

TRABAJO FIN DE GRADO BELLAS ARTES

MENCIÓN

TÍTULO

ESTUDIANTE

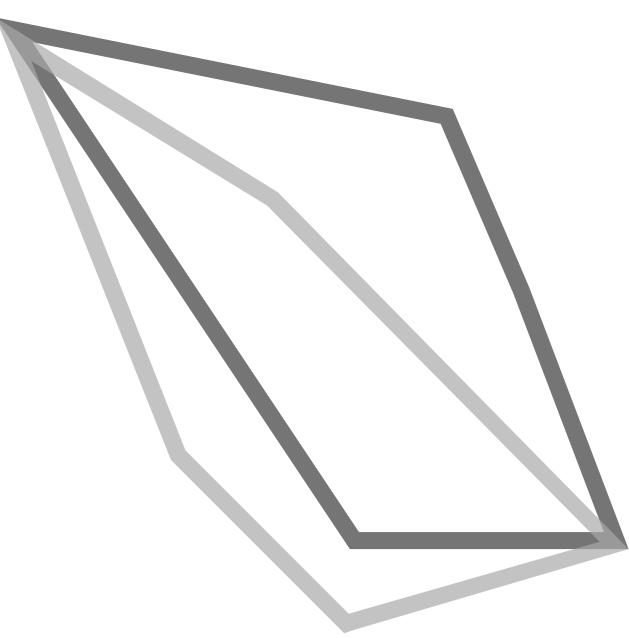
TUTOR/A





PALABRAS CLAVE

RESUMEN



INDICE

1. PROPUESTA Y OBJETIVOS
2. REFERENTES
3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA
4. PROCESO DE PRODUCCIÓN
5. RESULTADOS
6. BIBLIOGRAFÍA

1. PROPUESTA Y OBJETIVOS

Se plantea la creación de un estudio creativo. Esta propuesta no es solo mía sino que es un trabajo conjunto que he llevado a cabo con la estudiante Paula Ibáñez Prats. La elección de este tema fue porque veíamos en este trabajo un proyecto a largo plazo. No se buscaba que solo se quedara en un Trabajo de Fin de Grado y por ello, se optó por la elección de este tema.

En él hemos dejado constancia de todas las habilidades que hemos ido adquiriendo a lo largo del grado durante estos cuatro años. El objetivo principal es el crear una marca de identidad propia que nos sirva como carta de presentación para poder realizar trabajos en nuestro sector, el diseño, y servir de ayuda para empresas que quieran una nueva imagen o impulsar su empresa.

Los objetivos que se plantea para este trabajo son:

- La creación de un manual de identidad corporativa de Xé estudio.
- Dar una personalidad a la marca.
- Carta de presentación.



2. REFERENTES.

Para la creación de la identidad corporativa se ha llevado a cabo una investigación de inspiración y una búsqueda de referentes:

- *Javier Jaen*: Cartelería creativa, combinaciones de colores llamativos y armónicos, todo tipo de tipografías, dando lugar a la creación de composiciones armónicas y llamativas. De él me ha inspirado ese punto innovador, creativo, ingenioso. Su estilo personal, cómo de cosas cotidianas se llega a crear un lenguaje visual potente, claro y conciso.

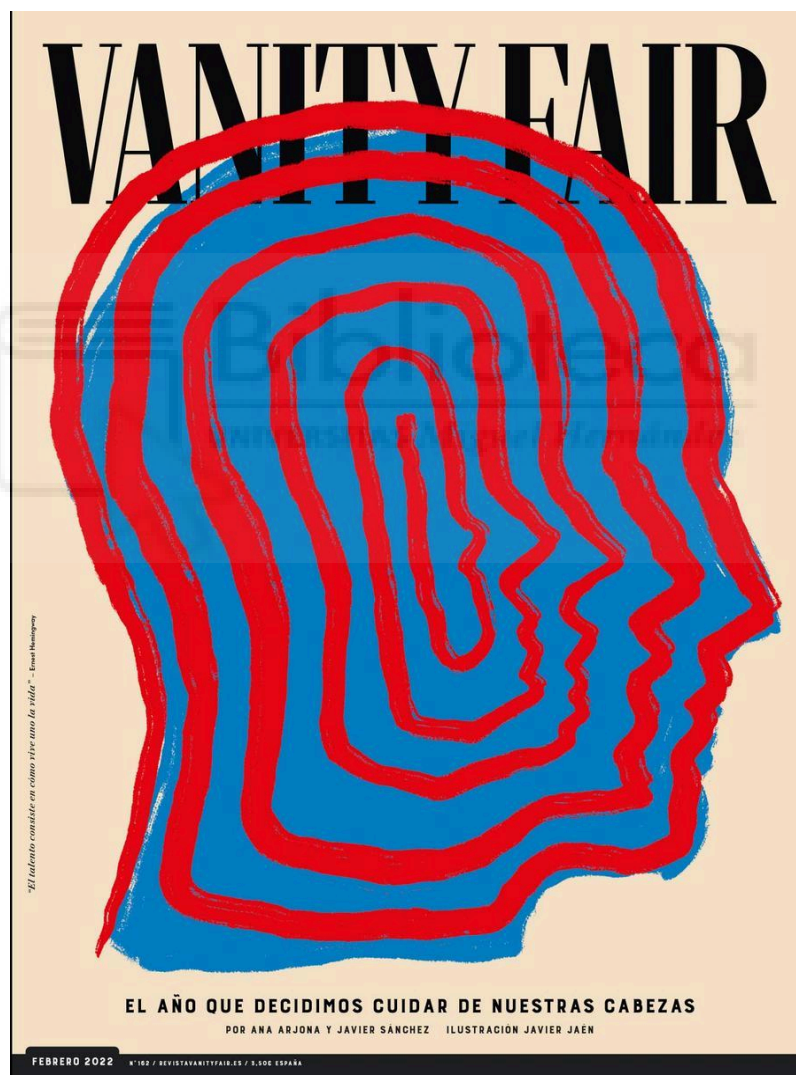


Fig.1. Javier Jaén, *Vanity Fair* (2022), Cartel Feria de la Vanidad, Ilustración.
Disponible en <https://javierjaen.com/> [consulta: 30/05/2024]



Fig.2. Javier Jaén, *El último sueño. Pedro Almodóvar* (2023), Portada Libro.
Disponible en <https://javierjaen.com/> [consulta: 30/05/2024]

- *Vasava*: Otro ámbito que me ha sido de ayuda para encontrar inspiración ha sido en los estudios de diseño gráfico. En este caso, *Vasava* es un estudio creativo que toca desde el uso de tipografías jugando con animaciones, motion graphics, brandings, proyectos de Marketing, fotografía ,diseño editorial, etc. A simple vista se ve que *Vasava* está al tanto de las tendencias. De entre todos sus trabajos el que más me ha sido de gran influencia es *Flax + Kale Typography* (fig.3.) para una empresa de “dieta flexitariana”. Apostando por una tipografía serif y jugando con la flexibilidad de una hecha a mano.



Fig.3. Vasava, *Flax + Kale Typography* (2023), Branding Flax + Kale. Disponible en <https://vasava.es/> [Consulta 30/05/24].

- *Milton Glaser*: El creador del mítico logo de " I love NY ". Tipografía icónica *American Typewriter*. Creada por Joel Kaden y Tony Stan. Se trata de una tipografía con el estilo de máquina de escribir que ha día de hoy se ha convertido en un icono gráfico y moda. Convirtiéndolo en un logotipo atemporal. (fig.4.)



Fig.4. Milton Glaser, *I love NY* (1977), Branding. Disponible en <https://miltonglaser.com/> [Consulta 30/05/24].

- Otra fuente de inspiración son las tarjetas de visita de establecimientos que encuentro cerca de mí. Algunos ejemplos de inspiración en logotipos son: Moki (Restaurante de Sushi), Sa'leh Kazemi, (Ilustradora freelance), Re Bacco (Arte y vino), Infraganti (Pizza Bar), Forno monteforte (Pizzería, panadería) e Umami Vintage (marca de ropa Vintage). (fig.5)



Fig.5. Tarjetas Visita (2024), Fotografía, [Consulta 30/05/24]

3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Tras una lluvia de ideas y una larga meditación sobre la elección del tema de este trabajo la alumna Paula Ibañez Prats y yo llegamos a la conclusión de optar por la creación de un estudio creativo enfocado en diseño gráfico, diseño web e ilustración por el momento, no nos cerramos a ofrecer otros servicios creativos en un futuro. Elegimos esta propuesta porque era un proyecto a largo plazo que no se quedaba en un Trabajo de Fin de Grado.

El objetivo es tener una identidad propia como diseñadoras, poner en práctica nuestros conocimientos aprendidos durante el grado e ir formándonos y ganando experiencia. Con Xé estudio queremos dar visibilidad a pequeñas empresas y dejar nuestro trabajo a la vista de todos. Siendo un estudio que busca innovar y estar al tanto de todas las tendencias.

4. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Después de investigar todas las tendencias y nutrirme de los referentes. Empiezo a hacer bocetos. Saco una lluvia de ideas sobre la identidad que quería que tuviera la marca y me focalizo en la Comunidad Valenciana, lugar de donde somos y que queríamos llevar en nuestra personalidad de la marca. Al final no hay nada más valenciano que la muletilla “Xé”, por lo que se utilizó para darle nombre a la identidad corporativa.

El segundo paso era la creación del logotipo por lo que después de muchos bocetos (fig.6.). Se empieza a hacer pruebas tanto con la elección de tipografías para el “Xé” como para la palabra “estudio” que iba a acompañar al logotipo principal. Después de muchas pruebas, se llega al resultado deseado cogiendo la “X” y la “é” por separado. Se gira la “é” y se une a la “X”, dando lugar así una composición creativa, innovadora y única. El “Xé” viene acompañado con la palabra “estudio” que está separada (es-tu-dio) y colocadas una debajo de la otra y con una pequeña modificación en la “e” de “estudio” que está girada como la “é” distintiva de “Xé”.

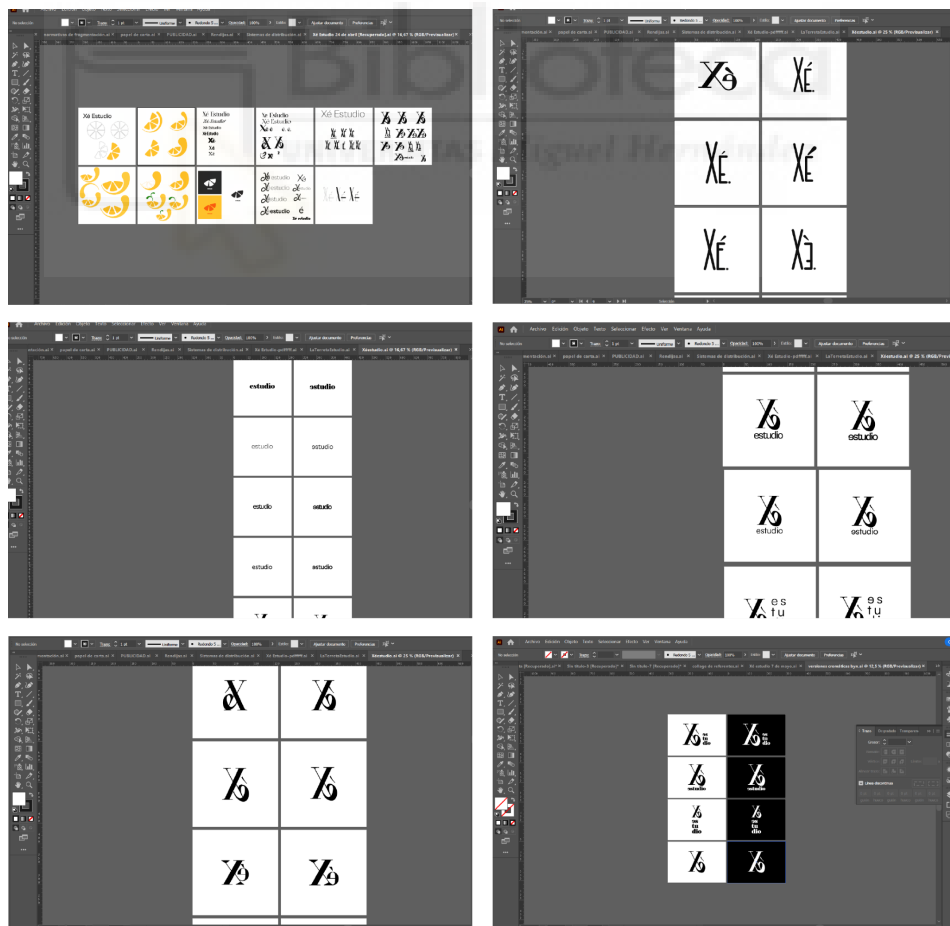


Fig.6. Captura de pantalla, Bocetos (2024).
Imagen digital [Consulta 30/05/24].

El siguiente paso es la elección de colores. Se optó como primera idea la elección de los colores referenciales a la bandera de la Comunidad Valenciana (fig.7.), pero se descartó. Se hicieron diversas pruebas de combinaciones cromáticas (fig.8.) y se llegó a la elección de un morado, un rosa vibrante y un morado pastel, junto con un blanco roto (fig.9) dando lugar a una armonía visual.

El color corporativo principal, el morado, aporta creatividad, sofisticación, calma, imaginación, sabiduría, que junto con el segundo color corporativo, el rosa, dota una atmósfera de frescura, novedad y delicadeza a la marca.

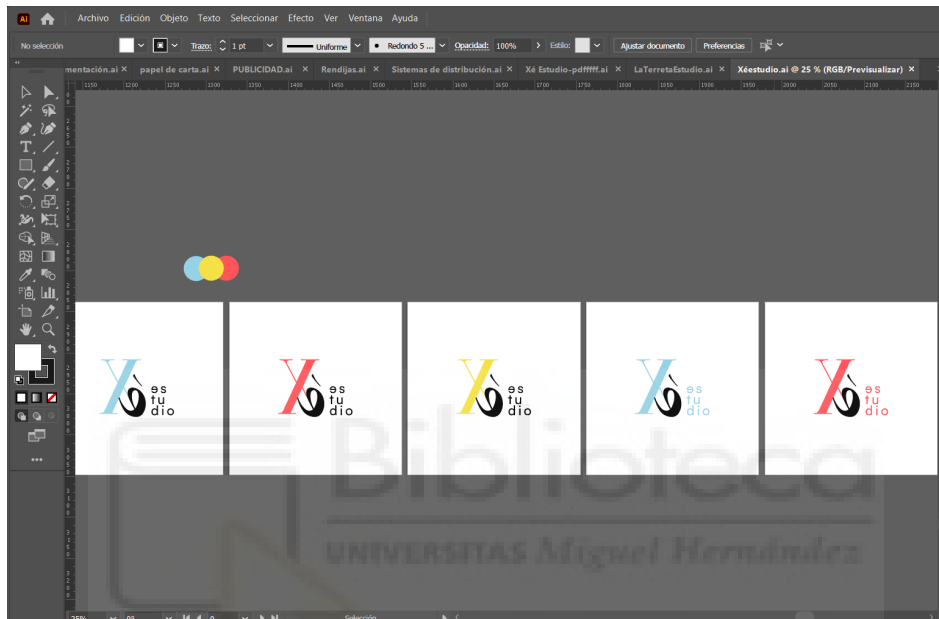


Fig.7. Captura de pantalla, *Pruebas de color CV* (2024).
Imagen digital [Consulta 30/05/24].



Fig.8. Captura de pantalla, *Pruebas de colores* (2024).
Imagen digital [Consulta 30/05/24].



Fig.9. Araceli Zárte Adsuar, *Manual de Identidad Corporativa* (2024), Trabajo de fin de grado [Consulta 30/05/24].



Elephant, Montserrat y Questrial son las tipografías corporativas que conforman la identidad de *Xé estudio* (fig.10.). Elephant es la tipografía seleccionada para la palabra estudio. Montserrat es la tipografía que lleva el MIC. Y por último, Questrial es la tipografía presente en todo el sitio web, trabajo que ha realizado la estudiante Paula Ibáñez Prats.



Fig.10. Araceli Zárte Adsuar, *Manual de Identidad Corporativa* (2024), Trabajo de fin de grado [Consulta 30/05/24].

Una vez ya la marca contiene el logotipo, las tipografías y los colores corporativos. Se lleva a cabo la creación del MIC. Como herramienta que explica las pautas para un uso correcto de la identidad corporativa de *Xé estudio*. Así como el uso correcto de adaptaciones físicas, impresas y digitales. (fig.11.)

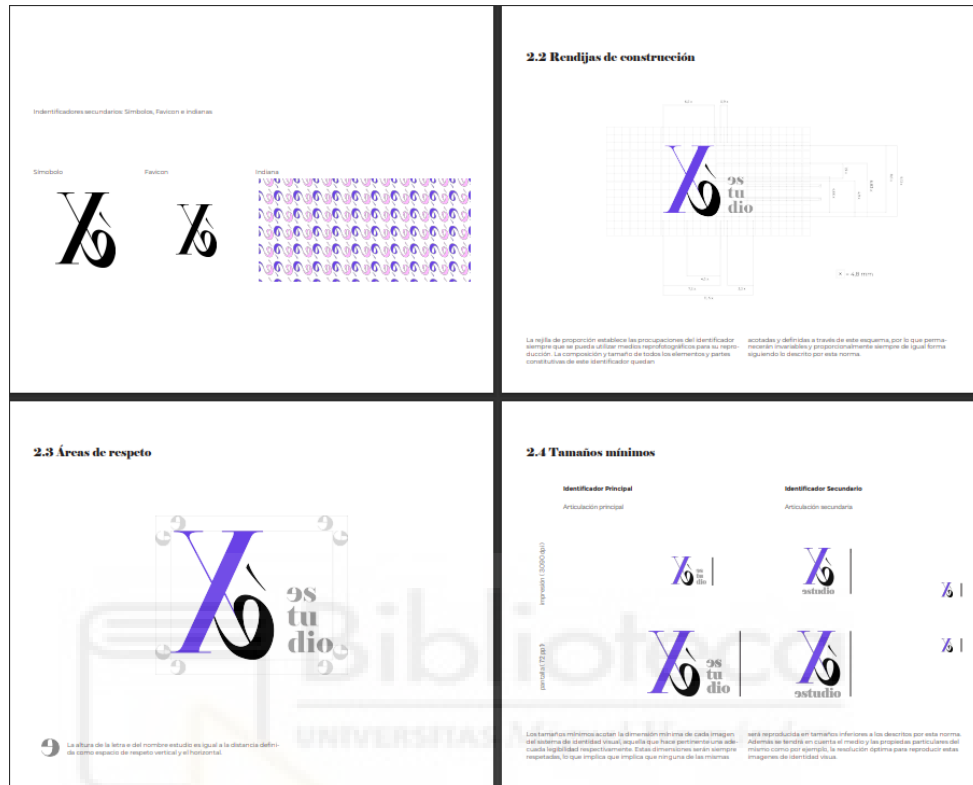


Fig.10. Araceli Zárate Adsuar, *Manual de Identidad Corporativa* (2024), Trabajo de fin de grado [Consulta 30/05/24].

También se ha creado un sitio web realizado por la estudiante Paula Ibáñez Prats.

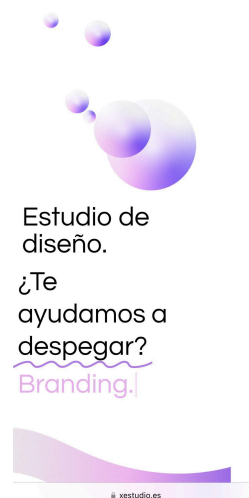


Fig.11. Paula Ibáñez Prats, *Xestudio.es* (2024), Trabajo de fin de grado. Disponible en <https://www.xestudio.es/> [Consulta 31/05/24].

5. RESULTADOS

Para finalizar, el resultado es la creación del Manual de Identidad Corporativa de *Xé estudio*. Una empresa creativa enfocada en el diseño gráfico. Ofrece servicios como son Branding y diseño web. Por lo que a mi parte respecta, el MIC es una herramienta que deja constancia de todos los elementos que reúne la personalidad e identidad de la marca. Sirviendo como guía definitiva para el uso correcto del logotipo y aplicaciones tanto físicas como digitales.

Xé estudio cuenta con sitio web donde se recogen los trabajos realizados tanto por la estudiante Paula Ibañez Prats como por Araceli Zárate Adsuar, sirviendo como portafolio y canal de contacto para el cliente que desea contratar nuestros servicios de diseño. El sitio web es la segunda parte de este Trabajo de Fin de Grado que se ha llevado a cabo de la mano de Paula Ibañez Prats.

Para concluir, con el MIC y *Xestudio.es* se presenta *Xé estudio*, nueva empresa de diseño creativo.



6. BIBLIOGRAFÍA

Referencias tomadas de internet (fuentes electrónicas):

Vasava (2023), "Flax + Kale Typography". [en línea], URL: <https://www.vasava.es/portfolio/flaxkale-typography>, [última consulta 1/06/24].

Jaén. J (2022), "Vanity Fair". [en línea], URL:<https://javierjaen.com/20-2-2022-Vanity-fair-The-year-we-decided-to-take-care-of-our-heads> , [última consulta 1/06/24].

Jaén. J (2023), "El último sueño. Pedro Almodóvar". [en línea], URL: <https://javierjaen.com/El-ultimo-sueno-Pedro-Almodovar> ,[última consulta 1/06/24].

Glaser. M (1977), "I Love NY". [en línea], URL: <https://miltonglaser.com/> , [última consulta 1/06/24].

Ibañez. P (2024), "Xestudio.es". Trabajo de Fin Grado. URL: <https://www.xestudio.es/> [última consulta 1/06/24]

Manuales, diccionarios:

Cifuentes. R (2023), "Programación de la identidad visual corporativa", [última consulta 28/05/24]

Zárate. A (2023), "MIC Activa Excursiones"[última consulta 25/05/24]