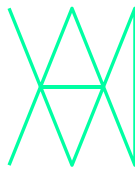




VIAJE A LO
INESPERADO

CICLO DE CINE
2018



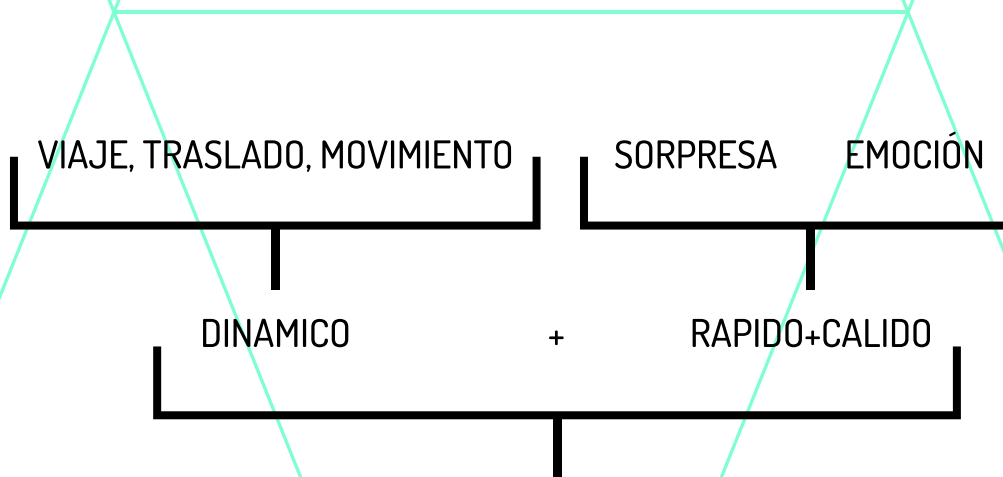
PROPUESTA DE IDENTIDAD.

“VIAJE A LO INESPERADO”.

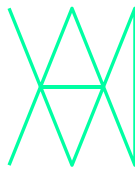
IDENTIDAD E IDEA:

“Mostrar, escenas donde desde una situación ordinaria/cotidiana/normal nos trasladamos a un lugar fantástico por un segundo, para regresar a la realidad y mostrar el cambio de emoción”.

EL NOMBRE: el desglose.



* Un logo no duro, que sea dinamico, pensado para animaciones rapidas, pregnante y que pueda funcionar sobre imagenes de fondo en movimiento.



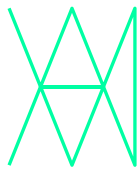
LAS JERARQUÍAS, si la idea es mostrar cómo nos trasladamos hacia una fantasía o otra realidad, el movimiento, pero “inesperado”, la prioridad tiene que estar ahí.

EN BASE AL DESGLOSE, propongo una paleta de color fría, blanco y turquesa, donde se pueda hacer referencia a el lienzo, (* Un espacio para mostrar el dinamismo), y el turquesa saturado, que va a funcionar como contraste del cálido, ya que este se va a mostrar a través de las imagenes/acciones.

2.VIAJE

3.A LO

1. INESPERADO



BOCETOS Y PROGRESO.

Busqueda tipografica y jerarquias.

viaje a lo inesperado  *viaje a lo inesperado*

VIAJE
a lo inesperado

viaje
A LO INESPERADO

viaje
A LO INESPERADO

VIAJE A LO
INESPERADO

FESTIVAL DE CINE
2018

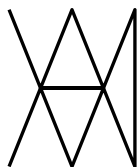
VIAJE A LO
INESPERADO

FESTIVAL DE CINE
2018

Isologo, a partir de "V A I".

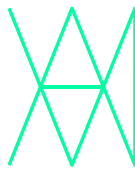


Iso-Logotipo final:



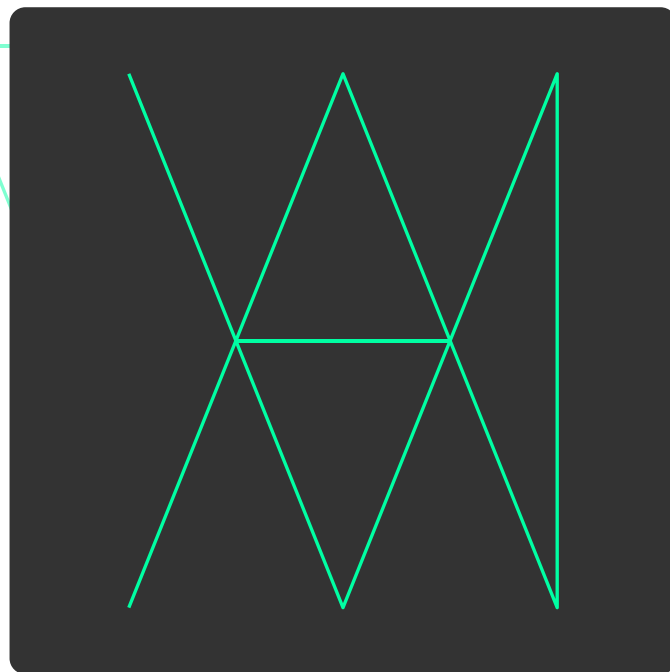
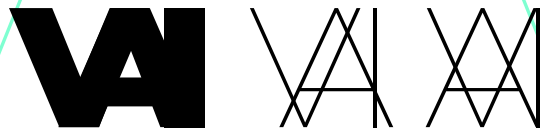
VIAJE A LO
INESPERADO

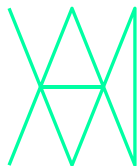
FESTIVAL DE CINE
2018



EL ISO-LOGO.

Un conjunto de letras que extraemos del nombre para formar una forma abstracta que se puede acercar a lo que es una forma minimalista de representar una “cámara” en vista cenital o lateral.





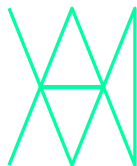
EN USO.

Una referencia de uso, la marca aplicada.



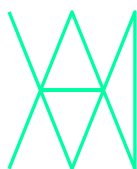
VIAJE A LO
INESPERADO

CICLO DE CINE
2018



LA MARCA.

Presentación final.



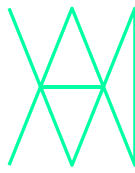
VIAJE A LO
INESPERADO

CICLO DE CINE
2018



VIAJE A LO
INESPERADO

CICLO DE CINE
2018



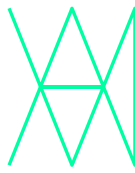
LA HISTORIA, partiendo del punto de que todo esto trata de historias, del cine, se proponen crear distintos cortos de 3~5s para presentar la marca al público.

1.ANIMACIÓN 3D: “LENTE”:

Un lente de cámara sobre una mesa, (*clima: oscuro, interior, un estudio*), la cámara se acerca hacia el lente, en el cual se ve un leve destello en el interior, la cámara gira hacia un plano cenital del lente donde se ve que en una especie de glitch o cambio de luz rápido nos transiciona a un campo, en un plano que nos muestra la mitad inferior pasto y la mitad superior un cielo de estrellas increíble, en el tercio izquierdo horizontal un árbol que se mueve rápidamente a modo de timelapse mientras la noche pasa, empieza a verse como va a amanecer y volvemos de la misma forma al lente, ya apagado, placa del logo. Corte.

2.CORTO: “LLAMADO”:

Chica tirada en la cama, esta aburrida/seria mirando el techo o una ventana, le llega un mensaje y mira la pantalla del celular desde donde transiciona a un flash-forward/sueño donde esta bailando con el novio, (*clima: noche, cálido, feliz, íntimo, exterior/bar*), se están por dar un beso y vuelve a la realidad, ella sonríe y se empieza a levantar rápido, placa del logo. Corte.



PALETA.

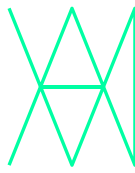
Preferencia en fondos oscuros, para mayor impacto visual.

FONDO CONTRASTE

#333333 - RGB: 51 51 51- CMYK: 69-60-56-66

ACENTO PRINCIPAL

#00FFA3 - RGB: 0 255 163 - CMYK: 61-0-58-0



FAMILIA TIPOGRAFICA.

Usamos solo una familia y en la marca, dos de sus variables.

**MONTSERRAT
BLACK**

JERARQUÍA PRINCIPAL.

MONTSERRAT
LIGHT

JERARQUÍA SECUNDARIA.

MONTSERRAT BLACK.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.

MONTSERRAT LIGHT.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.

VIAJE A LO
INESPERADO
CICLO DE CINE
2018