

2.2

Mario Rosales
Proyectos Integrales II / 2014

THE PROJECT CARPE DIEM. PROYECTO DE MARCA PERSONAL



“Hay proyectos que se hacen percibir como personalidad y horizontes creativos desde su nombre. *Carpe Diem* es un proyecto que valora su nombre desde sus significados hasta su extensa red de referentes. Carpe Diem es una frase particularmente importante durante la época Barroca. Durante la Guerra de los Treinta Años; para la gente de esa época la muerte siempre estaba presente. Y para compensarlo, estaban los conceptos de Carpe Diem (Si aún te queda un poco de tiempo, aprovéchalo al máximo y úsalo como mejor puedas), Vanitas (Vanidad, las cosas no son siempre como se ven) y Memento Mori (Recuerda que algún día morirás).

/// EL PROYECTO CARPE DIEM
/// TIENE COMO OBJETIVO EL LANZAMIENTO DE LA
/// MARCA PERSONAL MARIO ROSALES AL MERCADO
/// DE LA MODA Y EL ARTE, A TRAVÉS DE LA
/// ILUSTRACIÓN DE MODA.

Visto desde un ángulo pragmático, éste es un proyecto de autor que tiene como objetivo el lanzamiento de la marca personal Mario Rosales al mercado de la moda y del arte. Para ello se da a conocer el universo artístico de la marca a través de la ilustración de moda y se pretende hacer de este universo un referente destacable.

Su público se define, si se piensa en sus potenciales clientes en el mundo de la moda, entre las marcas de Alta Costura reconocidas en el país; si se piensa en quienes apreciarán las ilustraciones por sus sentidos y estética, el público se definirá entre quienes aman y siguen el arte y la moda. Visto en este sentido, el proyecto exhibe las múltiples herramientas que ofrece la

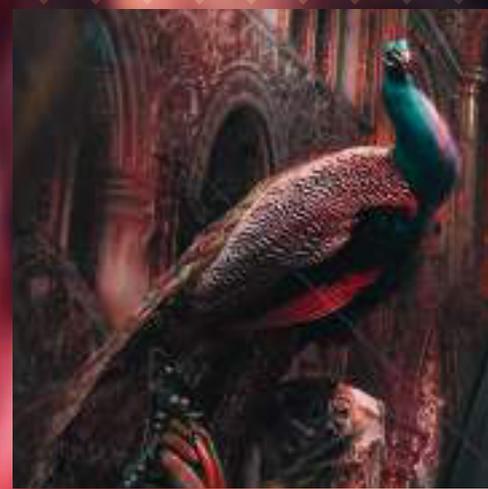
ilustración de moda para el branding corporativo de una empresa ligada a la belleza y a la moda, además de desarrollar el marketing personal.

Visto desde el ángulo artístico, el proyecto desarrolla rasgos cinematográficos, se vuelve narrativa personal y discurso estético del cual nace un mundo que provoca conocer. Este mundo se forma en la intersección de varias líneas argumentativas.

ART NEVER COMES FROM HAPPYNES

Aprendí que el momento es oro, que uno nunca sabe en qué momento se nos puede acabar nuestra vida, que por eso es necesario valorar lo que hacemos y lo que tenemos. La salud nunca fue mi principal aliado y estuve a punto de perder más que el pulso, sino mi vida. Las cicatrices se volvieron historias, las entrelineas de un corazón que entendió que debía aprovechar el tiempo al máximo y darse cuenta que aquella frase que escuché de niño debía de aplicarla el resto de mi vida, ‘Carpe Diem’.







THE PROJECT
CARPE DIEM



THE BRAND MARIO ROSALES

Autoanálisis, definición, ejecución y planeamiento estratégico de la marca personal orientada a moda; Arte, Diseño y Moda son los pilares de este proyecto, ya que es a partir de éstos es que nace la marca y se retroalimentan el uno del otro. El arte como la interpretación desinteresada y personal de la belleza se vincula al diseño por la necesidad de expresar. La moda se alimenta de ámbas como medio de inspiración para crear e innovar.

PERSONAL BRANDING

La marca personal como medio de conexión emocional con la sociedad por el cual podremos expresar y dar a conocer nuestro propio universo artístico.

FASHION ILLUSTRATION

El medio de la ilustración de moda como creador de universos imaginarios y generador de conceptos; aporta al desarrollo de colecciones integrales a partir del análisis de la temática.

DO YOU WANT THE TRUTH OR SOMETHING BEAUTIFUL?

Centrar la atención en el individuo como una marca asociada a percepciones y emociones, es un factor clave para el éxito personal y profesional. Todas las personas tienen una identidad personal pero son pocas las que la utilizan como medio para impulsar su carrera profesional.

'I'M A NIGHTMARE DRESSED LIKE A DAYDREAM'

Es necesario diseñarla y dirigirla estratégicamente para expresar la promesa de la marca y generar conexión emocional con la audiencia." **M.R.** ///

