



ME GUSTA, LO PAGO

Campaña gráfica institucional contra la piratería cultural.

El encargo partía del Ministerio de Cultura: desarrollar una campaña dirigida a jóvenes de entre 16 y 30 años para fomentar el consumo cultural legal bajo el lema "Me Gusta, lo Pago". El brief incluía un tono de deber y obligación que generaba distancia con el público objetivo.

La propuesta resignifica el mensaje desde el deseo. La cultura es placer. Pagar no es una obligación, es la consecuencia natural de querer que esa experiencia continúe existiendo. La campaña no moraliza, seduce.

El concepto se traduce en un lenguaje visual directo y vibrante, construido con códigos del cómic: onomatopeyas, bocadillos, trazo espontáneo y manos que sintetizan la reacción física ante la experiencia cultural. La ilustración es expresiva e intuitiva, transmite la sensación de un orgasmo cultural.

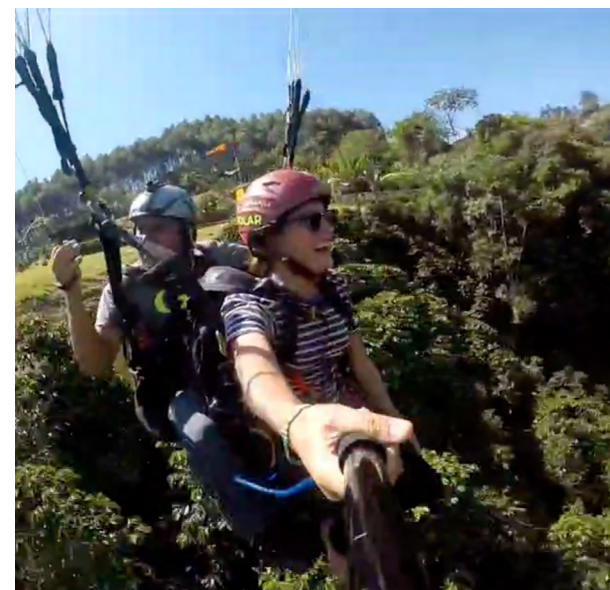
El sistema de piezas incluye un cartel principal en azul —asociado a la conciencia— y cuatro carteles temáticos en colores cálidos e intensos, uno por ámbito cultural: música, lectura, videojuegos y fútbol. La campaña se adapta a soportes físicos (carteles, mupis, banderolas) y digitales (redes sociales, web).

Técnica: ilustración digital. Difusión: campaña institucional adaptada a soportes físicos y digitales.



¿Qué conecta *con las personas* jóvenes?

[link vídeo case](#)



INVESTIGACIÓN



Una canción que te atreviesa



Un libro que te remueve



Un videojuego que te absorbe



Un partido que te acelera el pulso

La cultura produce placer

Lenguaje

Próprio del cómic



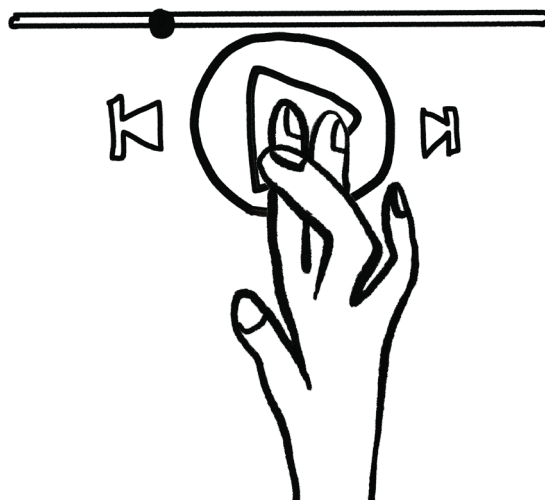
Color

Azul - Consciencia
Cálidos - Excitación



Trazo

Espontáneo



Composición

Intensa



BOCETOS

ME GUSTA LO PAGO



7

MEMORIA VISUAL



ARTES FINALES

Cartel
Principal



ARTES FINALES

Carteles
Temáticos



