Diseño 1 • 2025

María Albertina Elena

velo

perfumería hecha a medida

Trabajo Práctico N°3: Sistema de Comunicación

Lic. Jorgelina Huder • Lic. Albertina vago

Investigación

Este trabajo propone el desarrollo de un sistema de comunicación publicitaria para VELO en colaboración con el artista Harvey Littleton. La campaña se centra en destacar su diferencial intrínseco: la posibilidad de encapsular la identidad del portador en una esencia única y una pieza de arte exclusiva. A través de un concepto claro y potentes recursos retóricos visuales, se diseñan tres piezas gráficas clave que comunican la individualidad y la autorrepresentación, resaltando la unicidad y la profunda personificación inherente tanto al aroma como a su envase.

Harvey Littleton

Harvey Littleton es reconocido por transformar el vidrio en una forma de expresión artística. Sus esculturas son conocidas por sus formas orgánicas, sus reflejos y la interacción con la luz. El trabajo de Littleton, subraya la idea de la pieza única, irrepetible y con una historia inherente. La campaña enfatiza que cada frasco es una pieza única, como la persona a la que representa, y que la fragancia es un eco olfativo de su historia personal. Littleton inmortaliza momentos en vidrio, y VELO los traduce en aroma personal. Esta correspondencia filosófica es el corazón de la colaboración.







Sujeto

Es una persona con una profunda sensibilidad artística y un estilo de vida consciente, que busca identidad y autenticidad en cada elección. Valora lo único, lo artesanal y lo que lo representa, viendo el perfume como una extensión de su mundo interior.

Objeto

La colaboración de VELO con el artista Harvey Littleton, que se manifiesta en aromas personales únicos y piezas de arte exclusivas, encapsulando la identidad del portador.

Contexto

Afiche A3 exterior: Implica un contexto de “tránsito peatonal/ moderado”, donde la lectura es rápida y la exposición es limitada.

Afiche A4 revista: Implica un contexto de lectura cercana y un “tiempo de permanencia mayor”.

Cartel de ruta: Implica un contexto de “velocidad extrema” y un “mínimo tiempo de exposición”, con alta distracción y la necesidad de comunicación ultracorta.

Silogismo

Premisa Mayor: La historia personal es una colección única de recuerdos.
Premisa Menor: Un aroma puede evocar memorias.

Conclusión

VELO x Harvey Littleton encapsula la singularidad de tu historia.

Concepto

Reflejo de historias únicas.

Reflejo interpretado desde el reflejo del entorno externo (luz, colores, espacio) por parte del vidrio, de manera más profunda, refleja el mundo interior del observador. El perfume, en cambio, refleja las historias personales del portador.

Partido Gráfico

Se utiliza la paleta de colores cálida y tipografía propia de Velo para mantenerse fiel a la identidad visual de la marca.

Se trabajó con imagenes reales de las esculturas de Harvey Littleton.

En los afiches para revista y para el exterior se utilizó la firma de Harvey Littleton como identidad gráfica, acentuando lo artesanal, lo único y lo autoría original, mientras que en el cartel para ruta se usa una tipografía para priorizar la legibilidad.

Se usan dos esculturas por afiche para representar y contrastar las historias para demostrar la singularidad.

Partido Visual

Dos esculturas por afiche, contrastantes entre sí, para representar la diversidad de historias personales.

Las esculturas son fotografiadas desde un primer plano para generar una sensación de intimidad, y por otro lado, no mostrar la escultura completa y utilizar la firma genera un código compartido con el espectador culto o sensible al arte.

En las imagenes usadas para el reflejo de las historias personales, en el “reflejo“ del vidrio, se intentaron mantener dos estilos contrastantes (ej. maritimo y rural) para fomentar la diferencia entre las personas.

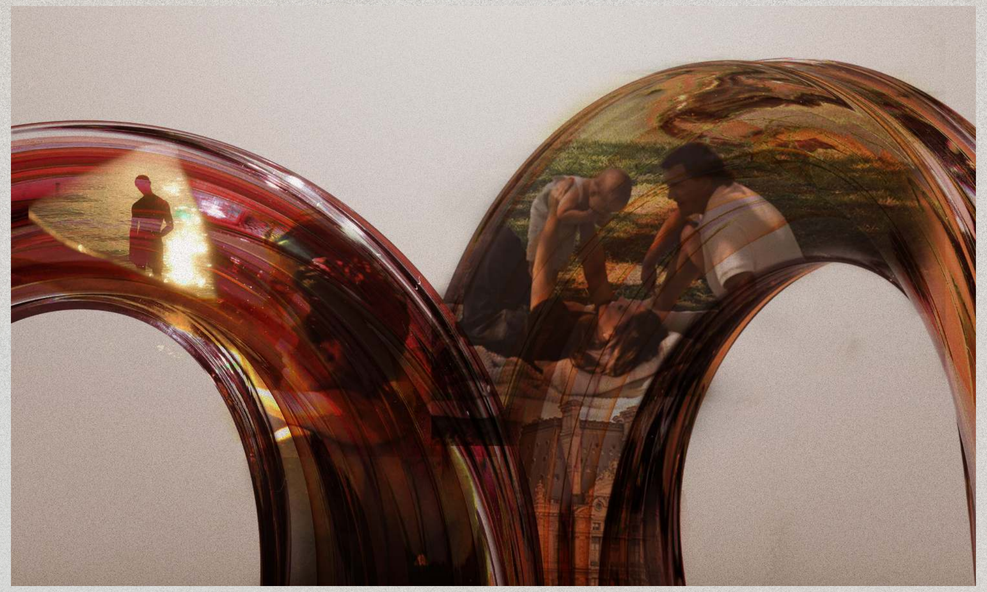
Retórica de Imagen

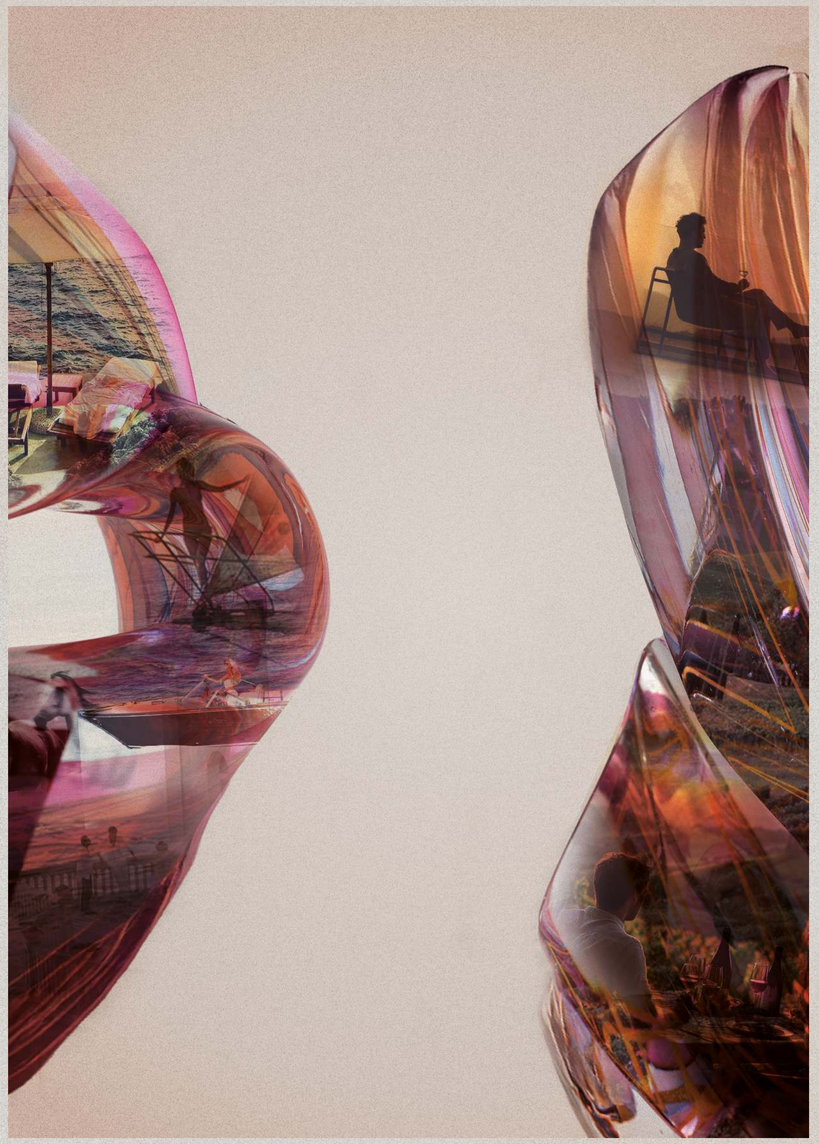
Metáfora

El reflejo se ve en el vidrio, que es el envase del perfume, y también cómo representa a cada persona, refleja su identidad. Las historias son la identidad de cada uno, que es diferente y único. Por eso, el vidrio no muestra todo claramente, sino fragmentos que simbolizan la singularidad de cada historia personal. Así, el perfume y su envase son un reflejo único de quien lo lleva.

Retórica de Imagen

Se usan 4 identidades. Cada una representada por una escultura distinta, reflejando una identidad específica. En el afiche de exterior, se meustran opuestos y separados; en el afiche de revista se mostraban cercanas para contrastar mejor, en el cartel para ruta se utiliza una escultura de cada afiche anterior.





Afiches Finales



Afiche para Revista

Al ser un afiche hecho para una revista, el lector tiene mas tiempo para procesar la imagen. Es por eso que se incorpora un texto acerca de la colaboración. Hay mas tiempo para procesar las esculturas por lo que no se bucan las figuras mas explícitas. Lo mismo se logra con la firma manuscrita del artista, enfatizando el hecho de que la colaboración es para aquellos que



Afiche para Exterior

Al ser un afiche hecho para exterior, todos los elementos de la composición fueron agrandados. Se elimina el texto complementario, manteniendo unicamente la frase principal. Se incorpora la firma del artista para demostrar la colaboración para mantener la idea anterior.



Cartel para Ruta

El contexto de este cartel es una ruta. Teniendo en cuenta la velocidad de lectura, se minimizaron las imagenes en el reflejo del vidrio, manteniendo una sola con alto contraste como representante de las historias y recuerdos pero de forma clara.

El texto principal es el logo y el nombre del artista, esta vez sin la firma para mayor legibilidad, ya que la unión de estos es lo principal que se quiere comunicar.

La frase pasa a un segundo plano ya que no comunica de forma instantanea la colaboración.