

35 years of magic



Mención: Artes Visuales y de Diseño

Título: 35 years of magic

Autora: Aitana Raquel Rivera González

Tutor: David Trujillo Ruiz

Facultad de Bellas Artes de Altea
Universidad Miguel Hernández de Elche



CAMPUS DE
ALTEA. UMH



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Índice

- 1.Propuesta y objetivos**
 - 1.1.Sinopsis**
 - 1.2.Palabras clave**
 - 1.3.Objetivo principal**
 - 1.4.Objetivos específicos**
- 2.Referentes**
- 3.Justificación de la propuesta**
- 4.Proceso de producción**
- 5.Aplicaciones**
- 6.Conclusiones**
- 7.Webgrafía**



1. Propuesta y objetivos

1.1. Sinopsis

El proyecto consiste en la creación del logo, su respectivo manual de identidad visual corporativa y unas ilustraciones de la celebración del 35º aniversario de Disneyland París.

1.2. Palabras clave

Disney, 35º aniversario, logo, ilustración, manual de identidad visual corporativa

1.3. Objetivo principal

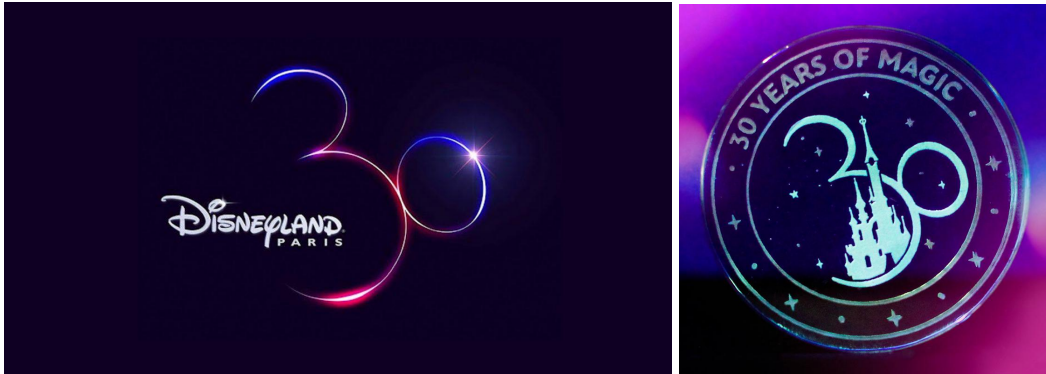
Diseñar el logo, junto su manual de identidad visual corporativa, y realizar unas ilustraciones para conmemorar el 35º aniversario Disneyland París.

1.4. Objetivos específicos

- Estudiar referentes visuales para el desarrollo del proyecto.
- Escoger una temática para ambientar la celebración del aniversario.
- Realizar bocetos del logo
- Diseñar el manual de identidad visual corporativa.
- Diseñar ilustraciones, aplicaciones y *mockups* del propio logo.

2. Referentes

30° Aniversario Disneyland París





El actual aniversario de Disneyland París posee una paleta de colores muy cerrada, con tonos dorados y plateados pero con la predominancia absoluta del morado y el azul. La tonalidad morada se relaciona con la creatividad y la imaginación; Este color comunica una sensación de calma, sabiduría y tranquilidad. Mientras que el color azul se asocia a la paz y tranquilidad, inspirando a su vez sentimientos de amistad, lealtad, seguridad y confianza.

El logo del aniversario conforma el número 30 al mismo tiempo que representa la silueta de la cabeza de Mickey Mouse, un logo sencillo pero fantástico al mismo tiempo.

Este uso de colores, tonalidades y diseños son muy elegantes y sofisticados; tanto los trajes de los personajes como el *merchandising* son de tonalidades oscuras a diferencia del siguiente ejemplo.

50° Aniversario DisneyWorld



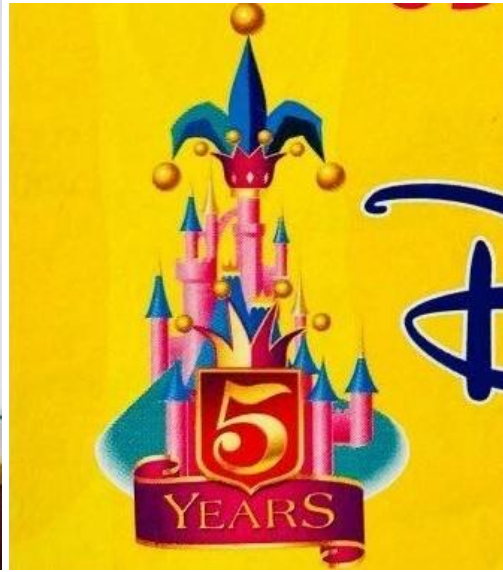
En el 50º aniversario de DisneyWorld (Orlando, Florida, EE.UU.) también se optó por el azul y dorado, pero en unas tonalidades más suaves tanto para la cartelería como para los trajes de los personajes (a juego con los colores del castillo), sin embargo sí que se usó las tonalidades más oscuras de dichos colores para el *merchandising*.

Al igual que con la estética de Disneyland, la de DisneyWorld también es elegante y sofisticada, aunque es mucho más suave al ser tonalidades más claras.

El logo se realizó con la silueta del castillo del parque, con unos colores dorados, azules y rosas metalizados, con el número 50 en el centro de la figura. Es un logo muy genérico pero muy elegante y que funciona muy bien con la estética que se desarrolló para dicho aniversario.

5º Aniversario Disneyland París

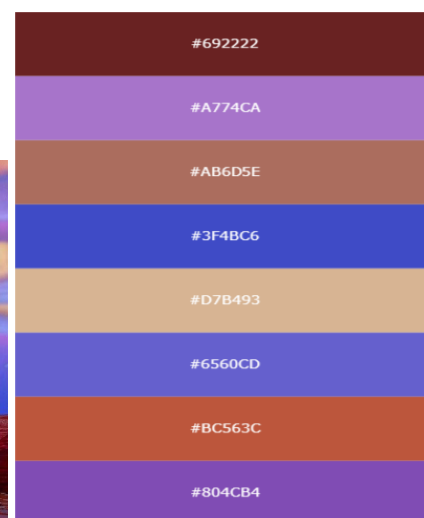
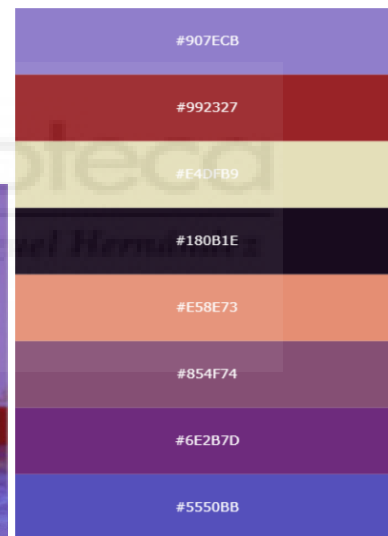
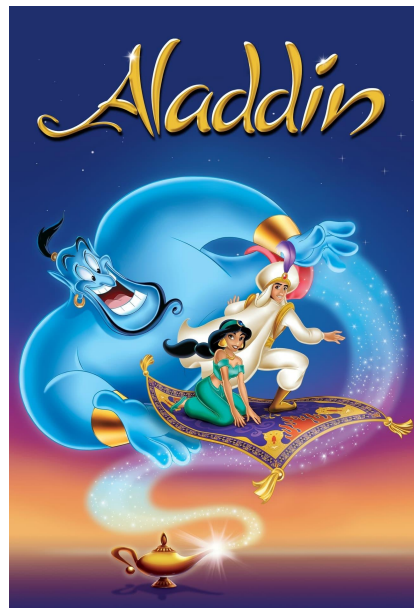


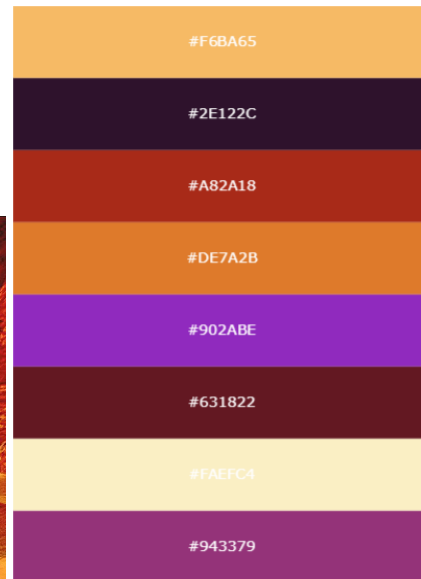


En el 5º aniversario del parque se optó por la temática circense, con elementos propios de la representación que se hace de los juglares y bufones de la época medieval, hasta se decoró el castillo para la ocasión. Se utilizaron colores llamativos y vivos, propios de un niño que crece poco a poco, al igual que el parque en su momento.

El logo muestra una representación del castillo decorado con motivos circenses del aniversario, con el número 5 enmarcado en un blasón coronado por un sombrero de bufón.

Aladdín (1992)





Hemos seleccionado como principal referente para la realización del logo el clásico de 1992 *Aladdín*, dado que el estreno de esta película coincide con el 35º aniversario del parque.

Aladdín cuenta la historia de un joven astuto e ingenioso que vive en la pobreza extrema, y que, tras vivir una pequeña aventura con la bella hija del sultán, la princesa Yasmine, sueña con casarse con ella. El destino interviene cuando el astuto visir del Sultán, Yafar, recluta a Aladdín para que le ayude a recuperar un objeto poderoso de las profundidades de la Cueva de las Maravillas. Aladdín encuentra una lámpara mágica con un genio dentro, y sus deseos comienzan a hacerse realidad.

Aladdín aborda temas tales como la desigualdad, la discriminación, la pobreza, la autoestima, la libertad, la amistad y el amor, todo siempre con un toque de humor gracias a la intervención del Genio, Abú y la alfombra mágica.

Como se puede observar en las imágenes superiores, la película cuenta con una paleta de colores muy mixta, contando con una gran variedad de tonalidades frías (azules, morados, rosas) y tonalidades cálidas (naranjas, beige, rojos).

El logo se desarrollará usando estas paletas de colores extraídas de *frames* de la propia película y con elementos representativos que representen la esencia de la misma.

3. Justificación de la propuesta

Este TFG consiste en la creación del logo y su manual de identidad visual corporativa del próximo 35° aniversario de Disneyland París. Con el propósito de darle un nuevo aspecto y carácter a este evento, y alejarnos del realizado en el 30° aniversario, que aunque poseía un aspecto elegante y sofisticado fue algo genérico. Nosotros realizaremos uno más específico escogiendo como eje temático la película de 1992 *Aladdín*.

En este proyecto están implicadas las asignaturas de la rama de **Artes Visuales y de Diseño** tales como: **Diseño Gráfico**, con la creación del logo, *mockups* y diseños para posteriores aplicaciones; **Diseño Editorial**, con una maquetación profesional del manual de identidad visual corporativa; y **Pintura y Literatura**, usando la ilustración digital para la creación de ilustraciones con motivo del evento para ser usados en mupis, carteles colgantes, folletos, etc.

Para nosotros es un proyecto que reúne tres de las especializaciones más importantes de las artes visuales, por lo que lo convierten en un proyecto muy completo para mostrar las habilidades adquiridas durante el grado.

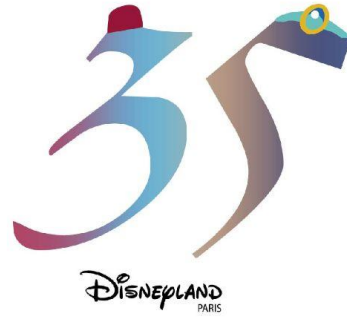
4. Proceso de producción

A continuación se mostrará el proceso de creación del logo y del manual de identidad visual del evento.

Comenzamos con unos bocetos de diferentes propuestas para el logo del evento, siguiendo la temática escogida: *Aladdín* (1992).

Estos bocetos para el logo del evento se han realizado haciendo uso de las tipografías Aladdin Regular, Waltograph y Open Sans; usando una paleta de colores extraída directamente de los fotogramas de la película.

También desarrollaremos una serie de ilustraciones que se usarán como cartelería en el apartado de aplicaciones.



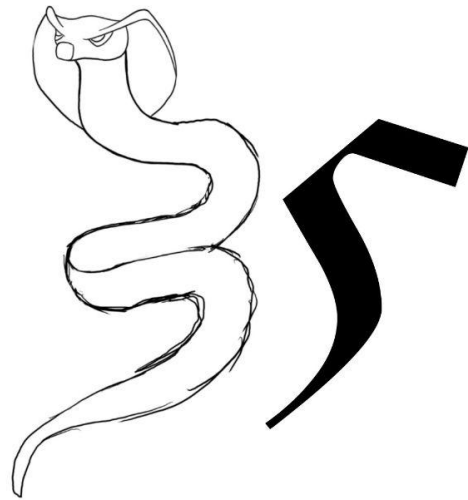
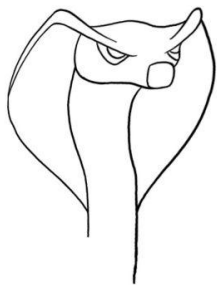
Disneyland Paris

35
years of magic



Disneyland Paris



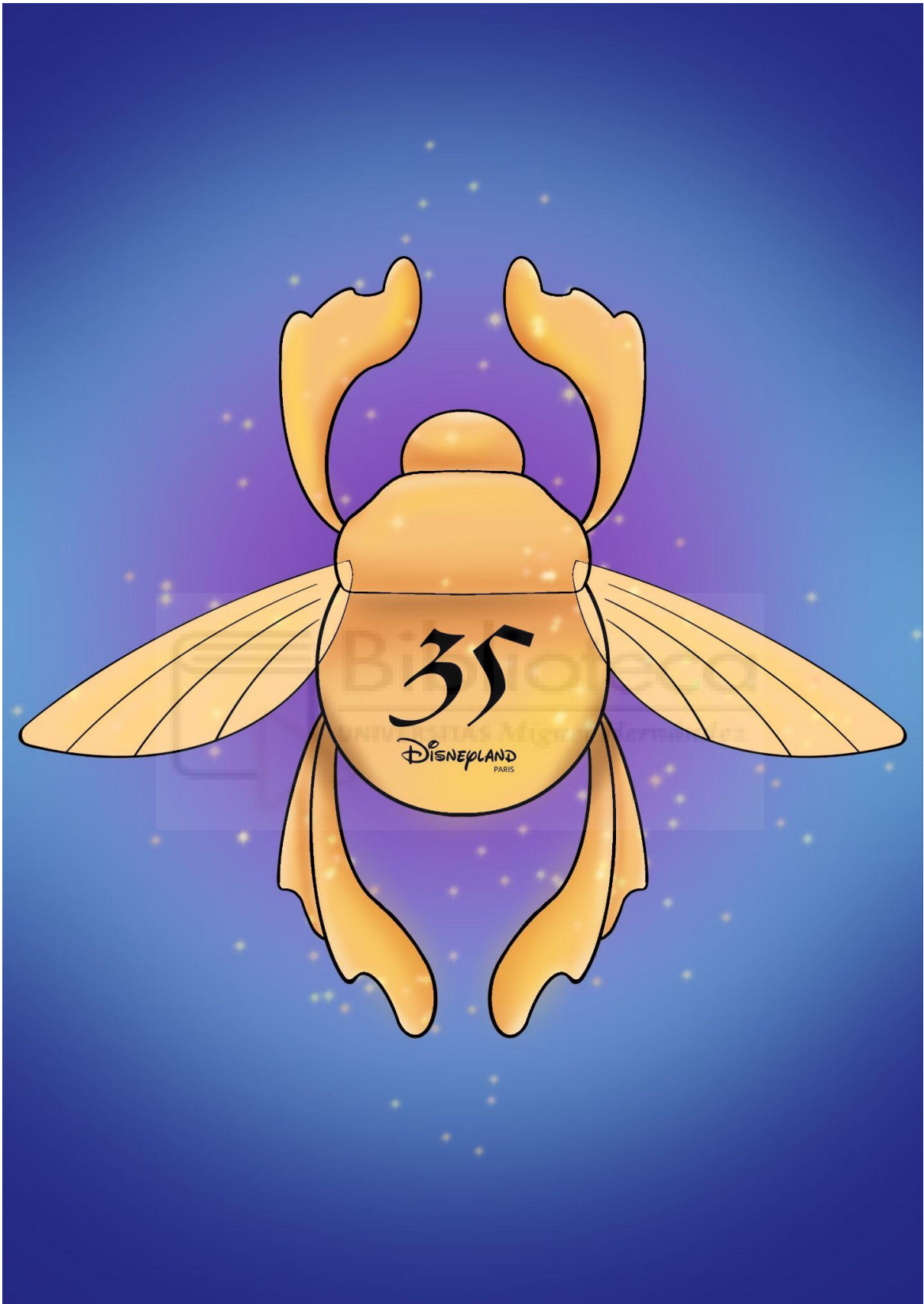


5. Aplicaciones









5. Conclusiones

En el presente TFG hemos realizado un ejercicio de diseño gráfico tomando como eje temático el próximo evento del 35º aniversario de Disneyland París. Así, hemos plasmado un logo tematizado, su manual de identidad visual corporativa e ilustraciones, con el fin de crear una estética definida para garantizar una experiencia inolvidable en la que los visitantes disfruten de dicha celebración.

Disneyland París es un lugar donde dar rienda suelta a la imaginación y disfrutar de una segunda infancia, donde la magia y la ilusión están presentes en cada rincón del recinto.

Por tanto, escoger una temática adecuada para la creación de un logo y una ambientación perfectos era el eje central de este proyecto.

Resulta evidente que escoger el clásico número 31 de la compañía y uno de sus mayores éxitos, *Aladdín*, era la opción más adecuada, debido a que tanto la película como Disneyland París, comparten año de estreno e inauguración (1992), por lo que escoger este clásico como temática era la mejor forma de celebrarlos a ambos.

A lo largo de este proyecto el mayor reto fue el de bocetar un logo que refleje el espíritu de la temática escogida y que a su vez fuera un logo dinámico e inmersivo; superado el reto mencionado anteriormente quedaba diseñar el manual de identidad visual corporativa, un manual que los responsables de la ambientación y de márketing del parque harán uso, de forma coherente y correcta, para utilizar los logos y las ilustraciones desarrolladas de forma adecuada para llevar a cabo la ambientación del parque.

La mejor forma de tener una mayor visión de cómo estaría representada la temática escogida era diseñar aplicaciones y *mockups* del propio logo e ilustraciones que reflejen lo que se quiere transmitir con la temática del evento y conseguir una ambientación más completa.

Tras analizar de forma exhaustiva el resultado obtenido de este proyecto, podemos afirmar que los objetivos y necesidades que se planteaban han sido satisfactoriamente resueltos y se ha conseguido desarrollar una ambientación coherente y estética para el evento.

6. Webgrafía

Disneyland París (2023/02/06)

(<https://www.disneylandparis.com/es-es/>)

Wikipedia (2023/02/06) Disneyland París

(https://es.wikipedia.org/wiki/Disneyland_Paris)

Wikipedia (2023/02/06) Walt Disney World

(https://es.wikipedia.org/wiki/Walt_Disney_World_Resort)

Wikipedia (2023/02/06) Aladdín

(<https://es.wikipedia.org/wiki/Aladd%C3%ADn>)

