PORTFOLIO

Web & graphic design | UX/UI *2026* **nuria bengoechea**

INDEX

CV

Máster diseño gráfico avanzado e interactivo (UX/UI) IDEP, Barcelona. /2019 - 2020

Prácticas de diseño gráfico y web
La Fundación San Prudencio /2021. x4 meses

Curso Investigación UX
/2022. x1 mes

Prácticas de diseño gráfico y web
Pausa Marketing Creativo /2022. x7 meses

Curso iniciación al HTML 5
SEPE /online. 1 mes

FREELANCE /2022 - actualidad. x4 años
Diseñadora gráfica y web
Colaboradora en Pausa Marketing Creativo
Proyectos independientes

WEB

Vértigo p.04
Jazz Vitoria p.07
IR Arquitectura p.10
Ester Artajo p.12
Unai Echevarria p.23
I See Explosions p.26
Alba Tojo p.29
NOQ Management p.32
Moutx p.34
Pausa Marketing Creativo p.37

live·

Otras webs en activo p.40

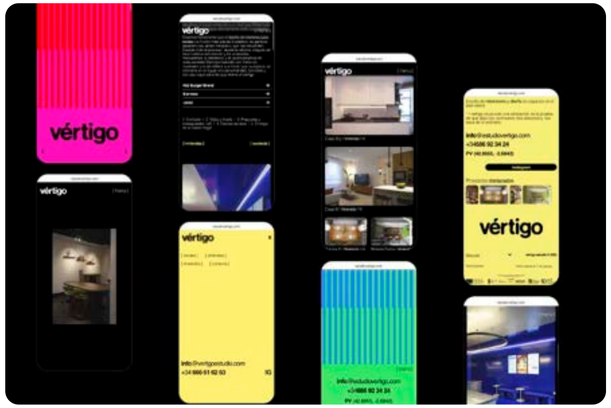
BRANDING /diseño

Mamuak p.15
Nord Food Group p.17
Nueva Tierra p.19
Azkena Rock Festival p.21



WEB

vértigo estudiovertigo.com



Jazz Vitoria jazzvitoria.com



IR Arquitectura irarquitectura.es



Ester Artajo esterartajo.com



BRANDING /diseño

Mamuak



Nord Food Group



Nueva Tierra



Azkena Rock Festival



WEB+BRANDING

Unai Echevarria unaiechevarria.es



I See Explosions iseeexplosions.com



Alba Tojo albatojo.com



NOQ Management somosnoq.com



Moutxart moutxart.es



Pausa Marketing Creativo pausamarketing.es



WEB













Estudio vértigo

estudiovertigo.com/ ↗

BRIEF/ **ARQUITECTURA/DISEÑO DE INTERIORES**

Vértigo es un estudio de interiorismo que entiende cada proyecto desde el equilibrio entre funcionalidad y expresión estética. Fundado con la intención de desarrollar una metodología propia, apuesta por un proceso cercano, artesanal y personalizado, capaz de adaptarse a cada espacio y necesidad sin renunciar a una identidad visual atrevida.

El objetivo del proyecto era reforzar su posicionamiento de marca mediante una web capaz de transmitir su visión del diseño y atraer proyectos más ambiciosos dentro del ámbito residencial y comercial.

RETO Y OBJETIVO/

Partiendo de una identidad visual ya definida, el reto consistía en trasladar la personalidad de Vértigo al entorno digital mediante una web portfolio capaz de mostrar sus proyectos y, al mismo tiempo, generar nuevas oportunidades de contacto.

La experiencia debía ser clara y directa, evitando los discursos comerciales excesivos y priorizando aquello que realmente define al estudio: sus espacios, su criterio estético y la calidad visual de su trabajo. Más que explicar procesos, buscamos que la propia web actuara como una extensión de la marca.

METODOLOGÍA/

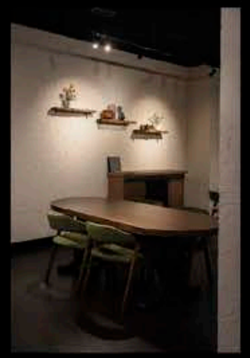
★ Se planteó una arquitectura sencilla y accesible, organizada en torno a tres bloques principales: estudio, proyectos y contacto. Sin recorridos innecesarios.
★ La navegación se diseñó para ser ligera e intuitiva, dando protagonismo a la fotografía, los contrastes cromáticos y los elementos visuales característicos de la identidad de Vértigo. Y, a nivel compositivo, se desarrolló una retícula modular inspirada en principios arquitectónicos, generando una estructura sólida y ordenada sobre la que construir toda la web.
★ La diferenciación se trabajó a través de los elementos de interacción y ritmos visuales: secciones fijas, variaciones de escala, diferentes niveles de profundidad y transiciones que aportan dinamismo sin comprometer la claridad de navegación.
★ Los colores flúor presentes en la identidad original se utilizaron como elementos de acento, reforzando el carácter contemporáneo y la personalidad del estudio.

• Diseño y prototipado en Figma.
• Maquetación en Wordpress + Elementor + apoyo de CSS personalizado.

vértigo

estudiovertigo.com

vértigo [menú]



estudiovertigo.com

vértigo [menú]

Creemos firmemente que el diseño de interiores para **locales** va mucho más allá de lo estético: es generar experiencias, atraer miradas y que nos recuerden. Durante todo el proceso, desde la reforma integral del local hasta la decoración y los acabados, marcaremos la diferencia; y te acompañamos en cada decisión. Siempre tratando con mimo los materiales y la atmósfera que harán que tu espacio se convierta en un lugar con personalidad, funcional y con ese toque atrevido que define el vértigo.

Hot Burger Brand →

Karmine →

Juber →

1. Contacto / 2. Visita y charla / 3. Propuesta y presupuestos (x2) / 4. Fechas de obra / 5. Entrega de tu nuevo hogar

[viviendas] **[contacta]**



estudiovertigo.com

vértigo x

[locales] [viviendas]

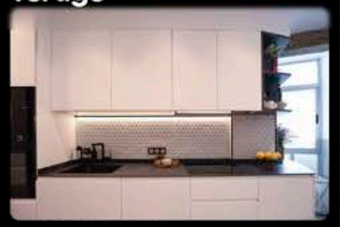
[el estudio] [contacta]

info@vertigoestudio.com

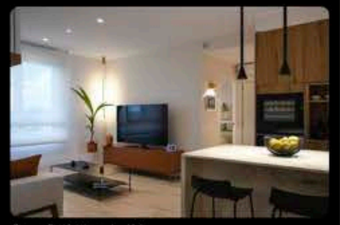
+34 **666 61 62 63** **IG**

estudiovertigo.com

vértigo [menú]



Casa Bry / **Vivienda** / VI



Casa B / **Vivienda** / VI





Cocina T / Vivienda / VI Terraza Zuma / Vivienda

estudiovertigo.com

[menú]

info@estudiovertigo.com

+34**686 92 34 24**

PV (42.8655, -2.6842)

estudiovertigo.com

Estudio de **interiorismo y diseño** de espacios en el país vasco.

→ vértigo no es solo una sensación: es la prueba de que algo nos conmueve, nos descoloca, nos saca de lo ordinario.

info@estudiovertigo.com

+34**686 92 34 24**

PV (42.8655, -2.6842)

instagram

Proyectos destacados



vértigo

Mapa web

vértigo estudio ® 2025

Textos legales

Hecho desde el ♡ de pausa

estudiovertigo.com

vértigo [menú]



vértigo

[locales] [**viviendas**] [el estudio] [contacta]

info@estudiovertigo.com
+34686 92 34 24
IG

¿Preparadx para transformar tu hogar? Reivindicaremos la manera en la que habitas tus espacios y/o empezaremos de cero en un lugar nuevo.

En Vértigo no nos quedamos sólo en el plano técnico. te acompañamos en cada decisión. **desde la obra hasta los detalles que convierten una casa en un hogar.**

Leer más

- La Cueva →
- Zuma →
- Sultán →
- Pipa & Dona →
- CASA J →
- Salvatierrabidea →
- B&O →
- CASA B →
- Kube →

PROCESO

1. Contacto / 2. Visita y charla / 3. Propuesta y presupuestos (x2) / 4. Fechas de obra / 5. Entrega de tu nuevo hogar



BODEGA LA CUEVA — **reforma completa** — 2024





[locales] [contacta]

Viviendas

vértigo

[locales] [viviendas] [**el estudio**] [contacta]

info@estudiovertigo.com
+34686 92 34 24
IG

Vértigo estudio nace tras varios años realizando simultáneamente el diseño y obra en viviendas y locales en Vitoria-Gasteiz, así como camperizaciones de furgonetas. Proyectos que le han aportado a Roberto conocimientos en procesos de construcción de mobiliario a medida, aprovechamiento de espacios, instalaciones de todo tipo, y diferentes procesos de fabricación.

En Vértigo creemos que, a la hora de afrontar una reforma, hay dos aspectos muy importantes: el diseño del espacio y la obra. Por eso ofrecemos los dos servicios. Un asesoramiento completo, tanto en distribución como elección de materiales, y la ejecución de la obra, para poder llevar el proyecto del papel a la realidad, de la mejor forma posible.

En cuanto al **aspecto estético**, en Vértigo nos gustan los retos. Nos gusta adaptarnos a cada cliente para aportar a cada espacio el carácter que quiere transmitir. Nos gusta crear espacios que transmitan por sí solos y reflejen el carácter de las personas que habitan en él.

Y en **obra** preferimos seguir un proceso, tener las cosas claras y todos los materiales pedidos antes de empezar a ejecutar. Esto nos permite cumplir los plazos de ejecución y hacer de la obra, un proceso mucho más llevadero.

Trabajamos colaborando con todos los gremios en forma de equipo, visitando el espacio para asegurarnos al 100% de que la obra se podrá ejecutar de forma correcta y adaptarnos muy bien al presupuesto.

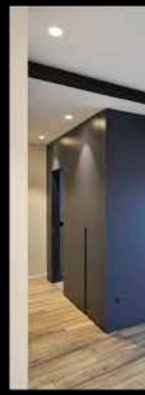
Como conlusión podemos cerrar exponiendo que en Vértigo nos muevé lo mismo en cada proyecto: diseñar con cabeza, construir con cuidado y entregar un espacio que hable por sí mismo. Apostamos por ideas nuevas y miradas diferentes, porque creemos que los proyectos más especiales nacen cuando alguien se atreve a contar en algo distinto, en algo que parece que «da vértigo».

Manifiesto

[Proyectos destacados]



vértigo













Jazz Vitoria

jazzvitoria.com/ ↗

FESTIVAL DE MÚSICA

BRIEF/

Por cuarto año consecutivo tuve la oportunidad de desarrollar la web del Festival de Jazz de Vitoria-Gasteiz, uno de los festivales de jazz con mayor trayectoria y reconocimiento del panorama nacional.
El punto de partida es siempre el mismo: cada edición cuenta con un cartel creado por un/a ilustrador/a diferente, y a partir de esa pieza, se construye toda la identidad del evento.

El reto principal está en su público. El festival busca acercarse a nuevas generaciones interesadas en el jazz y la música en directo, pero sin perder de vista a quienes llevan décadas formando parte de su historia. Por lo tanto, resulta obligatoria una web accesible, intuitiva y fácil de utilizar, para dar respuesta a perfiles muy diversos y mantener una experiencia de usuario sencilla para todos ellos.

RETO Y OBJETIVO/

La estructura de la web debe responder a las necesidades de un evento que evoluciona durante meses.
Por un lado, era fundamental dar visibilidad a los artistas principales y facilitar la compra de entradas. Por otro, la plataforma debía estar preparada para incorporar progresivamente toda la actividad paralela del festival: programación diaria, talleres, inscripciones, noticias y actualizaciones constantes.
El objetivo era construir una plataforma capaz de acompañar tanto al visitante que busca una entrada como al usuario que consulta la programación completa del Festival.

METODOLOGÍA/

La tipografía, colores y elementos gráficos del cartel sirven como punto de partida para desarrollar una grñafica coherente en todos los soportes.
★ En esta edición se trabajó con una paleta de tres colores: negro, blanco y rosa. El negro aporta profundidad y nos transporta a la atmósfera del escenario; el rosa actúa como color protagonista, como los focos, reforzando llamadas a la acción y elementos destacados; mientras que el blanco ayuda a diferenciar visualmente los distintos escenarios del festival.
★ La arquitectura de contenidos prioriza a los artistas y conciertos principales, permitiendo al usuario acceder rápidamente a la información más relevante. A partir de ahí, la navegación se abre a todas las actividades que transforman la ciudad durante una semana.
★ Para reforzar los bailes del festival y su música, se incorporaron movimientos y animaciones inspiradas en el ritmo y la energía de la música, aportando dinamismo sin comprometer la accesibilidad ni la claridad de uso.

• Diseño y prototipado en Figma.
• Maquetación en Wordpress + Elementor + apoyo de CSS personalizado.

Polideportivo de Mendizorrotza / 15 - 18 de Julio

GRETCHEN PARLATO
TAKE 6
IRENE REIG t
SUN RA ARKESTRA
MAGALÍ SARE & MANEL FORTIÀ
RUBÉN BLADES
THE BAD PLUS
SNARKY PUPPY

Entradas y abonos Mendi

LINE UP PALACIO EUROPA
LINE UP MENDIZORROTZA
ABONOS Y ENTRADAS

NOTICIAS NOTICIAS NOTICIAS NOTICIAS NOTICIAS NOTI

ENTRADAS LINEUP EL FESTIVAL NOTICIAS PARTNERS FAQ EU

18/07 • 17:30H
PALACIO EUROPA

ISAIAH COLLIER 4TET

Isaiah Collier, saxo tenor & soprano
Davis Whitfield, piano
Conway Campbell, contrabajo
Tim Regis, batería

www.colliersworld.com

Entradas

18/07 - 20:30H
POLIDEPORTIVO DE MENDIZORROTZA

SNARKY PUPPY
THE BAD PLUS

THE BAD PLUS

FAREWELL TOUR

Chris Speed, saxofón
Ben Monder, guitarra
Reid Anderson, bajo
Dave King, batería

www.thebadplus.com

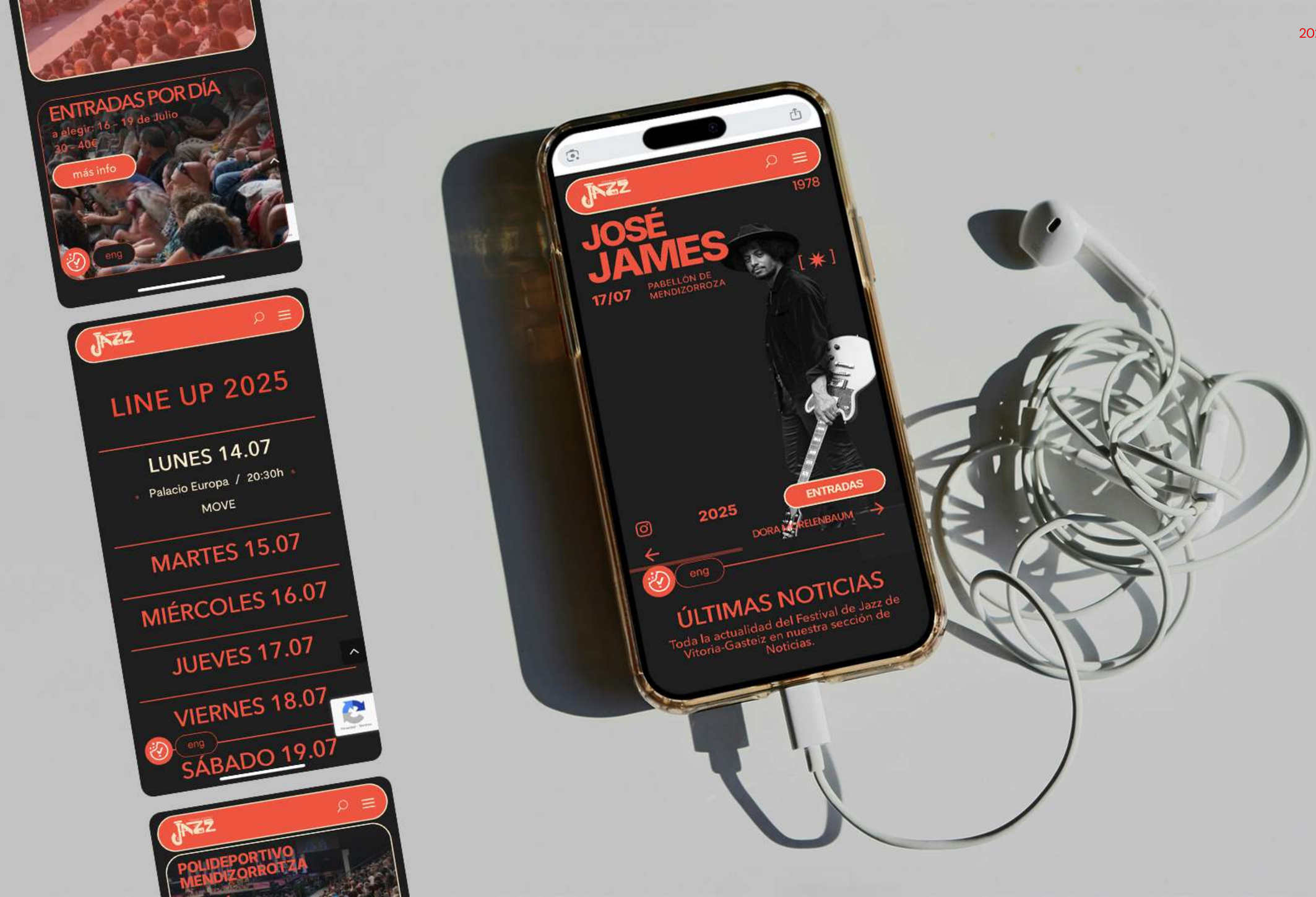
ENTRADAS LINEUP EL FESTIVAL NOTICIAS PARTNERS FAQ EU

ENTRADAS PALACIO EUROPA

PALACIO EUROPA 17/07 • 17:30H 20€

ISAIAH COLLIER 4TET
PALACIO EUROPA 18/07 • 17:30H 20€

ABONO COMPLETO PALA
EUROPA


ENTRADAS POR DÍA
a elegir: 16 - 19 de Julio
30 - 40€
más info
eng
JAZZ
LINE UP 2025
LUNES 14.07
Palacio Europa / 20:30h
MOVE
MARTES 15.07
MIÉRCOLES 16.07
JUEVES 17.07
VIERNES 18.07
SÁBADO 19.07
eng
JAZZ
POLIDEPORTIVO MENDIZORROTZA
JAZZ
1978
JOSÉ JAMES
17/07
PABELLÓN DE MENDIZORROZA
ENTRADAS
2025
DORA
ELENBAUM
eng
ÚLTIMAS NOTICIAS
Toda la actualidad del Festival de Jazz de Vitoria-Gasteiz en nuestra sección de Noticias.

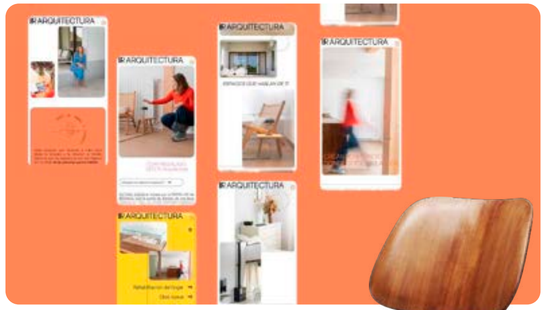
IR Arquitectura

irarquitectura.es/ ↗











CREANDO ESPACIOS DONDE SUCCEDE *LA VIDA*

BRIEF/ **ARQUITECTURA/DISEÑO DE INTERIORES**

IR Arquitectura es el estudio liderado por Itziar Regalado, una arquitecta que combina la cercanía de un proyecto gestionado de forma personal con la capacidad de coordinar otro de mayor envergadura junto a una red de colaboradores especializados.
Su trabajo abarca desde el diseño de interiores hasta rehabilitaciones, coordinación de gremios y dirección de proyectos, ofreciendo un acompañamiento integral durante todo el proceso.
Su marca se caracteriza por una forma de trabajar cercana, honesta y accesible, donde la confianza y la atención al detalle tienen tanto peso como el resultado final.

RETO Y OBJETIVO/

La web debía conectar con dos perfiles muy diferentes. Por un lado, aquellos que se enfrentan por primera vez a una reforma, una vivienda o un nuevo negocio y necesitan una profesional que les ayude a ordenar ideas y tomar decisiones con seguridad. Por otro, clientes e inversores que buscan una figura capaz de coordinar proyectos complejos y acompañar todo el proceso con una visión global.
El objetivo entonces era transmitir profesionalidad y solvencia pero sin perder la cercanía que caracteriza a Itziar.

METODOLOGÍA/

★ Más que un portfolio tradicional, la web funciona como una presentación progresiva de sus proyectos, procesos y valores; como un recorrido por la forma de entender la arquitectura de IR.
★ Se muestran proyectos de gran escala, con detalles más íntimos y cotidianos para reflejar la amplitud de su trabajo.
★ Si hablamos a nivel visual, se apostó por una estética limpia y ordenada, reforzada por elementos gráficos inspirados en formas orgánicas y geométricas que aportan calidez sin alejarse del ámbito arquitectónico.
★ El resultado es una web que transmite estructura y organización, a la par que sensibilidad y confianza, reflejando la manera en que Itziar acompaña cada proyecto: con criterio, atención al detalle y una visión profundamente humana.

• Diseño y prototipado en Figma.
• Maquetación en Wordpress + Elementor + apoyo de CSS personalizado.

irarquitectura.es/ ↗



Ester Artajo

esterartajo.com/ ↗









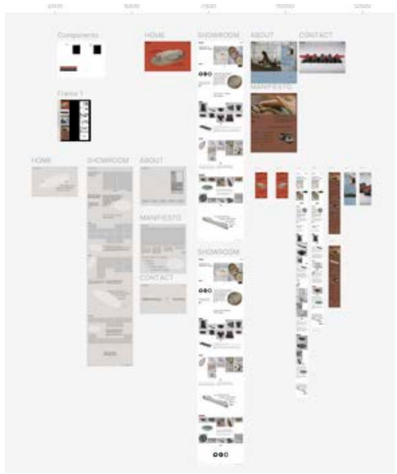












BRIEF/ **CERAMISTA**

Ester crea vajillas artesanales personalizadas para restaurantes, hoteles y proyectos gastronómicos. Su trabajo combina tradición cerámica y diseño contemporáneo, desarrollando piezas únicas adaptadas y personalizadas a cada cliente, estableciendo relaciones cercanas y sinceras con cadauno de ellos. Consiguiendo así aportar a su trabajo un tono cálido y cercano, pero profesional, utilizando un lenguaje sincero que invita a la colaboración y resalta su experiencia con la cerámica.

Su marca se construye desde lo artesanal, la cercanía y el respeto por los materiales y los procesos, y su identidad de marca se desarrolla desde un enfoque principalmente artesanal y errático.

RETO Y OBJETIVO/

La propuesta inicial era crear un portfolio donde mostrar sus piezas. Sin embargo, entendimos que el verdadero valor de Ester no estaba únicamente en el resultado final, sino en todo lo que ocurre antes y el trabajo artesanal que hay detrás de cada colección. Por ello, planteamos la web como un showroom digital donde las piezas pudieran respirar, ocupar espacio y tener presencia propia. Un lugar donde el producto guiara la experiencia y donde el usuario pudiera comprender el proceso antes incluso de pensar en comprar.

METODOLOGÍA/

El planteamiento parte con un *journey map* muy concreto: chefs y responsables de proyectos gastronómicos que trabajan con tiempos ajustados y necesitan encontrar rápidamente una propuesta alineada con la identidad de su cocina.

★ Por ello, se diseñó una experiencia visual basada en el recorrido natural de las piezas. La vajilla actúa como hilo conductor de la navegación, guiando la mirada a través de diferentes estilos, acabados y posibilidades de personalización.

★ La arquitectura se simplificó al máximo.También se tomó la decisión de sustituir formularios, por una vía de contacto directa. La intención era mantener la cercanía que caracteriza su manera de trabajar y favorecer conversaciones más personales desde el primer momento.

★ A nivel narrativo, la web se apoya en mensajes y reflexiones que ponen en valor tanto el trabajo artesanal como la relación entre la cerámica y la gastronomía, reforzando la idea de que ambas disciplinas comparten la misma atención por el detalle, la materia y el proceso.

• Diseño y prototipado en Figma.
• Maquetación en Wordpress + Elementor + apoyo de CSS personalizado.

Este caso de estudio muestra la propuesta original de diseño. La web actual incluye modificaciones realizadas posteriormente.

esterartajo.com/ ↗





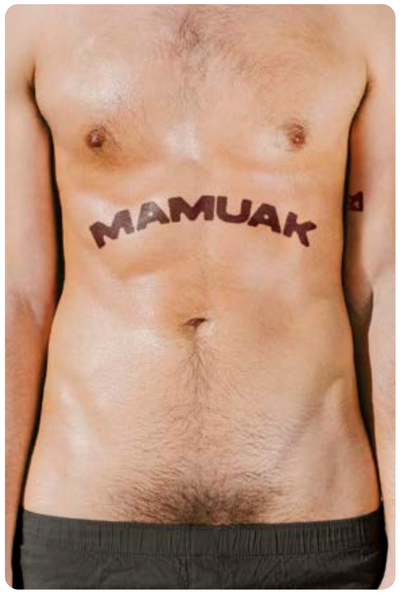




BRANDING

/diseño

Mamuak







MORE COMING SOON...





BRIEF/ **BANDA DE MÚSICA**

Mamuak es una banda emergente de indie rock formada por tres amigos que buscan hacerse un hueco dentro del panorama musical nacional. Sus canciones hablan de la amistad, el amor, el desamor y de esas noches que siempre parecen alargarse un poco más. Con el proyecto empezando a crecer, necesitaban una identidad visual capaz de acompañar esa evolución sin perder la esencia que ya empezaba a reconocer su público.

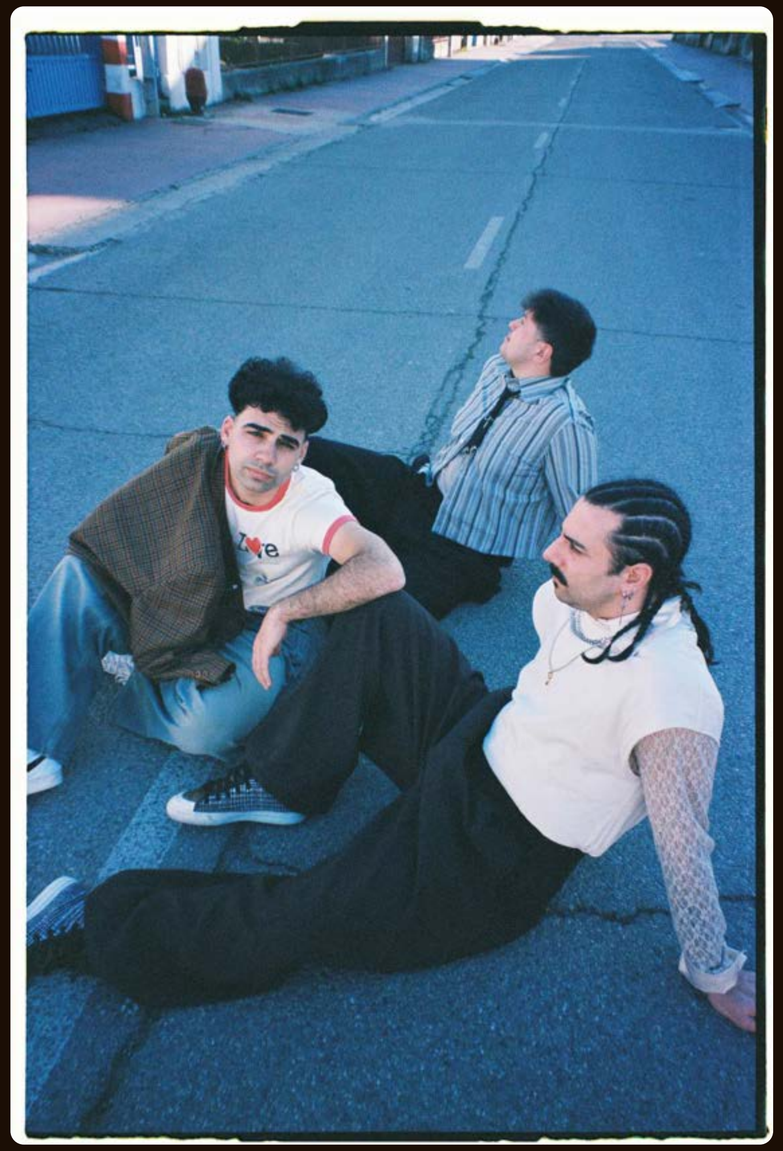
RETO Y OBJETIVO/

La banda contaba con un logotipo que ya formaba parte de su identidad, por lo que el objetivo no era empezar de cero, sino construir un universo visual que le diera coherencia y personalidad.
Se desarrolló un sistema gráfico capaz de acompañar conciertos, cartelería, redes sociales, lanzamientos musicales y futuras aplicaciones, definiendo también el tono y la forma en la que la banda debía comunicarse.

METODOLOGÍA/

★ Era importante mantener el icono de la marca ya que era su sello, tiene su historia, y ya hay gente que conoce a la banda gracias a él. Por lo que nada más se adaptará a los tiempos actuales. Se corrigió con los espacios y líneas correctas y se suavizó su imagen redondeando las esquinas.
★ A partir de él se desarrolló un sistema tipográfico con personalidad propia: formas geométricas, gruesas y amables que aportan fuerza y cercanía, combinadas con pesos más ligeros para generar ritmo y jerarquía en la comunicación.
★ La paleta cromática principal se construye alrededor de tonos chocolate y beige, una elección que evita asociar a la banda con un único estilo y deja espacio para que cada lanzamiento, cartel o disco incorpore nuevos colores según el momento que esté viviendo el grupo.
★ La dirección fotográfica y estilismo corren de la mano con Unai echevarria, uno de los integrantes. La dirección creativa apuesta por una estética de la fotografía analógica y al imaginario del indie contemporáneo. Un lenguaje visual espontáneo, imperfecto y con cierto aire nostálgico que acompaña la personalidad de Mamuak.

• Creación de concepto, posicionamiento de marca, dirección creativa e identidad visual (rebranding).
• Riseño de logotipo y sistema visual de la marca. Lenguaje y tono de la banda. Apoyo en redes sociales y presentaciones.



MAMUAK

Nord Food Group











BRIEF/ **HOSTELERÍA**

Nord Food Group fue una asociación de 3 de los más grandes comercios hosteleros de Vitoria-Gasteiz, extendidos en territorio nacional: DonG, Burgritos y Reyna Istambul.
El objetivo era crear una identidad corporativa con la que presentarse ante proveedores, colaboradores e inversores. Una marca sólida, atemporal y con carácter, capaz de representar al grupo sin depender de ninguna de las empresas que lo forman.

RETO Y OBJETIVO/

La identidad debía transmitir estabilidad, confianza y visión de futuro. No podía asociarse a un único tipo de cocina ni a una marca concreta, ya que el grupo tenía previsto seguir creciendo e incorporar nuevos proyectos.
Se buscó una imagen sencilla y reconocible, con la capacidad de funcionar como una marca corporativa independiente, capaz de convivir con todas las identidades que forman parte del grupo.

METODOLOGÍA/

★ La propuesta parte de un lenguaje visual sobrio y minimalista, inspirado en la idea de una empresa sólida, discreta y con raíces. La paleta cromática se reduce al blanco y negro para reforzar esa neutralidad y permitir que cada negocio conserve su propia identidad visual.
★ La tipografía condensed y monoespaciada aporta personalidad sin recurrir a elementos innecesarios. Su estructura transmite firmeza y equilibrio, mientras que las variaciones de peso y composición (tanto propias, como del resto de elementos de la gráfica), generan una identidad con presencia, pero contenida.
★ El isotipo es versátil, simple y fácilmente reconocible. Utiliza las 3 últimas letras de la palabra “food”, y aunque puede recordar sutilmente a una hamburguesa, su intención principal es construir un elemento gráfico propio que pueda funcionar de manera independiente al logotipo.
★ El sistema visual se completa con líneas finas y composiciones limpias que refuerzan la idea de orden, escalabilidad y cohesión, permitiendo que la identidad crezca junto al grupo sin perder consistencia.

• Concepto e identidad visual.
• Diseño de logotipo, sistema gráfico y aplicaciones corporativas.

NORD
FOOD
GROUP

BRAND GUIDELINES

NORD
FOOD
GROUP

Food

TIPOGRÁFICO

PRINCIPAL

STD
M

CATÁLOGO

ORATOR
M

APOYO

AA - 01

Roboto

Aa-01

CROMÁTICA

GAMA

#000000
R:0%
G:0%
B:0%
C:91%
M:79%
Y:62%
K:97%

#FFFFFF
R:255%
G:255%
B:255%
C:0%
M:0%
Y:0%
K:0%



F.12

Nueva Tierra

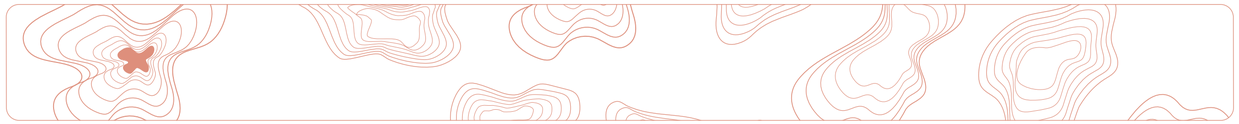














BRIEF/ **HERBODIETÉTICA Y SALUD**

Nueva Tierra es una propuesta de marca para una empresa especializada en suplementación alimenticia ecológica y terapias naturales. Su filosofía parte de una idea muy clara: cuidar la salud desde el origen, abordando el bienestar desde el interior mediante un enfoque respetuoso, cercano y no invasivo.
La marca debía transmitir confianza, naturalidad y conocimiento, reflejando el acompañamiento personalizado que ofrecen tanto en consulta como a través de sus productos.

RETO Y OBJETIVO/

El concepto creativo se desarrolló a partir del llamado efecto mariposa: la idea de que un pequeño cambio puede generar una transformación mucho mayor. Desde esa premisa se construyó una identidad inspirada en los patrones de la naturaleza, las conexiones entre los distintos elementos y el crecimiento progresivo hacia el bienestar.

METODOLOGÍA/

★ La identidad visual gira en torno a una figura principal inspirada en la mariposa, símbolo de transformación y equilibrio. Su composición también evoca una célula protegida, reforzando la idea de cuidar el origen para favorecer el bienestar del conjunto.
★ Los elementos gráficos mantienen ese mismo lenguaje orgánico mediante líneas finas y formas fluidas que aportan sensación de calma, movimiento y delicadeza.
★ La tipografía de palo seco nos aporta humildad y calma, sin perder de vista la elegancia. Sus distintos grosores hacen que la mirada se detenga en los pequeños detalles, reforzando esa idea de cuidar cada parte del proceso.
★ Los colores principales son tonos tierra, como no podía ser de otra manera, y por mantener la misma gama natural, acudimos a una gama cromática fresca, con luz y con un punto de apoyo humano y alegre como son los tonos turquesa, verde claro y salmón.

• Creación de concepto, posicionamiento de marca e identidad visual.
• Diseño de branding, sistema gráfico, ilustraciones, escaparate y aplicaciones corporativas.

**Esta propuesta corresponde al concepto creativo presentado durante el proceso de branding. Finalmente, la identidad desarrollada para la marca siguió una dirección creativa diferente.*


NUEVA
TIERRA
herbodietética

Azkena

postal promocional - impulsado por DIGA



BRIEF/

FESTIVAL DE MÚSICA

Tras 24 años celebrándose, el Azkena Rock Festival sigue apostando por grandes figuras del rock y por mantener ese vínculo tan especial con su ciudad, Vitoria-Gasteiz. Es un festival cercano y familiar, donde quien va, repite, y donde la ciudad se vuelca cada año con quienes vienen a disfrutar de la música.
Desde Diga Elkartea, la Asociación de Profesionales del Diseño Gráfico de Álava, quisieron formar parte de esa familia y dar visibilidad al diseño local. Para ello, varios diseñadores participamos creando una serie de postales que se regalarían durante el festival para que el público pudiera llevarse un pequeño recuerdo y enviarlo desde allí.

RETO Y OBJETIVO/

La única premisa era clara: la postal tenía que hablar de Vitoria-Gasteiz. Mi propuesta parte de esa conexión local y de la propia historia del rock, inspirándome con los carteles psicodélicos de los años 60 y 70, época en la que surgieron algunas de las grandes bandas y figuras que han pasado por el gran escenario del Azkena.
La intención era crear una pieza que funcionase tanto como recuerdo del festival, como pequeña pieza gráfica que te gustase llevarle (o enviarle) de recuerdo a algún ser querido.

METODOLOGÍA/

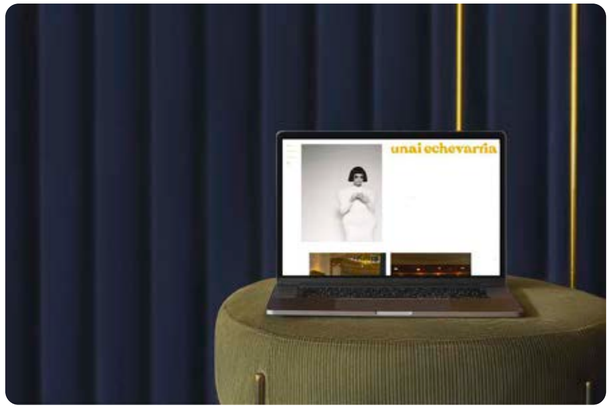
★ Todo gira en torno a la Almendra, el casco histórico de Vitoria-Gasteiz, utilizada como estructura para enmarcar el mensaje principal: "*Si ellos repitieron, tú también*". La frase juega con una de las características más reconocibles del festival: la fidelidad de su público, pero también con la cantidad de grandes artistas que han vuelto a pasar por sus escenarios, como Iggy Pop, John Fogerty, Lucinda Williams o Kiss.
★ Todo queda enmarcado y decorado con el estilo característico de la época en la que triunfaron, un estilo ondulante, retro e ilusorio, que prioriza el impacto visual sobre la lectura literal de la información.
★ Como último detalle, Iggy Pop rodea la bandera de Vitoria-Gasteiz en la parte inferior, integrando una vez más lo local dentro del universo del festival.

• Resultado: ¡la postal terminó agotándose durante el festival!

WEB+BRANDING

Unai Echevarria

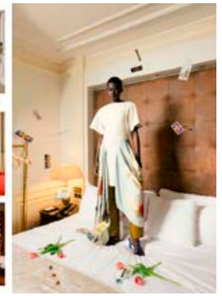
unaiechevarria.es/ ↗













BRIEF/ **FOTOGRAFÍA DE MODA**

Unai Echevarria, fotógrado de moda y director creativo. Su trabajo se mueve entre la moda y la estética retro, construyendo editoriales que cuentan historias a través de sensaciones, momentos y personajes. Trabajando con marcas de moda, necesitaba dar el salto a una identidad visual que estuviera a la altura de su dirección creativa. Una identidad capaz de hablar el mismo lenguaje que sus fotografías.

RETO Y OBJETIVO/

El reto era construir una identidad que hablara desde esa nostalgia y fuerza que tiene su trabajo, pero que dejara todo el protagonismo a esto último. La marca, por lo tanto, debía tener personalidad y ser reconocible, pero sin gritar. El trabajo de Unai ya cuenta las historias, y la identidad debía dejar el terreno preparado para que pudieran hacerlo.

METODOLOGÍA/

★ Con el foco puesto en la fotografía analógica y las referencias editoriales, se decidió construir la identidad principalmente a través de la tipografía y un único color.
★ Para los titulares se recuperan referencias tipográficas antiguas, aportando ese carácter vintage que conecta con el universo visual de Unai. Como acompañante, una tipografía más sencilla que organiza la información.
★ El amarillo es en el color principal de la identidad. Es un tono presente en muchas de sus composiciones, y aporta la vitalidad y energía que también encontramos en él mismo. Acompaña a las fotografías sin competir contra ellas. El blanco funciona como color de apoyo y facilita la lectura sobre las imágenes.
★ Habrá un espacio para ordenar la información (como es el índice o el menú en web), en el que podremos hacer una visualización directa de la Marca Unai, pero el resto de los espacios abren paso, en pantalla completa, a las fotografías.
★ El flujo de la web y del portfolio es sencillo, completamente intuitivo y sin distracciones.

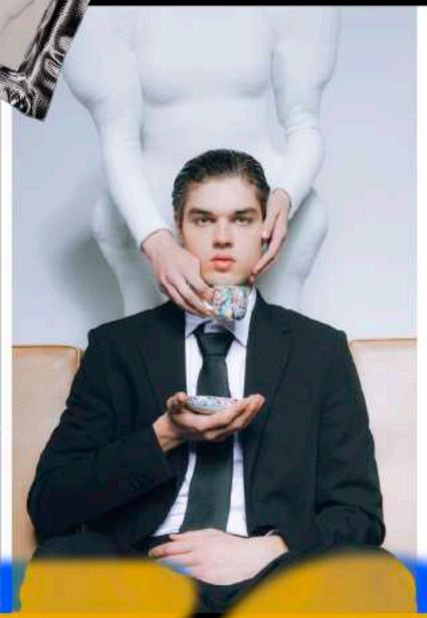
• Creación de concepto, posicionamiento de marca e identidad visual.
• Diseño de branding, sistema gráfico, aplicaciones corporativas, portfolio y diseño web.
• Diseño y prototipado de web en Figma. Resto de aplicaciones, en Illustrator.
• Maquetación en Wordpress + Divi + apoyo de CSS y HTML personalizado.



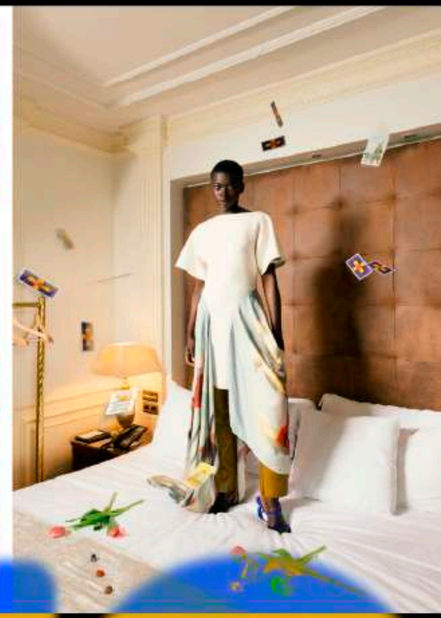



New Toy
Clueless
Flavio
Hermanas
Dreamer
Joana Morais
The Young man & the sea
Arde Wear
Mengu
Jakob
I See Explosions
Biznaga
More



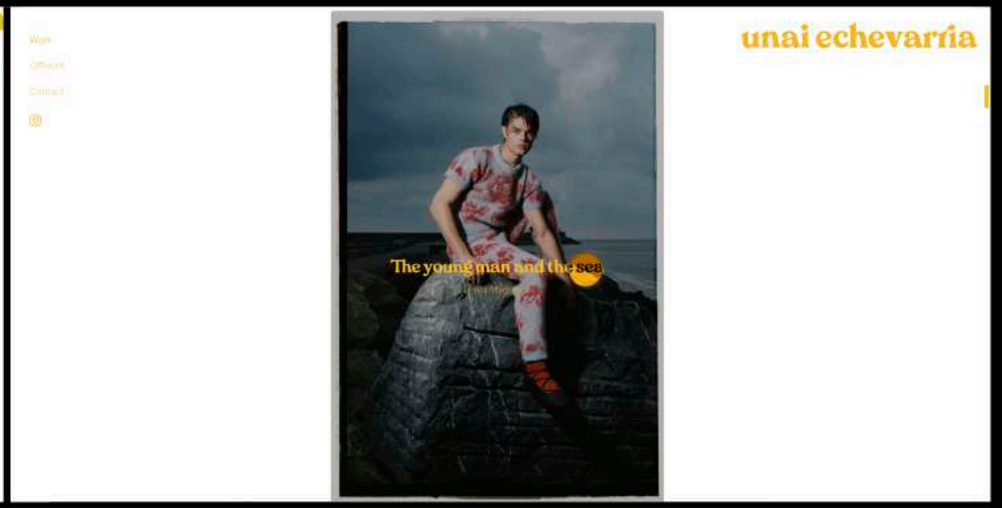






PORTFOLIO


Work
Offwork
Contact
unai echevarria


Work
Offwork
Contact
unai echevarria
The young man and the sea


unai echevarria
Work
Offwork
Contact
Clueless
Sticks and Stones Mothership


unai echevarria
Work
Offwork
Contact
Clueless



WEB



I See Explosions

iseeexplosions.com/ ↗

BRIEF/

Moviéndose entre la nostalgia, la reivindicación y el cambio, I See Explosions quería "generar inquietud". Su música se construye por capas, alternando sonidos, sensaciones y referencias de manera orgánica y analógica. Se definen como banda de rock melódico, mezclando metal, hard rock y melodía con vivencias, sentimientos e imaginación. Una combinación de fuerza e intensidad, pero también de momentos más sensibles y románticos.

BANDA DE MÚSICA

RETO Y OBJETIVO/

Al escuchar sus temas, los valores eran claros: intensidad, pasión y fuerza. Una variedad de capas que, aunque diferentes, terminan encajando entre sí. El reto era construir una identidad capaz de representar esa mezcla y, al mismo tiempo, adaptarse a los diferentes mundos que la banda iría creando en futuros discos, conciertos y formatos.
Pero el primer proyecto tenía la situación de que la portada del CD ya estaba definida, así que la identidad tenía que encontrar su espacio dentro de un universo visual que ya existía, sin necesidad, obviamente, de parecerse.

METODOLOGÍA/

★ Tras pruebas y pruebas y pruebas en las que la marca me pedía un logotipo manual y con tinta, el proceso nos llevó a otra conclusión. Aunque su música pueda ser cruda e intensa, la identidad necesitaba transmitir seguridad, presencia y la sensación de que detrás hay una banda que sabe lo que está haciendo.
★ El logotipo parte de una tipografía variable, oscilando entre una versión más firme y estática y otra más romántica y detallada. Adaptándola al resto de valores para aportarle grosor y algo de calma en los vértices.
★ Los colores no deberán ser prioritarios ya que se adaptarán al resto de lanzamientos. Por lo que el blanco y el negro serán la base, mientras que el naranja aportará esa electricidad y ese punto analógico.
★ Para el primer CD, mantenemos las capas como hilo conductor, tomando la ilustración principal como punto de partida y construyendo el resto del universo a través de la tipografía, el ruido, las texturas y diferentes niveles de información.
★ El concepto gira alrededor del bucle: crecer, tomar decisiones, sentirse atrapado, volver a empezar y, finalmente, liberarse. La cuerda presente en la ilustración se convierte en una metáfora de ese recorrido y sirve como punto de partida para desarrollar el resto de las piezas.
★ Ese mismo lenguaje se traslada al librillo, la comunicación digital y la web. Las tipografías se van transformando, se comprimen y poco a poco encuentran su espacio. Los elementos aparecen por capas y el ruido permanece siempre de fondo, construyendo un universo visual en constante movimiento.
★ El resultado es una identidad que cambia, se transforma y se adapta al mundo que I See Explosions va construyendo alrededor.

→ BRANDING/ DIRECCIÓN DE ARTE/ CD/ EDITORIAL/ SOCIAL MEDIA/ WEB/

• Creación de concepto y dirección de arte junto a Unai Echevarria (director creativo), posicionamiento de marca e identidad visual de la banda y su primer CD.
• Diseño de branding, sistema gráfico y aplicaciones para redes sociales, reels, créditos de videoclip y web.
• Diseño del CD y librillo, salvo la ilustración principal.
• Diseño y prototipado web en Figma. Resto de aplicaciones desarrolladas en Illustrator y Photoshop.
• Maquetación en WordPress + Elementor + CSS y HTML personalizado.




cut dine
I SEE EXPLOSIONS


Unai Echeverria
Hugo Armas
Ynaki Bezerra
Julen Arregi / Mario Lezaun
Nuria Sangoenea
I SEE EXPLOSIONS
cut dine


EXTRAS
Malalen Aspitarte / Miriam González / Mariam Ruiz de Samaniego
BAND
I See Explosions
VOCALS / GHOSTS
Maddalen Arrazola
GUITAR 1
Urko Romero
GUITAR 2
Iñaki García
BASS
Asier López de Eguílaz
DRUMS
Aitgeru Gorospe
MUSIC / LYRICS
I See Explosions
RECORDING / MIX & MASTER
Gaztain Estudioak
SPECIAL THANKS
Aize Tejo
Víctor Manuel Castillo
Naiara Garroz
Mario Antón Plaza
I SEE EXPLOSIONS
cut dine

iseeexplosions.com/ ↗













Alba Tojo

albatojo.com/ ↗













BRIEF/ **ARTISTA PLÁSTICA / GRABADO**

Alba es una artista plástica especializada en técnicas de grabado, entregada con cada cosa que hace, con el arte y con la naturaleza. Su obra viaja entre lo experimental, lo emotivo y lo reflexivo, utilizando el grabado, el color y diferentes técnicas para construir piezas que hablan de lo que vive y observa. Ganadora de varios premios, sintió que era el momento de asentar su trabajo y decidimos crear no sólo un branding, sino un universo visual que conviviera con sus obras y complementarlas. Crear la marca Alba Tojo.

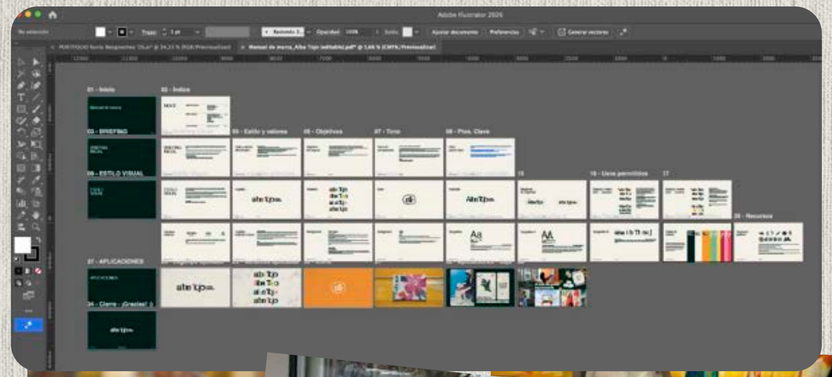
RETO Y OBJETIVO/

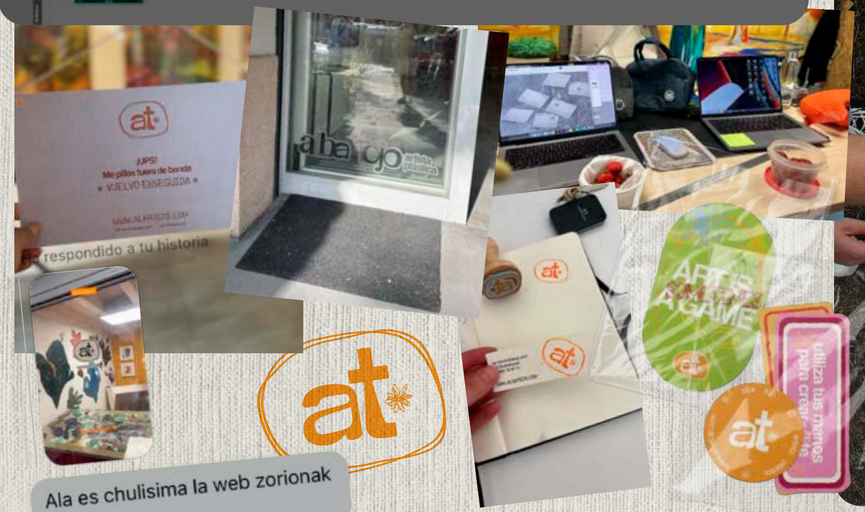
Sus obras juegan con superposiciones de colores, formas y figuras. Mezclan lo abstracto y lo figurativo, los trazos y las manchas, la crudeza de la tinta y la perfección de la limpieza. Un "desorden ordenado" en el que la aleatoriedad, el sentimiento y el experimento forman parte del proceso.
El reto, por lo tanto, estaba claro: ordenar todo ese mundo y darle vida, hacerlo parte de Alba.

METODOLOGÍA/

★ Con cada obra, Alba se presenta a sí misma, lo que vive y lo que ve. Por esta misma razón, el tono de comunicación será sincero y directo, pero tranquilo; un espacio en el que está permitido experimentar, imaginar, equivocarse, aprender y evolucionar.
★ Toda la marca debe funcionar como un lienzo continuo en el que encontrar nuevos gráficos. Las obras se llevan el protagonismo, pero la identidad las acompaña.
★ Por esto, la marca de Alba es un istema de identidad visual variable. Tiene la posibilidad de utilizar diferentes versiones del logotipo sin perder su esencia, combinando tipografías, trazos, elementos figurativos, formas, grosores, tintas planas y colores.
★ El sistema se completa con un fondo que imita la textura de un lienzo y con elementos que Alba repite en sus propias obras. Se diseñó un sistema de iconos y trazos que puede utilizar de manera libre, pero siempre dentro de unas mismas reglas.
★ La redondez aporta un carácter más amigable, y los colores funcionan como una base flexible: tres tonos principales que identifican a Alba, acompañados por el resto de una gama que puede variar según el momento o el espacio.
★ Una marca que, al igual que un lienzo en blanco, puede volver a crearse cada vez que aparece.

• Creación de concepto, posicionamiento de marca e identidad visual.
• Diseño de branding, sistema gráfico, aplicaciones corporativas, plantillas RRSS y diseño web.
• Diseño y prototipado de web en Figma. Resto de aplicaciones, en Illustrator y photoshop.
• Maquetación en Wordpress + Elementor + apoyo de CSS y HTML personalizado.




respondido a tu historia
ART IS A GAME
Utiliza tus manos para crear arte
Ala es chulisima la web zorionak albaa




M/ info@albatojc
IG/ @albatojoar
T/ 656 78 94 1
WWW.ALBAT
¡Estabas
artista plástica



albatojo.com/ ↗

alba Tojo artista plástica



/ Obras • / Talleres / Eventos / About / Reseñas / Contacto

EXPOSICIONES

INDIVIDUALES

2025 / *Biz. Hablar*, LABE Gazte Laborategia, Vitoria-Gasteiz.
2024 / *Obra Gráfica*, Fundación San Prudencio, Vitoria-Gasteiz.
2024 / *Obra Gráfica*, Castillo Faro, Castro Urdiales.
2022 / *Sentir*, Aula Joven de Portugalete, Bizkaia.
2020 / *Irudietan zehar*, Ayuntamiento de Zuia, Murguía, Álava.
2019 / *Beste begirada bat. Otra mirada*, ART'gia Sorgune & Arelcia, Vitoria-Gasteiz.

COLECTIVAS

2026 / *Mazoka*, Feria de Ilustración y Dibujo, Vitoria-Gasteiz.
2023 / *Enfoque Joven*, Túnel de La Peña, Santander.
2024 / *Res Futura Art Festival*, Centro Juvenil Pipo Velasco, Madrid.
2024 / *Futura Tudela*, Mercado de Arte dentro del Festival internacional de Arte Urbano, Tudela.



PREMIOS Y CONCURSOS

PREMIOS Y CONCURSOS

2023 / Primer premio en Bi SITU ArtFestival, Vitoria-Gasteiz.
2023 / Selección en el Certamen de Arte de Jóvenes Creadores, Madrid.
2023 / Selección en el II Premio Internacional de Grabado de Castilla-La Mancha, Castilla-La Mancha.
2022 / Selección en la VIII Bienal Internacional de Grabado Aguafuerte, Valladolid.
2022 / Mención de honor en el Certamen de Arte de Jóvenes Creadores, Madrid.
2021 / Ruta Decano Castro, Oviedo.
2021 / Selección en [illegible]
2019 / Premio Gaz[illegible]



/ Obras • / Talleres / Eventos / About / Reseñas / Contacto

Talleres

Durante los próximos meses tenemos previsto realizar varios talleres en el País Vasco. Para aprender lo que es el grabado, sus técnicas, experimentarlas y disfrutar del día sacando tu máxima expresión.

Tanto si te gustaría organizar un taller o evento privado, como si tienes alguna propuesta, o necesitas otras fechas, puedes escribirme y estaré encantada de valorarla contigo.

¿Te apuntas?

↓ Vigentes ↓

Xilografía en la naturaleza 06/13/20/27 sept. 2026

Especial txikis 05/26 sept. 2026

Mi castillo de arena (4 oct. 2026 (pronto más info))

Taller abierto de grabado (oct.26 – jun. 27 (pronto más info))

*Todos los talleres podrán ser impartidos en modalidad bilingüe si se solicita (ES/EU).

↓ Pasados ↓

Síguenos en insta o suscríbete a la newsletter, y serás la primera en enterarte de todos los talleres que están por venir.

@albatojoart // quiero suscribirme

/ Obras • / TALLERES / Eventos / About / Reseñas / Contacto

alba Tojo artista plástica



M/ INFO@albatojo.com

IG/ @albatojoart

UBI/ José Lejarreta, 41. VITORIA-GASTEIZ.

/ Obras • / Talleres / Eventos / About / Reseñas / CONTACTO









NOQ Management

somosnoq.com/ ↗

BRIEF/ **ARQUITECTURA E INMOBILIARIA**

Itziar y David estuvieron trabajando (por separado) con nosotras en el estudio donde trabajé tiempo atrás. En una de sus visitas, vinieron juntos, y con un proyecto nuevo. Recién nacido. Buscaban unir sus fuerzas y asentar una nueva forma de presentarse en el mundo de la construcción. Y cuando digo recién nacido, lo digo porque el proyecto no estaba aún ni bautizado.

RETO Y OBJETIVO/

Debíamos crearle identidad, personalidad, darle un nombre y una casa, nunca mejor dicho. Uniendo la delicadeza del interiorismo de Itziar con la robustez y la solidez de las obras de David, querían demostrarle al mundo que los cimientos y la construcción también tienen su punto.

METODOLOGÍA/

★ Comenzamos con el naming: *NOQ* es una llamada a tu puerta. Partiendo de una onomatopeya más que conocida por todos, "pero con la Q de calidad", como ellos dicen.
★ Uniendo delicadeza con robustez, opté por una tipografía que me ofreciera ambas posibilidades, con pesos heavy y thin. Una tipografía estable y básica, esa que vale de cimiento para una estructura moldeable y adaptable.
★ Para los colores quise acercarme al gris del hormigón y al blanco roto de una pared en construcción. Para darle el toque final, seleccioné un naranja "ladrillo" que aportase fuerza, contraste, personalidad y un toque de calidez como Itziar hace.
★ Utilizaremos el movimiento y la transformación para hablar de esa evolución. Para ello, además de apoyarnos en los diferentes pesos tipográficos, hacemos uso del espacio, distintos niveles y una estructura ordenada en bloques que, en la web, guía la mirada hacia aquello más importante.

- Naming, y creación de concepto.
- Posicionamiento de marca e identidad visual.
- Diseño y prototipado de web en Figma. Resto de aplicaciones y branding en Illustrator.
- Maquetación en Wordpress + Elementor + apoyo de CSS personalizado.


MANAGEMENT
Transformamos oportunidades inmobiliarias en proyectos de alto valor.
WWW.SOMOSNOQ.COM
hola@somosnoq.com

Moutxart

moutxart.es/ ↗













BRIEF/ **ILUSTRACIÓN APLICADO EN MODA**

Para este proyecto tuvimos que exprimir el 200% de nuestra imaginación. Hablo en plural porque, de nuevo, la dirección creativa corre de la mano con Unai Echevarria.
Joseba es un ilustrador que dedica sus ratos libres a despejar la cabeza creando ilustraciones ilusorias, inspirándose en criaturas terrestres y extraterrestres, mezclando conceptos y dándole más de dos vueltas a cada dibujo. Entre la relajación de mostrar su verdadera mente y la diversión de verla terminada, nace Moutx.

RETO Y OBJETIVO/

Partíamos de una idea muy concreta: vender sus ilustraciones en camisetas. Pero el proyecto pedía algo más. No queríamos quedarnos en "marca de ilustrador", sino construir un universo alrededor de su trabajo. Había que entender su mente, darle una historia y convertirla en algo que otras personas pudieran descubrir y sentir como propio.

METODOLOGÍA/

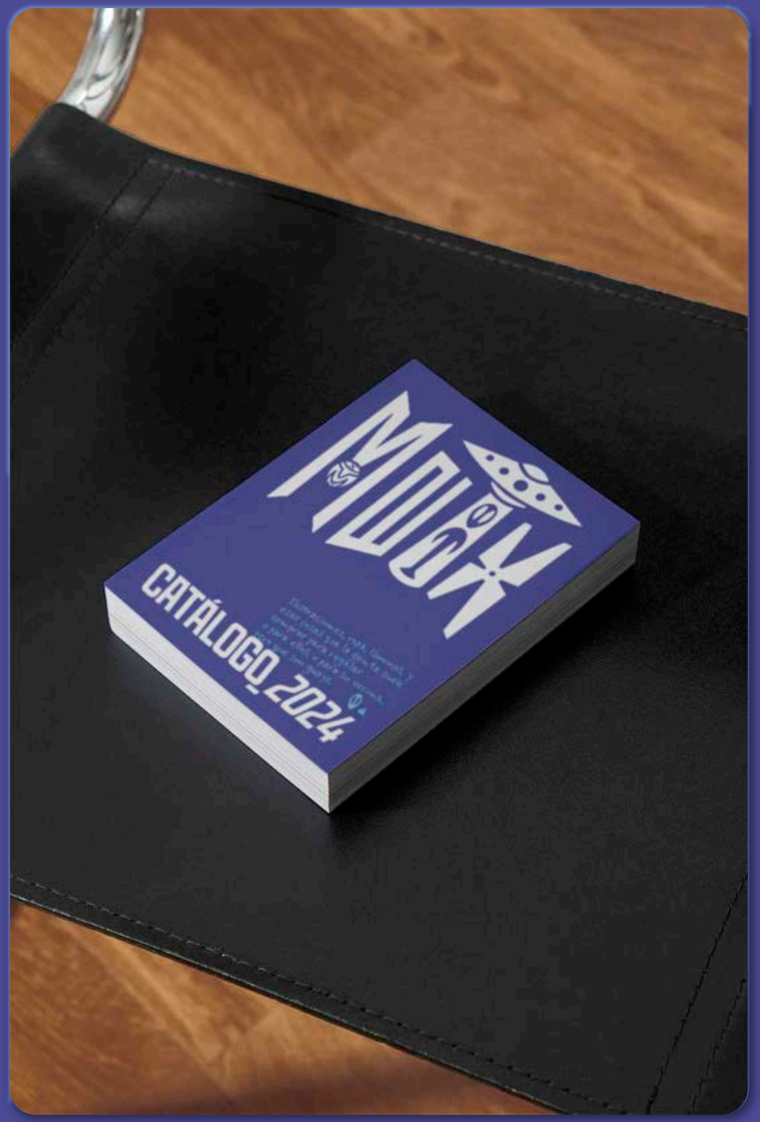
★ Creamos un personaje principal cuyo nombre sería también el de la marca: Moutx. Un extraterrestre perdido en el mundo que llega para explorar, descubrir y mostrarnos aquello que encuentra. Un personaje con el que podemos viajar físicamente o hacerlo desde casa.
★ A Moutx se le diseñó una máscara —creada por el propio ilustrador—, un estilismo y un acting. A partir de ahí, cada colección se convierte en un nuevo mundo que descubre, con su propia identidad pero siempre bajo el universo común de Moutx.
★ El logo partía de un dibujo creado por Joseba, así que el trabajo de branding consistió en construir todo aquello que lo rodearía: colores galácticos pero neutros, una tipografía en movimiento, otra para las anotaciones del personaje y un sistema visual capaz de adaptarse a cada colección. La redondez y el neomorfismo terminan de llevarnos a ese imaginario de nave y exploración.
★ En su web se respira rebeldía, movimiento, descubrimiento y sobre todo un apoyo imprescindible de las fotografías, ya que la camiseta deja de ser el único protagonista, el entorno cuenta igual. Fotografía, escenarios, personajes, maquillaje, peluquería y accesorios forman parte de una misma narrativa.. Cada detalle convierte la identidad y la navegación en una experiencia.
★ Cada decisión busca reforzar la narrativa y convertirlo todo en una experiencia coherente y memorable.
★ Para la fotografía, Unai se propuso encontrar los paisajes más extravagantes. Pero Moutx no está sólo, en su viaje se acompaña de los "terrícolas" que se atreven a dejarse llevar, a no ser similares a los demás.
★ Como resultado tenemos una identidad que no se limita a acompañar las ilustraciones: construye un mundo alrededor de ellas.

→ BRANDING/ APOYO EN DIRECCIÓN CREATIVA Y DIRECCIÓN DE ARTE/ ESTILISMO/ ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA/ WEB/

- Creación de concepto y dirección de arte junto a Unai Echevarria (director creativo), posicionamiento de marca e identidad visual.
- Diseño de branding, sistema gráfico y aplicaciones y web.
- Diseño y prototipado web en Figma. Resto de aplicaciones desarrolladas en Illustrator y Photoshop.
- Maquetación en WordPress + Elementor + CSS y HTML personalizado.

**Esta propuesta cuenta también con piezas audiovisuales promocionales y de campaña que finalmente no llegaron a ver la luz debido a la suspensión del proyecto.*

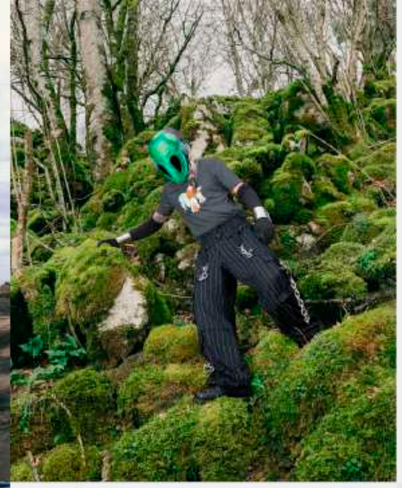


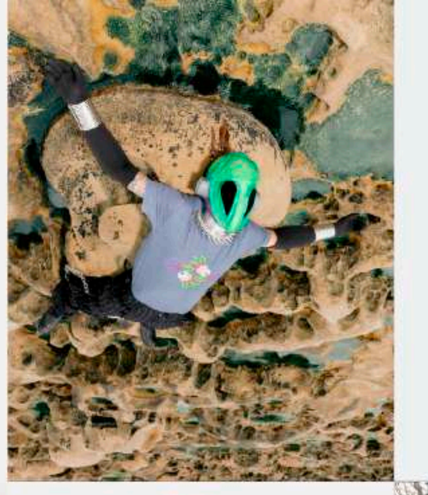

CATÁLOGO 2024

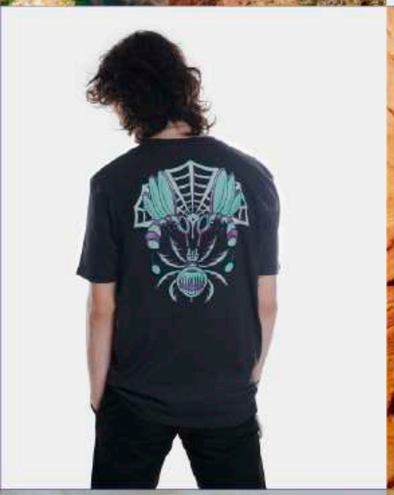

Colecciones
¿Quién c### es MoutxT?
Tienda
Contacto
TOTEM
Descubre la colección
DISEÑOS PARA ALIENS Y TERRESTRES
TIBURONES MOÁI
24,20 €
VER OPCIONES
FÉNIX
27,83 €
VER OPCIONES
EGGVEREST
24,20 €
VER OPCIONES
MEDUSAS YIN YANG
24,20 €
VER OPCIONES

moutxart.es/ ?

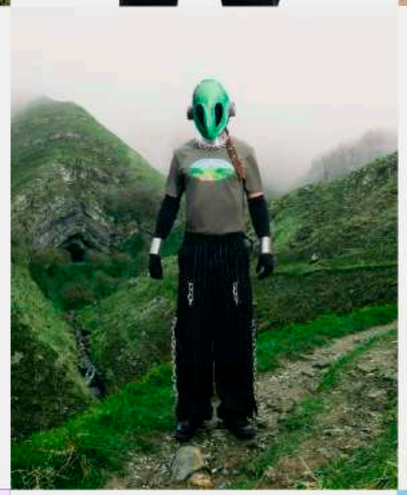


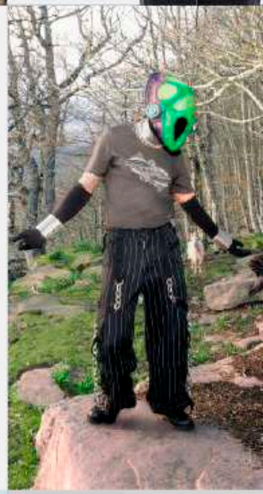
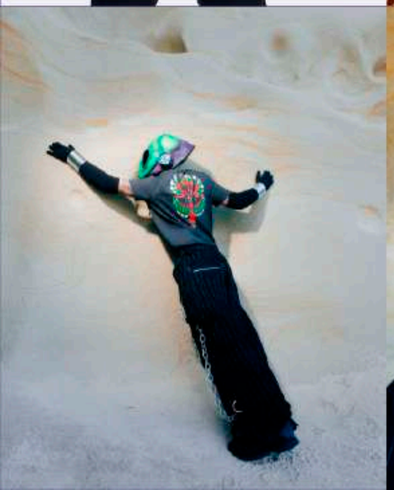



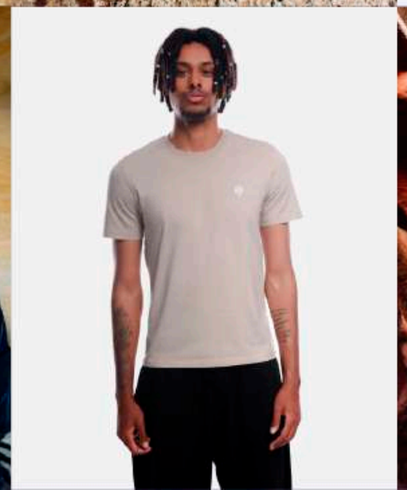


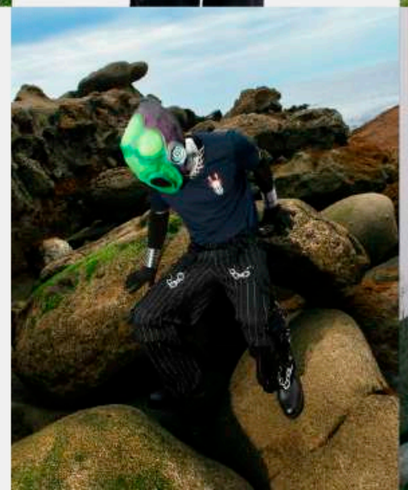









Pausa Marketing Creativo

pausamarketing.es/ ↗











BRIEF/ **AGENCIA DE DISEÑO Y MARKETING**

Pausa nace desde el concepto de pararte a pensar, de hacer las cosas con cabeza y tomarte esa "pausa" para poder tomar distancia y hacerlo un poco mejor.
Con más de 5 años a sus espaldas, decidieron que era el momento de darle un aire más renovado a la empresa y acompañar así una nueva etapa de crecimiento. Pausa es tranquila, estable y resolutiva. Está al día de las tendencias de sus ámbitos y ofrece servicios prácticamente 360º.

RETO Y OBJETIVO/

He dejado para el final uno de los proyectos que supuso un reto diferente para mí: trabajar desde dentro en el cambio de una marca que conocía de primera mano. El objetivo era posicionar a la empresa en un nivel más alto, poniendo en valor nuestros puntos fuertes y aquello que nos hacía diferentes: la capacidad de adaptación, la tranquilidad de saber que podíamos resolver prácticamente cualquier problema y la experiencia para sacar adelante incluso los timelines más ajustados.
Había que dar un salto hacia arriba sin perder aquello que ya hacía reconocible a Pausa.

METODOLOGÍA/

Pausa es versátil, adaptativa, confiable y resolutiva. Queríamos arriesgar un poco más y acercarnos a un público que nos planteara nuevos retos, incorporando tendencias del diseño sin perder aquello que hacía reconocible a la marca.
★ Comenzando por el tagline: la empresa había crecido y la marca tenía que hacerlo también. Ya no solo hacíamos marketing, sino "marketing creativo".
★ Mantuve el gris antracita y transformé el mostaza en una división de nude y amarillo neón, aportando ese "tono más" que siempre buscábamos en cada proyecto.
★ La identidad se construyó desde el contraste: tipografías con diferentes pesos, anchuras e incluso estilos, composiciones horizontales, espacios llevados al límite y degradados utilizados únicamente para destacar aquello importante. Todo bajo una idea que terminó convirtiéndose en claim: "exprimir los márgenes".
★ El tono de comunicación sería familiar, amigable y ligeramente bromista. Una marca capaz de hablar tanto a quienes nos contrataban como a quienes querían formar parte del proyecto.
★ El resultado fue una transición de contrastes: de las serifas a la palo seco, de las mayúsculas a las minúsculas y del mostaza al amarillo neón. Un cambio pensado para acompañar la evolución de Pausa sin perder su esencia.

• Creación de concepto, posicionamiento de marca e identidad visual.
• Diseño de branding, sistema gráfico, posters, señaléticas y aplicaciones corporativas.

**La web actual fue desarrollada posteriormente a mi salida del estudio.*

pausamarketing.es/ ↗



pausamarketing.es/ ↗




live



Selah psicología

selahpsicologia.es/ ↗



Comercial Bibat

comercialbibat.com/ ↗



Mikel Taboada

mikeltaboada.com/ ↗



Batera Koop

baterakoop.eus/ ↗



Esparza Arquitectura

esparza-arquitectura.es/ ↗



Hegoa fisioterapia

hegoafisioterapia.com/ ↗



Ura lavandería

tintoreriaura.es/ ↗

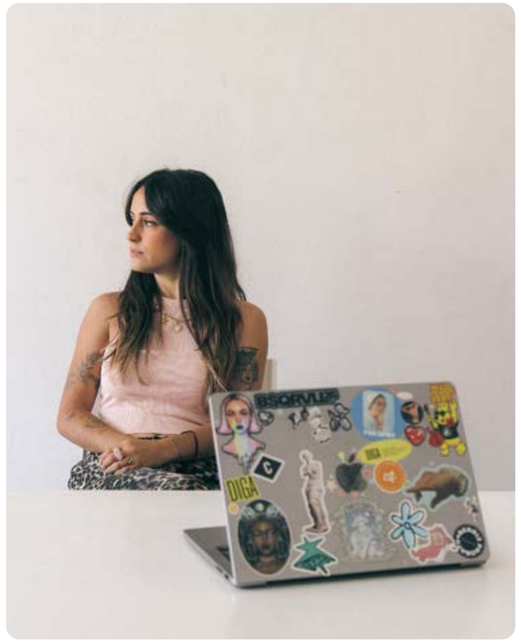


La Huerta Vieja

lahuertavieja.com/ ↗

CARTA DE PRESENTACIÓN

Si has llegado hasta aquí, gracias ♡



Creo que eso quiere decir que te ha interesado mi trabajo.
En estos tiempos en los que todos vamos a 200/hora y parece que todo el mundo tiene miles de habilidades superiores a las de cualquier máster de diseño, es todo un halago.

Me llamo Nuria. Sé que ya lo había comentado antes, pero está bien recordarlo. Vivo en Vitoria-Gasteiz, aunque cuento con la ventaja de poder trabajar online allí donde se me necesite, tan solo necesito mi ordenador.

Me podría definir con varios adjetivos superlativos, pero creo que prefiero que hable mi trabajo y, sobre todo, mi forma de entenderlo. Creo que conviene centrarse en lo importante: que no hace falta copiar el 100% de lo que funciona fuera, pero tampoco vivir al margen de lo que está pasando. Que hay que inspirarse, investigar, estar al día y conocer las tendencias, pero también saber cuándo dejarlas de lado si el proyecto así lo precisa.

No me considero una persona de un único estilo. De hecho, sigo teniendo un pequeño debate interno con la idea de crear "mi propio estilo" si eso significa limitar que alguien pueda venir a mí porque le gusta cómo trabajo, aunque su proyecto no tenga nada
que ver con lo que hice ayer. Es decir, me gusta que cada proyecto encuentre su propia personalidad.

Y para llegar hasta ahí, creo mucho en los procesos. En un buen briefing, en hacer preguntas, en investigar antes de diseñar. En tener una buena base sobre la que construir y en entender realmente qué necesita un proyecto antes de decidir cómo debería verse.

También creo muchísimo en trabajar en equipo. Después de estos años he aprendido que muchas veces una buena idea no aparece delante de una pantalla en solitario, sino hablando con alguien, inspirándote con otros, enseñando algo a medio hacer, escuchando una opinión diferente o descartando una idea que parecía buenísima cinco minutos antes.

Y creo en darle una vuelta más.

En ese pequeño detalle que quizá no era imprescindible. En probar una opción más porque considero que siempre acabo mejor si me exprimo un poco más. Ajustar algo que podría quedarse como está, pero que sabes que todavía puede funcionar mejor.
Sé que a veces supone más tiempo del que estaba previsto, pero también creo que ahí es donde un diseño empieza a tener algo más que una función: empieza a tener intención.

Llevo cuatro años aventurándome en el mundo freelance (5 o 6 como diseñadora) y, a estas alturas, puedo decir que estoy metida hasta el cuello.
He aprendido muchísimo por el camino, casi todo a base de hacer, equivocarme, investigar y volver a hacerlo. Empecé desde el diseño gráfico y poco a poco fui entrando en el mundo web hasta descubrir que me gustaba especialmente esa mezcla entre lo visual y lo funcional: pensar cómo se ve algo, pero también cómo se entiende, cómo se recorre y por qué está ahí.

Hoy trabajo principalmente en diseño web, pero no entiendo una web como una colección de páginas funcionales. Me interesa lo que hay detrás: la identidad, la estructura, el contenido, la estrategia y todas esas decisiones pequeñas que hacen que un proyecto tenga sentido cuando lo recorres y además, sepa mantenerte visualmente ahí.

Y quizá eso es lo que más me gusta de este trabajo: que nunca hay una única manera de hacerlo.

Cada proyecto trae una historia, unas necesidades, unas personas y unos problemas diferentes. Y encontrar la manera de convertir todo eso en algo que funcione y, además, se sienta propio, es probablemente la parte que más disfruto.

Ahora estoy en ese punto en el que quiero seguir creciendo, conocer nuevos proyectos, trabajar con gente de la que aprender y formar parte de equipos en los que el diseño sea algo más que la última capa que se pone encima.

Así que, si has llegado hasta aquí porque estás buscando a alguien que diseñe un branding o una web, que se implique en un proyecto, que pida ayuda, opiniones, un empuje o que probablemente diga "espera, y si le damos una vuelta más...?": hola, soy Nuria :)

GRACIAS ♡