

cicles
formatius

C/C

Memoria

ARNAU MORILLA GONZÁLEZ



INDEX

RECOL·LACIÓ DE TOTA
L'INFORMACIÓ SOBRE
AQUEST TREBALL

RECERCA / ANALISIS / CONCLUSIONS

QUE ES?

QUINS GENERES?

OBJECTIUS CLAU.

FESTIVALS DE CARACTER GENERAL.

FESTIVALS DE LA COMEPETENCIA.

EL MEU PROJECTE.

ANALISIS DE LA COMPLEXITAT DEL PROJECTE.

MOODBOARD

JUSTIFICACIÓ GRAFICA

NAMING

TIPOGRAFIA

COLOR

MANUAL CORPORATIU

MARCA

CONSTRUCCIÓ GRAFICA

ZONA DE PROTECCIÓ

COLORS CORPORATIUS

VERSÍO LOGOTIP

REDUCCIONS

APLICACIÓ DE LA MARCA

Aquest treball d'investigació pretén analitzar la gestió, producció i organització de les organitzacions culturals enfocades en l'àmbit musical a través d'un estudi exhaustiu.

RE CERCA

RECOLL DE TOTA
L'INFORMACIÓ EN L'ÀMBIT
DE L'ESCENA MÚSICAL

QUE ÉS UN FESTIVAL DE MÚSICA

Per poder elaborar el meu desenvolupament per crear una marca que representi una empresa de festivals de música vaig començar per fer una recerca exhaustiva de tota la informació relacionada amb els festivals: quins tipus n'hi ha, quins gèneres agafen o si només agafen un o més d'un; com estan estructurats; la seva publicitat o forma de promoció. D'aquesta manera podem fer-nos una idea sobre com es desenvolupen els festivals i els tòpics o les claus de l'èxit per dur-lo a cap.

Un festival és un esdeveniment, celebració, o conjunt de manifestacions artístiques, culturals, o esportives, organitzat generalment per una comunitat local o municipi, i que sol tenir caràcter periòdic.

Aquest el dirigeix o l'organitza una marca (empresa) la qual contracta una sèrie de grups o cantants perquè cantin i entretinguin un públic. Aquest pot englobar tant un públic en general com centrarà en un d'específic.

El festival de caràcter general estarà ambientat amb diferents gèneres de música i el que s'enfoca en un públic específic donarà més demanda un gènere de música en particular.



FESTI VALS

**RECULL DELS
GENÈRES MUSICALS
MÉS RELLEVANTS**



FESTIVALS DE BLUES

El blues és un gènere musical basat en la utilització d'unes determinades notes anomenades "notes blues". Aquestes segueixen un patró repetitiu que sol seguir una estructura de dotze compassos. El terme en anglès vol dir literalment 'blaus', que té connotació amb 'tristesa'.



Aquest genere es originari de les comunitats afroamericanes dels Estats Units. Te un origen molt profund amb les arrels dels seus antepassats i recullen tan cançons espirituals, les cançons de pregària, cants de treball, balades anglosaxones, i crits de camp. Un tret característic del blues és l'ús extensiu de les tècniques expressives de la guitarra, que posteriorment influirien en els solos d'estils com el rock. El blues va pilar en gèneres musicals benidirs com ara la música popular nord-americana i occidental.

FESTIVALS DE MÚSICA CLÀSSICA

La música clàssica és un terme que té un sentit ampli i divers. Normalment, el terme fa referència a la música produïda, o arrelada a les tradicions occidentals. En l'àmbit de la música religiosa i secular, i que abasta un ampli període que va, aproximadament, des del segle ix fins a l'actualitat.

Les normes fonamentals d'aquesta tradició musical van ser regulades d'acord amb una codificació entre 1550 i 1900.

Donada l'àmplia varietat de formes, estils, gèneres i períodes històrics que existeix quan es descriu el terme "música clàssica",

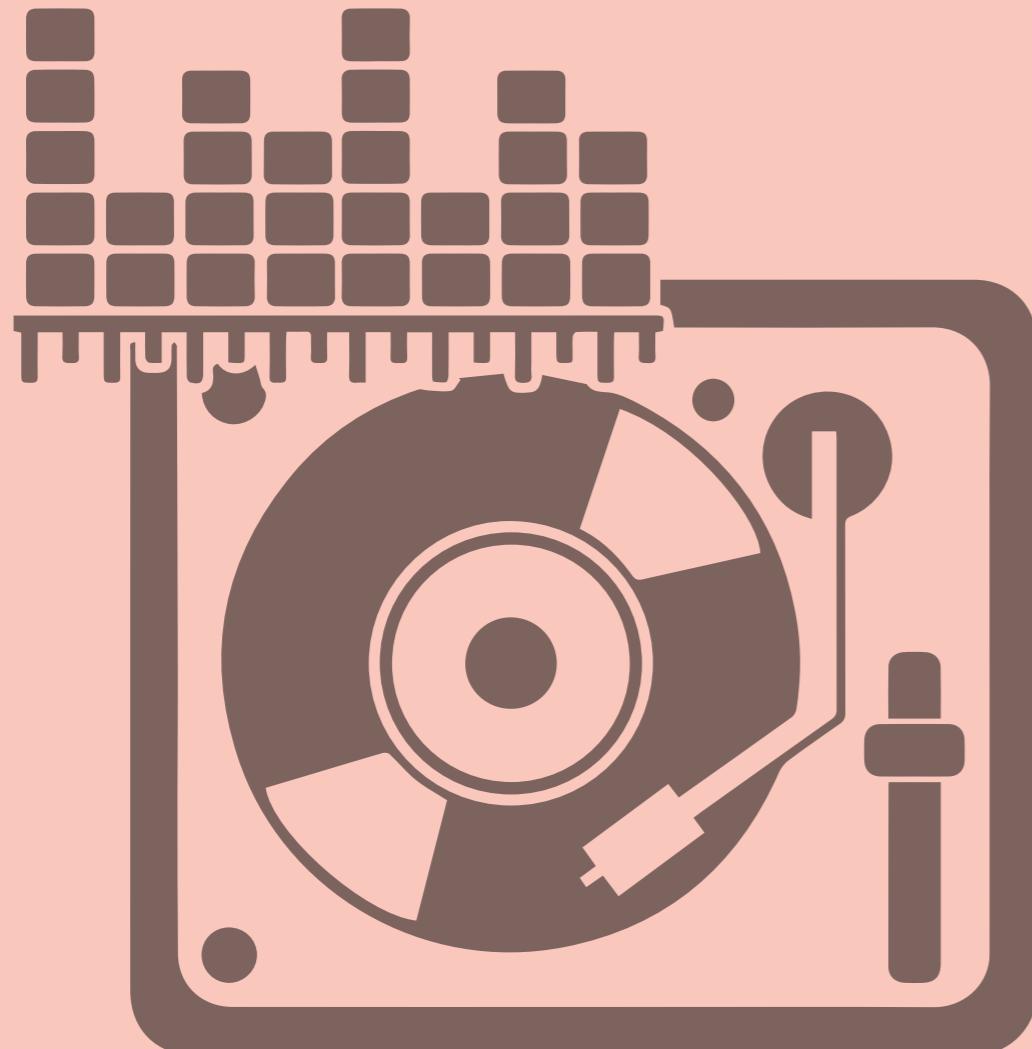
és difícil una llista completa i precisa de característiques que poden atribuir-se a totes les obres d'aquest tipus.

Són abundants les descripcions vagues, com la descripció de la música clàssica com una cosa que "dura molt temps", una declaració bastant discutible si es tenen en compte compositors contemporanis que es descriuen com a "clàssic" o la música que està interpretada per determinats instruments musicals. hi ha característiques que conté el que molts entenen per música clàssica que, en general, contenen poca cosa o res dels altres gèneres de música.



MÚSICA ELECTRONICA

La música electrònica és un tipus de música produïda i interpretada predominantment amb instruments musicals electrònics, com el sintetitzador, el sampler, les caixes de ritmes seguint el patró rítmic de four-on-the-floor, els seqüenciadors i, més recentment els ordinadors, que gràcies als creixents desenvolupaments en tecnologia i en programari tenen un paper vital en la producció de la música electrònica contemporània. També s'hi solen utilitzar instruments electromecànics com la guitarra elèctrica o l'orgue Hammond. Hi ha una gran quantitat de gèneres de música electrònica, que mostren un ventall molt



ample de sonoritats; des de la música ambiental fins a la música industrial més experimental, passant per estils com el synthpop, dance (i totes les seves variants), hip hop o el chill out, tots ells tenen en comú l'ús predominant o exclusiu dels instruments electrònics.

Abans de l'aparició dels instruments musicals electrònics, alguns avenços científics n'havien aplanat el camí, com ara el fonautògraf, el fonògraf de Thomas Alva Edison i, especialment, l'audion, una vàlvula triòdica que servia per amplificar senyals elèctrics i que gaudí d'un ample ús en les ràdios.

FLAMENC

El flamenc és un gènere de música i dansa del segle XVIII, que té com a base la música i la dansa andalusa i en la creació i desenvolupament del qual van tenir un paper fonamental els individus de l'ètnia gitana. El flamenc neix i es desenvolupa a Andalusia, durant el període que va des del segle XVIII al segle XX. Té influències morisques, gitanes, africanes, americanes, entre altres. El cante, el toque i el baile són les principals facetes del flamenc. Els diferents estils flamencs, s'anomenen palos. El 16 de novembre de 2010 el flamenc va ser declarat Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat per la UNESCO.

Els principals centres i famílies flamencs es troben encara en barris i ciutats que van servir de nucli pels gitans, com Alcalà, Utrera, Jerez de la Frontera i Sevilla. A Catalunya han existit figures molt rellevants, com la bailaora Carmen Amaya.

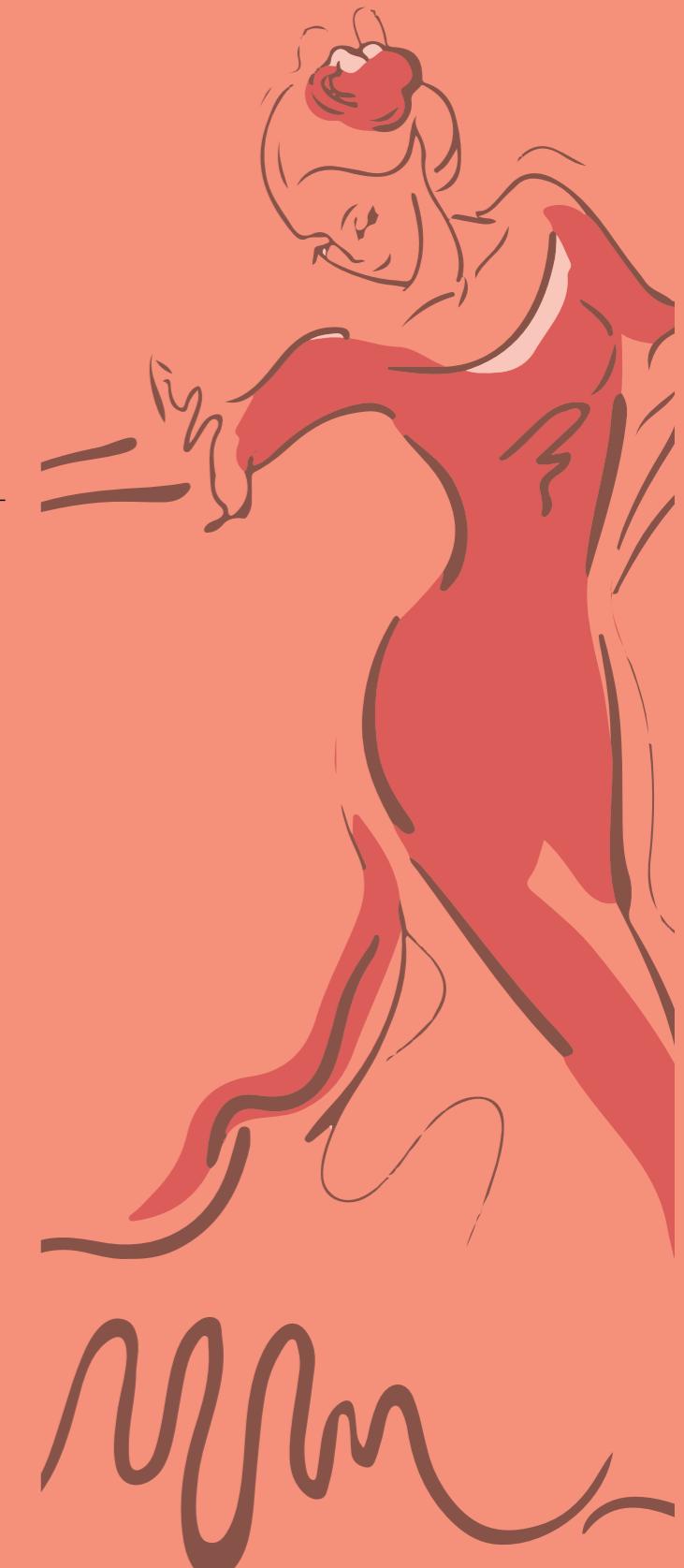
La paraula flamenc, referida al gènere artístic que es coneix sota aquest nom, es remunta a mitjan segle XIX. No hi ha certesa de la seva etimologia, per la qual cosa s'han plantejat diverses hipòtesis:

Paral·lelisme amb l'ocell del mateix nom.

Música dels "fellah-minvà", els pagesos moriscos sense terra.

Origen a Flandes.

Els gitans se'ls coneix també com a flamencs.

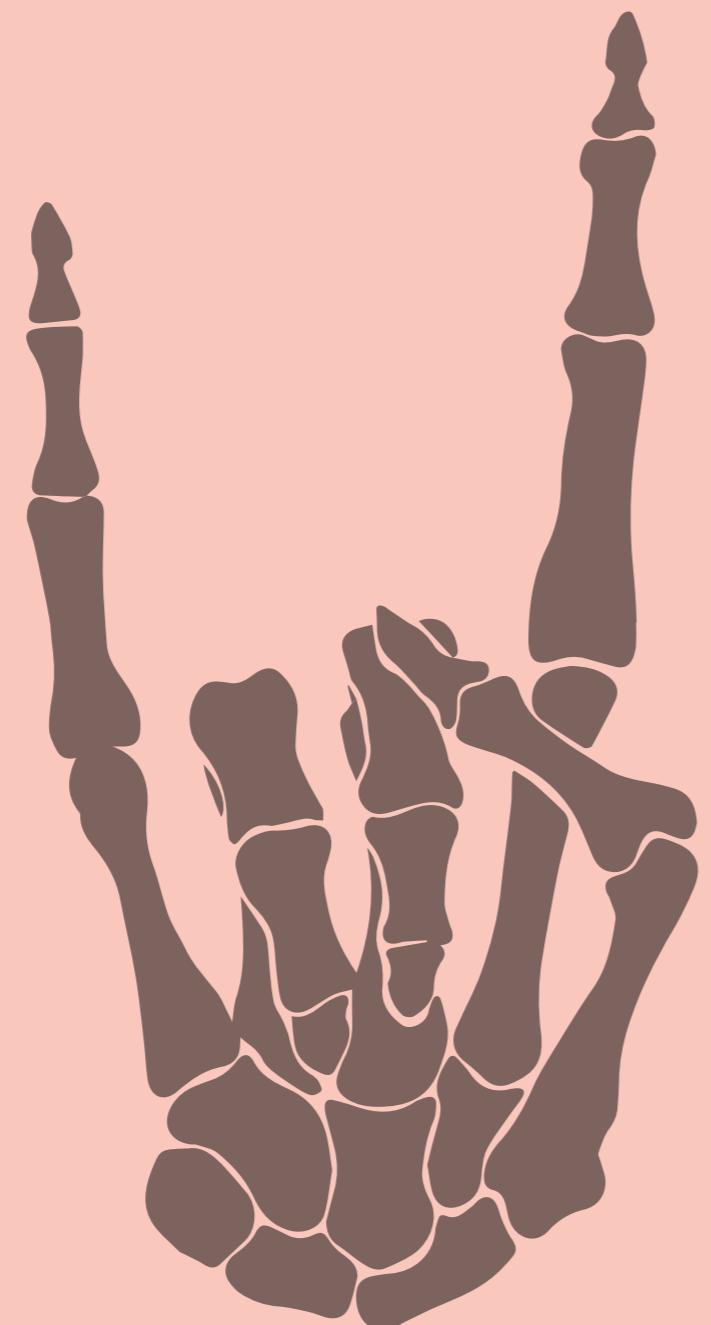


HEAVY METAL

El heavy metal o en català "metall pesant" és un estil musical descendant del rock, molt menys influenciat pel blues que el hard rock, caracteritzat principalment per la contundència del seu so, generalment obtinguda amb l'ús de guitarres elèctriques amb alt grau de distorsió, veus molt extremes i bateries amb doble bombo o doble pedal, i baixos pronunciats i contundents. Es va crear a la fi de la dècada del 1960 i principi de la del 1970, al Regne Unit i als Estats Units.

Els primers grups de heavy metal com Led Zeppelin, Black Sabbath i Deep Purple van atraure grans audiències, malgrat que han tingut moltes crítiques, han rebut un estatus important dins la història del gènere. A mitjans dels anys 1970, Judas Priest va ajudar a deixar enrere la influència amb el blues; Motörhead va introduir una sensibilitat de punk rock i va incrementar l'èmfasi amb la velocitat. Grups de la New Wave of British Heavy Metal com Iron Maiden o Saxon van seguir la mateixa línia. Abans d'una dècada de metal, ja hi havia un seguiment a tot el món, conjuntament amb molts fans, metalheads o headbangers als països angloparlants i heavies aquí.

El terme heavy metal, a causa de la progressió que ha sofert aquest gènere des de la seva creació, actualment refereix a dos conceptes diferents: com a gènere musical (també anomenat metal) i com a subestil tradicional.



JAZZ

El jazz és un estil musical nascut a Nova Orleans (Louisiana, Estats Units d'Amèrica) a principis de la dècada del 1900, on es barreja una rítmica pròpia dels afroamericans dels Estats Units (blues, principalment, però també les work songs, el ragtime, les cançons dels "Minstrels") amb una instrumentació i una tímbrica genuïnes de les bandes de carrer (trompeta, corneta, clarinet, trombó, tuba, baix, bombo i platerets).

Quan aquests conjunts s'estabilitzaren, substituïren la tuba pel contrabaix, el bombo i platerets per la bateria i s'hi afegí el piano. Aquesta era la formació de l'Original Dixieland Jass Band, un grup blanc que emprà la paraula jazz per primera vegada, el 1917.^[4] Tant per repertori com per instrumentació, harmonia i sobretot per la improvisació (base característica del jazz) s'anà evolucionant fins a arribar, a les dècades de 1980 i 1990 a una fusió d'estils molt diversos. Així, juntament amb cançons populars o d'operetes i musicals de Broadway, el jazz incorporà, a partir de 1920, composicions pensades específicament per a ser interpretades per aquests conjunts.

Després de la II Guerra Mundial s'inicià l'esclat del be bop que revolucionà les formes d'improvisar, apropiant-les quasi a l'avanguardisme, i també el tipus de sonoritat. El bop és la base del que es coneix, habitualment, com a modern jazz, en oposició al mainstream, més clàssic, que ha seguit interpretant-se sense interrupció.^[7] Entre els derivats del bop trobem el cool, també l'estil west coast, el hard bop, el third stream i, finalment, el free-jazz, en què no se segueix cap patró melòdic.

ni harmònic, i només importa la tímbrica, l'experimentació amb els instruments i la discontinuïtat rítmica.

Des de la fi de la dècada de 1960 i fins avui, el jazz no ha deixat de mesclar-se amb altres gèneres, com el rock, jazz rock o el funky (nu Jazz), que ha fet que sovint s'anomenés a aquesta tendència fussion.



ROCK AND ROLL

La música rock és un estil musical que evolucionà a partir del blues. El nom rock avui dia s'aplica a molts altres estils, en particular quan un grup de música porta una o més guitarres elèctriques, una bateria, solistes vocals i, molt freqüentment, un baix elèctric. El rock és un dels estils musicals claus del segle XX i s'ha dividit en múltiples gèneres i subestils, resumits per ordre cronològic (es consideren tant els gèneres de rock com els seus derivats)



La música rock o només rock és un gènere musical contemporani encaminat a englobar cadascun dels diversos gèneres musicals derivats del rock and roll. Sol interpretar-se, entre altres molts instruments que ocasionalment s'addicionen, amb guitarra elèctrica, bateria i baix elèctric. Molts estils de música rock també empren instruments de teclat com l'orgue, el piano o els sintetitzadors. La música rock normalment té un fort contratemps, i sovint se centra en la guitarra, tant elèctrica com acústica.

TANGO

El tango és la música i el ball més popular i internacional de l'Argentina i l'Uruguai, mundialment associat a la passió i a l'amor.

El tango surgeix dels suburbis de les ciutats de Buenos Aires i Montevideo a finals del segle XIX, en mig d'un ambient en el qual la ciutat argentina es transformava en una gran metròpolis a causa de la immigració i el progrés econòmic. La barreja dels immigrants, negres i gautxos que arribaven a la ciutat han fet del tango un producte cultural únic al món i capaç de fer-hi notar totes les característiques dels habitants de Buenos Aires.



Al començament, les cançons eren únicament instrumentals, tocades amb guitarra, violí, clarinet, "organito" (típic en la música d'aixa època a l'Argentina) i flauta, i les parelles ballaven entrellaçades. A més, n'hi ha indicis que els afroargentins tocaven els candombes-tangos amb tambors, com "el merenguenqué", cançó que va ser un èxit en els carnavals afroargentins de l'any 1876. Més tard, s'hi van incorporar el piano i el bandoneó, el qual donaria al tango el seu so característic, pel qual és reconegut a tot el món. L'últim instrument en sumar-s'hi va ser el contra-baix, el 1917.

OBJETIUS CLAU

ASPECTES
A TENIR EN
COMpte

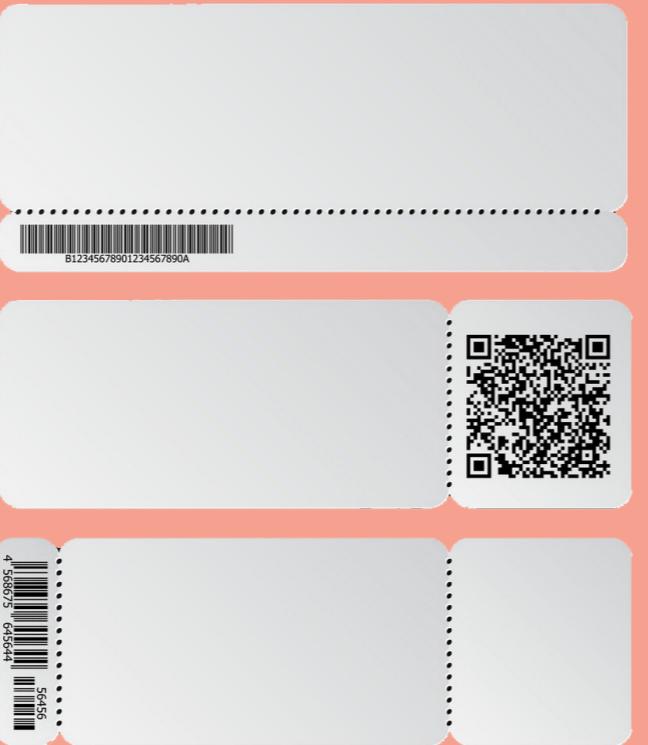
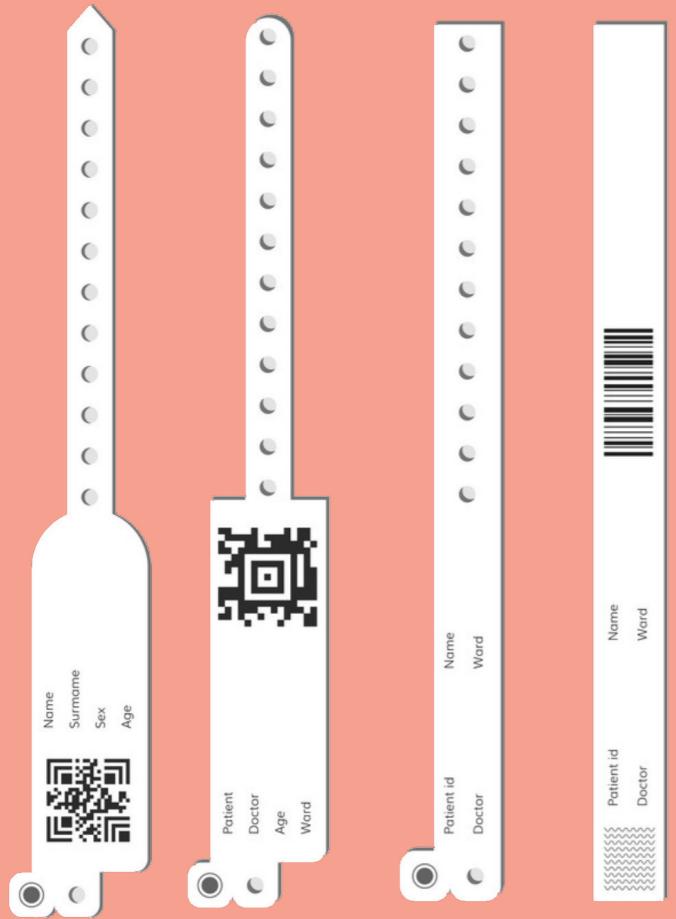


-
-
-
-
-
-
-
-

- OBJECTIUS CLAU -

Un àmbit destacable a tenir en compte és on esdevindrà aquest festival, ja que ha d'estar ubicat en una localitat on es pugui organitzar i desenvolupar l'esdeveniment. Aquest pot ser un local, un recinte públic, a l'aire lliure, etc.

A més a més s'ha de tenir clar la logística per poder organitzar-ho de manera que sigui accessible i segura tant pels cantants com pel públic. S'han d'establir una sèrie de paràmetres per organitzar adequadament el festival: normes d'accés al recinte i a dins d'ell; revisió dels objectes metàl·lics; unes passes especials que poden ser polseres o targetes d'identificació que es pengi al coll, etc.



La decoració, efectes de llum o focs artificials seria un dels temes que entraria dins de l'àmbit de la logística. Aquests han d'estar regulats per uns tècnics especialitzats en l'àmbit. S'ha de tenir establert una logística dependent del recinte o ubicació

d'aquest. No és el mateix realitzar-lo en un recinte privat que a l'aire lliure sigui la platja, la muntanya o inclòs el mateix desert. A més de destinar un espai en el festival amb les mesures de seguretat pertinents.



ANÀLISIS

RECULL DELS FESTIVALS A ANALITZAR



Durant aquesta última dècada, l'organització encarregada dels festivals i/o esdeveniments a pres un paper rellevant dins la nostra societat, sent així aquests esdeveniments protagonistes de l'expandiment d'un missatge en diferents funcions comunicatives "en viu" capaç de donar visibilitat a les institucions, marques i/o organitzacions, i d'interrelacionar a l'emissor i al receptor per esdevenir una resposta al públic enfocat.

Aquesta necessitat de potenciar aquest tipus d'esdeveniments afavoreixen i provoca que els festivals tinguin un valor fonamental per les institucions i/o empreses a l'hora d'establir o enviar qualsevol mena de missatge.

Dins del sector cultural, aquest gènere s'ha convertit en una via fonamental per la transmissió de valors a la societat que gaudeix d'aquests en el seu temps d'oci i entreteniment, a la vegada que enriqueix l'aquí cultural.

Amb l'entrada dels majors actes internacional a Espanya l'any 1992, com "les Olimpíades de BCN", "l'Exposició Universal de Sevilla", i "Cuidad Europea de la Cultura de Madrid". Des de llavors van provocar una expansió significativa en la seva producció transformant així completament aquest sector.

Tenint aquesta prèvia clara, s'ha de dir que actualment els festivals constitueixen una importantíssima llera de comunicació i difusió de projectes i actuacions culturals per part de les institucions i marques amb l'objectiu de comercialitzar un producte o bé crear una bona imatge i posicionament de marca o/i reputació en els seus públics i mercats als quals vanc dirigits. El desenvolupament de les noves tecnologies i altres factors també ha participat en aquest procés irrompint i marcant una transició des del punt de vista organitzatiu i publicitari.

En conclusió, durant la dècada dels 90, els festivals musicals i els esdeveniments culturals han experimentat un creixement exponencial any posteriors, sigui de caràcter específic o multidisciplinari amb actuacions d'artistes de diferents gèneres.

Com indica Antón (2001):

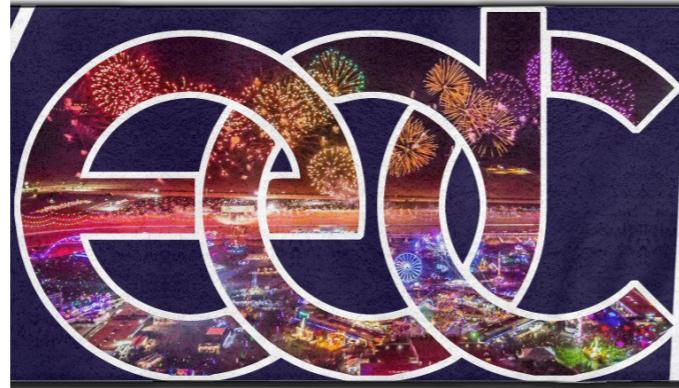
En el siglo XX, algunos músicos dirigieron su atención a la ciencia y la tecnología siguiendo nuevos rumbos musicales, aunque sin concentrarse en la palabra acústica. La mayor influencia de la ciencia en la música se manifestó especialmente a través del desarrollo de los recursos de grabación y reproducción de música ejecutada con instrumentos convencionales. El fonógrafo, con sus avances, y la radio, revolucionaron el papel de la música en la vida del hombre [...] la computadora y la tecnología digital, en general, han originado profundos cambios tanto en la generación como en la grabación y transmisión del sonido.

Electric Daisy Carnival

Electric Daisy Carnival (EDC) es un festival de música electrónica organizat per l'empresa Insomniac Events. El festival inclueix generes com EDM, House, Dance, Electro, drum and bass, Techno, dance-punk, Hard dance, Dubstep, Trance, Trap entre d'altres. Els productors mes reconeguts que han participat són: Armin van Buuren, Dimitri Vegas i Like Mike, Yellow Claw i DJ Tiësto, etc. A més a més han fet events tan a Estats Units: California, Colorado, Florida, Illinois, Nevada, Nova Jersey, Nova York, Texas, Puerto Rico. També internacionalment en Mèxic, Regne Unit, Brasil, India o Japó. És el major festival de música eletrònica en Amèrica, EDC es va anomenar pels seus fans, la "Ibiza Americana" al 2010.



Un dels events més importants va ser al 2015 en el que van participar a més de 400 000 persones en un període de 3 dies (135 000 per dia). En el 2011 van organitzar a Las Vegas un event de tres dies el qual va albergar més de 230.000 persones.



La primera edició de Electric Daisy Carnival s'inaugura el 29 d'agost del 1997, en un recinte al aire lliure a Los Angeles, Califòrnia, al Shrine Auditorium. Va ser dirigit per l'executiu musical Gary Richards y Steve Kool-Aid; des de l'any 2013 porten a cap edicions anuals consecutives arreu del món.



edc

Actual Logotip

edc

Antic Logotip

El festival Electric Daisy Carnival utilitza una tipografia molt similar a la Smooth Circulars. aquesta ha estat modificada per la elaboració del logotip.

Aquesta tipografia de caracter arrodonit i entrellaçat transmet aires de desenfadats, moderns i prestigiats. Molt adient a la hora de dirigir-se al seu públic principal, els joves. A tingut una evolució significativa però sense perdre l'origen. No l'han refet de nou han mantingut l'essència per transmetre els mateixos ideals.

Un altre aspecte a tenir en compte es com emplea i distribueix aquesta tipografia. Aquesta està sobreposada entre si.

Referent als colors no n'hi ha massa que destacar fet de que es el contrast del blanc sobreposat sobre negre. Cal destacar que en cada inauguració de cada festival es personalitza aquest logotip amb variacions per adequant-lo al lloc i al esdeveniment. L'únic hambit que prevela es la composició tipogràfica. Depenent dels detalls de cada festival.

<https://www.insomniac.com>



El Row

En la pagina del Row vaig trobar la historia dels orígens d'aquestes:

Al 1845 va neixer el fundador d'aquesta gran empresa que ha tingut una extensa transformació durant les dècades. Aquest va ser José Satorres

Centrant-nos en el festival tot va començant al 2008 quan un dels progenitors d'aquest imperi, Juan, va ser convidat per "los Gemelos de Barcelona" per veure una antiga granja prop de la ciutat condal, amb un renom, de lo que una vegada va ser restaurant gestionat per l'ex jugador del F.C.B., Chus Pereda. Juan el va alquilar i va tenir que sotmetre'l a una costosa i exhaustiva renovació, que va estar a punt de enfosar-lo en la bancarrota. A més a més que una sèrie d'inspeccions per part de l'ajuntament casi posen en perill el projecte, Afortunadament al maig del 2008 s'inaugura Row 14 amb una festa per tot lo alt a mans del artista francés Laurent Garnier.



Origen del "Row 14" (2008)



"el row" a l'actualitat

elrow

El logotip que emplea elrow utilitza una tipografia geomètrica. Es pot apreciar amb claredat si en s'hi fixem amb la lletra "o" que la seva forma es rodona i no ovalada. Es una tipografia consistent bold.

Està representada i distribuïda en corvatura. Alhora de l'elaboració d'aquesta s'ha empleat un arc per escriure a sobre. Aquest enfocament transmet més mobilitat i modernitat. dona la sensació de movient.

Per si sol ja funciona perfectament com element grafic donada aquesta característica. En el cas de haberlo posat sense

aquesta corvatura provocaria uns altres efectes alhora d'interactuar amb l'usuari. Quant parlem dels colors el meu semblar es que n'hi han dos color potencials. Aquests són el rosa i el blanc ja són els que fan servir constantment a la seva pàgina web a excepció en algunes variacions del logo.

Jo crec que el que busquen amb aquestes característiques és atreure a un públic jove i sobretot donar-li un espectacle actual al festival ja que punxen les últimes tendències en el sector de la música electrònica.

Tomorrowland

Aquest es un festival que es celebra en el municipi de Boom, Bèlgica des de l'any 2005. Considerada com un dels més importants en el seu gènere.

Organitzat per ID&T, sent un dels festivals del gènere més importants del món, i

consta de 15 escenaris, el més important és el Mainstage, que cada any recrea un món fantàstic fins a l'últim detall. El 6 de juny de 2014 Albert Neve es converteix en el primer discjòquei català convidat a Tomorrowland.



La primera edición del festival se llevó a cabo el 13 de octubre de 2005. En ella actuaron Armin van Buuren, David Guetta y Coone, entre otros. Es el festival de música electrónica más grande del mundo, luego está Ultra Music Festival. Tomorrowland significa en castellano "La tierra del mañana". Los escenarios y el ambiente se encuen-

tran rodeados de una decoración que simula un mundo de magia y fantasía. El festival en sí, ofrece una variedad de subgéneros dentro de la música electrónica. Así mismo, consta de un camping a las afueras del recinto del festival, llamado DreamVille, para aquellos asistentes que deseen hospedarse lo más cerca posible.



ANÀLISI

El logotipo de Tomorrowland en el transcurs del temps ha portat una seire de transformacions i canvis radicals d'estil fins a esdevenir alactual logotip que avui en dia tots coneixem i te un garn reso internalcional.

L'any 2005 l'element era una "T", amb un drac vermell, amb decoracions orientals com flors gorges o cintes .



Aquest va canviar drasticament l'any 2011 pasant a ser un arbre amb l'atribut caracteristic de que tenia una cara amb aspectes femenins. aquest estava ubicat en un bosc.

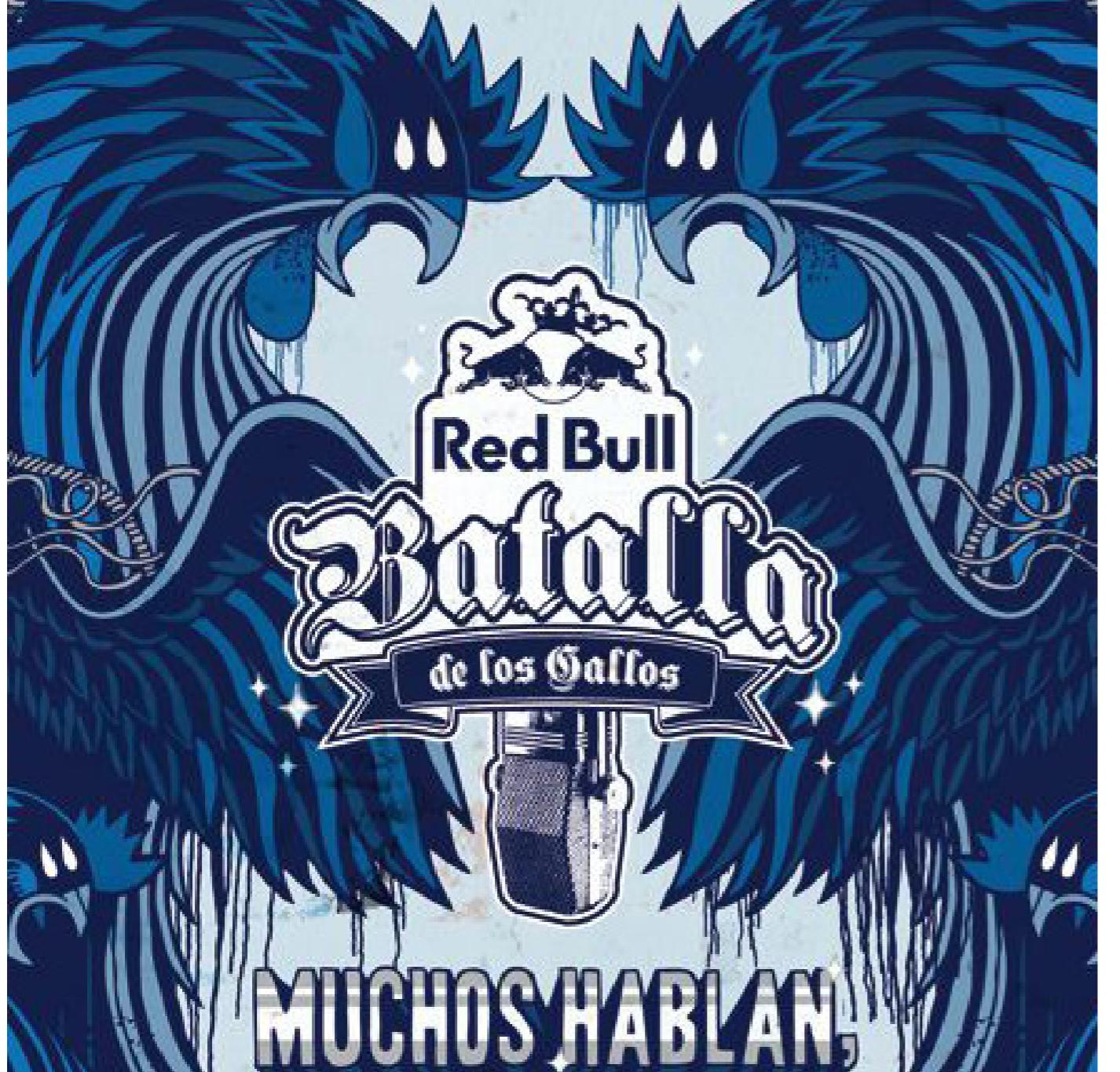


En la seva versio actual del logotip impregna una conotacio que agafa un significat es-pecific en aquesta composició. D'altre banda, es visualitzen, clarament, dos elements grafics molt notoris. Per un costat la representació grafica d'una papallona i centrat immediatament a sobre n'hi ha un ull. L'ull simbolitza l'esclavizació del món a traves del control. La papallona representa el control mental i la seducció.



La tipografia representada en aquest logotipo és de tipus fantasia. Expresament ha sigut desenvolupada per aquest projecte. Aquesta aporta una serie de detalls al voltants d'ella, com per exemple, en els elements que n'hi han a la lletra "T", com a la "o", "a", "n" i la lletra "d". Aquests detalls donen la semblança al que coneixem com a signes de puntuació. Aquests detalls fan que dins de la composicó tipografica, graficament queden espais en blanc que provoquen un desequilibri. D'aquesta forma podem omplenar els llocs buits per donar més estabilitat. L'altre aspecte a destacar es que els remats carateristics d'aquesta son allargats sobretot en las lletras capitals. Aquesta referencia es pot apreciar perfectament si ens fixem en la "T" del principi. Tambien s'aprecia claramanet en la capital "L" , i la "d" de la paraula "Land"





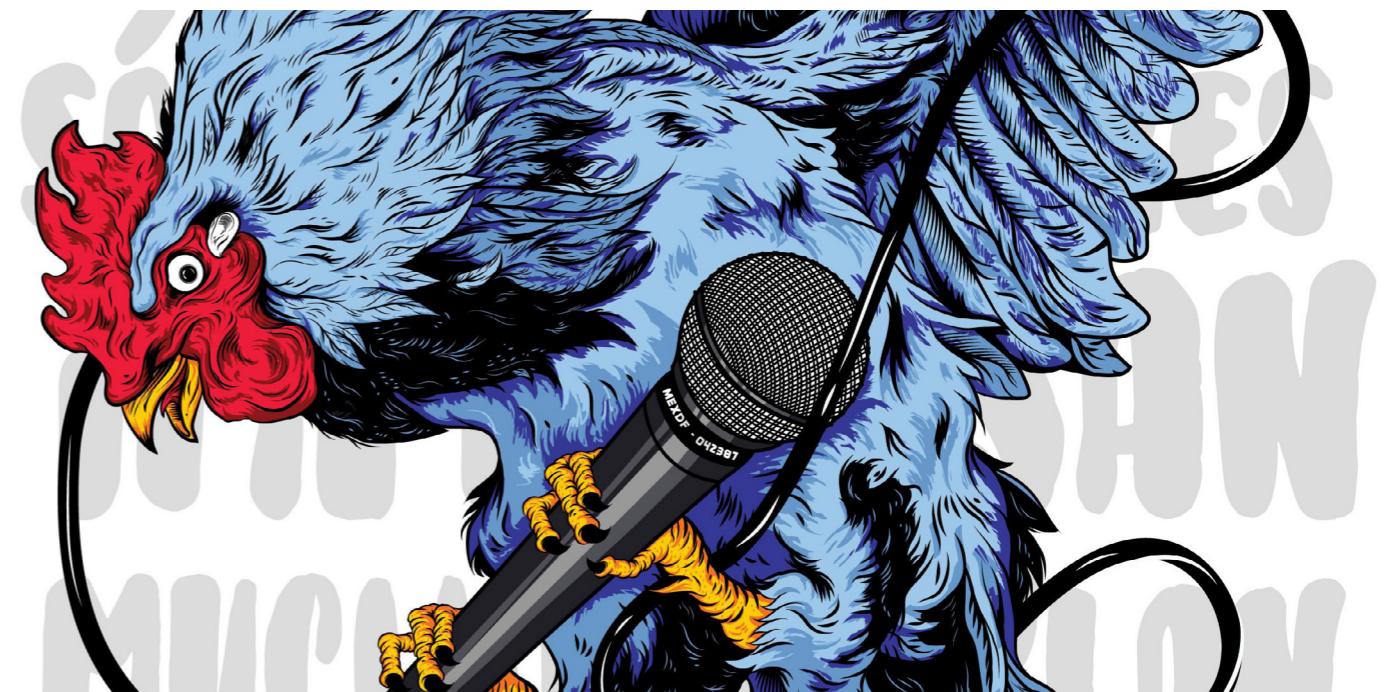
RedBull Batalla de Gallos

La Red Bull Batalla De Los Gallos; coneguda també com a Red Bull BDLG o simplement BDLG, és una competició anual de freestyle rap en la qual estan implicats tots els països de parla hispana, començada el 2005.

Actualment, Red Bull Batalla de los Gallos va per la seva 13ena edició.

Aquesta competició està basada en la capacitat per improvisar en un combat verbal un contra un entre dos rapers té com a objectiu, mitjançant rimes i mitjançant la lírica, humiliar i quedar per sobre del rival. El contacte físic només està permès lleugerament, les agressions es castiguen amb la desqualificació automàtica.

La batalla està regida per un jurat que decideix qui ha guanyat cada ronda. Els components del jurat són variables depenen de cada batalla i de cada país.



ANÀLISI

Aquest logotip està regit per tres parts notables a destacar.

Per un costat tenim el logotip de la marca principal que desenvolupa aquest event/festival que es RedBull.

Aquest element està collocat a la part superior del logotip.

Els dos elements restants són el microfon y la tipografia. El micrófono està fet amb vector mitjançant formes simples reflectan la realitat de l'objecte amb detalls notoris. Aquesta està en la part inferior d'aquest logo.

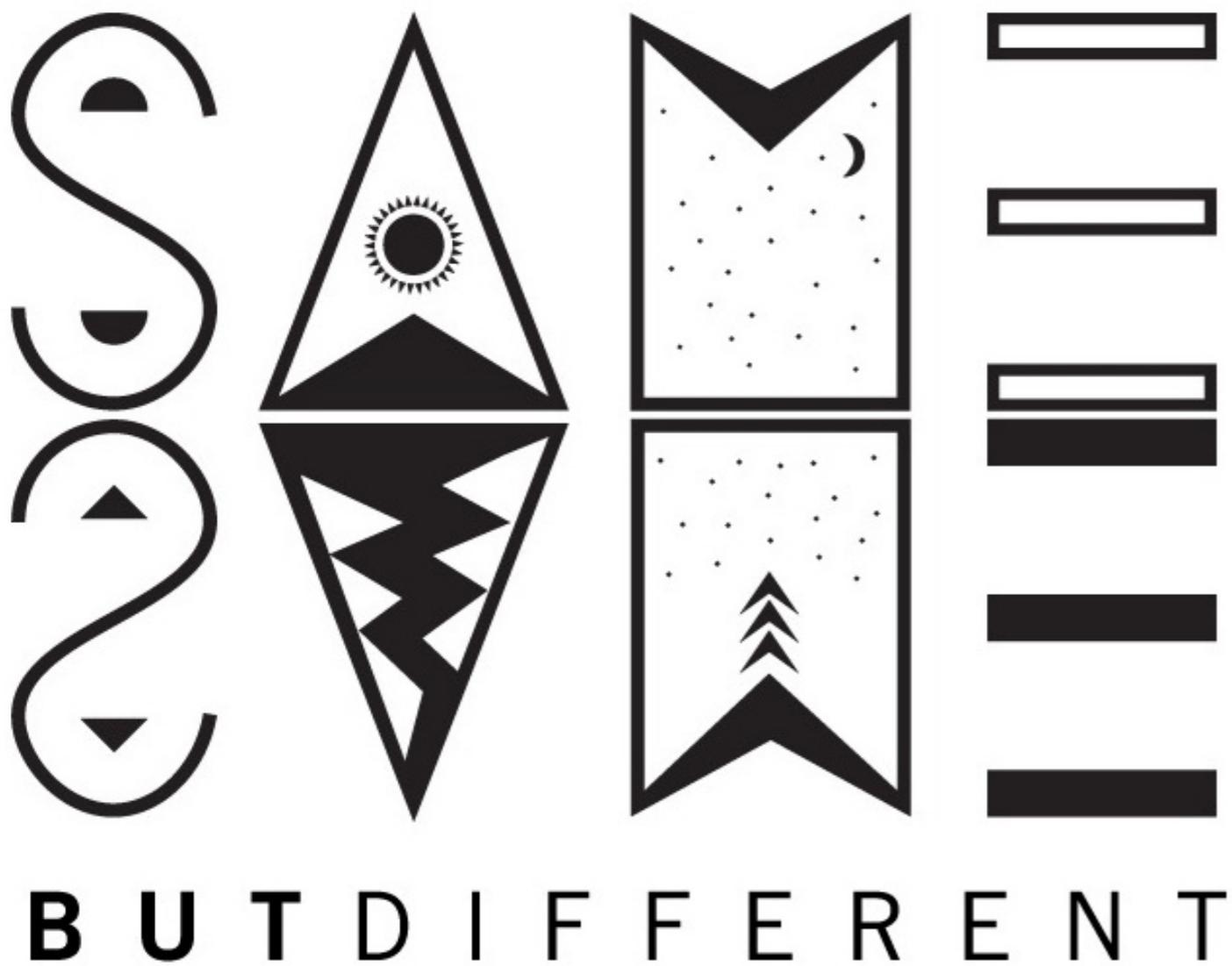
La tipografia es sencilla, sense remats tipo gratesca; està en majusculas i centrada en el mig del logotip. Aquesta té diferents mides per donar una jerarquía. La paraula "batalla" té més relevància dins d'aquesta estructura.

Els colors corporatius principals són el blau, el vermell i el blanc ja que fan referència al promotor d'aquest tipus de festival que és red bull.



Same Same but Different

Same Same But Different Festival es un festival de reagge; aquest es basa en 6 principis bàsics. Ells s'esforcen per seguir aquests principis i encoratgem a tots els nostres assistents a que els acceptin: atribueixen aquesta com la seva cultura única d'inclusió, diversitat, diversió i acceptació a aquests principis. "Tots són diferents i tenen raons per sentir, pensar i viure de la manera que ho fan. Escoltal's, apren qui són i per què creuen el que fan. Respecta els que són."



El logo fa servir una tipografia completament decorativa que compta amb dibuixos dins de la mateixa. En el logo podem observar que intenten representar la ideologia del festival en sí ja que la intenció d'aquest es basa en que vagis a oblidar-te de tot i que disconnectis per conectar, és a dir, que durant el dia i la nit ofereixen diferents tipus d'activitats (a banda dels concerts) cosa que es veu representada en el logo. Els colors corporatius són els del cel durant el dia i la nit ja que normalment fan servir degradats. La meva impressió es que intenten donar-li molta personalitat al festival desde el disseny del propi logo fins a la ideologia del festival en si.

Roots on 66 Festival

Roots on 66 és un festival de música de regge no gaire més coneguda més enllà dels admiradors d'aquest gènere musical.

Ofereixen actuacions en viu de més de 30 bandes en 2 escenaris, exhibicions d'art en viu i demostracions, opcions de camions de menjar gourmet, venedors de cervesa artesanal i molt més.



El logo utilitza una tipografia decorativa manual que forma part d'una senyal de carretera en què hi ha escrit roots on 66, el logotip Compta amb bastants elements gràfics com ara banderes reggaes 1 ocell amb barret o djembe que vindria a ser un tambor típica africa. Els colors destacats són l'verd el vermell i el groc ja que són els colors representatius de l'reggae. La meva conclusions és que utilitzen Tots aquests elements per crear una sensació de festival reggae ja que te l'estil propi molt característic.



CONCLUSIÓ

CONCLUSIONS
FINALS SOBRE
LA RECERCA

Els aspectes a realçar a l'hora de fer la recerca, partint de les referències gràfiques de les diferents identitats corporatives analitzades prèviament, podem dir que els festivals de música electrònica són un gènere el qual la música o els sons són generats a través d'un ordinador o una taula de barreges, si no que també es podrien aplicar amb instruments convencionals. Bàsicament estarem centrant-nos en les peces musicals purament d'àmbit d'interacció digital. Aquestes es col·loquen de manera seqüencial i per ordre cronològic. En el cas que necessitem en un mateix interval de temps més d'un so amb el software del programa ja ens permet crear diverses línies de temps i inclús podem crear una línia per cada instrument que desitgem que intervingui en la cançó.

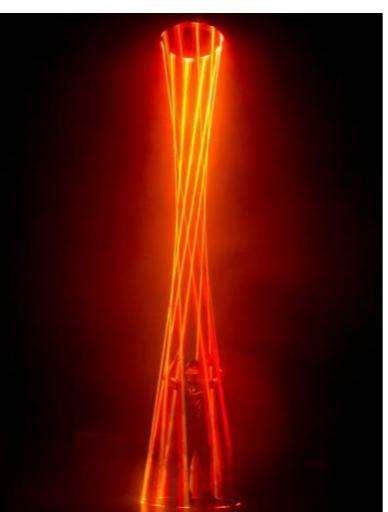
Per tant, el món de les noves tecnologies va molt de la mà amb aquest gènere. Un cop tenim clara aquest concepte cal pensar que quan parlem de música electrònica automàticament associem uns conceptes al nostre cap relacionats amb aquest àmbit, com ara, modernitat, sons agressius, sortir dels esquemes convencionals (antisistema), trencar els paràmetres establerts (radicalisme), nerviosa, estrident, acció, energia, etc.

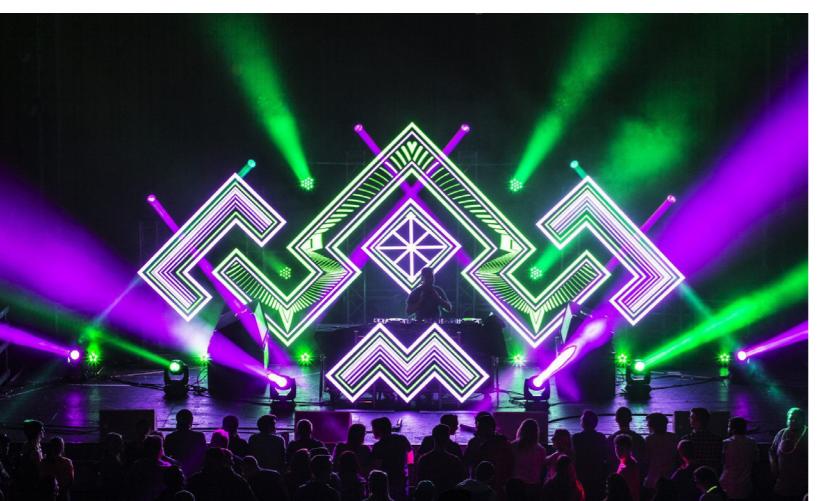
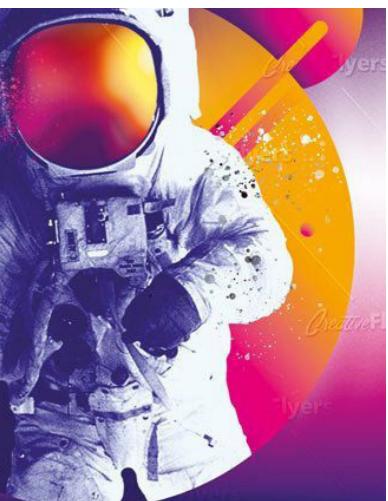
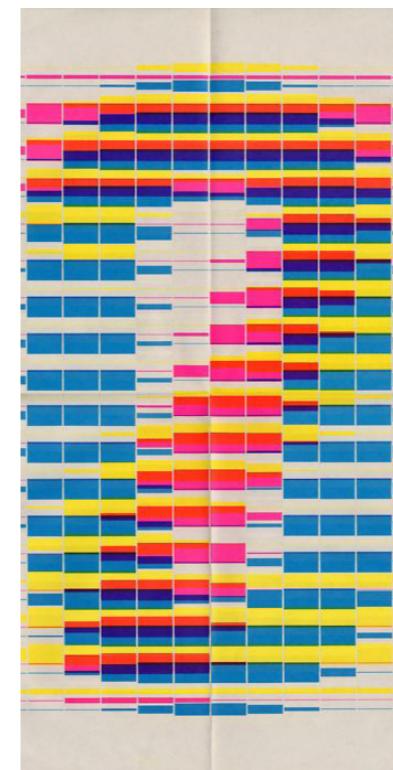
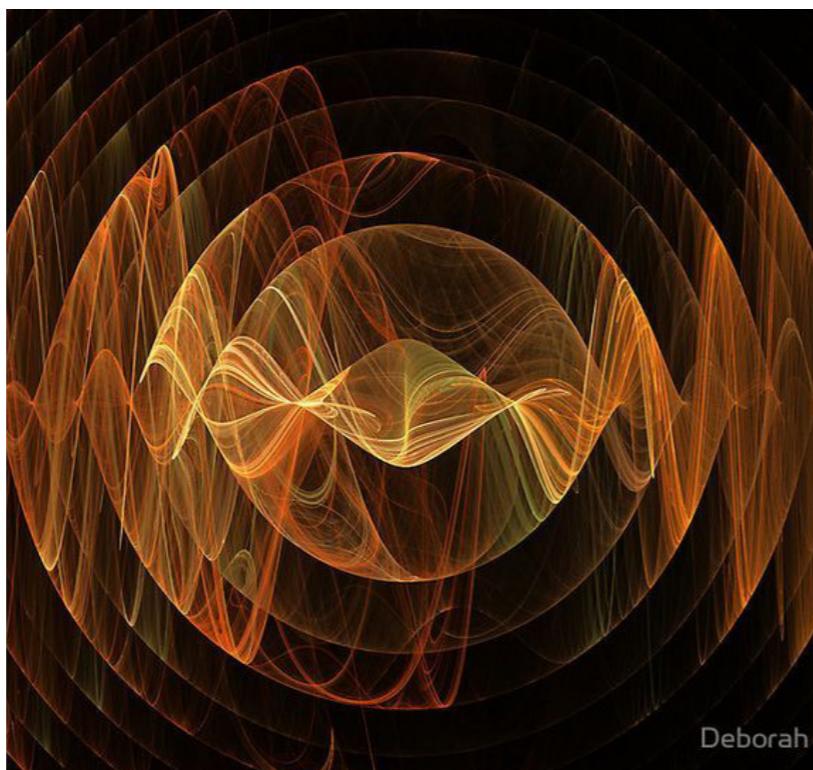
És important estar contextualitzats amb el medi amb el qual es desenvoluparà la nostra identitat corporativa, ja que hem d'afrontar una sèrie de problemes que haurem de solucionar, tenint clar el públic objectiu, el qual va dirigit per aprofundir més sobre els seus gustos, aficions, pensaments, etc. i així enfocar amb més èmfasis el sector i l'àmbit que hem decidit aventurar-nos.

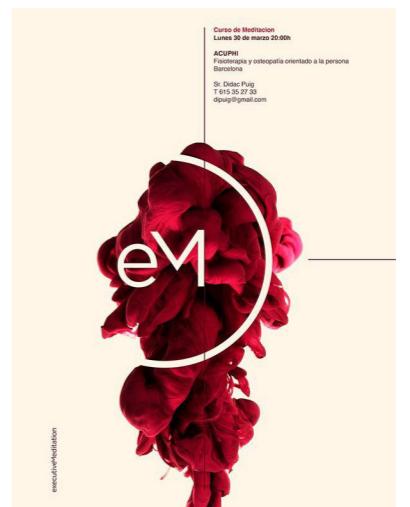
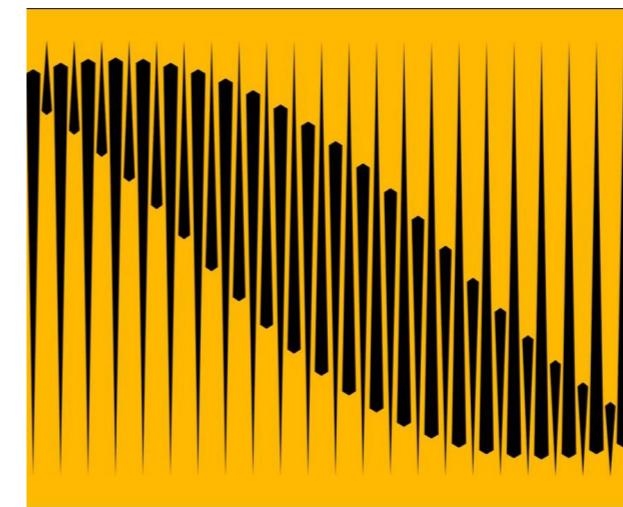
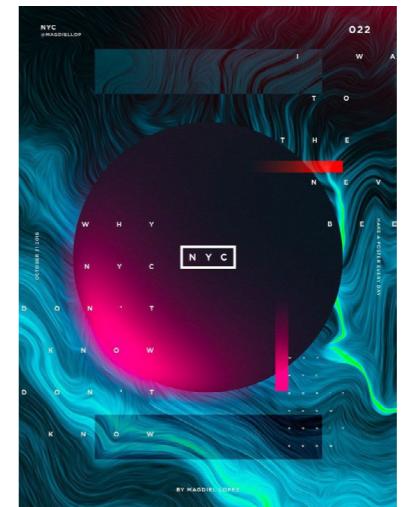
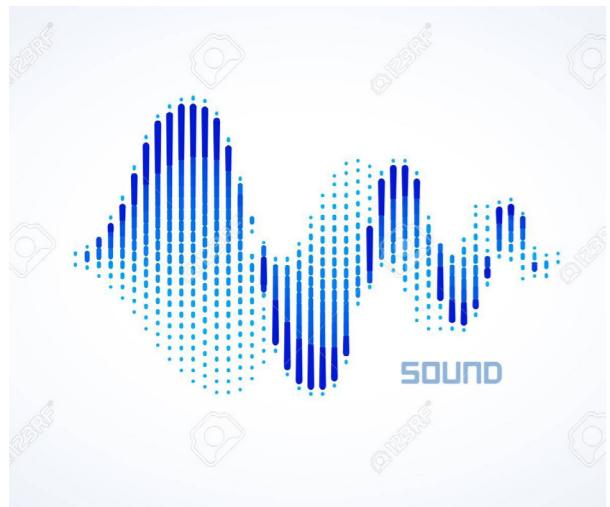
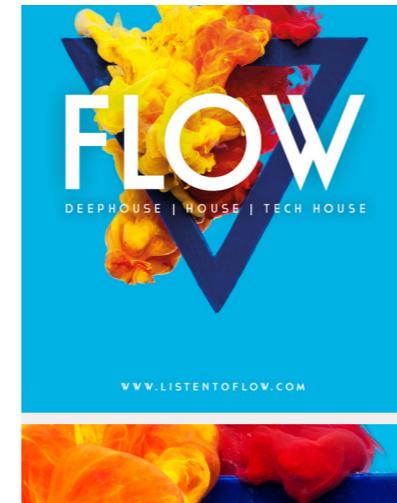
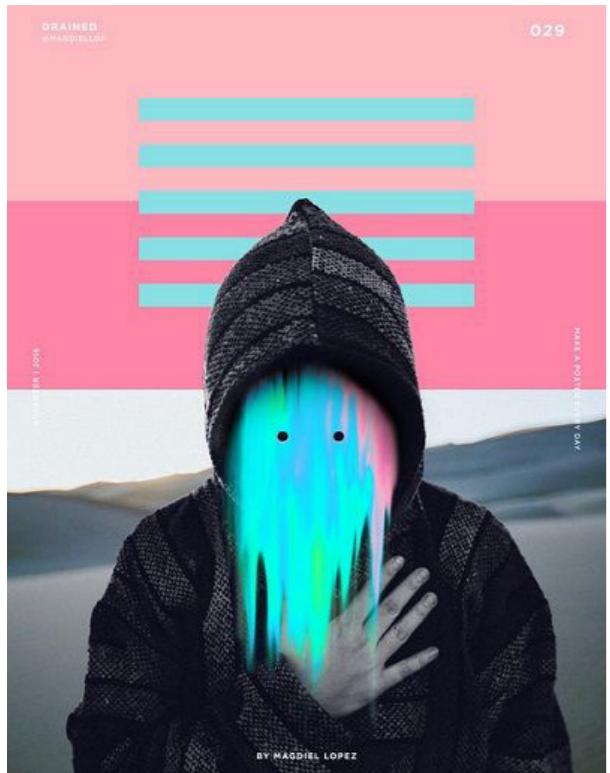
Aquestes identitats corporatives utilitzen, per tant, un màrqueting amb una metodologia enfocada al receptor corresponent. Aquest sistema de màrqueting està enfocat en un sector juvenil, el qual per mediació de les xarxes socials, expandeixen a gran escala l'informació compartint l'esdeveniment on te intenció d'anar-hi. D'aquesta forma incita als usuaris més propers a interessar-se sobre aquest i compartir-lo, en forma de cadena. Cal remarcar que aquest públic, té un poder adquisitiu baix. A més, te el costum de fer compres via en línia (telèfon mòbil). Una altra dada rellevant és que aquest públic, amb comparació amb els altres sectors, prefereix deixar-se uns diners i obtenir una millor qualitat de so, això provoca que depèn de l'equip (altaveu/cascos) la qualitat de so variara. En tot cas el meu disseny ha d'estar enfocat clarament a un sector juvenil que té ganas de qüestionar-se absolutament tot, creativament parlant amb aquestes inquietuds per la música fora de l'establert. Partint d'això realment l'identitat corporativa ha d'impactar a l'usuari per encaixar en aquests paràmetres. Traduït, implica una tipografia poc detallada, sense grans decoracions. Uns colors que siguin agressius per impactar al públic. Amb algun element identificatiu, com un grafisme, per aquesta marca que transmeti el target que volem comunicar.



**MOOD
BOARD**







PRO JECTE

SOBRE EL MEU PROPI FESTIVAL

Un cop vaig tenir els suficients coneixements sobre l'ambit que hem requeria informarme vaig començar a pensar la idea de la meva identitat corporativa i en quin habitat musical podría enfocarme. Vaig decidir aventurarme en el genere de la musica electronica, ja que al fer aquesta recerca previa hem va impressionar molt els escenaris que plantejaven aquest genere de festivals i ademés era el que més m'atreia.

Vaig donar-li varies voltes amb altres generes, com el rap o el rock, perque realment tampoc sóc un entes tan del roll electronic, com els anteriors nombrats. Tot i molt interessants, aquests dos generes no hem van despertat tantes inquietuts que no pas la motivacio cap al genere electronic.

Aquest treball implica la creació desde cero tota la imatge corporativa del festival, i per aquest motiu s'han de tenir unes expectatives concises per enforcar-me adequadament. Per tant, el genere d'electronica es un tipus de festival amb tematica agressiva, impactant, amb molt de reso.

L'ubicació ideonea del festival seria en el Parc del Fòrum, Barcelona. Penso que es un espai molt ampli amb el qual ens donara molt de joc alhora de establir on anira cada cosa, com ara: concert, establiments de begudas, paradetes, etc. A més a més al estar ubicat a la capital, dona més joc a que sigui accesible per a qualsevol (punt intermig).

El public potencial d'aquest esdeveniment seria enfocat en la gent jove, d'una edat de 16 a 28 anys. Aquets te poder adquisitiu baix. Expandeixen i difonen gairebe tot el contingut per mitja de les xarxes socials, i tenen inquietuds per la musica fora dels parametres establerts. L'objectiu principal es donar-se a coneixer dins d'aquest públic exponencialment per de poder vendre entrades i que el nostre festival sigui un exit.

NAMING

El Naming és el procés creatiu que s'empra per donar-li nom algun contingut, en el nostre cas seria una marca d'esdeveniments en l'àmbit musical electró. Aquest no es pot prendre a la lleuera i s'han de seguir i definir bé a partir dels conceptes i factors claus del nostre mercat objectiu.

Tots aquests factors s'han d'haver establert en el nostre procés de recerca i anàlisi. A partir d'aquests vaig pensar amb quin nom podria representar la marca del festival realitzant una pluja d'idees. Primerament la idea que vaig tenir va ser pensar en algun nom llarg com "Underland", o "Zhunderland" però vaig descartar-los perquè semblava molt repetitiva (Wonderland / Tomorrowland).

Llavors vaig pensar en una nomenclatura molt més agressiva i dinàmica. Que reflectís força i en addició que tingués un toc pervers. Vaig pensar en "Diabillo", ja que és un nom que enfoca molt bé enfoca l'àmbit del gènere (revel/ pervers/ macabre). Realment té potencial per poder esprémer i dur-lo a cap com el nom de la meva identitat corporativa. Vaig acabar decantar-me per Diablo, ja que el diminutiu treia aquest potencial del nom i trobo que arriba més contundentment. Vaig decidir que aquesta seria la temàtica que englobaria aquesta marca, i tots cada un dels elements són enfocats en aquesta dinàmica (Colors, Textures, Tipografies, Imatges, Escenaris, etc.).



COLORS



En la recerca per l'aplicació de color en aquesta identitat corporativa vaig pensar que el color més associatiu, aquest són els colors que donen representació al foc, o l'infern. Aquests són tonalitats fosques i de vermells. Gràficament serien la millor representació per la nostra marca del festival perquè són els que millor encaixen en el nostre target, tracta'n d'impactar al nostre públic, la música electrònica i el nom que hem determinat a l'empresa, Diablo.

Aquests dos colors porten una connotació en que representen la vivesa del foc i en el concepte de força també el complementa molt bé. També cal saber que es un color que va de la ma amb aquest concepte de estil de música, ja que aquests colors s'ha

extes i potenciat ja que son colors pontencialment amb força i entre ells regeix un equilibri i una harmonia la qual podem explotar de forma exponencial.

Els colors mencionats anteriorment estan pensats per ser aplicats sobre un fons més clar que els respectius. Tot i això, si és necessari utilitzar un fons fosc, podem substituir el negre per blanc per realçar-lo i no trencaria aquesta harmonia.

En els mètodes d'aplicació de color, les tonalitats de vermell en forma de degradat s'aplicarien a la tipografia amb el nom Diablo perquè és l'element que volem destacar. El negre s'aplicaria a l'element gràfic del nostre isologo.



#CA171E

Pantone 186C
C: 0% R: 202
M: 100% G: 23
Y: 100% B: 30
K: 17%



#000000



#742022

Pantone 188C
C: 50% R: 116
M: 100% G: 32
Y: 100% B: 34
K: 27%



#ffffff

TIPO GRAFÍA



Per dur a cap l'elaboració de la tipografia d'aquesta entitat, tenint en compte el gènere que ens hem enfocat i el target que implica aquesta estètica electrònica, va ser a partir d'un gènere tipogràfic construït d'una adaptació de la tipografia "Bodoni 72" per tal d'enfocar-ho en aquest sector. A través d'una recerca de la meva competència va ser evident que el que funciona en aquest sector és una tipografia recta, fàcil de llegir, amb pocs detalls però significatius, sense arribar a l'excés. Havia de tenir un toc de rebaldia per apropar al nostre públic i en addició transmetre força i que és veies com un element rellevant dins de la composició de l'isologo.

Vaig indagar formes tipogràfiques en el que els acabats fossin rectes, ja que el sistema que regeix la tecnologia és molt quadriculat. La tipografia mencionada anteriorment s'adaptada molt bé en aquestes condicions però vaig eliminar els espais que n'hi havia entre les lletres per realçar aquesta sensació d'impactis-me en l'espectador i donar-li certa estètica i funcionalitat dins de la composició.

ESBO SSOS

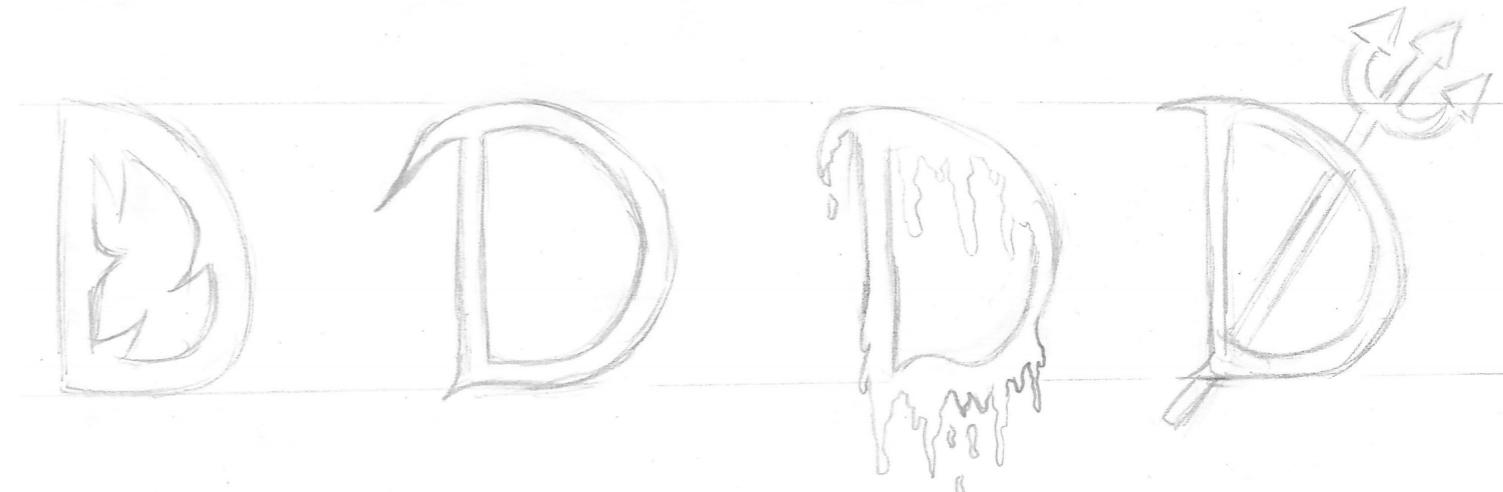
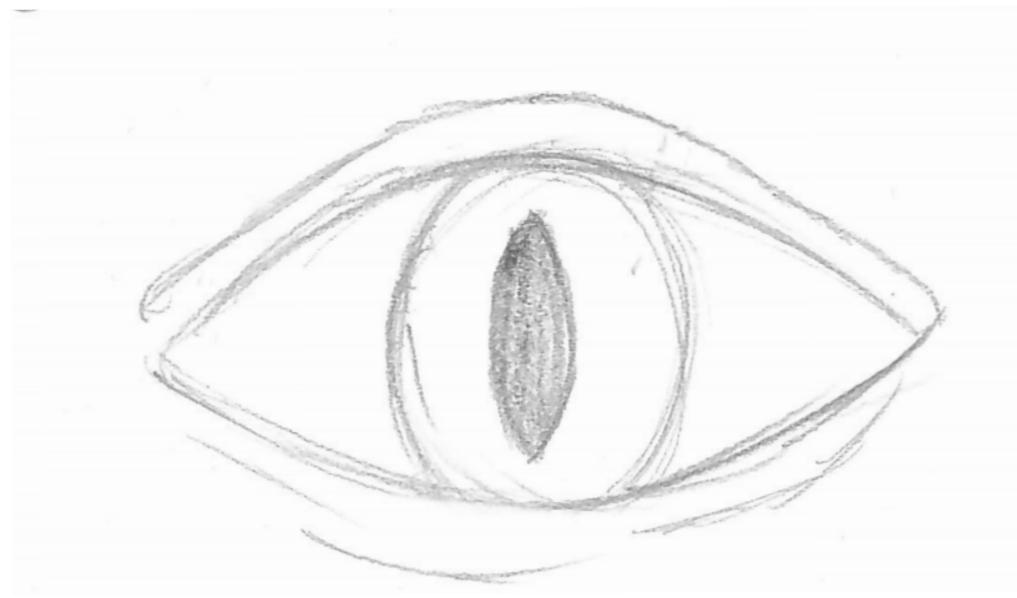
ESBOSSOS

BRAINSTORMING

- Under land
- Inderland
- Zhunderland
- Exponencial
- Extreme
- Electro High
- Bright land
- Hell
- Devil
- Diabille
- Diablo

Diablo





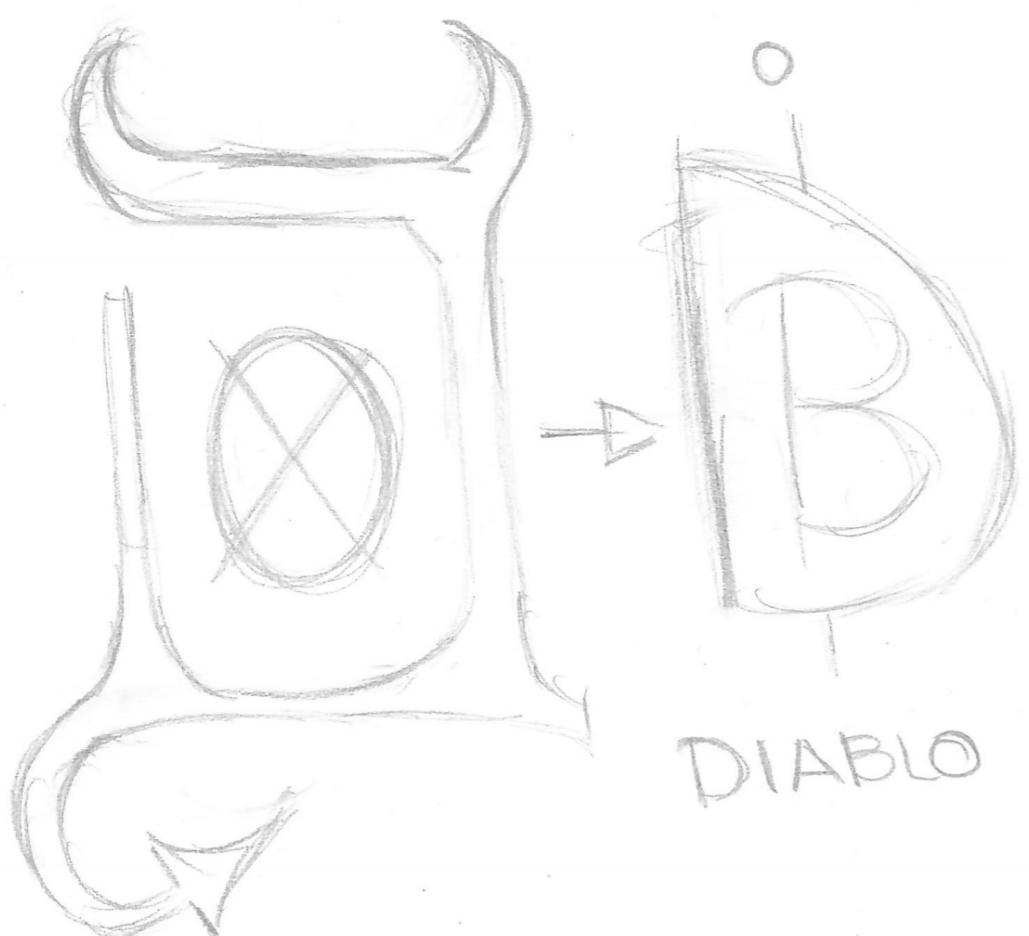
Djáblo



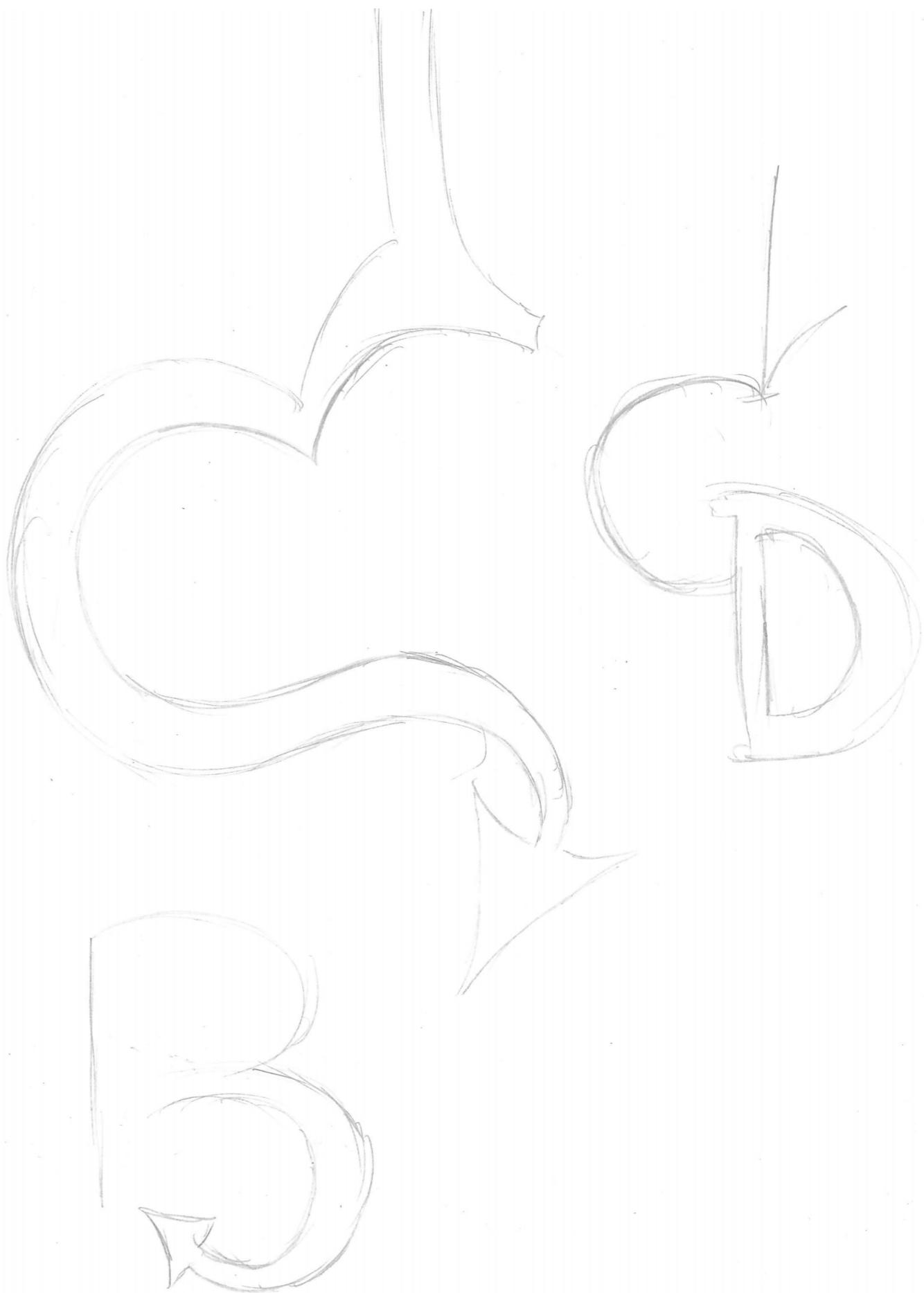


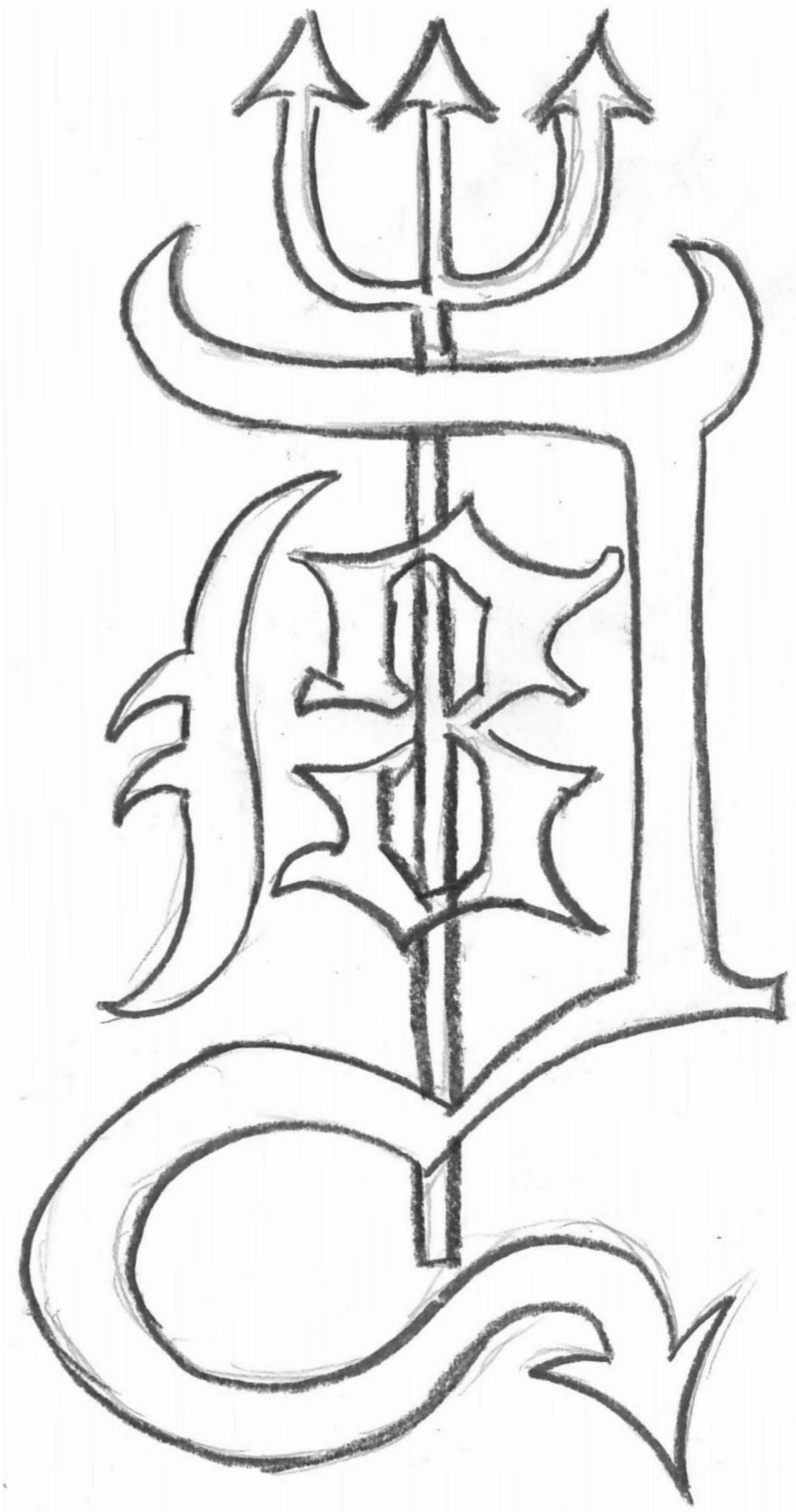
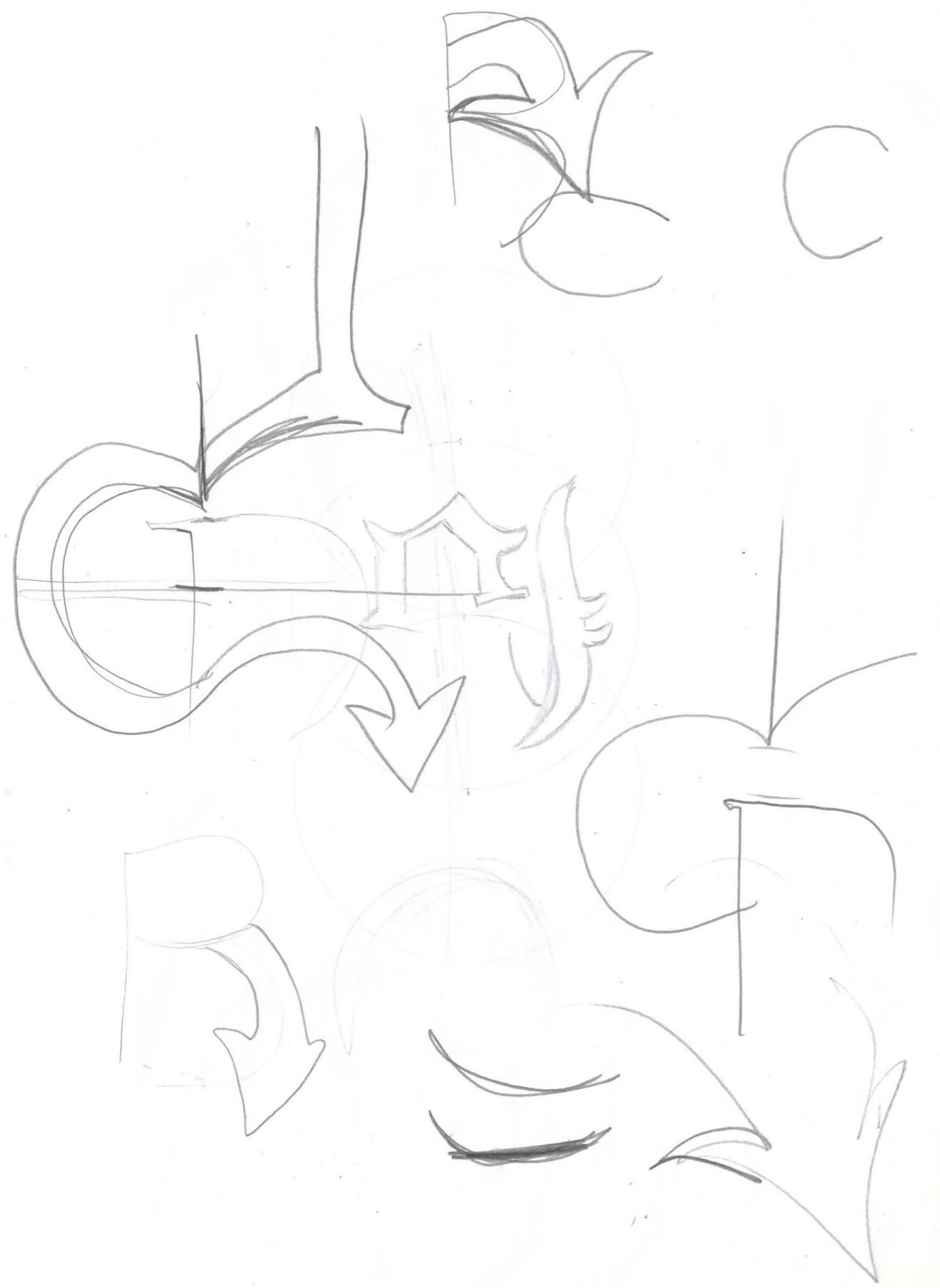
666

666



DIABLO







**MANUAL
CORPO-
RATIU**

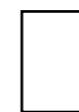
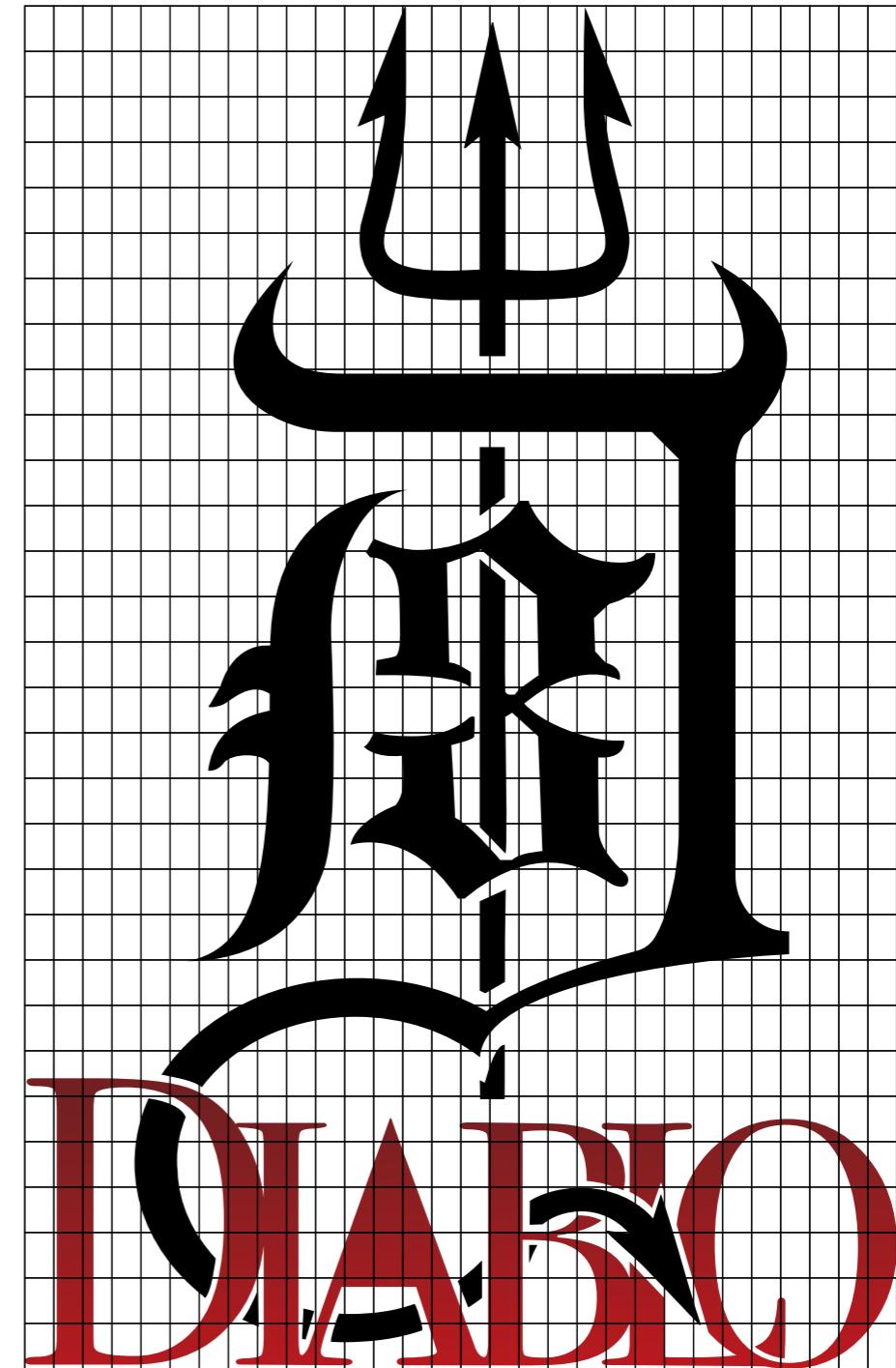
Marca

L'ús predeterminat en aquesta marca és la representació d'un isologo en la seva versió a color. Aquesta versió serà utilitzada en tots aquells suports que permetin l'ús de tot el ventall de colors.



Construcció Gràfica

És presenta'n a continuació les proporcions establertes en el desenvolupament d'aquesta marca per comprendre millor la relació del seu aspecte amb els elements que el componen.

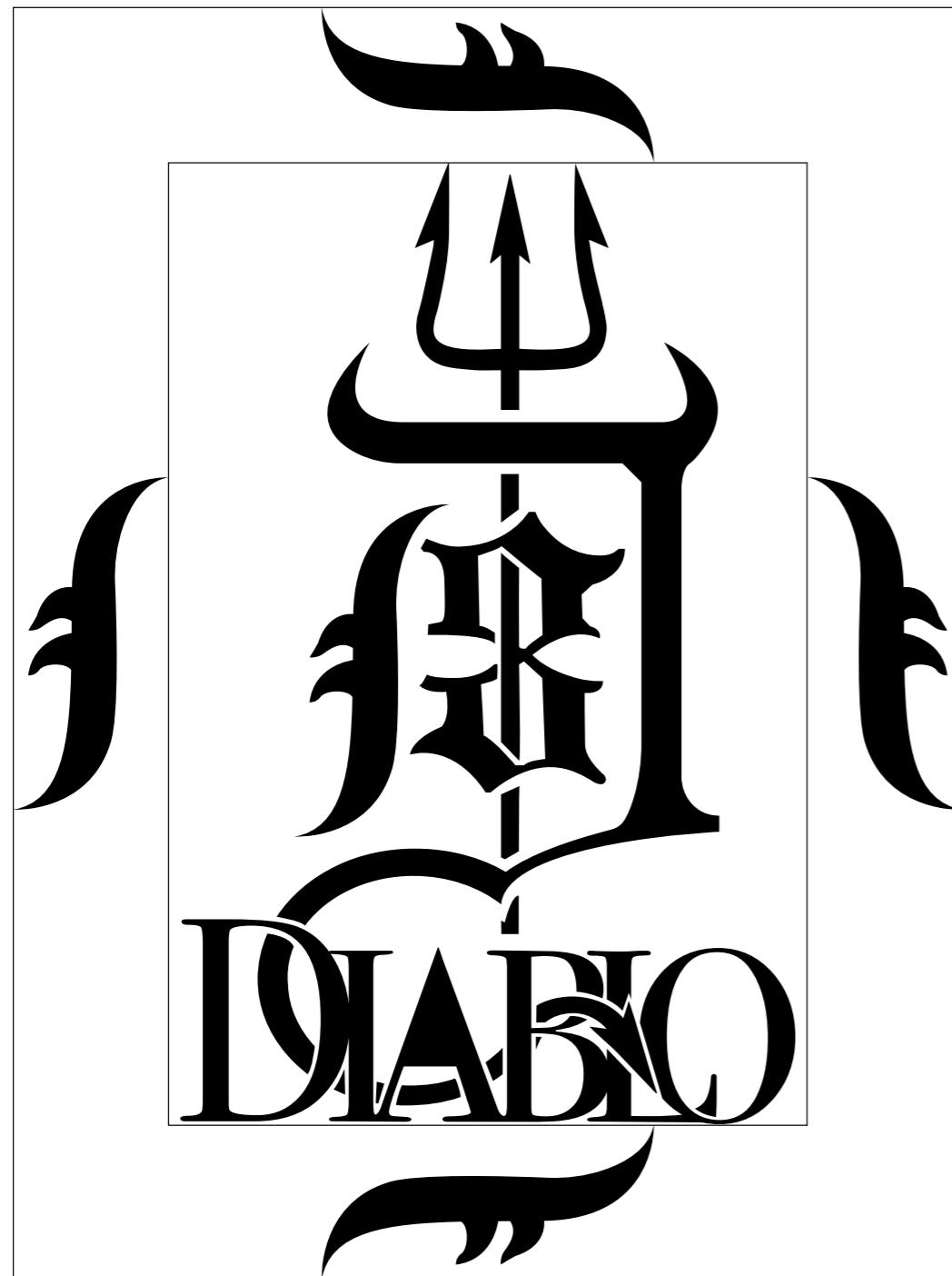


Modul de
8,5mm x 13,3mm

Reticula de 30 x 30

Zona de Protecció

Per garantir la correcta visibilitat de la marca s'estableix una àrea de protecció en la qual delimités el marge de separació que ha de respectar qualsevol element extern siguin imatges, gràfics o textos. Aquesta zona està delimitada per l'espai que ocupa la mida d'un dels elements de l'imatge, tal com es mostra a la figura adjunta.



Tipografia

Distingim 2 famílies tipogràfiques:

La tipografia principal: Bodoni 72

La tipografia secundària: Montserrat

“BODONI 72”

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z &
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z &

“MONTSERRAT”

A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p
q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Colors Corporatius

El color corporatiu establert és el Pantone 186C per la seva versió en tinta plana.

Per la seva versió en degradat s'utilitzarà partint d'aquest color inicial un degradat fins al Pantone 188C. En el cas de l'element gràfic, s'utilitza en la representació el Pantone Black en la seva versió en tinta plana, tal i com s'especifica a continuació.



#CA171E

Pantone 186C
C: 0% R: 202
M: 100% G: 23
Y: 100% B: 30
K: 17%



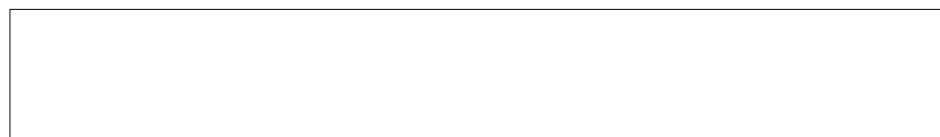
#742022

Pantone 188C
C: 50% R: 116
M: 100% G: 32
Y: 100% B: 34
K: 27%



#000000

Pantone Black
C: 75% R: 0
M: 68% G: 0
Y: 67% B: 0
K: 90%



#ffffff

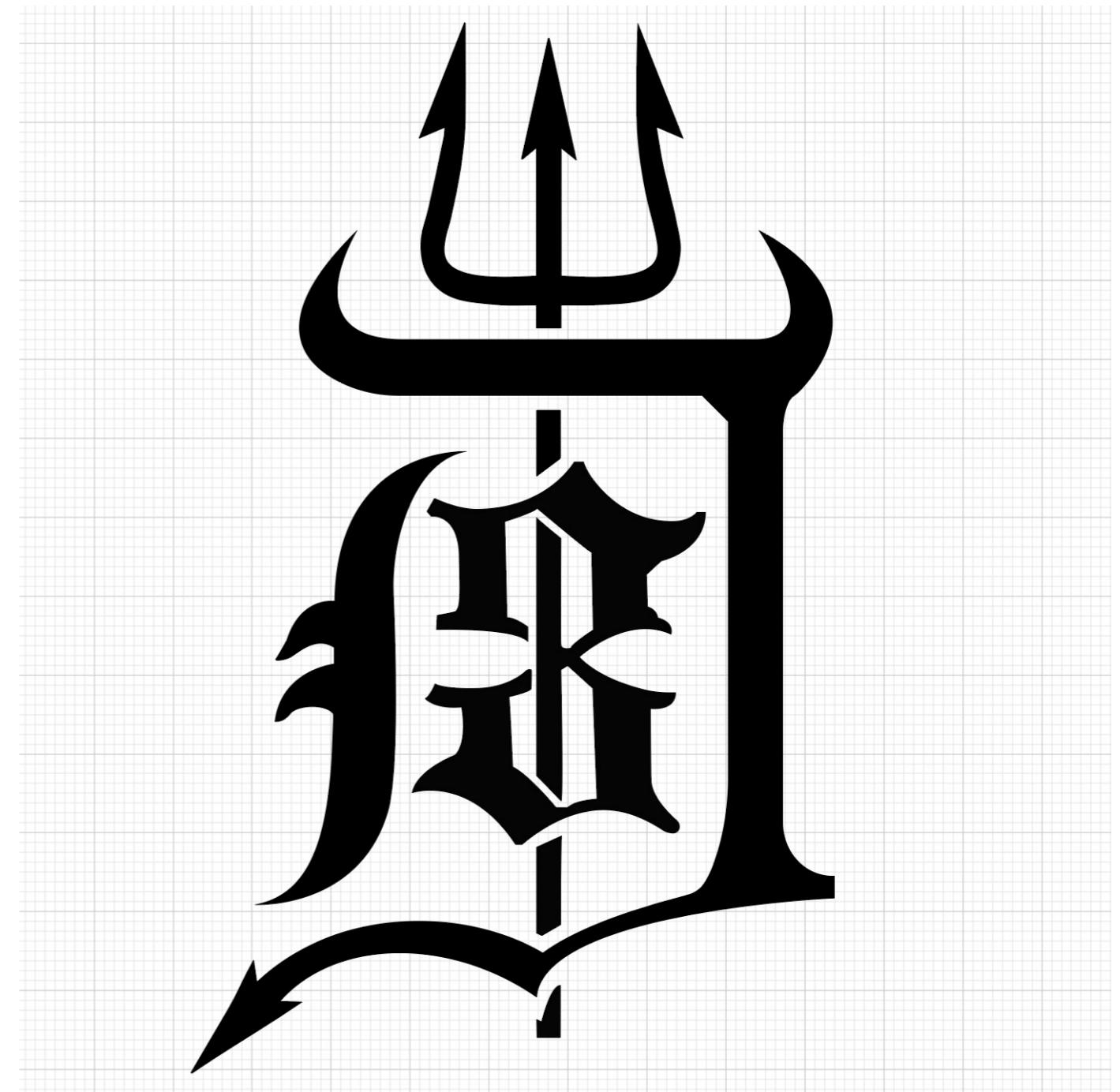
Pantone White
C: 0% R: 250
M: 0% G: 250
Y: 0% B: 250
K: 0%



2cm x 2cm

Reduccions Logotip

La producció del logotip per la seva versió en reducció provoca que les proporcions plantejades les hagim de reajustar pel correcte funcionament i entendiment de la marca. Aquestes són les perfeccions que s'han atorgat en la representació de reducció.



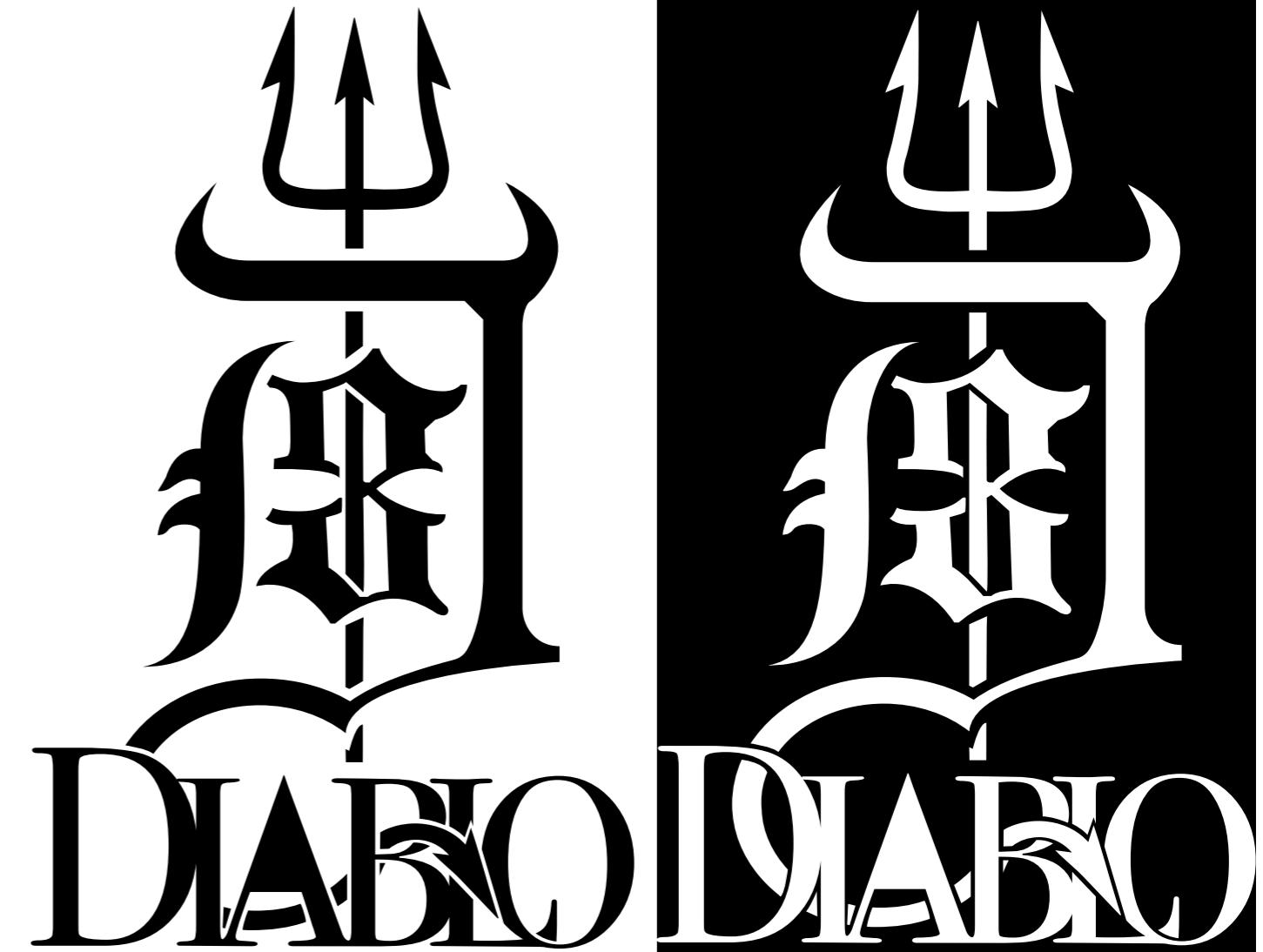
Versions Logotip

Aquestes versions s'han originat per la correcta aplicació en les que tanmateix permeti l'impressió a una sola tinta, podent així escollir el color que sigui més recomanable en cada cas més obtenir una major llegibilitat. L'ús d'aquesta versió estarà igualment regulada amb les mateixes disciplines que apliquem durant el manual corporatiu. D'aquesta forma amb les diverses podrem optar per una o un altre dependent del suport en el qual vagi el nostre isologo.



COLOR

1 TINTA



NEGATIU

B&W

APLICACIÓ DE LA MARCA

CARTELL PUBLICITARI

Amb el procés d'elaboració d'un cartell publicitari el que es pretén és abraçar més quantitat de públic per tal de fer-nos a conèixer per mitjà de diverses formes o sectors. Amb el nostre target present, d'aquesta forma en decantarem per un estil cridaner, i amb prou caràcter per impactar sobre el públic per així poder destacar-nos fàcilment de la competència. Cal remarcar que en el cartell anirà la informació més rellevant de forma que el missatge sigui clar i tingui consistència.

Enfocant-nos en l'àmbit gràfic, primerament, la imatge de fons, extreta d'un banc d'imatges gratuït, és cridaner amb uns colors vius que fan posar la vista sobre ella. Aquesta és la representació de la lava. Elaborada per mitjà d'un procés de renderitzat amb un software 3D. Tota la composició ha sigut treballada amb 1 tinta. Això fa que no n'hi hagi una gran quantitat de colors que provoqui al receptor una distracció de l'element principal, d'aquesta forma eliminem la possibilitat que el missatge quedi difós o poc concís. Un altre aspecte a tenir en compte és la jerarquia en aquesta composició; donant molta rellevància a l'imatge d'aquesta com a element principal. Com a segon punt jeràrquic estaria la informació més rellevant com, l'àmbit de festival elèctric i també les dates i els accessos per mediació de les xarxes. També s'han incorporat en la part posterior diversos artistes de gran prestigi i reconeixement en el sector. Vaig incloure patrocinadors, els quals vaig regir-me també pel renom i reconeixement que otogen. Així donem seguretat i confort al usuari final.



29-30-31
Oct. 2019

¡Reserva ya tus entradas!
www.diablo-festival.com
@diabolfesti



CARTELLERA DE PRO. GRAMACIÓ

Per dur a cap l'elaboració de la cartellera de programació del nostre festival electrònic, s'informen dels dies de les intervencions; dels quals, predeterminats per una franja horària, es reconeixen els diversos artistes que hi participen. L'estructuració d'aquest document és molt rellevant perquè és necessari que es vegi amb netedat i de forma accessible els dies, les hores i els artistes, que en definitiva és l'objectiu principal d'una cartellera. D'aquesta forma el receptor pot saber fàcilment tota la informació més rellevant sobre la programació. Abans de començar amb l'elaboració, hem de tenir present el nostre target; ens regim per un estil cridaner, i amb prou caràcter per impactar sobre el públic per així poder destacar-nos fàcilment de la competència. Cal remarcar que en aquest cas l'informació s'ha de transmetre de forma que el públic final de forma intuïtiva pugui saber quan serà l'esdeveniment, quins dies comprèn, i en quin horari, a més a més dels artistes que hi participaran en cada moment.

Enfocant-nos en l'àmbit gràfic, primerament, la imatge de fons, mostrada anteriorment en el mock-up, funciona de meravella en aquest format i encaixa dins de la nostra representació. Com a segon terme, Aquest projecte està treballat amb 1 tinta. Això fa que el nostre document no és regeixi per una gran quantitat de colors. D'aquesta forma, l'usuari final gaudirà d'un contingut polít, acurat i amb una netedat que no podríem obtenir d'una altra forma; eliminant la possibilitat de què quedes un missatge difós o poc concís. Per tant la composició jeràrquica tindrà molta rellevància en aquesta composició; ja que dependrà d'aquesta quins seran els elements que vulguem destacar o donar més importància. En la part superior esquerra és on està ubicat l'imago tip d'aquesta marca. Tanmateix s'indiquen l'esdeveniment, així com l'ubicació i els dies de l'esdeveniment. A la part central s'indica pormenoritzadament els dies i hores de les diferents actuacions tot indicant el nom del grup o artista.



29.30.31
Oct. 2019

Barcelona
#DiabloFesti

HORARIOS

MARTES 29

21:30
23:45
01:50
04:00

ABELTHE KID · JAVI RIVERA
JP CANDELA
MARTIN GARRIX
FLAIX FM DJ'S

MIÉRCOLES 30

21:30
23:20
01:20
04:30

BRIAN CROSS · TOM STAAR
ROBIN SCHULZ
HARDWELL
EUROPA FM DJ'S

JUEVES 31

20:30
22:20
00:25
02:45

OLIVER HELDENS
AXWELL · INGROSSO
TOMMY DRIKER
THE CHAINSMOKERS

WWW.DIABLO-FESTIVAL.COM

¡Haz tu reserva On-line ya!

OPI PUBLICITARI

Amb el procés d'elaboració de l'OPI publicitari, en la parada d'autobús, el que es pretén és donar la informació referent al festival musical de manera que arribi en qüestió d'una passada, ja que tant la gent que transita a peu com els automòbils que circulin puguin retenir la informació ràpidament. Aquest sistema ha d'estar regit per un estil cridaner, i amb prou caràcter per impactar sobre el públic per així poder destacar-nos fàcilment.

Enfocant-nos en l'àmbit gràfic, primerament, la imatge de fons és reutilitzada, ja que funciona amb les dimensions que ens proporciona aquest format i a més a més amb aquests colors vius que fan posar la vista sobre ella i funciona molt bé. Com a segon terme, tota aquesta composició també està treballada amb 1 tinta per fer que no n'hi hagi un gran excés de colors, fent net el missatge per una millor recepció del públic. Un altre aspecte a tenir en compte és la jerarquia en aquesta composició; ja que en eludir els colors s'ha de tenir molta més cura de cada un dels elements i la forma en el qual els distribueixen. En aquesta composició donem principalment rellevància a l'imatotip del festival electrònic. A continuació l'informació de més rellevància: l'àmbit de festival i gènere electrònic i en aquest cas, dins de la composició, s'han incorporat en la part posterior els patrocinadors. A més a més en la part posterior he col·locat diversos artistes de gran prestigi i reconeixement en el sector. La part inferior també n'hi ha la pàgina web i les xarxes socials.



BANDEROLA PEL FANAL

La particularitat més rellevant de la banderola es que es un element que es col·loca en la part superior dels fanals, aquesta particularitat fa que el format sigui molt estret en comparació a l'altura que té. Un altre factor a tenir en compte és que, per un cantó, la visibilitat, ja que, sempre estarà en un punt elevat i el receptor el veura desde una alturra considerable. l'altre factor, que va molt de la mà amb l'anterior mencionat es la llegibilitat que ofereix amb el format respectiu.

El que es preten es donar la informació referent al festival musical de manera que arrixi en questió de una pasada, ja que tan la gent que transita a peu per la zona, com els automòbils que hi circulin pugin retenir aquesta informació rapidament. Per tal de que aixo funcioni a d'estar regit per un estil cridaner, amb el suficient caràcter com per d'impactar sobre el públic per així poder destacar-nos facilment.

Graficament parlant com a primer terme tenim la imatge de fons es reutilitzada en les anteriors composicions, ja que funciona amb les dimensions que ens proporciona aquest format i realitza el projecte amb aquests colors vius que fan posar la vista sobre ella i funciona molt bé.

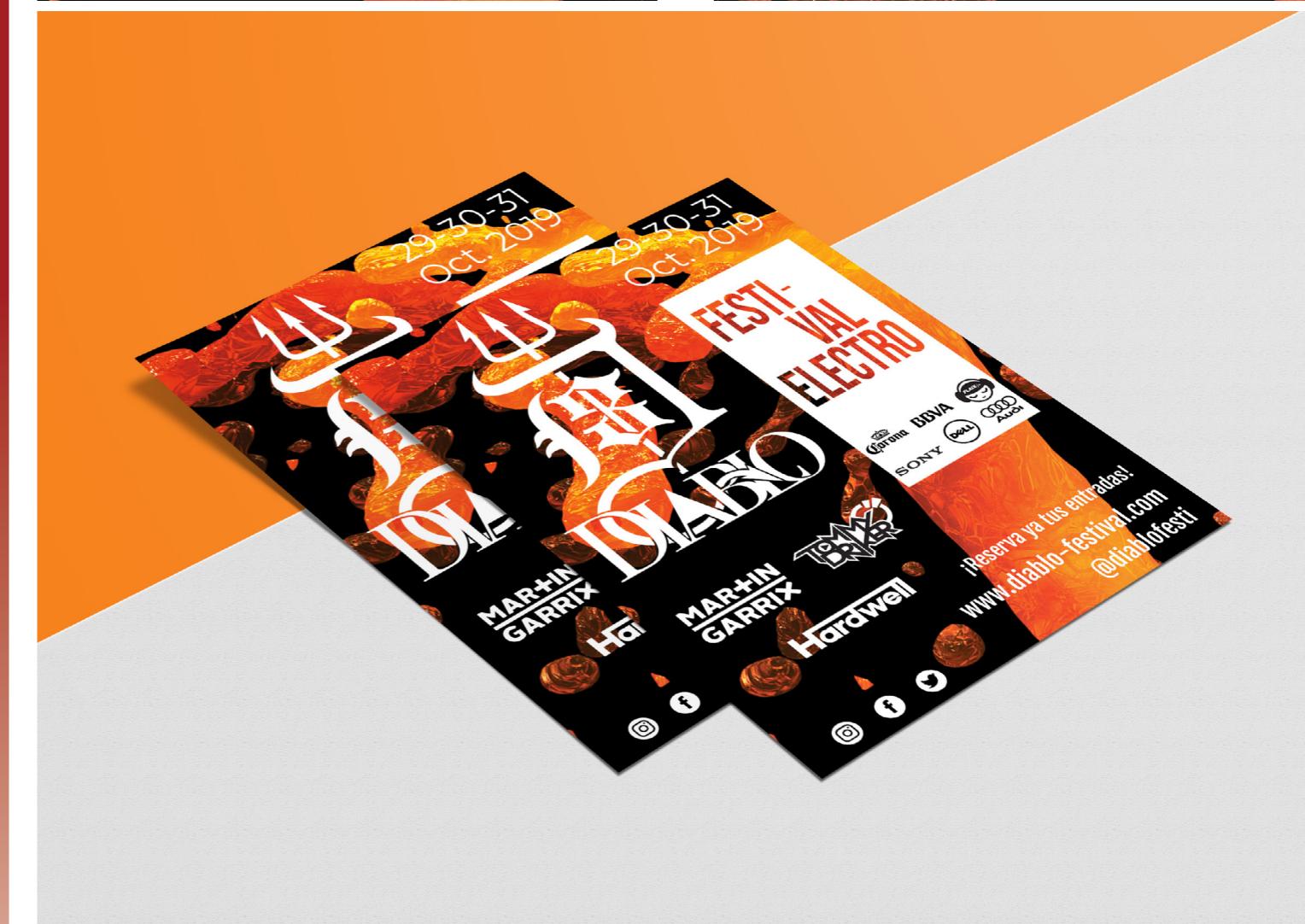
Com a segon terme, tota aquesta composició també està treballada amb 1 tinta per fer que no n'hi hagi una gran excess de colors, donant netesa al missatge per una millor recepció del públic.

La jerarquia en aquesta composició agafa molta rellevància en la composició; ja que al eludir colors s'ha de tenir molta més cura de cada un dels elements i la forma en el qual els distribuixen. En aquesta rellevància principal es clarament l'imatotip del festival electronic. A continuació la informació mes del festival de més rellevància: l'àmbit de festival, i genere electronic. En aquest cas, dins de la composició, s'han incorporat en la part posterior els patrocinadors. A més a més de col·locar diversos artistes de gran prestigi internacional en el sector. La part inferior també n'hi ha la pagina web per realitzar les reserves i compres de les entrades, a més de les xarxes socials de la marca.



FLYER PUBLICITARI

En pensar com elaborar el flyer publicitari, vaig caure en què és un document el qual tens a sobre i pots revisar les vegades que vulguis. Tenint aquesta premissa en compte vaig pensar que aquest podia ser el document el qual abraçés la propaganda o publicitat del flyer i a més a més la programació d'aquesta en la part d'oposada. Amb el nostre target present, hem de regirn't-nos per un estil cridaner, i amb la prou caràcter per a impactar sobre el públic per així poder destacar-nos fàcilment de la competència. Cal remarcar que en el cartell anirà l'informació més rellevant de forma que el missatge sigui clar i tingui consistència.



BANNER PUBLICITARI

Per poder dur a cap el bàner publicitari destinat a una pàgina web, vaig estar indagant per internet com s'utilitzava el software d'Adobe After Effects per poder fer que aquest fos un document animat en format GIF (.gif). No tenir nocions prèvies tant d'aquest programa de vídeo, com de format la forma de guarda-lo i com es creava va posar una dificultat afegida dins de l'elaboració d'aquest.

Tenint aquesta premissa en compte vaig pensar que aquest document l'era el que me- nys informació pertinent al festival comprenia. Amb el nostre target present, hem de regir-nos per un estil cridaner, i amb prou caràcter per impactar sobre el públic per així poder crear un format que destaque fàcilment. Cal remarcar que en el cartell no anirà cap informació sobre l'esdeveniment sinó que t'incitarà a accedir-hi i saber més d'aquest. Gràficament parlant l'element que més impacta perquè te interacció és a l'element del fons el qual es foc afegint moviment a les flames. A més a més aquest té una frase en angles que diu: "Ready to enjoy? Click here" de manera que inciti a l'emissor a accedir-hi.



