



Design Portfolio 2022

Bereniz Velazquez
bereniz.design@gmail.com
berenizvelazquez.com
832.909.8716

©2023 Bereniz Velazquez. All rights reserved.

This document is the product and exclusive property of Bereniz Velazquez. Neither the document nor the information it contains may be copied, disclosed to others or used in connection with any work or project other than the specific project for which they have been prepared and developed without written consent.

Multidisciplinary Designer
& Creative Director based
in Houston. Creating Design
solutions that **communicate**
and **connect**.

Buena

2023 | Type Design | Motion | Packaging

Modular typeface with accompanying stencils, packaging, webscroll, and motion graphic. Each invokes a unique tone and conceptual direction by balancing proportion and rhythm. Designers started building with simple shapes, then added nuance and complexity to the entire system to finalize the typeface.

Diseño de letra modular con template, empaques, desplazamiento web y gráficos en movimiento que lo acompañan. Cada uno invoca un tono único y una dirección conceptual al equilibrar, proporción y ritmo. Los diseñadores comenzaron a construir con formas simples, luego agregaron matices y complejidad a todo el sistema para finalizar el tipo de letra.

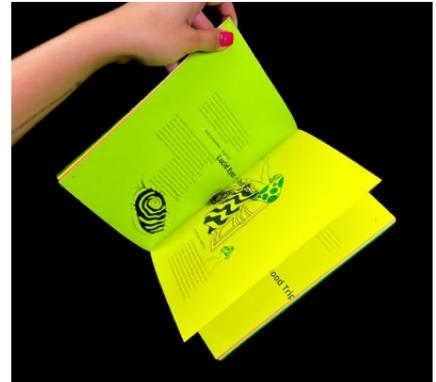


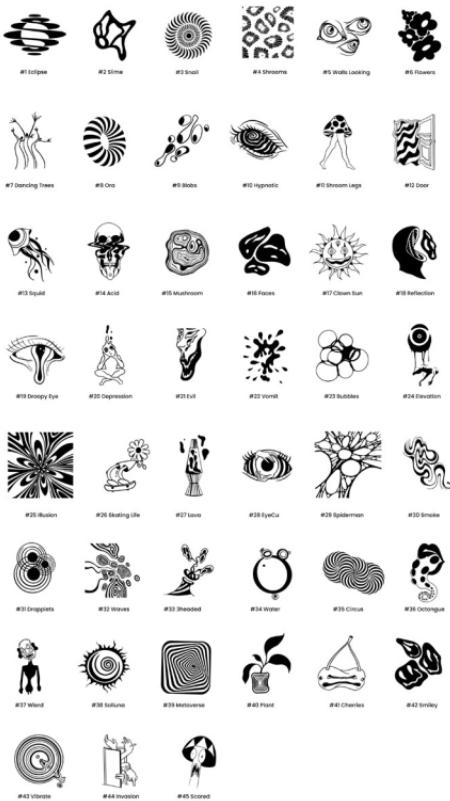
Hallucinatory Minds

2022 | Print | Information Design

The Phaistos Project is a global design inquiry seeking research driven observations—political, economic, ecological, and cultural—be translated into a collection of forty-five unique symbols. The designer's research process utilized digital databases and analog experimentation to generate concepts. Dual posters and a booklet explore the visual system of the symbols, while capturing the unfolding anthropogenic condition of our planet, global phenomena, and cultural observations.

El Proyecto "Phaistos" es una publicación en línea que busca que las observaciones impulsadas por la investigación (políticas, económicas, ecológicas y culturales) se traduzcan en una colección de cuarenta y cinco símbolos únicos. El proceso de investigación utilizó bases de datos digitales y experimentación analógica para generar conceptos. Los dos carteles y un libro exploran el sistema visual de los símbolos, mientras capturan la condición antropogénica en desarrollo de nuestro planeta, los fenómenos globales y las observaciones culturales.





Reframe

2022 | Print

Bookazines are a combination of books and magazines. Their size and focused narrative allow for long-form experimental editorials. Designers worked in teams to cover diverse themes and develop content through the lens of decolonizing design.

"Bookazines" son una combinación de libros y revistas en su longitud y narrativa enfocada. Los diseñadores trabajaron en equipos para cubrir diversos temas y desarrollar contenido a través de la lente del diseño descolonizador.



Field Guides

2021 | Print

Series of three booklets demonstrating each grid system: Manuscript, Columnar, and Compound. Collectively, they function as field guides to a diverse range of topics providing introductory information in the first book, distinguishing characteristics in the second, then alternative subtext in the third. Designers develop a critical eye for balancing curated imagery and typographic form in a composition.

Serie de tres libros que demuestran cada sistema de cuadrícula: Manuscrito, Columnar y Deconstrutivo. Colectivamente, funcionan como guías para una amplia gama de temas que brindan información introductoria en el primer libro, características distintivas en el segundo y luego un subtexto alternativo en el tercero. Los diseñadores desarrollan un ojo crítico para equilibrar las imágenes seleccionadas y la tipografía en una composición.

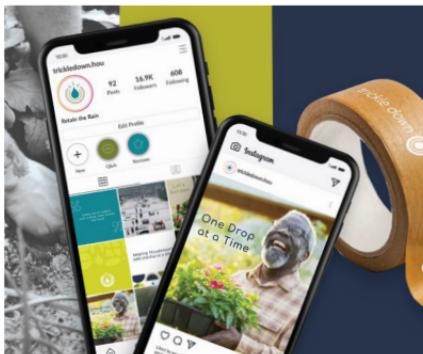


Trickle Down

2023 | Print | Brand Identity | Public Campaign

Campaigning the community-based effort to combat flooding in Houston with rain gardens. Teams worked with the Northeast Houston Redevelopment Council and other rain garden advocates to develop the visual identity, infographic collateral, on site environmental workshop graphics, community and city-wide application of their campaigns.

Campaña comunitaria para combatir las inundaciones en Houston con jardines de lluvia. Los equipos trabajaron con el Consejo de Reurbanización del Noreste de Houston y otros defensores de los jardines de lluvia para desarrollar la identidad visual, los servicios y la aplicación de sus campañas en la comunidad y en toda la ciudad.

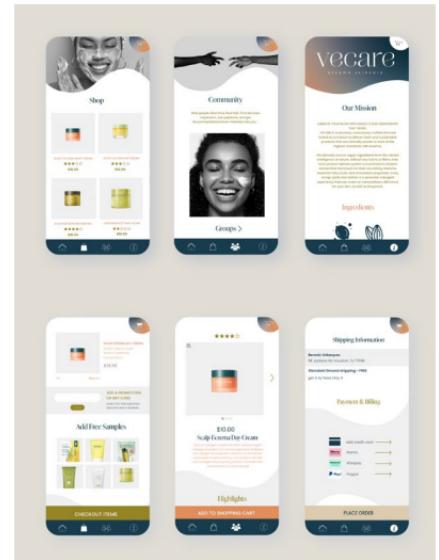
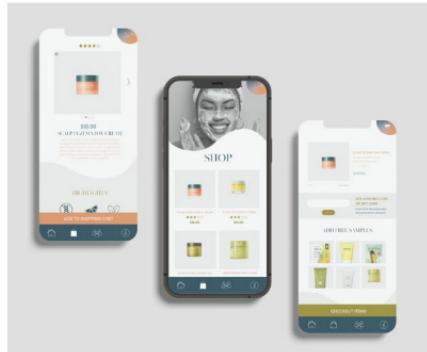


Vecare

2022 | Digital | Brand Identity

Applications with a diverse range in mobile services. Designers researched niche markets, developed specialized interfaces, and created intuitive user flow for corresponding target audiences. The apps were designed for a positive user experience, with clarity and visual appeal as their goal.

Aplicaciones con una diversa gama en servicios móviles. Los diseñadores investigaron nichos de mercado, desarrollaron interfaces especializadas y crearon un flujo de usuario intuitivo para las audiencias objetivo correspondientes. Las aplicaciones se diseñaron para una experiencia de usuario positiva, con la claridad y el atractivo visual como objetivo.

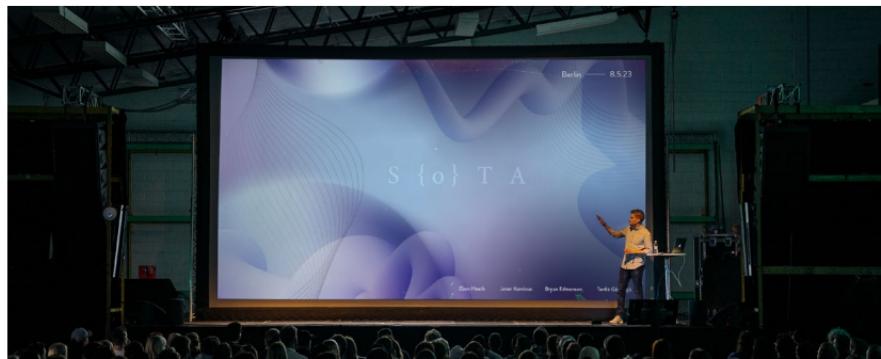


TypeCon

2021 | Print | Brand Identity

TypeCon is an annual typography conference hosted by the Society of Typographic Aficionados. In teams of four, designers collaborated and developed a theme to guide content and visual language of posters and collateral.

TypeCon es una conferencia anual de tipografía organizada por la "Society of Typography" aficionados. En equipos de cuatro, los diseñadores colaboraron y desarrollaron un tema para guiar el lenguaje visual de los carteles y material publicitario.



Houston FoodBank

2023 | Environmental, Brand Identity,

Updated the brand identity for the Houston Food Bank to reinvigorate the organization's aesthetic based on their mission and values. The newly designed brand guidelines were key in developing custom give-away products for specific audiences and generate enthusiasm for the organization. The applied branding and messaging is expanded further with several environmental designs for various spaces in the food bank's facilities.

actualizar la identidad de la marca de Houston Food Bank para revitalizar la estética de la organización en función de su misión y valores. Los lineamientos de la marca recientemente diseñadas fueron clave en el desarrollo de productos de obsequio personalizados para audiencias específicas y generaron entusiasmo en la organización. La marca y los mensajes aplicados se expandieron aún más con varios diseños ambientales para varios espacios en las instalaciones del banco de alimentos.

