

The background is a vibrant red color. It features several large, white, curved shapes that resemble thick brushstrokes or abstract forms, creating a dynamic and modern aesthetic. The shapes are positioned on the left and top-left sides of the frame.

Creando **MEDIA**

MANUAL IDENTITAT GRÀFICA

1. Introducció
2. Marca
 - 2.1. Elements de marca
 - 2.2. Disseny de la marca
 - 2.3. Usos excepcionals de la marca
 - 2.4. Nivells de la marca
 - 2.5. Exemples de la marca
3. Color
4. Tipografia
5. Usos inapropiats de la marca
6. Versions possibles
7. Composicions

INTRODUCCIÓ

El procés de disseny de la identitat gràfica de Creando Media té la finalitat d'oferir a tots els nostres projectes i plataformes una marca comú, que simbolitzi la unitat de les nostres solucions i tasques. L'objectiu seria sintetitzar els valors compartits. L'ús generalitzat dels elements visuals permet que Creando Media sigui reconeguda e identificada a través de totes les activitats en tots els seus projectes i promocions. D'aquesta manera la visibilitat aconseguida per les accions específiques de cada projecte repercuteix positivament en la projecció de tots els demás i en la consolidació de la imatge corporativa de Creando Media. Per facilitar la implantació de la nova imatge d'identitat gràfica es publicarà a la pàgina web informació corporativa per poder descarregar-se els logotips i les plantilles editables a través de www.creandomedia.com/corporativo.

A continuació hem desenvolupat una guia d'exemple dels diferents d'elements de la nostra marca de forma homogènia sense distorsions que afavoreix decisivament a la identificació virtual de totes les eines de Creando Media.

La marca

1.1 ELEMENTS DE MARCA

La marca de Creando Media es compon de composa de dues parts fonamentals. Per una banda el logotip com **opcio1** quer representa amb un símbol la idea de creació, utilitzant com a disseny la mateixa “C” del logotip amb **opcio2**. S’ha decidit aplicar dos logotips diferents per les múltiples funcionalitats que aquestes poden oferir. Per una banda **opcio1** és simplificat el seu traç per a millorar la identificació i qualitat de reproducció.

El logotip **opcio2**, és el que farem servir més per identificar la nostra marca. Aquest està compost com veurem mes endavant de dues tipografies diferents. La combinació de les dues es ideal per la identitat gràfica completa. Les dues opcions de logotips corporatius tenen l’únic color principal de blanc sobre un fons PANTONE 485. A l’**opcio2** hem afegit com a característica del logotip un degradat de tonalitats blanques per a crear una mica de profunditat.



LOGOTIP OPCÍO 1



LOGOTIP OPCÍO 2

1.2 DISSENY DE LA MARCA

Convé utilitzar sempre que sigui possible la disposició principal de la marca. Si es presenten problemes d'espai o de adequació al format específic del projecte es poden aplicar les marques definides al punt 1.4 Usos excepcionals de la marca.

Les declinacions de la marca conformen tota la seva arquitectura. Aquestes són les diferents formes en que es presenta la marca l'Atzavara i que han d'ajudar a la seva aplicació més òptima en qualsevol suport i forma. La forma rectangular de la marca s'haurà d'entendre com la d'ús preferent.



Marca rectangular (principal)



Marca vertical (corporativa)

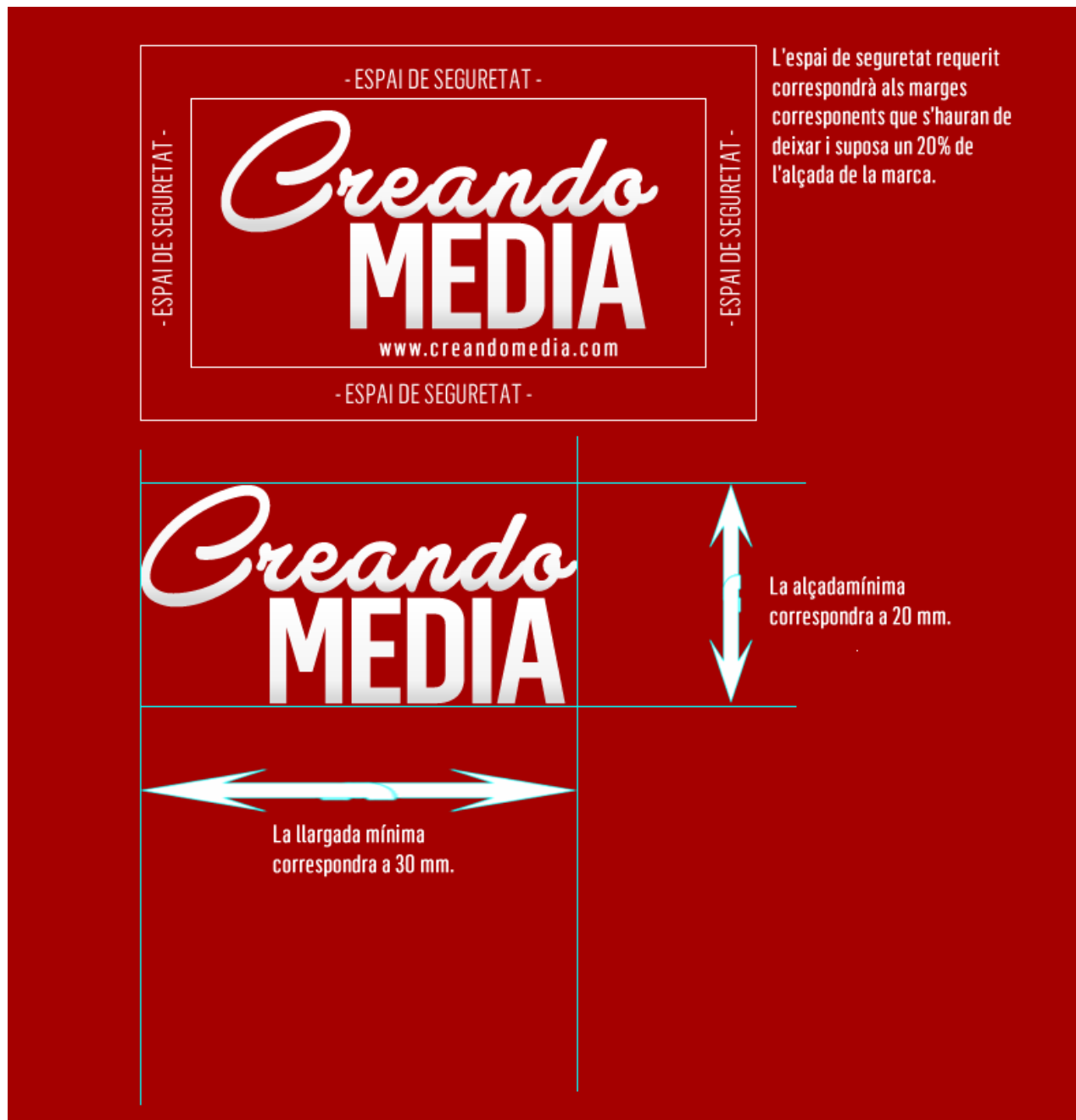


Marca quadrada (corporativa)

1.3 MIDES I DISTÀNCIES MÍNIMES

Definirem una nova àrea en els nostra marca com a protecció i seran els espais mínims que s'han de conservar quan la marca vagi acompanyada d'altres elements. Així, s'assegura la independència visual de la marca respecte de la resta d'elements visuals i es facilita la seva immediata identificació.

Distància mínima El tamany mínim de reproducció de la marca indica la mesura menor en la que pot representar-se la marca per a la seva adequada lectura.



1.4 USOS EXCEPCIONALS

Les següents disposicions de la marca només s'utilitzaran en casos excepcionals. Aquests casos seran quan la nostra marca no es pugui utilitzar i aplicar la marca principal. Per raons d'adequació de formes o espai del document en particular es podran utilitzar aquestes dues composicions noves.

Per una banda la primera amb un fons degradat del logotip opció1 i per altra banda posar els elements de forma horitzontal. D'altra banda, en aquest cas també tindrem les àrees reservades on no es podrà col·locar cap element gràfic per garantir la seva òptima lectura. En aquest cas no haurem de tenir present la distància mínima de 10 mm perquè el disseny de la opció1 no la utilitzarem per aquests casos excepcionals.

Ús excepcional 1



Creando
MEDIA

Ús excepcional 2



Creando MEDIA

1.4 NIVELLS DE LA MARCA

La marca Creando Media pot tenir més nivells d'informació per a referir-se a la nostra empresa, també descriure de forma breu els nostres serveis entre tots els nostres serveis comercials i de màrqueting. La segona tipografia del segon nivell sempre serà amb la mateixa tipografia que haurem utilitzat per la paraula MEDIA. Els nivells s'aplicaran sempre amb el mateix color i just sota de la paraula MEDIA.

També el text podrà canviar en alguns tipus de composicions afegint la pàgina web o algun telèfon de contacte però això ja apareixeria com a tercer nivell. Les longituds dels nivells per la distribució de l'espai reservat sempre serà com indiquen les dues composicions en el cas horitzontal o vertical. Mai sobrepassarà dues línies al primer nivell. En el cas que sigui una composició horitzontal el segon nivell quedarà centrat a la longitud total del logotip.



1.5 EXEMPLES DE MARCA

A continuació es mostren diferents exemples de la marca amb el seus nivells. Els nivells aplicats estan destinats en aplicar la informació en el cas que sigui necessària. Hem decidit afegir un text amb la mateixa tipografia que la paraula MEDIA.

Creando **MEDIA**
DISEÑO MULTIMEDIA • WEB • ARTE DIGITAL
www.creandomedia.com

Creando
MEDIA
DISEÑO MULTIMEDIA • WEB • ARTE DIGITAL
www.creandomedia.com

Creando **MEDIA**
DISEÑO MULTIMEDIA • WEB • ARTE DIGITAL

Creando
MEDIA
DISEÑO MULTIMEDIA • WEB • ARTE DIGITAL

El color

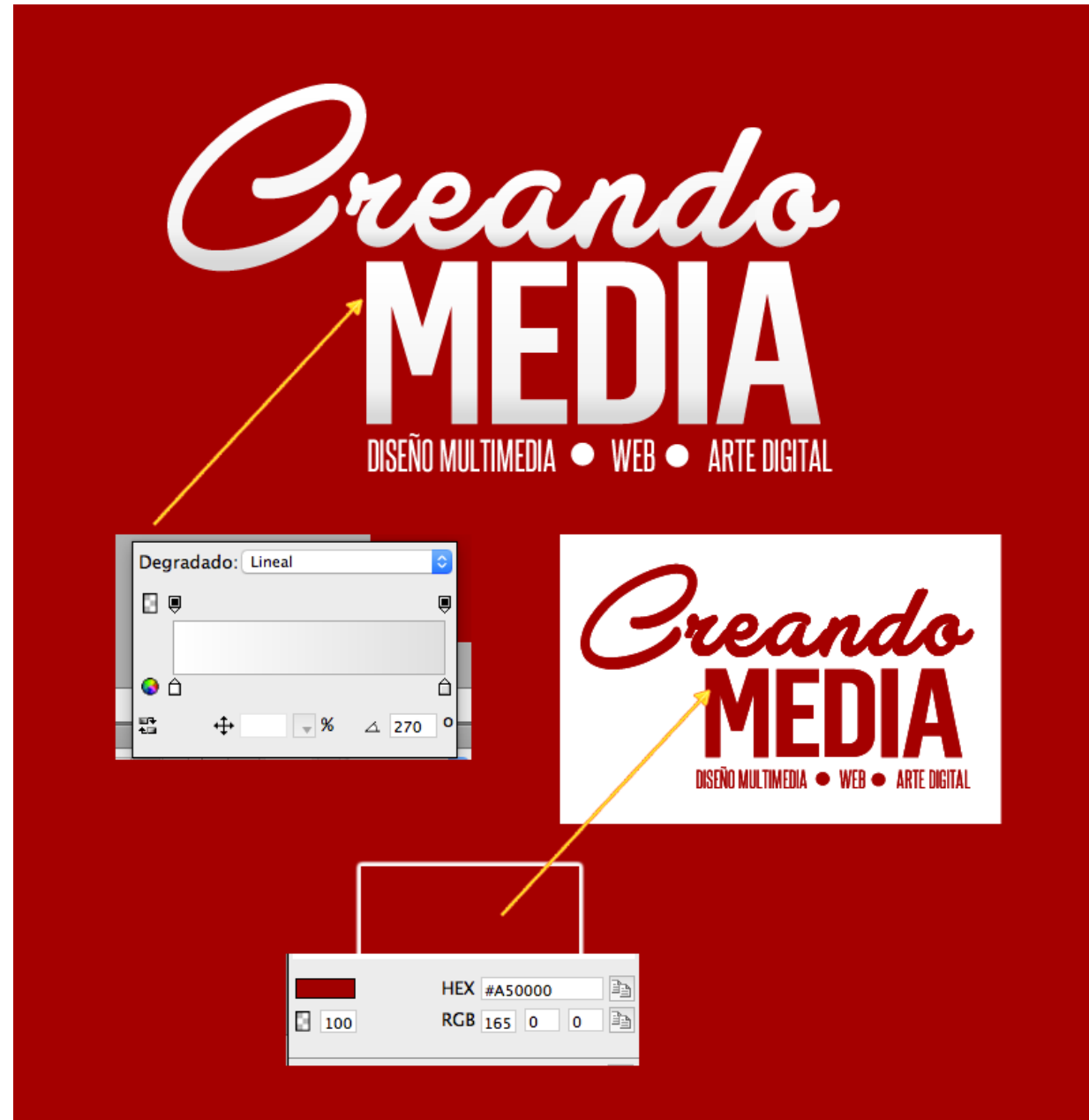
2. EL COLOR

Versió Original

La versió en blanc de la marca sempre estarà superposada damunt d'un color vermell #A50000, aquest serà el caràcter prioritari sobre la resta de versions. Sobre una tonalitat de color per assegurar la llegibilitat de la marca.

Versió Negre / Gris

La versió en negre i gris s'utilitzarà en impressions en escala de grisos per tal de portar un contrast suficient.



Per a treballar amb la marca de **Creando Media** el vermell de fons constitueix quasi bé el color principal de la marca i el color blanc com a color secundari de la marca. D'alta banda en escala de grisos el color principal de la marca seria igualment el negre però com a color secundari el blanc de les lletres.

Color Directe

El color directe s'ha elegit una tinta especial de la marca Pantone per als principals sistemes d'impressió (offset, serigrafia, etc..)

Color Quadricromia

Els colors hauran de ser aplicats segons el % comentat al següent apartat.

Color Tricromia

Les versions tricromia s'utilitzaran en aplicacions digitals (Internet, televisió i altres pantalles)

Nota:

Es recomana l'ús de tintes planes sempre que sigui possible per assolir la major fidelitat, tot i que en impressió digital per quadricromia (CMYK) el resultat funciona molt bé. L'ús d'RGB s'haurà de restringir, sempre que sigui possible, a formats multimèdia, evitant-ne el seu ús per a material imprès. Més endavant veurem les diferents **versions** de la marca.



Possibles colors de fons



Color directe
Pantone Solid 485

Cuatricromia
Cian 30%
Magenta 91%
Groc 72%
Negre 24%

Tricromia
Vermell 150
Verd 34
Blau 26



Color directe
Negre

Cuatricromia
Cian 0%
Magenta 0%
Groc 0%
Negre 100%

Tricromia
Vermell 0
Verd 0
Blau 0

La Tipografia

3. LA TIPOGRAFIA

La tipografia utilitzada corporativa de marca per Creando Media es la Flama i Swenson.

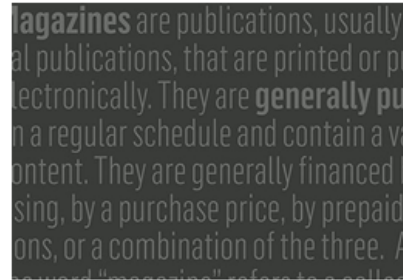
Swenson font

La lletra corbada utilitzada com a símbol i com a text de la primer part del logotip Creando. Aquesta font està creada per The Type Foundry i té la categoria de Handwritten.

Flama font

Flama és un simple sans serif geomètrica que combina aspectes de tots dos, sans serif europeus i americans tradicions. Va ser dissenyat inicialment per a la senyalització, però aviat es convertirà en un èxit entre els dissenyadors editorials. La primera versió data de 2002 i tenia només 5 pesos (i de 6) incloent cursiva. Nosaltres utilitzarem el tipografia Flama condensed s'utilitza en moltes publicacions a tot el món , incloent The Sunday Times, Newsweek i playboy entre d'altres . Tots fonts Flama té taula i text figures amb joc de caràcters ampliat el suport a la majoria de llenguatges basats en llatí.

Flama font



Swenson font

Short Story
Once there was a rich man in Indonesia
RM SOEGIJARTO
He was born on September 28, 1946
He was a very rich man. Ifel he wanted more riches, more money.

MEDIA

Creando

La tipografia Flama té moltes varietats dins la mateixa família. El que ens dona una facilitat per poder crear tot tipus d'elements.

Flama Condensed Light

ABCDEFGHIJKLMNOabcdefghijklmnopqr

Flama Condensed Book

ABCDEFGHIJKLMNabcdefghijklmnop

Flama Condensed Basic

ABCDEFGHIJKLMNabcdefghijklmnop

Flama Condensed Medium

ABCDEFGHIJKLMabcdefghijklmnop

Flama Condensed Semibold

ABCDEFGHIJKLMabcdefghijklmnop

Flama Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLabcdefghijklm

Flama Condensed Extrabold

ABCDEFGHIJKLabcdefghijkl

Flama Condensed Black

ABCDEFGHIJKLabcdefghijkl

Persona BLACK	<i>Produced</i> BASIC ITALIC	Vocabulário CONDENSED EXTRABOLD
Inventor EXTRABOLD	<i>Biblioteca</i> BOOK ITALIC	Professores CONDENSED BOLD
Designer BOLD	<i>Academia</i> LIGHT ITALIC	Abreviaturas CONDENSED SEMIBOLD
Postures SEMIBOLD	<i>Objetivos</i> ULTRALIGHT ITALIC	Universidade CONDENSED MEDIUM
Emphatic MEDIUM	<i>Popularity</i> THIN ITALIC	Geographical CONDENSED BASIC
Elements BASIC	Distance SEMICOND BLACK	Personalizada CONDENSED BOOK
Language BOOK	Sudoeste SEMICOND EXTRABOLD	Anthroponymy CONDENSED LIGHT
Programs LIGHT	Conserva SEMICOND BOLD	Instrumentation ULTRA-CONDENSED BLACK
Cobertura ULTRALIGHT	Musicians SEMICOND SEMIBOLD	Electromagnetic ULTRA-CONDENSED EXTRABOLD
Entrevista THIN	Venezuela SEMICOND MEDIUM	Complementando ULTRA-CONDENSED BOLD
Number BLACK ITALIC	Popularity SEMICOND BASIC	Aproximadamente ULTRA-CONDENSED SEMIBOLD
Variable EXTRABOLD ITALIC	Discussion SEMICOND BOOK	Commercialization ULTRA-CONDENSED MEDIUM
Physical BOLD ITALIC	Alternative SEMICOND LIGHT	Predominantemente ULTRA-CONDENSED BASIC
Generate SEMIBOLD ITALIC	Onomastics SEMICOND ULTRALIGHT	Institucionalidade BOOK
Reporter MEDIUM ITALIC	Procedures CONDENSED BLACK	Tem aproximadamente ULTRA-CONDENSED LIGHT

Usos inapropiats de la marca

4. USOS INAPROPIATS

Per a evitar resultats no desitjats en la posada en pràctica de la marca Creando Media s'han de seguir una sèrie de normes genèriques. El valor d'una marca depèn en gran mesura de la disciplina en la seva aplicació. Amb l'objectiu de no debilitar el missatge visual de la marca és fonamental evitar els efectes contraproductius en la seva aplicació.

Un ús desordenat de la identitat visual crea confusió, i repercuteix molt negativament en el perfil de la marca i en la percepció que el públic ha de tenir dels seus valors i serveis. Ordenar i aplicar de forma correcta la marca és garantia de que transmetrà perfectament la jerarquia dins del conjunt de la imatge corporativa. L'ús de la marca Creando Media sempre ha de respectar les normes establertes als apartats anteriors 1, 2 i 3. No es poden utilitzar versions de la marca, colors, ni tipografies que no estiguin contemplades en aquest manual.



5. VERSIONS POSSIBLES

Quan a Creando Media sigui necessària l'aplicació de la marca en un sol to o tinta s'empraran aquestes versions. Els tons que poden comparar-ne, seguint l'esquema que es mostra, són els mateixos que conformen la paleta corporativa presentada en el punt del color.

A continuació us mostrem les diferents variacions de les diferents versions de la nostra marca.

Per a dissenys monocroma

Per a dissenys només amb una tinta

Per a dissenys amb negatiu

Disseny Monocrom



Disseny només amb una tinta



Disseny amb negatiu



6. COMPOSICIONS

A continuació voldrem donar la màxima visibilitat a la nostra marca en tot tipus de composicions. Estarem aplicant sempre la nostra marca com a segell identificatiu sobre pàgines web, dissenys publicitaris com cartellera o flyers.

Voldrem sempre donar una visibilitat, llegibilitat i contrast que s'han d'assegurar en tot tipus de projectes. Si la marca s'ha d'aplicar sobre fons no corporatius o fotografies, haurà d'aplicar-se en blanc o negre, en funció de la lluminositat del fons. El logotip a tot color només es podrà utilitzar en el cas que el fons sigui completament blanc o molt clar.

Disseny sobre un fons no corporatiu fosc



Disseny sobre un fons no corporatiu clar



Disseny sobre fotografia fosca



Disseny sobre fotografia clara



Disseny sobre fotografia

L'ús d'una sombra en aquests casos està permès en el cas d'aplicar-la sobre un fons fotogràfic que ho requereix per tal de fer la marca més llegible