

CRISTINA CIA

Art Direction & Graphic Design

PORTFOLIO

PUEDO AYUDARTE EN — Naming
Desarrollo conceptual
Dirección de Arte
Diseño de Identidad Visual
Diseño de Packaging
Diseño Editorial
Implementación/Arte final impreso
Implementación digital
Asesoramiento y estrategia de marca
Asesoramiento de materiales
Asesoramiento UX / UI



¡Hola!

Mi nombre es Cristina, directora de arte, diseñadora gráfica y enamorada de la buena papelería.

Me especializo sobre todo en el desarrollo de marca, diseño editorial y diseño de packaging, enfocándolo a un sector delicado, elegante y limpio, como es la moda o el lujo, aunque por mi experiencia, también me siento cómoda en otros sectores, como es el de la gastronomía.

Intento trabajar estrechamente con mis clientes, construyendo relaciones sólidas y cuidando cada aspecto del proceso de diseño.

Lo hago con pasión y mimando cada detalle porque realmente creo en el poder que puede tener el mundo visual para cambiar las cosas y lograr objetivos, por lo que me gusta tomar tiempo en la historia de cada proyecto y encontrar un núcleo sobre el que trabajar.

Además de todo esto, me gusta dibujar, el olor del café recién hecho y los artículos de papelería bonita.

Personal

Isabel Cristina Cia Massó
24/10/1990
Cádiz (España)

Contacto

hola@cristinacia.es
+34 668 579 802
Instagram: [@cristinacia.es](https://www.instagram.com/cristinacia.es)
[linkedin.com/in/cristinacia/](https://www.linkedin.com/in/cristinacia/)

Educación

- 2018 • Postgrado Art Direction
IED Máster, Madrid
- 2017 • Grado en Diseño Gráfico
Escuela de Arte de Jerez (Cádiz)
- 2012 • Técnico Superior en Gráfica Publicitaria
Escuela de Arte de Cádiz

Experiencia

- 2018 • Diseñadora Gráfica · Dirección de Arte
Freelance
Creo conceptos y dirigo los proyectos, desde el naming, hasta la producción, gestionando tiempos y procesos.
- 2017 • Diseñadora Gráfica · Coordinadora
Ideólogo.com
2015
Comencé siendo diseñadora gráfica, ejecutando y creando conceptos para hacer cada proyecto distinto a los demás.
Aprendí a tratar con marcas de calidad superior y de prestigio a nivel nacional y mundial.
Posteriormente, gracias a que me coordinaba bien con mis propios proyectos, tiempos y clientes, me nombraron coordinadora del equipo para que, además de los proyectos de lo que me encargaba como diseñadora, coordinara y me hiciera responsable de los proyectos del equipo en cuestión de tiempos, artes finales, producción, etc.
- 2014 • Diseñadora Gráfica
+vinilo
2013
+Vinilo es una tienda abierta al público con productos de diseño a modo de "concept store" además de ser un sitio donde se crean proyectos de diseño y se produce impresión a gran formato.
Mi rol era el de diseñadora, aunque a veces me hacía cargo de la tienda y del trato con el público.
Aprendí a ejecutar artes finales para impresión en plotter y a producirlos.
- 2014 • Diseñadora Gráfica
Publicidad Jurado
2012
Agencia local. Principalmente entré de prácticas por mi grado superior en técnica de diseño.
Posteriormente, pasé a formar parte del equipo como diseñadora junior. Aprendí a ser resolutiva y ejecutar proyectos rápidamente.
- 2011 • Técnica en diseño
Agencia de publicidad
Formaba parte del equipo como diseñadora junior.
Aprendí a ser resolutiva y ejecutar proyectos locales rápidamente.

PROYECTOS

Artrol

Durante siglos, el rol de la mujer en el arte se limitó a modelo y musa, fuente de belleza e inspiración para el ojo del artista, entonces masculino.

La incorporación de la mujer en las artes plásticas pudo significar el comienzo de su verdadera inclusión en el proceso de autorepresentatividad.

La mujer finalmente fue incluida en el mundo creativo de los hombres y creyó ganada la batalla. Es así que logra en la postmodernidad tomar las riendas creativas del arte en sus propias manos con la ingenua intención de efectivamente guiar el rumbo futuro.

¿Cuán real es esto? A través de Artrol, veremos algunas mujeres que están actualmente representando el colectivo femenino en el mundo de las artes, conoceremos su trabajo y la opinión de algunas de ellas respecto a esta cuestión.

El primer número de Artrol está enfocado en el diseño gráfico y tenemos en el a Astrid Stavro, Clara Montagut, Ena Cardenal, Laura Mesenguer, Marta Cerdà, Monika Bush y Pati Nuñez a nivel nacional y a Annie Atkins, Barbara Kruger, Carolyn Davidson, Jessica Hische, Jessica Walsh, Malika Favre, Paula Scher y Susan Kare a nivel internacional.

También, en el final de la publicación, contamos con la sección "Unknown", una nueva generación de diseñadoras actualmente más desconocidas pero no por eso jugando un papel menos importante.

artrol

magazine

*ROL: Función que una persona desempeña en un lugar o en una situación.
"tiene un rol importante en la política; el rol del padre, hasta entonces no manifiesto"*



ROL. Función que una persona desempeña en un lugar o en una situación.
Tiene un rol importante en la política; el rol del padre, hasta entonces no manifiesto



Las aulas de las escuelas están generalmente controladas por un 70% por mujeres. Sin embargo, en la enseñanza de Historia del Diseño, sólo se dedica un 10% de los contenidos a explicar el trabajo de mujeres en el diseño gráfico. Aunque, la Asociación Española de Diseñadores Gráficos (AEDG) afirma que el 40% de los diseñadores que trabajan son mujeres. El desafío es que se promuevan en la estabilidad.

La importancia de la mujer y el diseño gráfico en la modernidad y los años 60

La vida de las mujeres está generalmente respaldada en un 70% por mujeres. Sin embargo, en la asignatura Historia del Diseño, sólo se dedica un 10% de los contenidos a explicar el trabajo de mujeres en el gráfico.

Siempre ha un diseñador que gana en el día de estudio y lo es el problema de una vida tradicional. Aunque hay «la habilidad» muchos hombres que han dejado su trabajo en la historia del diseño gráfico, también ha habido pocas diseñadoras que merecen su propia posición visual.

La National Education Association afirma que el 40% de los diseñadores que trabajan son mujeres. Sin embargo, realmente no hay tanto diseñador a la hora de ejercer profesionalmente. El desafío es que se promuevan en la estabilidad.

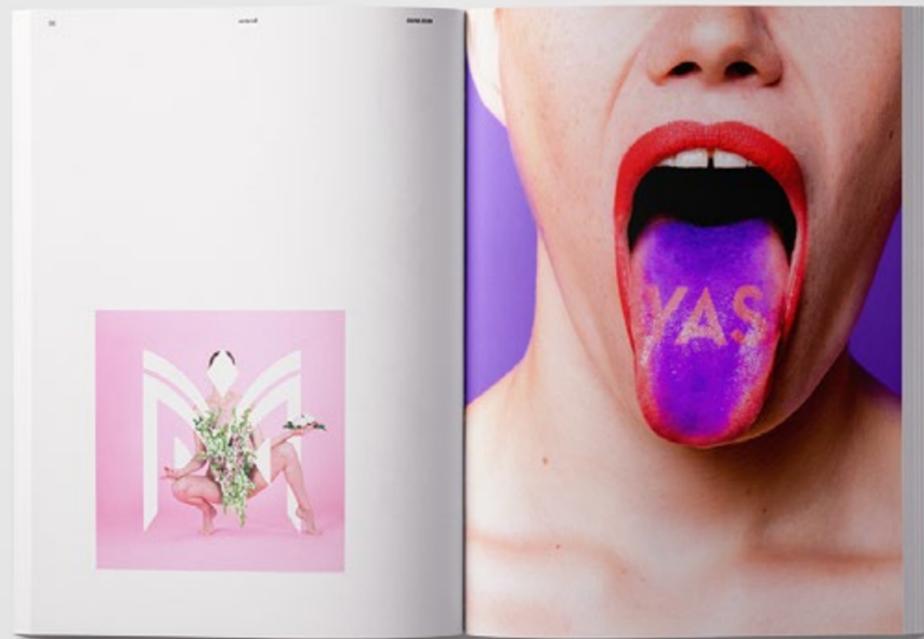
Por ejemplo, a partir de los años 60, Esther Melbaena Bana, diseñadora con su esposo José Luis, se hizo una diseñadora visual independiente.



José Luis trabajando con su esposa, Esther Melbaena Bana







Fashion Serie

El objetivo de este proyecto académico, era representar gráficamente la unión en serie de tres documentales de moda, teniendo en cuenta la individualidad y personalidad de cada uno.

Estos documentales cuentan la historia de tres diseñadores y marcas ya muy reconocidas ¿Acaso no todo el mundo reconoce el logotipo de Dior o Valentino? La composición de sus logotipos rodeando el título del documental es lo que une la serie de los tres documentales pero, cada uno, representa su personalidad a través de su identidad, como la tipografía en sus marcas o sus colores corporativos.

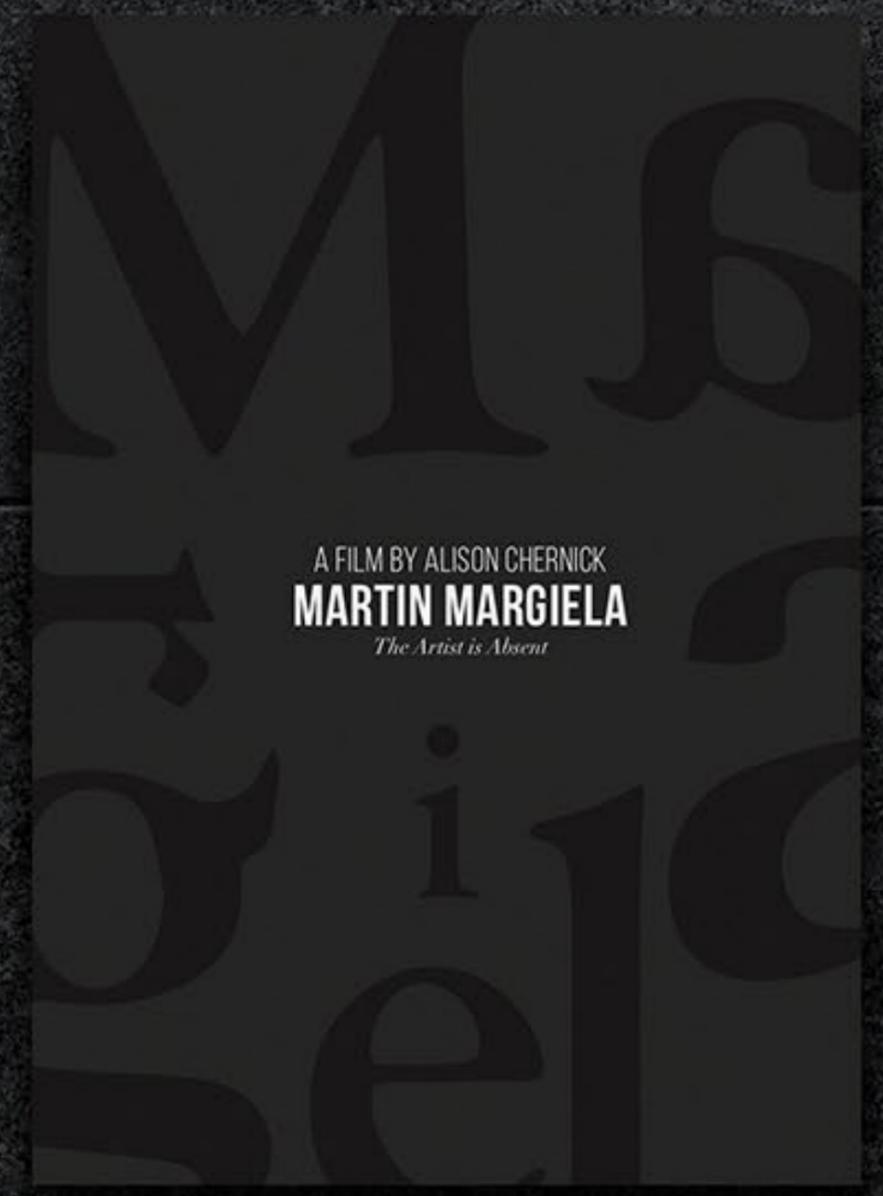
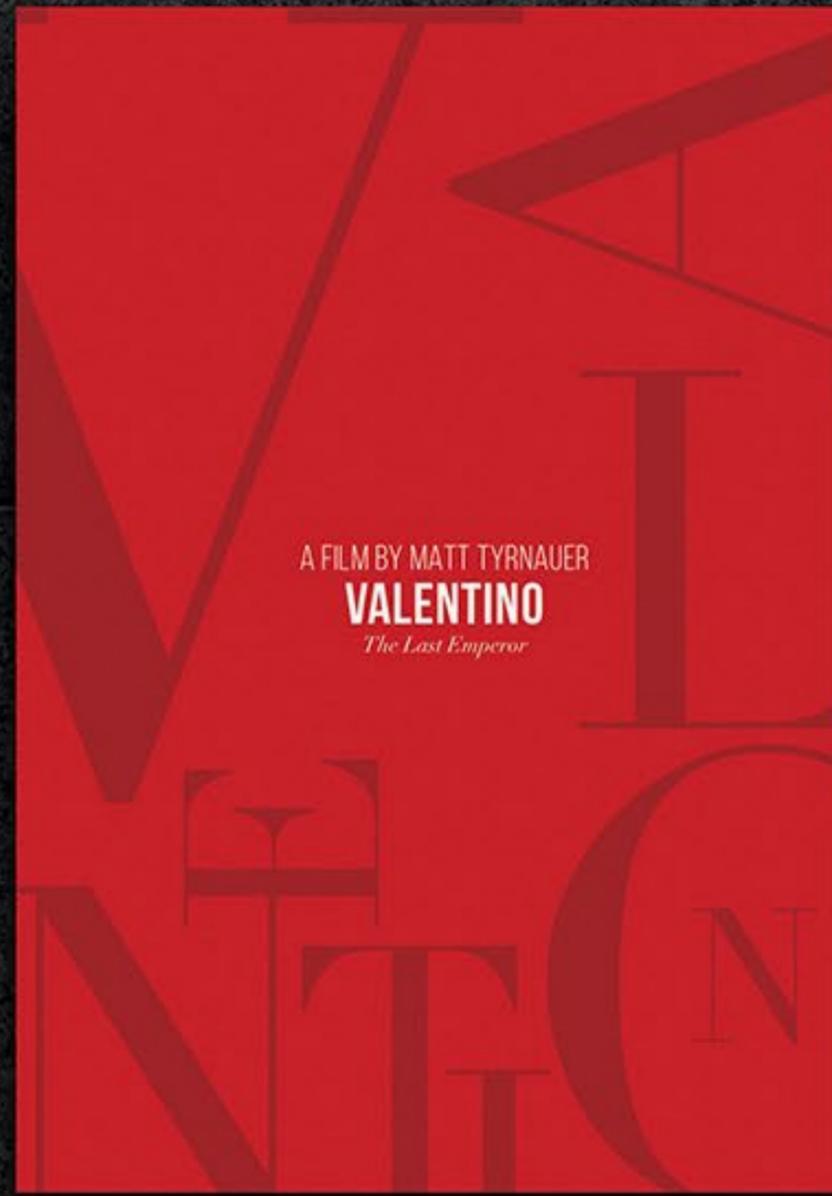
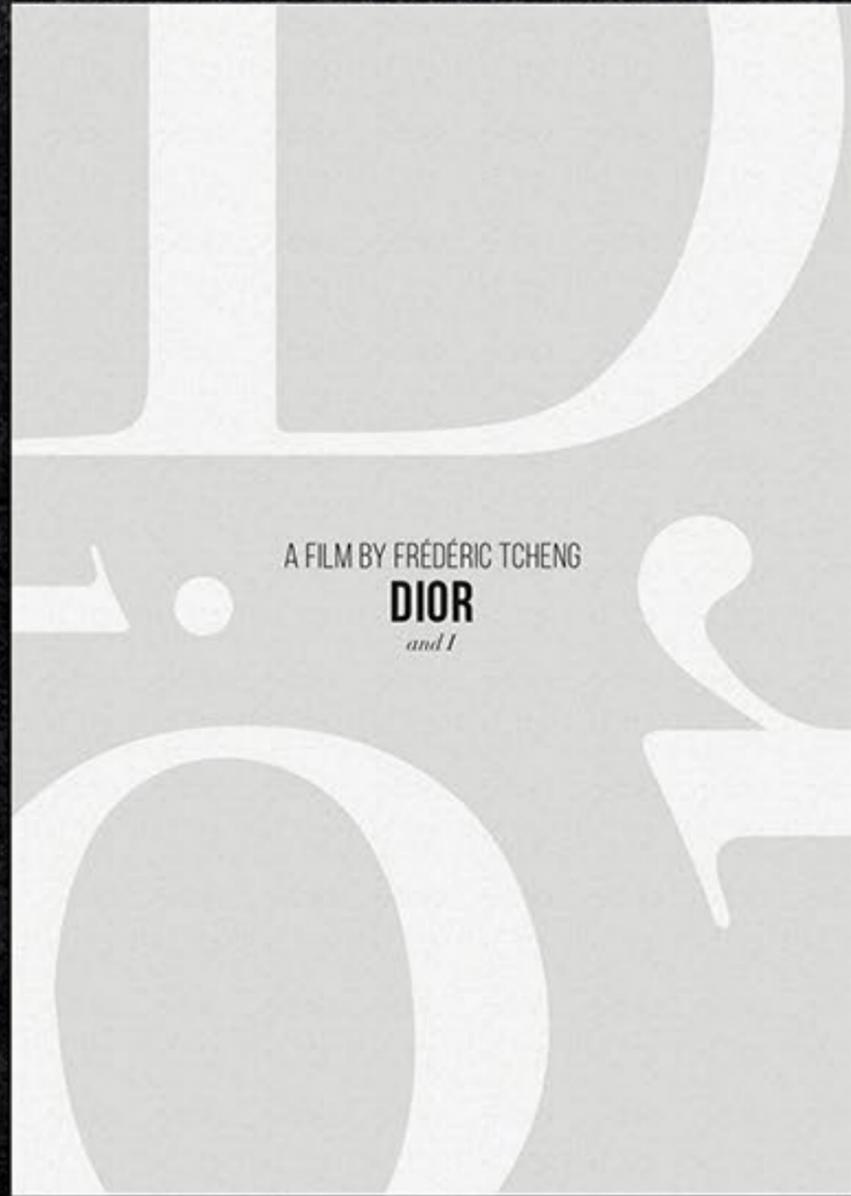
Documentales escogidos:

"Dior and I" - Frédéric Tcheng

"Valentino: The Last Emperor" - Matt Tyrnauer y "Martin Margiela:

The Artist is Absent" - Alison Chernick.

FRÉDÉRIC TCHENG
DIOR
and I



Dior

El encargo de este proyecto se basó en la elección de una marca y el diseño del Lookbook de su última colección.

Desde el diseño hasta los materiales seleccionados, la pieza debía transmitir coherencia con esta colección y reflejar los valores de la propia marca.

En este caso, la marca fue Dior y su colección Spring/Summer 2018. La campaña, con la modelo y artista Sasha Pivovarova y dirigida por Patrik Demarchelier, intenta transmitir un mensaje feminista, en el que se valora que la mujer también puede ser artista.

La escenografía de la pasarela fue inspirada por el arte de Niki de Saint Phalle.

Si prestamos atención a la escenografía de la pasarela, la cual cuenta con cristales que aportan brillo y un tono plateado a toda la pasarela, encontramos la coherencia entre esta y el packaging, el cual es un sobre de burbujas metálico que contiene el Lookbook completo.

La solución se convirtió en el desarrollo de dos piezas gráficas; En primer lugar el Lookbook como pieza principal, a modo de catálogo grapado e impreso en un papel blanco perlado, el cual cuenta con un brillo sutil en el papel y que transmite los valores de elegancia y lujo que posee la marca Dior, representa la campaña dirigida por Patrik Demarchelier.

En segundo lugar una pieza que representa la pasarela con la colección de todos los looks a modo de "coleccionables", pues se pueden retirar a gusto gracias a la anilla que sujeta estos. Todo look en su parte posterior, cuenta con el número que corresponde, para facilitar la venta de estos.





WITH THE CAMPAIGN
THE ARTIST IS MOVING AND WORKING IN
A CAMPAIGN WHERE CREATIVITY IS
ENCOURAGED IN ELEGANTLY LINGERING
FORMS WITH A HISTORICAL NOSTALGIC
INHERENTLY FEMINE AND FINEST OF
THEIR CRAFTSMANSHIP AND
FINE BALANCE THE PLAYFUL AND THE
DISCREET BLENDING FASHION, FREEDOM
AND ART IN AN INSPIRING MELLANGE THAT
APPEALS TO THE MODERN WOMAN.

Christian Dior





LOOK 7



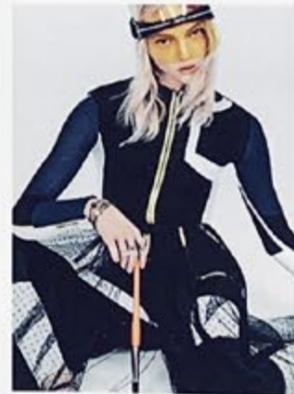
LOOK 8



LOOK 9



LOOK 10



LOOK 11



LOOK 12

OR · SS18 THE CAMPAIGN · PRÉT-À-PORTER · DIOR · SS18 THE CAMPAIGN · PRÉT-À-PORTER · DIOR · SS18 THE CAMPAIGN · PRÉT-À-PORTER · DIOR · SS





Dior

DIOR.COM

JUST LIKE THE COLLECTION ITSELF, THE SHOW'S SCENOGRAPHY WAS INSPIRED BY THE ART OF NIKI DE SAINT PHALLE. AND, MORE SPECIFICALLY, BY ONE OF HER MAJOR WORKS BAPTIZED THE TAROT GARDEN. A SCULPTURE PARK LOCATED IN TUSCANY THAT DISPLAYS THE TAROT SYMBOLS RISING FROM THE GRANDEUR OF NATURE. BEGUN AT THE END OF THE 1970'S, THE PROJECT WAS COMPLETED BY THE ARTIST'S PASSING IN 2002. WITH ITS METAL FRAME COVERED IN CONCRETE, THE PARIS STRUCTURE THAT WELCOMED THE SHOW GUESTS WAS MADE EMPLOYING THE SAME ARCHITECTURAL ARTWORKS. INSIDE, EIGHTY-TWO THOUSAND SHIMMERING MIRROR PIECES COVERED THE WALLS AND FLOOR IN A SERIES OF MOSAICS TO MAGICALLY REFLECT MARIA GRAZIA CHIURI'S DESIGNS AS THEY SASHAYED BY.

Hence

Hence es una marca de ropa diferente a las demás.

Es una marca joven, creada en Barcelona. Crean en la reeducación de la sociedad respecto a la industria de la moda, promoviendo la conciencia, el compromiso y la responsabilidad con el medio ambiente. Sus prendas están hechas de materiales orgánicos, biodegradables y reciclables.

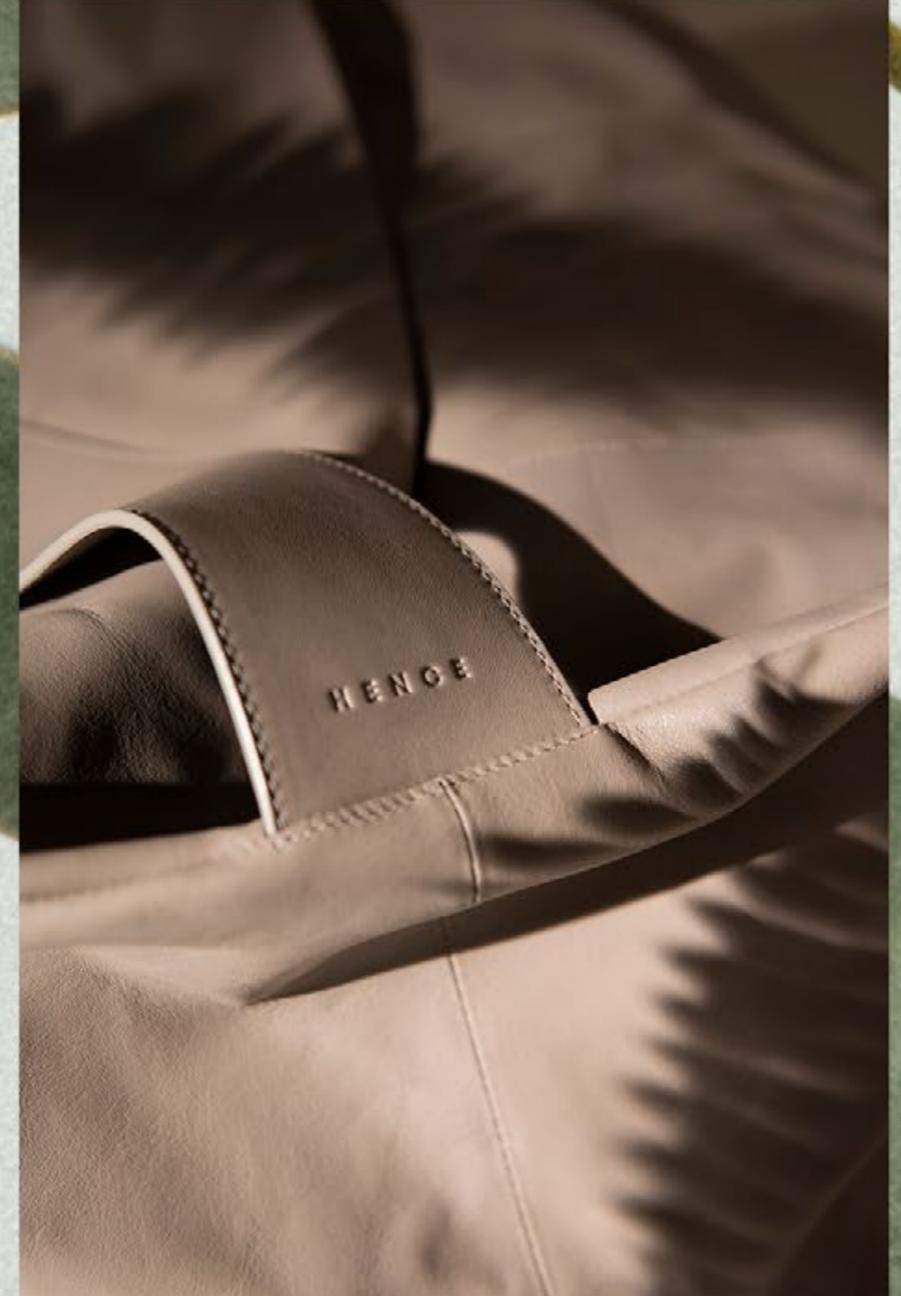
Spring / Summer 2018
www.hencestudio.com

El proyecto consiste en tomar la dirección de arte en las sesiones de e-commerce y editorial, el retoque y su posterior maquetación, intentando transmitir la estética, el espíritu, la esencia y los valores de esta marca.













Murakami

Diseño de cubierta para el relato de Haruki Murakami;
*"Sobre como encontrarse a la chica
100% perfecta una bella mañana de abril"*

El objetivo era transmitir gráficamente, con muy pocos elementos y una estética japo, el concepto y feeling de nostalgia y soledad que tiene el propio relato.





Miralay

Encargo del rediseño de Miralay.

Miralay es un espejo revolucionario con televisión integrada a través del cual, puedes visualizar la tv y acceder a los servicios más actuales de la red.

Cuando Miralay se encuentra en reposo, es un sofisticado espejo decorativo, el usuario decide cuando cobra vida.

Una marca que se dedica al sector que estamos tratando, debe transmitir simpleza, elegancia y lujo. Debe ser bello y debe tener un concepto detrás, para que lo haga exclusivo.

Representamos así, el concepto de "lo oculto" dentro del sector lujo, a través del tratamiento de la tipografía, la composición y los colores corporativos.

NIRALAY



antes

después



MIRALAY

MIRRELLA



Miriam Fdz

Miriam Fernández es una asesora fiscal, especializada en el ámbito laboral.

Se le realizó el diseño de la identidad de su marca, creando una imagen coherente entre logotipo y papelería corporativa.

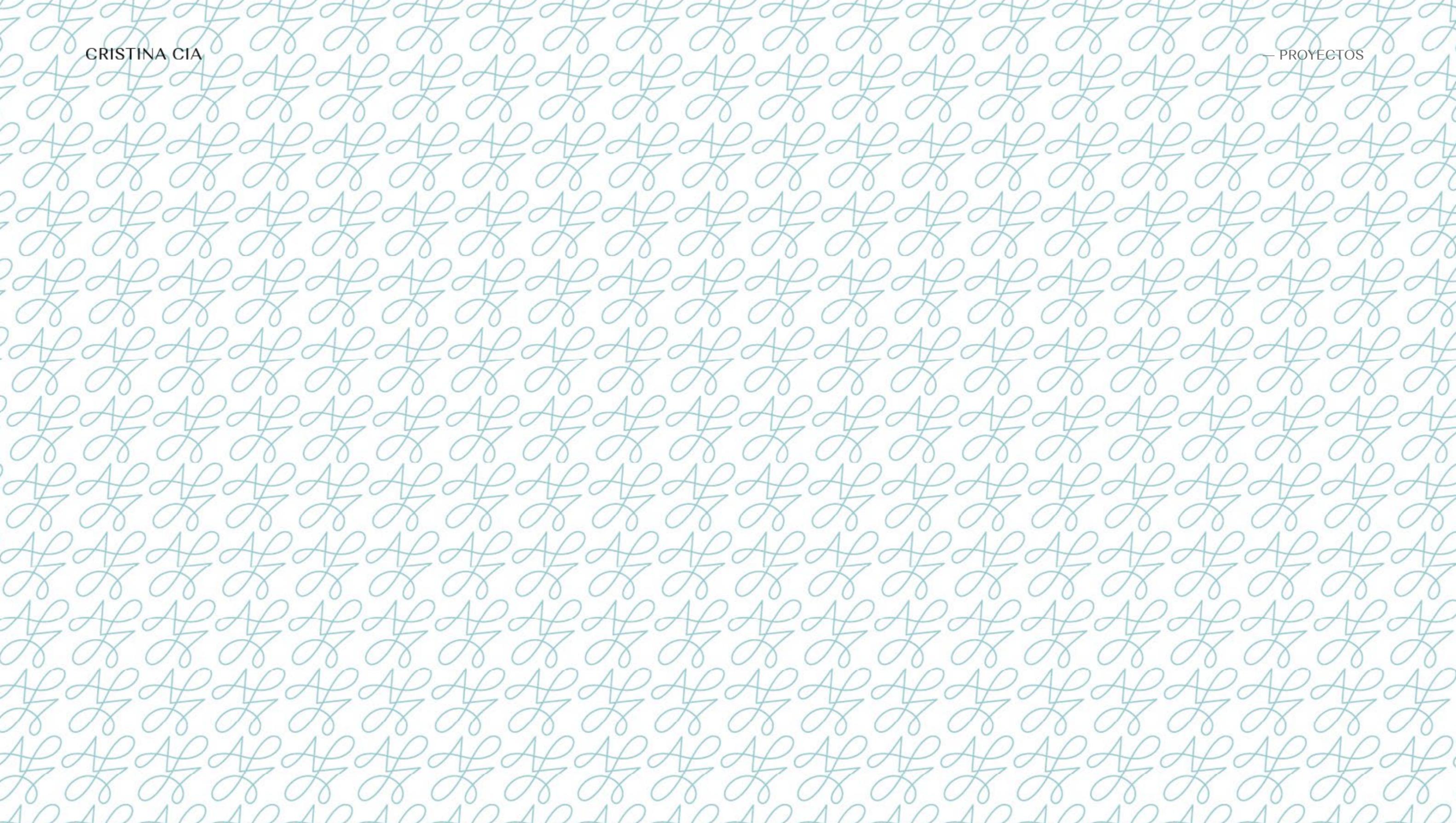
Inspirándonos en el propio trabajo del asesor, el cual no debe dejar cabos sueltos, el logotipo se desarrolló creando un monograma con las iniciales

M y F, creando una forma totalmente cerrada.



MIRIAM FERNÁNDEZ
ASESORÍA







MIRIAM FERNÁNDEZ
ASESORÍA

Nº18 178 884 - T 858 178 884
Ave. José León de Ceranica, 10 - 11011 Cádiz, España
miriamfernandezsumera@gmail.com

Andá José León de Ceranica, 10 - 11011 Cádiz, España
Nº18 178 884 - T 858 178 884
miriamfernandezsumera@gmail.com

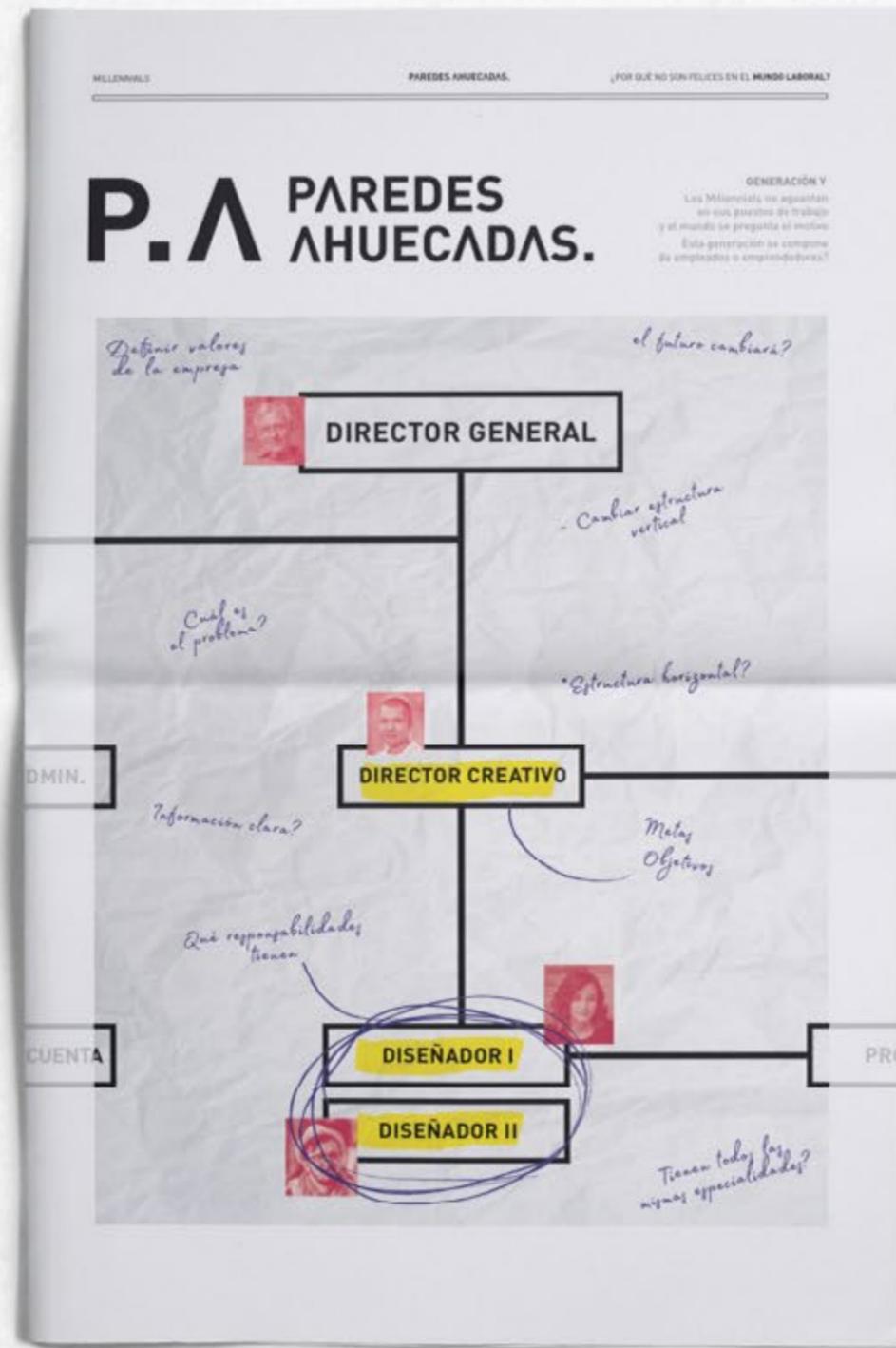
P.A.

Paredes Ahuecadas es una publicación editorial fanzine. Con un carácter único, artesanal y personal, refleja cómo las estructuras y la organización de trabajos en las oficinas está cambiando al son de las nuevas generaciones. Los "Millenials" proponen una nueva estructura horizontal frente a la tradicional piramidal, conservando la esencia de los soportes materiales originales y mezclándolos con el uso de las nuevas tecnologías.

El packaging del proyecto es un tipo cartera de piel, representando el valor por lo tradicional. Esta contiene dos piezas; una pieza es a modo de introducción, un periódico desplegable, donde cada parte va dejando ver los diferentes "problemas" que existen en esta relación, para finalmente, convirtiéndose así en un cartel con un importante mensaje.

La otra, una publicación con forma de libro tradicional en el que se encuentran distintos materiales y tipos de papeles en su interior para representar que la mezcla de generaciones es posible.





MILLENNIALS PAREDES AHUECADAS. ¿POR QUÉ NO SON FELICES EN EL MUNDO LABORAL?

P.A. PAREDES AHUECADAS.

LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN EN EL MUNDO LABORAL. LA MANERA DE ABRIR EL CONCEPTO DE INNOVACIÓN.

MILLENNIALS

PAREDES AHUECADAS.

¿POR QUÉ NO SON FELICES EN EL MUNDO LABORAL?

P.A. PAREDES AHUECADAS.

La llamada "generación Y" tiene una perspectiva diferente en el mundo del trabajo. Esto se debe a que es una generación que creció con el uso de la tecnología y que tiene una forma diferente de relacionarse con el mundo laboral. Esto se debe a que esta generación creció con el uso de la tecnología y que tiene una forma diferente de relacionarse con el mundo laboral.

Estos millennials quieren la participación en el mundo laboral. Esto se debe a que esta generación creció con el uso de la tecnología y que tiene una forma diferente de relacionarse con el mundo laboral.

RETROALIMENTACIÓN

FUTURO

EQUILIBRIO

PROGRESIÓN

EDAK S.

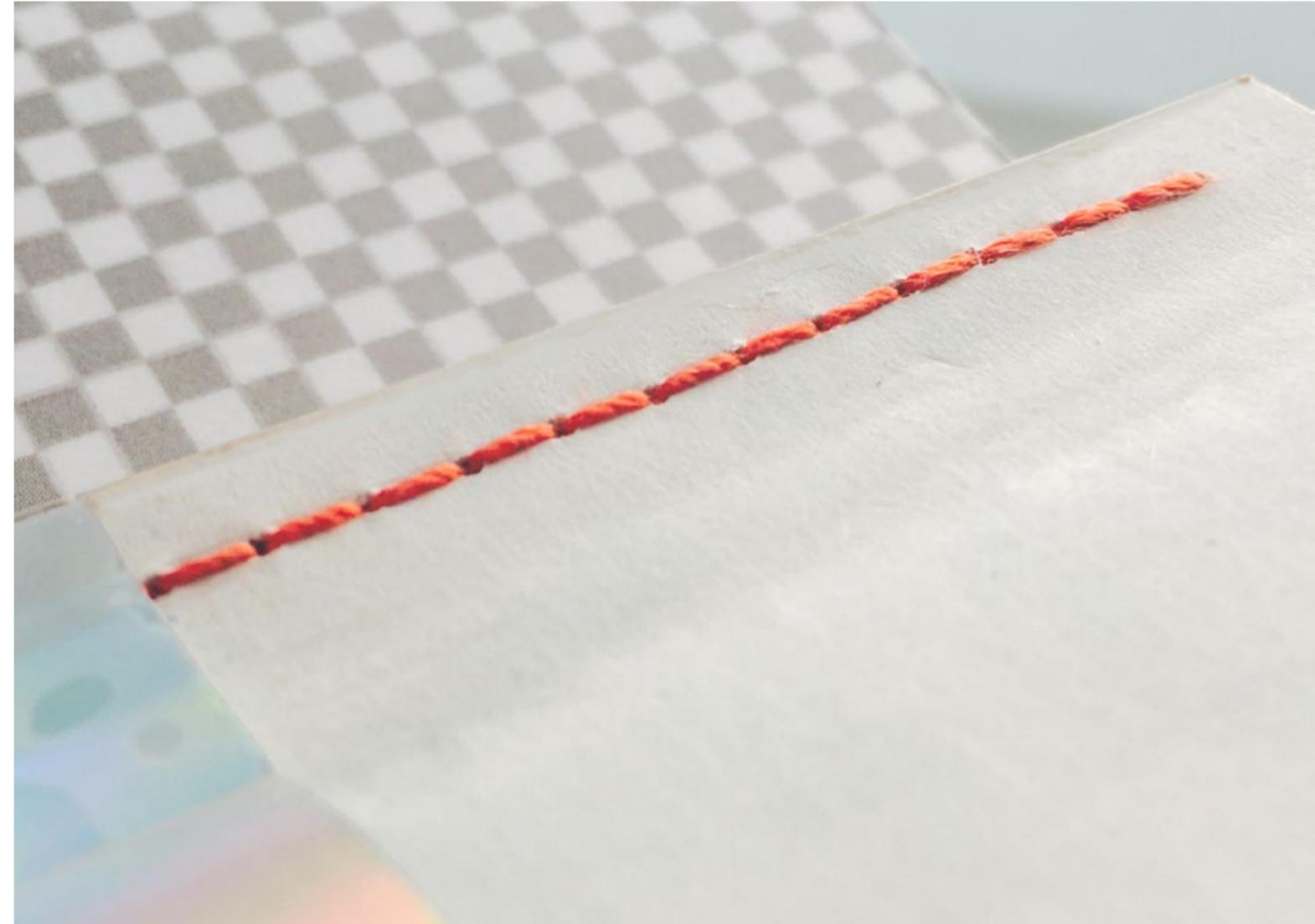
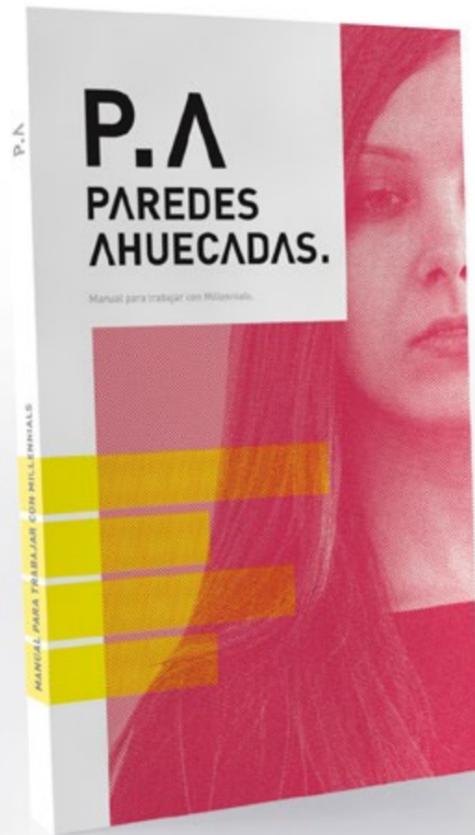
P.A. PAREDES AHUECADAS

tecnología

tradición

Seguir pronto la conexión entre generaciones







muchas...
¿Qué es la generación...
¿Qué es lo que buscan en el em...
laboral? ¿Por qué este...
comportamiento? ¿Cómo ven su...
future? ¿Empleados o emprendedores?
Si eres un Millennial que quiere...
expresar sus ideas o eres una...
persona que trabaja con ellos y te...
cuesta entenderlos, esta publicación...
es para ti.

Debemos de llegar a comprender las...
ideas de estos jóvenes, sus...
herramientas y su concepto sobre...
innovación para actualizar las...
empresas porque, definitivamente...

LLEGARON PARA QUEDARSE



Promise

Promise es una fuente tipográfica Open Type. Fue inspirada por la clásica y eterna Didot.

Siendo más condensada, moderna y de palo seco, Promise pretende ser una tipografía principalmente para titulares específicos en el sector de la moda y el lujo.

2014

~ Promise es elegante, clásica pero moderna, simpática, bipolar, ingenua, presumida, descendiente de Didot. La vida está compuesta de sueños e ilusiones, si no tienes un sueño por el que luchar, búscalo y persíguelo con amor. ~

FUENTE  TITULAR

PROMISE

..... DISPLAY

El problema yace en cómo vas a pasar esta extraña y preciosa vida que te han dado. Si la vas a pasar tratando de verte bien y creando la ilusión de que tienes poder sobre las personas y las circunstancias, o si en cambio, la vas a probar, la vas a disfrutar y vas a encontrar la verdad sobre quién eres.
Promise es una tipografía creada persiguiendo un sueño.

femenina & sofisticada

ALTO CONTRASTE

moderna y experimental

a *Æ* *fi* *§* 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
€ \$ % @ ~ ? !
() [] - . ; ' *


2014

~ Promise es elegante, clásica pero moderna, simpática, bipolar, ingenua, presumida, descendiente de Didot. La vida está compuesta de sueños e ilusiones, si no tienes un sueño por el que luchar, búscalo y persíguelo con amor. ~

FUENTE  TITULAR

PROMISE

..... DISPLAY

El problema yace en cómo vas a pasar esta extraña y preciosa vida que te han dado. Si la vas a pasar tratando de verte bien y creando la ilusión de que tienes poder sobre las personas y las circunstancias, o si en cambio, la vas a probar, la vas a disfrutar y vas a encontrar la verdad sobre quién eres.
Promise es una tipografía creada persiguiendo un sueño.

femenina & sofisticada

ALTO CONTRASTE

moderna y experimental

a *Æ* *fi* *§* 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
€ \$ % @ ~ ? !
() [] - . ; ' *


E hola@crstinacia.es

W crstinacia.es

Ig [@crstinacia.es](https://www.instagram.com/crstinacia.es)