

MANUAL BRAND UNDERPLAY_{v1.2}

BRAINHOLE STUDIO

Professional Design Brand

Copyright © 2016
BrainHole Studio

ÍNDICE

SECCIÓN 1		LOGOTIPO	PÁGINA 5
SECCIÓN 2		TIPOGRAFÍA	PÁGINA 9
SECCIÓN 3		PALETA DE COLOR	PÁGINA 15
SECCIÓN 4		NAMING	PÁGINA 17
SECCIÓN 5		NÚCLEO DEL BRAND	PÁGINA 19

01 LOGOTIPO

ESPECIFICACIONES LOGOTIPO

El logotipo busca transmitir los valores del trabajo y esfuerzo que hay detrás de una producción audiovisual. Todo lo que hay desde que se inicia un proyecto hasta que es pulsado el Play para reproducir el material. UNDER PLAY.

LOGOTIPO

Logotipo



UNDERPLAY

Isotipo

Símbolo "Play"



Isologo Vertical

Símbolo "Play"



UNDERPLAY

Bold

Isologo Horizontal

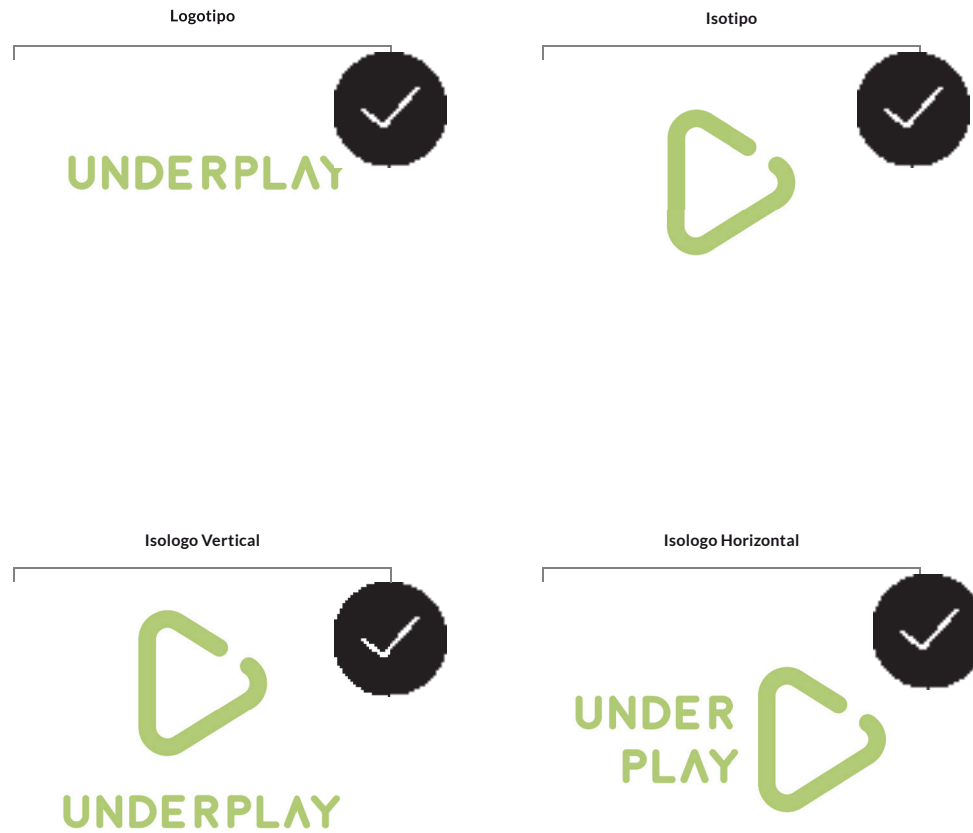
Símbolo "Play"



Bold

UTILIZACIÓN DEL LOGOTIPO

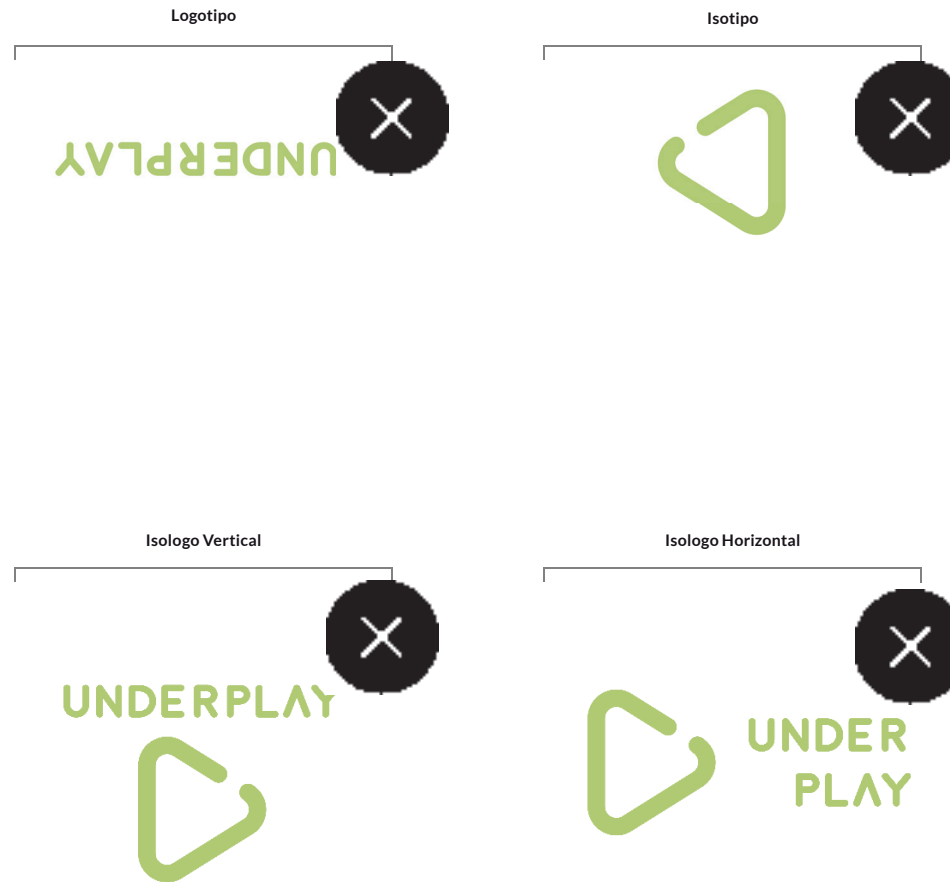
Esta es la configuración óptima para que el logo transmita los valores que se buscan. La alteración del orden y forma del mismo puede afectar a la captación del mensaje por parte del receptor.



UTILIZACIÓN DEL LOGOTIPO

Esta es la configuración del logo no recomendada. No debe utilizarse.

LOGOTIPO



02 TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA Y ESPECIFICACIONES

Sobre Goldin

Sin información del autor.

Font Specification

FONT NAME : Goldin
STYLE : Light, Regular
DESIGNER : Fabian Korn

Descarga

<http://uispace.net/view.php?id=970-goldin>

Tipografía Goldin

GOLDIN
ABCDEFGHIJKLMN
OTUVWXYZ
!?

LIGHT
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
⓪⓫⓬⓭⓮⓯⓰

REGULAR
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
⓪⓫⓬⓭⓮⓯⓰

TIPOGRAFÍA Y ESPECIFICACIONES

Sobre MONTSERRAT

“...Los viejos carteles y señales en el tradicional barrio de Buenos Aires llamada Montserrat me inspiraron para diseñar un tipo de letra que rescata la belleza de la tipografía urbana de la primera mitad del siglo XX. El objetivo es rescatar lo que está en Montserrat y dejarlo libre, con licencia de código abierto, el SIL Open Font License.”.

Font Specification

FONT NAME : Montserrat
STYLE : Light ,Regular, Bold

DESIGNER : Julieta Ulanovsky
VERSION : SIL Open Font License, 1.1

Descarga

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/montserrat>

Tipografía MONTSERRAT

MONTSERRAT
ABCDEFGHIJKLMN
OTUVWXZ
0123456789
?!<>(){}[]@#\$%&-+=

Light
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Regular
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bold
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

TIPOGRAFÍA Y ESPECIFICACIONES

Sobre Lato

Lato es una familia sanserif tipografía diseñada en el verano de 2010 por el diseñador con sede en Varsovia Łukasz Dziedzic ("lato" significa "verano" en polaco). En diciembre de 2010 la familia Lato fue publicado bajo la licencia de código abierto Open Fuentes por su tyPoland fundición, con el apoyo de Google. En 2013-2014, la familia se amplió en gran medida a cubrir 2300+ glifos por estilo. Ahora soporta idiomas latinos, más de 100 idiomas basados en cirílico 50+, así como la fonética griega e IPA. En el proceso, las métricas y el ajuste entre caracteres de la familia han sido revisados y cuatro pesos adicionales fueron creados.

Font Specification

FONT NAME : Lato
STYLE : Light ,Regular, Bold

DESIGNER : Łukasz Dziedzic
VERSION : December 20, 2010

Descarga

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/lato>

Tipografía Lato

Lato
ABCDEFGHIJKLMN
OTUVWXYZ
0123456789
?!<>(){}[]@#\$\$%&-+=

Light
ABCDEFGHI-
JKLM
NOPQRSTU-

Regular
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bold
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTU-
VWXYZ

JERARQUÍA DE TIPOGRAFÍA

Esta es la jerarquía establecida para la utilización de las distintas fuentes con el fin de mantener un estilo limpio sin perder calidad y claridad en la comunicación.

TEXTO DE CONTENIDO Y HEADLINES

Caption Text

Lato
Lato Regular
6 pt Tamaño / 6 pt Interlineado

Copy Text

Lato
Lato Regular
8 pt Tamaño / 7 pt Interlineado

Headlines
Copytext

Lato
Lato Regular
10 pt Tamaño / 10 pt Interlineado

TÍTULO Y CABECERAS

Sublines
Sections

MONTSERRAT
15 pt Tamaño / 15 pt Interlineado

Big Headlines
and Title

GOLDIN
Tracking -190 / 25pt Tamaño / 25 pt Interlineado

03 PALETA DE COLOR

SISTEMA DE COLOR

Sobre el color :

Aplicando las bases sobre psicología del color se ha definido la siguiente paleta de colores para que encaje tanto con el público objetivo como con el mensaje que se quiere transmitir.

Primarios



VERDE ENÉRGICO

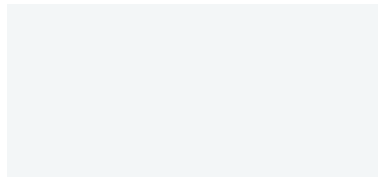
CMYK C 51% M 7% Y 83% K 0%
RGB R123 G213 B69
Web #1ed630



NEGRO IT

CMYK C 84% M 83% Y 73% K 69%
RGB R26 G26 B26
Web #1a1a1a

Secundarios



GRIS F2

CMYK C 7% M 6% Y 5% K 0%
RGB R242 G242 B242
Web #f2f2f2



GRIS MEDIO

CMYK C 51% M 43% Y 43% K 7%
RGB R135 G132 B131
Web #878483



BLANCO 0

CMY C 0% M 0% Y 0% K 0%
RGB R255 G255 B255
Web #ffffff

04 NAMING

VISIÓN Y MISIÓN

Sobre el Naming estratégico

'Oye vamos a crear la tecnológica más innovadora del mundo, qué nombre le ponemos?... mmm... Manzana! Brillante... o mejor... 'Qué te parece si creamos un gigante de telefonía móvil que cambie el mercado?... vale.. Naranja!' Genial.

los nombres se llenan de contenido con el tiempo, gracias a los significados que proyecta la marca en sus puntos de contacto.

El objetivo de la marca es ofrecer resultados profesionales y a medida sin perder la esencia de ser una productora independiente.

Especificaciones del Naming

Nombre : Under Play
Concepto : Productora audiovisual

Target : YouTuber, agencias publicitarias, agencias de modelos y producción conjunta.

Utilidad: Producción audiovisual y fotografía.

■ CONCEPTO DE MARCA

UNDERPLAY

■ CONCEPTO DE EMPRESA

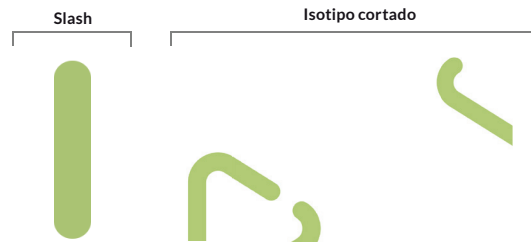
UNDERPLAY PRODUCTORA

■ ESLOGAN

THE RENDER IS POWER

05 NÚCLEO DEL BRAND

NUCLEO DEL BRAND



NUCLEO DEL BRAND EN USO

RENDER IS POWER.



UNDER PLAY

MANUAL BRAND



