

Emilia Pérez

Nivel intermedio



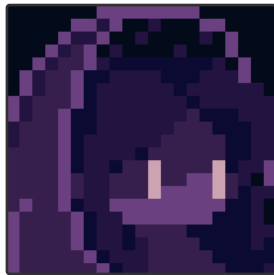
Game Over

¿Qué hacés cuando se termina el juego?

Jugar

Salir

Game Over: ¿Qué hacés cuando se termina el juego?



???

Aún si tenés que hacer todo de nuevo y sentís frustración, aún si de repente te dan ganas de dejarlo todo y cuestionás si vale la pena volver a intentarlo, vuelves a empezar.

Elige tu personaje



Emilia Pérez
aka «Gumi»

Nivel 21



Estudiante avanzada de la carrera
Diseño Gráfico. Este portfolio reúne
los trabajos de mi segundo año,
pasando por diversas áreas desde
una mirada introspectiva, enfocado
en el aprendizaje adquirido.

Nivel 1
Desafío



Nivel 2
Exploración



Nivel 3
Habilidad



Nivel 1

Desafío

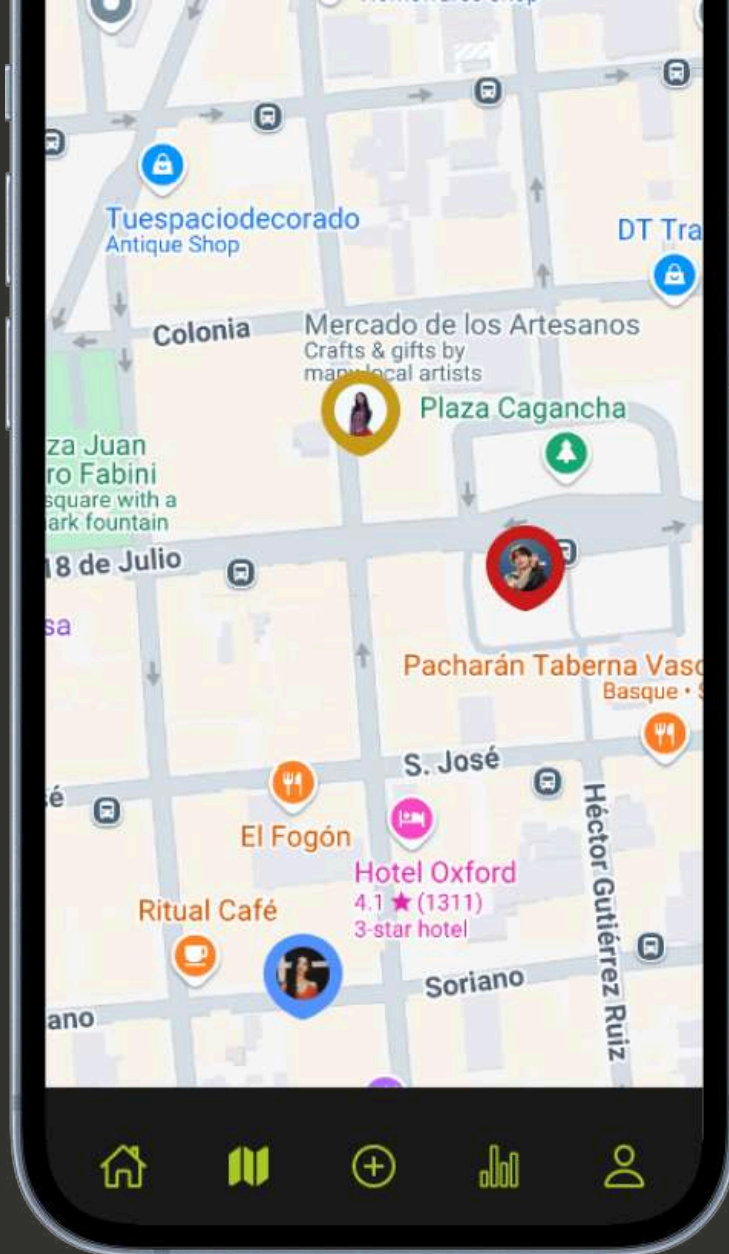
¿En qué me desafié?



Toke

Pensar en una aplicación que combine las redes sociales con eventos musicales, y que tenga todo lo necesario para el usuario.







Club Deportivo Naval

La creación de un sistema de íconos que dialogara entre ellos y con el club.

Diseñado junto a Micaela Ferrari y Juan Francisco Otheguy.





★5

Canjear

Transferir

Menú

Filtrar

Witbier

5%



\$250



White IPA

5.9%



\$280



American IPA

6.3%



\$290



Pale Ale

5%



\$250



Scottish

5%



\$250



Porter

5%



\$250



Tu pedido

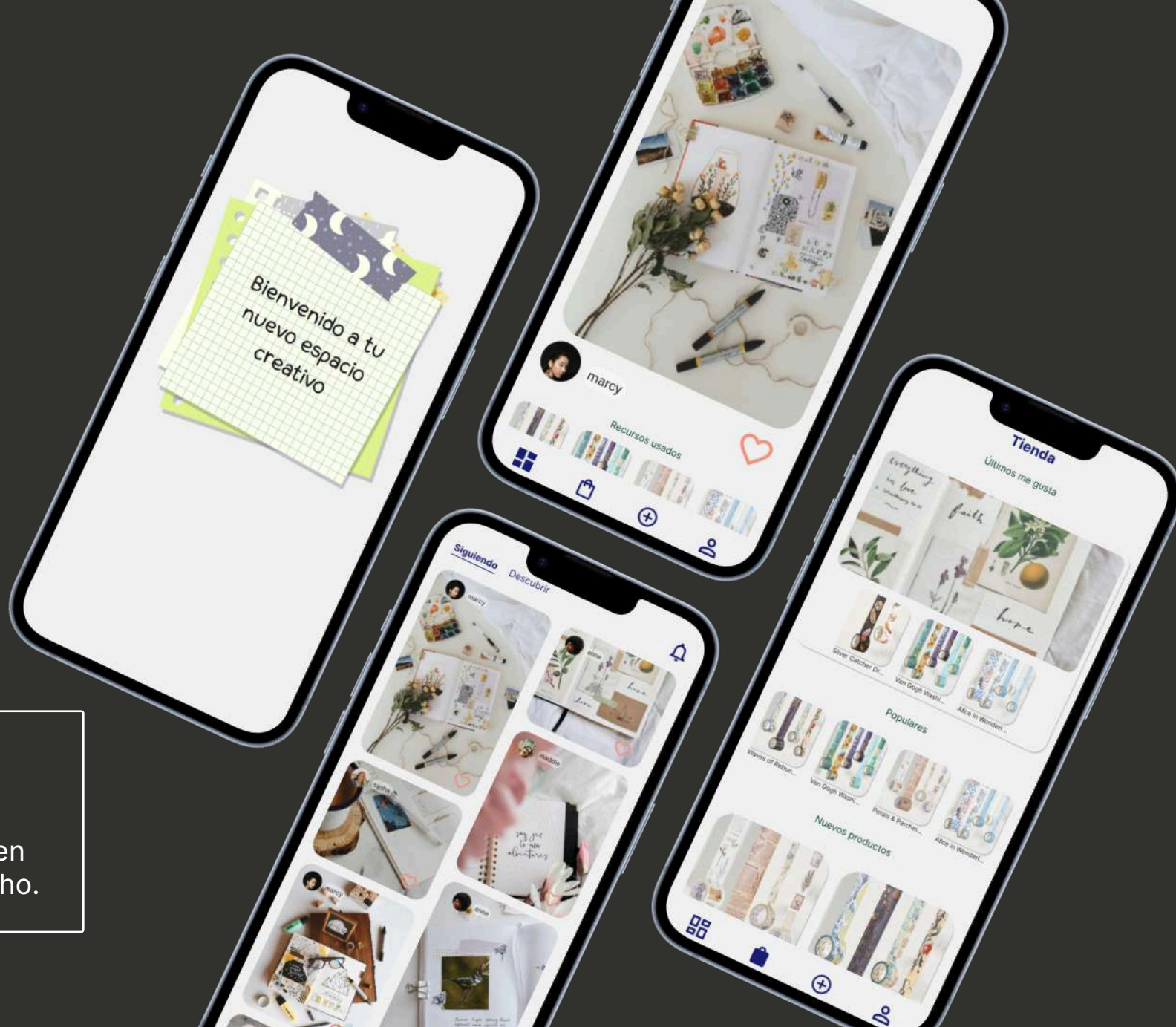
Oceánica

Crear una interfaz con la mínima cantidad de pantallas y comprensible para el usuario, realizando ventas sin esperas.

Pagar

Bullet Journal

Una de mis primeras interfaces diseñadas en la carrera enfocada en la divulgación de una actividad nicho.



Nivel 2

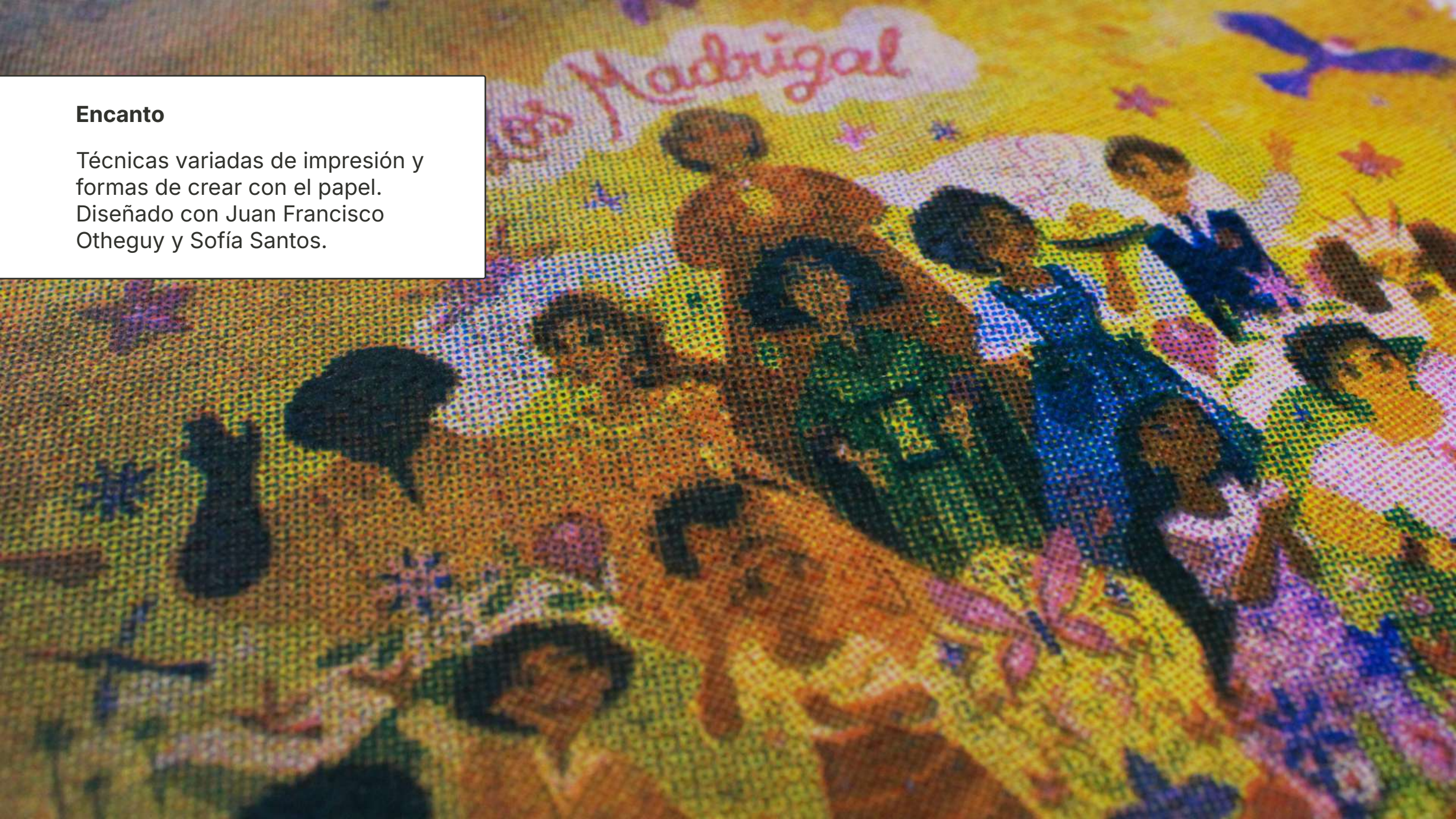
Exploración

¿Qué descubrí?



Encanto

Técnicas variadas de impresión y formas de crear con el papel.
Diseñado con Juan Francisco Otheguy y Sofía Santos.



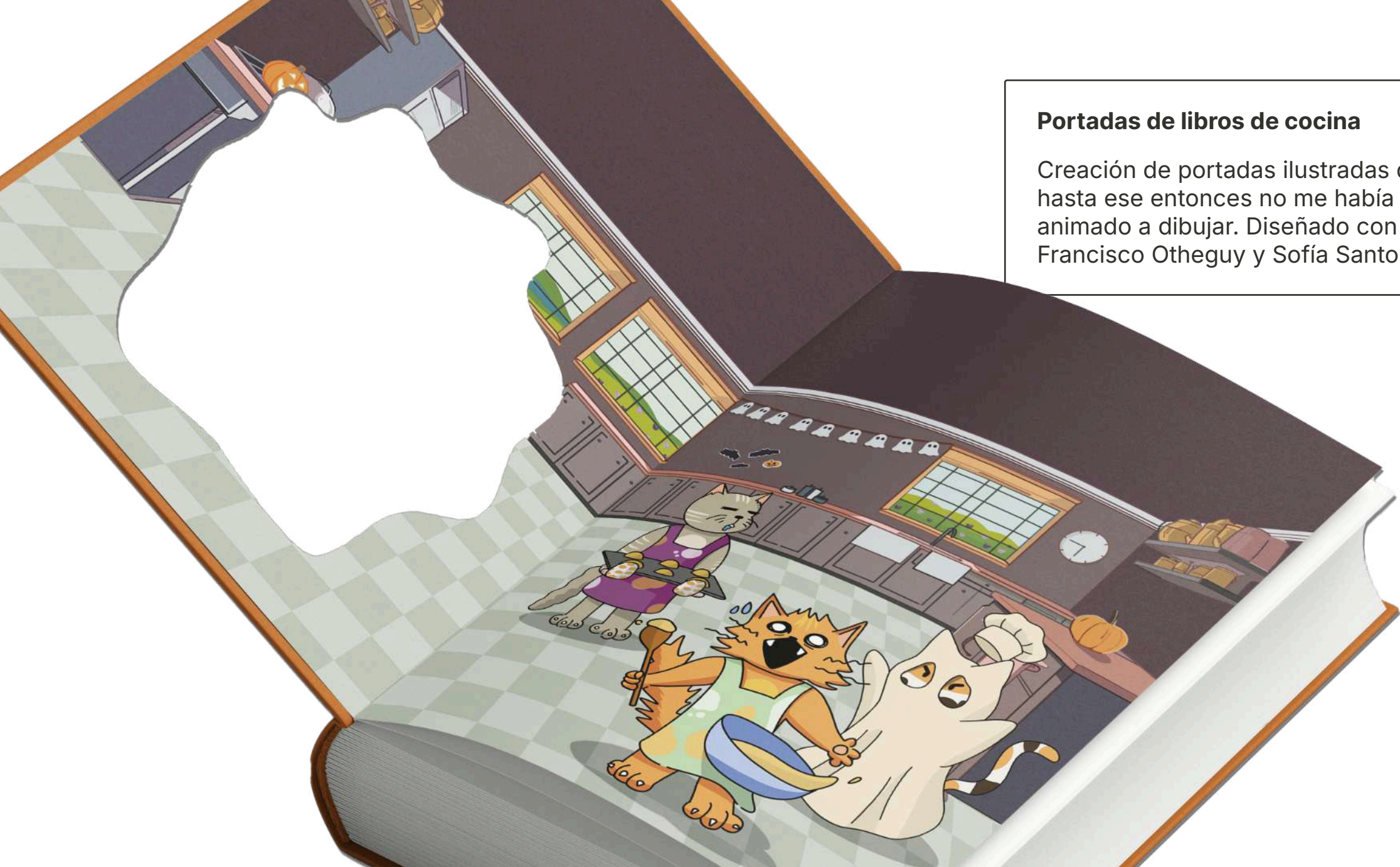


ENCANTO

FAMILIA

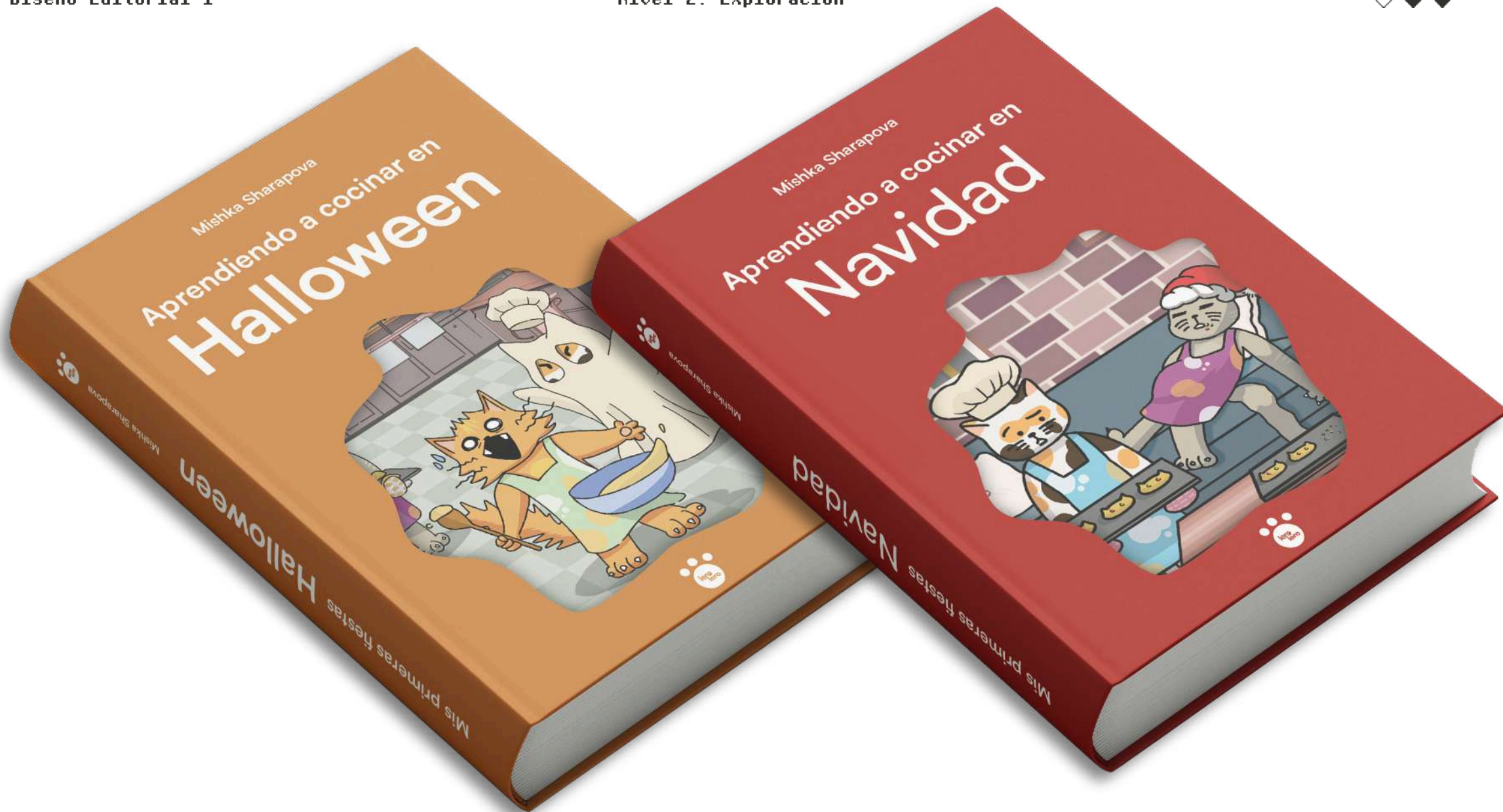
MAURICIO





Portadas de libros de cocina

Creación de portadas ilustradas que hasta ese entonces no me había animado a dibujar. Diseñado con Juan Francisco Otheguy y Sofía Santos.



Frutos del Bosque

Dos enfoques a una misma marca, creando un logo y gráfica para cada camino. Diseñado junto a Juan Francisco Otheguy.



Frutos del
Bosque





Catálogo de arte

Salir de libro cotidiando agregando páginas de diferentes tamaños e invitando a intervenir en el mismo.





Nivel 3

Habilidad

¿Qué habilidades desarrollé?



Catálogos tipográficos

Descubrir el fanzine como pieza editorial, una nueva forma de maquetación y explotar el diseño para evitar la repetición.





Lero Lero

La identidad de un estudio de diseño enfocado en el diseño editorial, infantil y lúdico. Diseñado junto a Juan Francisco Otheguy y Sofía Santos.





Amphibia

Una tipografía desde 0, creando
letras y runas que perteneciesen a un
mismo código y representara la serie
que más amo.



Amphibia

ᠠᠮᠫᠤᠪᠢᠠ



Sinestesia

El armado de una revista entera, utilizando una grilla funcional para cada sección y un sistema gráfico constante.

El nacimiento del K-pop contemporáneo

Aunque el K-pop tiene raíces en varias décadas anteriores, su forma moderna comenzó el 11 de abril de 1992, cuando el grupo Seo Taiji and Boys hizo su primera aparición televisiva. Este grupo es considerado el pionero del K-pop contemporáneo debido a su estilo innovador y su mezcla de géneros, incluyendo el rap.

En 1996, H.O.T. debutó como el primer grupo de K-pop, marcando el inicio de una nueva era para la música pop en Corea del Sur. Con el tiempo, empresas como SM Entertainment (1995), JYP Entertainment (1997) y YG Entertainment (1998) jugaron un papel crucial en la formación y promoción de estos grupos, contribuyendo a que el K-pop tomara la forma que conocemos hoy.

La llegada de artistas como BoA y TVXQ en 2003 consolidó la internacionalización del K-pop, lo que ayudó a que la música surcoreana ganara popularidad más allá de sus fronteras.



¿Qué es un "K-pop idol"?

Los ídolos del K-pop son artistas jóvenes que son seleccionados por agencias de entretenimiento, donde se entrenan rigurosamente en canto, rap, baile e idiomas extranjeros. Estos grupos suelen estar formados por miembros con habilidades destacadas en al menos una de estas disciplinas. Si no estás familiarizado con el K-pop, podrías compararlo con grupos occidentales como One Direction o Little Mix en cuanto a concepto, aunque con un enfoque más integral que incluye imagen, música y comportamiento en los medios.

El proceso para convertirse en un idol es largo y exige años de entrenamiento. Muchos de estos artistas entran a las agencias cuando son adolescentes y, tras años de preparación, son elegidos para formar parte de un grupo. Una vez debutan, los grupos lanzan sencillos y álbumes con canciones pegajosas, realizan presentaciones en programas de música y, lo más importante, cuidan al máximo la sincronización de sus coreografías, el estilismo y la producción de sus videos musicales. Cada comeback (nuevo regreso al escenario) está cuidadosamente planeado para resaltar el concepto y estilo único del grupo en ese momento.

La globalización del K-pop

El gran salto hacia la fama internacional se produjo con *Gangnam Style* de Psy, cuyo videoclip se convirtió en un fenómeno viral en 2012. Antes de este momento, los conciertos de K-pop se limitaban principalmente a Asia, Europa y Brasil, pero hoy en día, es común ver a grupos como Blackpink presentándose en grandes festivales internacionales como Coachella.



La globalización del K-pop ha sido posible gracias a una combinación de marketing, redes sociales y el hecho de que la música y la cultura surcoreana han sabido adaptarse a las demandas globales.

¿Qué hace único al K-pop?

Aunque la música del K-pop comparte algunas similitudes con la música pop occidental, tiene características que lo hacen único. Las melodías pegajosas, las coreografías precisas y el énfasis en los aspectos visuales de los miembros de los grupos son elementos distintivos. Además, el K-pop pone un enorme énfasis en la calidad de sus videos musicales, a menudo con efectos visuales sorprendentes que complementan la música.

Una característica muy destacada del K-pop es el concepto de *갈군무* (*kalgunmu*), que hace referencia a la perfección en la sincronización de los bailes. Esta precisión es un sello distintivo de la industria.

La Ola Hallyu

La Ola Hallyu, también conocida como la Ola Coreana, hace referencia al auge de la cultura surcoreana en todo

el mundo. Este fenómeno comenzó a principios de los 90 y abarca no solo la música K-pop, sino también dramas, películas y productos como los cosméticos coreanos. La Ola Hallyu se extendió inicialmente por Asia Oriental, pero hoy en día su influencia se puede ver en diversas culturas a nivel global, desde la música y el cine hasta la moda y los comportamientos sociales.

Sistema de ídolos

El sistema de ídolos del K-pop ha evolucionado a lo largo de los años y es un proceso altamente estructurado que incluye varias etapas:

- Selección de aspirantes: Los futuros ídolos son seleccionados a través de rigurosas audiciones, que pueden ser locales o internacionales.
- Formación: Tras ser seleccionados, los aspirantes reciben formación en canto, baile, actuación y habilidades mediáticas.
- Debut y gestión: Una vez que están listos, los ídolos debutan en grupos estratégicamente formados y se promocionan en diversos medios para generar una base de seguidores sólida.
- Impacto cultural: El sistema ha tenido un gran impacto tanto en la música surcoreana como en la cultura pop mundial, aunque también ha sido objeto de críticas debido a las altas presiones a las que se someten los artistas jóvenes.

"¿Qué es el Kpop?"

- Stray Kids
- BoA
- G-Idle

Urban core

Model: Pantalones oversizes, zapatillas, accesorios como cadenas, cremalleras y cinturones.

¿Schoolgirls Film?

La estética escolar japonesa de los 2000 está enormemente influenciada por películas como *Todo sobre Lilly Chou Chou*, *My Rainy Days* y *Madla Seta*. Las cuales presentan una visión nostálgica, sentimental y triste de la juventud.

Schoolgirls Film

Colores: Beige, blanco, azul, gris, verde, negro.

Schoolgirls Film

Temáticas: Melancolía, naturalista, sombrio, escuela.

despa core

Y2K Futurism

El Y2K Futurism es una estética que fusiona moda, tecnología y música futurista. Los elementos referidos al género se ven a través de la tecnología, el espacio y el futuro. Se inspira en la cultura de los años 2000 y principios de los 2010.

Los "Y2K" eran fiestas privadas organizadas en discotecas, clubes o festivales a gran escala. Moda y administración privadas y accesorios de colores neon brillantes.

Moda Y2K Futurism

- Pantalones de PVC
- Waterwheels
- Prentices
- Yelcos
- Lentes de sol
- Lentes de sol

Colores

- Verde
- Azul
- Negro
- Blanco
- Negro

Comentarios Visuales

- Muecas graciosas
- Muecas graciosas
- Muecas graciosas
- Muecas graciosas
- Muecas graciosas

Cyberpunk

La estética que se inspira en la ciencia ficción, la tecnología y el futuro. Se inspira en la cultura de los años 2000 y principios de los 2010.

La narrativa de esta estética es como un futuro distópico y el mundo virtual. No solo se refiere a la tecnología, sino a la cultura y la vida. Se inspira en la cultura de los años 2000 y principios de los 2010.

Moda Cyberpunk

- Ropa negra y blanca
- Ropa negra y blanca
- Ropa negra y blanca
- Ropa negra y blanca
- Ropa negra y blanca

Moda Cybergrunge

Una variante distorsionada del Cyberpunk. Se inspira en la cultura de los años 2000 y principios de los 2010.

Cybergrunge

Una variante distorsionada del Cyberpunk. Se inspira en la cultura de los años 2000 y principios de los 2010.

La estética de los años 2000 y principios de los 2010.

La estética de los años 2000 y principios de los 2010.

La estética de los años 2000 y principios de los 2010.

NewJeans core

¿Qué es el Y2K?

La estética de los años 2000 y principios de los 2010.

La estética de los años 2000 y principios de los 2010.

Gracias por ver

Web

Inicio