

DISSENY I USABILITAT

laSalle

UNIVERSITAT RAMON LLULL

Informe de la Pràctica 1: Branding

Autor:

Arnau Pujol Chaparro

1er A Enginyeria

Professor:

David Fonseca

2023-2024

19 de novembre de 2023

ÍNDEX

1. Introducció al projecte	4
2. Explicació de l'APP	5
3. Composició del imatipus	6
4. Color	7
5. Tipografia	8
6. Conclusions	9

1. INTRODUCCIÓ AL PROJECTE

Amb l'objectiu d'obtenir noves habilitats i consolidar les ja obtingudes en l'àmbit del disseny i la usabilitat durant la primera meitat del semestre, se'n ha encarregat dur a terme una pràctica en la qual partint del ja après en les anteriors sis dinàmiques, sent així com, composició, color, tipografia, vectorització amb Adobe Illustrator i creació d'un logo.

Ara, s'han d'aplicar tots el coneixement apresos durant l'assignatura en un sol treball, la Pràctica 1 titulada Branding. Aquesta ens col·loca en un context en el qual estem presentant el nostre projecte d'aplicació a un gran inversor. Per tal de convèncer perquè confii el màxim possible en el nostre treball s'ha de realitzar dos fitxers, un .ai en el qual es mostrarà l'imagotipus de l'aplicació en diverses variacions, blanc i negre, escala de grisos, color i variació de fons. A més a més, ha d'incloure l'isotip en les següents mides: 16x16 px, 24x24 px, 32x32 px i 48x48 px. Per últim, s'ha d'agregar tots els colors i tipografies

pertanyents al projecte.

Un cop finalitzat el primer fitxer, s'ha de redactar un informe en el qual s'explica el motiu dels recursos utilitzats, de tal forma que es justifiqui perquè s'han escollit aquestes tipografies, colors...

2. EXPLICACIO APP

Rental Jobs és una app que té com a objectiu cobrir un buit del mercat on funciona com a intermediari entre els serveis dels professionals i les necessitats dels clients. Els especialistes poden fixar amb anuncis automàtics la seva disponibilitat horària en la qual podran ser contractats. I l'usuari, dins de l'horari que hagi establert l'especialista, podrà contractar algú que cobreixi les seves necessitats.

En ser una plataforma oberta qualsevol mena de persona pot oferir el seu servei, des dels oficis més tradicionals fins a experts de noves tecnologies. La finalitat és unificar les solucions a tots els possibles problemes que poden tenir els usuaris. Facilitant així la cerca d'especialistes.

Rental Jobs és una app intuïtiva, eficient però sobretot segura. Per evitar possibles estafes o contractacions de serveis que mai es duren a terme, s'ha desenvolupat un mètode en el qual el client al demanar cita ha d'abonar els diners, però, no seran ingressats al compte de l'especialista fins que la feina hagi finalitzat.

També s'inclourà un sistema de classificació, en el qual, un cop feta la feina, el client podrà valorar a l'especialista amb un valor numèric del zero al deu els següents paràmetres: coneixements, eficiència i amabilitat. Tot això amb l'objectiu que el client pugui triar a l'especialista millor valorat dins del sector.

Per tant, Rental Jobs es converteix en la solució ideal pels que busquen professionals de confiança. I alhora també per aquells que volen oferir els seus serveis i donar-se a conèixer. Rental Jobs connecta el problema amb la solució en un sol click.

3.COMPOSICIO DEL IMAGOTIPUS

En la creació d'un imagotipus, el propòsit és que s'identifiqui la marca tant si la part gràfica del imagotipus inclou o no la part textual. En el meu cas, tenint això al cap des dels primers esborranys, he dissenyat una línia horitzontal que separa les dues parts. Fent així una sensació que cap de les dues depèn de l'altre sinó que es complementen.

Pel que fa a la part gràfica, és molt important que amb un cop d'ull el client sàpiga identificar que es tracta la marca. Com Rental Jobs és una forma d'expansió o que els especialistes es donin a conèixer, utilitzant el mètode de la vectorització he dissenyat un maletí amb una corbata referenciat al món professional junt amb cinc barres verticals col·locades en paral·lel i tenint un creixement lineal respecte l'anterior, citant així la capacitat de Rental Jobs de connectar al professional amb el client i donar a conèixer el seu negoci.



4. COLOR

La selecció de color per l'imagotipus d'una marca és un dels passos més importants dins de la seva creació. Ja que classificarà la marca segons els tons, temperatures, contrastos i harmonies. Els colors provoquen emocions, per tant, és imprescindible tenir en compte quina sensació vol donar la marca al client. Els colors càlids emeten alegria, proximitat i emoció. En canvi, els colors freds fan sentir calma, tranquil·litat i serenitat. Amb aquesta informació i donat que Rental Jobs tracte en el sector laboral me'n vaig decidir pels colors amb baixes temperatures, sent l'escollit el blau fosc, jugant amb la semblança del to de l'americana.

Les primeres variacions de colors del imagotipus dins del branding és el "Black and White" i l'escala de grisos. En el primer redisseny es crea un gran contrast, ressaltant la figura, generant elegància. En canvi, en l'escala de grisos es forma un efecte monocromàtic el qual, junt amb la seva baixa temperatura, fa una sensació de seguretat.

En les variacions de fons he dissenyat tres: fons negre i figura blanca, fons blau i figura vermella i fons groc i figura blava. La primera variant comparteix diverses propietats amb el disseny "Black and White", ja que creant un contrast en unir dos colors tan oposats, ressaltant així la part gràfica.

En canvi, en el redisseny amb fons blau i figura vermella i fons groc i figura blava, es duen a terme les següents propietats: Contrast de temperatures, perquè en els dos casos els colors pertanyen a temperatures diferents; Contrast complementari, tant el groc i el blau fosc com el vermell i el blau cel estan a 180° en el cercle cromàtic; Harmonia complementària, pel fet que qualsevol parella de colors que estiguin a 180° en el cercle cromàtic creant una harmonia complementària.

5. TIPOGRAFIA

El més important a l'hora d'escollir una tipografia és la seva llegibilitat, que aquesta, és combinació de la seva forma i mida. També, demanat del tipus de font que s'escull pot transmetre un missatge o un altre. Les tipografies es classifiquen per a famílies, en el meu cas m'he decidit per la font "Perpetua" la qual pertany a la família de fonts romanes. Totes les fonts romanes són caracteritzades per ser altament llegibles, tenir un aspecte clàssic que dotarà d'elegància el projecte i per últim, aquestes fonts solen tenir "remates".

En el branding està escrit en caixa baixa i plenament amb la font "Perpetua" junt amb les seves variacions, sent així, Italic, bold i Bold Italic. Amb aquesta tipografia elegant i minimalista, vull fer la sensació de proximitat i confiança d'abans els meus usuaris i que a ningú li resulti difícil la llegibilitat de qualsevol text dintre de l'aplicació.

La combinació de colors amb la font també és important, ja que si s'aplica un fons a un text i els dos colors no fan contrast hi haurà una gran dificultat per llegir el text. Però si està prou ben feta, la combinació de colors pot beneficiar la transmissió del missatge a canvi d'una petita disminució en la llegibilitat. Aquest ha estat el meu objectiu al redissenyar el imagotipus amb diferents colors de fons, i per això he utilitzat colors que estan situats a 180° respecte al cercle cromàtic.

6. Conclusions

El projecte de branding per l'explicació de Rental Jobs m'ha fet consolidar els meus coneixements adquirits en Disseny i Usabilitat durant aquest semestre i per a concloure aquest treball a continuació s'inclou una síntesi de la informació fonamental sobre el branding:

Rental Jobs treballa com a intermediari entre especialistes i clients, centrar-se en la facilitat d'ús, eficiència i seguretat. Funcionant com a intermediari entre el professional i el client, donant així l'oportunitat a l'especialista de créixer el seu rang de clientela.

La composició de l'imagotipus ressalta la independència entre la part textual i la gràfica amb una línia horitzontal. En la part gràfica, el maletí amb una corbata fa referència a l'àmbit laboral i les línies creixents al creixement en el rang de clients al que arriba el professional.

L'elecció de colors s'ha basat en els principis de contres, temperatura i harmonia. Centrant-se sobretot en crear contret amb parelles de colors complementaris.

L'elecció de la tipografia "Perpètua" es basa en la seva alta llegibilitat, aspecte clàssic i elegant, junt amb les seves variacions.

En resum, aquesta pràctica m'ha permès desenvolupar una idea de negoci, des de la seva creació a la finalització del seu branding. Espero continuar-la en futures dinàmiques i pràctiques en les que finalment es tornaran a unir les parelles i compararem els dos branding de Rental Jobs.