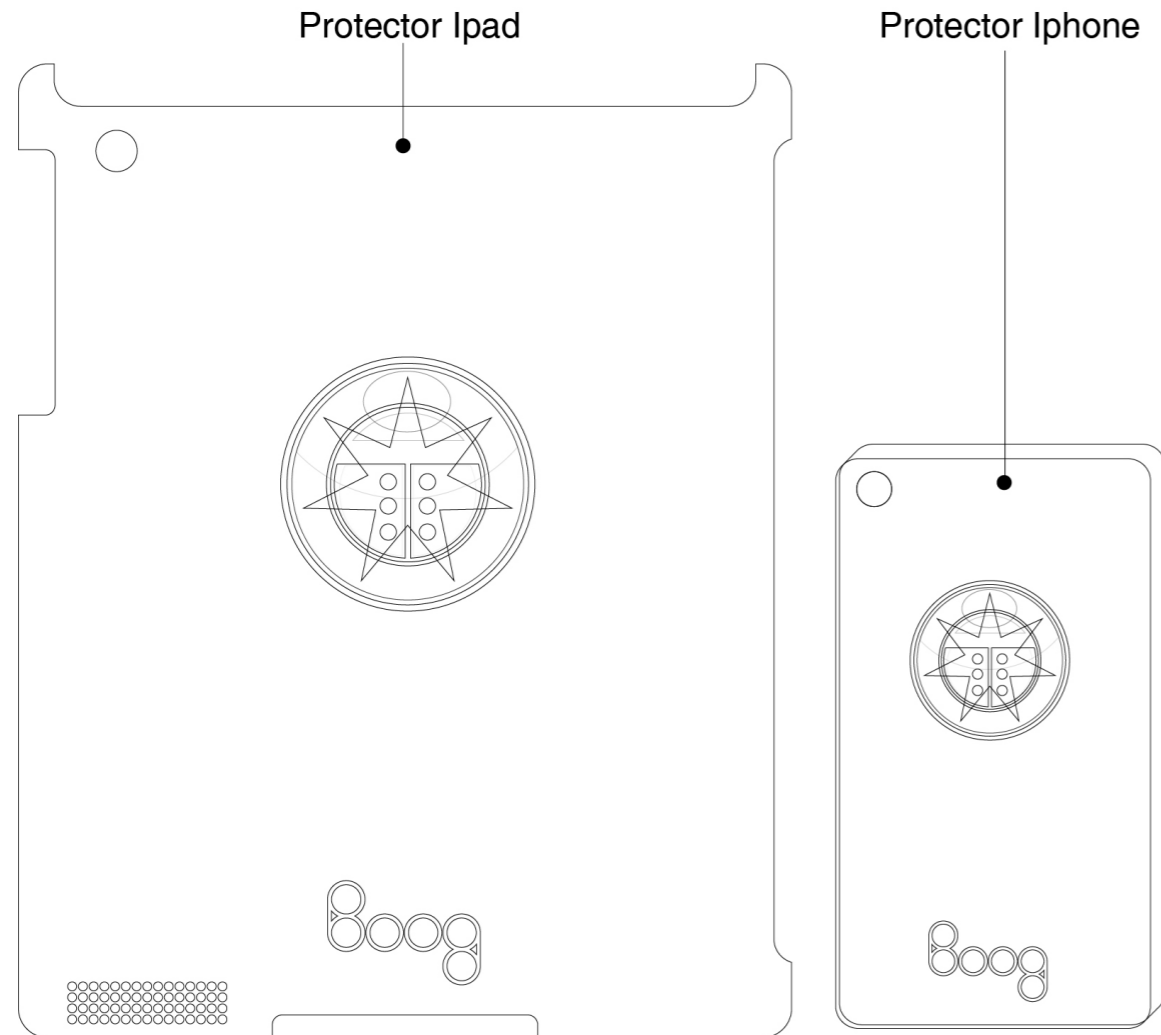
Decidí generar prototipos de exoesqueleto, o protectores para dispositivos tecnológicos móviles como tabletas, celulares, palms, laptops, etc. Utilizando la marca (BOOG) en todos ellos para que los jóvenes que adopten esta marca como una de aquellas para representar su identidad en utilizarla en varios artículos que te dicen en su día a día destinados a proteger sus aparatos y útiles. Comencé diseñando los planos de un exoesqueleto para Un Ipad y un Iphone, la

tableta inteligente y el teléfono celular de la marca Apple. Escogí crear prototipos de protectores para estos dispositivos para esta marca en específico su popularidad y fácil manejo.

Planeo adaptar la imagen de la marca por varios dispositivos de protección y accesorios de uso diario para los jóvenes.



Exoesqueleto Ipad y Iphone 1  
planos:



Exoesqueleto Ipad y Iphone 1  
terminados:



## Branding:

Una vez generada la marca y los diseños para los prototipos de los primeros productos, decidí comenzar a crear el look clásico de los cincuentas que quiero aplicar a la imagen comercial.

Desde un principio quise que en esta marca esté involucrada la ilustración, comencé investigar tipos de ilustración de los años cincuentas y sesentas, y encontrar referencias muy interesantes de Disney en sus inicios y de los diferentes dibujos animados que en esas épocas se producían.

Decidí utilizar este tipo de referencias para crear una estética y una serie de ilustraciones que se apliquen a los productos de la marca. Para esto realice un análisis morfológico de este tipo de ilustraciones para determinar los aspectos clave que hacen que sus formas sean claramente reconocibles y asociables con dibujos animados de décadas pasadas.

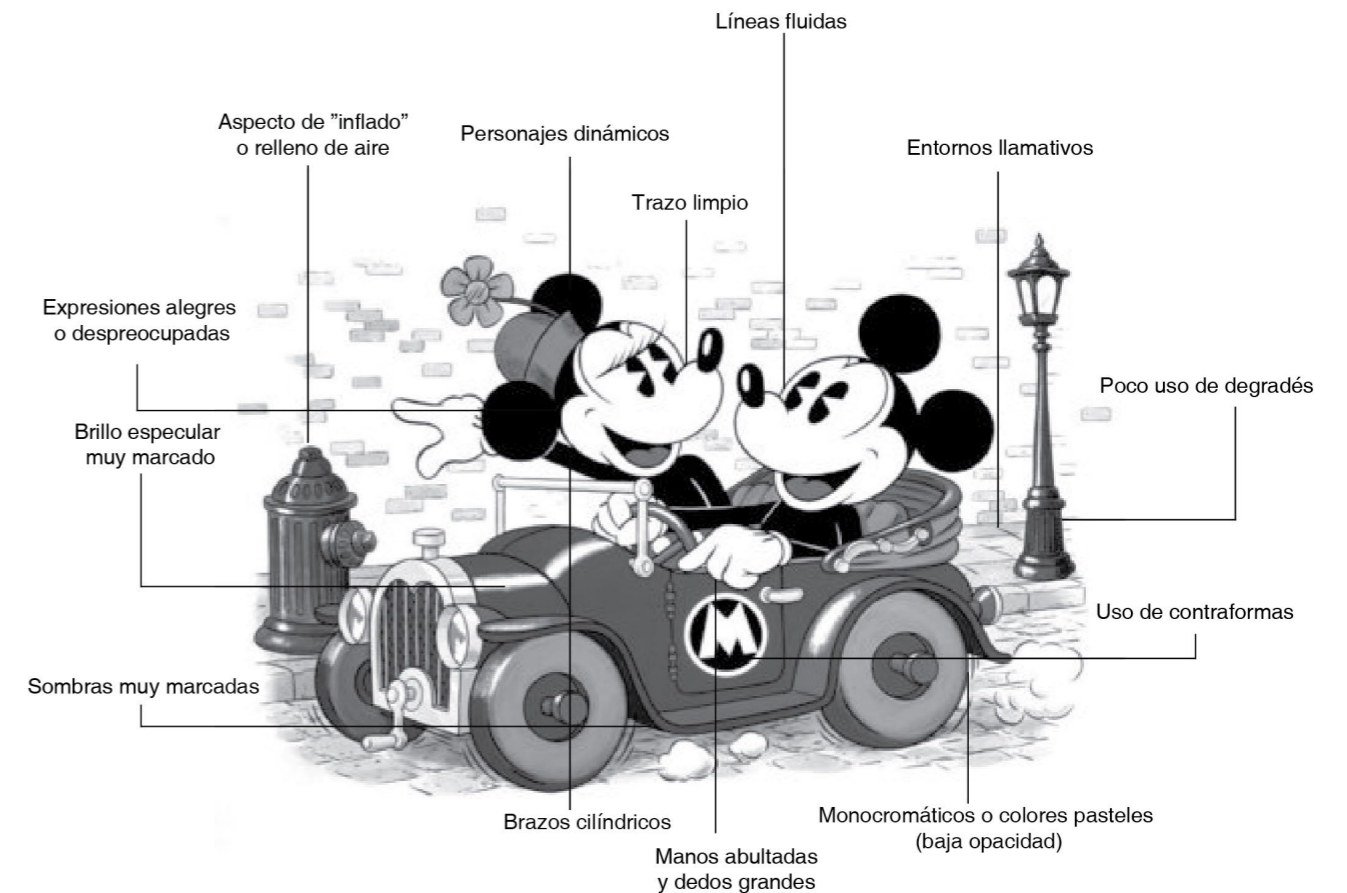


<http://www.animationarchive.org/>



<http://www.forodefotos.com/>

## Análisis morfológico:



<http://static.desktopnexus.com/>

## Referencias actuales:

Después de haber analizado la forma y la estética de las ilustraciones antiguas busqué referencias actuales de interpretaciones o estilos similares. Encontré que existe una gran acogida en el mundo de la ilustración vectorial con respecto este estilo. Existen muchas páginas de ilustradores que se dedican a utilizar este estilo específicamente para representar situaciones muy interesantes y a veces incluso hasta marcas de productos.

Escogí las que mejor me parecieron para poder analizar y estudiar la técnica de ilustración. Ya que es muy importante entender todos los aspectos de un estilo sé es que unos planea utilizarlo para un proyecto. Entre los aspectos más representativos del estilo se encuentran, el trazo bien definido, sombras muy marcadas o realizadas a través de puntillismo o líneas tipo cómic. Todo el estilo da la impresión de haber sido hecho con marcadores o rapidógrafo.

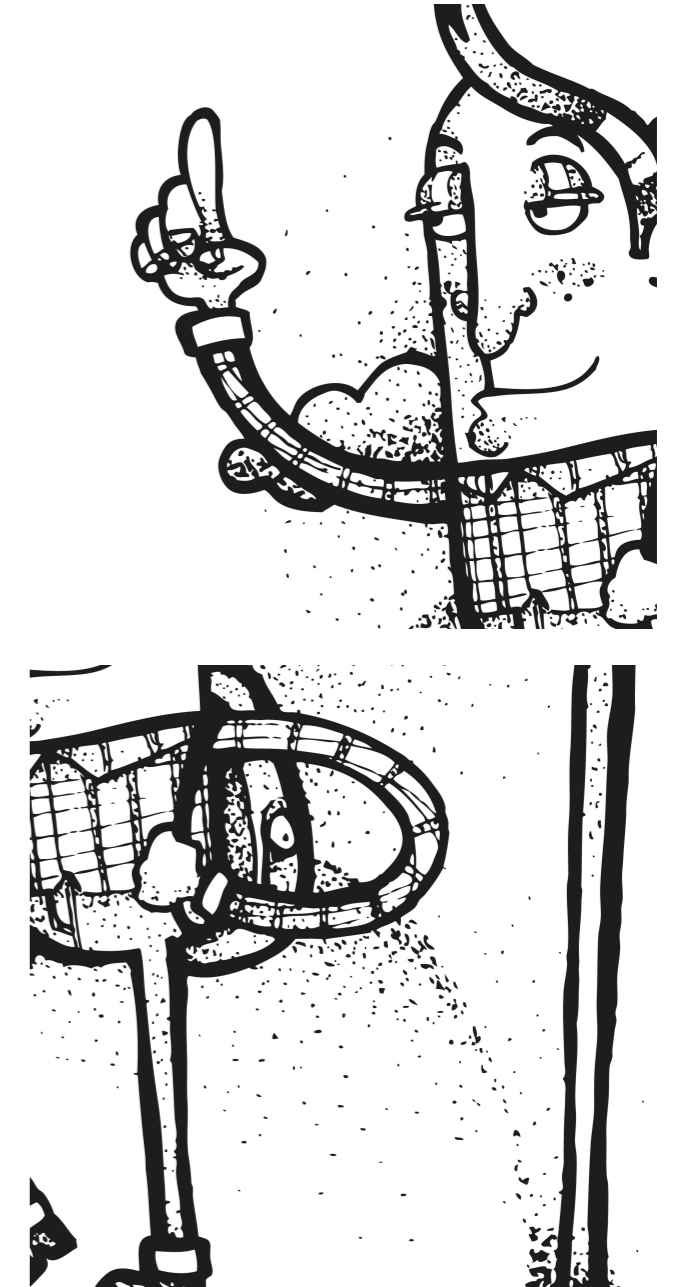


## Primeros bocetos utilizando el estilo:

Comencé a ilustrar utilizando las referencias que encontré para poder utilizar el estilo de una manera adecuada, decidí representar una situación común en la que una persona utilizaría una maleta, y en la cual esa persona desearía que esa maleta le ayude a proteger los artículos de Valor que lleva adentro.

Según mi experiencia personal y las entrevistas que hice, uno de los momentos más recurrentes que la gente recuerda cuando habla de llevar objetos que desearían proteger, es el escenario del transporte público. Es una escena típica del diario vivir de los jóvenes de la ciudad que necesitan transportarse hacia sus universidades o colegios.

Dentro de los buses hay un gran movimiento y roce entre varias personas, ya que en estas muchas veces están amontonadas. En estos casos uno desearía tener una maleta que proteja de una manera adecuada sus pertenencias para que no se aplasten o se golpeen contra otras personas u objetos.



## Primer boceto:



## Aplicaciones:

La primera aplicación que decidí darle a este boceto fue una serie de afiches publicitarios de la marca para ver si es que el estilo de ilustración interactuaba bien con el logo. Esto es muy importante ya que debe existir un unidad visual entre la gráfica, los productos y las aplicaciones de la marca.

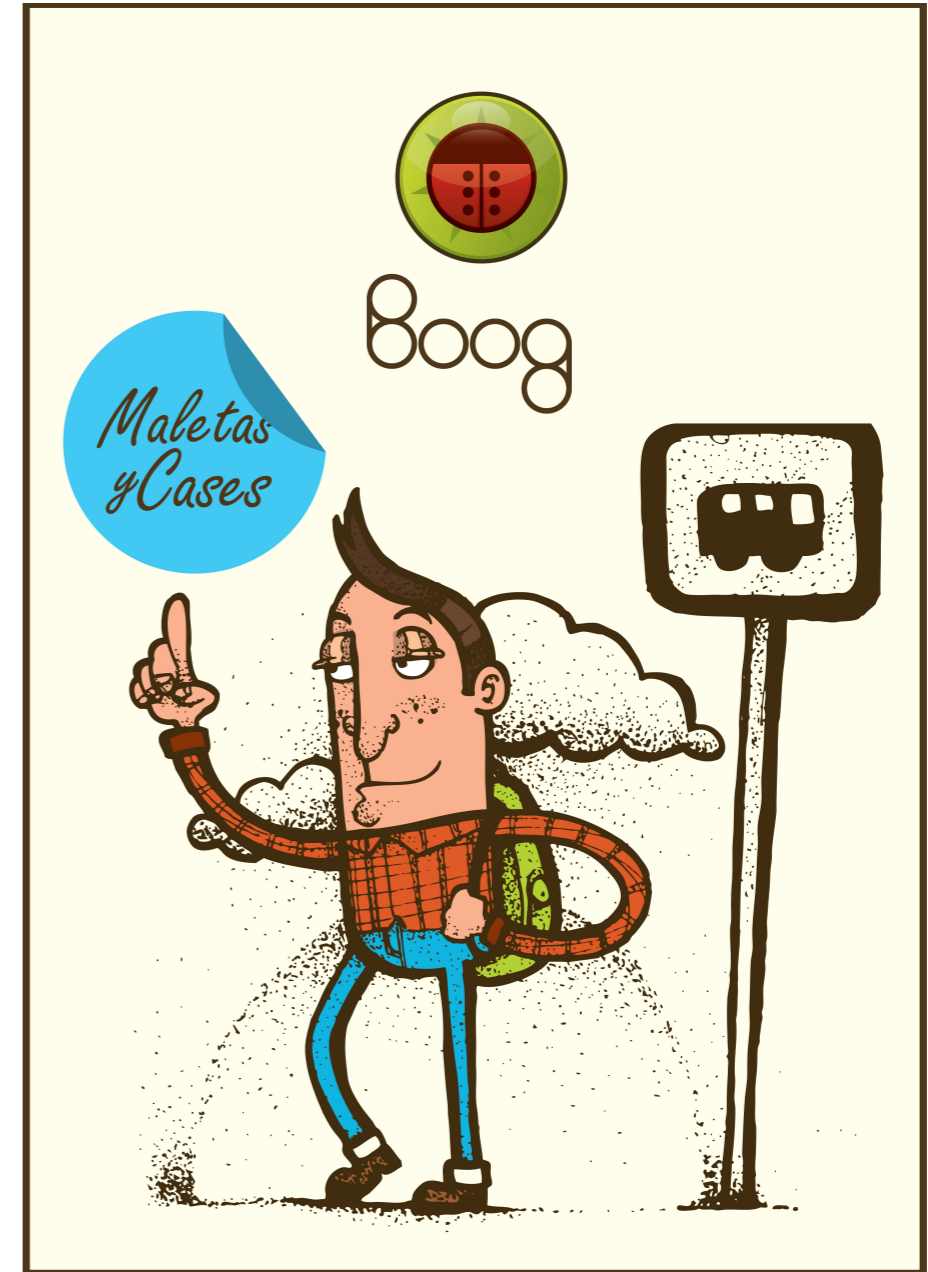
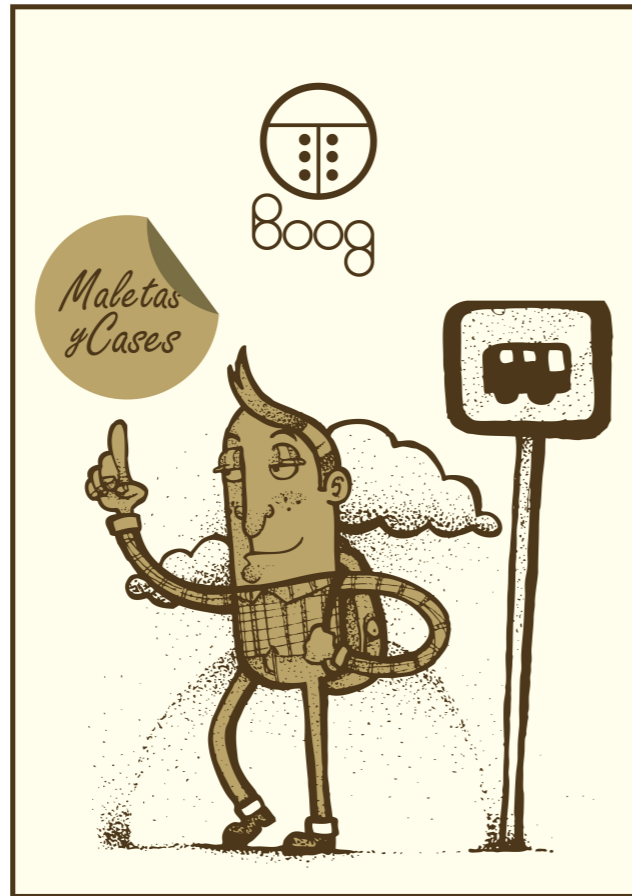
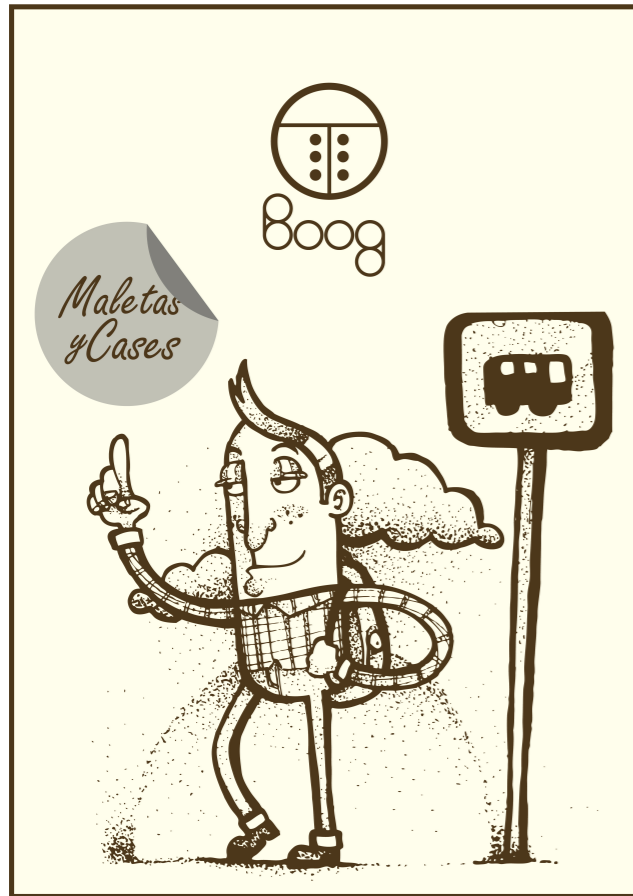
Diseñe un primer afiche utilizando las diferentes variaciones de color que coinciden con los estilos que analice previamente. Como resultado del análisis morfológico determine que las tonalidades pasteles, las niñas gruesas ilustra sus firmes se repiten. Utilicé estos elementos para diseñar las tres variaciones del afiche publicitario.

En el afiche se muestra al personaje muy alegre esperando en la parada del bus con una expresión dinámica que nos da a entender que su transporte está por llegar. Detrás del mismo se ve claramente la maleta que sobresale su espalda. En la parte superior central del afiches encuentra el logo, y en la parte superior izquierda se encuentra un círculo cortador manera de adhesivo que se está despegando en el cual se puede leer, “maletas y cases”.

Tomando en cuenta que éste es un afiche de lanzamiento, decidí explicar en el mismo los productos principales de la marca, para que los clientes que vean el afiche entiendan de qué se trata el concepto.



Afiche publicitario:

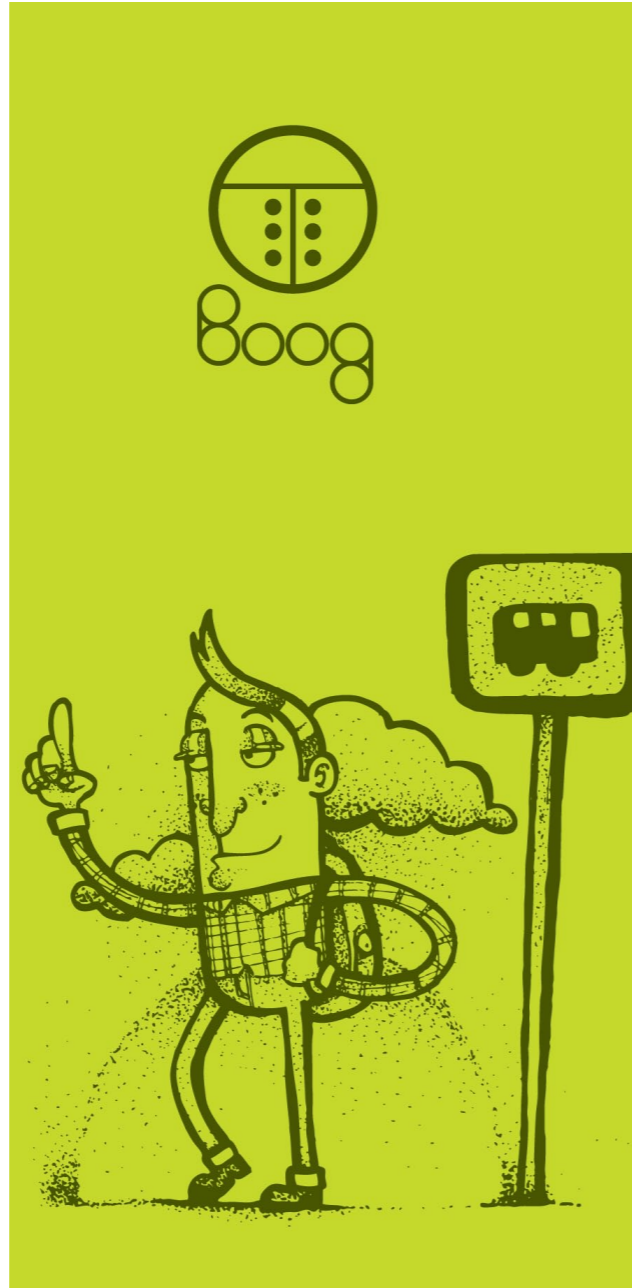


## Aplicaciones de productos:

Una vez determinado que el logo funcionaba con las ilustraciones y la estética, decidí implementar esta primera ilustración en varios de los productos que había diseñado antes y en algunos nuevos, para ver si es que esta ilustración transmitía un mensaje de urbanidad y cotidianidad entre la juventud.

Decidí utilizar la versión monocromática de la ilustración ya que creo que es la que más se adapta al estilo retro que quiero darle a la marca. Estoy muy contento con los resultados de estas aplicaciones ya que la ilustración funciona muy bien estéticamente dentro de cada uno de los productos.

Desarrollar e una serie de ilustraciones que representen escenarios urbanos tradicionales y típicos en el mundo juvenil. Este tipo de representaciones generará empatía entre el público y mi marca ya que se sentirán identificados con los escenarios y las actividades que los personajes ilustrados realizan. La marca emite un mensaje de felicidad y dinamismo ante estos escenarios diarios.



## Protectores y termosos:

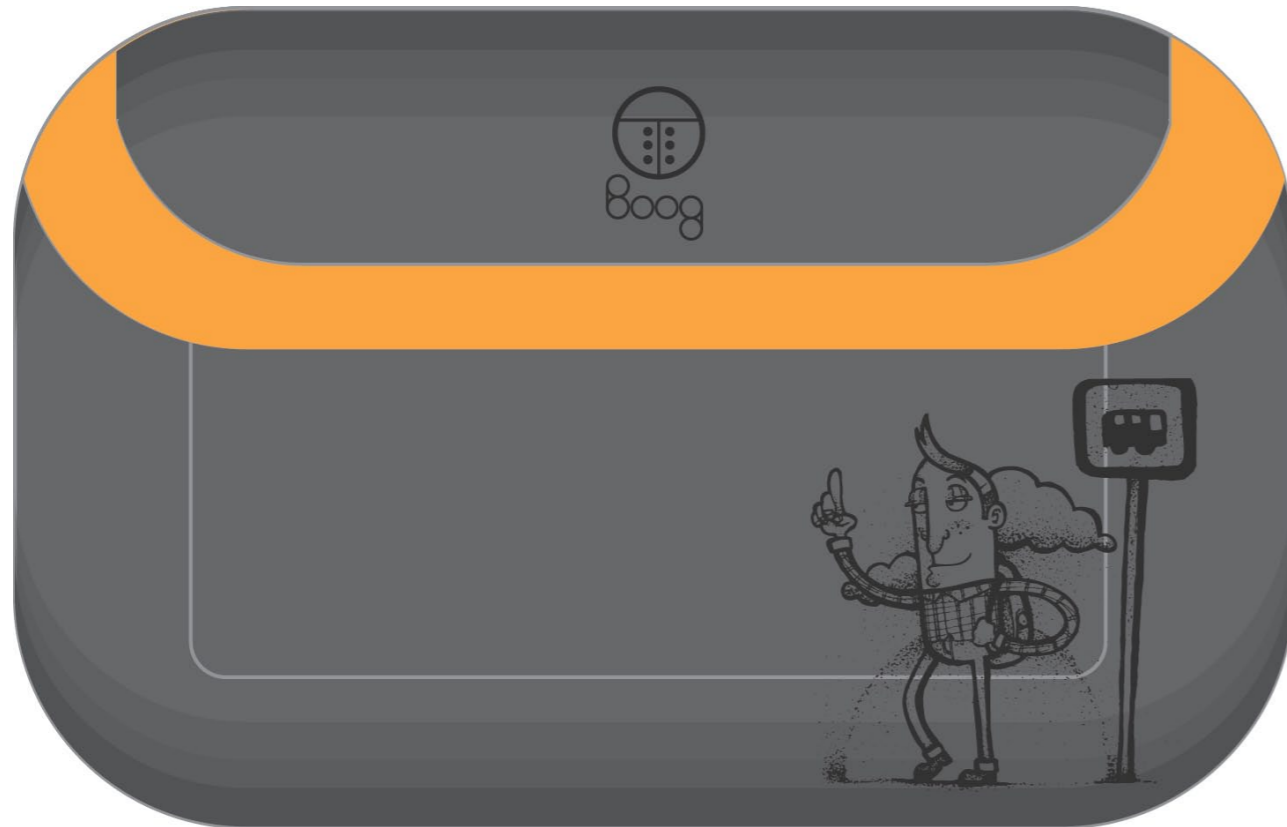




Camisetas:



## Maleta:



## Conclusión:

Al finalizar este proyecto me doy cuenta de que genero una marca y un estilo gráfico aplicable a varios productos que tengan que ver con una carcasa de cualquier tipo. Como se ve en el caso de las camisetas. Cualquier producto que sea utilizado para recubrir y proteger algo ya sea un aparato valioso, comestibles, bebidas o incluso nuestros cuerpos, está dentro de esta categoría.

Fue muy interesante desarrollar un logo que funciona en su versión minimalista, y en una versión ilustrada muy compleja. Y fue un gran reto lograr generar un estilo gráfico emulando lo antiguo, que pueda coexistir con esta nueva marca muy contemporánea y dinámica.

El estilo gráfico de este proyecto me permite realizar un sinnúmero de ilustraciones y situaciones diferentes que cada vez irán innovando y refrescando la marca. El estilo puede tener ciertas variaciones en cuanto al estilo de sombreado, trazo y expresiones. Pero nunca puede alejarse demasiado de la estética retro que he planteado.

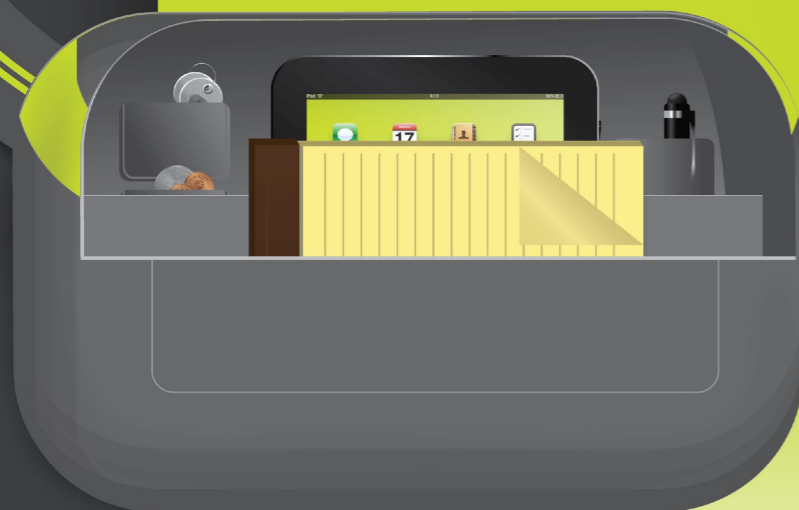
Este proyecto a la final no pretende demostrar el diseño de un objeto específico, sino más

bien, el diseño de una marca aplicable a varios objetos y a varios tipos de soportes, que sea capaz de representar a un grupo social, sea afín con su comportamiento y actitudes. Pero su más importante función es representará este grupo y servirles a la hora de expresar su identidad.

Como mencionaba al inicio del proyecto, pretendo generar una marca local que se posicione en el mercado, y sea una buena alternativa para que los jóvenes de la ciudad de Quito pueda expresar su identidad mediante los productos que representan su estilo y su actitud, en los cuales ven reflejadas situaciones cotidianas de su diario vivir y cuya gráfica sirva como un espejo en el cual ellos reconocen identifican su manera de ser.




Boog



Para concluir, quiero agradecer a mi familia y amigos que fueron de mucha ayuda en el desarrollo de este proyecto, a Iván Burbano, el profesor que me guió y asesoró durante la clase y el desarrollo del mismo, a los profesores de diseño Christine Klein y Cristian Mogrovejo, y a todas las demás personas que de alguna manera aportaron en la creación de este.

Muchas gracias.



 @migue\_andrade1  
www. flickr.com/migueandrade  
 migueandrade1@hotmail.com