

Próximamente

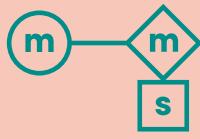
Joan Josep Bertran

Labelab: Informar,
persuadir, entretenir

mr.
marcel
school

Mr. Marcel School

es una escuela contemporánea, creativa y abierta, dirigida a comunicadores visuales en cualquiera de sus ámbitos. Nuestra forma de hacer esta basada en tres ejes: la calidad de contenidos y profesorado, el cuidado de la experiencia en el aprendizaje y el firme convencimiento de que para una escuela “el futuro es hoy”.



mr.
marcel
school

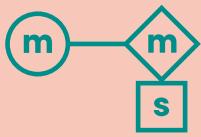
Las profesiones creativas son en esencia una fuente de satisfacción y de desarrollo personal. Este sector se caracteriza por vivir en constante cambio, por lo que los profesionales del futuro deberán tener una gran capacidad de adaptación y un perfil claramente visionario, innovador y multidisciplinar para ser competitivos, enriqueciendo así su trayectoria y garantizando su crecimiento personal y profesional.

Somos una escuela pequeña por creencia y grande por ambición. Pequeña, para poder atender de una forma cercana las necesidades del alumno y para que estudiar en ella sea un valor añadido por su calidad y exclusividad (no somos exclusivos para nada, pero formamos a pocos). Grande, porque nuestro objetivo es desarrollar el mejor futuro posible, mediante una enseñanza selecta y cuidada que facilite la incorporación al mundo profesional en la mejor de las condiciones posibles.

Labelab: Informar, persuadir, entretenér.

Por JJ Bertran

¿Como es lo que entendemos por una etiqueta de vino hoy? Cuando pensamos en una etiqueta, pensamos en unos arquetipos definidos seguramente por productos que felizmente dieron en el clavo y consiguieron penetrar en nuestra mente, o por líderes del mercado que por inundación de la distribución lograron establecerse igualmente como símbolos del género. La etiqueta de un vino o cualquier otro producto de alimentación forma parte de la cultura visual de un tiempo y un territorio. Debemos pensar en que tenemos la potencialidad y responsabilidad de configurar nuevos espacios que lleven dicha cultura visual hacia adelante y creen nuevos espacios de comunicación entre industria y las personas.



mr.
marcel
school

**Labelab: Informar,
persuadir, entretenerte.**

WORKSHOPS

Por: JJ Bertran

Cómo es el workshop y que queremos conseguir

A partir del trabajo analítico y práctico a partes iguales, vamos a conseguir atravesar la totalidad del proceso de diseño de forma clara y para obtener una visión realista de las oportunidades o riesgos creativos que en la práctica profesional acontecen. identidad consistente y coherente.

A quien va dirigido

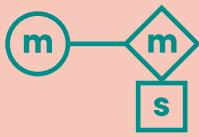
A estudiantes o profesionales del diseño que quieran obtener la visión tranversal y particular de los procesos creativos y técnicos que atañen a la creación de una etiqueta de vino.

¿Qué vas a obtener y aprender?

- Proponer a través de vuestras ideas sistemas gráficos pertinentes que respondan a las necesidades concretas de un hipotético cliente.
- Trabajar desde un punto de vista orgánico el diseño de una etiqueta. Prever hipótesis de trabajo en cada una de las fases, someterlas a crítica y cuestionamiento para evaluar las mejores oportunidades de construir un mensaje coherente.
- Trabajar desde un punto de vista enriquecedor y no limitante, que pueda permitir ocasionalmente desarrollar espacios creativos más allá de lo aparentemente previsible.

Requisitos

- Mente fresca, ordenador con programas de edición instalados y material con lo que normalmente crees tus rotulaciones o grafismos, si es el caso.



mr.
marcel
school

**Labelab: Informar,
persuadir, entretenir.**

WORKSHOPS

Por: JJ Bertran

Breve descripción de la trayectoria de JJ Bertran

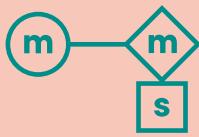
Desde niño, JJ soñaba con tocar en una banda. No lo consiguió, o no del todo, y un día se dió cuenta que su equipo podía ser como ese grupo que no pudo existir. Con fiera actitud, pero precisión matemática también, tanto en la música como en las letras.

JJ Bertran inició su práctica profesional en Barcelona alrededor de 2003 y es especialista en identidades de producto y marca, etiquetaje y packaging para vinos y otros líquidos casi siempre alcohólicos. Nacido y criado en el Penedés, alrededor de sus viñedos, Joan Josep Bertran ha conceptualizado productos para elaboradores independientes y grandes marcas, y las ha ayudado a ser tan comprensibles como excitantes, además de estar estratégicamente bien posicionadas en el mercado. En su labor la agricultura y el grafismo se dan la mano para generar mensajes de significación cultural que tanto pueden hablarnos de origen y territorio como de cualidades emocionales y abstractas, sin comprometer la claridad conceptual y los acabados de producción gráfica cuidados al detalle.

Actualmente el Estudio JJ Bertran es un equipo que, desde el Priorato hacia La Rioja, de Mendoza a Suráfrica, el Penedés y Australia, durante los últimos 15 años se ha mimetizado con sus clientes para crear mensajes precisos y complejos. En estos momentos el estudio se está abriendo hacia otras industrias de alimentos y bebidas, a las que también ofrecen servicios de consultoría de diseño.

JJ Bertran comparte sus experiencias y aprendizajes impartiendo clases o conferencias acerca de los principios y fundamentos de su trabajo. En su ya larga trayectoria, la solidez de su trabajo ha sido reconocida con diversos galardones entre los que se encuentran varios Laus o Pentawards de oro.

jjbertran.com/es



mr.
marcel
school

**Labelab: Informar,
persuadir, entretener.**

WORKSHOPS

Por: JJ Bertran

**Sede Mr. Marcel
en La Industrial:
C/San Andrés, 8
28004 Madrid**

“Labelab: Informar, persuadir, entretener.”

**Viernes (pendiente de programación)
De 16h a 22h.**

Dinámica día 1

Vamos a definir un problema creativo y vamos a detallar una metodología sobre la que generar el proceso de diseño de un concepto gráfico para un vino. A partir de casos específicos existentes, vamos a prever posibilidades de acercamiento a el proceso creativo.

Analizaremos y buscaremos conjuntamente campos narrativos que nos sirvan para bastir encima de ellos, ya de forma individual o por pequeños grupos, estrategias gráficas y por encima de todo, un mensaje que creamos relevante para el cliente y hacia el mercado.

**Sábado (pendiente de programación)
De 10h a 20h.**

Dinámica día 2

La cuestión a resolver va a ser la generación de un mensaje apropiado para un cliente y mercado hipotético, y vamos a descubrir que no hay un sólo camino válido mientras ciertos

**Workshop
de 20h.**

elementos discursivos sean respetados y sean coherentes con el encargo, ya que va a depender del filtro cultural e interpretación de cada participante.

**Domingo (pendiente de programación)
De 09h a 15h.**

Dinámica día 3

Vamos a tratar temas técnicos concretos de producción, materiales y acabados de impresión específicos de la producción gráfica de una etiqueta adhesiva.

Final del taller.



Always
with cariño