

Manual d'Identitat Visual de la novel·la (Rasha&Gil)<sup>[H+]</sup>

Autora • Rosaura Almeda Catasús

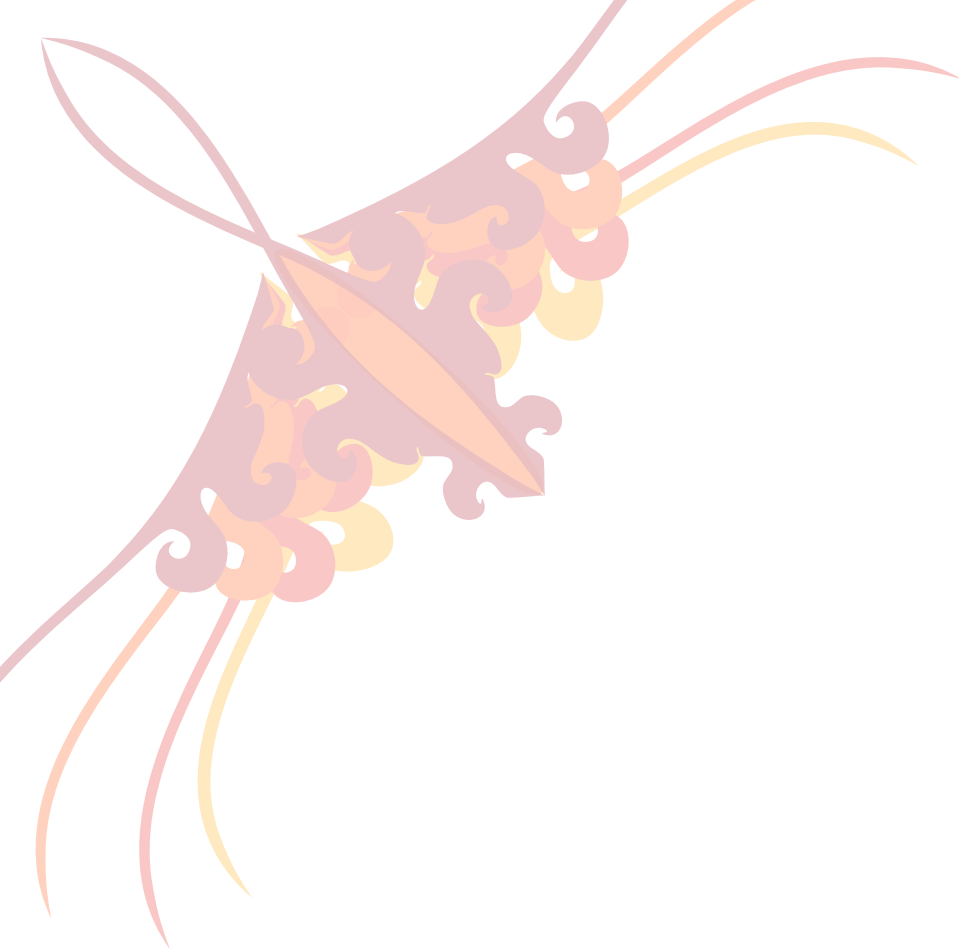
Consultor • Francesc Morera Vidal  
Professora • Irma Vilà Òdena

TFG • Creació Gràfica / Comunicació i Cultura Visual



## ÍNDEX

Introducció	03
La marca	04
Versions	05
Àrea de protecció	06
Color institucional de la marca	07
Tipografia de la marca	08
Color, positiu i negatiu	10
Blanc i negre, positiu i negatiu	11
Reducció de la marca	12
Reducció de la marca i gestió del color	13
Aplicació de la marca en l'espai web	14
Coberta i contracoberta llibre	18



### Introducció

El plantejament de la campanya de publicitat d'una novel·la a les Xarxes Socials implica reformular els criteris promocionals del producte. Habitualment, la publicació es realitza a l'ampara d'un segell editoria,l cosa que significa restar integrat en una política de comunicació determinada: es promociona autor i obra en funció de paràmetres quantitativus. És a dir, la qualitat es valora NOMÉS en funció de la quantitat de lectors.

Una estratègia diferent requereix atraure un per un els devoradors de paraules. Demana parar trampes excitants i proposar jocs de miralls dignes dels passejants de laberints on el fil d'Ariadna atrapa la voluntat dels *lletrívors*.

El primer pas, el naming. El segon, atorgar una identitat visual exclusiva a la història amb la marca gràfica per potenciar més encara el propòsit descrit.

L'aire i les cendres. El remolí i les flames. La gamma de groc, taronja i vermells: el color del foc. Els vent i les flames es conjuren per renèixer i enfrontar-se a un destí inabastable.

El manual d'identitat visual de (Rasha&Gil)<sup>[H+]</sup> desplega, pels motius referenciats, les pautes que han d'establir el correcte tractament de la marca gràfica en l'àmbit on-line i off-line.

La forma és el fons.

## Bases constructives

Qualitat gràfica genèrica  
Ajust tipològic  
Correcció estilística  
Compatibilitat semàntica  
Suficiència  
Versatilitat  
Vigència  
Reproduïbilitat  
Legibilitat  
Intel·ligibilitat  
Pregnància  
Vocativitat  
Singularitat  
Declinabilitat

Font:  
<https://pablobranding.files.wordpress.com/2009/09/la-marca-corporativa.pdf>

## La marca

La construcció de la marca s'ha fonamentat en el compliment d'una sèrie d'exigències d'alt rendiment llistades i definides per Norberto Chaves i Raúl Belluccia que es detallen a continuació:

1. **Qualitat gràfica genèrica.** Aplicació dels codis adients. Valorar entre la idoneïtat d'una representació figurativa associada al significat del producte i l'activitat de l'empresa o una forma conceptual desvinculada d'una relació directa i evident.
2. **Ajust tipològic.** Aplicació dels signes adients. Valorar entre la necessitat d'incorporar l'imatge o la conveniència de centrar-se en el logotip.
3. **Correcció estilística.** Representació del concepte. Valorar el ventall de possibilitats entre la convencionalitat i la singularitat.
4. **Compatibilitat semàntica.** Correcte ubicació dels signes. Valorar el ventall de possibilitats entre la motivació-arbitrarietat i l'abstracció-figuració.
5. **Suficiència.** Cobertura de les necessitats en la justa mesura. Valorar la importància de cada element.
6. **Versatilitat.** Similar rendiment dels signes a tots els nivells del discurs. Valorar de manera monolítica la uniformitat de la marca.
7. **Vigència.** Universalitat. Valorar la relació entre temps de vida del signe i llenguatge.
8. **Reproduïbilitat.** Condicions de reproducció segons els suports. Valorar-ne les condicions de qualitat.
9. **Legibilitat.** Grau de reconeixement visual dels trets essencials del signe. Valorar-ne l'optimització segons les condicions de lectura.
10. **Intel·ligibilitat.** Capacitat del signe per ser comprès. Valorar les fórmules d'aplicació.
11. **Pregnància.** Capacitat del signe per ser recordat. Valorar la memòria gràfica.
12. **Vocativitat.** Capacitat del signe per captar l'atenció. Valorar els recursos gràfics.
13. **Singularitat.** Individualitat. Valorar les fórmules de diferenciació.
14. **Declinabilitat.** Clonabilitat Valorar els marges amplis del codi.

A efectes pràctics, la concepció global de la marca gràfica consta dels trets següents:

- **Imagotip:** les flames on crema el Fènix sobre dos cercles interiorment tangents
- **Logotip:** (Rasha&Gil)<sup>[H+]</sup>



## Versions

- **Versió monolítica:** Ús d'identificació principal.



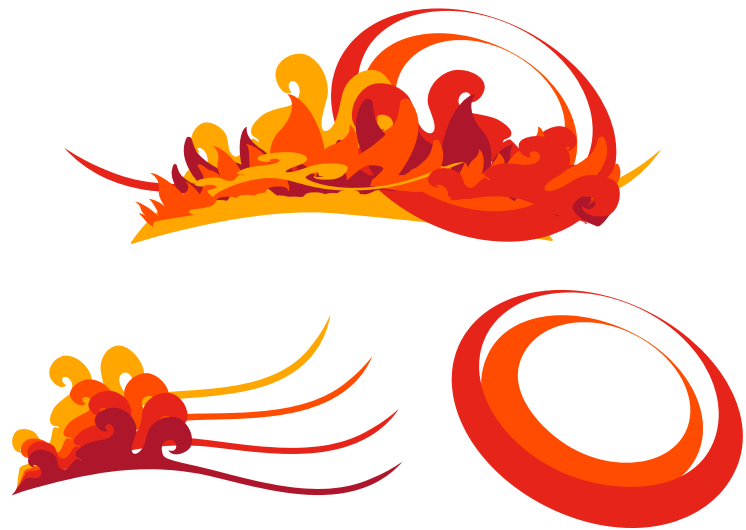
## Efecte logotip

Menú Efecte Illustrator  
Opcions Deformar  
Estil Bandera  
Orientació Horitzontal  
Corbar -65% (negatiu)

- **Versió desglossada:** Ús secundari en funció de la progressió en el coneixement de la marca i per evitar reiteracions innecessàries.

(Rasha & Gil)<sup>[H+]</sup>

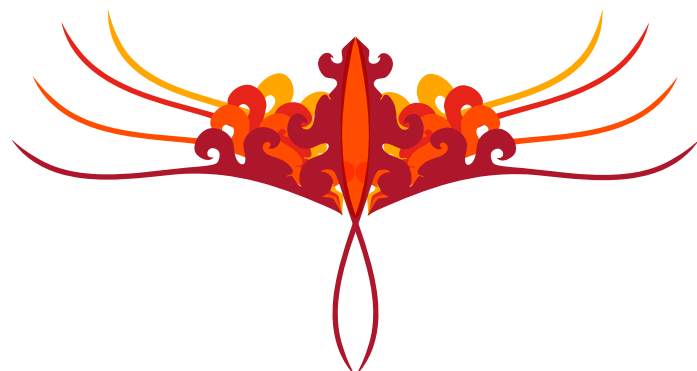
(Rasha & Gil)<sup>[H+]</sup>



## Declinació model



- **Versió icònica:** Ús secundari en funció de la necessitat d'explicitació de l'imagotip.



### Àrea de protecció

L'àrea de protecció es correspon amb el diàmetre mínim del conjunt dels cercles concèntrics:



## Eina d'equivalències

Adobe Color CC  
<https://color.adobe.com/es/create/color-wheel/>

## Impressió

S'autoritza la conversió de les tintes planes a CMYK per evitar l'encariment excessiu dels costos de producció.

Recomanació general:  
Utilitzar el valor PDF/X d'Adobe Acrobat per passar d'RGB a CMYK o seguir les indicacions de l'impressor.

## Tramats



80% de negre



60% de negre



40% de negre

## Color institucional de la marca

Llistat de colors reglamentaris autoritzats:

- » **Pantone:** 130 C
- » **CMYK:** 0 / 32 / 100 / 4
- » **RGB:** 246 / 168 / 0
- » **Hexagesimal:** #f6a800



- » **Pantone:** 1655 C
- » **CMYK:** 0 / 69 / 100 / 0
- » **RGB:** 255 / 78 / 0
- » **Hexagesimal:** #ff4e00



- » **Pantone:** 485 C
- » **CMYK:** 0 / 83 / 88 / 12
- » **RGB:** 225 / 38 / 28
- » **Hexagesimal:** #e1261c



- » **Pantone:** 187 C
- » **CMYK:** 0 / 85 / 74 / 33
- » **RGB:** 171 / 25 / 45
- » **Hexagesimal:** #ab192d



## Tipografia de la marca

### Futura

S'ha triat per la bona llegibilitat i l'àmplia família tipogràfica.

### Característiques

- Geomètrica de pal sec.
- Foneria Bauer
- Tipògraf: Paul Renner
- Any: 1927
- Proporcions geomètriques bàsiques: cercles, triangles i quadrats.
- Influències (corrent estètic): De Stijl i Bauhaus.

#### Book

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Light

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Media

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Medium

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Book Oblique

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

#### Futura

Book  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Light  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Media  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Medium  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Book Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Heavy  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Extra Bold Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Heavy Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensada mediana  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Bold  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Extra Bold  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Bold Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Extra Bold Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Light Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Mediana cursiva  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Medium Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Extra Bold  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Light  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Medium  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Light Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensed Medium Oblique  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Condensada extranegrita  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890



## Tipografia de la marca

### Electra LH

S'ha triat perquè resulta molt apropiada per a la lectura de llibres i, de fet, s'usa molt en el suport esmentat.

#### Característiques

- Romana transicional amb serif.
- Foneria Linotype
- Tipògraf: William A. Dwiggins
- Any: 1937
- Mètode creació: fórmula-M.
- Influències (corrent estètic): Experimental.

#### Electra LH

Display  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Regular  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Regular Oldstyle Figures  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Regular Small Caps & Oldstyle Figures  
ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Cursive  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Cursive Display  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Cursive Oldstyle Figures  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold Display  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold Oldstyle Figures  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold Small Caps & Oldstyle Figures  
ABCDEFGHIJKLMN  
NOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMN  
NOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Bold Cursive  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold Cursive Display  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Bold Cursive Oldstyle Figures  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

### Color, positiu i negatiu

Els colors permesos com a fons de la marca gràfica són els pantones que la caracteritzen a excepció del 130 C. Sobre les pastilles a color, l'imatge tipogràfica ha d'anar en negatiu i el logotip en positiu.



## Blanc i negre positiu i negatiu

---

Tramats:

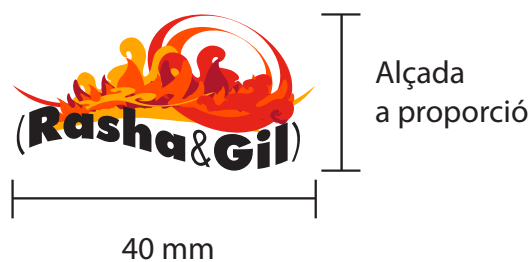
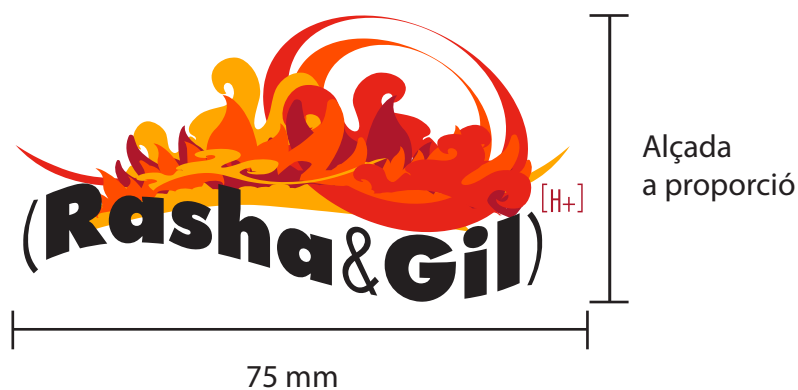
100% de negre

80% de negre

60% de negre

40% de negre





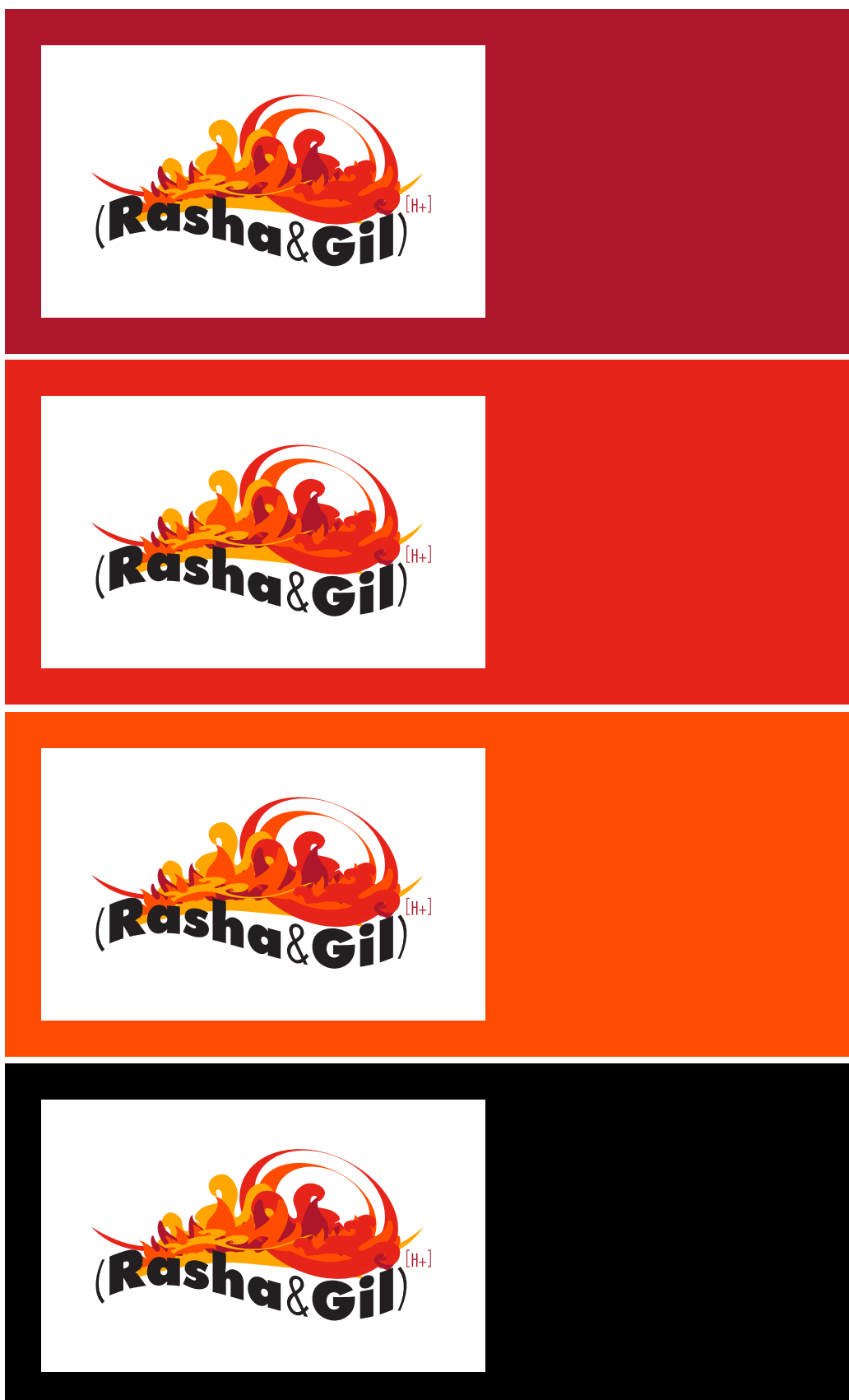
#### Reducció de la marca

- **Amplada mínima horitzontal:** 75 mm completa o 40 mm sense exponent.

Si és imprescindible reproduir-la en una mida inferior, s'ha d'emprar alguna modalitat de la marca desglossada.

### Reducció de la marca i gestió del color

La reducció de marca sobre qualsevol fons de color requereix —respectant l'àrea de protecció pertinent— una pastilla blanca al voltant, de la manera que s'exposa a continuació.



## Aplicació de la marca en l'espai web

Segons les retícules establertes.

- Graella bàsica: 1920x2160px

### Visualització

Reducció 25%



## Aplicació de la marca en l'espai web (continuació)

Segons les retícules establertes (vertical).

- Graella tablet: 768x1024px

**Visualització**  
Reducció 50%



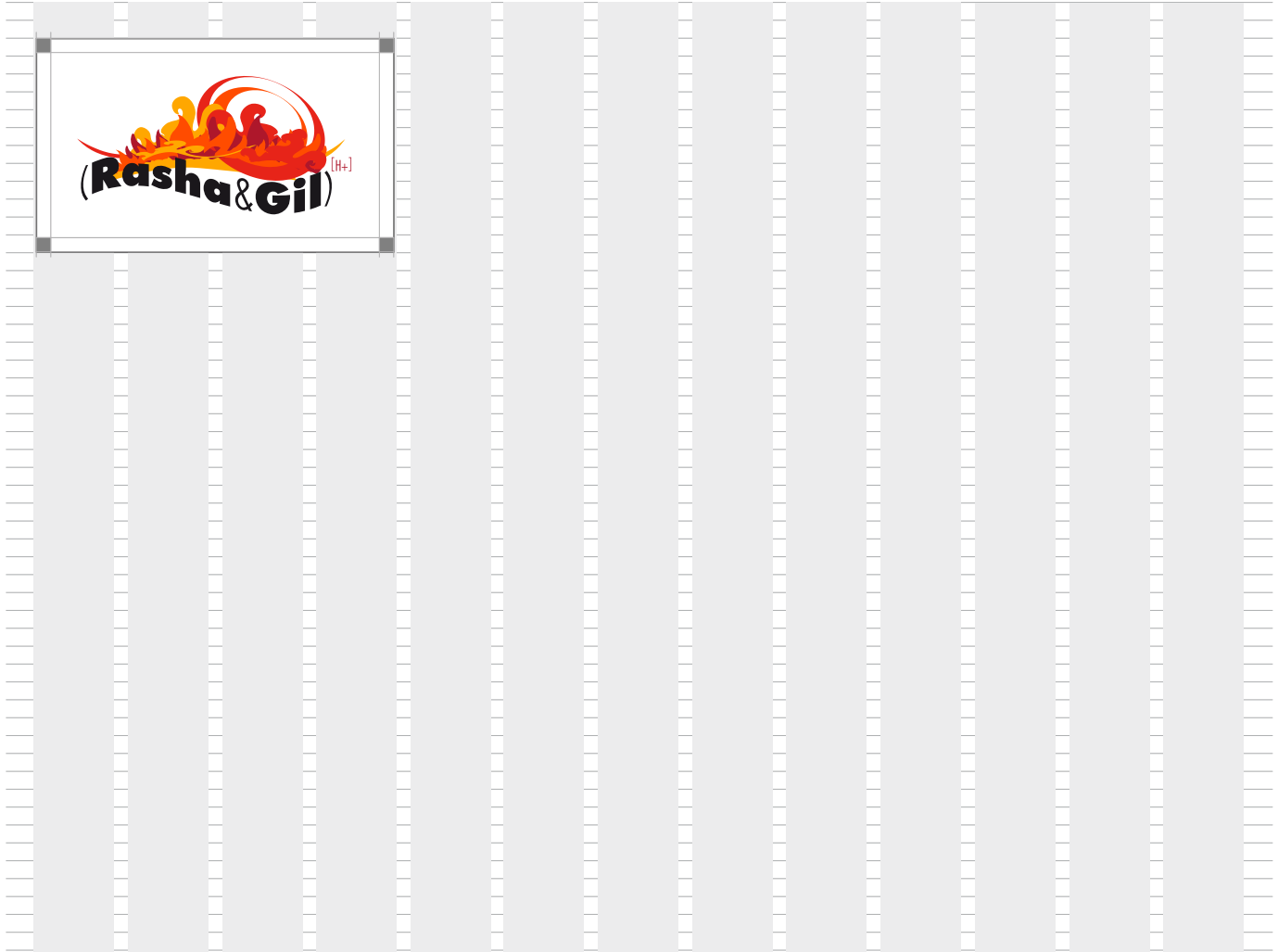
## Aplicació de la marca en l'espai web (continuació)

Segons les retícules establertes (horitzontal).

- Graella tablet: 768x1024px

### Visualització

Reducció 50%



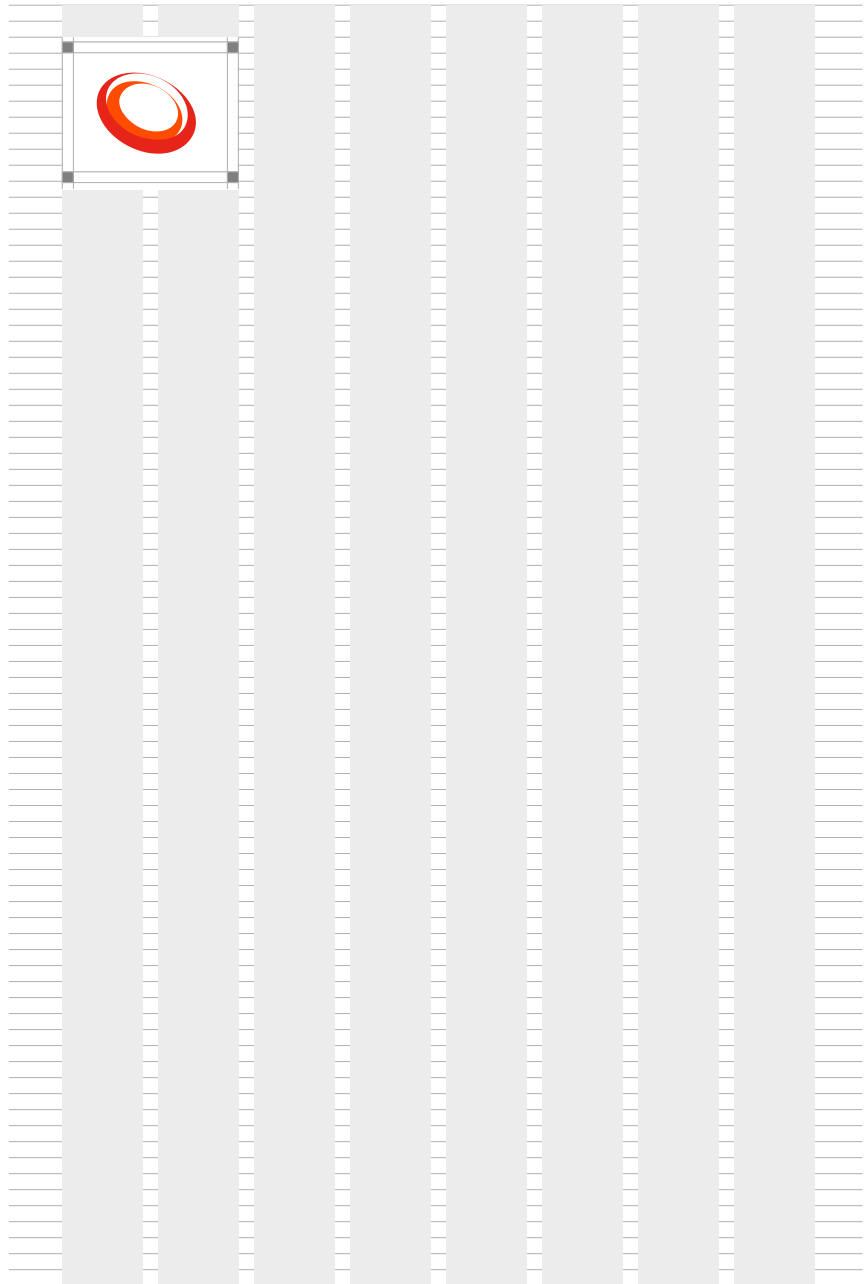


## Aplicació de la marca en l'espai web (continuació)

Segons les retícules establertes.

- Graella mòbil: 320x480px

**Visualització**  
Mida real 100%



## Realitat augmentada

### *Rashabar*

Significa Vent negre. Vent que bufa fort a la regió del Kurdistan iraqüià, particularment a Suleimaniya.

Es caracteritza per ser molt calent a l'estiu i molt fred a l'hivern.

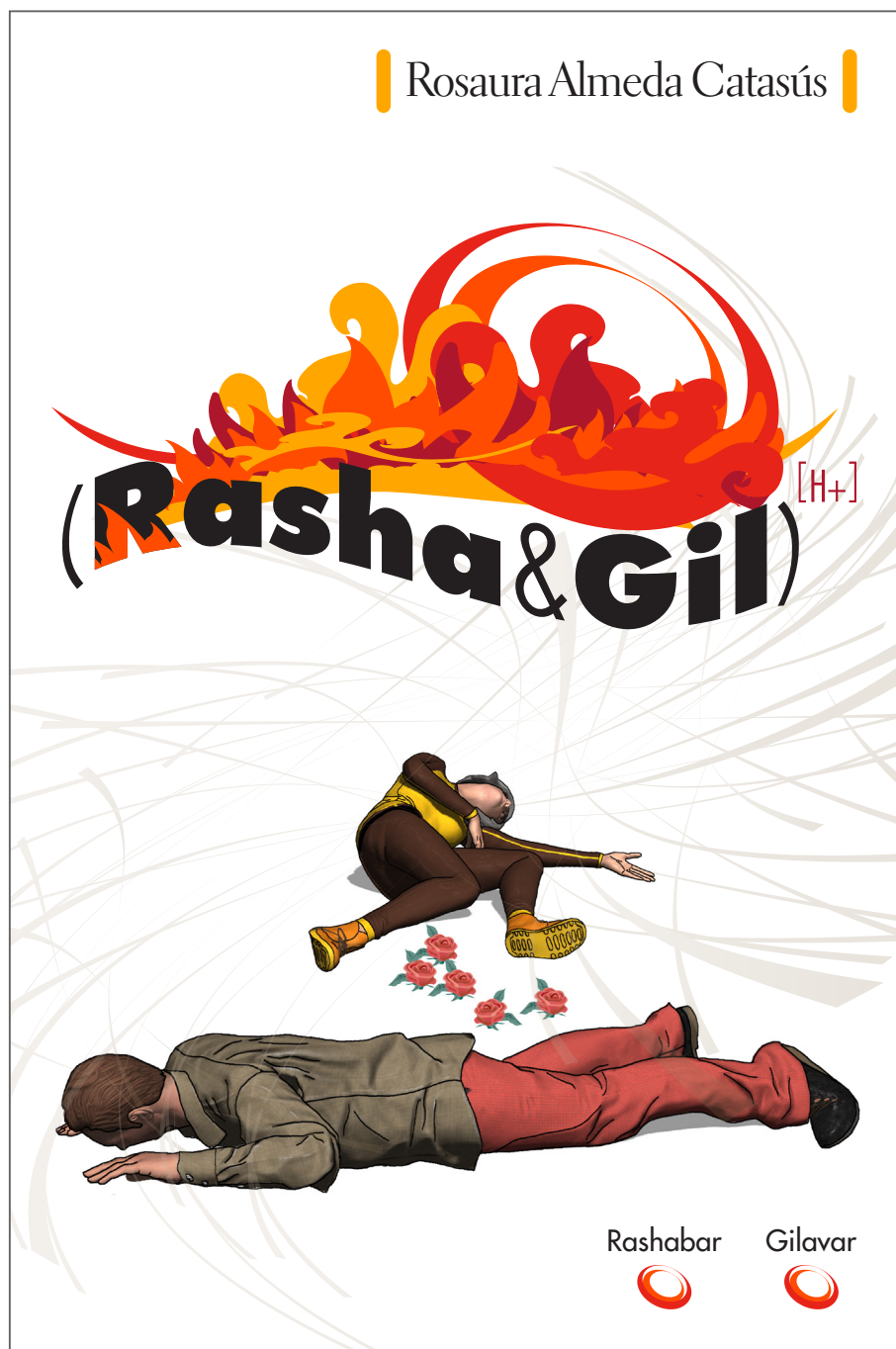
A Mèxic també s'anomenen vent negre les tormentes de sorra del desert d'Altar que transporten les cendres de la pols de roca volcànica negra provinents del Pinacate.

### *Gilavar*

Vent càlid que bufa a Bakú i Shamakhi i també a la península d'Absheron (Azerbaidjan).

## Coberta llibre

La coberta inclou el nom de l'autora; el títol, format per l'imatgotip i el logotip més la lletra R amb flames a l'interior (versió de la marca gràfica exclusiva per a la coberta); il·lustració de la primera escena i el noms complets dels protagonistes amb una versió simplificada de l'imatgotip que indica infomació associada mitjançant realitat augmentada.



## Contracoberta llibre

La contracoberta inclou el nom de l'autora; el títol, format per l'imatge i el logotip a la cantonada dreta inferior; la versió iconogràfica de la marca de reconeixement de la novel·la i el noms complets dels protagonistes amb una versió simplificada de l'imatge que indica informació associada mitjançant realitat augmentada.

La història arrenca amb dos cadàvers: el de la Raquel i el Gerard. L'Asimov —robot personal de companyia—, ha fet una còpia de seguretat de la memòria dels dos amants en el moment previ a la mort cerebral.

El pla és que una companyia tecnològica volqui en sengles robots-andròides, Rashabar i Gilavar, tota la informació extreta de cadascun dels cervells humans. La Raquel pretén aconseguir així una vida sense interferències amb l'ésser estimat i el Gerard s'hi veu involucrat sense haver-ho demanat.

A partir de la transfusió, tots dos hauran d'afrontar un destí incert com a éssers transhumans i com a parella.



