

Desenvolupament del grafisme de la marca d'un grup de rock

Memòria de Projecte Final de Grau

Grau Multimèdia

Comunicació visual i creativitat / Creació Gràfica

Autor: Dídac Ramírez Combalia

Consultor: Sergi Schvarstein Liuboschetz

Professora: Irma Vilà Òdena

13 de gener de 2020

Crèdits/Copyright



Aquesta obra està subjecta a una llicència de

Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative Commons

Dedicatòria

A la meva família.

A la meva parella Meri, que estarà contenta després de veure com tants anys d'esforços finalment s'acaben i donen el seu fruit. Moltes gràcies pel suport i la paciència.

Als meus fills Arlet, Jan i Elna, que sempre han entrat a l'estudi amb un somriure i amb un 'papa, em deixes escriure a l'ordinador?' o amb un 'papa, quan acabaràs?' Gràcies petits, heu estat un gran motor.

Als meus pares, Diego i Mercè, que des del principi m'han motivat a fer i acabar els estudis, i m'ha donat un valuós suport logístic. Especialment a la meva mare, que des d'allà on sigui segur que estarà orgullosa del seu fill per aquest assoliment.

A la Maria, en Llorenç, en Jordi i en Marc, que des de Girona han seguit amb interès la meva evolució acadèmica any rere any.

Al Vicent i la Maribel, per la seva valuosa ajuda durant tots aquests anys.

A la meva tutora del Grau Multimèdia, Begoña Felip Bengochea, i al meu tutor del Treball de Final de Grau, Sergio Schvarstein Liuboschetz

Als amics que de ben segur tindrè temps per tornar a estar amb ells.

Àbstract

Aquest projecte que presento a continuació s'enfoca en el desenvolupament gràfic de la marca d'un grup amateur de música rock, els membres del qual assagen habitualment en un garatge de Santa Fe del Penedès, a la comarca de l'Alt Penedès, província de Barcelona.

El grup disposa de nom, Garageband SF. És un nom compost que fa referència, per una banda, als grups de música que comencen a assajar en garatges, i d'altra banda, al lloc originari del grup, Santa Fe del Penedès.

L'objectiu del treball és desenvolupar una imatge corporativa del grup que reflecteixi la seva personalitat i les seves inquietuds, proposant elements comunicatius i de promoció per a una eventual gira de concerts per pobles de Catalunya.

Paraules clau: imatge corporativa, desenvolupament gràfic, comunicació, marca, difusió, tipografia, rock

Abstract (eng)

The following project focuses on the graphic development of an amateur rock music group, whose members usually play in a garage in Santa Fe del Penedès, in the region of Alt Penedès, province of Barcelona.

The name group, Garageband SF, is a composite name that refers to music groups that begin to essay in garages, and on the other hand, to the original placement of the group, Santa Fe del Penedès.

The objective of the work is to develop a corporate image of the group that reflects its personality and its concerns, proposing communication and promotion elements for a possible tour of concerts by towns of Catalonia.

Keywords: corporate image, graphic development, communication, brand, diffusion, typography, rock

Índex

1. Introducció	8
1.1 La idea	8
1.2 El projecte	8
2. Descripció / Definició / Hipòtesi	9
3. Objectius	10
3.1 Principals	10
3.2 Secundaris	10
4. Marc teòric/ Escenari	11
4.1 Estudi de mercat. Les bandes de garatge	11
4.2 L'ús dels logotips per part dels grups de música	13
4.3 Estudi dels logotips de grups de música	15
4.4 Difusió d'un grup de música	20
5. Continguts	22
5.1 Briefing	22
5.2 Manual d'identitat gràfica	25
6. Metodologia	27
7. Elements tècnics per al desenvolupament del projecte	28
7.1 Maquinari	28
7.2 Programari	28
8. Procés de treball	29
8.1 Creació i desenvolupament gràfic	29
8.2 Vídeo promocional	42
8.3 Web	47
9. Planificació	58
10. Projecció a futur	61
11. Conclusions	62
El projecte	62
Planificació	62
El procés de treball	62
El resultat	63
12. Bibliografia	64
Annex I. Lliurables del projecte	68
Annex II. Manual d'identitat gràfica	69

Figures i taules

Índex de figures

Figura 01. Vinyes de Santa Fe del Penedès, amb Montserrat al fons	8
Figura 02. Components del grup <i>Shadows of Knight</i>	11
Figura 03. El grup <i>The seeds</i> l'any 1966, amb l'estètica característica de l'època	11
Figura 04. El grup <i>The Warlocks</i> el 1965. Fotografia de Herb Greene	11
Figura 05. <i>The New York Dolls</i> durant un programa de la televisió holandesa el 1973	12
Figura 06. Membres de la banda <i>The Fuzztones</i> l'any 1984	12
Figura 07. El grup <i>The Hives</i> durant una actuació	12
Figura 08. L'àlbum de <i>The Beatles, Rubber Soul</i>	13
Figura 09 Àlbum del grup <i>The Monkees</i> de l'any 1967, <i>Piscis, Aquarius, Capricorn and Jones Ltd</i>	14
Figura 10. L'àlbum número 13 del grup <i>Chicago</i> , amb el disseny de coberta ' <i>Marina City Tower</i> '	14
Figura 11. El líder de <i>Megadeath</i> , Dave Mustaine amb el personatge <i>Rattlehead</i>	14
Figura 12. Logotip del grup <i>The doors</i>	15
Figura 14. Logotip del grup <i>Thin Lizzy</i>	16
Figura 15. Logotip del grup <i>Kiss</i>	16
Figura 16. Logotip del grup <i>Iron Maiden</i>	16
Figura 17. Logotip del grup Saüc	16
Figura 18. Logotip del grup Noctàmbuls	16
Figura 19. Logotip del grup Golíat	16
Figura 20. Logotip del grup Gertrudis	16
Figura 21. Imagotip del grup <i>Black Flag</i>	16
Figura 22. Imagotip del grup <i>Misfits</i>	17
Figura 23. Imagotip del grup <i>Led Zeppelin</i>	17
Figura 24. Imagotip del grup <i>Radiohead</i>	17
Figura 25. Imagotip del grup <i>AC/DC</i>	17
Figura 26. Imagotip del grup KOP	17
Figura 27. Isotip del grup <i>Queens of the Stone Age</i>	17
Figura 28. Isotip del grup <i>Scissor Sisters</i>	18
Figura 29. Isotip del grup <i>Weezer</i>	18
Figura 30. Isotip de l'artista abans conegut com a Prince	18
Figura 31. Isotip del grup <i>The Rolling Stones</i>	18
Figura 32. Isotip del grup <i>The family rain</i>	18
Figura 33. Isologo del grup <i>The Monkeys</i>	18
Figura 34. Isologo del grup PIL	19
Figura 35. Isologo del grup <i>The Ramones</i>	19
Figura 36. Isologo del grup <i>Van Hallen</i>	19
Figura 37. Isologo del grup <i>The Strokes</i>	19
Figura 38. Isologo del grup <i>Aerosmith</i>	19
Figura 39. Isologo del grup <i>Queen</i>	19
Figura 40. Isologo del grup <i>The Who</i>	19
Figura 41. Portada del Manual d'identitat gràfica	25
Figura 42. Procés de creació del símbol a partir de la imatge d'una guitarra	29
Figura 43. Muntatge del símbol	29
Figura 44. Versions del símbol a color	30
Figura 45. Versions del símbol a una tinta	30
Figura 46. Versions del símbol en negatiu	30
Figura 47. Logotip de GaragebandSF	30

Figura 48. Marca de GaragebandSF	31
Figura 49. Construcció de la marca de GaragebandSF	31
Figura 50. Versió a color de la marca de GaragebandSF	31
Figura 51. Versió a una tinta de la marca de GaragebandSF	32
Figura 52. Versió en negatiu de la marca de GaragebandSF	32
Figura 53. Mida mínima recomandada de la marca de GaragebandSF	32
Figura 54. Usos incorrectes de la marca de GaragebandSF	32
Figura 55. Tipografia The Frontman	33
Figura 56. Tipografia Roboto	33
Figura 57. Principals colors utilitzats	34
Figura 58. Targetes personals	34
Figura 59. Anvers i revers de la bossa del CD.	35
Figura 60. Capes de l'arxiu de Photoshop corresponents a la portada	35
Figura 61. Possibles composicions gràfiques en el CD	35
Figura 62. Composició de la imatge del CD en el programa Photoshop	36
Figura 63. Composicions per als flyers	36
Figura 64. Aplicació de la marca sobre pues de guitarra	37
Figura 65. Silueta d'una pua de guitarra	37
Figura 66. Composició de la marca sobre les pues editades	37
Figura 67. Aplicació de la marca sobre xapes de 25 mm	37
Figura 68. Full amb les impressions de les xapes en diferents colors	37
Figura 69. Composició de la marca sobre xapes de 25 mm en el programa Adobe Photoshop	38
Figura 70. Anunci de concert i cartell del grup en suport banderola.	38
Figura 71. Elaboració dels elements de suport de les banderoles.	38
Figura 72. Inserció de publicitat en la revista especialitzada RockZone.	39
Figura 73. Cartells de botiga	39
Figura 74. Composició dels cartells de botiga en el programa Adobe Indesign	40
Figura 75. <i>Roll ups</i> , exemple d'aplicació	40
Figura 76. Composició per capes dels roll ups en el programa Adobe Photoshop	41
Figura 77. <i>Banners</i> en mitjans digitals	41
Figura 78. Composició dels banner	41
Figura 79. Aplicació de la marca de Garageband SF en samarretes	42
Figura 80. Imatge del dia de l'enregistrment	44
Figura 81. Edició inicial en el programa Adobe Premiere	44
Figura 82. Obtenció de l'efecte <i>Glitch</i>	45
Figura 83. Detall de l'efecte <i>Glitch</i>	45
Figura 84. Muntatge de les parts d'imatge i so distorsionades	45
Figura 85. Aplicació de l'efecte d'esbòs a llapis	46
Figura 86. Muntatge final del vídeo promocional	46
Figura 87. Esquema de l'arbre de continguts del web de GaragebandSF	47
Figura 88. Esquema de l'arquitectura dels web GaragebandSF	48
Figura 89. Detall d'elements 'pare' on s'apliquen rutes de navegació i elements d'interactivitat	49
Figura 90. Exemple de com es veuen els wireframes amb tots els seus enllaços	49
Figura 91. <i>Wireframes</i> versió escriptori	50
Figura 92. <i>Wireframe</i> escriptori. Inici	50
Figura 93. <i>Wireframe</i> escriptori. Llista notícies	50
Figura 94. <i>Wireframe</i> escriptori. Detall notícia	51
Figura 95. <i>Wireframe</i> escriptori. La banda	51
Figura 96. <i>Wireframe</i> escriptori. Detall membre del grup	51
Figura 93. <i>Wireframe</i> escriptori. Detall membre del grup	51

Figura 94. <i>Wireframe</i> escriptori. Concerts	51
Figura 95. <i>Wireframe</i> escriptori. Treballs	51
Figura 96. <i>Wireframe</i> escriptori. Detall treballs	51
Figura 97. <i>Wireframe</i> escriptori. Detall treballs	51
Figura 98. <i>Wireframe</i> escriptori. Contacte	52
Figura 99. <i>Wireframe</i> escriptori. Botiga	52
Figura 100. <i>Wireframe</i> escriptori. Usuari	52
Figura 101. <i>Wireframes</i> versió <i>smartphone</i>	52
Figura 102. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Inici	53
Figura 103. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Menú navegació	53
Figura 104. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Opcions/xarxes	53
Figura 105. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Llista notícies	53
Figura 106. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Detall notícies	53
Figura 107. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . La banda	53
Figura 108. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Detall membre	53
Figura 109. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Detall membre	53
Figura 110. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Llista concerts	54
Figura 111. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Llista treballs	54
Figura 112. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Detall treballs	54
Figura 113. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Detall treballs	54
Figura 114. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Consulta	54
Figura 115. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Confirmació consulta	54
Figura 116. <i>Wireframe</i> versió <i>smartphone</i> . Botiga	54
Figura 117. <i>Wireframe</i> versió escriptori. Detall botiga	54
Figura 118. <i>Wireframe</i> versió escriptori. Usuari	55
Figura 119. <i>Wireframe</i> versió escriptori. Confirmació usuari	55
Figura 120. <i>Wireframes</i> versió tauleta.	55
Figura 121. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Inici	56
Figura 122. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Menú navegació	56
Figura 123. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Menú opcions / xarxes	56
Figura 124. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Notícies	56
Figura 125. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Detall notícies	56
Figura 126. <i>Wireframe</i> versió tauleta. La banda	56
Figura 127. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Detall membre del grup	56
Figura 128. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Detall membre del grup	56
Figura 129. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Concerts	56
Figura 130. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Treballs	57
Figura 131. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Detall treballs	57
Figura 132. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Detall treballs	57
Figura 133. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Contacte	57
Figura 134. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Confirmació contacte	57
Figura 135. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Botiga	57
Figura 136. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Detall tauleta	57
Figura 137. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Usuari	57
Figura 138. <i>Wireframe</i> versió tauleta. Confirmació usuari	57

Índex de taules

Taula 1. Informació del guió	42
Taula 2. Escaleta del guió	43
Taula 3. Planificació del projecte	60

1. Introducció

1.1 La idea

Quan tenia 18 anys (ara ja doblo aquesta edat) vaig començar a tocar la guitarra, inicialment una guitarra clàssica amb la qual vaig aprendre els primers acords, i al cap de poc temps un amic em va deixar una guitarra elèctrica amb la condició que toqués amb ell i dos amics més en un potencial grup de trash metal, una versió del rock dur. Ell tocava la bateria, i els altres dos s'encarregarien d'una altra guitarra i del baix.

El grup no va tenir gaire recorregut, però em vaig quedar la guitarra elèctrica i sempre que he pogut l'he anat tocant.

Sóc nascut a Barcelona, hi he estat molts anys vivint, però el 2013 la meua parella i jo, juntament amb la meua primera filla, vam anar a viure al Penedès, una terra de la que diuen que no hi ha un tros sense conrear, miris on miris hi ha camps de vinya.

Vivint ja al Penedès, concretament en un petit poble anomenat Santa Fe del Penedès, i ja amb un total de 3 fills, un bon dia el pare d'uns nens de l'escola dels meus fills, em va proposar si volia tocar en un grup de rock que tenia la intenció de formar. Lamentablement, tot i que la proposta em motivava, la meua situació logística diària desaconsellava acceptar el seu l'ofertament.

És ara, a través del present Treball de Final de Grau, quan em puc involucrar amb el grup, no hi participo com a músic, ho faig com a dissenyador gràfic.



Figura 01. Vinyes de Santa Fe del Penedès, amb Montserrat al fons

1.2 El projecte

L'objectiu del treball és desenvolupar una imatge corporativa del grup de música, a partir d'un nom existent, que li doni personalitat i faciliti la difusió de les seves potencials activitats.

2. Descripció / Definició / Hipòtesi

Podem dividir el projecte de desenvolupament gràfic del grup Garageband SF en les següents fases.

1. Estudi de mercat. Història de les bandes de garatge (origen, desaparició, resorgiment, els darres anys). Història dels logotips en bandes de música. Estudi d'alguns logotips usats per grups musicals (Logotips tipogràfics, imagotips, isotips i isologos).
2. Elements de difusió d'un grup de música.
3. Estudi del grup. Quina és la personalitat del grup, dels seus membres, quins desitjos, objectius i preten-sions es tenen. Estudi de públic objectiu. (Briefing)
4. Creació de la imatge de marca. Identitat corporativa/gràfica. (El símbol, el logotip, la marca)
5. Elaboració del manual d'imatge corporativa detallat. (Conté la marca i les seves aplicacions: papereria, publicitat i web).
6. Elaboració d'un videoclip promocional.

3. Objectius

Tot seguit es mostra un llistat i descripció dels objectius del Treball de Final de Grau, ordenats per rellevància.

3.1 Principals

- Crear i desenvolupar el grafisme del grup de música.
- Fer que la proposta gràfica sigui coherent i que satisfaci els destinataris de la feina.
- Crear elements de difusió de les activitats del grup.
- Fer ús dels coneixements teòrics i pràctics assolits en els estudis del Grau Multimèdia de la Universitat Oberta de Catalunya i deixar-ne constància.
- Finalitzar el Grau Multimèdia.

3.2 Secundaris

Objectius addicionals que enriqueixen el Treball de Final de Grau i que poden patir variacions.

- Explorar la situació actual del disseny gràfic en l'àmbit de la música rock.
- Mostrar el nivell de professionalització de les tasques realitzades.
- Facilitar i potenciar la promoció del grup de música.

4. Marc teòric/ Escenari

4.1 Estudi de mercat. Les bandes de garatge

Els orígens



Figura 02. Components del grup *Shadows of Knight*



Figura 03. El grup *The Seeds* l'any 1966, amb l'estètica característica de l'època

Durant els anys seixanta del segle XX va sorgir als Estats Units una forma senzilla de rock and roll que s'inspirava en bandes britàniques com *The Kinks* o *The Who*, *The Hives*, *The White Stripes*, *The Sonics*, *The Rolling Stones*, *The Yardbirds*, *Them*, o *The Pretty*.

Els components d'aquestes bandes eren joves poc preparats a nivell musical, però tenien molta energia i ganes de tocar, i ho feien sovint en un garatge d'algun membre del grup, per aquest motiu va ser anomenat rock de garatge (*garage rock*).

Feien una música menys elaborada que la música que les inspirava, però aquesta mancança se suplia per la passió que transmetien. A nivell musical, per evitar que els amplificadors utilitzats se sobreesatuessin i distorsionessin com era freqüent a l'època, molts músics de garatge utilitzaven senzilles seqüències de quintes i octaves, juntament amb una bateria agressiva que ajudava dissimular aquest problema.

Durant aquella època van proliferar moltes bandes de garatge als Estats Units d'Amèrica, però només una minoria com *Shadows of Knight*, *The Count 5*, *The Seeds*, *The Standells* van tenir èxit. La resta van seguir tocant als garatges, i mai assolir cap tipus de rellevància.

Desaparició

A finals de la dècada dels 60s les bandes de garatge i el *Garage Rock* van desaparèixer gairebé d'un dia per l'altre. Un dels motius van ser l'aparició de nous estils musicals com la psicodèlia, el rock progressiu, el country rock o el renaixement del blues elèctric, que van comportar un notori canvi estètic i musical. Aquests nous estils musicals requerien de major nivell instrumental del que tenien els components de bandes de garatge.



Figura 04. El grup *The Warlocks* el 1965. Fotografia de Herb Greene

També es considerava la pertinença a una banda de garatge com una aventura juvenil i en cap cas els membres s'havien plantejat la professionalització, a més, en aquell temps als Estats Units existia el Servei Militar Obligatori de manera que el reclutament va ser una de les causes de la fi de moltes *garage bands*.

Tot i això, van haver grups que van evolucionar i van fer carrera més enllà del Garatge Rock, com ara *The Grateful Dead* (venien de la banda de garatge *The Warlocks*), *Quicksilver Messenger Service* (venien eren la banda de garatge *The Brogues*), *Creedence Clearwater Revival* (venien de la banda de garatge *The Gollywogs*), i *ZZ Top* (venien de la banda de garatge *The Moving Sidewalks*).

No obstant la quasi absoluta desaparició de les bandes de garatge, grups com *The Stooges*, *MC5*, *The Flamin' Groovies* o *The New York Dolls* van suposar un nexa d'unió entre el vell garage-rock dels 60 i el nou *punk* sorgit en 1976-77; fins al punt de ser considerats les arrels del *proto-punk*.

Ressorgiment



Figura 05. *The New York Dolls* durant un programa de la televisió holandesa el 1973



Figura 06. Membres de la banda *The Fuzztones* l'any 1984

sonessin vells. També, a nivell estètic, imitaven en el seu aspecte, ja fos amb la roba o els seus talls de cabell. El *garage revival* va néixer a Estats Units, es va estendre ràpidament per tot el món i va ser notori entre els anys 1985 i 1990.

A nivell internacional, garage revival va arrelar fort, especialment a Suècia, (*The Nomads*, *The Creeps*, *The Sinners*), Austràlia, Espanya (*Sex Museum*, *The Nadius* o *Los Furtivos*), Japó, Alemanya, Itàlia, Grècia (*The Last Drive*) i França (*Les Playboys*, *Les Surrenders* o *Les Vietnam Veterans*). A més, es van reeditar els vells discos de les bandes dels anys 60, així com multitud de recopilatoris (l'àlbum *Nuggets* es va convertir en una sèrie, seguit per *Pebbles*, *Back From The Grave* i centenars més) i es va oficialitzar el terme *Garage Rock*, amb el que el gènere va aconseguir una enorme popularitat a nivell mundial, tot i que mai es va incloure cap tema a les llistes d'èxits).



Figura 07. El grup *The Hives* durant una actuació

L'any 1972 es va publicar sense gaire ressò un doble LP recopilatori anomenat *Nuggets*, que juntava grups de rock de garatge dels anys 60, però al cap d'uns anys va adquirir notorietat entre el públic que fugia del rock de radio fórmules, el rock simfònic i de grans estadis, ja que el consideraven domesticat, previsible, seriós i adult. Bandes com *The Stooges*, *MC5*, *The Flamin Groovies* o *The New York Dolls* van fer de nexa d'unió entre el moviment dels 60 i el posterior moviment *punk*, que va reivindicar el so de les bandes de garatge.

Grups com *The Ramones* o *The Dictators* reconeixien la influència de les bandes de garatge (que havien escoltat de joves en el recopilatori *Nuggets*). Els artistes *punk-rock* americans de 1976-77 es declaraven hereus directes del *garatge-punk* americà de mitjans dels 60.

L'any 1977 neix a Nova York la banda *The Fleshtones*, que es diferenciava dels seus contemporanis *punks* en el seu so del vell rock de garatge. Gairebé al mateix temps apareixen a Califòrnia *The Cramps*, amb una estètica diferent, però amb un esperit més fidel a la tradició del rock de garatge. L'aparició d'aquests dos grups (i d'alguns més, com *The Modern Lovers*, *The Dead Boys*, *The Lords of the New Church*) va suposar un ressorgiment de diverses bandes que tocaven rock de garatge.

A partir de 1983-1984 es va produir la veritable resurrecció del rock de garatge, el garage revival, de la mà de bandes com *The Fuzztones*, *The Chesterfield Kings*, *The Lyres*, *The Cynics*, *The Miracle Workers* i dotzenes més. Aquest grups s'esmerçaven a que el seu so fos exactament igual a de les bandes dels anys 60, utilitzant tècniques d'estudi i producció per aconseguir que

Els darrers anys

Passada la dècada dels 80, el rock de garatge es va mantenir actiu durant els 90 fins a l'actualitat, gràcies a multitud de segells discogràfics independents que han seguit apostant per les bandes de *rock and roll* primitiu. A Espanya ha destacat el segell *Munster Records*.

A finals dels anys 90, Steven van Zandt, guitarrista de la *E Street Band* de Bruce Springsteen, va crear un programa de ràdio dedicat a les bandes de música de garatge.

A mitjans de la dècada del 2000, el garage rock va experimentar un nou impuls, en part motivat per per grups com *The Strokes*, *The Hives* i *The White Stripes*, aquests darrers provinents de la destacada escena de Detroit que també inclou a *The Detroit Cobres*, *The Dirtbombs*, *Von Bondies*, *The Go* o *The Payback*).

Algunes bandes de garage rock actuals

The Black Lips. 1999 - present (20 anys). Atlanta, Geòrgia, Estats Units.

Thee Oh Sees. 1997 - present (22 anys). San Francisco, Califòrnia, Estats Units.

Oblivians. 1993 - present (26 anys). Memphis, Tennessee, Estats Units.

Royal Blood. 2013 - present (6 anys). West Sussex, Anglaterra, Regne Unit.

The White Stripes. 1997 - 2011 (13 anys). Detroit, Michigan, Estats Units.

The Hives. 1993 - present (26 anys). Västmanland, Suècia.

Black Rebel Motorcycle Club. 1998 - present (21 anys). Riverside County, Califòrnia, Estats Units.

The kills. 2000 - present (19 anys). Londres, Anglaterra, Regne Unit.

Protomartyr. 2008 - present (11 anys). Detroit, Wayne County, Michigan, Estats Units.

White Reaper. 2012 - present (7 anys). Louisville, Jefferson County, Kentucky, Estats Units.

The Subways. 2003 - present (16 anys). Hertfordshire, Anglaterra, Regne Unit.

The Family Rain. 2009 - present (10 anys). Somerset, Anglaterra, Regne Unit.

Be Your Own Pet. 2003 - 2008 (5 anys). Nashville, Tennessee, Estats Units.

The Duke Spirit. 2003 - present (16 anys). Londres, Anglaterra, Regne Unit.

Trajanò!. 2012 - present (7 anys). Madrid, Espanya.

Nudozurdo. 2001 – presente (18 anys). Madrid, Espanya.

4.2 L'ús dels logotips per part dels grups de música

Els inicis

Durant els anys 60, els logotips de bandes no sempre tenien la qualitat que avui dia estem acostumats. Les bandes eren artistes, no productes, i el seu aspecte, a més de la seva música, devia evolucionar amb cada nou àlbum. En aquest sentit, el disseny dels àlbums del grup anglès *The Beatles* era cada cop més diferent, i en el disc *Rubber Soul* van ser la primera banda internacionalment reconeguda que no van posar el nom del grup a la portada. Val a dir que *The Beatles* ja tenia un logotip, però no va aparèixer en un àlbum fins al llançament de les col·leccions *Past Masters*, molt després de la ruptura del grup.

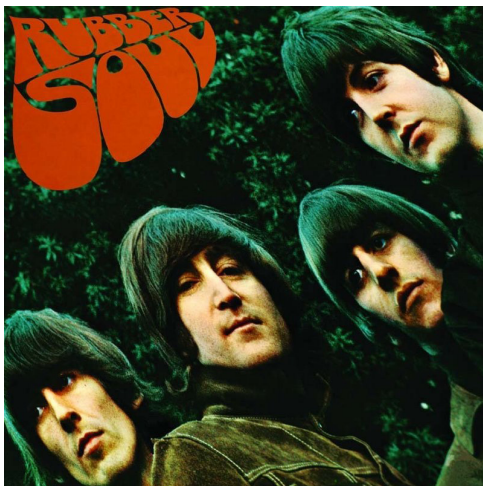


Figura 08. L'àlbum de *The Beatles*, *Rubber Soul*

El grup *The Who* utilitzava una imatge Mod icònica del seu nom envoltada amb una fletxa, però només apareixia en un àlbum, a la part posterior de la jaqueta de *Quadrophenia* del jove mod britànic anomenat Jimmy.

Els *Rolling Stones* van esperar fins al 1971 per mostrar el seu icònic logotip de llengües i llavis. Tècnicament, era el logotip de la companyia *Rolling Stones Records*, no de la pròpia banda, tot i que actualment són inseparables.

Els *Beach Boys* no van tenir cap logotip fins al 1976, a l'àlbum *15 Big Ones*.



Figura 09 Àlbum del grup The Monkees de l'any 1967, *Piscis, Aquarius, Capricorn and Jones Ltd*

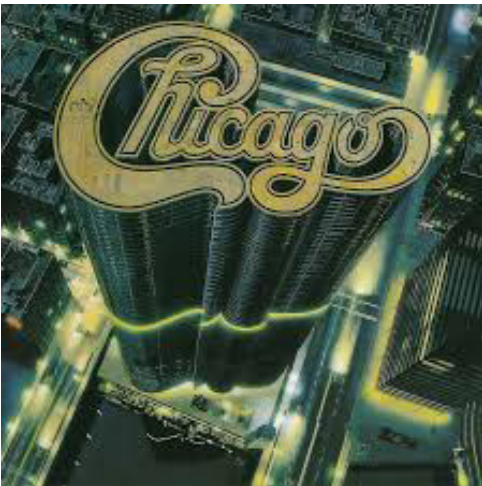


Figura 10. L'àlbum número 13 del grup Chicago, amb el disseny de coberta 'Marina City Tower'



Figura 11. El líder de Megadeth, Dave Mustaine amb el personatge Rattlehead

Fins i tot el logotip dels anys 60 més reconeixibles, el de la guitarra pertanyent a *The Monkees*, només apareixia a tres dels vuit àlbums originals del grup (a més d'una sèrie de reedicions). Quan van utilitzar el logotip per última vegada en un disc de 1967, *Piscis, Aquarius, Capricorn and Jones Ltd*, el van enterrar en un camp de flors, com si enterrassin el passat i seguisin endavant amb la seva carrera.

La banda californiana *The Doors* van ser dels primers grups que va utilitzar el seu logotip a la seva discografia. Però va ser el grup *Chicago* qui realment va donar molta rellevància al seu propi logotip. Les cobertes de *Chicago*, on sempre hi ha aparegut el logotip, formen part d'un conjunt que coincideix a nivell estètic. El logotip hi apareix tallat en fusta, estampat en cuir, fet de xocolata, o convertit en un gran edifici. Durant la seva trajectòria musical, *Chicago* sempre ha estat fidel al seu logotip.

Com a marca icònica també hi trobem Yes, que va aparèixer per primera vegada a *Close To The Edge*. Quan van anar a buscar un so racionalitzat als anys 80, el logotip va desaparèixer, i quan van tornar a les seves arrels, el 1997, el van recuperar.

La dècada dels 70 es va convertir en una època daurada per als logotips dels grups de rock i rock dur, des de les ales d'Aerosmith, el nom de *New York Dolls* arrossegat amb pintallavis, a les SS del logotip del grup de *heavy metal* KISS.

El grup *Rush*, amb un logotip ben definit, experimentava amb diferent dissenys i tipografies en el llançament de cada nou àlbum.

Evolució del disseny en els logotips dels grups de música

Les bandes de *heavy-metal*

El moviment *heavy-metal* va irrompre a finals de la dècada de 1960 i començaments de 1970 als Estats Units i Anglaterra, derivada de la música Rock de mitjans de segle afegint un altre tipus d'elements com melodies folk, continguts esotèrics, religiosos, medievals, èpics, entre d'altres

Des de les primeres agrupacions relacionades a la música *heavy-metal*, elements de la cultura gòtica en general i la tipografia Blackletter en particular, han estat presents en aquestes. Així doncs, en agrupacions com *Black Sàbat*, *Judas Priest*, o *Motörhead*, van incorporar diversos aspectes del gòtic a les lletres de les seves cançons, vestimenta, escenaris dels concerts i portades de discos; amb l'objectiu de donar més força al discurs que volien donar tals artistes al seu públic.⁽¹⁾

Amb el *heavy-metal* els grafismes dels grups van derivar cap a una iconografia d'infra món inspirada en el la literatura i l'imaginari del terror, com *Metallica* amb les seves lletres com a

1.- BARDINE, Bryan (1988) "Elements of gothic in Heavy Metal: a match made in hell". En *Heavy Metal Music in Britain*. Ashgate: England/USA

llamps, *Iron Maiden*, amb el *zombie Eddie* com a mascota i el significat del seu nom (la dama de ferro, un instrument de tortura utilitzat per executar penes de mort durant l'edat mitjana). *Megadeth*, que utilitzava un logotip amb tipografia de caixa alta amb serifes molt anguloses, també tenia la seva mascota, el crani *Rattlehead*, ideat pel líder Dave Mustaine. *Motörhead*, amb un logotip amb una tipografia de caire gòtic que ens evoca a l'època del nazisme, tenia com a mascota una criatura amb banyes i casc.

En molts casos, els logotips van ser dissenyats simplement pels membres de les pròpies bandes, que sovint eren estudiants en escoles d'art.

Logotips com el de la banda de *punk Black Flag*, dissenyat per l'artista Raymond Pettibon, van esdevenir anti-logotips icònics. Format per una sèrie de quatre barres asimètriques negres, era contundent, molt llegible i va ser un tatuatge bastant popular a l'època.

De cara a la dècada de 1990 i el present, el nombre de logotips i tipus de lletra de banda icònics han disminuït substancialment.

El canvi de paradigma de la indústria musical ha fet que, el pas del vinili i el cassette al CD i d'aquest al MP3 i a la música en *Streaming*, ha fet en certa mesura que l'esforç que fan els dissenyadors per obtenir un bon producte gràfic que identifica el grup de música, pugui passar desapercebut.

4.3 Estudi dels logotips de grups de música

A continuació podem veure una relació de marques i grafismes utilitzats per grups de música, des de bandes històriques internacionalment reconegudes a grups emergents d'àmbit local que inicien les seves carreres i s'estan donant a conèixer.

Es proposa una categorització segons la tipologia dels dissenys.

- A. **Logotip** o logotip tipogràfic (monograma). És el distintiu d'una marca format per lletres. La paraula logotip deriva del llatí *logos* (paraula) i *typos* (senyal). Exemples de logotip rellevants: Facebook, Google, Coca-Cola, o Sony.
- B. **Imagotip**. Es refereix a la representació gràfica i tipogràfica de la marca. El símbol i les lletres són separables. Exemples d'imagotip rellevants: Adidas, Audi, Carrefour, Adobe o Spotify.
- C. **Isotip**. És la representació de la marca sense esmentar-la totalment, pot ser per exemple una sigla, un anagrama, un monograma, una signatura o una icona. La paraula Isotip deriva del llatí *iso* (igual) i *typos* (senyal). Exemples d'isotip rellevants: Volkswagen, Twitter, Apple o Nike.
- D. **Isologo**. Fa referència a la representació gràfica i tipogràfica de la marca forma un element inseparable. Exemples rellevants: Harley Davidson, Starbucks o BMW.

A. Logotip tipogràfic



Figura 12. Logotip del grup *The doors*

The doors. Senzill i icònic. Disseny geomètric agosarat amb el 'The' minúscul, psicodèlic i en cursiva. Gràficament resumeix la contracultura hippie de finals dels anys 60.



Figura 13. Logotip del grup *Metallica*

Metallica. Creat per Turner Duckworth, el logotip de Metallica es va redissenyar el 2008. És dels més reconeguts en el món del *heavy metal*. La font del logotip de Metallica es diu "Pastor de Muppets" i va ser dissenyada per Ray Larabie.

Té una força per sobre de la mitjana, amb gran llegibilitat i dinamisme. Clar i contundent. Un logotip que simbolitza absolutament el tipus de música *trash-metal* de la banda, així com la seva personalitat.



Figura 14. Logotip del grup Thin Lizzy



Figura 15. Logotip del grup Kiss



Figura 16. Logotip del grup Iron Maiden



Figura 17. Logotip del grup Saüc



Figura 18. Logotip del grup Noctàmbuls



Figura 19. Logotip del grup Goliat



Figura 20. Logotip del grup Gertrudis

Thin Lizzy. Les lletres afilades i elegants es podrien equiparar a la banda *Iron Maiden*. El tipus de so hard-rock també era similar.

És un logotip reconeixible i compacte que funciona millor a mides grans per la proximitat de les lletres.

Kiss. Dissenyat pel guitarrista de la banda Ace Frehley per a l'àlbum "*Hotter Than Hell*". Des d'aleshores el grup sempre l'ha utilitzat. El logotip va generar polèmica a causa de la semblança amb les SS nazis, tot i que sempre van dir que va ser accidental.

Iron Maiden. El logotip va ser utilitzat en tots els àlbums de la banda publicats fins a l'àlbum "*The X Factor*" de 1995. També va aparèixer als àlbums de recopilació oficials. Representa la connexió de la banda amb l'art i les imatges del *heavy metal*. La tipografia utilitzada és la Metal Lord, molt neta i llegible tant si s'incorpora vora exterior com ni s'aplica sense vora.

Saüc. El logotip d'aquest grup de rock català utilitza una font cal·ligràfica amb un vora ben marcada i un rivet exterior que n'augmenta la llegibilitat.

És un tipus de tipografia cal·ligràfica molt utilitzada durant la dècada del 2010.

Noctàmbuls. Aquest grup s'autodefineix com a pur rock dur en català. El logotip és robust i està compost amb font tipogràfica gòtica, molt utilitzada en grups de *heavy metal*, gothic metal i trash metal.

Goliat. Goliat són un trio d'Argentona amb la voluntat i les ganes de fer créixer i fer conèixer la seva música. Se'ls solen adjudicar les etiquetes de post-rock, metall, indie, stoner, rock alternatiu i d'altres per l'estil. El logotip és sobri, d'inspiració gòtica amb caràcters de caixa alta amb serifes triangulars cincelades.

Gertrudis. El logotip utilitza tipografia gestuals que expressa la força i la gràcia del traç fet a mà. Gertrudis és un grup de música de la Garriga (Vallès Oriental) consolidat des de l'any 2004. Toquen rumba catalana, i tenen temes tant en català com en castellà.

B. Imagotip (símbol + paraules sense agrupar)



Figura 21. Imagotip del grup Black Flag

Black Flag. Creat l'any 1977 per Raymond Pettibon, germà del guitarrista i compositor principal del grup. La intenció, segons el dissenyador, era representar la rebel·lió i l'anarquia. Les quatre barres negres combinades amb la tipografia negreta permeten un logotip de banda sòlida.



Figura 22. Imagotip del grup *Misfits*



Figura 23. Imagotip del grup *Led Zeppelin*



Figura 24. Imagotip del grup *Radiohead*



Figura 25. Imagotip del grup *AC/DC*



Figura 26. Imagotip del grup *KOP*

C. Isotip



Figura 27. Isotip del grup *Queens of the Stone Age*

Misfits. La icònica calavera que forma part de l'imagotip es remunta a l'any 1946, originalment destinada a la pel·lícula "The Crimson Ghost" de Russell Kimball i Fred Ritter. És un disseny que, tot i haver passat molt temps des de la seva creació, es pot veure en les samarretes de molts adolescent, encara que aquests no hagin escoltat gaire els temes de *Misfits*.

Led Zeppelin. Basat en un esbós del déu grec Apol·lo de William Rimmer anomenat 'Evening or the Fall Of The Day', la imatge va ser dissenyada per representar el propi segell discogràfic de *Led Zeppelin*, Swan Song, que es va crear el 1974.

La font tipogràfica utilitzada ha esdevingut icònica, amb el desplaçament exagerat del terç inferior cap a la línia de base. S'han creat algunes fonts similars com la Kashmir, clarament inspirada en el logotip del grup.

Radiohead. Va ser creat per Stanley Donwood i Dr. Tchock. Segons el portal de especialitzat en música Gigwies, és un dels 5 millors logos de bandes que existeixen, sobretot amb finalitats promociocionals.

Els fans l'han anomenat *Modified Bear*, *Test Specimen* i *Blinking Bear*. En poques ocasions trobem que un logotip (imagotip en aquest cas) agafa tanta notorietat com per ser 'batejat'.

ACDC. Creat per Bob Defrin i Gerard Huerta. Huerta es va inspirar en la Bíblia de Gutenberg per crear aquest disseny amb caràcters d'estil gòtic. Va aparèixer per primera vegada l'any 1977 en l'àlbum *Let there be rock* (1977), el cinquè disc de la banda d'hard rock. El logotip es va utilitzar en més de 20 milions de portades de discs.

KOP. KOP, acrònim de Kolumna d'Odi Proletariat, és un grup establert a Badia del Vallès de música *hardcore punk*, metall i obert al crossover. Es va crear el 1998 i destacava per la crítica social i política de les lletres, plenes de ràbia i de compromís. El símbol de l'estrella de 3 puntes fa referència a les Brigades Internacionals que van actuar del costat de l'exèrcit republicà durant la Guerra Civil espanyola, i la tipografia utilitzada de un caire soviètic molt en la línia del perfil ideològic del grup.

Queens of the Stone Age. Kyuss Patrick Hutchinson va crear una imatge d'un espermatozoide entrant en un cercle, formant amb claredat en la lletra Q, la primera lletra del nom de la banda. S'utilitza des que es va publicar "Songs For The Sea" el 2002.

Simplicitat i efectivitat en una composició que actualment potser s'hagués dissenyat amb trazos més grouixuts, per tal de guanyar consistència.



Figura 28. Isotip del grup *Scissor Sisters*



Figura 29. Isotip del grup *Weezer*



Figura 30. Isotip de l'artista abans conegut com a Prince



Figura 31. Isotip del grup *The Rolling Stones*



Figura 32. Isotip del grup *The family rain*

D. Isologo



Figura 33. Isologo del grup *The Monkees*

Scissor Sisters. Dissenyat pel guitarrista de Scissor Sisters Scott “Baby-daddy” Hoffman el 2001. Elegant per la seva senzillesa i poc aclaridor en el seu doble significat (la banda té el nom d’una posició sexual particular que no implica mutilació genital), és un logotip per a un grup que més popular a Europa que els Estats Units.

És una de les poques marques de grups de música que es presenta amb format vertical.

Weezer. Creat pel baterista Patrick Wilson el 1993 durant la gravació de “*The Blue Album*”. És un logotip molt net i alhora robust. Els ornaments situats a dreta i esquerra de la W aporten un punt de dinamisme a la composició.

De 1993 a 2000 va presentar-se com **L’Artista Abans Conegut com a Prince** (*The Artist Formerly Known as Prince, TAFKAP*), o simplement L’Artista (*The Artist*).

El veritable i complet significat que amaga el símbol de Prince va ser escrit pel músic al costat de Neal Karlen, ex redactor de la revista Rolling Stone, i enterrat en una càpsula del temps simbòlica.

The Rolling Stones. És un logotip molt icònic i identificable a nivell mundial. Dissenyat per John Pasche el 1971 va aparèixer originalment amagat a la màniga interior del seu àlbum “*Sticky Fingers*”. Pasche s’inspirà en la boca del cantant del grup, Mick Jagger, per representar l’esperit rebel i apassionat de la banda. Hi ha dubtes sobre l’autoria, també s’atribueix a Ruby Mazur.

El dibuix d’inspiració en el còmic era avançat als anys 70, i avui en dia podríem assegurar que és un tant obsolet, tot i que no ha perdut notorietat. S’han fet actualitzacions a nivell de color per fer que envelleixi dignament en paral·lel a la banda.

The family rain. Un isotip minimalista però connectat totalment amb el nom i l’estil d’aquest grup de rock anglès, format a Bath el 2011 pels germans William, Ollie i Timothy Walter i que es va dissoldre el 2016.

Aquest senyal mostra com la simplicitat gràfica pot comportar bons resultats a nivell de notorietat i reconeixement de marca.

The monkeys. El famós logotip amb forma de guitarra el va fer el publicista Nick LoBianco per a un programa de televisió, i el grup el va seguir utilitzant.

Té poca llegibilitat, funciona un cop el públic el té assimilat en la iconografia de la banda i del món de la música.



Figura 34. Isologo del grup PIL



Figura 35. Isologo del grup The Ramones



Figura 36. Isologo del grup Van Halen



Figura 37. Isologo del grup The Strokes



Figura 38. Isologo del grup Aerosmith



Figura 39. Isologo del grup Queen



Figura 40. Isologo del grup The Who

PIL. El fotògraf Dennis Morris dissenyar logotip de Public Image Ltd. Conegut per fotografiar el grup de *punk* *The Sex Pistols* i el cantant de reggae Bob Marley, Morris va crear aquest disseny el 1979. També va dissenyar l'emballatge icònic, una caixa de metall, que continua sent considerat com un dels millors treballs a nivell artístic pel que fa a caràtules d'àlbums musicals.

The Ramones. Un disseny de l'any 1974 fet per Arturo Vega, un amic del grup que va viure amb diversos membres de la banda. Basant-se en el segell presidencial, Vega volia que el disseny simbolitzés un grup americà.

Un logotip molt patriòtic i icònic que des d'un punt de vista conceptual no representaria l'escència de la filosofia de vida del grup ni de les seves lletres.

Van Halen. Dave Bhang va dissenyar el logotip de tall metàl·lic el 1978. El primer redisseny va ser el 1986, quan Sammy Hagar va substituir David Lee Roth com a cantant principal del grup. Les lletres "V" i "H" es van convertir en cercles per simbolitzar el canvi.

Totes les versions d'aquest isologo són molt elegants i denoten una estudiada composició i diagramació.

The Strokes. Inspirat en el glamour de discoteca, té un aspecte net i sensible.

A nivell compositiu, crec que funcionaria bé sense el cercle que envolta el text, tot i que tal i com està potencia el concepte de recinte tancat, de discoteca.

La tipografia de tipus futurista li escau molt bé al grup i ha permès que no es vegi obsoleta amb el pas dels anys.

Aerosmith. L'ex guitarrista i membre cofundador Ray Tabano va dissenyar logotip. S'ha modificat lleugerament en els darrers anys, però sempre ha conservat les ales, la lletra A i l'aparència gelificada.

La integració del literal 'Aerosmith' dins de la composició fa que es perdi llegibilitat i que hi hagi massa elements. En aquest cas, segurament funcionaria millor separant la tipografia del símbol.

Queen. Va ser dissenyat per Freddie Mercury. Té l'estil d'un escut d'armes, i en ell va buscar representar el nom de la banda (la lletra Q amb una corona), a Brian May (un cranc pel seu signe zodiacal Càncer), Roger Taylor i John Deacon (dos lleons per ser Lleó) i Freddie (dues nimfes per Verge). Damunt de tots els elements, se situa un au fènix que simbolitza el renaixement de la banda a partir dels seus conjunts musicals anteriors.

Tòpicament podríem dir que és una composició molt anglesa, en el sentit de que conté elements característics de les monarquies i que té una certa sobrecàrrega d'elements.

The Who. El primer disseny va ser fet per Brian Pike el 1964 amb la combinació de les dues lletres 'h' per crear un sentiment d'unitat, i els colors de la bandera d'Anglaterra.

És una composició que funciona molt millor sense la superposició de la tipografia damunt de les circumferències vermella, blanca i blava.

4.4 Difusió d'un grup de música

01. Fer un bon ús de les xarxes socials

Cal ser present a xarxes com Facebook, Twitter i Instagram. El grup de música hauria d'esforçar-se per crear una audiència a les xarxes socials, la qual cosa és clau per arribar a milions de clients potencials. Per aconseguir fer créixer els seguidors, es pot publicar un tema principal a les xarxes socials, fer pàgines de xarxes socials emocionants i atractives, parlar sobre el grup i els concerts molt sovint en aquests canals.

02. Tenir un logotip amb personalitat

Els logotips empresarials són de gran importància per mostrar-se i tenir presència rellevant en un mercat determinat. Es pot dir el mateix per als grups de música. Un logotip de grup construeix constantment una identitat pròpia, ja que utilitza elements visuals com el color i la tipografia. A mesura que la gent va veient el logotip del grup en diferents suports, es comença a identificar el grup en un determinat nínxol de mercat.

03. Tocar en esdeveniments locals i festes populars

Cal tenir un públic real. Per ser conegut es pot començar tocant a llocs i esdeveniments locals, ja sigui a festes de poble, barri, escolars. En els diaris i mitjans locals poden fer-se ressò de la música. També es pot tocar molt sovint en un lloc determinat, fent que públic identifiqui l'estil de música del grup. Fer ús de les coneixences personals i del boca/orella entre aquestes coneixences també pot tenir bon resultat.

04. Tenir un bon disseny per a l'àlbum

Quan es publica un àlbum, cal dedicar molta atenció al disseny de la portada. D'entre tots els àlbums de música que hi ha en un aparador, sigui físic o virtual, cal que el nostre disseny destaquï de la resta, ha de cridar l'atenció.

05. Utilitzar regals promocionals

Una bona estratègia per cridar l'atenció de la gent és regalar samarretes amb el logotip de la banda, pues de guitarra, xapes, adhesius. Es pot parlar amb les ràdios locals perquè permetin tenir aquests elements de promoció en les seves recepcions o en les seves oficines.

06. Cartells i banderoles

Es poden enganxar cartells als llocs autoritzats de la ciutat, prop dels instituts, universitats, llocs d'oci per tal de cridar l'atenció del públic objectiu. Cal que el cartell sigui atractiu i representi el tipus de música que toca el grup. En els cartells s'hi pot incloure informació d'una activitat concreta del grup i així com informació genèrica, siguin dades de contacte o qualsevol altra dada d'interès.

07. Fer un blog

Es pot fer un blog amb la imatge corporativa del grup i escriure sobre música de manera creïble i documentada. Es poden fer entrades al blog sobre indústria musical, l'escenari musical actual o revisar altres àlbums. L'objectiu és fidelitzar lectors que poden esdevenir públic del grup de música.

08. Fer servir els Podcast

Per aconseguir nous oients de forma regular, molts podcasts ofereixen música regular d'una banda específica.

09. Llistes de correus electrònics

Fer enviaments de correu electrònic sota subscripció estiguin orientats al públic local. Cal recollir tantes adreces de correu electrònic com es puguin mitjançant a través d'amics, veïns, oficines i fins i tot familiars. El disseny de correu electrònic ha de ser atractiu i únic, que ens permeti reconèixer el grup amb facilitat.

10. Distribució de fulletons

Es poden imprimir i distribuir *flyers* o fulletons a diversos llocs estratègics. Proporcionen informació ràpida sobre la banda de música i sobre qualsevol esdeveniment que organitzi.

5. Continguts

5.1 Briefing

5.1.1 Briefing del grup

Informació sobre el client

El client és un grup de música amateur que gaudeix reunint-se per tocar temes musicals, principalment rock, sigui de creació pròpia o versions d'altres grups consolidats. El grup s'autoanomena grup de garatge, i el seu nom és GaragebandSF. Habitualment assagen en un garatge de Santa Fe del Penedès (d'aquí les sigles SF), un poblet de la comarca de l'Alt Penedès, a la província de Barcelona.

Els components són uns 'joves' que ronden la quarantena, pares i mares de família, però que mai han deixat de banda el reu esperit inquiet i rebel.

Jordi: És el precursor del grup. Toca la guitarra i baix elèctric des dels 17, tot i que en el grup és l'encarregat de fer de guitarra solista i el cantant. Anteriorment havia tocat en grups amateurs de rock. Els seus gustos musicals són el rock, el *punk* i el *folk*. Passar-s'ho bé i millorar en l'instrument és la motivació d'en Jordi. Li agradaria fer concerts per la seva comarca.

Vania: Toca molt bé la bateria. La va començar a tocar quan tenia 16 anys de forma regular fins als 24. Ha tocat en grups anteriorment, i li agrada el rock, el *grunge* i el *heavy*. Per a ella la principal motivació és passar-ho bé, i no es tanca a fer alguna sèrie de concerts.

Rius: Toca la guitarra elèctrica, fa les bases rítmiques. Va començar a tocar quan tenia 25 anys, i ho ha anat fent de forma interrompuda. Mai havia tocat en un grup, aquesta és la primera vegada i està gaudint molt. Li agrada el rock, el *trash-metal* i el *heavy*. Com la resta de components, la motivació d'en Rius per formar part del grup és passar-s'ho bé i, si pot ser, fer algun concert.

Elisa: Toca el baix elèctric des de gener del 2018 i GaragebandSF és el seu primer grup. Li agrada Rock (sobretot 70, 80 i 90 i català), pop, balades i alguns ritmes llatins. L'Elisa vol passar-ho bé amb una colla de col·legues. En principi havia de fer segones veus i després va sorgir tocar la guitarra, que finalment es va convertir a tocar el baix. Vol aprendre a tocar bé i amb fluïdesa, i encara no està massa motivada a fer concerts amb públic.

Tot i formar part d'un grup de música no professional que fa música no comercial, tots quatre components coincideixen en què el grup necessita una identitat gràfica.

Quin és l'objectiu del projecte

- Crear i desenvolupar el grafisme del grup de música.
- Fer que la proposta gràfica sigui coherent i que satisfaci els destinataris de la feina.
- Crear elements de difusió de les activitats del grup.
- Facilitar i potenciar la promoció del grup de música.

Públic objectiu

El públic a qui ens volem dirigir han de ser persones que comparteixen característiques similars, que tendeixin a escoltar música rock o rock de garatge i que se sentin identificats amb les cançons del grup. Si el grup i la difusió es focalitza en aquest públic determinat podem construir la identitat gràfica de forma més eficient.

Cal parlar amb persones similar als components del grup, analitzar les seves tendències, comportaments i estils estètics. Es pot estar al corrent dels bars que sovintegen i als esdeveniments que assisteixen.

També cal tenir present la imatge d'altres artistes de gèneres semblants a l'estil del grup. Fer-ho, avui en dia, pot ser senzill observant els seus perfils en les nombroses xarxes socials existents.

En el nostre cas, tot i que sovint veiem joves amb samarretes de *The Ramones* o *Misfits*, sabem que no són el nostre públic. Aquestes samarretes les porten perquè estan de moda, però probablement no han escoltat mai aquests grups.

Paco Fernández, de la botiga, segell discogràfic i promotora *Holy Corb*, no creu que el rock sigui per vells, però està clar que ha perdut la connexió amb la gent jove. Fernández opina que “costa molt trobar un grup que faci un debut amb menys de 25 anys, quan *Nirvana*, *Guns N' Roses* o *Metallica* van gravar els seus discos llegendaris a aquesta edat. Als xavals els atrauen les bandes amb les quals se senten identificats, i l'edat juga un paper important”.

Segons Julio Ruiz, veterà director de *Disco Grande*, a Ràdio 3, “els grans noms del rock són dels 60 i els 70. Com a molt, els 80”, “per al jove d'avui ja no estan de moda les guitarres. O almenys no tant com les tecles o el sintetitzador”

Segons Joan Luna, redactor en cap de la revista musical *Mondosonoro*, el *boom* del rock que es va viure en els noranta ha desaparegut, però això no vol dir que no hi hagi gent jove a la qual no li interessi el rock, el *hardcore*, el *punk* o altres gèneres en els quals les guitarres són importants. Luna també creu que “gran part de les grans bandes de rock dur han aconseguit mantenir-se d'actualitat perquè al seu públic de tota la vida se li han sumat nous seguidors. El públic de les bandes de garatge actuals (¿serveixen casos com els de *The Hinds*?) o del rock vitaminat de gent com *Royal Blood* és força jove. A això podríem sumar-li la quantitat de gent jove que hi ha a micro-escenes com el *metalcore* o el *punk*. Són milions? Òbviament no”.⁽²⁾

Perfil tipus del nostre públic

El públic principal té un perfil d'edat entre 30-50 anys, homes i dones, de classes social mitja, amb estudis mitjans o superiors, amb ingressos diversos. Persones sociables que gaudeixen d'estar una estona amb els amics escoltant música en directe, amb cert punt de melancolia que els transporta a la seva joventut. Els seus hàbits de compra són presencials i per internet indistintament.

Per a quin mitjà està pensat el projecte?

Un cop definida la imatge gràfica del grup, es desitjable que s'apliqui a:

- Papereria: targetes personals, portada de CD estàndard, adhesius
- Publicitat: *flyers*, pues de guitarra, xapes, banderoles, anuncis a premsa especialitzada, cartell de botiga, roll-ups, banners online
- Web: versió escriptori, versió tauleta, versió smartphone

5.1.2 Briefing creatiu d'identitat gràfica

Quins valors del grup es vol transmetre en el logotip?

La personalitat del grup sembla que està ben clara, i la podríem resumir amb les següents paraules: gresca, rock, ritme, bon rotllo.

Quins colors són preferibles per representar el grup?

Negre i vermell. També gris.

2.- Cabezas, Dani (12.07.2018) *Tribus ocultas* [en línia] La Sexta. [data de consulta 14.10.2019] https://www.lasexta.com/tribus-ocultas/musica/rock-musica-viejos_201807065b4700fe0cf250bbfbc44399.html

Quins logotips d'altres grups es poden agafar com a referència i quins no?

Agraden: *Metallica, ACDC, The Strokes, The Monkees, Iron Maiden, Judas Priest.*

No agraden: *Radiohead, Aerosmith, Queen, Pink Floyd.*

Té algun significat el nom del grup?

GaragebandSF fa referència a les bandes que no tenien moltes pretensions musicals i que assajaven en garatges per passar-s'ho bé i que aconsegueixen un so sense complexes, però ple d'energia i espontaneïtat.

Hi ha algun element que hagi d'aparèixer (o evitar) en el logotip?

Preferiblement hauria d'aparèixer una guitarra. Podria aparèixer algun element que fes referència al garatge on es fan els assajos.

5.1.3 Briefing del web

Quines funcionalitats ha de tenir el web?

Registrar-se.

Comprar productes (marxandatge, discografia).

Subscripció a novetats.

Agenda d'activitats (concerts).

El client té el domini i el hosting contractat?

Té el domini i hosting contractat.

Té els continguts que han d'aparèixer al web?

El client proveirà els web de continguts.

Calen fotografies o material audiovisual?

Sí, calen fotografies i vídeo promocional.

Pàgines de referència que agradin o que no agradin.

El web ha de prendre referència de webs com:

- <https://www.cranberries.com>
- <https://www.pixiesmusic.com>
- <https://www.smashingpumpkins.com>
- <https://pearljam.com>
- <http://www.fitoyfitipaldis.com>
- <http://www.manelweb.com/index.html>
- <https://eldromedariorecords.com/tienda/extremoduro/>
- <https://www.loquillo.com>

Tipus de web

Web responsiu que permeti adaptar el format dels continguts del lloc a les característiques de qualsevol pantalla o dispositiu d'accés.

Caldran serveis posteriors? (Manteniment, gestió de xarxes socials, posicionament SEO)

No es requeriran serveis posteriors.

Conclusions

El desenvolupament de la identitat gràfica ens facilitarà que el grup assoleixi notorietat, consistència i visibilitat. Cal transmetre gresca, rock, ritme, bon rotllo, i fer-ho a través dels elements de marxandatge i eines digitals, com el web en les seves versions d'escriptori, *smartphone* i tauleta. Cal tenir present que ens dirigim a un públic sociable que gaudeix d'estar una estona amb els amics escoltant música en directe, amb cert punt de melancolia que els transporta a la seva joventut.

El client no és un grup professional, però el resultat de la feina que ens encarrega sí que ho ha de ser.

5.2 Manual d'identitat gràfica



Figura 41. Portada del Manual d'identitat gràfica

Aquest manual d'Identitat gràfica recull els elements constitutius de la identitat visual de GaragebandSF.

Com a elements constitutius estableixen les pautes de construcció, l'ús de tipografies i les aplicacions cromàtiques de la marca.

La consolidació de la imatge de marca necessita una atenció especial a les recomanacions exposades en aquest manual, com a document que garanteix una unitat de criteris en la comunicació i difusió pública.

El manual ha de ser una eina present en totes les aplicacions de la imatge corporativa.

Les directrius que conté aquest document no pretenen restringir la creativitat, sinó ser una guia que obri noves possibilitats creatives de comunicar la seva pròpia essència.

En el document **Annex I - Manual d'identitat gràfica** podem veure en detall tots els continguts que es relacionen a continuació.

5.2.1 Signes bàsics d'identitat

5.2.1.1 Símbol

- Construcció del símbol
- Versió del símbol a color
- Versió del símbol a una tinta
- Versió del símbol en negatiu

5.2.1.2 El logotip

5.2.1.3 La marca

- Construcció de la marca
- Versió color de la marca
- Versió a una tinta de la marca
- Versió en negatiu de la marca
- Mida mínima recomanada
- Usos incorrectes

5.2.1.4 Tipografia

5.2.1.5 Color

5.2.2 Aplicacions

5.2.2.1 Papereria

- Targetes personals, portada de CD estàndard, adhesius

5.2.2.2 Publicitat

- *Flyers*, pues de guitarra, xapes
- Banderoles
- Cartell de botiga
- *Roll ups*
- Banners Online

5.2.2.3 Web

- Versió escriptori
- Versió *smartphone*
- Versió tauleta

6. Metodologia

El mètode de treball és el següent:

1. Contextualització de cada element que participi en el projecte.
2. Documentació bibliogràfica dels camps que volem desenvolupar.
3. Estudi d'elements o productes existents similars al que volem desenvolupar en aquest treball. Cerca de logotips, espais web i vídeos promocionals de grups de música rock i garage-rock.
4. Treball en paral·lel dels elements que formen subprojectes dins del projecte. Tenir la capacitat d'anar avançant tasques al mateix temps.
5. Meticulositat en la gestió de la informació que genera la realització del Treball de Final de Grau. Ordre en els arxius i en les carpetes que els contenen.
6. Comunicar al consultor qualsevol canvi de plantejament o modificació estratègica.
7. Elaboració de textos per al projecte i per la memòria. Cal tenir cura de la redacció, així com de l'ortografia i dels estils tipogràfics i jeràrquics utilitzats.

7. Elements tècnics per al desenvolupament del projecte

7.1 Maquinari

- Ordinador iMac (Retina 5K, 27-inch, 2017) Processador 3,4 GHz Intel Core i5 Memòria 8 GB 2400 MHz DDR4
- Càmera de fotos i vídeo integrada en l'iPhone 6 plus iOS 12.4.2
- Càmera de fotos i vídeo Canon 80 D. Objectiu 18-135 mm.

7.2 Programari

- Sistema operatiu: Versió del sistema: macOS 10.13.6
- Adobe Illustrator CC 2020
- Adobe Indesign CC 2020
- Adobe Photoshop CS 6
- Adobe Premier CC
- Adobe After Effects CC
- Adobe Acrobat Pro DC
- Adobe XD CC
- Microsoft Word 2016
- Navegador Safari Versió 13.0.1
- Navegador Google Chrome (Versió 77)

8. Procés de treball

8.1 Creació i desenvolupament gràfic

8.1.1 El símbol

El símbol representa el senyal gràfic que té un significat i que, en el nostre cas, il·lustra la música rock mitjançant una guitarra elèctrica, un instrument que els membres del grup creien que havia de mostrar-se en la imatge del grup.

8.1.1.1 Construcció del símbol

Partim d'una guitarra elèctrica de la marca Ibanez, de marcat estil rock dur / *heavy metal*.

Amb el programa Adobe Illustrator, calquem la imatge i aconseguim el traç, que anem modelant fins a obtenir una mitja silueta amb forma ben definida. Treballem les clavilles per separat i tot seguit les afegim. Amb aquest procés obtenim una imatge vectorial que utilitzarem per confeccionar el símbol.

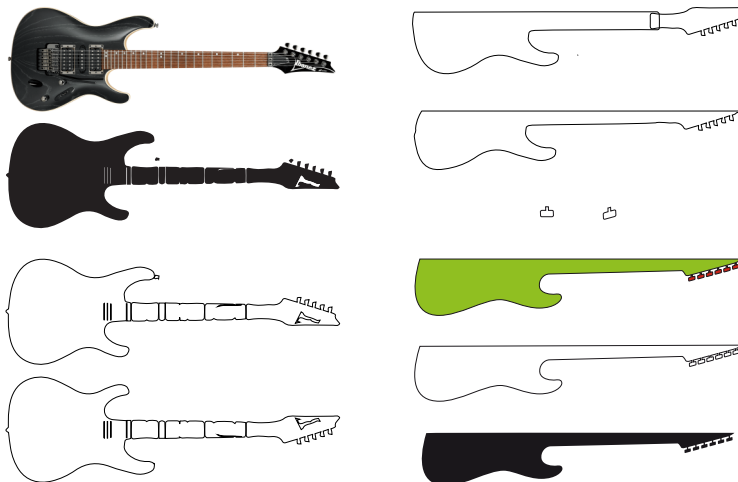


Figura 42. Procés de creació del símbol a partir de la imatge d'una guitarra

Tot seguit, procedim a muntar el símbol. Amb el programa Adobe Illustrator utilitzem les sigles SF de Santa Fe escrites amb la tipografia The Frontman. Creem contorns a partir d'aquest text. Tot seguit ubiquem les sigles damunt de la mitja guitarra, agrupem i inclinem 9 graus cap a l'esquerra.

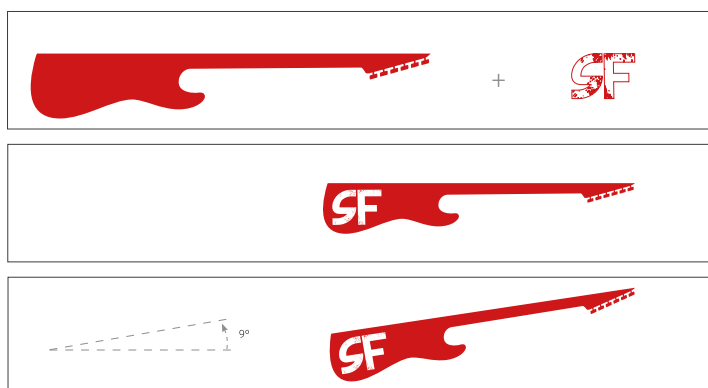


Figura 43. Muntatge del símbol

8.1.1.2 Versió del símbol a color

En la seva versió a color el símbol es reproduïx en el color vermell PANTONE®485C.



Figura 44. Versions del símbol a color

8.1.1.3 Versió del símbol a una tinta

En aquests exemples es mostra la reproducció del símbol a una tinta, quan no es pugui fer servir en el color vermell. Per a aquests casos i sempre que el color de fons sigui blanc o un color clar el símbol s'aplicarà en color negre.



Figura 45. Versions del símbol a una tinta

8.1.1.3 Versió del símbol en negatiu

Quan el símbol s'hagi de reproduir sobre un color fosc o molt saturat es farà servir la seva versió en negatiu.



Figura 46. Versions del símbol en negatiu

8.1.2 El logotip

El logotip és la denominació del grup Garage Band escrit amb unes característiques tipogràfiques determinades. Cal que figuri en la tipografia The Frontman, composta sempre en caixa alta. Sempre ha d'anar acompanyat del símbol a no ser que quedi especificat en el manual d'identitat gràfica. Amb el programa Adobe Illustrator escrivim la paraula Garageband, tot seguit tracem el text per obtenir el següent:

GARAGEBAND

Figura 47. Logotip de GaragebandSF

8.1.3 La marca

La marca és el conjunt format pel logotip i el símbol.



Figura 48. Marca de GaragebandSF

8.1.3.1. Construcci3 de la marca

En el següent esquema es mostra la relaci3 entre els diferents elements que componen la marca. Aquestes proporcions no es poden alterar, excepte en les aplicacions que estiguin normativitzades en el manual.

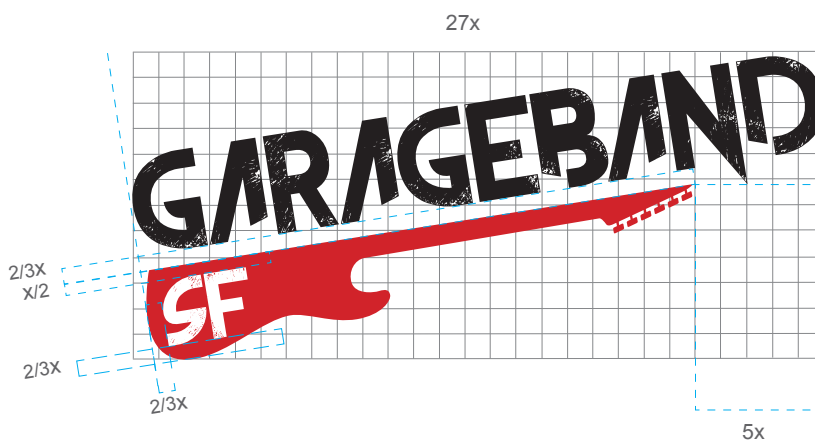


Figura 49. Construcci3 de la marca de GaragebandSF

8.1.3.2 Versi3 a color de la marca

Els colors utilitzats s3n el vermell Pantone 485 i el negre, utilitzats en aplicacions com a color de fons.



Figura 50. Versi3 a color de la marca de GaragebandSF

8.1.3.3 Versi3 a una tinta de la marca

En aquests exemples es mostra la versi3 de la marca a una tinta quan no es pugui fer servir vermell. Per a aquests casos i sempre que el color de fons sigui blanc o un color clar el s3mbol s'aplicar3 en color negre.



Figura 51. Versió a una tinta de la marca de GaragebandSF

8.1.3.4 Versió en negatiu color de la marca

Quan la marca s'hagi de reproduir sobre un color fosc o molt saturat es farà servir la seva versió en negatiu.



Figura 52. Versió en negatiu de la marca de GaragebandSF

8.1.3.5 Mida mínima recomanada

Per tal de garantir la correcta llegibilitat de la marca i una bona reproducció del símbol, s'aconsella la següent mesura de reproducció mínima.



Figura 53. Mida mínima recomanada de la marca de GaragebandSF

8.1.3.6 Usos incorrectes

La marca és l'element principal de la identitat visual. No hem de permetre en cap cas que es modifiqui o se substitueixi: si es canvia la imatge o es desvirtua la personalitat gràfica, la marca quedarà malmesa. Si un tercer fa us de la marca en elements promocionals, cal revisar com s'ha aplicat i no validar fins que es faci l'us correcte.



Figura 54. Usos incorrectes de la marca de GaragebandSF

8.1.4 Tipografia

La tipografia emprada en el logotip de Garageband SF és **The Frontman Regular**, Dissenyada per LJDesignStudios. És una font decorativa, amb robustesa i caràcter agressiu. Tipus de llicència: Estàndard. Ús comercial, disseny digital, impressió, publicitat digital i impresa. El cost ha estat de 22 USD.



Figura 55. Tipografia The Frontman

La tipografia secundària és família tipogràfica **Roboto** en totes les seves variants, que s'utilitzaran per a la composició de textos i aplicacions en papereria corporativa, i també en les diferents versions del web. De pal sec, de gran llegibilitat i gratuïta. Dissenyada per Google Android Design (Christian Robertson). Llicència: Domini públic, GPL, OFL.

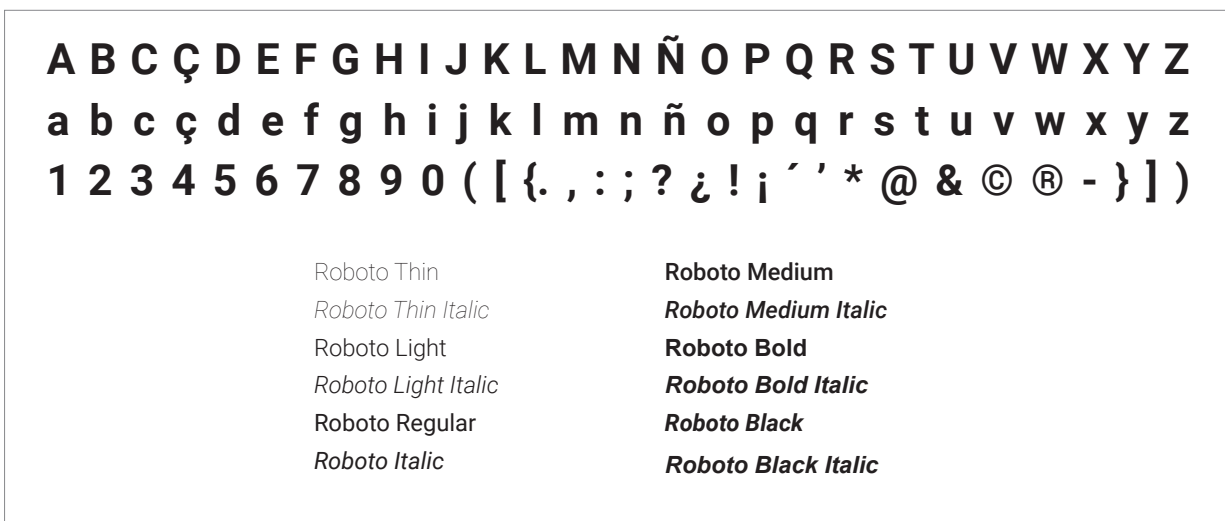


Figura 56. Tipografia Roboto

8.1.5 Color

Els colors de Garageband SF són el vermell PANTONE®485 i el negre. L'elecció dels colors es deu a les preferències dels components del grup i a què el vermell és un color primari molt intens, apassionant, crida l'atenció sobre un element en particular. El negre transmet elegància i sofisticació, i és molt utilitzat pels grups de rock.

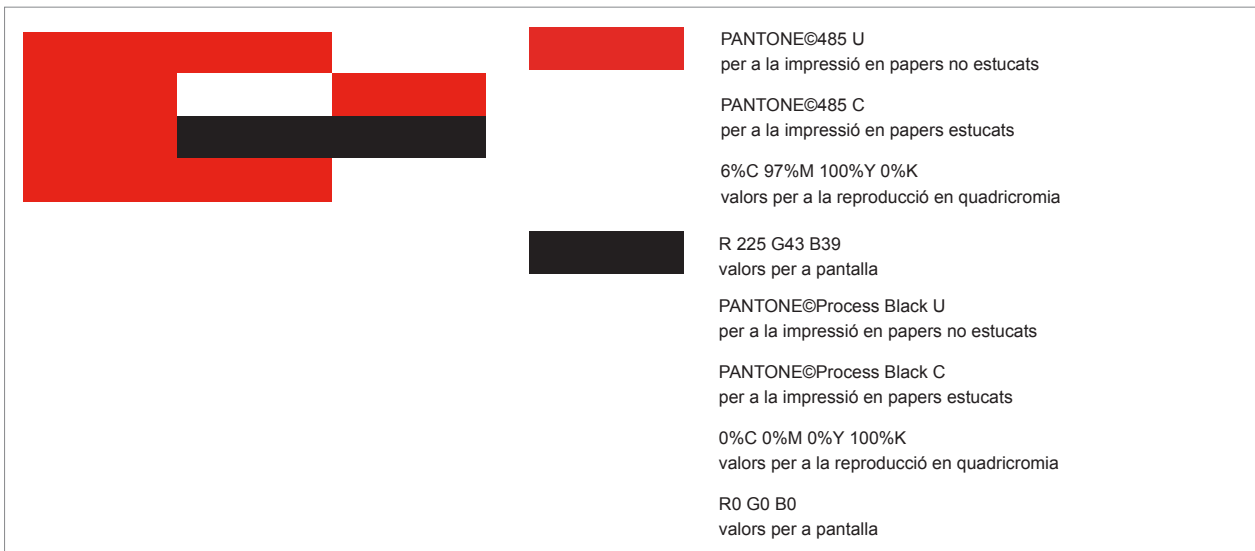


Figura 57. Principals colors utilitzats

8.1.6 Aplicacions

8.1.6.1. Papereria

8.1.6.1.1 Targetes personals, portada de CD estàndard, CD

Targetes personals

Format: Targeta, 52 x 74 mm. **Support:** Paper òfset tipus Kraft, reciclat, 20 g/m². **Composició tipogràfica:** Roboto Light i Roboto Bold. **Cos 7/7.** **Tintes d'impressió:** Vermell Pantone 485 C i negre.

La composició ha estat realitzada directament a l'arxiu de Manual d'identitat gràfica, que ha estat maquetat amb el programa Adobe Indesign 2020.



Figura 58. Targetes personals

Portada de CD estàndard

Amb el suport de paper kraft volem transmetre una imatge càlida, d'ús d'elements reciclats com els que podria haver-hi en un garatge.

Format: Bossa, 130 x 130 mm. **Suport:** Paper òfset 220 g/m², kraft. **Composició tipogràfica:** Roboto Light i Roboto Bold. **Cos 7/7.** **Tintes d'impressió:** Vermell 6%C 97%M 100%Y 0%K, i tinta blanca i negra.

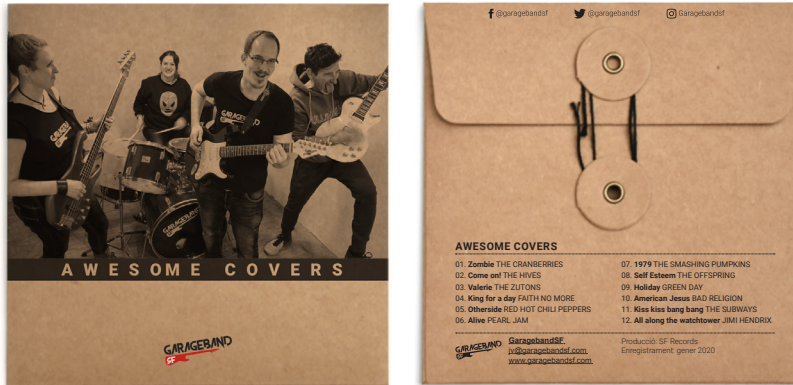


Figura 59. Anvers i revers de la bossa del CD.

Per aconseguir aquest resultat de l'anvers s'ha fet servir el programa Adobe Photoshop, ajustant els elements de cada capa. El revers s'ha maquetat amb Adobe Indesign damunt d'una imatge de recurs.

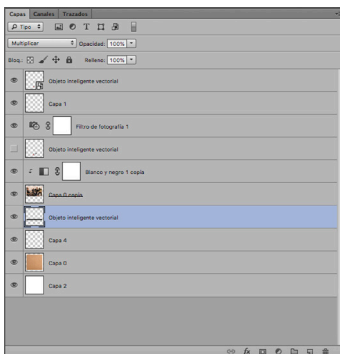


Figura 60. Capes de l'arxiu de Photoshop corresponents a la portada

CD

Format: CD 117 mm. **Suport:** Vinil. **Composició tipogràfica:** Roboto Light i Roboto Black. **Cos 7 i 8.** **Tintes d'impressió:** CMYK.



Figura 61. Possibles composicions gràfiques en el CD

La plantilla base del CD ha estat obtinguda del banc d'imatges vectorials *Freepik*, de la qual s3c subscriptor i segons la llic3ncia en puc fer 3s per a la realitzaci3 d'aquest TFG.

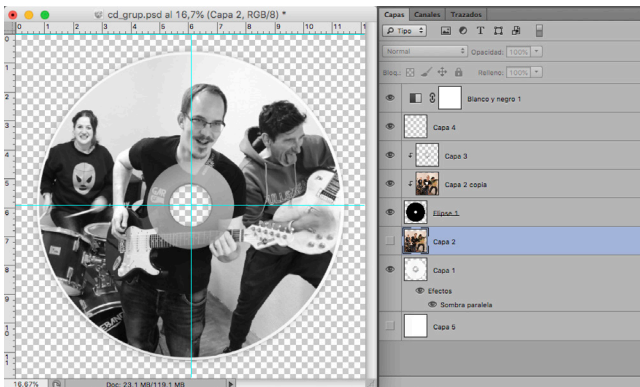


Figura 62. Composici3 de la imatge del CD en el programa Photoshop

8.1.6.2 Publicitat

Tot seguit es desenvolupen els elements publicitaris. S'ha fet una selecci3 d'objectes i suports que s3n habituals en el marxandatge de grups de m3sica i de les activitats que duen a terme.

8.1.6.2.1. Flyers, pues de guitarra, xapes

Flyers

Els *flyers* proporcionen informaci3 r3pida sobre la banda de m3sica i sobre qualsevol esdeveniment que organitzi, principalment concerts o novetats discogr3fiques.

Format: 100 x 130 mm. **Suport:** Paper 3fset 100 g/m², kraft. Paper ofset 135 g/m², estucat mat. **Composici3 tipogr3fica:** Roboto Light i Roboto Bold. Cos 7 i 8. **Tintes d'impressi3:** Vermell 6%C 97%M 100%Y 0%K, tinta blanca i negra.



Figura 63. Composicions per als flyers

Aquestes composicions han estat editades directament a l'Adobe Indesign en el Manual d'identitat gr3fica, ajustant els modes de fusi3 dels objectes (multiplicar en el cas de la foto) i la transpar3ncia.

Pues de guitarra

Format: 30 x 28 mm. **Support:** Nylon de 0,75 mm. **Composici3 tipogr3fica:** Logotip de Garageband SF. **Tintes:** Vermell 6%C 97%M 100%Y 0%K, blanc i negre.



Figura 64. Aplicaci3 de la marca sobre pues de guitarra

A partir de la silueta d'una pua feta amb el programa Adobe Illustrator, apliquem textura, relleu i color amb el programa Adobe Photoshop.

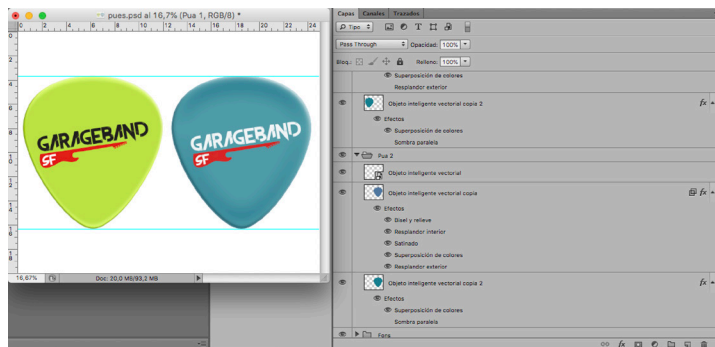


Figura 65. Silueta d'una pua de guitarra Figura 66. Composici3 de la marca sobre les pues editades

Xapes

Format: 25 mm **Support:** Paper offset 135 g/m², estucat mat manipulats sobre xapa. **Composici3:** Logotip de Garageband SF. **Tintes d'impressi3:** CMYK.

Muntatge: Xapa de 25 mm. Impressi3 en DinA4. La zona de l'interior del cercle petit correspon al motiu. La zona entre els dos cercles es doblega i no queda visible.



Figura 67. Aplicaci3 de la marca sobre xapes de 25 mm



Figura 68. Full amb les impressi3s de les xapes en diferents colors

El disseny de les xapes s'ha fet amb el programa Adobe Photoshop, fent un treball amb capes i efectes d'objectes com el bisellat, el setinat, la brillantor i l'ombra.

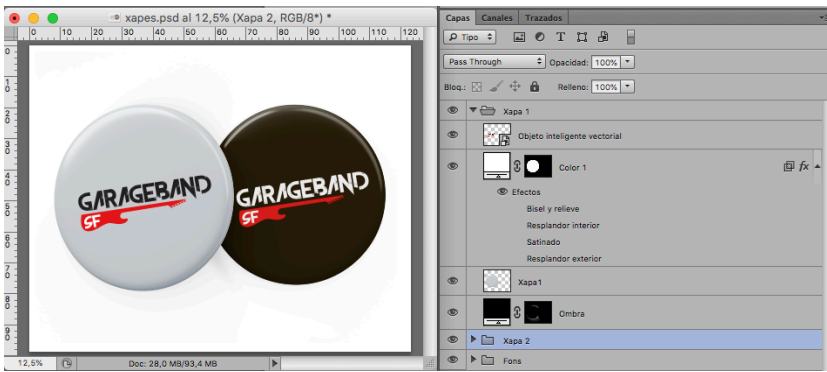


Figura 69. Composició de la marca sobre xapes de 25 mm en el programa Adobe Photoshop

8.1.6.2.2. Banderoles

Les banderoles són suports publicitaris de gran efectivitat en l'àmbit local ja que en un mateix tram de carrer es repeteix el mateix missatge diverses vegades.

Format: 600 mm x 400 mm. **Support:** Lona de doble cara *blockout*. **Composició tipogràfica:** The Frontman, Roboto Light i Roboto Bold. Cos 40 i 80. **Tintes d'impressió:** Vermell Pantone 485 C i negre.

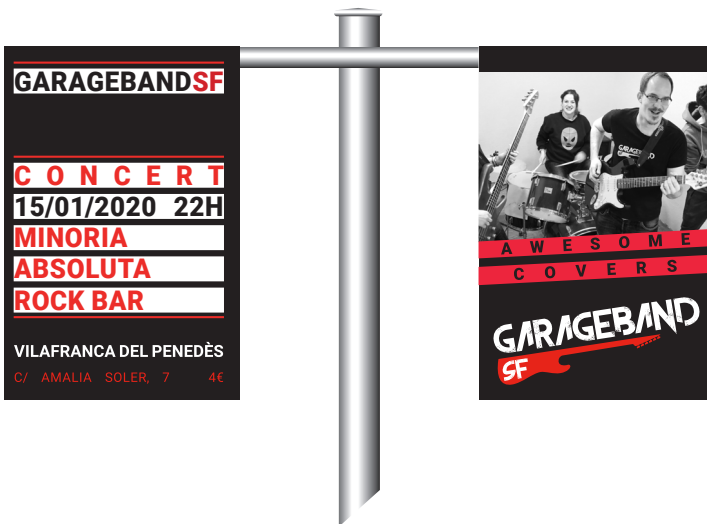


Figura 70. Anunci de concert i cartell del grup en suport banderola.

El disseny de les banderoles s'ha fet directament en el Manual d'identitat gràfica, amb el programa Adobe In-design. Per a l'elaboració dels elements de suport de les banderoles s'ha utilitzat el programa Adobe Illustrator.

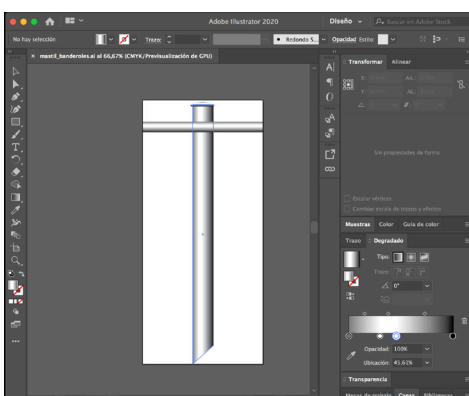


Figura 71. Elaboració dels elements de suport de les banderoles.

8.1.6.2.3. Anuncis a premsa especialitzada

Inserir un petit anunci en una revista especialitzada pot comportar visibilitat en un tipus de públic potencialment motivat i anar-se obrint pas entre el gran nombre de bandes de rock.



Figura 72. Inserció de publicitat en la revista especialitzada RockZone.

La inserció de l'anunci ha estat realitzada damunt d'una imatge de les revistes especialitzades, directament en el Manual d'identitat gràfica, utilitzant el programa Adobe Indesign.

8.1.6.2.4. Cartell de botiga

Els cartells publicitaris són un dels mitjans més eficaços per a cridar l'atenció del públic a través de la composició d'imatges i del missatge que volem transmetre. Podem trobar-los pertot arreu. En marquesines, en aparadors, en finestres, en tanques, etc.

Format: A3. 420 mm x 297 mm. **Suport:** Paper d'ofset tipus Kraft, 180 g/m² o bé paper estucat mat. 180 g/m². **Composició tipogràfica:** The Frontman. Roboto Light i Roboto Bold. **Cos variable Tintes d'impressió:** Vermell Pantone 485 C i negre + Tinta blanca per a impressions en paper Kraft.



Figura 73. Cartells de botiga

La composició dels cartells de botiga s'ha fet directament en el Manual d'identitat gràfica, utilitzant el programa Adobe Indesign. Com en altres elements de difusió, s'ha optat per fer una versió sobre paper de kraft i una altra sobre paper setinat amb fons negre.



Figura 74. Composició dels cartells de botiga en el programa Adobe Indesign

8.1.6.2.5. Roll Ups

Els *roll ups* són un format de publicitat *display* amb una característica molt valorable pel que fa a transport, ja que s'enrotllen. Així és que gràcies a una estructura superior d'alumini es pot enrotllar i desenrotllar sense necessitat de realitzar cap tipus d'instal·lació.

Format: 200 cm x 85 cm. **Support:** Lona *blockout*. **Composició tipogràfica:** Logotip de Garageband SF + Roboto Light i Roboto Black. **Cos variable.** **Tintes d'impressió:** CMYK.



Figura 75. *Roll ups*, exemple d'aplicació

El disseny dels *roll ups* s'ha fet a partir d'una plantilla base del banc d'imatges Freepik, de la qual sóc subscriptor. En aquesta plantilla s'apliquen els dissenys prèviament maquetats en el programa Adobe Photoshop en arxius independents.

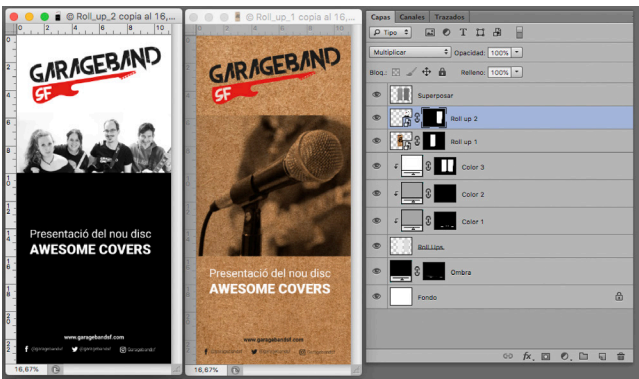


Figura 76. Composici3 per capes dels roll ups en el programa Adobe Photoshop

8.1.6.2.6. Banners online

Es un tipus d'anunci que generalment es emprat en la publicitat anomenada display, peces publicit3ries de contingut gr3fic que es troben localitzades en diferents p3gines web. El web o suport on el banner va incl3s fa pagar per aquest tipus de publicitat. Els *banners online*, a difer3ncia de la publicitat en publicacions peri3diques, encoratgen els consumidors de mitjans a deixar el servei de mitjans o el producte i anar a un entorn de mitjans separat (normalment un lloc web operat per l'anunciant).

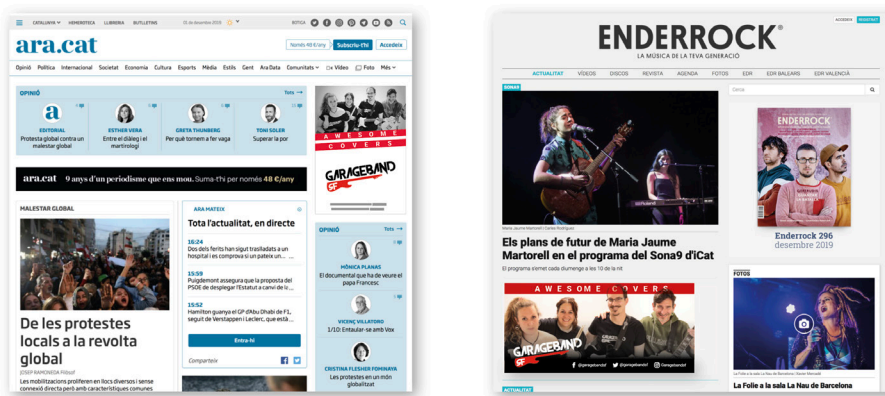


Figura 77. Banners en mitjans digitals

La composici3 dels *banners* s'ha fet directament en el Manual d'identitat gr3fica, utilitzant el programa Adobe Indesign.



Figura 78. Composici3 dels banner

8.1.6.2.7. Peces de roba

Les samarretes estampades poden aportar visibilitat a la marca. Aquesta un cartell portable. És una efectiva eina de màrqueting que pot amplificar un missatge. En aquest cas, optem per afegir la marca en les seves versions en positiu i negatiu, segons el color de la peça de roba.



Figura 79. Aplicació de la marca de Garageband SF en samarretes

El disseny de les samarretes s'ha fet a partir d'una plantilla base del banc d'imatges Freepik, de la qual sóc subscriptor. En aquesta plantilla vectorial s'aplica la marca, amb el programa Adobe Illustrator.

8.2 Vídeo promocional

Elaboració del guió

En el moment que ens plantegem fer el desenvolupament gràfic del grup GaragebandSF s'elabora un seguit de fites a assolir per tal que la proposta final sigui completa. Una d'elles és, dins dels elements de difusió, l'elaboració d'un vídeo promocional.

El vídeo té la finalitat de transmetre el què se sent estant en un assaig del grup, entre músics i instruments.

Elaboració del guió

Títol del vídeo	Un tast de GaragebandSF
Durada	1 minut 8 segons
Realització	Dídac Ram3rez Combalia
Amb la participació de	Jordi, Vania; Ribas i Elisa
Data	Del 2 de novembre a l'1 de gener de 2020

Taula 1. Informació del guió

Text					
<p>Les bandes de garatge toquen en garatges d'habitatges unifamiliars, habitacions, casetes de jardí... sintetitzem una freqüència que ens permet accedir a un assaig del grup GaragebandSF.</p> <p>S'aplica un efecte visual d'esbós a llapis que dramatitza les imatges i li dóna un aspecte <i>underground</i>. No s'utilitza tripode en la captura de clips.</p>					
Guió tècnic					
Seqüència	Escena	Enquadrament	Imatge	Àudio	Temps
1	Intro		Logotip distorsionat	Noise, Long-Wave, 01-01 LOOP.wav Autor: InspectorJ	0s - 4s
2	Inici suau	Primer Pla / Pla mig	Jordi i Elisa	Versió del tema musical <i>Zoombie</i> , del grup The Cramberries	04s - 14s
3		Primer pla	Elisa	<i>Zoombie</i>	14s - 19s
4		Pla mig	Jordi	<i>Zoombie</i>	19s - 25s
5	Comença a pujar la intensitat	Pla detall / Pla mig llarg	Baix + Vania tocant bateria	<i>Zoombie</i>	26s - 27s
6		Pla detall	Guitarra Ribas	<i>Zoombie</i>	28s - 29s
7		Pla mig	Vania	<i>Zoombie</i>	30s - 31s
8		Primer pla	Jordi	<i>Zoombie</i>	32s
9		Pla detall	Guitarra Ribas	<i>Zoombie</i>	33s
10	Gran intensitat amb el començament de la tornada	Pla mig curt / Pla sencer	Elisa i Vania	<i>Zoombie</i>	33s - 36s
11		Pla mig curt / Pla mig	Ribas i Vania	<i>Zoombie</i>	36s - 40s
12	Màxima intensitat	Pla sencer	Tots	<i>Zoombie</i>	40s - 42s
13	Canvis de seqüència més ràpids	Pla mig	Vania	<i>Zoombie</i>	42s - 44s
14		Pla mig curt / Pla sencer	Elisa i Vania	<i>Zoombie</i>	44s - 47s
15		Pla detall	Guitarra Ribas	<i>Zoombie</i>	47s - 49 s
16		Pla mig curt / Pla sencer	Elisa i Vania	<i>Zoombie</i>	49s - 51s
17		Pla mig	Vania	<i>Zoombie</i>	51s - 52 s
18		Primer pla	Elisa	<i>Zoombie</i>	52s - 54 s
19		Pla mig	Vania	<i>Zoombie</i>	54 s - 54 s
20		Primer pla	Ribas	<i>Zoombie</i>	54 s - 59 s
21		Pla mig curt	Vania	<i>Zoombie</i>	59s - 1m 00 s
22		Pla detall	Màstil baix	<i>Zoombie</i>	1m 01 s - 1m02 s
23		Primer pla	Ribas	<i>Zoombie</i>	1m 02 s - 1m04 s
24	Finalitza l'escena brusquement amb un repic de bateria	Pla mig	Vania	<i>Zoombie</i>	1m 04 s
25	Tancament La interferència irromp amb el logotip irromp en pantalla		Logotip distorsionat	Noise, Long-Wave, 01-01 LOOP.wav Autor: InspectorJ	1m 02 s - 1m08 s

Taula 2. Escaleta del guió

Enregistrament



Figura 80. Imatge del dia de l'enregistrament

L'enregistrament s'ha dut a terme a la data prevista segons la planificaci3, dissabte 16 de novembre de 2019. El grup ha estat tocant una estona diverses cançons a l'estudi/garatge on GaragebandSF assaja habitualment. En aquest moment, he aprofitat per fer algunes fotografies de recurs que posteriorment han estat utilitzades en diferents parts del projecte.

Finalment s'han escollit dos temes i s'han tocat íntegrament, dues vegades cada un. Un dels temes ha estat *Self Esteem*, de la banda californiana *The Offspring* i l'altre ha estat *Zombie*, dels irlandesos *The Cranberries*. De cada tema he fet dues gravacions completes, c3mera en m3, amb la intenci3 de poder

disposar de diferents preses per a la posterior edici3 del v3deo. He procurat filmar diferents tipus de plans per obtenir dinamisme en el resultat final, i sempre amb la intenci3 que el futur espectador tingui la sensaci3 que fa una incursi3 en un genu3 assaig d'una banda de garatge.

Edici3

L'edici3 del clip s'ha plantejat tenint en compte el gui3 pr3viament elaborat. Per tal de fer un v3deo final d'un minut de durada amb un tractament especial de la imatge, en el programa Adobe Premiere s'han bolcat els dos enregistraments íntegres del tema *Zombie*, que tenien una durada superior als 4 minuts.

He triat la pista d'3udio d'un dels 2 clips, la que consta de millor qualitat, tot i no ser 3ptima. A partir d'aquest 3udio, i amb les funcionalitats d'edici3 de l'Adobe Premiere, he retallat els plans que he considerat m3s interessants i posteriorment seq3enciats per tal que coincideixin amb el so. Un primer v3deo ha servit de base, i el segon ha servit per superposar plans.

Tot seguit, s'ha preparat l'exportaci3 ajustant els par3metres i s'aconsegueix un clip en alta resoluci3 que ens servir3 de base per continuar amb el prop3sit de v3deo promocional.



Figura 81. Edici3 inicial en el programa Adobe Premiere

Tenint en compte que la intenció del clip és fer una incursió en un assaig del grup, volem una forma d'entrar en aquest assaig, i ho fem amb una imatge de la marca del grup que pateix una interferència, una distorsió, com les velles emissores de ràdio analògiques i llunyanes que es podien sintonitzar amb una antena suficientment potent.

Per aconseguir aquest efecte fem servir el programa Adobe After Effects, on apliquem un filtre anomenat *Glitch* i el configurem de quatre formes diferents per aconseguir quatre moviments diferents.

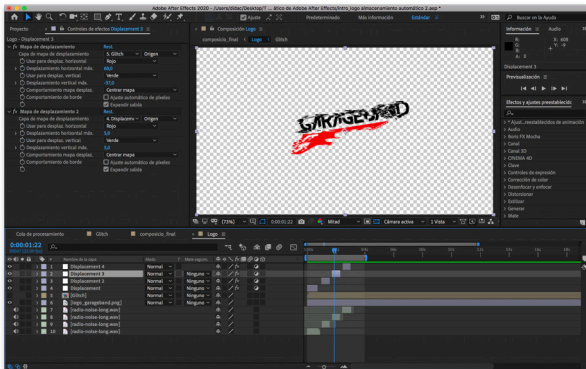


Figura 82. Obtenció de l'efecte *Glitch*

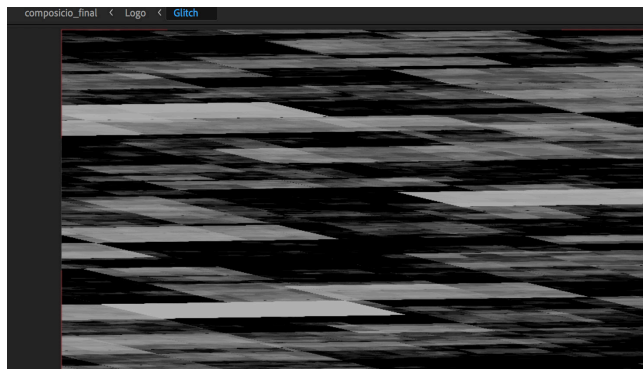


Figura 83. Detall de l'efecte *Glitch*

Un cop aplicat l'efecte visual de distorsió, s'afegeix un arxíu d'àudio que simula una interferència de ràdio (*radio noise*⁽³⁾) i que ha estat descarregat gratuïtament del portal Freesound.com. Es fa coincidir cada bloc d'interferència de la marca GaragebandSF amb les interferències de so, i s'incorpora el clip que conté un fons de paper vell en moviment, obtingut també amb l'efecte *Glitch*.

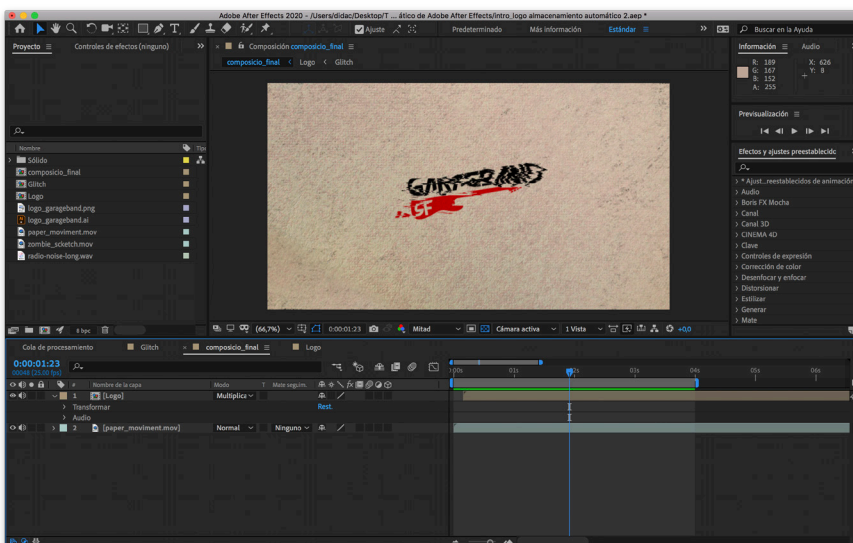


Figura 84. Muntatge de les parts d'imatge i so distorsionades

Es prepara l'exportació per obtenir un clip de pel·lícula que farem servir posteriorment com a inici i final del vídeo promocional.

Arribats a aquest punt, cal donar al vídeo promocional un aspecte d'animació tradicional. Aquest efecte es tria per dos motius. El primer, perquè conceptualment els grups de garatge tenen pocs recursos pel que fa a infraestructura, sovint no disposen de tots els elements tècnics necessaris, així doncs, la imatge desitjada del vídeo no ha de tenir color, han de ser esbossos a llapis que transmetin l'essència de quatre amics tocant junts en un garatge. El segon motiu es deu al fet que una opció de treball de final de grau era fer un

3.- Arxíu d'àudio creat per InspectorJ

videoclip d'animació d'un tema musical del cantant nord-americà Tom Waits. L'animació l'hauria feta amb dibuixos propis, i el projecte haguera estat únicament la realització del vídeo a causa la gran càrrega de treball que haguessin comportat les il·lustracions. Finalment, he pogut incloure en el projecte de creació gràfica l'elaboració d'un videoclip, però fent servir la tecnologia per aconseguir un resultat similar al que hagués aconseguit manualment.

Per aconseguir aquest resultat d'animació, s'ha utilitzat un conjunt de plantilles de pagament, el *Pencil Sketch Effect*, de la companyia Creation Effects. Aquestes plantilles permeten als usuaris convertir els seus vídeos en un dibuix a llapis animat a Adobe After Effects. Amb onze ajustaments predefinitos, es poden imitar diversos estils de dibuix com llapis de colors, carbó vegetal, dibuixos de línies, esbossos en brut, fotorealisme i molt més. Cada configuració prèvia es pot personalitzar amb controls per aconseguir l'aspecte desitjat. Un cop finalitzat l'ajustament de paràmetres de l'efecte llapis, es prepara l'exportació i s'obté un arxiu de vídeo.

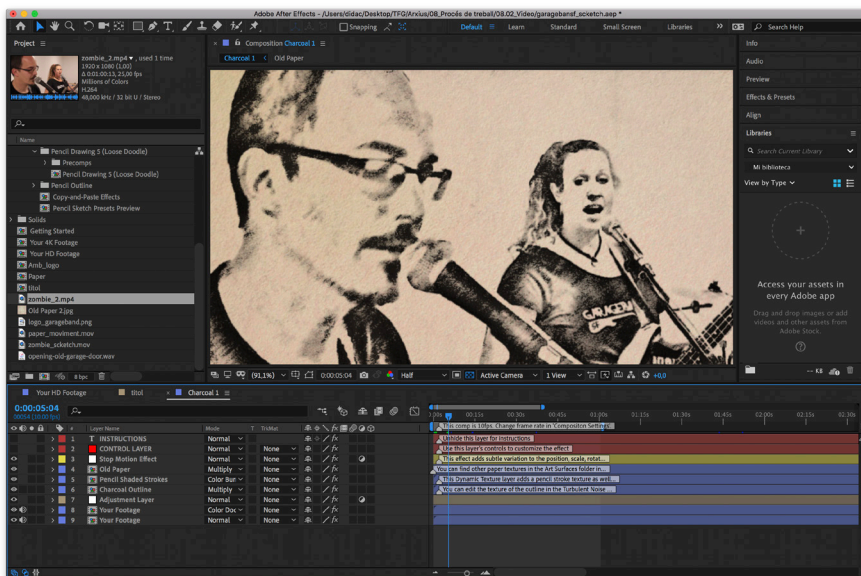


Figura 85. Aplicació de l'efecte d'esbòs a llapis

Per finalitzar, a l'Adobe Premiere es munta el vídeo que serveix com a introducció i final, juntament amb el vídeo on el grup toca *Zombie*. Es prepara l'exportació i s'obté el videoclip promocional definitiu.

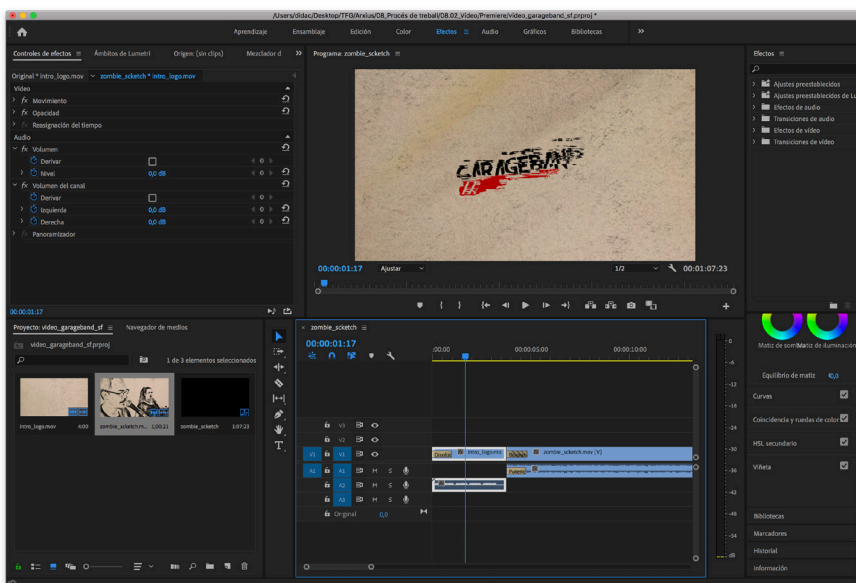


Figura 86. Muntatge final del vídeo promocional

8.3 Web

Objectiu

En el projecte de desenvolupament gràfic que tenim entre mans, la realització de la part de *front-end*⁽⁴⁾ del web és un element de gran rellevància, ja que actualment la presència a la xarxa comporta una gran visibilitat per part del públic de tots els elements que envolten el grup GaragebandSF. En el web hi veurem la marca, els discs, les notícies, els elements de marxandatge i els membres del grup. També serà una porta d'accés a les seves les xarxes socials. A partir del briefing del web⁽⁵⁾, elaborem l'arbre de continguts i l'arquitectura del web.

Continguts

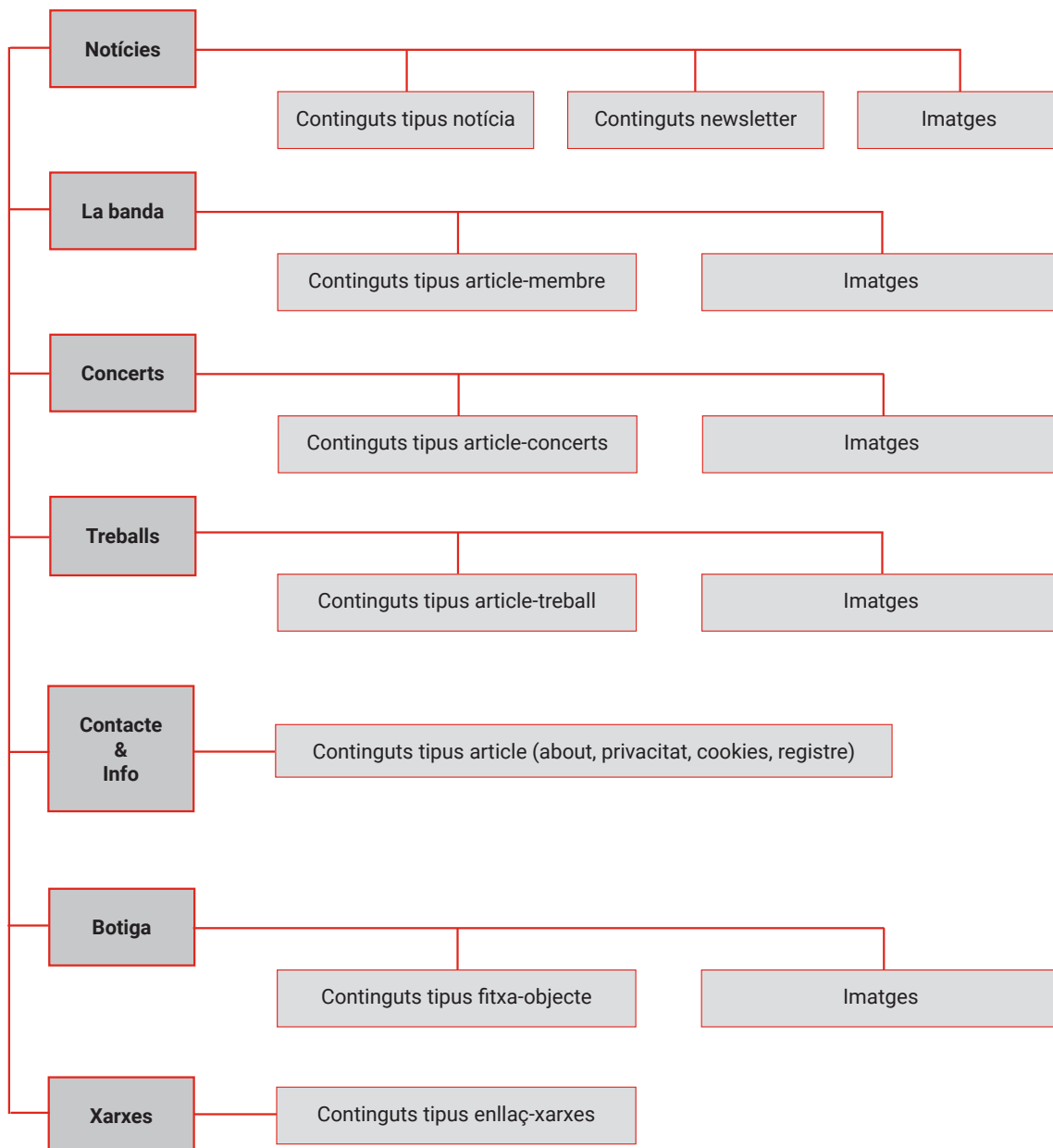


Figura 87. Esquema de l'arbre de continguts del web de GaragebandSF

4.- El terme *front-end*, en disseny web, fa referència a la visualització de l'usuari quan navega.

5.- Veure apartat 5.1.3 Briefing del web.

Arquitectura

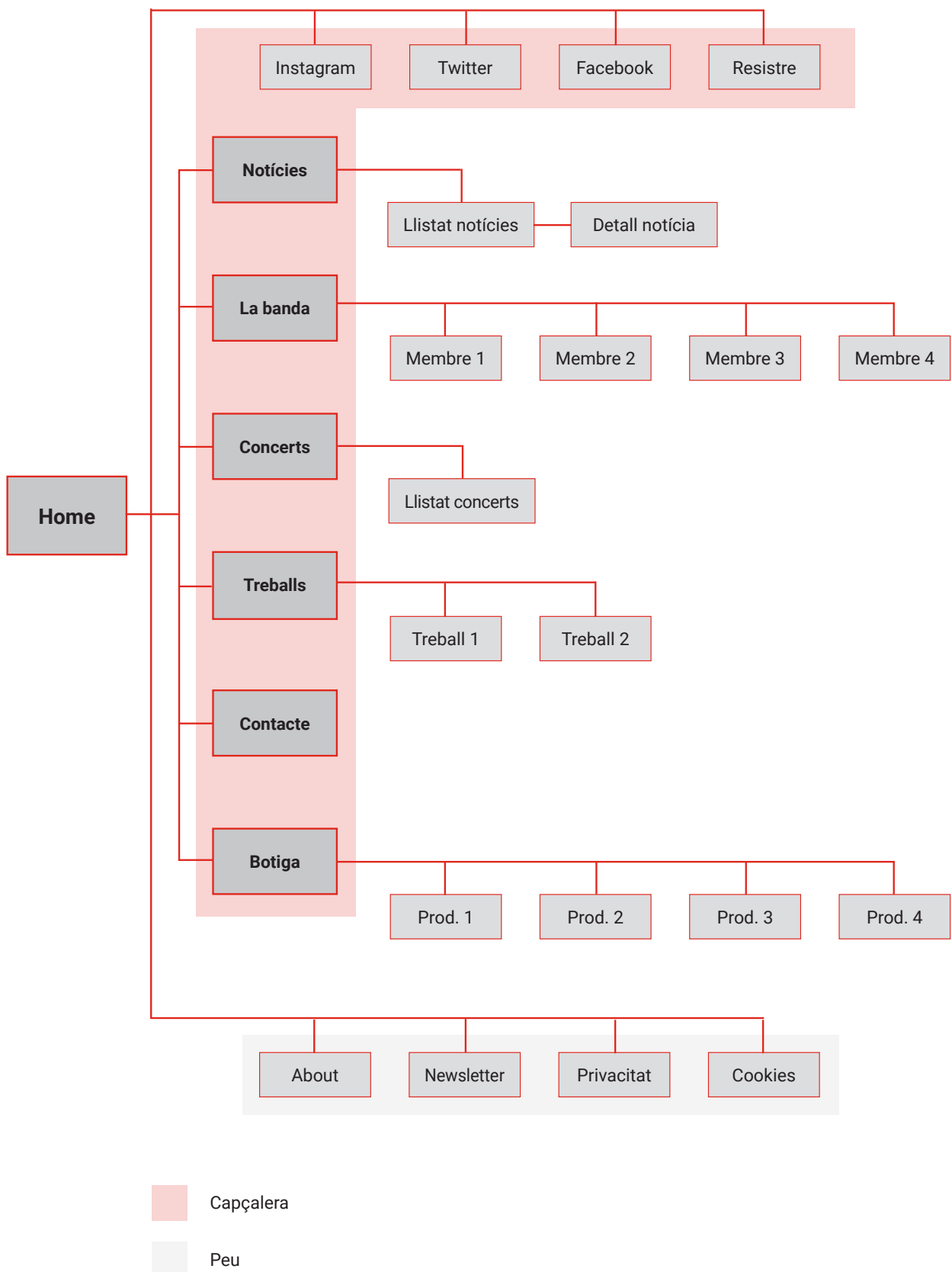


Figura 88. Esquema de l'arquitectura dels web GaragebandSF

Wireframes

Per a realitzar els esquemes visuals de com ha de ser el web en l'àmbit gràfic (*wireframes*), s'ha utilitzat el programa de prototipatge Adobe XD. Aquest programa ens permet prescindir dels tradicionals esquemes sintètics, ja que podem treballar esquemàticament directament amb elements gràfics finals. Obtenim, aleshores, *wireframes* amb qualitat *pixelperfect*.

Aquesta aplicació també ens permet generar interactivitat en la navegació amb la finalitat que el client pugui veure com serà l'experiència de navegació amb un nivell de fidelitat molt exhaustiu.

Pel que fa a disseny, Adobe XD ens facilita la diagramació i la correcta distribució d'elements a l'espai. Podem entre moltes opcions, per exemple: fer seccions, carpetes de contingut i crear elements pare que poden tenir instàncies de contingut per ser reutilitzades en diferents espais del document.

Pel que fa a prototipatge i interactivitat, el programa permet enllaçar elements, indicar reaccions visuals a accions com *hover* o *clik*, i definir paràmetres com el *scroll* (moviment vertical).

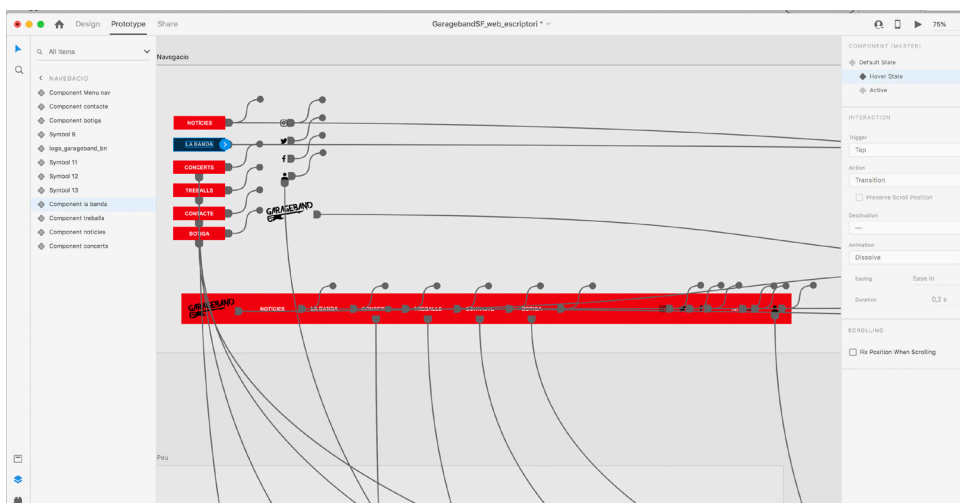


Figura 89. Detall d'elements 'pare' on s'apliquen rutes de navegació i elements d'interactivitat

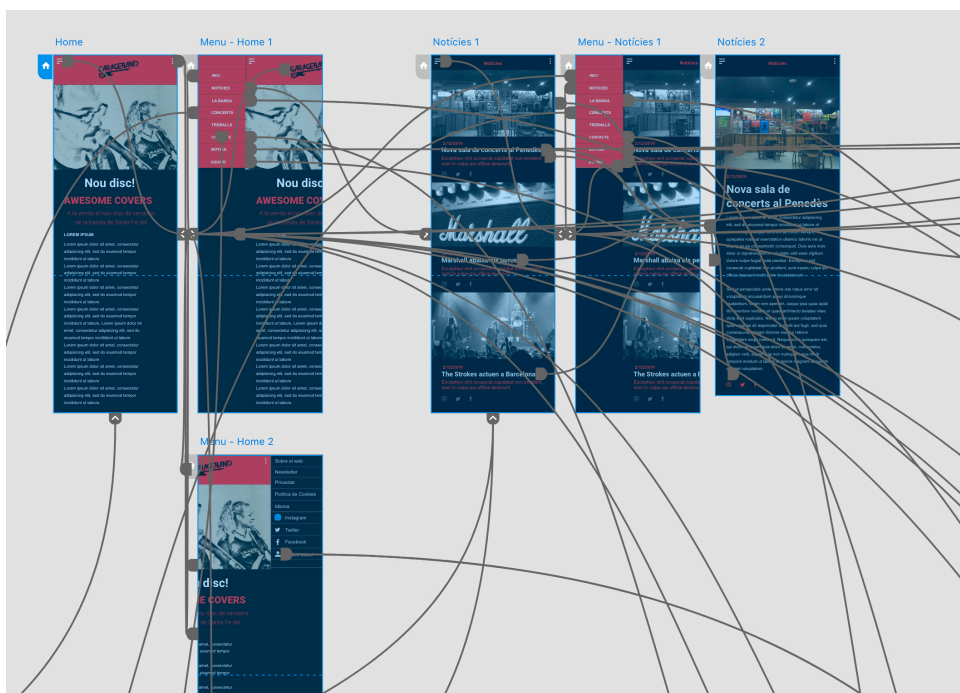


Figura 90. Exemple de com es veuen els wireframes amb tots els seus enllaços

Amb els documents que s'entreguen amb el projecte, s'inclouen els vídeos de simulació de navegació que el programa Adobe XD permet enregistrar mentre es comprova que la interactivitat és correcta.

Versió escriptori

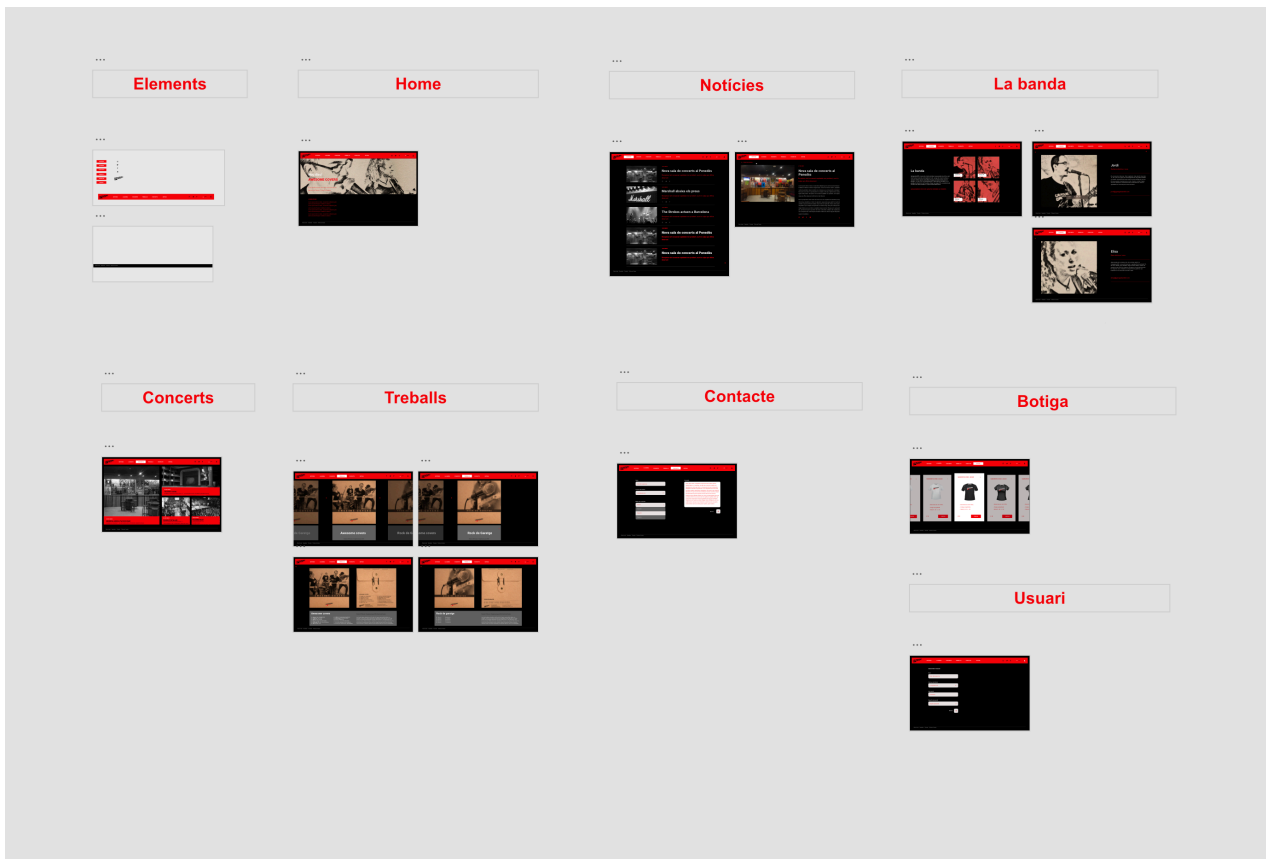


Figura 91. Wireframes versió escriptori

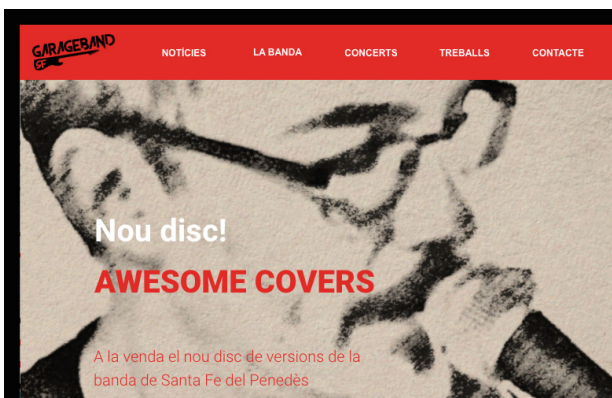


Figura 92. Wireframe escriptori. Inici

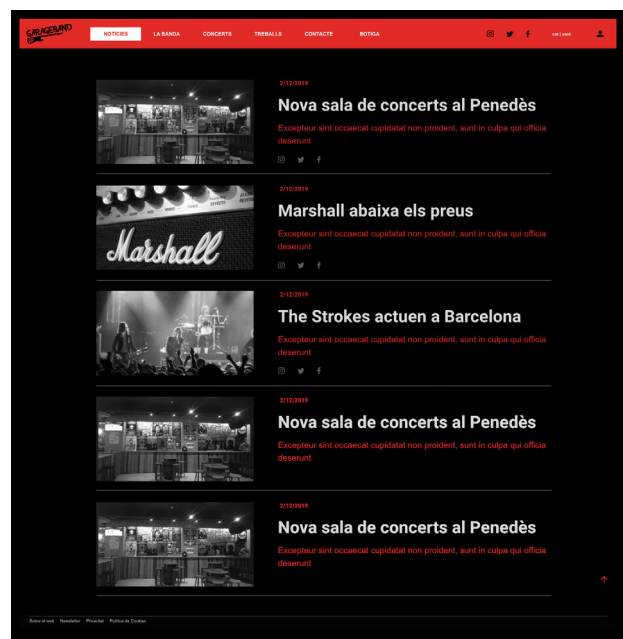


Figura 93. Wireframe escriptori. Llista notícies

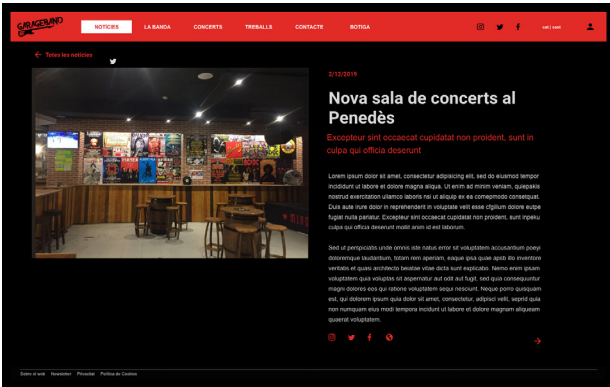


Figura 94. Wireframe escriptori. Detall notícia

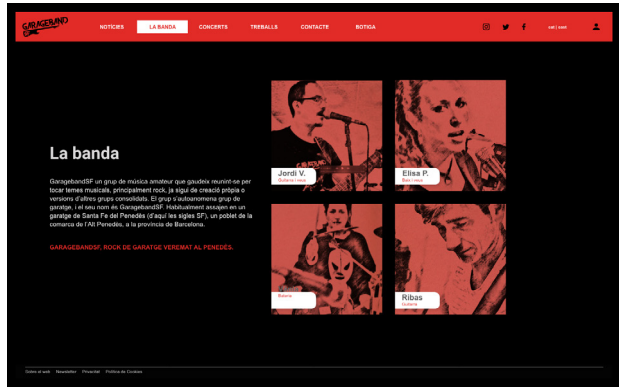


Figura 95. Wireframe escriptori. La banda

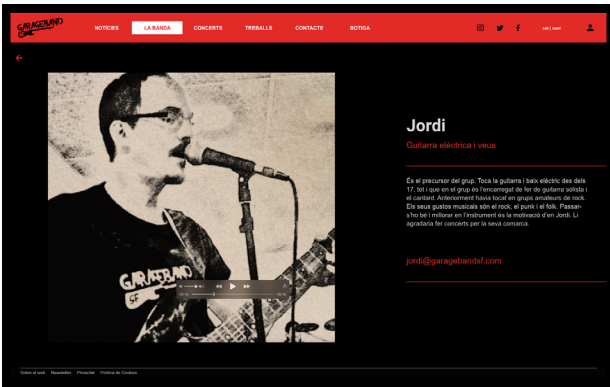


Figura 96. Wireframe escriptori. Detall membre del grup

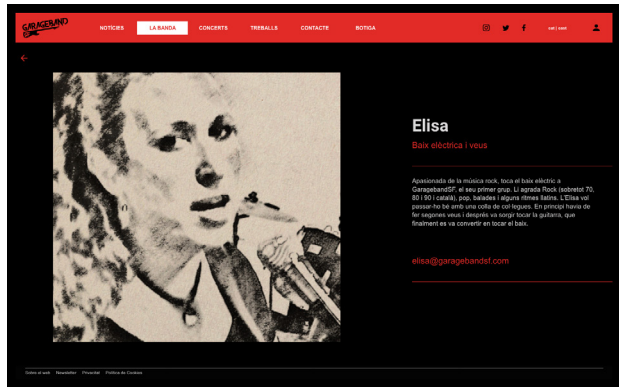


Figura 93. Wireframe escriptori. Detall membre del grup

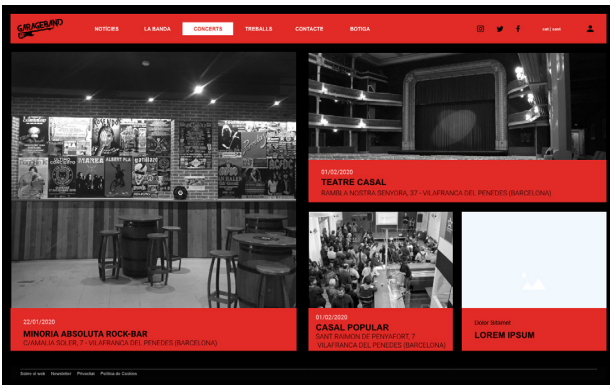


Figura 94. Wireframe escriptori. Concerts

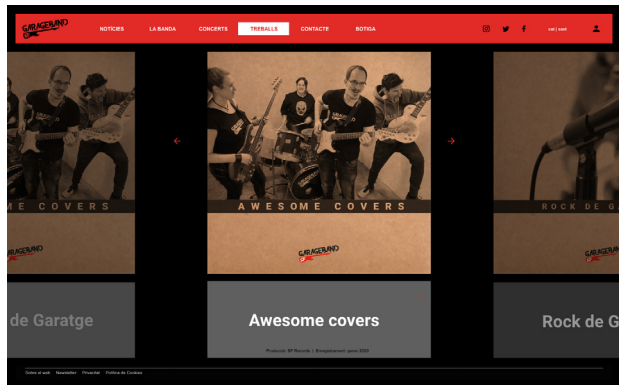


Figura 95. Wireframe escriptori. Treballs

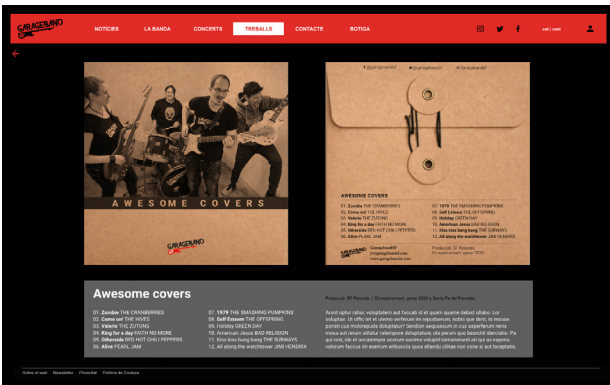


Figura 96. Wireframe escriptori. Detall treballs

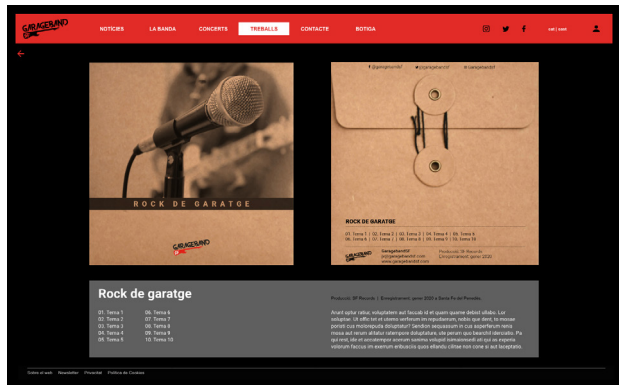


Figura 97. Wireframe escriptori. Detall treballs

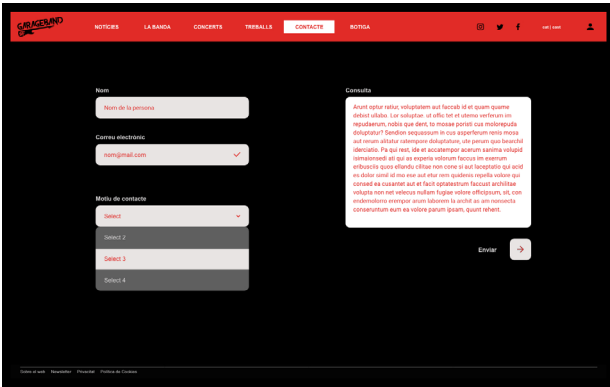


Figura 98. Wireframe escriptori. Contacte

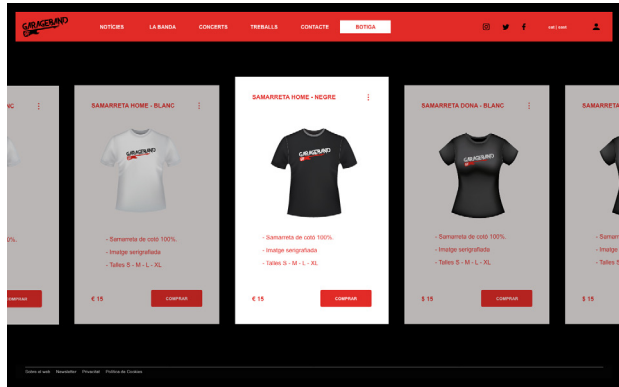


Figura 99. Wireframe escriptori. Botiga

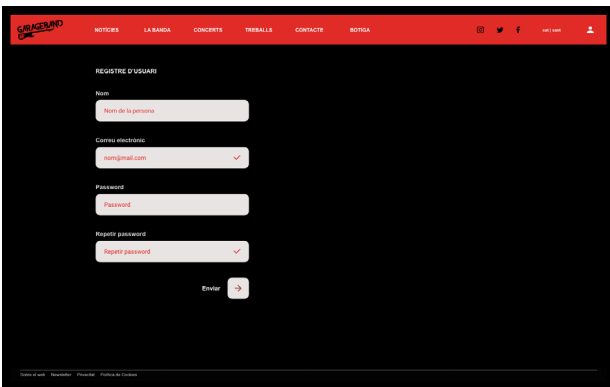


Figura 100. Wireframe escriptori. Usuari

Versió smartphone

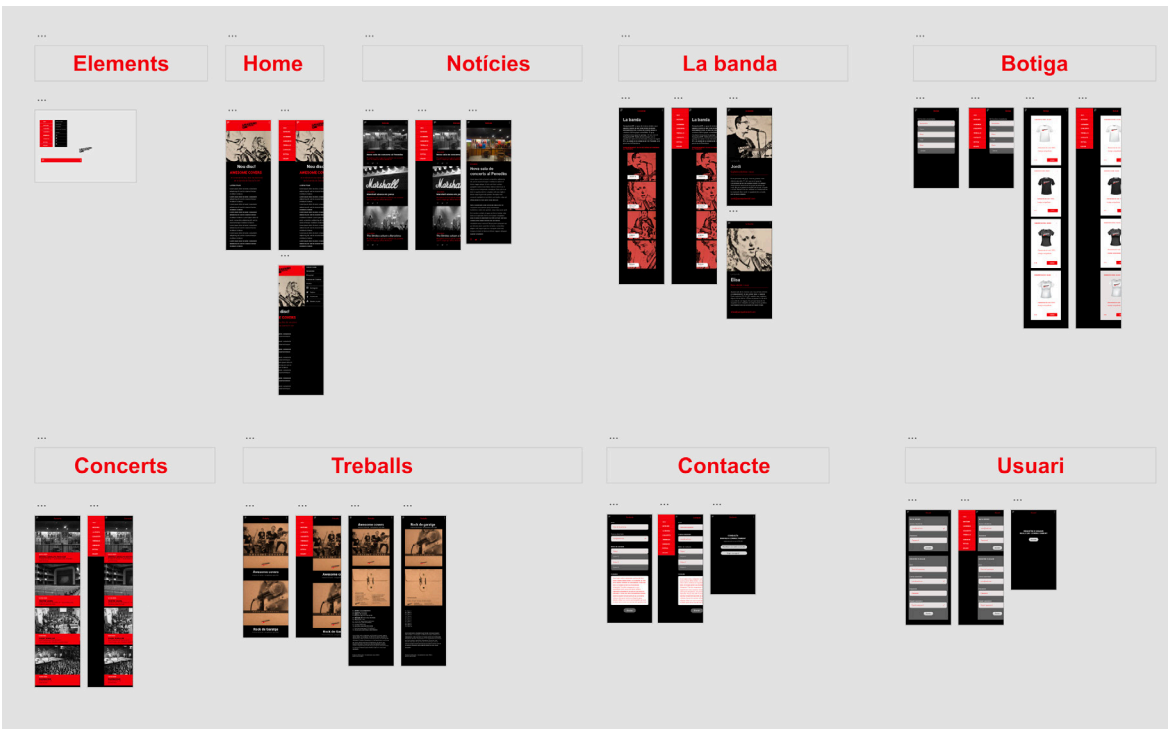


Figura 101. Wireframes versió smartphone

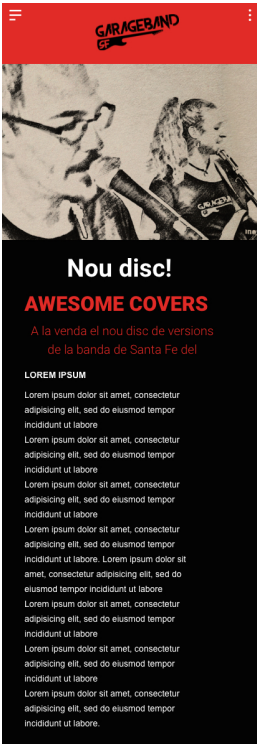


Figura 102. Wireframe versió smartphone. Inici

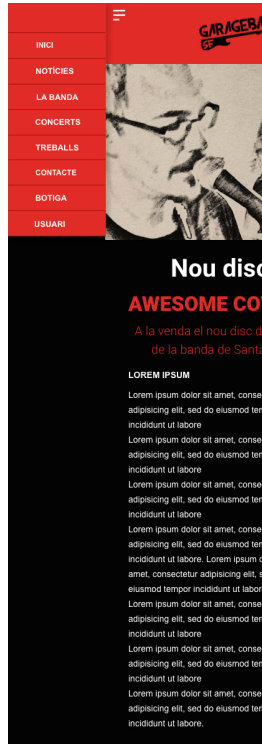


Figura 103. Wireframe versió smartphone. Menú navegació

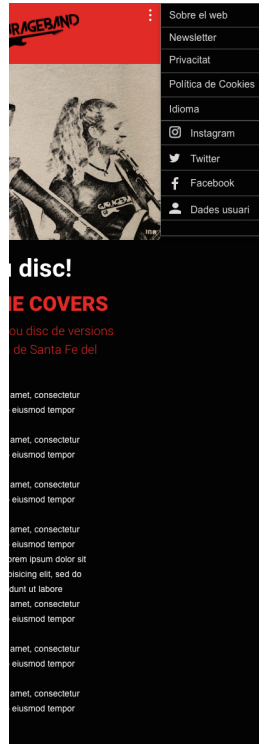


Figura 104. Wireframe versió smartphone. Opcions/xarxes



Figura 105. Wireframe versió smartphone. Llista notícies



Figura 106. Wireframe versió smartphone. Detall notícies

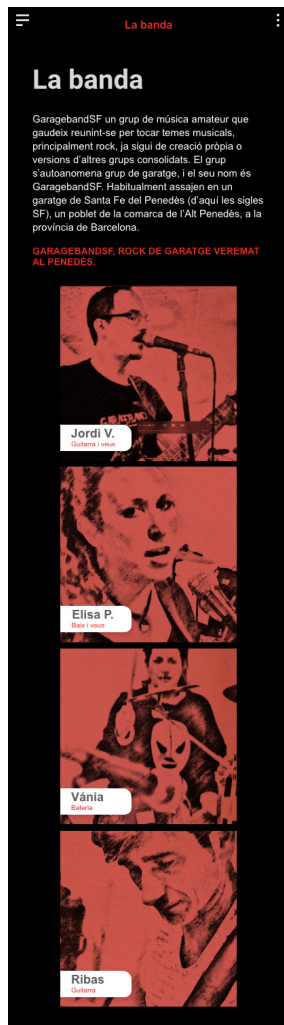


Figura 107. Wireframe versió smartphone. La banda

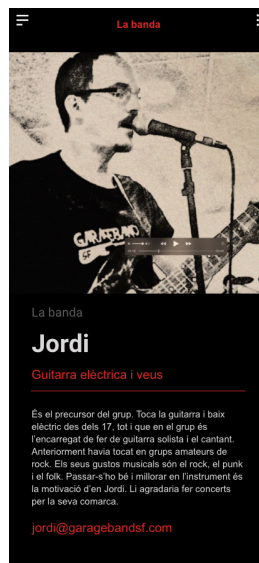


Figura 108. Wireframe versió smartphone. Detall membre

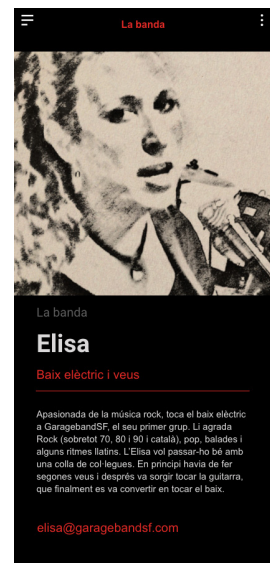


Figura 109. Wireframe versió smartphone. Detall membre



Figura 110. Wireframe versió *smartphone*. Llista concerts



Figura 111. Wireframe versió *smartphone*. Llista treballs



Figura 112. Wireframe versió *smartphone*. Detall treballs

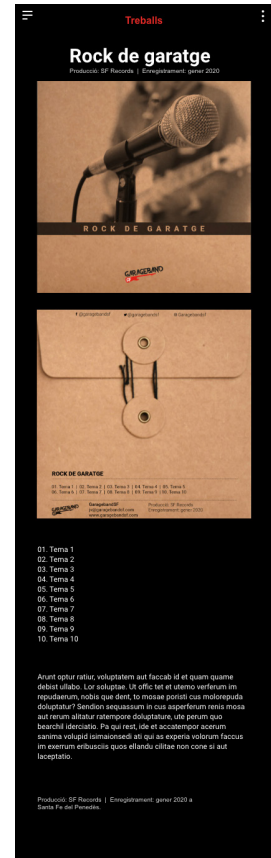


Figura 113. Wireframe versió *smartphone*. Detall treballs

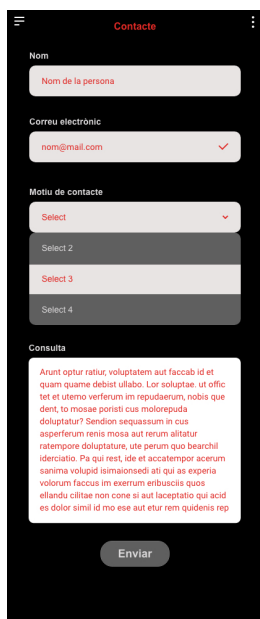


Figura 114. Wireframe versió *smartphone*. Consulta



Figura 115. Wireframe versió *smartphone*. Confirmació consulta

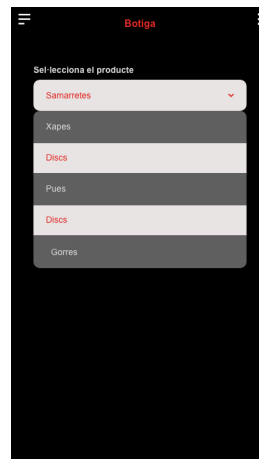


Figura 116. Wireframe versió *smartphone*. Botiga



Figura 117. Wireframe versió *escriptori*. Detall botiga

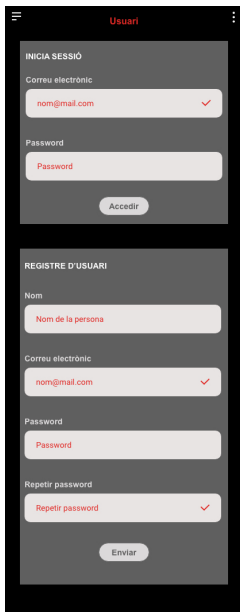


Figura 118. Wireframe versió escriptori. Usuari



Figura 119. Wireframe versió escriptori. Confirmació usuari

Versió tauleta

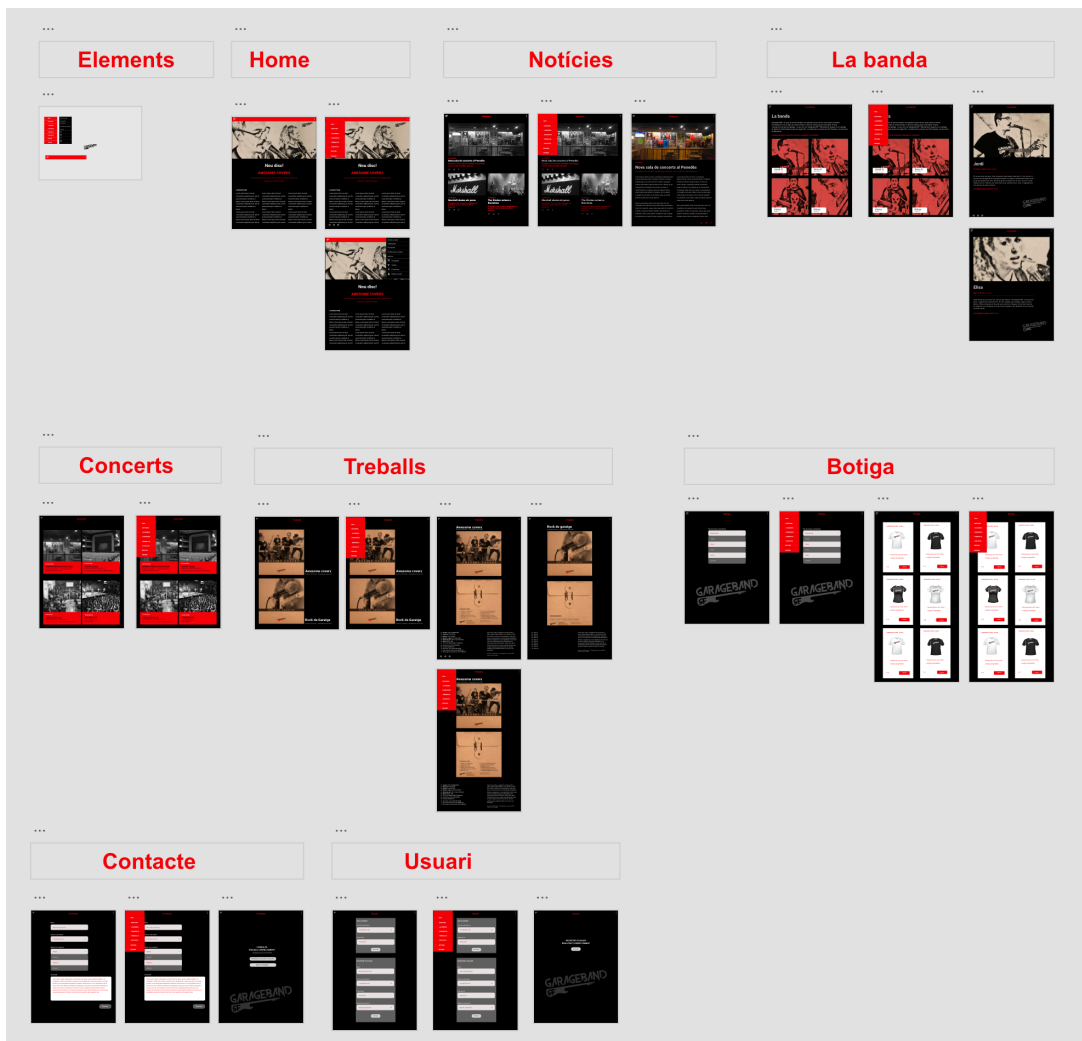


Figura 120. Wireframes versió tauleta.

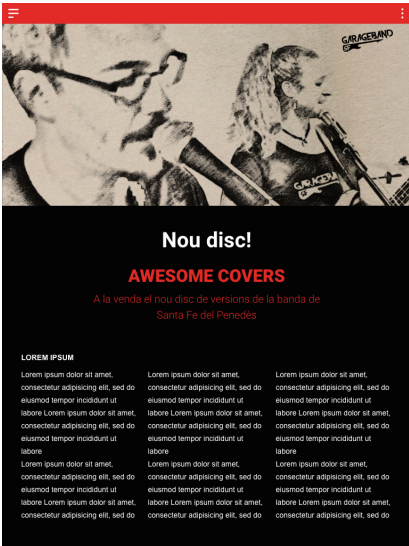


Figura 121. Wireframe versió tauleta. Inici

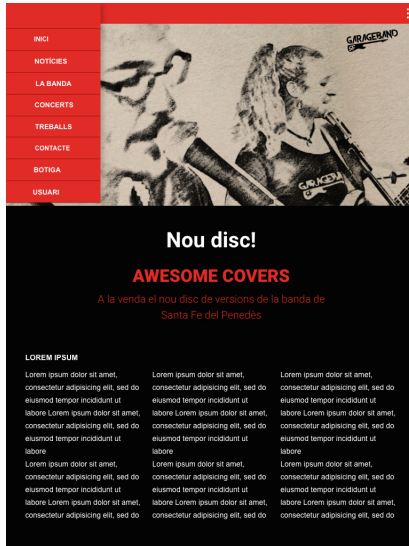


Figura 122. Wireframe versió tauleta. Menú navegació

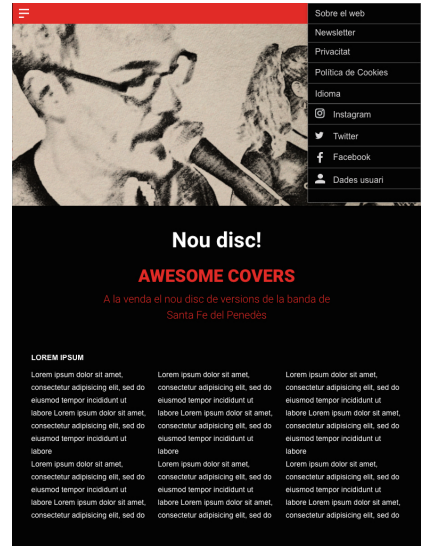


Figura 123. Wireframe versió tauleta. Menú opcions / xarxes

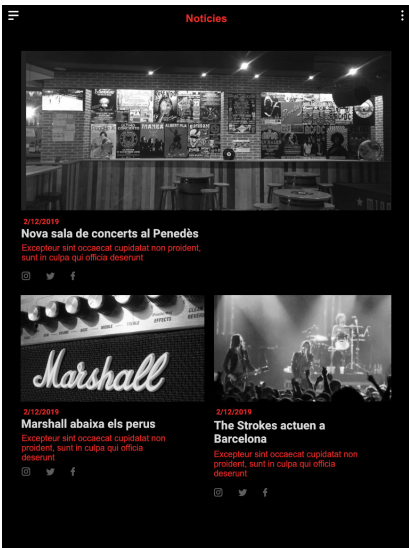


Figura 124. Wireframe versió tauleta. Notícies



Figura 125. Wireframe versió tauleta. Detall notícies



Figura 126. Wireframe versió tauleta. La banda



Figura 127. Wireframe versió tauleta. Detall membre del grup



Figura 128. Wireframe versió tauleta. Detall membre del grup



Figura 129. Wireframe versió tauleta. Concerts

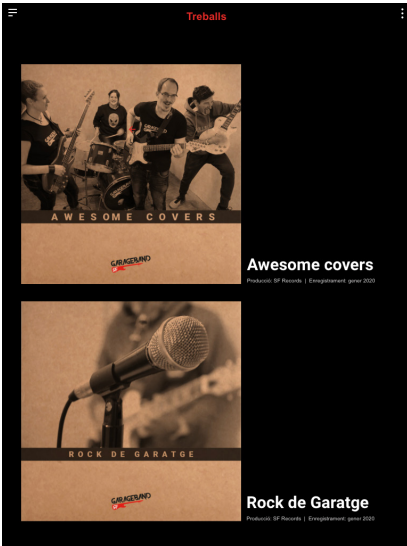


Figura 130. Wireframe versió tauleta. Treballs



Figura 131. Wireframe versió tauleta. Detall treballs

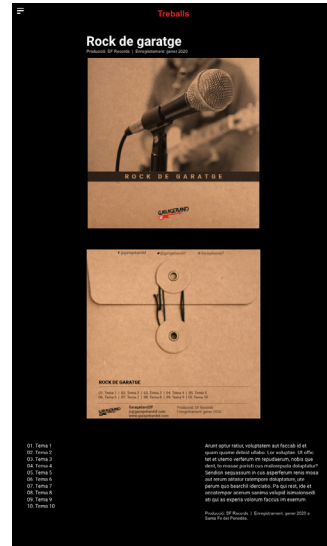


Figura 132. Wireframe versió tauleta. Detall treballs

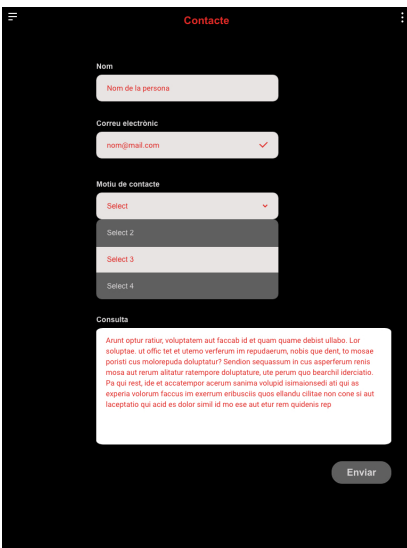


Figura 133. Wireframe versió tauleta. Contacte

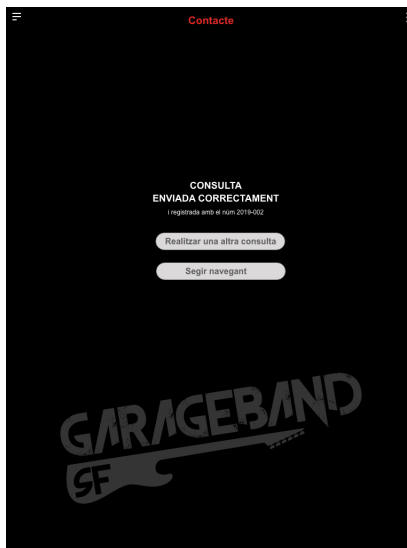


Figura 134. Wireframe versió tauleta. Confirmació contacte

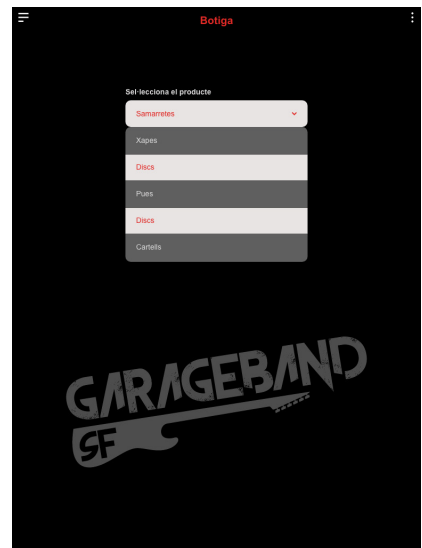


Figura 135. Wireframe versió tauleta. Botiga

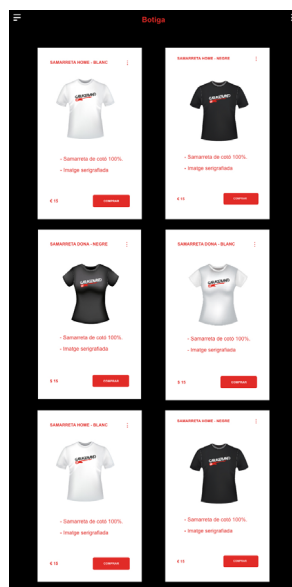


Figura 136. Wireframe versió tauleta. Detall tauleta

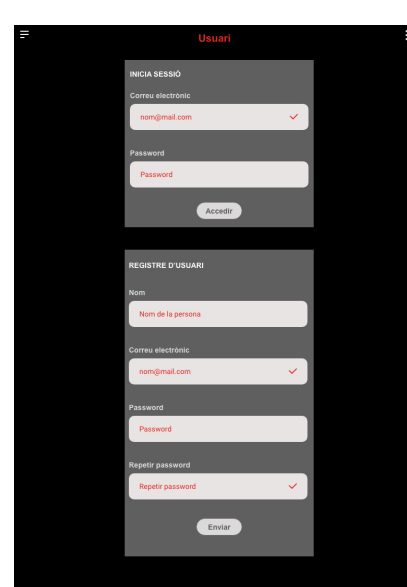


Figura 137. Wireframe versió tauleta. Usuari



Figura 138. Wireframe versió tauleta. Confirmació usuari

9. Planificaci3

La planificaci3 horitzontal (dimensi3 temporal) ens ve facilitada per la Universitat, ja que farem coincidir les dates clau amb els lliurament de les PACs .

T3tol	Inici	Lliurament
PAC 1 - Definici3 formal del projecte	18/09/2019	01/10/2019
T3tol, Cr3dits, 3btract, 3ndex	18/09/2019	01/10/2019
01. Introducci3	18/09/2019	01/10/2019
02. Descripci3/Definici3/Hip3tesi	18/09/2019	01/10/2019
03. Objectius	18/09/2019	01/10/2019
06. Metodologia	18/09/2019	01/10/2019
09. Planificaci3	18/09/2019	01/10/2019
PAC 2 - Desenvolupament i consolidaci3 I	02/10/2019	30/10/2019
04. Marc te3ric	02/10/19	30/10/2019
Esquema del marc te3ric - Validaci3	10/10/2019	26/10/2019
Continguts del marc te3ric segons esquema validat	10/10/2019	30/10/2019
05. Continguts	02/10/2019	30/10/2019
Esquema dels continguts - Validaci3	02/10/2019/	26/10/2019
Continguts segons validaci3	28/10/2019	30/10/2019
Briefing del grup	02/10/2019	30/10/2019
Briefing creatiu d'identitat gr3fica	02/10/2019	30/10/2019
Briefing del web	02/10/2019	30/10/2019
Manual d'identitat gr3fica	02/10/2019	30/10/2019
Proposta de logotip	02/10/2019	28/10/2019
Validaci3 logotip	28/10/2019	
07. Elements t3cnics per al desenvolupament del projecte	02/10/2019	30/10/2019
Primera versi3	02/10/2019	30/10/2019
08. Proc3s de treball	02/10/2019	30/10/2019
Esquema del proc3s de treball	02/10/2019	26/10/2019
Esquema i alguns continguts segons la validaci3	28/10/2019	30/10/2019
09. Planificaci3	02/10/2019	30/10/2019
Proposta millorada respecte la PAC 1	2/10/2019	26/10/2019
Proposta definitiva validada	28/10/2019	30/10/2019
PAC 3 – Desenvolupament i consolidaci3 II	31/10/2019	01/12/2019
04. Marc te3ric	02/10/19	01/12/2019

Tancament marc teòric	31/10/2019	01/12/2019
05. Continguts	31/10/2019	01/12/2019
Avançar en els continguts. Validació	31/10/2019	25/11/2019
Tancament de continguts.	27/11/2019	01/12/2019
07. Elements tècnics per al desenvolupament del projecte	31/10/2019	01/12/2019
Tancament elements tècnics	31/10/2019	01/12/2019
08. Procés de treball	30/10/2019	01/12/2019
Creació i desenvolupament gràfic	30/10/2019	01/12/2019
Logotip, tipografia, gamma de colors, versions del logotip, usos no correctes	02/10/2019	07/11/2019
Validació Logotip, tipografia, gamma de colors, versions del logotip, usos no correctes	09/11/2019 (data aprox. dependent validació)	
Tancament logotip, tipografia, ...	09/11/2019	01/12/2019
Aplicacions: Targetes personals, portada de CD, flyers, banderoles, samarretes, adhesius, pues de guitarra, xapes, banners publicitaris online, anuncis premsa especialitzada, cartells de botiga, roll ups	09/11/2019	13/11/2019
Validació Aplicacions	15/11/2019 (data aprox. dependent validació)	
Tancament Aplicacions	15/11/2019	01/12/2019
Vídeo promocional	02/11/2019	01/12/2019
Elaboració del guió	02/11/2019	15/11/2019
Enregistrament	16/11/2019	16/11/2019
Edició	17/11/2019	25/11/2019
Validació vídeo	25/11/2019 (data aprox. dependent validació)	
Finalitzar vídeo	26/11/2019	01/12/2020
Web	02/11/2019	01/12/2019
Objectiu	02/11/2019	28/11/2019
Arbre de continguts	02/11/2019	28/11/2019
Arquitectura	02/11/2019	28/11/2019
Wireframes	02/11/2019	28/11/2019
Validació web	28/11/2019 (data aprox. dependent validació)	
Finalitzar web	29/11/2019	01/12/2019
09. Planificació	30/10/2019	01/12/2019
Proposta millorada respecte la PAC 2	30/10/2019	06/11/2019
Validació	08/11/2019 (data aprox. dependent validació)	
Tancament planificació	08/11/2019	08/11/2019
10. Projecció a futur	30/10/2019	01/12/2019
Primera versió	02/10/2019	23/11/2019

Validació	25/11/2019	01/12/2019
Versió definitiva	31/10/2019	1/12/2019
12. Bibliografia	31/10/2019	01/12/2019
Lliurament final	02/12/2019	13/01/2020
El projecte complert i acabat.	02/12/2019	13/01/2019
La memòria del projecte, finalitzada.	02/12/2019	13/01/2019
Memòria		
Validació	15/12/2019	
Finalització de la memòria	18/12/2019	13/01/2020
Arxius de treball o "màster"	02/12/2019	13/01/2020
Presentació del projecte en format lliure.	02/12/2019	13/01/2020
Presentació en vídeo	02/12/2019	13/01/2019
Motivació, desenvolupament, decisions preses, conclusions.	02/12/2019	13/01/2019
Autoinforme d'avaluació	02/12/2019	13/01/2019
Publicar el projecte, la memòria i arxius "màster" en l'O2.	02/12/2019	13/01/2020

Taula 3. Planificació del projecte

10. Projecció a futur

El grup GaragebandSF té molta empenta i de ben segur que anirà evolucionant musicalment. El perfeccionament tècnic musical, juntament amb els elements d'identitat gràfica i de difusió proposats en aquest treball esdevindran el motor per seguir creixent i tenir presència en l'escena musical de caràcter local, en primera instància, i provincial/nacional a llarg termini.

Per assolir una bona projecció de cara al futur, caldrà:

- Elaboració de més aplicacions de la imatge gràfica i revisió de les existents. Materialització d'elements promocionals, ja que per ara només hi ha samarretes que no compleixen les especificacions del manual.
- Revisió conceptual del disseny web en funció de l'estil musical en el qual evolucioni el grup.
- Desenvolupament del web en el vessant de programació, en col·laboració amb una empresa especialitzada en *back-end*. El web ha de potenciar la venda en línia de productes promocionals i discografia que faci possible l'autofinançament del grup, així com la màxima difusió possible.
- Elaboració de diversos clips promocionals, a part del vídeo desenvolupat en aquest projecte. Els futurs clips tindran especial cura en la qualitat del so aconseguit pel grup i en el seu enregistrament.

11. Conclusions

Tot seguit exposo les conclusions que es deriven de la realització del Treball de Final de Grau.

El projecte

Aquest Treball de Final de Grau de professionalització pertany a la menció de Comunicació Visual i Creativitat, del Grau Multimèdia, i equival a 12 ECTS. És el resultat final de tot procés d'aprenentatge que va començar el segon semestre del curs 2009/10, on he pogut posar en pràctica coneixements d'assignatures com Disseny Gràfic, Llenguatges i estàndards web, Treball en equip a la Xarxa, Gestió de projectes, Imatge i llenguatge visual, Vídeo, Arquitectura de la informació, Competència comunicativa per a professionals de les TIC, Fotografia, Tractament i publicació d'imatge i vídeo, Integració digital de continguts i Visualització de la informació. També es reflecteix en aquest projecte el gruix de responsabilitat que significa tenir entregades totes les PACs i Pràctiques, així com la realització dels exàmens i proves de validació que han estat necessaris per aconseguir els 240 ECTS corresponents al Grau Multimèdia.

Amb aquest treball he dissenyat, planificat i realitzat el desenvolupament gràfic d'un grup de música de gatge que està començant. Hi ha parts del resultat final que es materialitzaran i parts que probablement no, tot i que aquí s'han assentat les bases perquè així sigui.

Planificació

El primer punt i més important a tenir en compte és saber amb certesa el que es vol aconseguir, i això no és altra cosa que finalitzar el projecte i, conseqüentment, el Grau. Fent un símil alpinístic, en el moment de començar el Treball de Final de Grau considero que ja he fet el cim de la muntanya a la qual es vol pujar, però una expedició no es finalitza fins que no s'arriba al camp base. Realitzar amb èxit el Treball de Final de Grau significa arribar al camp base en condicions, i cal tenir en compte que en els descensos és quan es produeixen la major part d'accidents greus. Així doncs, cal no abaixar la guàrdia i tenir present en tot moment l'objectiu principal.

Des de l'inici del projecte, la planificació -ja sigui horitzontal (temporal) com vertical (priorització)- ha estat un element primordial. No és possible dur a terme totes les tasques correctament si no hi ha les fites marcades amb antelació. Tot i que en alguns moments l'assoliment de les dades lliandaritzades ha estat difícil de dur a terme, el compliment de les dates ha permès avaluar i reflexionar sobre el que s'ha fet i, alhora, agafar empena per anar cap al següent objectiu.

El procés de treball

Per realitzar les tasques prèviament planificades, he tingut molt present el treball en paral·lel dels elements que formen subprojectes dins del projecte, que han estat 6 grans blocs:

- Obtenció i gestió d'informació
- Planificació i comunicació amb el consultor de l'assignatura
- Creació i desenvolupament del grafisme del grup de música
- Elaboració d'un vídeo promocional
- Elaboració del *front-end* del web en tres versions diferents
- Elaboració de la memòria del projecte

En alguns moments alguna de les parts ha patit un cert retard, però tenir prefixades les dates d'entrega de les PAC ha fet que no només es posés al dia, sinó que aquesta per endarrerida passés per davant d'altres, assolint un major nivell de consolidació.

El resultat

El projecte aconsegueix els seus propòsits. S'han assolit les fites a temps, els processos de treball han estat correctes i s'han entregat tots els lliurables sol·licitats. Segons la meua opinió i el feedback amb el tutor del treball, es pot concloure que:

Obtenció i gestió d'informació

He tingut certa dificultat en la recerca de documentació rellevant i fidedigna, però en general està ben elaborada i presentada en els apartats abordats.

Planificació i comunicació amb el consultor de l'assignatura

Ha estat una part complicada del projecte a causa de la situació logística personal. La planificació s'ha seguit dins del que estava previst i ha estat ben gestionada.

Creació i desenvolupament del grafisme del grup de música

Els elements corporatius desenvolupats han estat diversos. El resultat podria ser el que s'espera en un desenvolupament gràfic encarregat per un client.

Elaboració d'un vídeo promocional

Ben resolt quant al guió i a la realització gràfica i tècnica, tot i que la qualitat del so seria millorable.

Elaboració del *front-end* del web en tres versions diferents

Plantejament correcte i ben resolt com a versió inicial, el material presentat seria una solució de caire clàssic susceptible de revisió.

Elaboració de la memòria

És una part tediosa, però alhora necessària com a document justificatiu de la feina feta. He procurat tenir cura de que sigui coherent, consistent a nivell d'estils tipogràfics, i a correcte a nivell sintàctic, gramatical i ortogràfic. Aquesta memòria s'ha fet seguint les pautes facilitades a l'aula del Treball de Final de Grau, tot i que pot haver alguna petita variació.

12. Bibliografia

- Swan, Alan.** *Bases del diseño gráfico*. Editorial Gustavo Gili, SA. Barcelona. 2002 5a edició
- Donis, A.** *La sintaxis de la imagen*. Editorial Gustavo Gili, SA. Barcelona, 2008.
- Dabner, David.** *Diseño gráfico. Fundamentos y práctica*. Blume. Barcelona, 2005.
- Top Desing Studio. *Diseño de logotipos 3*. Editorial Gustavo Gili, SA. Barcelona, 2004.
- Kane, John.** *Manual de tipografía*. Editorial Gustavo Gili, SA. Barcelona, 2005.
- Jordi Alberich, Albert Corral, David Gómez Fontanills, Alba Ferrer Franquesa, Àlex Sánchez Vila.** *Disseny gràfic*. Primera edició: setembre 2016. Material docent de la UOC
- Landa, Robin** (2011). *Diseño gráfico y publicidad. Fundamentos y soluciones*. Madrid:Ediciones Anaya Multimedia.
- Redactors eO2.** *Proyecto de Identidad Visual Corporativa. El briefing* [en línia] eO2 Diseño. [data de consulta 23.10.2019]
<<http://www.e02.es/cubic/ap/cubic.php/doc/Proyecto-de-Identidad-Visual-Corporativa.-El-briefing-305.html>>
- Normativa Gràfica de l'Ajuntament de Barcelona. [en línia] Manual identitat gràfica Municipal. Ajuntament de Barcelona [data de consulta 10.10.2019]
<<https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/CAPITOLS/CAP1.pdf>>
- Boa, Tania; Boyandin, Ilya; Hintz, Mark; Wächter, Jan; i Wiederkehr, Benjamin.** *Galaxy of Covers*. [en línia] Interactive Things [data de consulta 10.10.2019]
<<https://galaxy-of-covers.interactivethings.io>>
- Jackson, Josh.** (10.05.2012) *The 50 Best Band Logos of All Time*. [en línia] Pastemagazine [data de consulta 23.10.2019]
<<https://www.pastemagazine.com/blogs/lists/2012/05/the-50-best-band-logos-of-all-time.html>>
- Newman, Mike.** *Current Obsession: Rock Band Logos* [en línia] Cool Material [data de consulta 25.10.2019]
<<https://coolmaterial.com/feature/current-obsession-rock-band-logos/>>
- Kern, Marco.** Garagedays Website [en línia] Garagedays [data de consulta 10.11.2019]
<<http://www.garagedays.at/index.html>>
- Bischoff, Karl.** (15.05.2015) *10 great rock band logos and album covers!* [en línia] Kulturaldesign [data de consulta 08.10.2019]
<<https://www.kuraldesign.com/great-rock-band-logos/>>
- The Garage Band Website [en línia] The Garage Band. [data de consulta 10.11.2019]
<<http://www.thegarageband.co.uk>>
- Milano, Brett.** (04.09.2019) *Branding The Band: The Rise Of Logos In Music* [en línia] Discovermusic [data de consulta 24.10.2019]
<<https://www.udiscovermusic.com/stories/the-rise-of-music-logos/>>
- Celis, Barbara.** (08.2004) *La vuelta del rock de garaje* [en línia] El País. Cultura y espectáculos [data de consulta 10.10.2019]
<https://elpais.com/diario/2004/08/16/revistaverano/1092607205_850215.html>
- Redactors de la Wikipedia.** [en línia] Garage rock [data de consulta 03.10.2019]
<https://en.wikipedia.org/wiki/Garage_rock> <https://es.wikipedia.org/wiki/Garage_rock>
- Garagesound Fest [en línia] Garagesounfest.com [data de consulta 05.10.2019]
<<https://www.garagesoundfest.com/>>
- Redactors de El quinto Beatle** (31.12.2016) *Mejores discos Garage Rock 2016* [en línia] El quinto Beatle [data de consulta 15.10.2019]
<<https://www.elquintobeatle.com/2016/12/31/mejores-discos-garage-rock-2016/10/>>
- Redactors de Yo también soy indie.** *Las mejores bandas ¿emergentes? Internacionales de 2016* [en línia] Yo tambien soy indie. Desembre de 2016. [data de consulta 09.10.2019]
<<https://yotambiensoyindie.es/2016/12/16/las-mejores-bandas-emergentes-internacionales-2016/>>

- Redactors de Last FM.** Artistas de Garage Rock [en línia] Last FM [data de consulta 10.10.2019]
<<https://www.last.fm/es/tag/garage+rock/artists>>
- Vanderbilt, Tom.** *Rise and Fall of Rock and Roll Graphic Design* [en línia] Design observer [data de consulta 11.10.2019]
<<https://designobserver.com/feature/rise-and-fall-of-rock-and-roll-graphic-design/3037>>
- Davies, Jim; Ellul, Mamie.** Band Logo Juke Box [en línia] [data de consulta 20.10.2019]
<<https://www.bandlogojukebox.com/>>
- Jackson, Alice** (05.12.2018). *10 Best Ways To Promote Your Music Band In 2019* [en línia] Desinghill [data de consulta 06.10.2019]
<<https://www.designhill.com/design-blog/best-ways-to-promote-your-music-band/>>
- Limón, Eduardo** (04.01.2016). *Bandas para recordar el rock de garage y sus máximos exponentes* [en línia] Cultura colectiva [data de consulta 05.10.2019]
<<https://culturacolectiva.com/musica/bandas-para-recordar-el-rock-de-garage-y-sus-maximos-exponentes>>
- Disseny Gràfic | Fonaments del disseny gràfic* [en línia] Grau de Multimèdia i Grau de Disseny i Creació Digitals [data de consulta 04.10.2019]
<<http://multimedia.uoc.edu/blogs/dg/>>
- León, Rosa** (11.10.2016). *Fundamentos del diseño* [en línia] MIMOILUS [data de consulta 19.09.2019]
<<https://www.mimoilus.com/fundamentos-diseno-grafico/>>
- Romero, Bego** (09.10.2018). *Qué es un logotipo y tipos de logos que existen* [en línia] Bego Romero [data de consulta 19.09.2019]
<<https://www.begoromero.com/que-es-logotipo-tipos-logos/>>
- Peñaranda, Andrés.** *Diseño gráfico, tipografía y música: el caso de las portadas de las primeras bandas Heavy Metal* [en línia] Festival de la imagen. [Data de consulta: 06.10.2019]
<http://festivaldelaimagen.com/wp-content/uploads/2017/07/Andr%C3%A9s_Pe%C3%B1aranda-min.pdf>
- Maine, Sammy** (08.2019). *38 beautiful band logo designs to be inspired by* [en línia] Creative bloq [data de consulta 20.10.2019]
<<https://www.creativebloq.com/logo-design/band-logo-12121502>>
- Mergenza website [en línia] Mergenza [data de consulta 15.10.2019]
<<https://www.emergenza.net/ES/es-es/cms/344/home.aspx>>
- Gómez, Pedro** (10.2018). *10 estrategias de marketing musical* [en línea]. Medium.com. [data de consulta 10.10.2019]
<<https://medium.com/@pedro.frutos91/los-10-pasos-de-la-industria-de-la-musica-47177153b9bd>>
- Sona 9 web [en línia] Enderrock [data de consulta 14.10.2019]
<<http://www.enderrock.cat/sona9>>
- Cabezas, Dani** (07.2018). *¿Es el rock música de viejos?* [en línia] Tribus ocultas. La Sexta, Atresmedia. [data de consulta 14/10/2019]
<https://www.lasexta.com/tribus-ocultas/musica/rock-musica-viejos_201807065b4700fe0cf250bbfbc44399.html>
- Redactors eventoplus** (13.01.2009) *La música, una conexión muy directa con el target* [en línia] Eventoplus. Artículos [data de consulta 03.10.2019]
<<https://www.eventoplus.com/articulos/la-musica--una-conexion-muy-directa-con-el-target/>>
- Aranda, Fabián.** *Los géneros musicales y el consumo... o dime qué escuchas y te diré tu target* [en línia] World Groove. Del jazz a las músicas del mundo [data de consulta 04.10.2019]
<<http://worldgroove.com/contenido/los-g%C3%A9neros-musicales-y-el-consumo%E2%80%A6-o-dime-qu%C3%A9-escuchas-y-te-dir%C3%A9-tu-target>>
- Galdón, Miguel** (03.01.2019). *Cómo conseguir que alguien escuche tu música* [en línia] Miguel Galdón Blog [data de consulta 05.10.2019]
<<http://www.miguelgaldon.com/como-conseguir-que-alguien-escuche-tu-musica/>>
- Merodio, Juan** (29.05.2019). *Define quién es tu cliente potencial* [en línia] Juan Merodio. Marketing 2.0. Clientes Potenciales [data de consulta 05.11.2019]
<<https://www.juanmerodio.com/como-crear-la-plantilla-de-nuestro-potencial-clientes-para-vender-mas/>>

Redactors de Gigwise (08.2008). The greatest band logos of all time! [en línia] Gigwise [data de consulta 06.10.2019]

<https://www.gigwise.com/photos/45166/>

InspectorJ. Radio, Noise, Long-Wave, 01-01 LOOP.wav Autor: InspectorJ. [en línia]

<https://freesound.org/people/InspectorJ/sounds/485420/>

Adobe Creative Cloud. Component States & Hover. Adobe XD November Release 2019. [en línia] Adobe Creative Cloud [data de consulta 20.11.2019]

<https://www.youtube.com/watch?v=JF-muM8vo5k>

Pinsky, Howard (09.06.2019). Prototyping in Adobe XD: Auto-Animate. Howard Pinsky Channel. Youtube [data de consulta 20.11.2019]

<https://www.youtube.com/watch?v=WsdbY5J7qOc&list=PLuQZzG-z6zBIQNWikhYXU8rqhI6E7gGRv&index=10>

White, Terry. *How To Get Started with Adobe XD. 10 Things Beginners Want to Know How To Do* [en línia] Terry White Channel. Youtube. [data de consulta 20.11.2019]

<https://www.youtube.com/watch?v=s4SXQb6e0uM>

Maex (17.08.2016). *Creating Prototypes. Adobe XD Tutorial / Adobe Experience Design Tutorial* [en línia]

Maex channel. Youtube [data de consulta 20.11.2019]

<https://www.youtube.com/watch?v=DPzKs0ZzWIY>

Garcia, Arturo (07.11.2018). *El Briefing creativo, qué es y cómo hacer uno* [en línia] Arturo Garcia [data de consulta 10.10.2019]

<https://www.arturogarcia.com/el-briefing-creativo-que-es-y-como-hacer-uno/>

Nuvmotions. *Como Hacer Glitch en Logos After Effects Tutorial* [en línia] Nuvmotions channel. Youtube [data de consulta 20.11.2019]

<https://www.youtube.com/watch?v=Im3kvbx4w0s>

Creation Effects. Pencil Sketch Effect for After Effects [en línia] Creations Effects [data de consulta 20.11.2019]

<https://www.creationeffects.com/pencil-sketch-effect.html>

Referències d'imatges

S Series Electric Guitar - Silver Wave Black [en línia] Long & McQuade Musical Instruments [data de consulta 30.10.2019]

<<https://www.long-mcquade.com/144548/Guitars/Electric-Guitars/Ibanez/S-Series-Electric-Guitar---Silver-Wave-Black.htm>>

Motorhead

<https://en.wikipedia.org/wiki/Mot%C3%B6head>

Dave Mustaine and Megadeth's mascot Vic Rattlehead live on stage at The O2, London, 16 June 2018.

Autor: Kreeeping Deth.

https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Dave_Mustaine_and_Vic_Rattlehead.jpg

Royal Blood Band

https://www.nicepng.com/ourpic/u2w7w7r5y3i1y3i1_royal-blood-logo-royal-blood-band-logo/

Metallica

<https://pngriver.com/download-metallica-png-file-for-designing-projects-41231/>

Van Halen

<https://myrockmixtapes.com/2015/12/08/10-famous-rock-band-logos-and-the-meaning-behind-them/>

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/4/4d/Van_Halen_-_Best_of_Volume_1.jpg

https://en.wikipedia.org/wiki/Van_Halen#/media/File:Van_Halen_logo.svg

The Warlocks

<https://www.flickr.com/photos/zooma/2399775744>

The New York Dolls

[https://en.wikipedia.org/wiki/New_York_Dolls_\(album\)#/media/File:NewYorkDollsNewYorkDolls.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/New_York_Dolls_(album)#/media/File:NewYorkDollsNewYorkDolls.jpg)

Logotip de Saüc

<https://es-es.facebook.com/saucband/>

Goliat

<https://goliat.cat>

KOP

<https://ca.wikipedia.org/wiki/KOP>

Scissor Sisters. Picotgrams blog, David Cotner.

<http://pictograms.blogspot.com/2007/12/logo-128-scissor-sisters.html>

Nocambuls

<http://www.noctambulsrock.cat>

The family rain

<https://thefamilyrain.bandcamp.com>

Maine, Sammy (08.2019). 38 beautiful band logo designs to be inspired by [en línia] Creativebloq [data de consulta: 06.10.2019]

<https://www.creativebloq.com/logo-design/band-logo-12121502>

Jackson, Josh (2012). *The 50 Best Band Logos of All Time* [en línia] Pastemagazine [data de consulta 06.10.2019]

<https://www.pastemagazine.com/blogs/lists/2012/05/the-50-best-band-logos-of-all-time.html>

Amplificador Marshal. Autor: jboylan67

<https://www.flickr.com/photos/85661855@N00/2996042937>

Annex I. Lliurables del projecte

- **Memòria**
PAC_FINAL_mem_RamirezCombalia_Didac
- **Projecte**
PAC_FINAL_prj_RamirezCombalia_Didac
- **Vídeo presentació**
PAC_FINAL_vid_RamirezCombalia_Didac
- **Presentació escrita-visual**
PAC_FINAL_prs_RamirezCombalia_Didac
- **Manual d'identitat gràfica**
Manual_identitat_grafica_GBSF.pdf
- **Vídeo promocional del grup Garageband SF**
video_gargeband_sf.mp4
- **Vídeos navegació web**
GaragebandSF_web_escriptori.mp4
GaragebandSF_web_mobil.mp4
GaragebandSF_web_tablet.mp4
- **Arxius de treball**
TFG_Arxius_RamirezCombalia_Didac.zip

Annex II. Manual d'identitat gràfica

GARAGEBAND
SF

Manual d'identitat gràfica

Gener de 2020

Índex

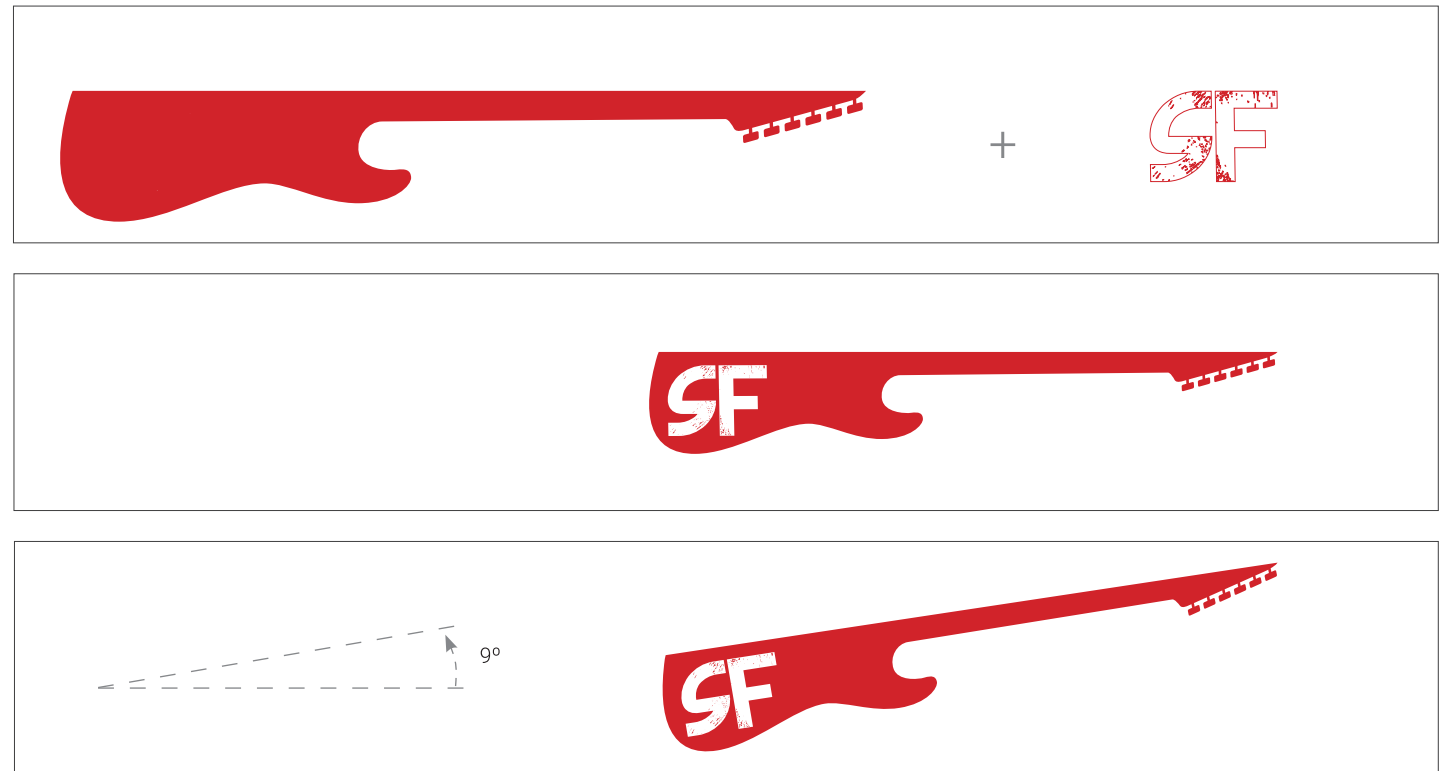
1. ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT	3
1.1 El símbol	3
1.1.1 Construcció del símbol	3
1.1.2 Versió del símbol a color	4
1.1.3 Versió del símbol a una tinta	5
1.1.3 Versió del símbol en negatiu	5
1.2 El logotip	6
1.3 La marca	7
1.3.1. Construcció de la marca	7
1.3.2 Versió a color de la marca	8
1.3.3 Versió a una tinta de la marca	8
1.3.4 Versió en negatiu color de la marca	9
1.3.5 Mida mínima recomanada	10
1.3.6 Usos incorrectes	10
1.4 Tipografia	11
1.5 Color	13
2. APLICACIONS	14
2.1. Papereria	14
2.1.1 Targetes personals, portada de CD estàndard, CD	14
2.2. Publicitat	17
2.2.1. Flyers, pues de guitarra, xapes	17
2.2.2. Banderoles	20
2.2.3. Anuncis a premsa especialitzada	21
2.2.4. Cartell de botiga	22
2.2.5. Roll Ups	23
2.2.6. Banners online	24
2.2.7. Peces de roba	25
2.3. Web	26
2.3.1. Versió escriptori	26
2.3.3. Versió smartphone	30
2.3.2. Versió tauleta	34

1. ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.1 El símbol

1.1.1 Construcció del símbol

En aquest esquema es mostren les proporcions bàsiques de la construcció del símbol.



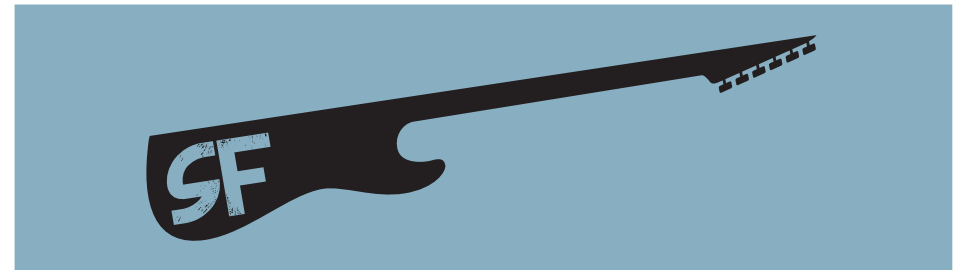
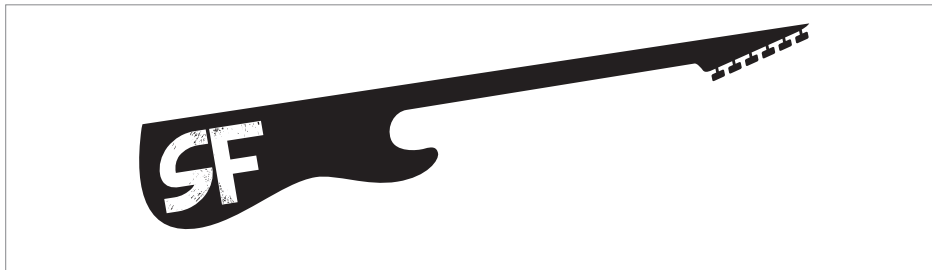
1.1.2 Versió del símbol a color

En la seva versió a color el símbol es reproduïx en el color vermell PANTONE®485C.



1.1.3 Versió del símbol a una tinta

En aquests exemples es mostra la reproducció del símbol a una tinta, quan no es pugui fer servir en el color vermell . Per a aquests casos i sempre que el color de fons sigui blanc o un color clar el símbol s'aplicarà en color negre.



1.1.3 Versió del símbol en negatiu

Quan el símbol s'hagi de reproduir sobre un color fosc o molt saturat es farà servir la seva versió en negatiu.



1.2 El logotip

S'anomena logotip a la denominació del grup Garage Band escrit amb unes característiques tipogràfiques determinades. Cal que figuri en la tipografia The Frontman, composta sempre en caixa alta. Sempre ha d'anar acompanyat del símbol.



GARAGEBAND

The Frontman Regular

Dissenyada per LJDesignStudios

Llicència: Estàndard. Ús comercial, disseny digital, impressió, publicitat digital i impresa.

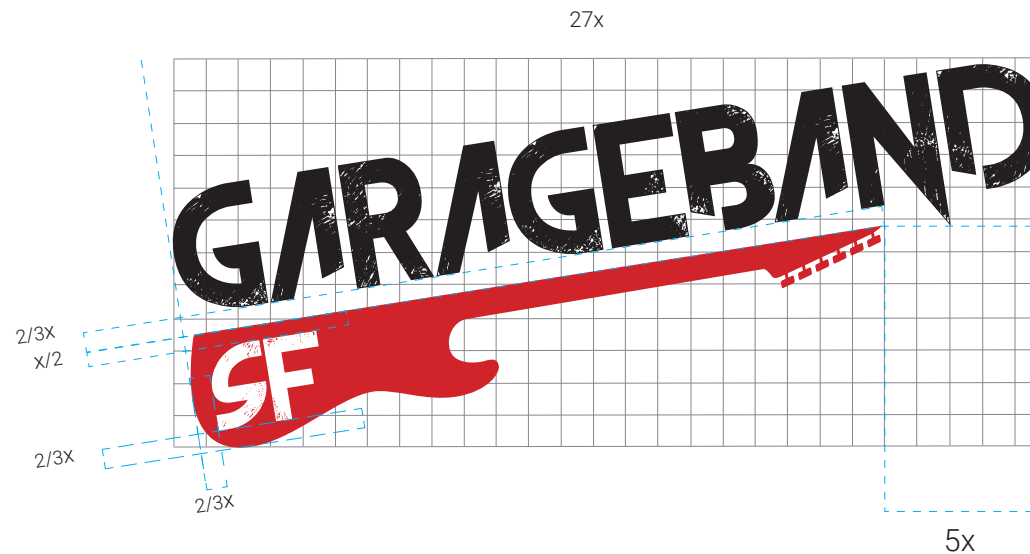
1.3 La marca

Conjunt format pel logotip i el símbol.



1.3.1. Construcció de la marca

En el següent esquema es mostra la relació entre els diferents elements que componen la marca. Aquestes proporcions no es poden alterar, excepte en les aplicacions que estiguin normativitzades en el manual.



1.3.2 Versió a color de la marca

Els colors utilitzats són el vermell Pantone 485 i el negre, utilitzats en aplicacions com a color de fons.



1.3.3 Versió a una tinta de la marca

En aquests exemples es mostra la versió de la marca a una tinta quan no es pugui fer servir vermell. Per a aquests casos i sempre que el color de fons sigui blanc o un color clar el símbol s'aplicarà en color negre.



1.3.4 Versió en negatiu color de la marca

Quan la marca s'hagi de reproduir sobre un color fosc o molt saturat es farà servir la seva versió en negatiu.



1.3.5 Mida mínima recomanada

Per tal de garantir la correcta llegibilitat de la marca i una bona reproducció del símbol, s'aconsella la següent mesura de reproducció mínima.



1.3.6 Usos incorrectes

La marca és l'element principal de la identitat visual. No hem de permetre en cap cas que es modifiqui o se substitueixi: si es canvia la imatge o es desvirtua la personalitat gràfica, la marca quedarà malmesa.



No modificar els elements



No modificar els elements



No separar els elements



No separar els elements



No inclinar la marca



No deformar la marca



No deformar la marca



No afegir-hi elements gràfics addicionals

1.4 Tipografia

La tipografia emprada en el logotip de Garageband SF es **The Frontman Regular**.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
 O P Q R S T U V W X Y Z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 Á À É È Í Ï Ò Ó Ú Ü
 (. , ; ! " ' ~ ° % -) / 1 1

The Frontman Regular

Dissenyada per LJDesignStudios

Llicència: Estàndard. Ús comercial, disseny digital, impressió, publicitat digital i impresa.

La tipografia secundària es família tipogràfica **Roboto** en totes les seves variants, que s'utilitzaran per a la composició de textos i aplicacions en papereria corporativa.

A B C Ç D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c ç d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ([{ . , : ; ? ¿ ! ¡ ´ ’ * @ & © ® - }])

Roboto Thin

Roboto Thin Italic

Roboto Light

Roboto Light Italic

Roboto Regular

Roboto Italic

Roboto Medium

Roboto Medium Italic

Roboto Bold

Roboto Bold Italic

Roboto Black

Roboto Black Italic

Roboto

Dissenyada per Google Android Design (Christian Robertson).
Llicència: Domini públic, GPL, OFL.

1.5 Color

Els colors de Garageband SF són el PANTONE®485 i el negre. Es mostren les diferents conversions d'aquests colors segons el sistema de reproducció utilitzat.



PANTONE®485 U
per a la impressió en papers no estucats

PANTONE®485 C
per a la impressió en papers estucats

6%C 97%M 100%Y 0%K
valors per a la reproducció en quadricromia

R 225 G43 B39
valors per a pantalla



PANTONE®Process Black U
per a la impressió en papers no estucats

PANTONE®Process Black C
per a la impressió en papers estucats

0%C 0%M 0%Y 100%K
valors per a la reproducció en quadricromia

R0 G0 B0
valors per a pantalla

2. APLICACIONS

2.1. Papereria

2.1.1 Targetes personals, portada de CD estàndard, CD

Targetes personals

Format

Targeta, 52 x 74 mm.

Suport

Paper òfset tipus Kraft, reciclat, 220 g/m2.

Composició tipogràfica

Roboto Light i Roboto Bold.

Cos 7/7.

Tintes d'impressió

Vermell Pantone 485 C, negre i blanc.



Portada de CD estàndard

Format

Bossa, 130 x 130 mm.

Suport

Paper òfset 220 g/m², kraft.

Composició tipogràfica

Roboto Light i Roboto Bold. Cos 7/7.

Tintes d'impressió

Vermell 6%C 97%M 100%Y 0%K, i tinta blanca i negre.



AWESOME COVERS

- | | |
|--|--|
| 01. Zombie THE CRANBERRIES | 07. 1979 THE SMASHING PUMPKINS |
| 02. Come on! THE HIVES | 08. Self Esteem THE OFFSPRING |
| 03. Valerie THE ZUTONS | 09. Holiday GREEN DAY |
| 04. King for a day FAITH NO MORE | 10. American Jesus BAD RELIGION |
| 05. Otherside RED HOT CHILI PEPPERS | 11. Kiss kiss bang bang THE SUBWAYS |
| 06. Alive PEARL JAM | 12. All along the watchtower JIMI HENDRIX |

GARAGEBAND
SF
GaragebandSF
jv@garagebandsf.com
www.garagebandsf.com

Producció: SF Records
Enregistrament: gener 2020

CD

Format

CD 117 mm.

Suport

Vinil.

Composició tipogràfica

Roboto Light i Roboto Black. Cos 7 i 8.

Tintes d'impressió

Impressió CMYK.



2.2. Publicitat

2.2.1. Flyers, pues de guitarra, xapes

Format

100 x 130 mm.

Suport

Paper òfset 100 g/m², kraft.

Paper ofset 135 g/m², estucat mat

Composició tipogràfica

Roboto Light i Roboto Bold. Cos 7 i 8.

Tintes d'impressió

Vermell 6%C 97%M 100%Y 0%K, i tinta blanca i negre.



Pues de guitarra

Format

30 x 28 mm.

Suport

Nylon de 0,75 mm.

Composició tipogràfica

Logotip de Garageband SF

Tintes

Vermell 6%C 97%M 100%Y 0%K,
blanc i negre.



Xapes

Format

25 mm.

Suport

Paper ofset 135 g/m², estucat mat

Composició

Logotip de Garageband SF

Tintes d'impressió

CMYK.



Muntatge

Xapa de 25 mm. La zona de l'interior del cercle petit correspon al motiu. La zona entre els dos cercles es doblega i no queda visible.

2.2.2. Banderoles

Format

600 mm x 400 mm.

Suport

Lona de doble cara blackout.

Composició tipogràfica

The Frontman

Roboto Light i Roboto Bold.

Cos 40 i 80

Tintes d'impressió

Vermell Pantone 485 C i negre.



2.2.4. Cartell de botiga

Format

A3. 420mm x 297mm

Suport

Paper òfset tipus Kraft, 180 g/m²

Paper estucat mat. 180 g/m²

Composició tipogràfica

The Frontman

Roboto Light i Roboto Bold.

Cos 24

Tintes d'impressió

Vermell Pantone 485 C i negre.



2.2.5. Roll Ups

Format

200cm x 85cm

Suport

Lona blockout.

Composició tipogràfica

Logotip de Garageband SF

Roboto Light i Roboto Black. Cos 30 i 40.

Tintes d'impressió

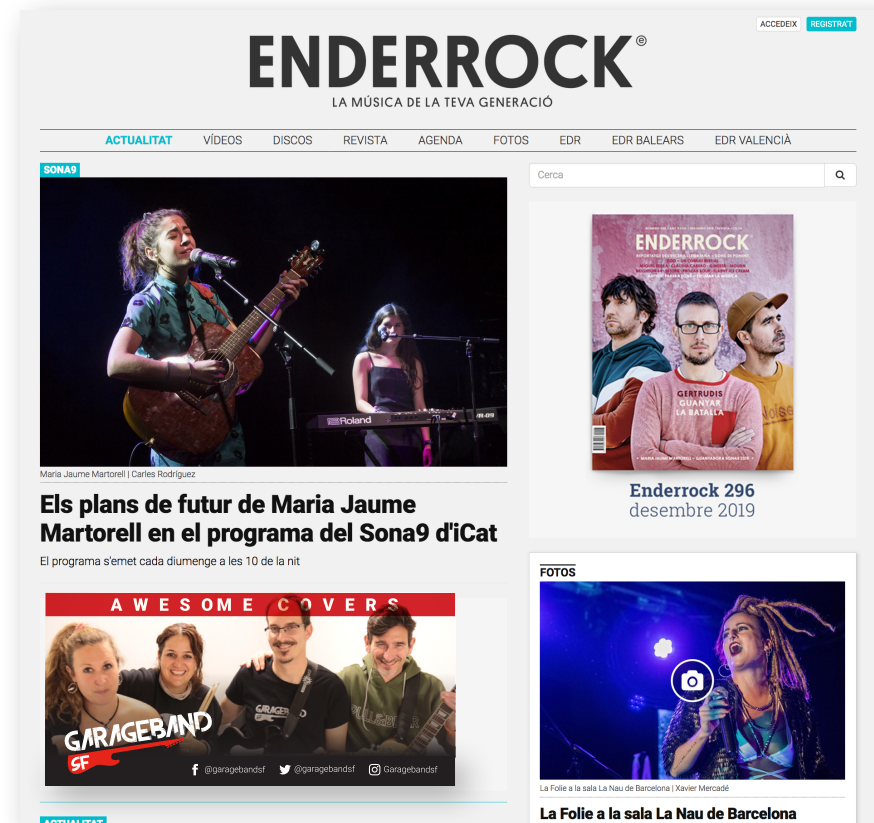
CMYK.



2.2.6. Banners online



Exemple de banner a la versió digital del diari Ara.



Exemple de banner al web de la revista Enderrock

2.2.7. Peces de roba

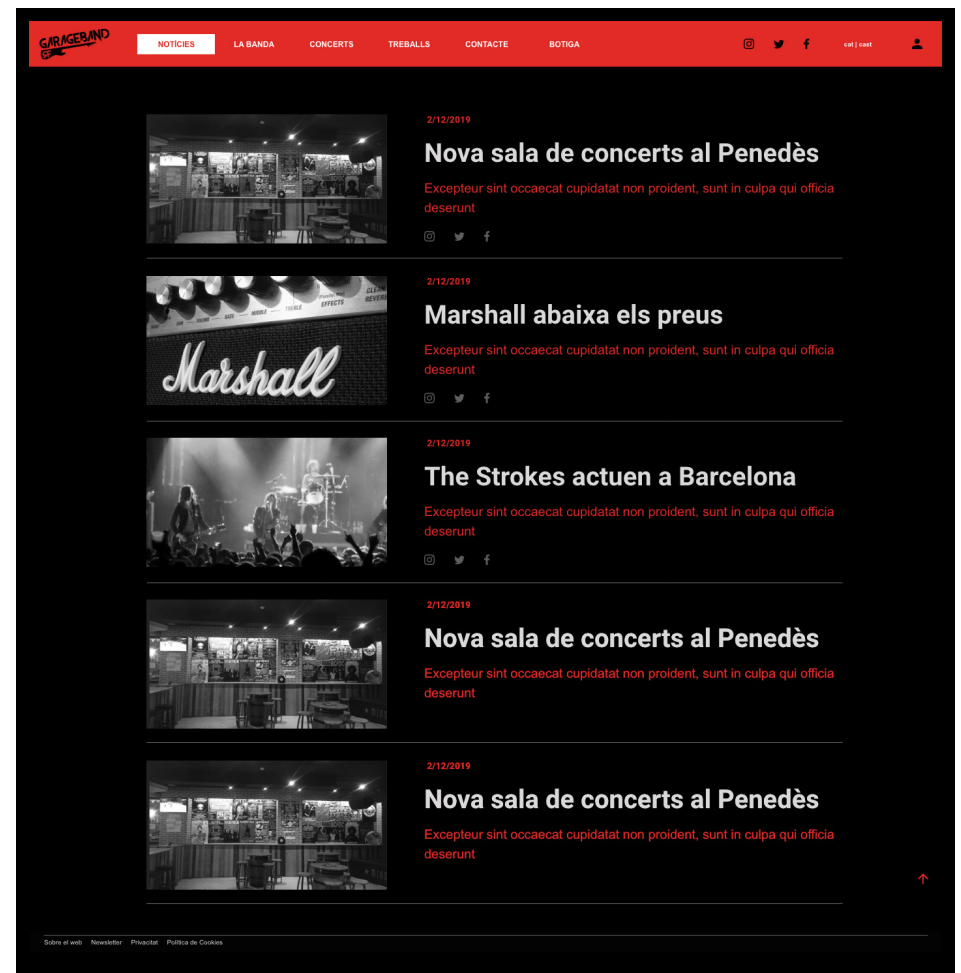
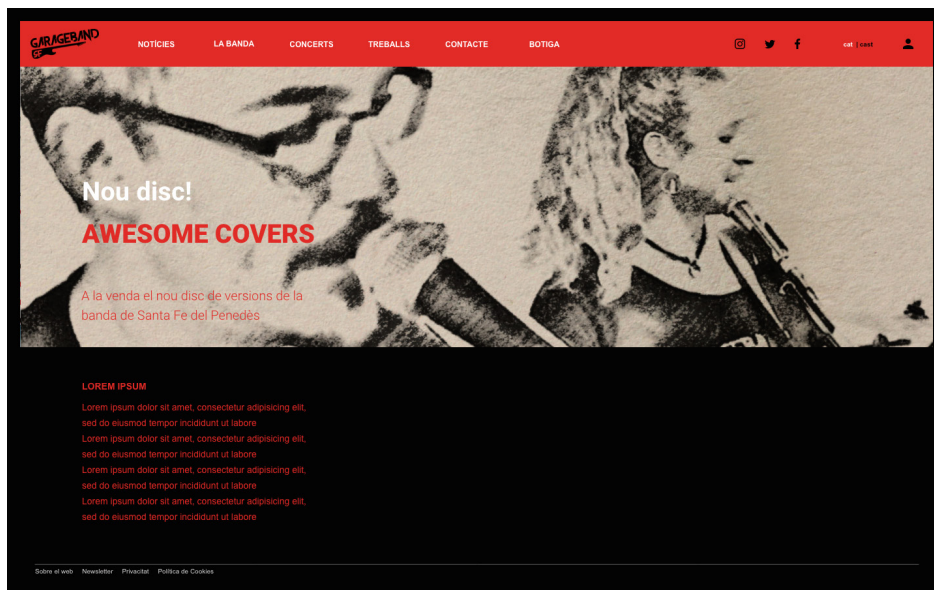


2.3. Web

2.3.1. Versió escriptori

Format

1920 x 1080 px (Scroll a partir de 1080 px)




LA BANDA


La banda

GaragebandSF un grup de música amateur que gaudeix reunint-se per tocar temes musicals, principalment rock, ja sigui de creació pròpia o versions d'altres grups consolidats. El grup s'autonomena grup de garage, i el seu nom és GaragebandSF. Habitualment assajen en un garatge de Santa Fe del Penedès (d'aquí les sigles SF), un poblet de la comarca de l'Alt Penedès, a la província de Barcelona.

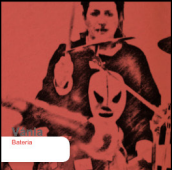
GARAGEBANDSF, ROCK DE GARATGE VEREMAT AL PENEDES.




Jordi V.
Baixista



Elisa P.
Baixista



Berta
Bateria



Ribas
Bateria

Sobre el web | Newsletter | Privacitat | Política de Cookies


LA BANDA

Jordi

Guitarra eléctrica i veus

Es el precursor del grup. Toca la guitarra i baix elèctric des dels 17, tot i que en el grup és l'encarregat de fer de guitarra solista i el cantant. Anteriorment havia tocat en grups amateurs de rock. Els seus gustos musicals són el rock, el punk i el folk. Passar-s'ho bé i millorar en l'instrument és la motivació d'en Jordi. Li agradaria fer concerts per la seva comarca.

jordi@garagebandsf.com



Sobre el web | Newsletter | Privacitat | Política de Cookies


LA BANDA

Elisa

Baix eléctrica i veus

Apasionada de la música rock, toca el baix elèctric a GaragebandSF, el seu primer grup. Li agrada Rock (sobretot el 70, 80 i 90 i català), pop, balades i alguns ritmes llatins. L'Elisa vol passar-ho bé amb una colla de col·legues. En principi havia de fer segones veus i després va sorgir tocar la guitarra, que finalment es va convertir en tocar el baix.

elisa@garagebandsf.com



Sobre el web | Newsletter | Privacitat | Política de Cookies

NOTICIES

Nova sala de concerts al Penedès

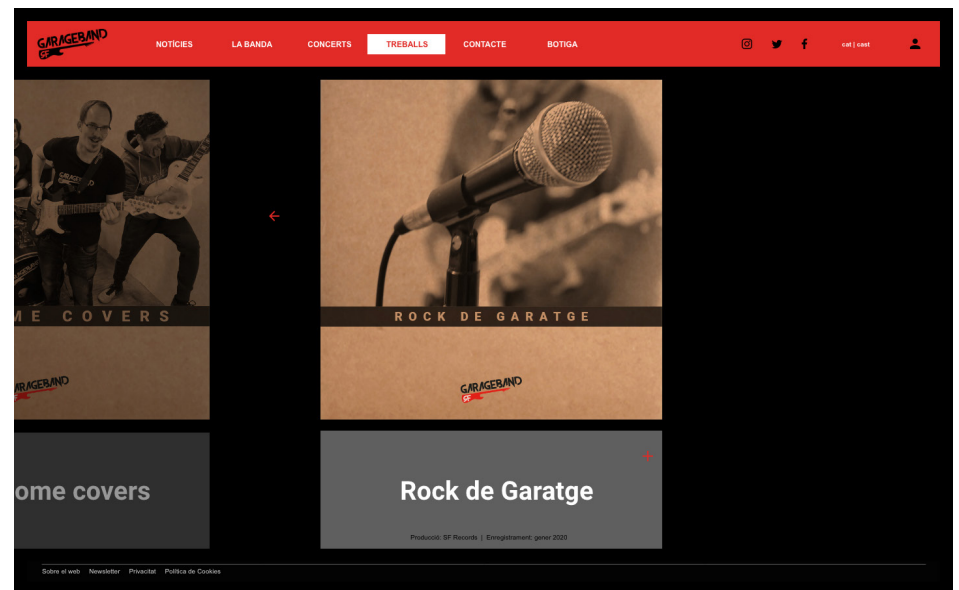
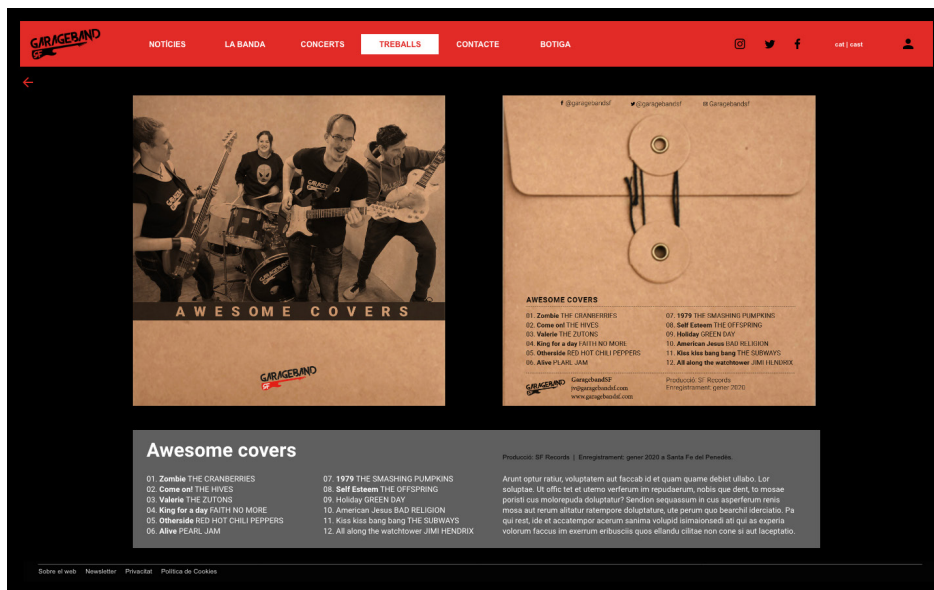
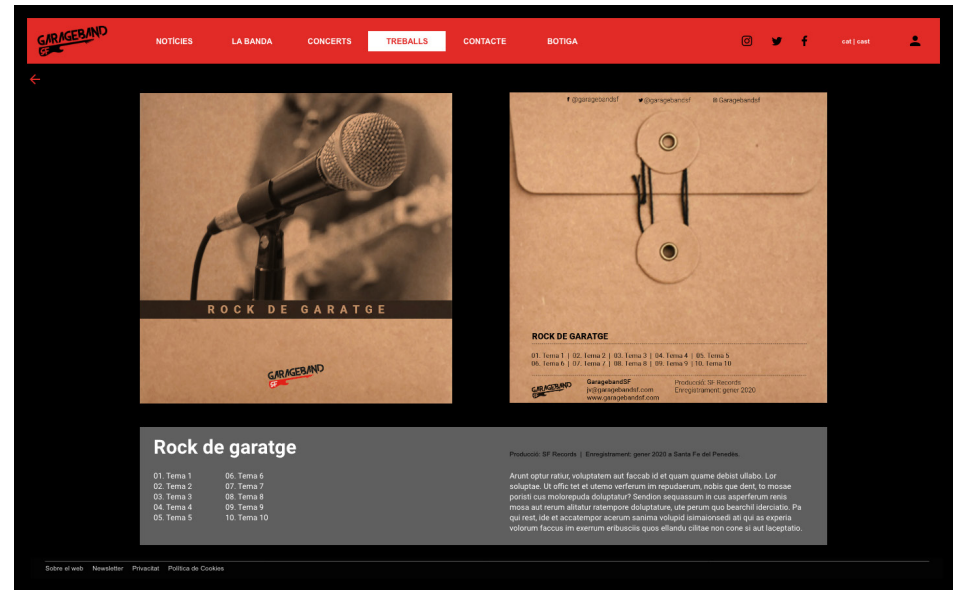
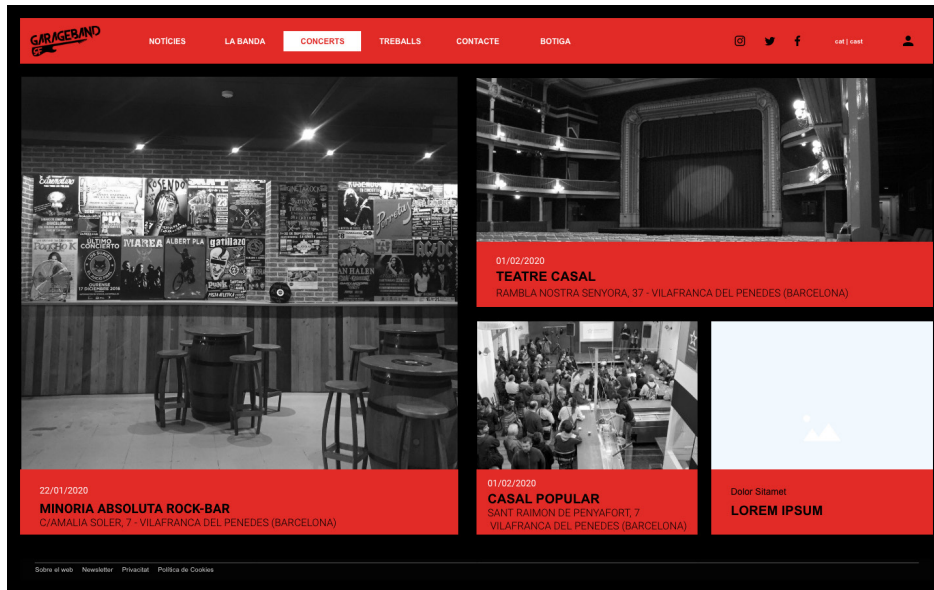
2/12/2019

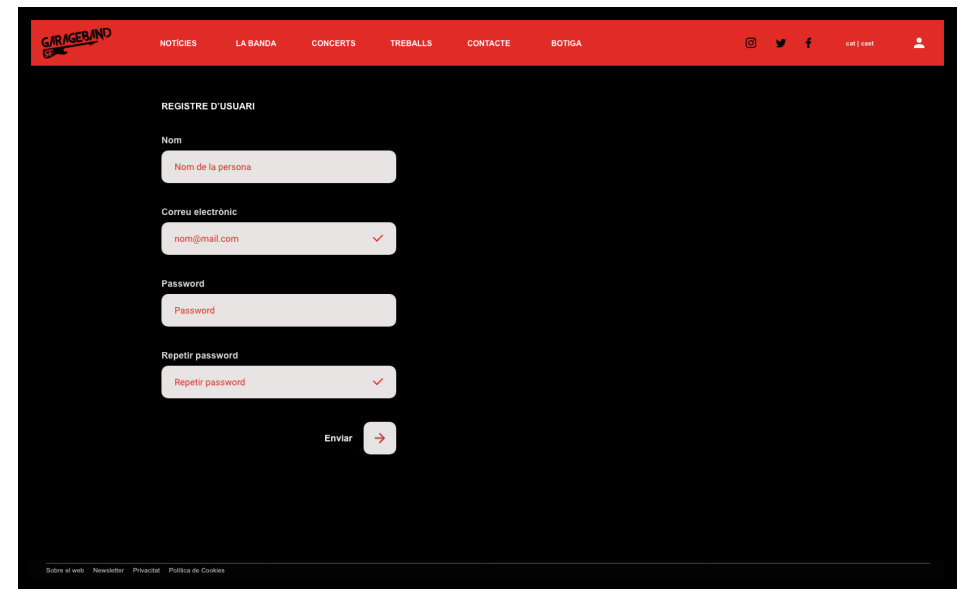
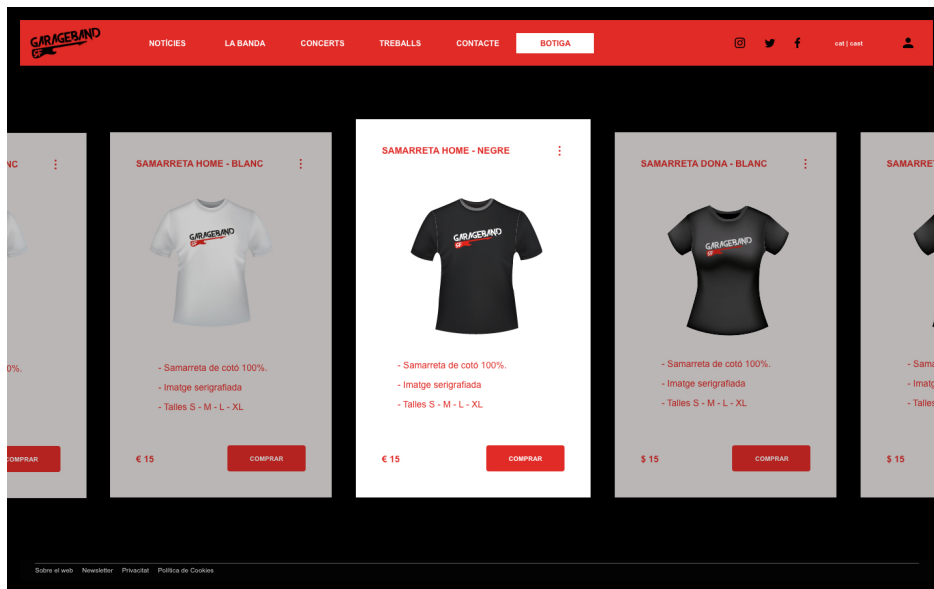
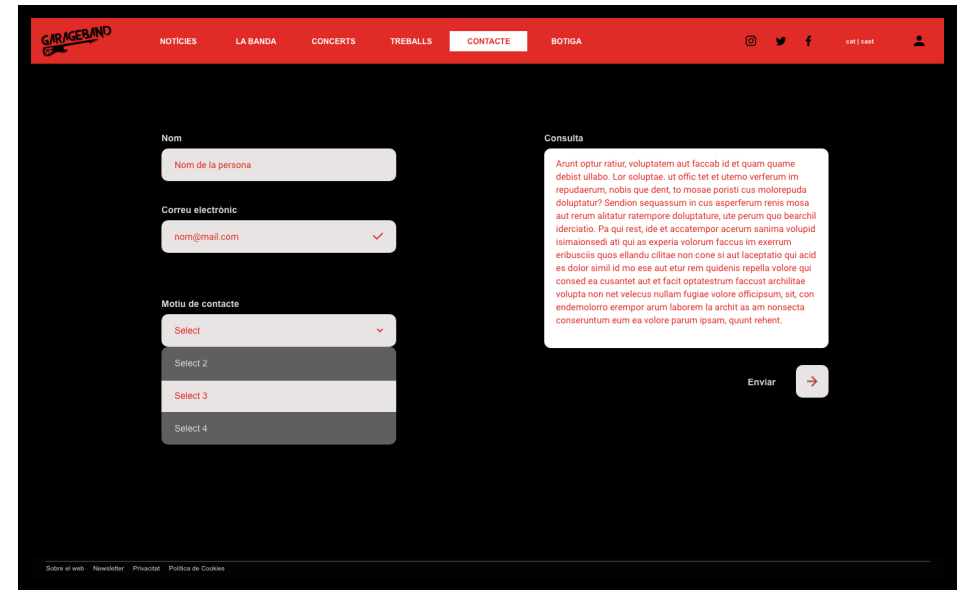
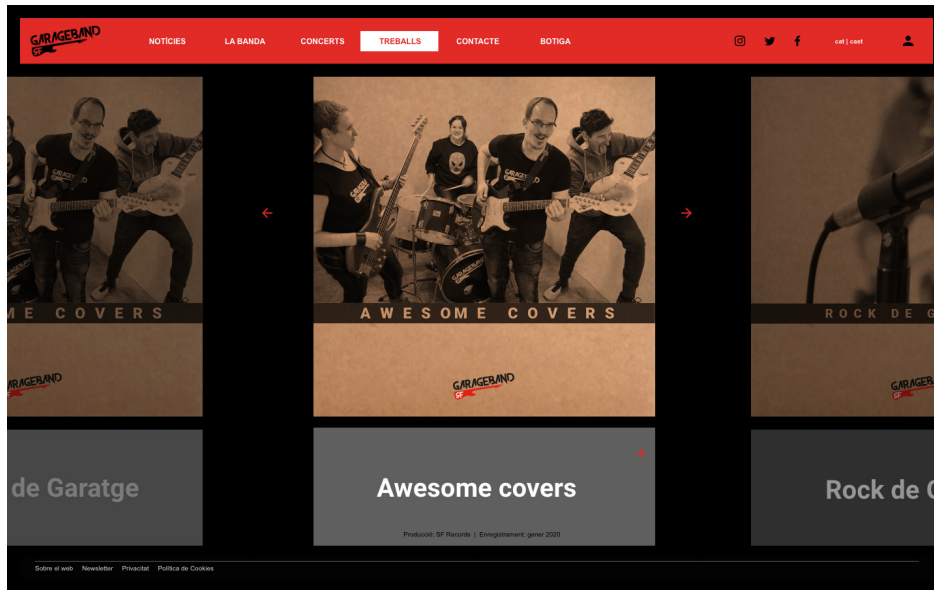
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt

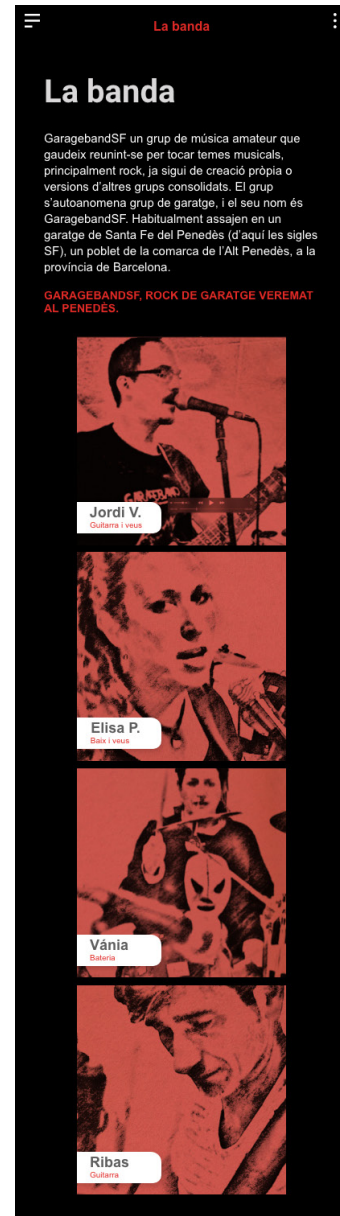
>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quisque nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum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

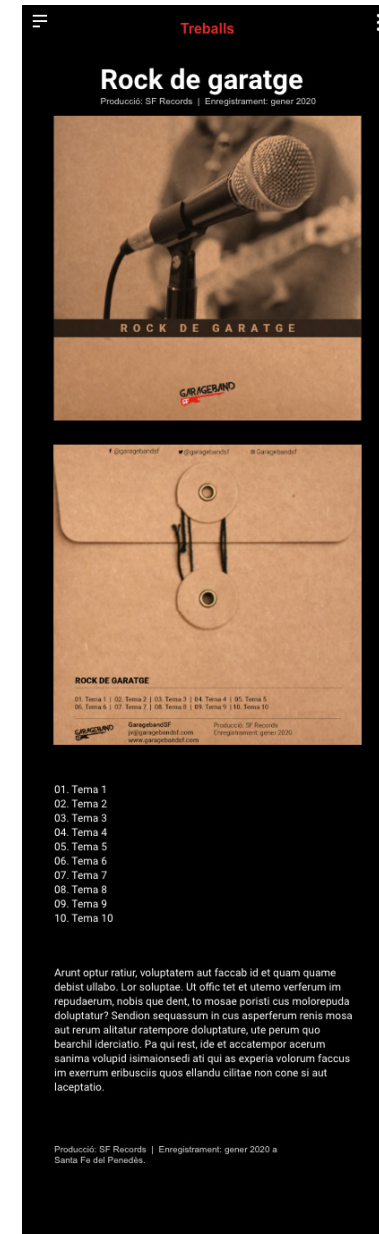
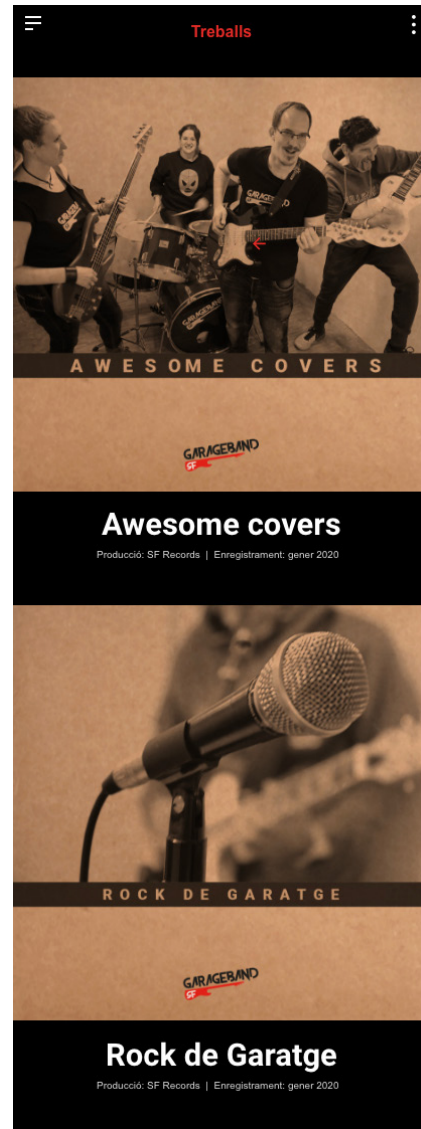
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Sobre el web | Newsletter | Privacitat | Política de Cookies









Contacte

Nom

Nom de la persona

Correu electrònic

nom@mail.com ✓

Motiu de contacte

Select ✓

Select 2

Select 3

Select 4

Consulta

Arunt optur ratiur, voluptatem aut faccab id et quam quame debist ullabo. Lor soluptae. ut offic tet et utemo verferum im repudaerum, nobis que dent, to mosae poristi cus molorepuda doluptatur? Sendion sequassum in cus asperferum renis mosa aut rerum alitatur ratempore doluptature, ute perum quo bearchil iderciatio. Pa qui rest, ide et accatempor acerum sanima volupid isimaionsedi ati qui as experia volorum faccus im exerrum eribusciis quos ellandu cilittae non cone si aut laceptatio qui acid es dolor simil id mo ese aut etur rem quidenis rep

Enviar

Contacte

CONSULTA ENVIADA CORRECTAMENT
I registrada amb el núm 2019-002

Realitzar una altra consulta

Segir navegant

Botiga

Se'l-lecciona el producte

Samarretes ✓

Xapes

Discs

Pues

Discs

Gorres

Botiga


SAMARRETA HOME - BLANC



- Samarreta de cotó 100%.
- Imatge serigrafada

€ 15 **COMPRAR**


SAMARRETA HOME - NEGRE



- Samarreta de cotó 100%.
- Imatge serigrafada

€ 15 **COMPRAR**


SAMARRETA DONA - NEGRE



- Samarreta de cotó 100%.
- Imatge serigrafada

€ 15 **COMPRAR**

SAMARRETA DONA - BLANC



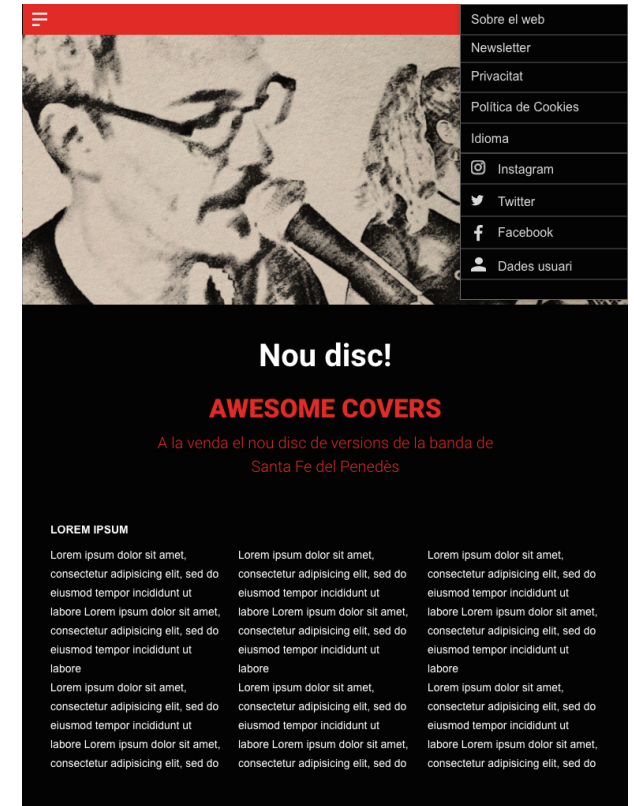
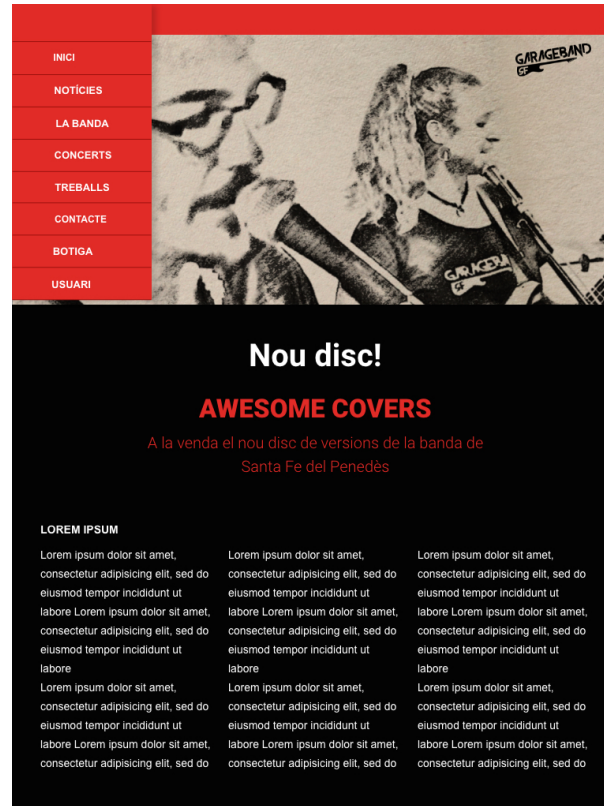
- Samarreta de cotó 100%.
- Imatge serigrafada

€ 15 **COMPRAR**


2.3.2. Versió tauleta

Format

768 x 1024 px (Scroll a partir de 1024 px)




Notícies




2/12/2019
Nova sala de concerts al Penedès
 Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt

Instagram Twitter Facebook



2/12/2019
Marshall abaixa els perus
 Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt

Instagram Twitter Facebook



2/12/2019
The Strokes actuen a Barcelona
 Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt

Instagram Twitter Facebook

Notícies



2/12/2019
Nova sala de concerts al Penedès
 Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quiepakis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea comeppmodo consetquat. Duis aute inure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cfigillum dolore eutpe fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt inpeku culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium poeyi doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae apsb illo inventore veritatis et quasi architecto beiatiae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quiepakis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea comeppmodo consetquat. Duis aute inure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cfigillum dolore eutpe fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt inpeku culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium poeyi doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae apsb illo inventore veritatis et quasi architecto beiatiae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim

Instagram Twitter Facebook

La banda

GaragebandSF un grup de música amateur que gaudeix reunint-se per tocar temes musicals, principalment rock, ja sigui de creació pròpia o versions d'altres grups consolidats. El grup s'autoanomena grup de garatge, i el seu nom és GaragebandSF. Habitualment assajen en un garatge de Santa Fe del Penedès (d'aquí les sigles SF), un poblet de la comarca de l'Alt Penedès, a la província de Barcelona.

GARAGEBANDSF, ROCK DE GARATGE VEREMAT AL PENEDÈS.



Jordi V.
Guitarra i veus

Elisa P.
Baix i veus

Vánia
Bateria

Ribas
Guitarra

La banda



Jordi

Guitarra elèctrica i veus

És el precursor del grup. Toca la guitarra i baix elèctric des dels 17, tot i que en el grup és l'encarregat de fer de guitarra solista i el cantant. Anteriorment havia tocat en grups amateurs de rock. Els seus gustos musicals són el rock, el punk i el folk. Passar-s'ho bé i millorar en l'instrument és la motivació d'en Jordi. Li agradaria fer concerts per la seva comarca.

jordi@garagebandsf.com



La banda



Elisa


Baix elèctric i veus

Apasionada de la música rock, toca el baix elèctric a GaragebandSF, el seu primer grup. Li agrada Rock (sobretot 70, 80 i 90 i català), pop, balades i alguns ritmes llatins. L'Elisa vol passar-ho bé amb una colla de col·legues. En principi havia de fer segones veus i després va sorgir tocar la guitarra, que finalment es va convertir en tocar el baix.

elisa@garagebandsf.com



Concerts




22/01/2020
MINORIA ABSOLUTA ROCK-BAR
C/AMALIA SOLER, 7 - VILAFRANCA DEL PENEDES (BARCELONA)



01/02/2020
TEATRE CASAL
RAMBLA NOSTRA SENYORA, 37 - VILAFRANCA DEL PENEDES (BARCELONA)



01/02/2020
CASAL POPULAR
SANT RAIMON DE PENYAFORT, 7 - VILAFRANCA DEL PENEDES (BARCELONA)



10/02/2020
RAZZMATAZZ
ALMOGÀVERS, 122 - BARCELONA

