



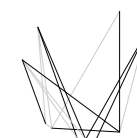
altered states of behaviour

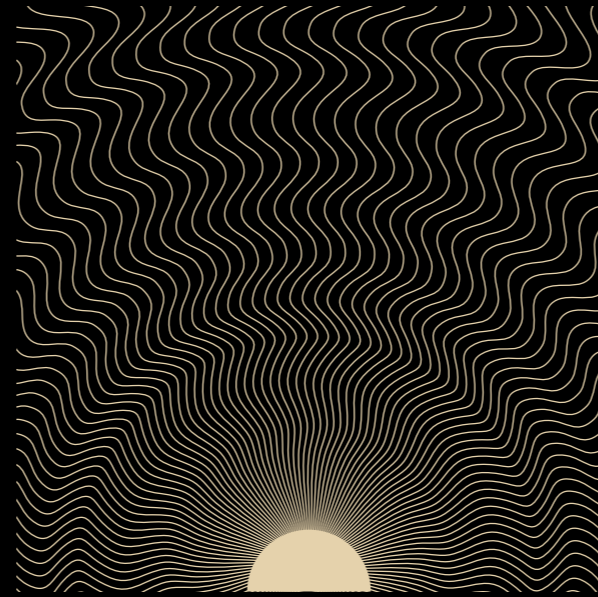


a trace of existence // JUAN LUIS CONTRERAS :: 1975 CDMX

:: 1999 Diseñador Gráfico por la Universidad del Valle de México [Campus Tlalpan] // 2001 Taller de visualización creativa // 2004 Talleres creativos / Leo Burnett México // 2008 Administración de proyectos :: Base musical // 2014 Creatividad y pensamiento estratégico :: Coach F. Iniestra // 2017 Taller Gestión & Productividad // 2018 Taller Marketing & Creativity Goals // 2019 Taller Overcoming Creative Resistance ::

:: 1999 - 2000 « Parte del departamento de logística, diseño y marketing de la CASA DE CAMPAÑA del Candidato a la Presidencia Francisco Labastida, participando en la producción y logística de los eventos de cierre, así como en el diseño de soportes gráficos para la campaña: Que el poder sirva a la gente. :: 2000 - 2001 « Como Diseñador en MÁS DISEÑO me llevó a rediseñar la imagen del Partido Acción Nacional (PAN), en la creación de Branding Corporativo para Grupo México y AHMSA - empresas dentro de la industria minera -, así como también para PyMes y Consultoras. :: 2001 - 2003 « Logramos consolidar un pequeño despacho de Diseño llamado SINOPSIS llevando cuentas dentro de la industria farmacéutica: Biorad e Ipi Asac México, un par de cuentas especializadas en la industria cafetalera: Cafeterías La Selva Café y M.E. Publicidad, entre otras. :: 2003 « Parte del equipo de SALAMANDRA DISEÑADORES, estudio de diseño especializado en sistemas de señalización Taylor Made, tanto para hoteles de ciudad y playa como para edificios de oficinas o centros comerciales: Bahlay Pichilingue, Cumbres de Santa Fe, Bosques de Santa Fe, Centro Corporativo World Plaza, Alhel, Park Plaza, Pujol, etc. :: 2004 « Mi salto a la publicidad sucede a principios del 2004 en la Consultora de Comunicación Estratégica AD MIRABILE! enfocada a la creación de Identidad, desarrollo global y rentabilidad de las marcas, llevando cuentas como Palacio de Hierro, Banamex, Grupo Posadas, Grupo Presidente y Editorial Santillana. :: 2004 - 2005 « Me integro al equipo creativo de Leo Burnett México como Director de Arte Jr. encargado de llevar la cuenta y acciones ATL de Aeroméxico. :: 2005 - 2007 « Invitado a integrarme al área de Marketing y Diseño Corporativo de GRUPO AUTOFIN MÉXICO llevando la coordinación de Proyectos Especiales y la Dirección de Arte de las diferentes empresas del grupo. :: 2007 - 2008 « Director de Arte Sr. en ONE TO ONE / ESTILO+ especializada en Mercadotecnia Directa llevando cuentas como: Chanel, Sodexho, AMEX, Honda, Ford y Bancomer. :: 2008 - 2010 « Me incorporo a la agencia digital KONTRABANDO y a su empresa hermana ARTS & CRAFTS MÉXICO (disquera independiente) como Creativo diseñando estrategias digitales para Coca Cola Zero México, Captain Morgan, BRICK (Hotel Boutique) y LRDF, colaborando en la producción de eventos y en la creación de propiedades creativas tales como: Indie Music Awards, Indie-O Fest e Indie-Lovers, entre otras. :: 2011 - 2012 « Mis funciones como Director Creativo Asociado en A/B THE LINE SOLUTIONS / EDUCA consistieron en desarrollar y diseñar conceptos para acciones BTL para marcas como Energizer, Eveready, Banana Boat, TV Azteca Monterrey, Editorial Televisa y activaciones BTL dentro de escuelas (Sec/Prep). :: 2012 - 2015 « Como Director Creativo, de Estrategia y Planeación Digital dentro de la agencia SUMA+ MKT, mi trabajo consistió en desarrollar acciones BTL para PDV y Social Brand Experience, estrategias digitales para plataformas in-house, Brand Content y campañas de reposicionamiento para Calvin Klein, Nike, Swatch, Nine West, ODM, Mini, BMW, Nextel, Diesel, Vans, Lala y Sico. :: 2014 - 2019 « De 2015 hasta este momento, mi trabajo como Director Creativo Estratégico y Digital en Anonymous Society (segunda etapa y reestructuración de SUMA+ MKT) me ha llevado a realizar proyectos y propiedades creativas de carácter artístico; diseño, gestión y puesta a punto de cada uno, manteniendo la flexibilidad y relación entre arte, música, tecnología y cultura. :: 2014 - 2015 « De forma paralela a mi trabajo en SUMA+ MKT, colaboré como Director Creativo Asociado en CONECT (2013/14) diseñando aplicaciones móviles y material POP Tecnológico para UVM, Corona, Mabe y Conaculta. :: 2012 - 2016 « Desarrollé un par de proyectos: Nada está escrito – Laboratorio Experimental Artesanal y FRMWRKSMX – Think Tank Creativo, aún vivos y en desarrollo. :: 2019 « Actualmente Director Creativo Estratégico y Digital en Anonymous Society; Fundador de WMNMX - Aprendizaje y capacitación para adoptar el cambio tecnológico como un entorno ideal para generar ventajas competitivas profesionales y personales y Socio fundador de WeMakeNoise // NotDigital - Oficina interdisciplinaria.





another kind of reality

La línea base para aprender y prepararse para futuro del trabajo profesional no es fija, puede adaptarse, debe adaptarse.

"Necesitamos incorporar la creatividad como "el proceso de tener ideas originales que tengan valor" de una manera que permita a la gente tener la confianza para hacer lo que tienen que hacer cuando necesitan hacerlo con convicción y audacia." - Robinson, 2011.



ANONYMOUS SOCIETY

graphic & concept design

PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE BUSCAN REDEFINIR LA RELACIÓN DE CONTENIDO ENTRE EL MEDIO Y EL MENSAJE.



MANO
DE OBRA

diseño de concepto : : plataforma / identidad : :
dirección creativa & management + vinculación



PLATAFORMA INTEGRAL DE ARTE Y COMUNICACIÓN (INSTALACIONES E INTERVENCIONES ARTÍSTICAS)
CON GESTIÓN DE PUNTOS ESTRATÉGICOS DE EXPOSICIÓN DE ALTO IMPACTO EN CDMX.



inspirado por nescafé dulce gusto campaña 2017



A central graphic with a white background. On the left, a man's face is partially visible, with a large yellow coffee flower superimposed over his eye. To the right of the face are coffee branches with green leaves and red cherries. Two colorful butterflies are positioned above and below the coffee plants. A large play button icon is centered over the graphic. Below the graphic, the text 'INSPIRADO POR' is written in a bold, sans-serif font, followed by the Nescafé Dolce Gusto logo. Underneath the logo, the text 'EL ARTE MODERNO DEL CAFÉ' is displayed. At the bottom right of the graphic, there is a small line of text: 'Marcas registradas usadas bajo licencia de su titular Société des Produits Nestlé S.A., Case Postale 353, 1800 Vevey, Suiza.' A white hand cursor icon is pointing at the bottom right corner of the graphic area.

**INSPIRADO
POR**

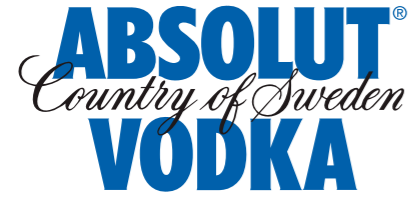


EL ARTE MODERNO DEL CAFÉ

Marcas registradas usadas bajo licencia de su titular Société des Produits Nestlé S.A., Case Postale 353, 1800 Vevey, Suiza.







street trees by absolut campaña 2019

absolut // pernod ricard

artistas: boamistura & revost + seher one

agencias: anonymous society, ánonimo, mediacom + airlite

producción: yeikov playback & kuumba boys

+ #cdmx gob > + al. cuauhtémoc

3 shortlists cannes 2019

/ media lion (use of print & outdoor)

/ design lion (spatial & sculptural exhibitions and experiences)

/ sustainable development goals planet (sustainable cities)

3 shortlists el ojo de iberoamérica

/ design

/ sustentable

/ vía pública

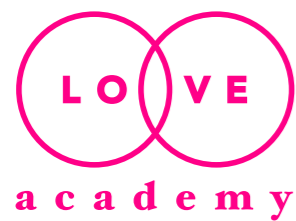






LOVE
academy

diseño de concepto + curaduría : : plataforma / propiedades / identidad : :
dirección creativa [digital / artística « arte], business intelligence (NSE B+/A)



PLATAFORMA HOLÍSTICA GENERADORA DE EXPERIENCIAS INNOVADORAS Y CONOCIMIENTO
DE ALTA FIDELIDAD PARA LA CONEXIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS PERSONAS.



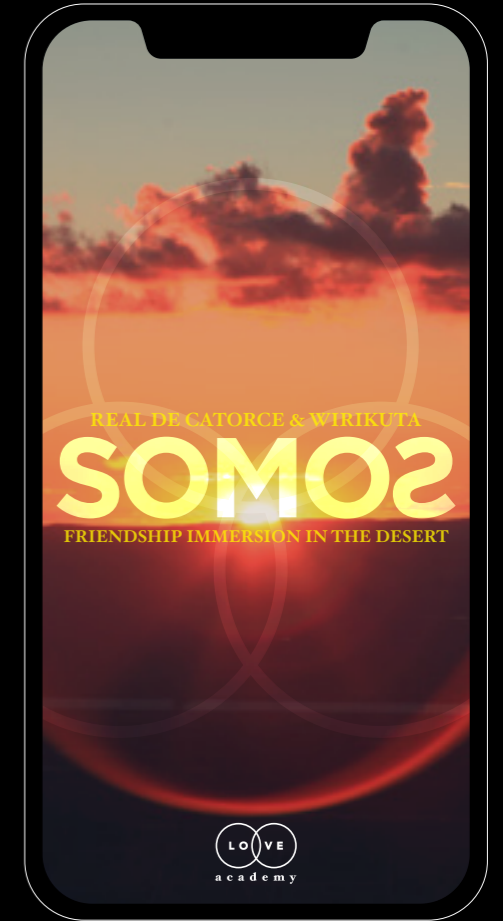
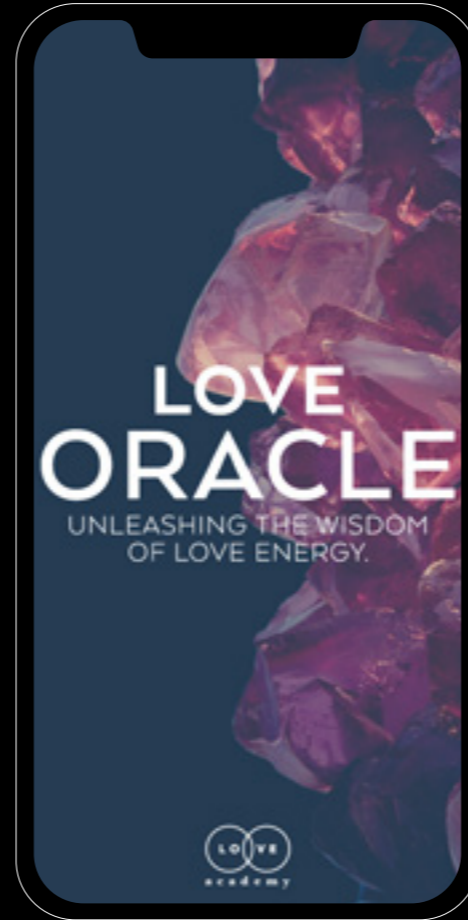
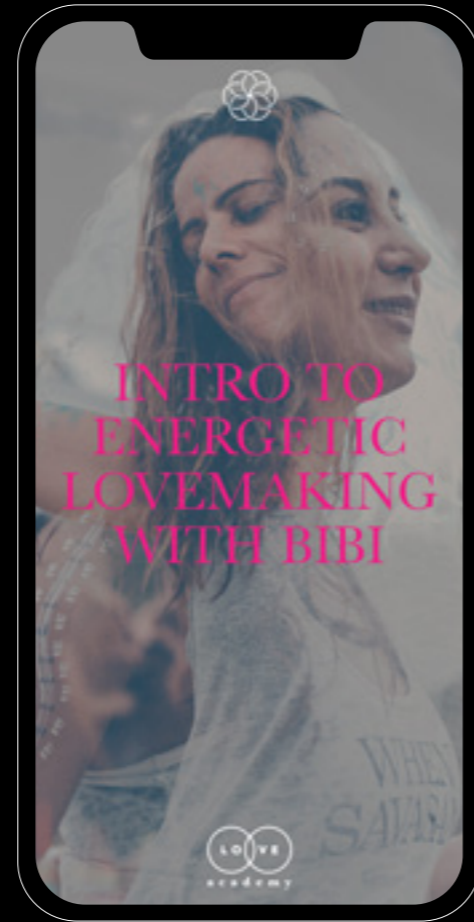
experiencia ecstatic dance méxico / miami / tulum




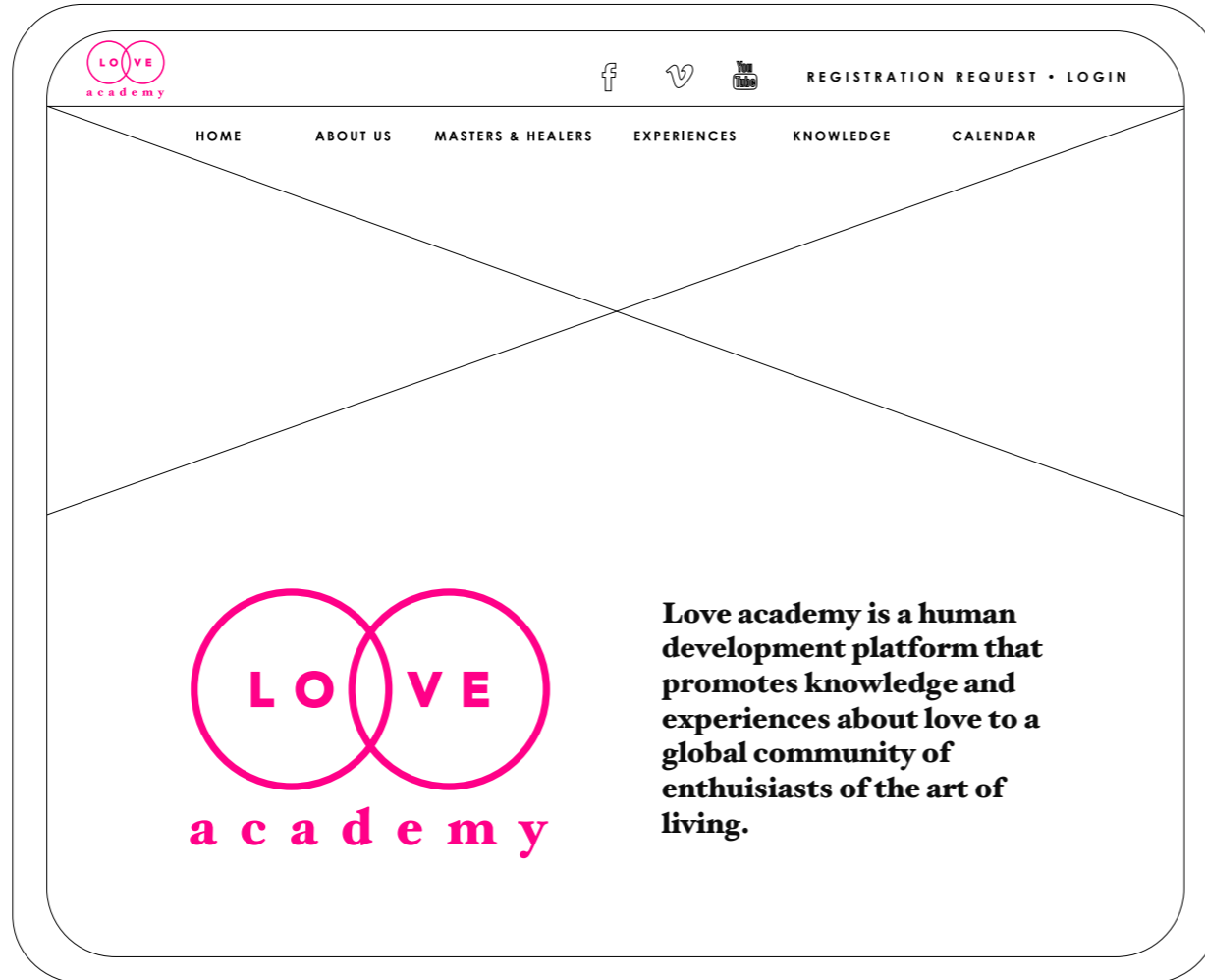
SUN DANCE

EXPERIENCE

experiences & event production



 /loveacademyorg




DANCE WITH US LIKE NOBODY'S WATCHING.

content management social media & web

**SUN & MOON
DANCE**

EXPERIENCE

 /sundancemoondance



8K followers

ART WALK I



diseño de concepto : : historias cruzadas : :
dirección creativa & management + vinculación

- « concierto de inauguración – (michael nyman)
- « performance de clausura – (cristóbal jodorowsky)
- « espacio cinematográfico – (vice méxico, cut out fest, off)
- « espacios emergentes - art room talent + art steps
- « recorrido awmx – (22 obras)
- « espacio art walk: the night – (5 obras tecnológicas)
- « fondeadora – (crowdfunding: 6 artistas)
- « 16 galerías participantes – (sólo col. roma)
- « street art – (14 murales)
- « 9 dj sets



PLATAFORMA DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE ARTE CONTEMPORÁNEO OUTDOOR.
[ROMA, CDMX 2014]



30,000 PAX
f 10,000 FANS

[f /Artwalkmexico](#)





the Beauty Project
Ciudad de México

dirección de arte en colaboración con *Sagmeister & Walsh*

the Beauty Project Mexico City

Manifiesto

“Durante los siglos XX y XXI, la belleza adquirió una mala reputación. Muchos diseñadores respetables proclaman que no les interesa; el mundo del arte contemporáneo la ha abandonado; uno puede hojear montones de libros de arquitectura sin ver el término mencionado ni una sola vez.

The Beauty Project busca demostrar por qué esto es completamente absurdo y qué podemos hacer para revertirlo. Demostraremos que la belleza no es una estrategia superficial, sino un elemento central de lo que significa ser humano.”

Stefan Sagmeister

MULTIPLATAFORMA CON ACTIVIDADES DE IMPACTO SOCIAL, ESCÉNICO, MUSICAL Y MULTIMEDIA PARA LA AMPLIFICACIÓN, DIFUSIÓN Y EJECUCIÓN DE OBRAS DE ARTE POR ARTISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES COMO ACTIVIDAD COLECTIVA Y EMBELLECIMIENTO DE LA CIUDAD.



primera intervención

segunda intervención

Todo lo que puedes imaginar es Real



tercera intervención



J&B
PRESENTADOR

INDIE OF 10
EL PEQUEÑO GRAN FESTIVAL

DEERHUNTER
THE BIG PINK
MARNIE STERN
LITTLE DRAGON
BAM BAM
LOS AMPARITO
CORAZON ATTACK
(FINALISTAS DEL ROCKAMPEONATO TELCEL 08)

indieofest.com

20
ABRIL
POR FAVOR SIQUEMOS
Investigative Sur 791 (Fractal al WTC)

340 + CARGOS

Coca-Cola

EVITA EL EXCESO
EVENTO PARA MENORES DE EDAD
www.alcoholismomexico.org.mx
CJA 18336529A6714

01 800 ETICKET
www.etickeT.com.mx

diseño de concepto : : indie o fest : :
dirección creativa & producción

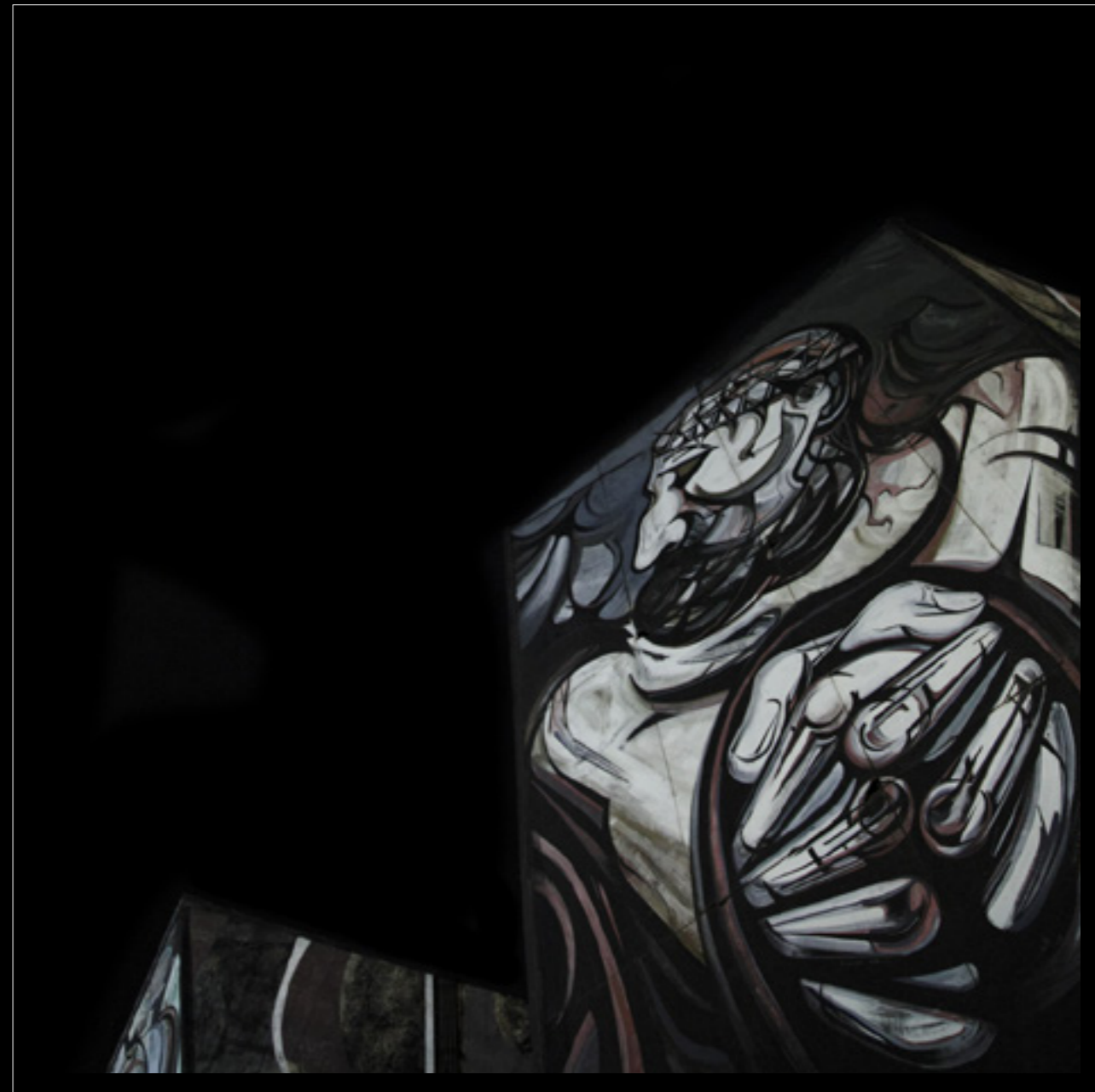
« 3 ediciones CDMX

« performance de clausura en cada edición

« espacio IOF / recorrido polyforum – (disqueras independientes)



“EL PEQUEÑO GRAN FESTIVAL”
PLATAFORMA DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE MÚSICA INDEPENDIENTE
[CDMX / CANADÁ 2008 // 2010]

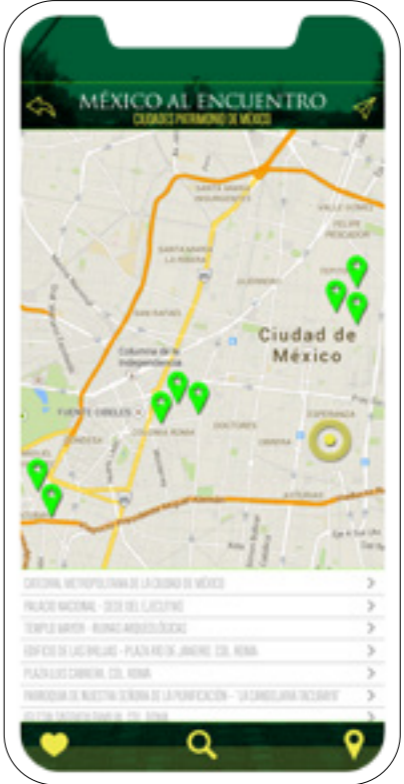


diseño de concepto : : indie o fest : :
dirección creativa & producción



“EL PEQUEÑO GRAN FESTIVAL”
[CDMX / CANADÁ 2008 // 2010]

diseño de app : : ciudades patrimonio de méxico : :



MÉXICO AL ENCUENTRO
ESPACIO CAUTIVO + CONACULTA

campaña impresos :: dupuis ::

pon **DUPUIS**
EN TU VIDA



Dinos cual es tu pasión y nosotros nos encargamos de que la disfrutes.
AL COMPRAR EN DUPUIS, TE REGALAMOS UN OBSEQUIO PARA TI Y TU PAREJA.



dupuis
www.dupuis.com.mx

pon **DUPUIS**
EN TU VIDA



Dinos cual es tu pasión y nosotros nos encargamos de que la disfrutes.
AL COMPRAR UN DUPUIS, TE REGALAMOS UN OBSEQUIO PARA EL MEJOR AMIGO DE LA FAMILIA.



dupuis
www.dupuis.com.mx

pon **DUPUIS**
EN TU VIDA



Dinos cual es tu pasión y nosotros nos encargamos de que la disfrutes.
AL COMPRAR EN DUPUIS, TE REGALAMOS UN OBSEQUIO PARA EL MÁS PEQUEÑO DE LA CASA.



dupuis
www.dupuis.com.mx

aeromexico  com

campaña :: aeroméxico ::
dirección de arte

Leo Burnett

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO WEB & PRINTS
[LEO BURNETT, CDMX 2004]



En donde estés, llevamos tus boletos.

En el **nuevo aeroméxico.com** elige dónde recibir tus boletos: en tu casa, oficina o en el lugar que quieras. Con cada compra acumulas Kilómetros Premier. Las 24 horas todo el año. Más fácil, más rápido. **Porque tu tiempo vale**

AEROMEXICO
La línea aérea más puntual del mundo

aeromexico.com



Muchos no saben quién eres, nosotros sí.

El **nuevo aeroméxico.com** es personalizado, sabe tu nombre y tus preferencias: a qué domicilio enviar tus boletos, las mejores tarifas y mucho más. Todo con completa privacidad. En cada compra de boletos en **aeroméxico.com** acumulas Kilómetros Premier. Las 24 horas todo el año. Más fácil, más rápido. **Porque tu tiempo vale.**

AEROMEXICO
La línea aérea más puntual del mundo

aeromexico.com

campaña :: aeroméxico ::
dirección de arte



Leo Burnett

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO WEB & PRINTS
[LEO BURNETT, CDMX 2004]

SICO

mi punto S campaña de reposicionamiento

plataforma orgánica de investigación de mercados, generadora de información de alta fidelidad.

availability del producto, innovando canales y maximizando el poder de disponibilidad del producto a su máximo nivel.

plataforma de visibilidad novedosa con contenidos dinámicos que la gente puede relacionar con o sin branding para en este modo incrementar la visibilidad en lugares a los cuales no hay acceso.

programa de lealtad derivado de un crm de dato fino que permita afianzar alianzas estratégicas.

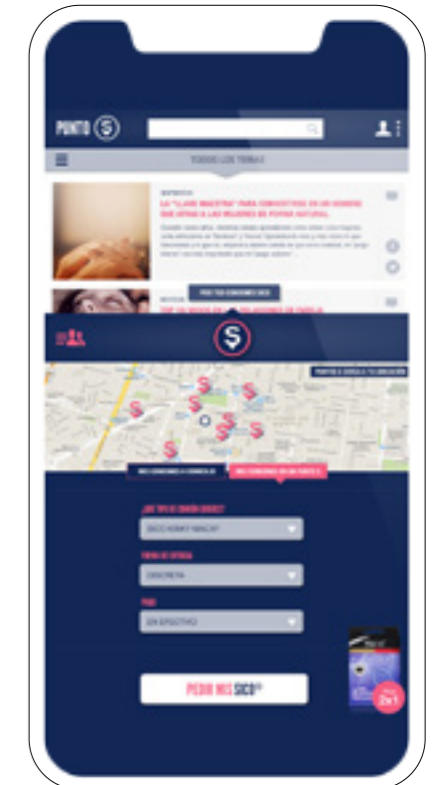
crear comunidad y engagement con life changing contents, flagship events, autoridades de diversos temas, coaching.

CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO // ESTRATEGIA
[RECKIT BENCKISER, CDMX 2013]



SICO

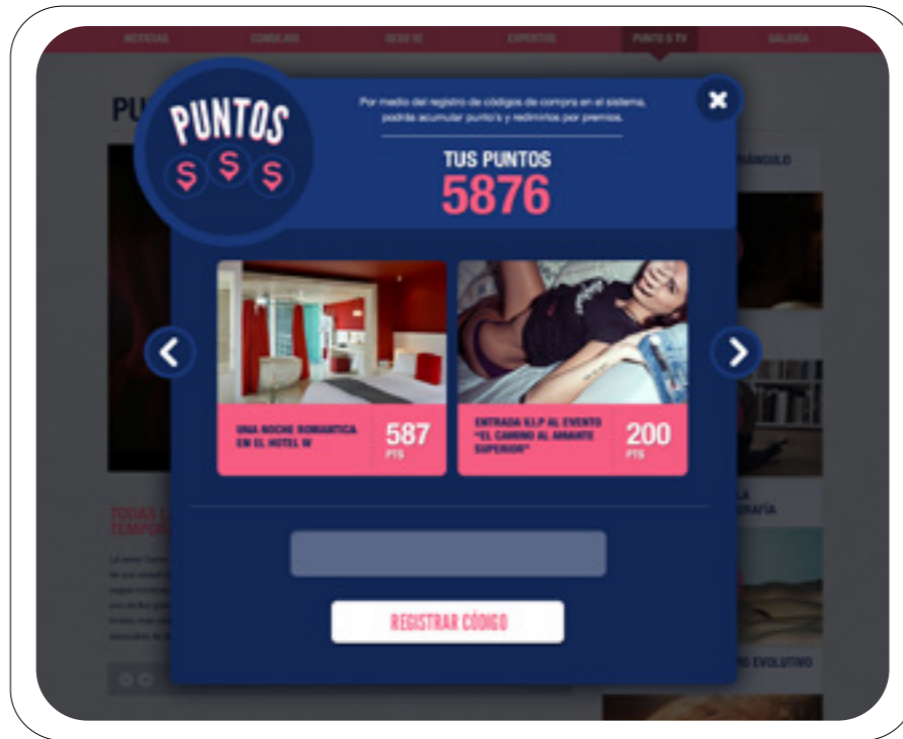
mi punto S campaña de reposicionamiento



CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO // ESTRATEGIA
[RECKIT BENCKISER, CDMX 2013]

SICO

mi punto S campaña de reposicionamiento



CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO // ESTRATEGIA
[RECKIT BENCKISER, CDMX 2013]

promo btl :: CK ::
dirección de arte & estrategia digital

DÉJATE VER CON CALVIN KLEIN UNDERWARE
[CDMX 2012]

Calvin Klein
underwear



immersive experience : : simposium creativo : :
& event production

producción de exposiciones, workshops, conferencias y conciertos.
ecosistema digital para el symposium + branding
acciones de networking / pr

CHOCOLATE FOUNTAIN
[TEPOZTLÁN 2015]



JORNADAS EUROPEAS
para profesores de idiomas en México

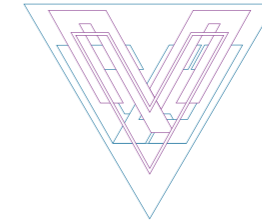


Nada
está
escrito.



ster*ster*

THE
GIPSY
WOLF
W THE MUSIC TALES



LOVE
academy

OSTLO



CONSTELLATION



RESONANCE
TALENT HOUSE



ENCUENTRA
TU OFICINA

STUDIO
Sinopsis



PROIUS



manuka
Health Conscious Food

:: DIRECCIÓN CREATIVA & ESTRATEGIA DIGITAL ::



altered states of behaviour

JUAN LUIS CONTRERAS



:: 55 1499 3121 ::



:: juanluis.contreras@gmail.com ::