

LA NOVA IMATGE CORPORATIVA D'UABmèdia

EL MITJÀ DE
L'AUTÒNOMA

EL CONCEPTO

1

PASSIÓ

UABmèdia és el **lloc de trobada** dels alumnes més apassionats de la Facultat de Ciències de la Comunicació. És l'espai per compartir **coneixements i entusiasme** per l'actualitat i l'entreteniment.





2

ATREVIMENT

UABmèdia és el lloc idoni per posar en marxa **programes innovadors**. Una porta oberta a la **creació i l'aprenentatge**.

3

ACTUALITAT

UABmèdia és el mitjà de comunicació de l'Autònoma. **Els ulls i la veu del Campus.** Actualitat barrejada amb **qualitat**, **coneixement** i des d'una **perspectiva jove**.



LA PALETA

Per expressar aquests conceptes s'ha elaborat una paleta amb un total de **4 colors**, dos d'ells centrals, el **Outrageous Orange** (#FF6D3E) i el **Persian Indigo** (#3C096C), sense deixar enrere les variacions de saturació i lluminositat en cadascun d'aquests.

Amb aquests valors en la gamma cromàtica la persona que consumeixi el mitjà de UABmèdia sentirà que en el portal pot trobar **continguts divertits, frescos, pròxims, amb diversitat de perspectives i, tot, des d'una mirada jove.**



ACCIÓ

Vitalitat i força. Té un toc que afegeix **revolució** al mitjà de comunicació. **Es busca destacar.**

Aquest color complementa la potència del Outrageous Orange.

Orange Red
Crayola
#FF4C3E

ENTUSIASME

Entusiasme, alegria i moviment a la marca. Es relaciona, també, amb l'**optimisme** i la **proximitat**.

Outrageous
Orange
#FF6D3E

QUALITAT

Ofereix **confiança i coneixement** a l'usuari. Es busca la fidelitat, el **compromís i la constància** del mitjà. És un color que representa l'organització.

Persian Indigo

#3C096C

JOVENTUT

Una ment oberta a moltes formes de pensar. El color està assimilat a la joventut, i aquesta té **molts punts de vista** a l'hora de parlar sobre l'actualitat. És un **color extravertit**, que ofereix una **nova frescor a la marca**.

Phlox

#D42AFF

LA TIPOGRAFIA

El tipus de tipografia que s'escull per a la imatge de marca del mitjà és un element molt important de cara a l'usuari. Tot i que pot semblar un aspecte menor, una tipografia recarregada i amb elements superflus pot distorsionar l'atenció dels lectors.

Per aquest mateix motiu, els diferents logotips d'UABmèdia prenen com a família tipogràfica **una font de pal sec**, que compleixen la seva funció comunicativa i que li **aporta elegància i senzillesa a la marca**. La tipografia escollida és **Montserrat**. És una família tipogràfica que casa molt bé amb altres com Open Sans o Telegraf, tot i que aquesta última és de pagament.

La família tipogràfica Montserrat té una varietat molt ample de negretes que poden ser molt últims també per cossos de **text i eslògans**, per exemple. Per tant, es presenta la **mostra** de més d'una tipografia que **seria viable pel logotip**.

UABmèdia

UABmèdia

UABmèdia

UABmèdia

UABmèdia, la veu de l'Autònoma

UABmèdia, la veu de l'Autònoma

UABmèdia, la veu de l'Autònoma

UABmèdia, la veu de l'Autònoma

UABmèdia, la veu de l'**Autònoma**

UABmèdia, la veu de l'**Autònoma**

LA MARCA

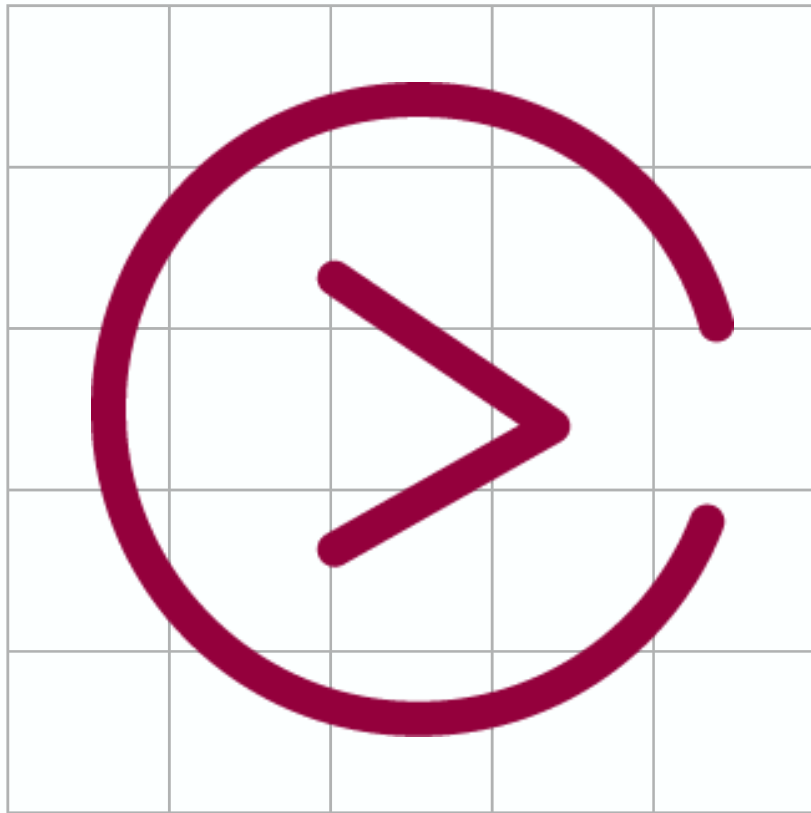
El nou logotip de UABmèdia evoca la **voluntat transmèdia** del mitjà. És un logotip on dos elements, amb formes oposades, es troben en un únic punt.

Aquestes formes representen, d'una banda, **UABràdio**, i d'altra banda, **UABtv**. Són canals separats però que formen part, conjuntament amb la nova web, d'un únic mitjà, el mitjà transmèdia **UABmèdia**.

S'ha decidit unir el taronja amb el lila per mostrar un disseny **atrevit, fresc, que contrasti i que cridi l'atenció de l'usuari**. Són colors que tenen molta força, que mostren un empeny. La fusió dels dos colors, dels dos mitjans, expressa aquest **sentiment d'acció**.



**APOSTEM PER UNA NOVA
IMATGE AMB SENTIT I RECOLLINT
L'ESSÈNCIA D'UABmèdia**



LOGOTIP ACTUAL

El projecte va començar fa vuit anys amb la posada en marxa d'UABtv i va convertir-se ràpidament en un lloc d'aprenentatge pels alumnes de la Facultat fora de les aules. Per aquest motiu, hem volgut apostar per fer un **rebrànding de la forma de la fletxa** del “play” i recollir l'**essència de la marca**.



LA NOSTRA PROPOSTA

El nou logotip ofereix una **imatge fresca i renovada**. Dobra aquest “play” per donar cabuda al **mitjà transmèdia**, i simplifica la forma de l'antic en eliminar la circumferència exterior amb forma de “c”.



UABRÀDIO

La imatge de UABràdio representa la **modernització del mitjà**. Manté la fletxa amb forma de “play” i per tant, no es proposa un canvi radical, sinó una renovació de la marca. En els darrers anys la ràdio ha estat la part més activa d’UAB Campus Mèdia i fins i tot hi ha programes que han esdevingut professionals.

Es manté el color taronja que tenia l’antic logotip, però **s’adapta a les tendències actuals** aplicant un taronja degradat a partir de la barreja de dues tonalitats de taronges.

Incorpora el número de la FM i ho fa tot just destacant aquest número. Tenir una freqüència pròpia és **un valor únic** i que permet que un mitjà d’abast, teòricament universitari, pugui arribar més enllà. És per aquest motiu que cal posar en **primer pla la freqüència**.

UAB TV

La imatge escollida per UABtv és l'altra part del logotip genèric d'UABmèdia. És una fletxa que apunta a l'esquerra i que està pensada per ser una **mosca de televisió**. Pretén **retenir en la ment de l'espectador el record que UABtv és una part dins el mitjà transmèdia UABmèdia**.

El color predominant és el lila, o millor dit, un parell de tonalitats de lila, ja que s'ha aplicat un **degradat**. És una tendència molt estesa en les imatges de marca avui dia. Aporta **dinamisme i moviment al logotip**.

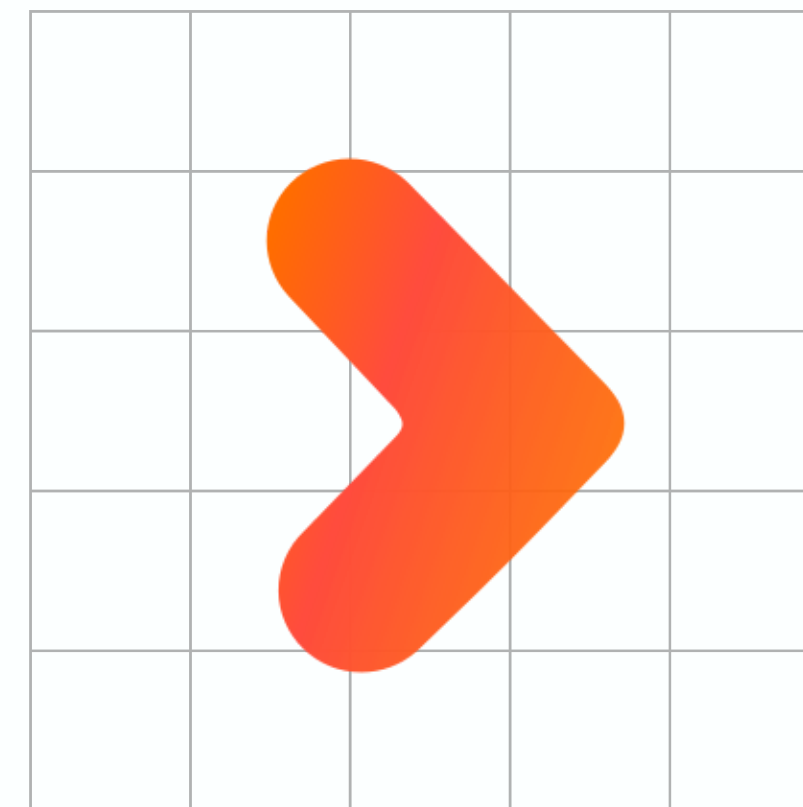
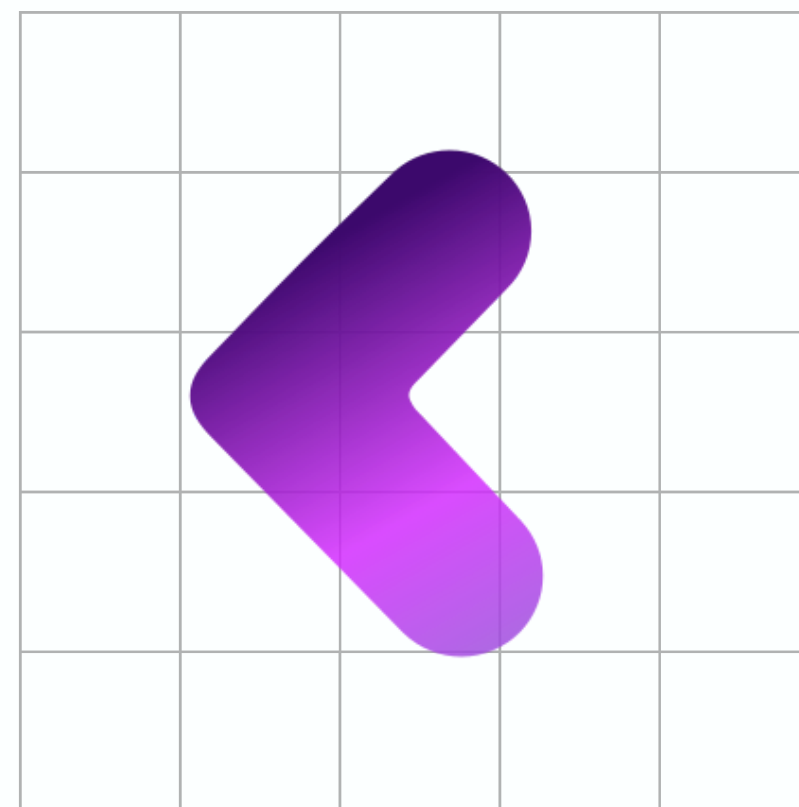
S'ha escollit el lila perquè és el color amb el qual també s'identifica **Hebes Mèdia**, el mitjà de comunicació integrat a l'assignatura de Producció Periodística Multiplataforma de quart de Periodisme. Aquesta matèria té una relació estreta amb UAB Campus Mèdia i significa un nexa amb la docència de la Facultat. Així doncs, amb el color escollit es vol **visibilitzar la col·laboració d'un espai de creativitat i aprenentatge** autònoma com UABmèdia i la **docència més pràctica i vinculada als mitjans de comunicació audiovisuals de la Facultat**.



A continuació es mostren els logotips de UABtv i UABràdio **sense la marca**. Paral·lelament, es **proposen dues variants més**, una per a cadascun dels canals esmentats.

Pel que fa a UABtv, es proposa afegir la nomenclatura "tv" pensant en la mosca per a la televisió. Creiem que ajuda a **compensar la forma del logo i dona més equilibri**.

Pel que fa al logotip de UABràdio, trobem cabdal **destacar el número de freqüència de la FM**. Com amb el logotip de la televisió, també pretenem equilibrar el símbol afegint un altre element.



EL MARXANDATGE



Aplicació de la marca

A continuació es presenta la imatge de marca renovada d'UABmèdia aplicada a **marxandatge**. La possibilitat de posar a la venda diferents productes amb la imatge de la marca contribuiria a reforçar-la i, per tant, s'obre una oportunitat per **popularitzar el mitjà de comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona**.

Contemplem l'aplicació de la imatge de marca sobre diferents productes tèxtils. Les **samarretes** i les **dessuadores** són peces molt utilitzades per la **població juvenil**.





Proposem una **gamma de colors molt variada** per aquests productes, ja que les tonalitats taronges i liles del nou logotip es **complementen de manera idònia** amb molts colors.



utònoma
utònoma
utònoma
utònoma
utònoma



Uns productes que poden esdevenir estrella entre el marxandatge d'UABmèdia són les anomenades “**tote bags**”. Habitualment són **productes molt accessibles** pel seu preu i sobretot molt funcionals. És un producte imprescindible entre el marxandatge de la marca.

També s'ha tingut en compte els **treballadors/es del mitjà**, qui necessiten tenir un equipament per ser diferenciats quan, per exemple, han d'anar a cobrir actes i sortir de la redacció. És per això que a ells i a elles **no se les ha deixat enrere, i s'ha creat un marxandatge especial.**

En aquest cas, i en la situació actual, és necessari una samarreta i una mascareta, tot de **color fosc per no destacar.** A més, també s'ha creat un jersei més gruixut per època d'hivern.







Més enllà del marxandatge per a la venda, també és clau per al reforç de la imatge de marca d'UABmèdia tenir **presència arreu del Campus**. Una molt bona campanya publicitària seria la de tenir **una gran carpa a la Plaça Cívica**. Per això proposem un disseny pel mitjà d'UABràdio.

Tanmateix, també cal publicitar la nova imatge en els esdeveniments del mitjà. Per això també proposem **la creació de noves lones dissenyades pels coneguts roll-ups**.



NOSALTRES



**Marc Izaga
Izquierdo**

marc.izaga@e-
campus.uab.cat



**Anna López
Ventura**

anna.lopezven@e-
campus.uab.cat