

COLDPLAY



Guía de estilo

Guía de estilo

COLDPLAY

En el año 2000 Coldplay lanzó su primer álbum de estudio, *Parachutes*, del que fue especialmente exitoso su single *Yellow*, que rápidamente subió posiciones en las listas musicales. Con este álbum realizaron su primera gira que incluyó una actuación en el festival Glastonbury. El álbum se situó a la cabeza de las listas de venta británicas e incluso recibieron una nominación a los Premios Mercury. El éxito obtenido en su país natal les llevó a probar suerte en el mercado estadounidense en el que, aunque al principio no lograron un éxito inmediato, alcanzaron el doble disco de platino en cuanto a ventas y recibieron el Premio Grammy a Mejor Álbum de rock alternativo.



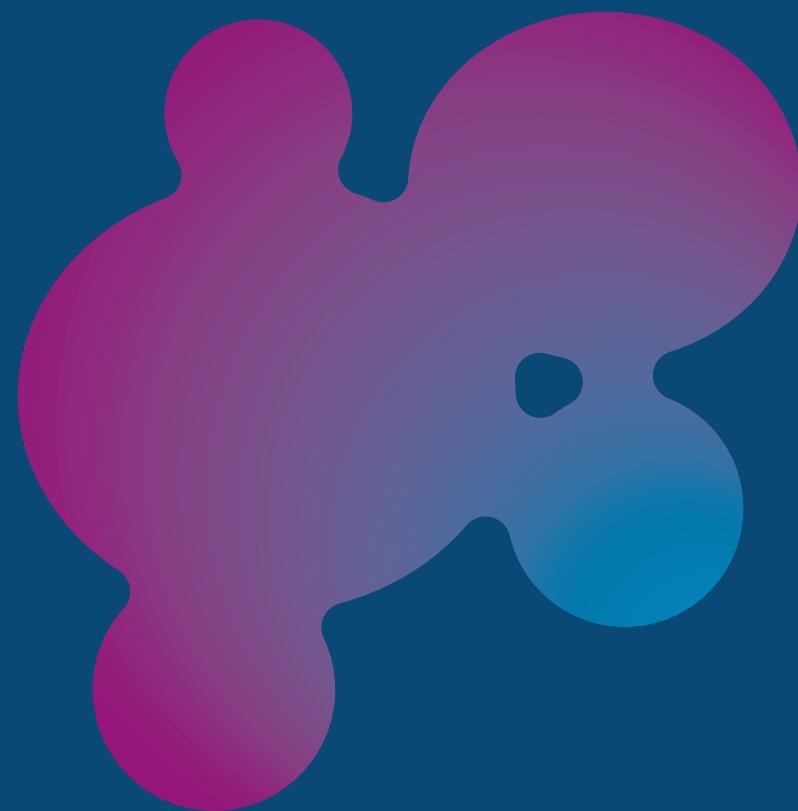
SUMARIO



GUIA DE ESTILO COLDPLAY	3
ESENCIA DE LA MARCA	7
Valores	8
Activos de la marca	14
SIGNIFICADO DEL ÍCONO	15
ELEMENTOS QUE CONSTRUYEN UNA MARCA CONSISTENTE	16
Colores	17
Colores primarios	18
colores secundarios	19
Elemenos de apoyo	20
Pictografía	21
Fondos	23
Tipografías	26
Estilo fotográficos	28



Esencia de la marca



VALORES

AMOR



El amor es una fuerza vital y esencial, es un sentimiento que trasciende el cielo y conecta a toda la humanidad, transmite seguridad, tranquilidad y consuelo. El amor se puede brindar no solo de manera romántica a amigos, familia o una pareja, si no también un amor propio.

VALORES

CIELO

El cielo es una representación de lo espiritual, la esperanza, la ilusión e incluso el amor profundo y como este trasciende el cielo. En forma física el manto atmosférico que recubre el planeta.

VALORES

UNIVERSO

El universo es un concepto que muchas veces es muy complejo y se puede referir a varios aspectos, en sus temas el universo es una conexión de amor entre dos personas, puede representar la trascendencia del amor a pesar de los problemas o diversas barreras que se puedan llegar a enfrentar. El universo nos muestra una belleza infinita que nos permite tener una experiencia única.

VALORES

LUNA

La luna, inmensa y con una luz natural que ilumina hasta el camino más oscuro, así como el amor la luna tiene la capacidad de brindar esperanza, está relacionada con lo espiritual y la esperanza, en el álbum Moon music se utiliza como una conexión entre el cielo y la tierra.

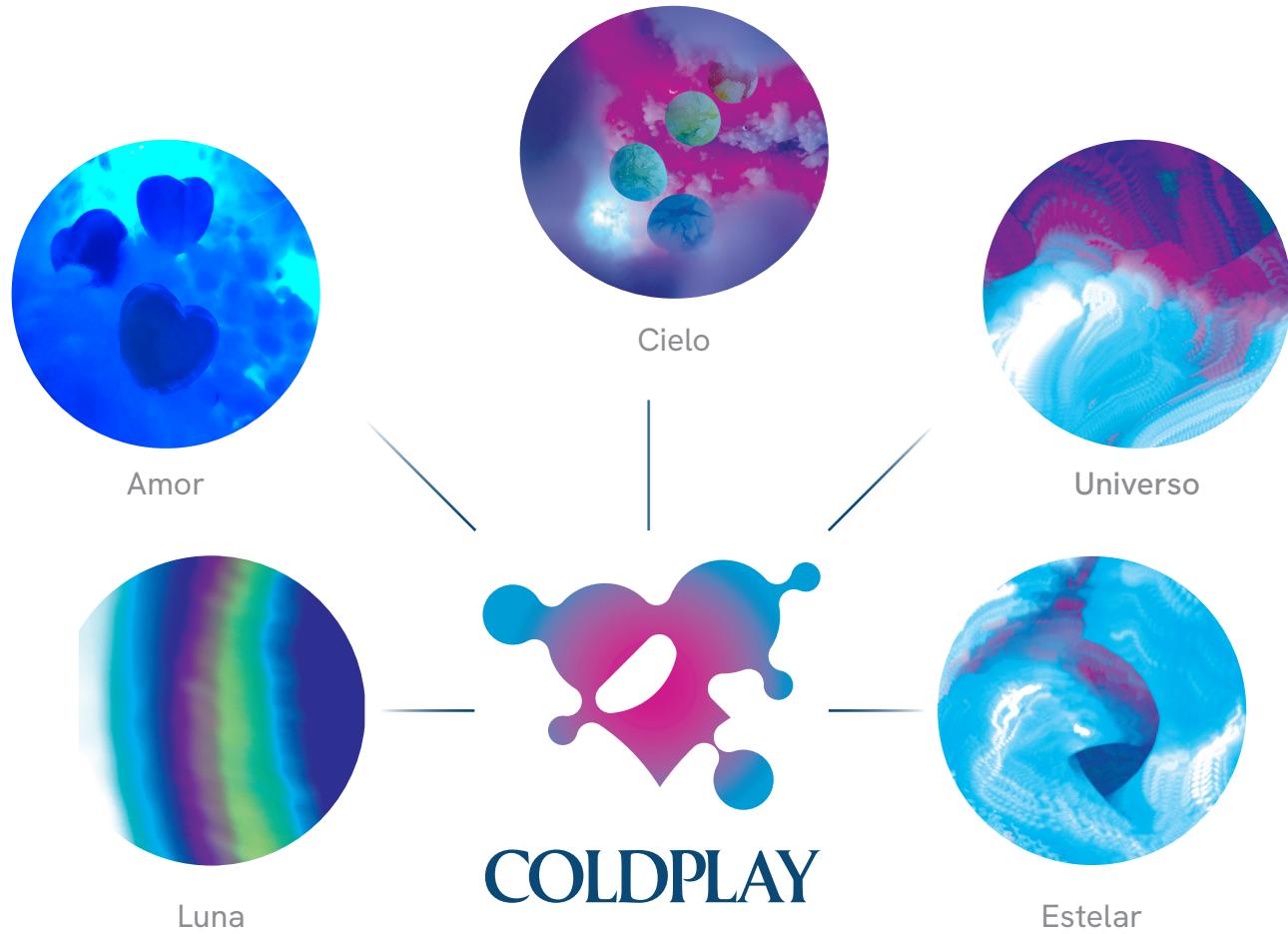
VALORES

ESTELAR



Estelar, muchas veces una palabra que abarca mucho, pero lo estelar es la belleza de lo universal, para el grupo Coldplay lo estelar se relaciona bastante con lo que es el amor, la esperanza y la conexión que existe debido a este mismo.

VALORES

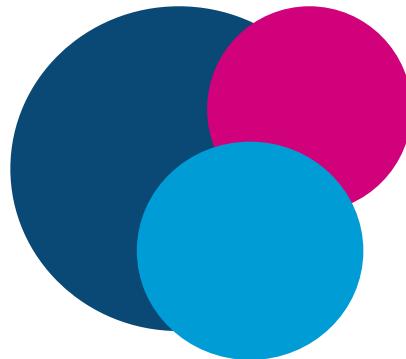
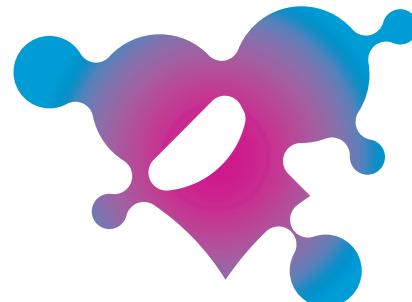


COLDPLAY

Un grupo que transmite emociones tan profundas, asume una postura permanente donde se explora el amor y estelaridad.

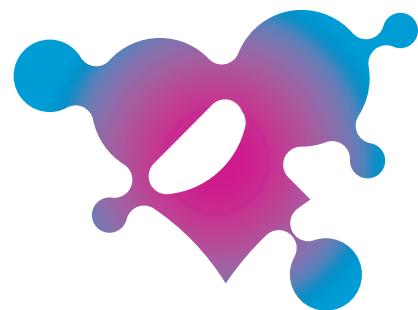
ACTIVOS DE LA MARCA

COLDPLAY

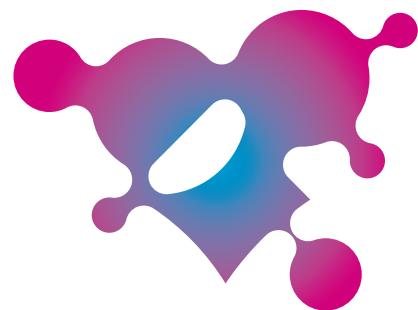


Así, logotipo, icono (corazon) y colores del grupo son nuestros fundamentos visuales, los puntos de apoyo de la identidad visual Coldplay. Vale resaltar que entre los objetos de esta guía, está en uso consistente, adecuado y seguro de los activos del grupo. Es imprescindible que nosotros la sigamos.

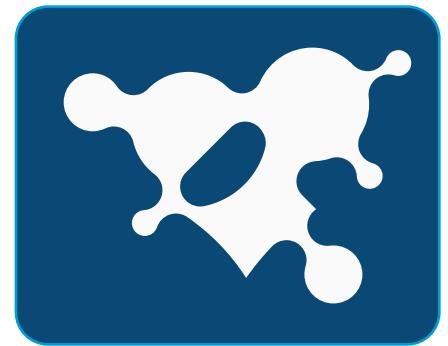
SIGNIFICADO DEL ÍCONO



2 colores (positivo)
(principal celeste)



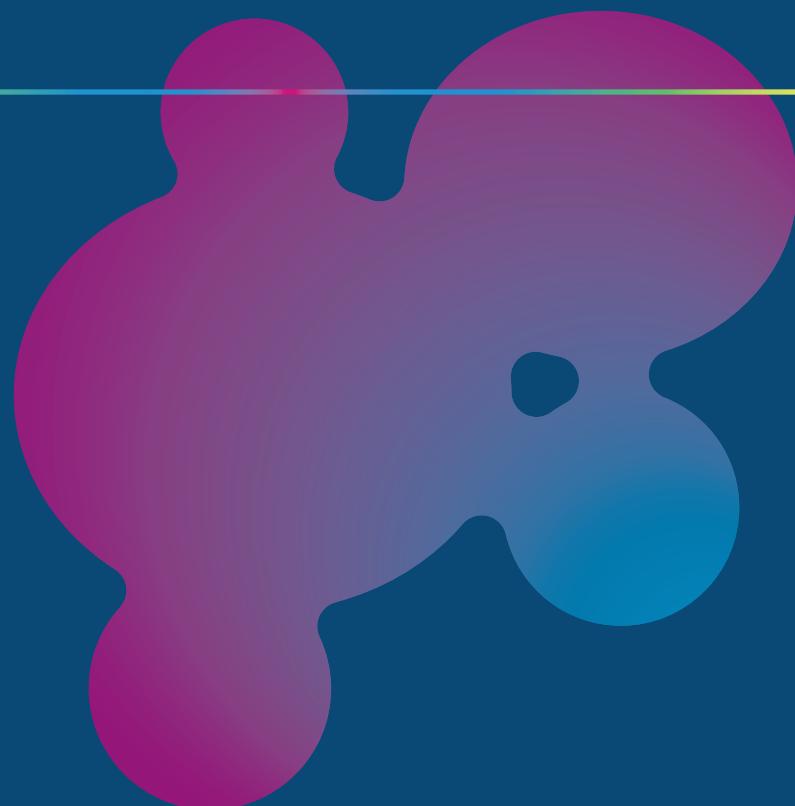
2 colores (positivo)
(principal rosa)



1 color (negativo)

El ícono corazón, tiene como significado, las conexiones que existen por el amor, como estas conexiones pueden atravesar el mundo, cielo o universo.

Elementos que construyen una marca consistente

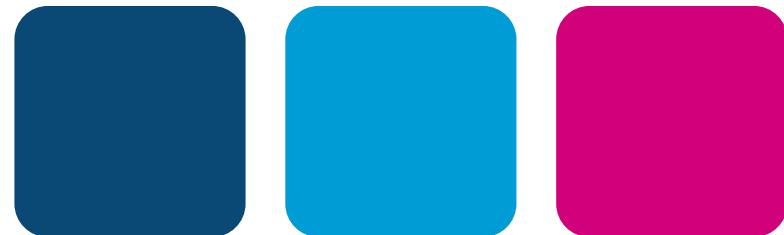




ELEMENTOS QUE CONSTRUYEN UNA MARCA CONSISTENTE

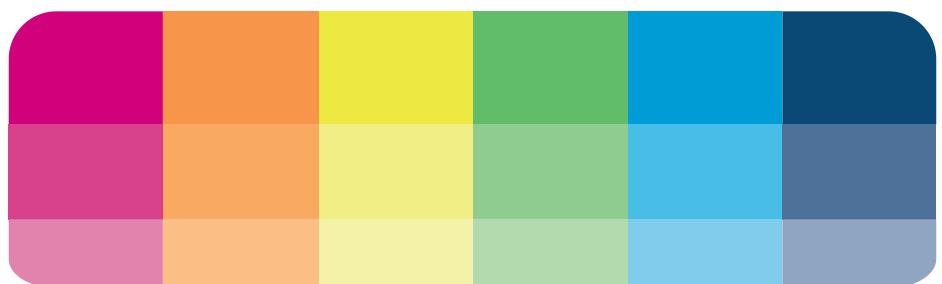
COLORES

Primarios



Los colores primarios integran nuestros activos de la marca y tienen que estar siempre en nuestra comunicación.

Secundarios



Los colores secundarios provienen de un símbolo muy marcado del grupo Coldplay, un arcoíris, al igual que provienen del ícono corazón. Estos colores dan soporte a todo lo relacionado con la marca.

Tonos de gris



La paleta de gris da apoyo a los colores primarios y secundarios.

COLORES PRIMARIOS

PANTONE P 108-15 C

r17 g77 b119
c83 m43 y0 k50

PANTONE P 115-16 C

r0 g145 b207
c100 m0 y0 k12

PANTONE P 75-16 C

RGB 209 0 114
CMYK 0 100 0 12

Nuestros colores primarios son constitucionales. Se deben mantener presentes en la comunicación externa.

En la comunicación interna, deben combinarse los secundarios, de manera cuidadosa.

COLORES SECUNDARIOS

Degradé



El degradé es para proporcionar detalles, en algunos elementos de apoyo.

Paleta secundaria

La paleta secundaria está conformada por los colores de un arcoíris a excepción del rojo, dan una combinación vibrante con los colores primarios.

PANTONE P 75-16 C RGB 209 0 114 CMYK 0 100 0 12	PANTONE P 24-7 C RGB 242 142 32 CMYK 0 52 91 0	PANTONE P 166-7 C RGB 242 231 46 CMYK 9 0 86 0	PANTONE P 148-6 C RGB 104 183 93 CMYK 63 0 79 0	PANTONE P 115-16 C RGB 0 145 207 CMYK 100 0 0 12	PANTONE P 108-15 C RGB 17 77 119 CMYK 83 43 0 50
PANTONE P 75-15 C RGB 215 59 133 CMYK 0 86 0 10	PANTONE P 24-5 C RGB 247 173 91 CMYK 0 39 69 0	PANTONE P 166-5 C RGB 244 238 127 CMYK 7 0 61 0	PANTONE P 148-4 C RGB 155 203 139 CMYK 46 0 57 0	PANTONE P 115-13 C RGB 99 191 230 CMYK 57 0 0 7	PANTONE P 108-13 C RGB 92 122 159 CMYK 57 30 0 34
PANTONE P 75-13 C RGB 228 137 177 CMYK 0 57 0 7	PANTONE P 24-3 C RGB 250 195 136 CMYK 0 29 51 0	PANTONE P 166-3 C RGB 246 243 171 CMYK 5 0 43 0	PANTONE P 148-2 C RGB 191 220 175 CMYK 31 0 40 0	PANTONE P 115-12 C RGB 150 208 238 CMYK 42 0 0 5	PANTONE P 108-10 C RGB 161 176 202 CMYK 31 16 0 19

Tonos de gris

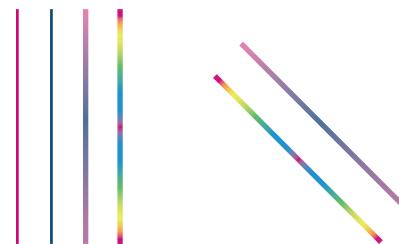


Los tonos de gris brindan un soporte a los colores primarios y secundarios.

ELEMENTOS DE APOYO

Los elementos de apoyo tienen la función de dar apoyo a los materiales constitucionales, al igual que estandarizar la creación de diversos elementos.

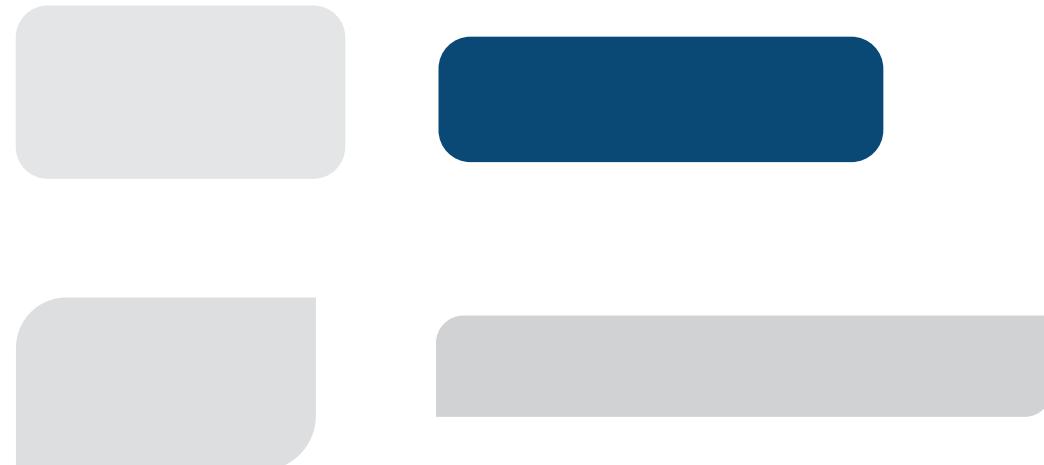
Adornos



Arcoíris



Pastillas para textos



PICTOGRÁFIA



3 colores (positivo)



3 colores (positivo)



1 color (positivo)



Familia y versiones



La función de los pictogramas es crear una comunicación mas didáctica entre el producto y el consumidor, de esta manera se reforzara la identificación de la marca.



1 color (negativo)



Los soportes con los colores primarios brindan un sistema pictográfico único para Coldplay.

PICTOGRÁFÍA

Construcción

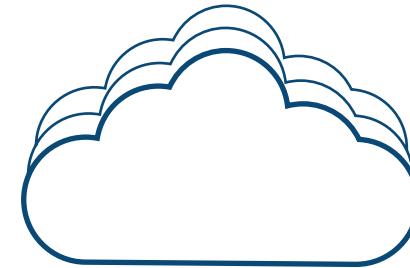
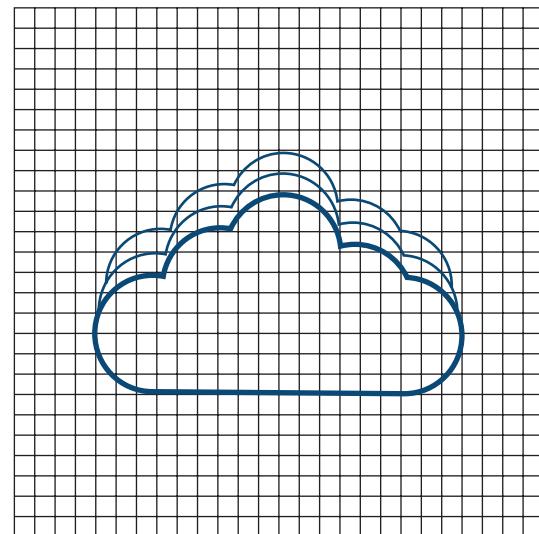
La creacion de pictogramas surgen según el surgimiento de nuevas necesidades, nuevas publicidades y/o productos, esto para mantener una estandarizacion, se deben seguir las reglas de construccion que se muestran.

- Flat design

El espesor de la línea del contorno externo del ícono debe ser siempre .

El espesor de las linea sobre el contorno externo del ícono debe ser siempre .

25x



Para la creación de pictogramas, debemos seguir ese modelo de construcción basado en una malla gráfica de 25x25 cuadros.

25x
La medida de cada cuadro es x y debe ser siempre utilizada para definición de los espesores de las líneas.

FONDOS

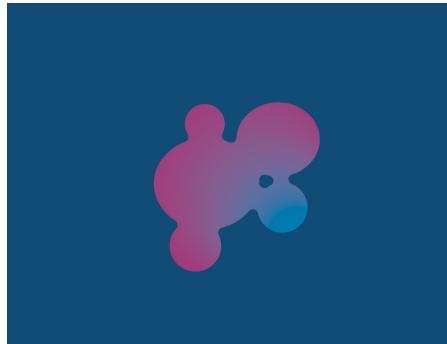


Primario (cono logotipo)

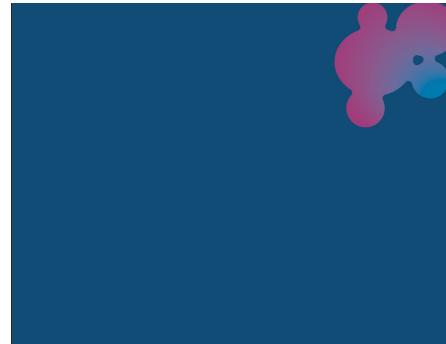
El fondo primario es el institucional.

Se trata de un color sólido lo que resalta el logo, mientras el fondo contiene menos detalles, el logo que tiene un poco mas de detalles, resalta generando un equilibrio.

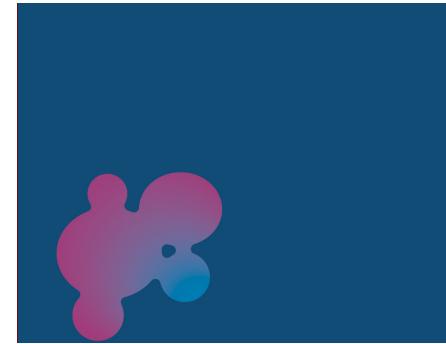
FONDOS



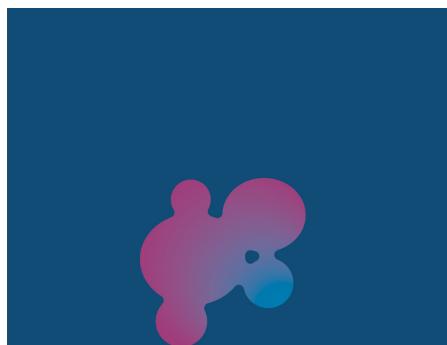
Centralizado



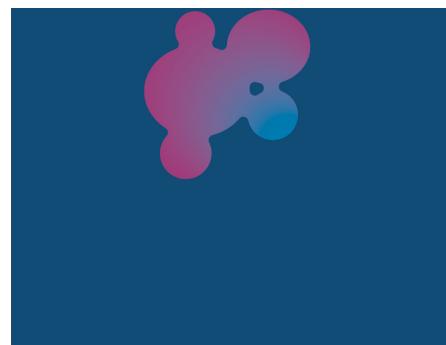
Superior derecho



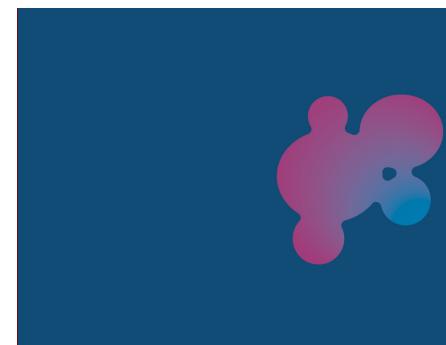
Inferior Izquierdo



Centralizado inferior



Centralizado superior



Centralizado derecha o izquierda

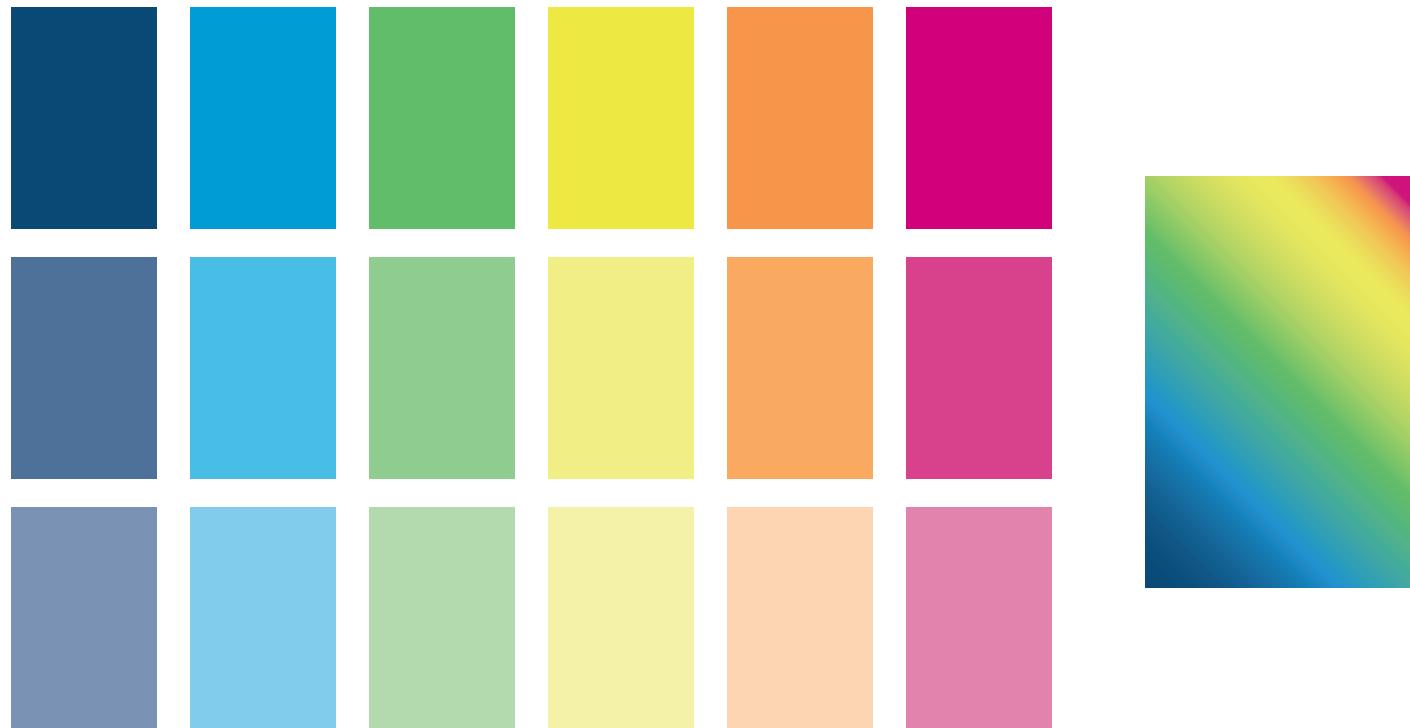
Primario (con derivado de logotipo)

El azul trae calma, y el derivado del logotipo genera esas conexiones que expresan los temas de Coldplay, ambos juntos son un recurso que garantiza personalidad al momento de comunicar.

Se puede trabajar el fondo aplicando el derivado en distintas posiciones.



FONDOS



Colores complementarios

El papel de los fondos de colores complementarios es dar vida y consistencia a la comunicación.

Con ellos, se tiene la libertad para crear cuando surjan materiales nuevos. Los fondos provienen de la paleta praria y secundaria.

TIPOGRAFÍAS

Guía de estilo
COLDPLAY

REFORMA 1918

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Tipografía primaria

Las variaciones de la tipografía primaria, Reforma 1918, debe ser utilizada en títulos e información de destaque. No se debe utilizar para masas de texto para no crear una irregularidad con el estilo.

Variaciones

Reforma 1918 Blanca
Reforma 1918 Blanca Italica
Reforma 1918 Gris
Reforma 1918 Gris Italica
Reforma 1918 Negra
Reforma 1918 Negra Italica

Reforma 1969
Reforma 2018

TIPOGRAFÍAS

Mabry Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Variaciones

Mabry Pro Regular
Mabry Pro Medium
Mabry Pro Bold

Tipografías secundarias

Las variaciones de la tipografías secundarias, Mabry Pro y Hk Grotesk, tienen que ser utilizadas para textos de apoyo- continuos, subtítulos, descriptivos y leyendas.

Puede también usarlas en títulos cuando el texto es formal.

Hk Grotesk

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Variaciones

Hk Grotesk Thin
Hk Grotesk Thin Italic
Hk Grotesk ExtraLight
Hk Grotesk ExtraLight Italic

Hk Grotesk Light

Hk Grotesk Light Italic

Hk Grotesk Regular

Hk Grotesk Italic

Hk Grotesk Medium

Hk Grotesk Medium Italic

Hk Grotesk SemiBold

Hk Grotesk SemiBold Italic

Hk Grotesk Bold

Hk Grotesk Bold Italic

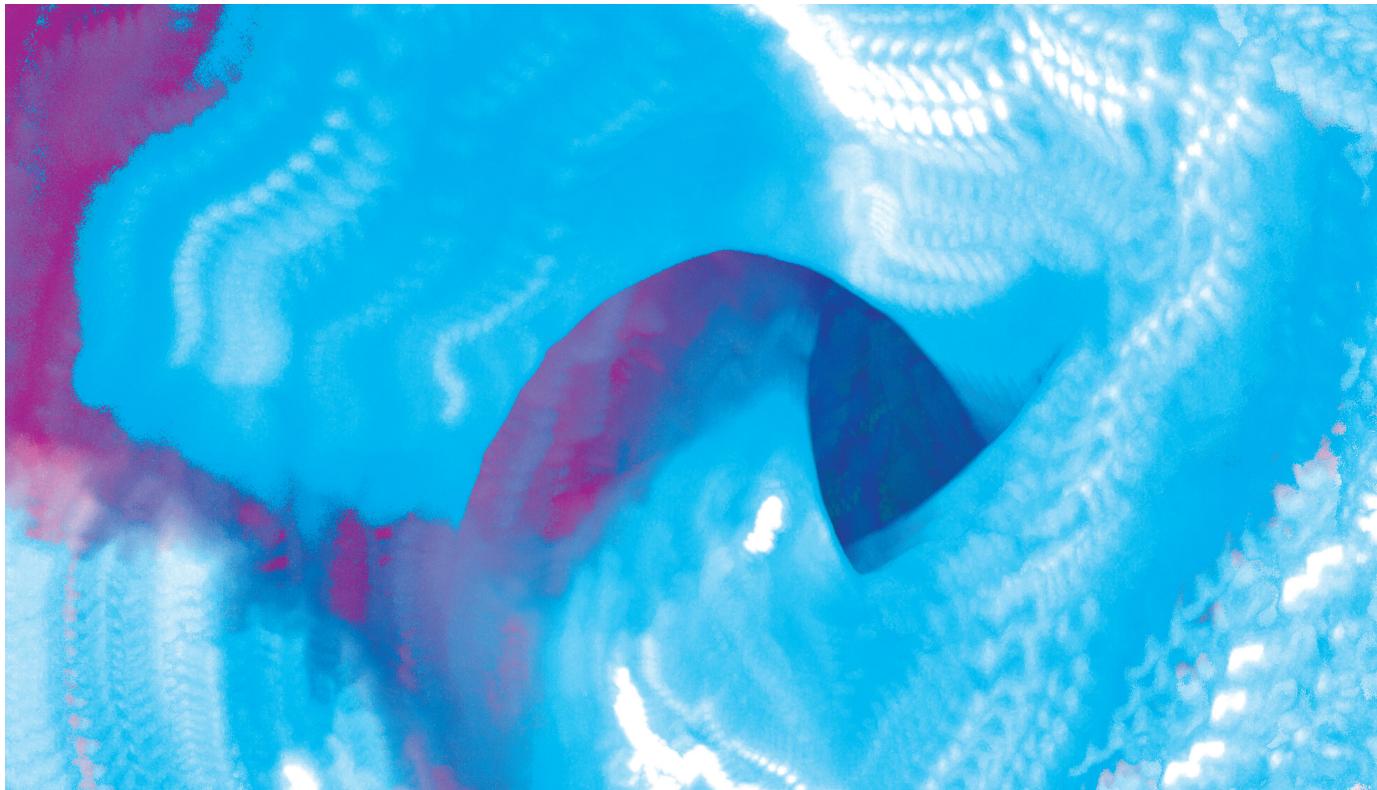
Hk Grotesk ExtraBold

Hk Grotesk ExtraBold Italic

Hk Grotesk Black

Hk Grotesk Black Italic

ESTILO FOTOGRÁFICO



FOGRAFÍA EMOCIONAL

Tratamiento preferencial

El tratamiento preferencial es para lo que es constitucional. Con él, queremos que el mensaje esté cargado de conexiones, amor y serenidad.

1. Las tonalidades de azules deben predominar en la composición.
2. Es importante que la composición tenga algunos elementos en naranja.