

Branding

ÍNDEX

3 La Marca

- 3 Història de la Marca
- 4 Interessos, expectatives, comportament, valors
- 5 To
- 6 Paraules Clau
- 7 Eslògan

8 Paleta de Colors

- 8 Paleta de Colors
- 9 Guies d'Ús

10 Sistema de Logo

- 10 Logotip
- 11 Logo de Cos Complet
- 12 Jerarquia d'Ús

14 Guies del Logo

- 14 Format
- 15 Escalat
- 16 Espai de seguretat

19 Tipografia

- 20 Guies
- 21 Titulars
- 22 Text del Cos
- 23 Exemples

24 Elements de Marca

- 25 Logotip amb Dimensions
- 26 Pins
- 27 Patrons
- 28 Enganxines
- 29 Gots
- 30 Xarxes Socials

ACTUALITZAR INDEX AL ACABAR
+ corregir faltes

HISTÒRIA DE LA MARCA

El nom del projecte, "BLU", és un acrònim que significa Bringing Life Uniqueness. Aquest nom reflecteix la missió i visió del projecte, posant èmfasi en la idea de portar una experiència diferenciada.

Blu. És un treball de fi de grau que explora diferents àmbits relacionats amb la creació d'un esdeveniment cultural centrat en artistes emergents locals, amb un element diferenciat clau que ofereix una performance real on presentar els seus projectes audiovisuals i artístics. El projecte es divideix en diversos apartats claus: la perspectiva històrica i cultural, màrqueting, disseny, producció, aspectes legals, organització i mètodes; descobrint la interacció entre els espectadors des d'una perspectiva cultural.

El principal objectiu d'aquest projecte és desenvolupar la identitat visual d'una marca personal per al nostre esdeveniment cultural, el qual volem que sigui un esdeveniment anual, incloent-hi totes les seves aplicacions visuals i comunicatives. El públic objectiu del projecte "Blu" es defineix per dos segments principals, cada un amb característiques i interessos específics:

Interessos

- Art contemporani
- Música en viu
- Cinema independent
- Exposicions d'art
- Festivals culturals
- Noves tendències creatives
- Tallers i activitats interactives
- Música
- Tendències en el món de l'art
- Networking amb altres persones
- Disseny gràfic i comunicació
- Projectes de col·laboració

Expectatives

- Espais on descobrir artistes emergents
- Oportunitats d'interacció amb els creadors
- Ambient dinàmic i acollidor
- Contingut original i innovador
- Activitats que fomenten la participació activa

Comportament

- Actius a les xarxes socials
- Participen en esdeveniments culturals i artístics
- Busquen experiències úniques i immersives
- Comparteixen les seves experiències en línia
- Interactuen amb artistes i creadors

Valors

- Col·lectiu / col·laboratiu
- Interactiu
- Coneixement / aprenentatge
- Innovació
- Transparència
- Diversitat
- Inclusiu
- Local
- Suport / solidari (cap als artistes)
- Compartir

TO

El projecte "Blu" ha de comunicar-se amb un to que reflecteixi la seva essència cultural i creativa, alhora que sigui accessible i atractiu per al seu públic objectiu. En primer lloc, el llenguatge ha de ser creatiu i inspirador, evocant la originalitat i la imaginació. És important utilitzar metàfores visuals i imatges evocadores que connectin els lectors amb l'art i la cultura. Al mateix temps, el to ha de ser acollidor i inclusiu, fomentant un ambient de comunitat on tothom se senti benvingut. Expressions com "tots són benvinguts" ajudaran a transmetre un missatge de diversitat i inclusivitat.

D'altra banda, és fonamental mantenir un enfocament informatiu i professional, proporcionant informació clara i concisa sobre l'esdeveniment. Aquest aspecte demostrarà serietat i facilitarà que el públic entengui millor els detalls rellevants, com ara les actuacions i els artistes participants.

El to també ha de ser dinàmic i modern, reflectint les tendències contemporànies i la cultura juvenil. Utilitzar un llenguatge actual i fresc, amb referències a les noves tendències digitals, contribuirà a atraure un públic més jove i connectat.





PARAULES CLAU

Artistes emergents

Difusió digital

Coneixement creatiu

Performance

Projecte sinèrgic

Eslògan

“Un món únic, un [art]/[talent]/[projecte] compartit”

Aquest eslògan busca transmetre la idea de compartir els projectes emergents dels artistes amb tots els participants. Convida el públic a apreciar el present, a viure intensament i a buscar la singularitat de l'esdeveniment. L'objectiu és crear records que perdurin i fer que cada participant se senti part d'una experiència exclusiva, col·laboradora i transformadora, exhibint així artistes locals amb projectes emergents.

Paleta de Colors

La nostra paleta de colors és basa en tons càlids, per transmetre proximitat el projecte. Aquest conjunt de colors ens permet crear una identitat visual adequada per l'audiencia a la qual ens dirigim ja que busquem crear un àmbient familiar i pròxim.

Com a recurs visual, utilitzem degradats de la mateixa paleta dels colors principals barrejats amb alguns colors secundaris, utilitzant així colorsfreds per donar un contrast i vívacitat al disseny.

Per cada color, s'indiquen els codis hexadecimals, RGB i CMYK per garantir la seva precisió en suports digitals i impresos.

GROC

C: 0 M: 35 Y: 85 K: 0

R: 251 G: 176 B: 64

HEX: #FBB040

TARONJA

C: 0 M: 80 Y: 95 K: 0

R: 241 G: 90 B: 41

HEX: #F15A29

FUCSIA

C: 10 M: 100 Y: 59 K: 0

R: 218 G: 29 B: 83

HEX: #DA1D53

ROSA

C: 0 M: 95 Y: 20 K: 0

R: 238 G: 42 B: 123

HEX: #EE2A7B

CREMA

C: 4 M: 4 Y: 21 K: 0

R: 244 G: 237 B: 206

HEX: #F4EDCE

NEGRE

C: 74 M: 62 Y: 62 K: 59

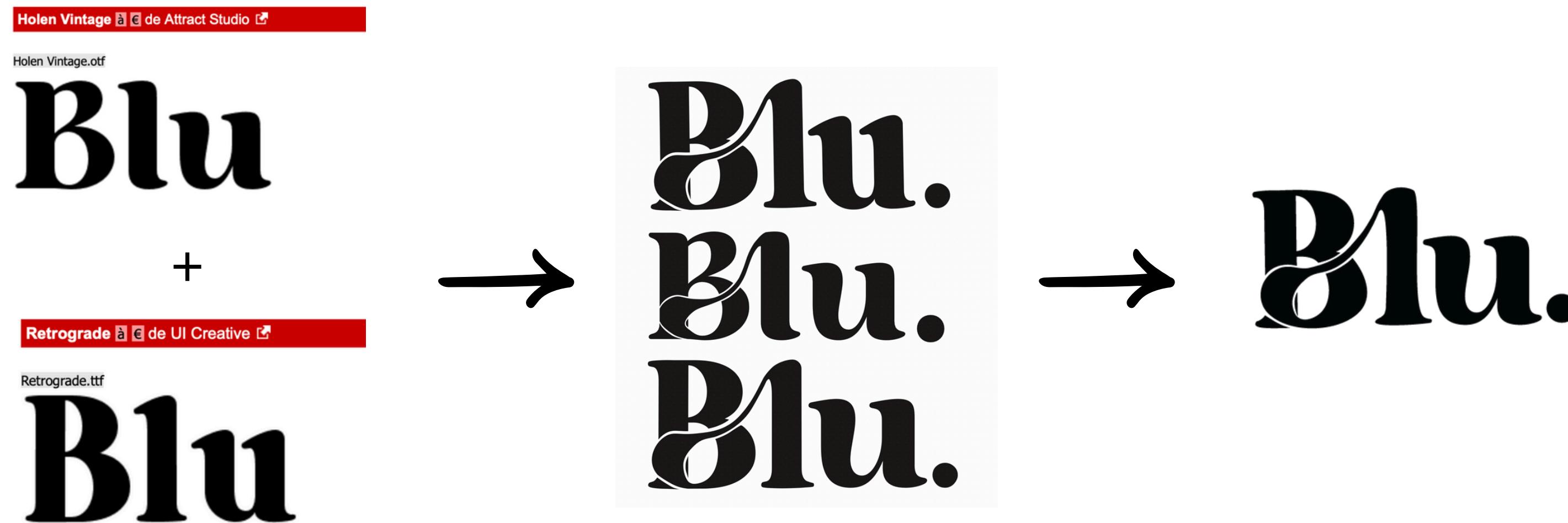
R: 43 G: 51 B: 51

HEX: #2B3333

Sistema del logo

El logotip està construït amb diferentes tipografies que les hem modificades per tal de que tinguin una sintònia entre elles. Els colors empleats són els de la paleta de colors mentre que, depenent d'on sigui possionat, aquests colors poden variar per millorar la seva llegibilitat.

El logotip complet amb el eslògan s'utilitzarà en espais on hi hagi suficient aire perquè no sigui tant asfixiant.



Incloure isotip?? + construcció + explicació

LOGOTIP

Totes les seves variacions segons la seva utilitat.

Blu.

Blu.



FORMAT

Utilitzarem els següents formats pels diferents aplicatius que volem constituir el nostre logo, perquè cada format té la seva funció:

PNG

Si necessitem imatges sense fons, aquesta es una bona opció encara que per impressió no ens serveix. Ens pot servir per la pàgina web, presentacions, capçaleres en documents, fotos de perfil i portades a xarxes socials.

SVG

És una bona opció per a la impressió. És un arxiu vectorial que guardarà la màxima qualitat així doncs el farem servir per targetes, posters, enganxines (material d'impressió), *merchandising*, etiquetes.

EPS

És el format gràfic per a arxius vectorials com illustrator. L'utilitzarem per a la impressió i edició com són pels fulletins, tarjetes, pòsters, adhesius i *merchandising*.

JPEG

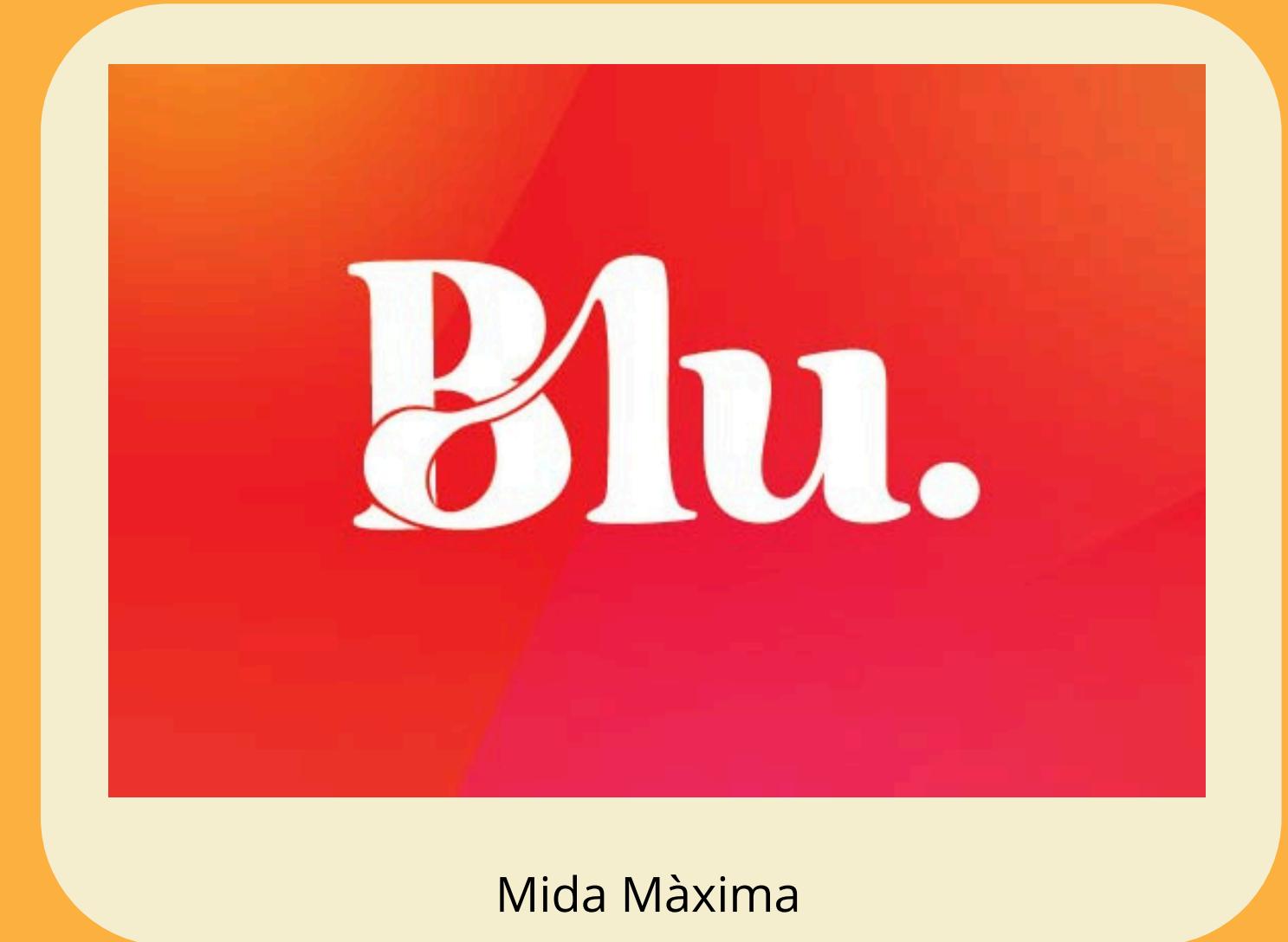
Aquest format ens serveix per a imatges o fotografies de qualitat, on els colors són òptims i la seva compresió ajuda a que aquest tipus de format no ocipi molt espai sense pèrdua de dades. Ens servirà per a fotografies, la pàgina web, xarxes socials, correus electrònics i documents digitals.

ESCALAT

L'escalat varia segons l'ús que li volguem donar. Per exemple una versió més complerta de logo + el tagline haurà d'anar en espais on es visualitza bé, ho sigui, ha de ser d'una mida considerable. Mentre que la versió més petita pot anar a aplicacions petits, ja que la seva reducció farà el logoyip visible de totes maneres.



Mida Mínima



Mida Màxima

ESPAI DE SEGURETAT

Hem d'assegurarnos que l'espai de seguretat sigui clar, ja que si tenim un disseny càrregat, ha de proporcionar al logo el seu propi espai.



Fer el mateix pero amb el nostre logo, fer servir X o Y, o el mateix punt (.) .

TIPOGRAFIA

Hem considerat redissenyar el logotip i la tipografia per aconseguir aplicacions més senzilles i clares, que reflecteixin l'evolució de l'esdeveniment.

Això donarà a la marca una imatge més professional i adaptada a la ubicació seleccionada per a aquesta primera edició.

Hem fet servir 2 tipografies les quals hem modificat perquè s'adaptés al que buscàvem, en el logo. Pels títols i el cos, hem fet servir una altra tipogràfia aclaridora i que encaixés amb la marca.

GUIES

Farem servir el format en negreta pels títols, de menys de 30 caràcters.

Farem servir el format mitjà o petit pel text del cos, no té mínim de caràcters encara que en format mitjà s'utilitzarà en menys de 30 caràcters.

TÍTOLS

Hem fet servir la tipografia *Arsenica* pels títols.

TEXTOS

Hem fet servir la tipografia *Open Sans* pels textos.

ARSENICA

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

OPEN SANS

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

EXEMPLES

TÍTOL

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

ELEMENTS DE MARCA

LOGOTIP AMB DIMENSIONS

El logotip amb algunes de les seves variants que anirà a les aplicacions següents.

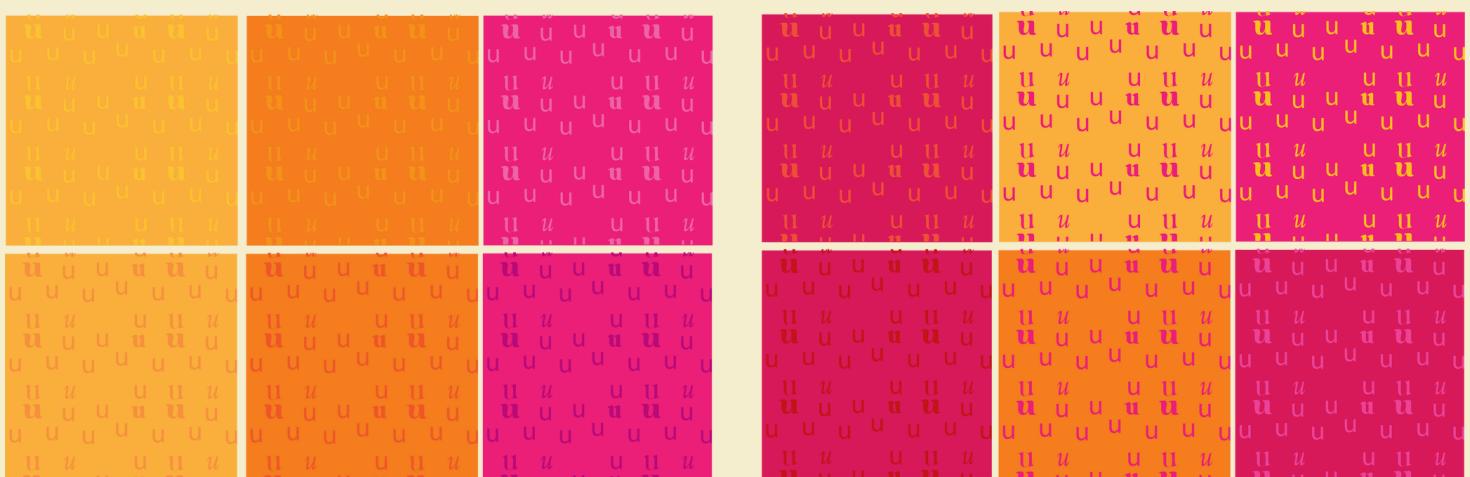
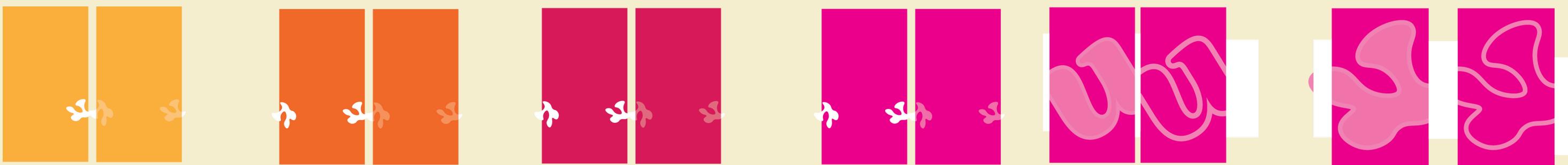
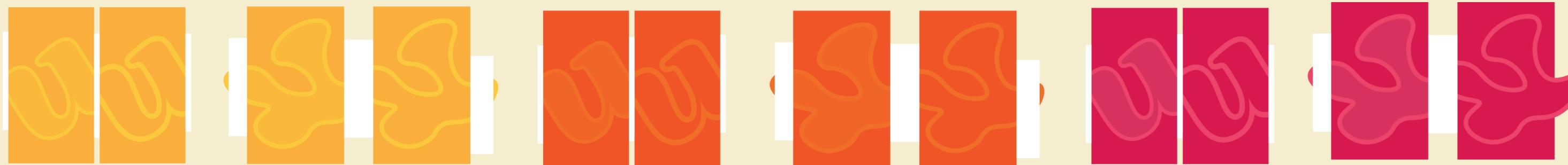
Incloure isotip.



PINS

Tornar a fer, no sempre logo i ja.

PATRONS



Perquè no es posa bé les u i la imatges sobresurten??



ENGANXINES

Tornar a fer, no sempre logo i ja.

GOTS

Tornar a fer, no sempre logo i ja.

XARXES SOCIALS

Exemple de xarxes amb fotos blu i nose.

