

# Voces de mi alma

Isabella Núñez Arzayús

Énfasis en marca y complementaria con mercadeo

Directora: Andrea Gómez

Diseño de comunicación visual

Facultad de creación y hábitat

Pontificia Universidad Javeriana Cali

PROYECTO DE GRADO  
2025 - 1



## Requerimientos de diseño

### Estético-Comunicativa

- Uso de colores que representen la diversidad emocional.
- Tipografía clara y legible.
- Estilo visual ilustrativo y orgánico
- Uso de un lenguaje verbal afectivo, respetuoso y motivador.
- Creación de un diseño emocional

### Tecno-Productiva

- Materiales que sea amigables al tacto y duraderos.
- Formatos que faciliten la distribución (sitio web o blog).
- Que se adaptable a los diferentes lugares.
- Diseño reproducible a futuro.

### Funcional-Operativa

- Que sea de fácil uso e interacción.
- Que sus contenidos visuales y textuales sean comprensibles.
- una herramienta que sea versátil.
- fomentar la participación activa con actividades creativas.

## Pilares conceptuales del diseño

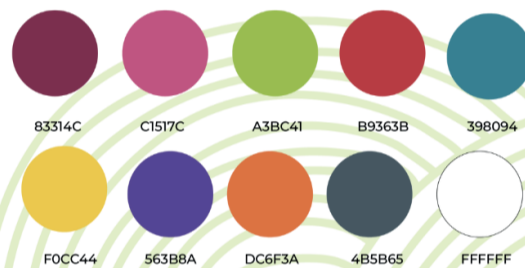
Diseño de comunicación visual  
Expresión Creativa  
Bienestar y Autocuidado  
Comunicación Afectiva



## Proceso Creativo

### Elección de paleta cromática

Cada color representa una emoción a excepción de los dos colores rosados que hace referencia al cáncer de mama, y el blanco que se encuentra presente en fondos.



## Tipografía elegida

Se eligieron estas dos tipografías; Recoleta Bold para títulos ya que es suave y cálida. Montserrat Medium para textos ya que es bastante elegante y de fácil lectura.

## Recoleta Bold

Títulos serifa suave y cálida

## Montserrat Medium

Texto sans-serif moderna, elegante y versátil

## Sistema de producto Principal

Diario de las emociones

Cartas para terapia escrita



## Sistema de producto Kit de las emociones

Imán de restos semanales



Librito mandalas



Cajita de colores



Caja del kit



Tote bag



Incienso aromaterapia



Té para acompañar este momento

