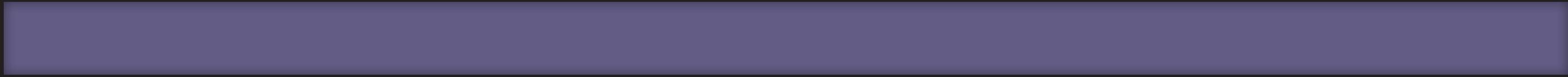


Portfolio

Paris Pérez





Paris Pérez

Dirección de arte, diseño gráfico y redacción

Si todo es **comunicación y diseño**, nada lo es. Sin embargo, sí hay diseño y comunicación en casi todo lo que nos rodea.

Por eso, mi propósito es **encontrar la simbiosis perfecta entre concepto y forma** para conseguir el mejor mensaje posible.

Mi **formación en periodismo** me llevó a amar la comunicación y **mi experiencia en el diseño gráfico** me especializó en una forma de mostrarla. Gracias a la **dirección de arte** he avanzado a la hora de conceptualizar y darle importancia a los formatos que utilizo para que **contenido y continente sean uno**.

Gracias a esto y a los años siendo profesor particular y entrenador de fútbol base he interiorizado algo tan simple pero tan potente como:

Saber qué contar y cómo contarlo

Proyectos

Festival Yugen no Fest

Private Lunar Mission

La Neurona

Otros trabajos

Festival Yugen No Fest

Proyecto Final del Máster en Dirección de Arte en LABASAD

Creación de un **festival de música desde cero**:

- Conceptualización
- Naming
- Logo
- Line Up
- Línea Gráfica
- Campaña de comunicación
- Merchandising

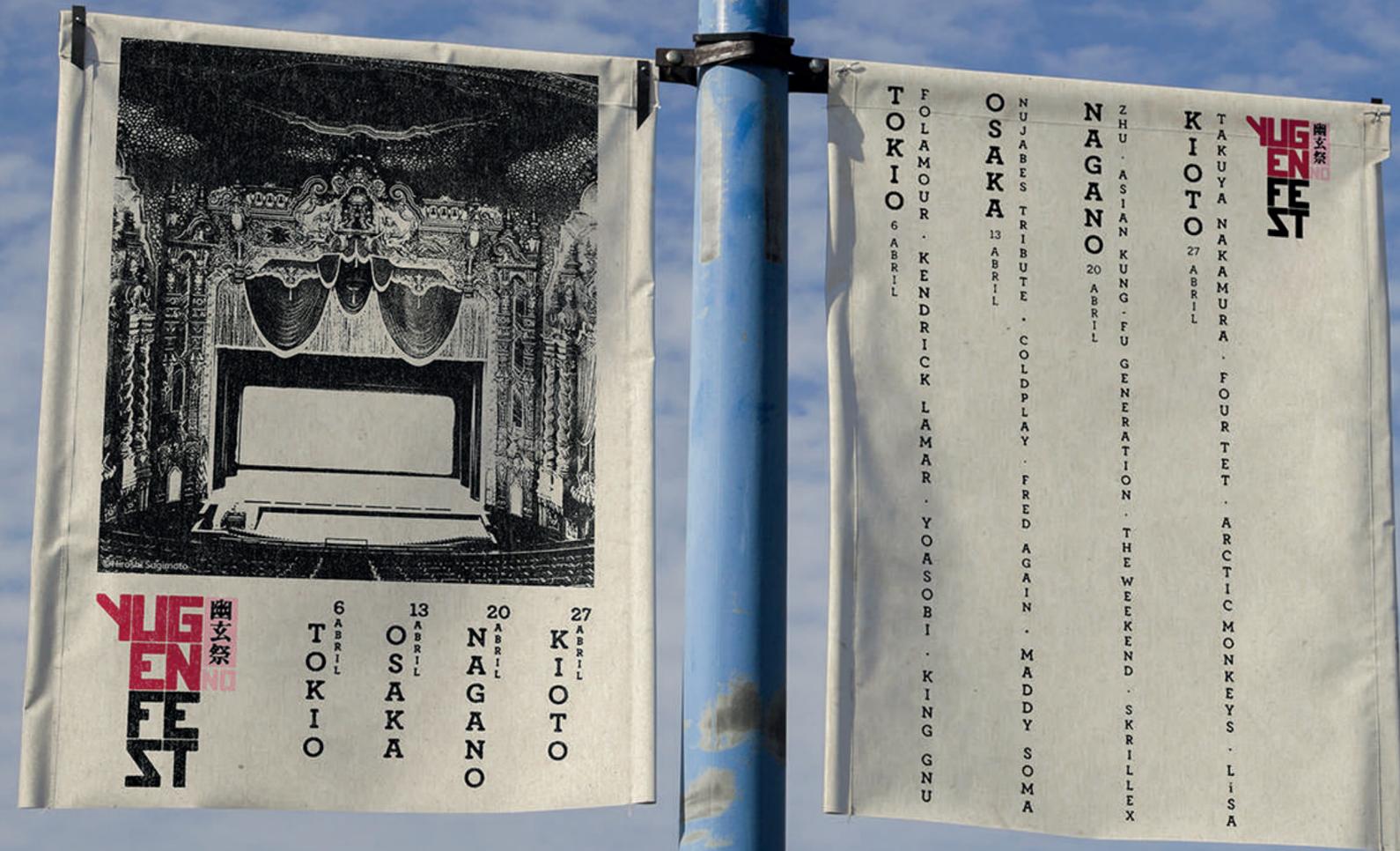
La idea de este festival ficticio es **que los visitantes se enamoren de Japón**: de su belleza, sus contradicciones, sus construcciones modernas y tradicionales y sus espacios naturales.

Sus **localizaciones dispares y emblemáticas** (Tokyo Skytree en Tokio, Umeda Sky Tower en Osaka, Hakuba Iwatake en Naganao y el Castillo de Nijo en Kioto) y los artistas seleccionados (tanto nacionales como internacionales) son los elementos perfectos para crear la atmosfera idónea para ello.

La experiencia se complementa con **exposiciones fotográficas** de artistas locales y otros artistas globales **influidos por la cultura japonesa**.

La **campaña de comunicación** se inspira en ese **aura profunda y misteriosa** que desprende Japón para los occidentales y se realiza mediante **haikus**.

Además, para completar esta campaña la idea es realizar una **colaboración con UNIQLO** y la **producción de una antología audiovisual** con directores japoneses influyentes.



Private Lunar Mission

Proyecto realizado para el Máster en Dirección de Arte en LABASAD

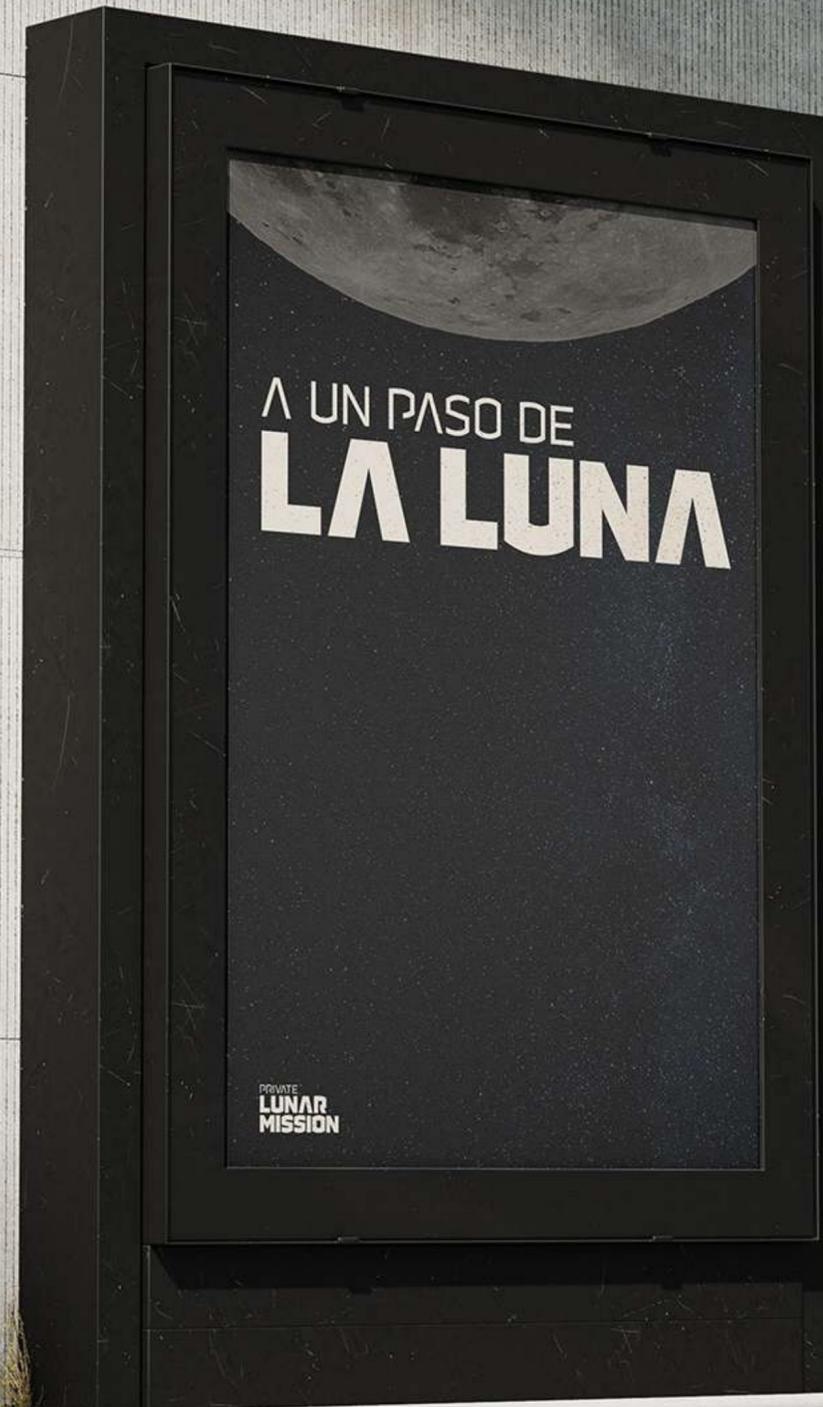
Creación de un **logotipo tipográfico** y los diferentes carteles para el proyecto **Private Lunar Mission**.

¿Qué es Private Lunar Mission?

El 17 de septiembre de 2018, SpaceX anunció que el innovador de la moda y curador de arte reconocido mundialmente, Yusaku Maezawa, será el primer pasajero privado de la compañía en volar alrededor de la Luna en 2023.

Este primer **vuelo privado de pasajeros lunares**, con un sobrevuelo de la Luna como parte de una misión de una semana, ayudará a financiar el desarrollo de Starship y Super Heavy (anteriormente conocido como BFR) de SpaceX y del proyecto Private Lunar Mission, un paso importante para **permitir el acceso de la gente que sueña con volar al espacio**.

Para este trabajo se partió de la tipografía **Technor Black** y se modificó para conseguir un logotipo único, sólido y fuerte que representase perfectamente el proyecto.



PRIVATE LUNAR MISSION



Technor Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQ RSTUVWXYZ

123456789

Technor Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQ RSTUVWXYZ

123456789

La Neurona

Diseñador gráfico junior, redactor y apoyo en RRSS y diseño web

La Neurona era una **plataforma de contenidos** específica para Pymes, autónomos y especializada en el ámbito empresarial.

En ella había contenidos relacionados con las **finanzas, el marketing y las ventas y la gestión de personas**.

Durante dos años mis funciones fueron las de **diseñador gráfico junior** (realización de banner para RRSS, maquetación de documentos, diseño de banner y anuncios web...), **ayuda en el diseño web** (efectuando cambios, subiendo artículos y modificando newsletters), **redactor de contenidos** para web y **apoyo en la gestión de RRSS** en distintos eventos.

Durante el COVID-19 conseguimos transformar los numerosos eventos físicos en **webinar y contenido web** además de construir una **web con ayudas, herramientas y consejos** para autónomos y Pymes.



Anticipación la clave para aminorar una crisis

La ciencia ficción es pionera cuando hablamos de viajes en el tiempo. Se han representado de distintas maneras: en DeLorean, jacuzzis, relojes, brechas espacio-temporales... y han supuesto diferentes paradojas. Por mucho que nos imaginemos, según la ciencia que conocemos ahora, los viajes al pasado son imposibles y los “viajes” al futuro son demasiado complicados. Pero, **aunque no podamos transportarnos a otras épocas sí hay posibilidad de regresar al futuro y volver al pasado.**

En cualquier organización se tienen que tener en cuenta estos aspectos para poder optimizar el funcionamiento y los recursos.

Volver al pasado

Hace tiempo, en la serie South Park crearon al Capitan “A posteriori”, una divertida parodia de aquella persona que siempre encuentra las soluciones después de que pase el problema. Esto es gracias al llamado **sesgo de retrospectiva**.

¿Qué es este sesgo?

El sesgo (o prejuicio) de retrospectiva ocurre cuando damos una explicación a un suceso una vez ha pasado. Esto está relacionado con la forma de recordar del ser humano. **Se ha demostrado que nuestra memoria no almacena los recuerdos tal cual sucedieron**, sino que está supeditada a nuestro estado de ánimo, la forma en la que nos piden recordar y la información que poseemos a la hora de recordar.

¿Por qué actúa este sesgo de retrospectiva?

Una de las principales razones es la información que se tienen de los sucesos una vez que pasan. **Es obvio que antes de que pase algo improbable no tenemos conocimiento**, mientras que una vez que ha pasado ya sabemos de qué se trata.

Otra de las razones es **la necesidad que tiene nuestro cerebro de dar una explicación lógica a todo lo que nos rodea**. Si algo ha pasado, obligatoriamente debe tener una explicación lógica, una serie de pasos, un proceso que lo explique.

Si sumamos estos dos factores encontramos un tercero: la narración. **Tenemos que contarnos una historia para lograr entender nuestro entorno.**

Lo que en ocasiones parece una justificación de los errores no es más que la necesidad de comprenderlos y darles una explicación.

Regreso al futuro

No hablamos de Marty McFly, Doc y su DeLorean, sino de evitar (o al menos intentarlo) crisis futuras. En un principio parece algo imposible, pero no. **Si comprendemos el sesgo de retrospectiva, aprendemos de nuestros fallos y observamos el entorno y los problemas a los que se han enfrentado los demás, podremos minimizar los nuestros.**

Así, el ejercicio para evitar problemas futuros es sencillo: **observar, comprender y aprender**. Ahora bien, la sencillez del ejercicio se contrapone a la dificultad que conlleva situarnos varios pasos por delante.

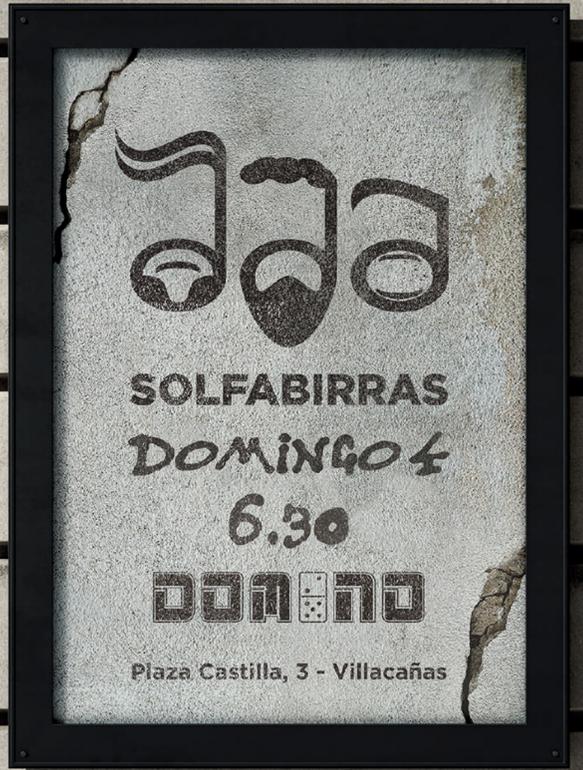
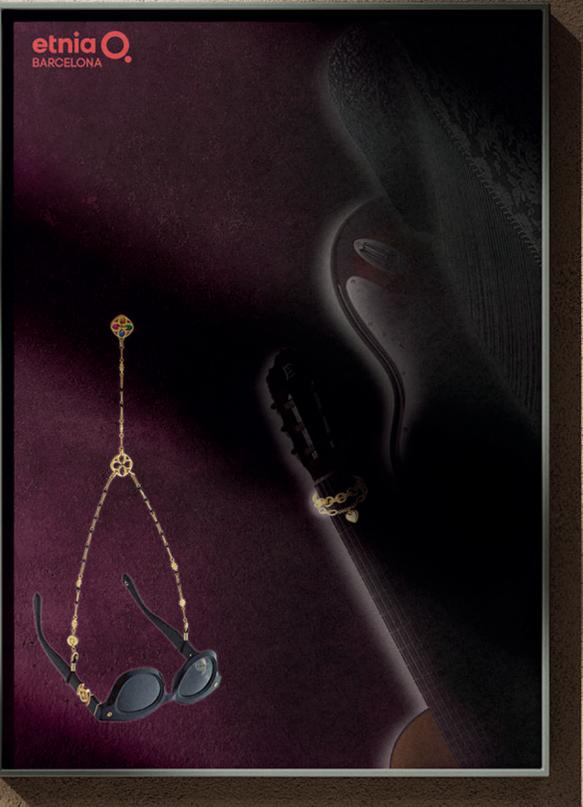
Para poder llevar a cabo esta tarea **debemos poner a trabajar nuestra imaginación**. La pregunta clave es “¿Qué pasaría si...?” y a continuación diseñar un plan que, a lo mejor no evita nada, pero sí reduce los efectos que se pueden producir. **La anticipación es clave en cualquier crisis**. Tendremos que planificar una estrategia de contención hasta para casos que nos parezcan extraños e improbables. Es preferible pecar de precavido que chocarnos contra el problema una vez aparezca.

En definitiva, deberemos adivinar el pasado, plantear en el presente y anticiparnos al futuro.



Otros trabajos





¡Gracias!

www.parisperezh.com

hola@parisperezh.com

678154249