

ANEXO II

LOOM UP

MANUAL DE COMUNICACIÓN

Clara Quevedo Baca

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Diseño y Tecnologías Creativas
Curso 2022-2023



LoomUp[®] Creatives

Manual de comunicación
2023

Manual de comunicación

Campaña de lanzamiento	03	Cartelería fotográfica	12	Cartelería de evento	20	Ilustración textil	30
Identidad verbal	04	Retícula	12	Cartelería	21	Sistema de ilustración	31
Cartelería	05	Cromatismo	13	Retícula	21	Construcción	32
Cartelería de identidad verbal	06	Construcción	13	Título	22	Uso incorrecto	33
Retícula	06	Simulación	14	Tipografía	23	Simulación	34
Tipografía	06	Cartelería de colección	16	Cromatismo	24	Web	35
Cromatismo	07	Retícula	16	Recursos gráficos	25	Tipografía	36
Sistema de ilustración	08	Tipografía	16	Resultado final	25	Cromatismo	37
Construcción	09	Cromatismo	17	Cartelería incluyente	26	Elementos	38
Uso incorrecto	10	Recursos gráficos	18	Simulaciones	27	Retícula	39
Resultado final	11	Simulación	19			Inicio	40

Manual de comunicación

Página de inspiración	41	Stories - De colección	52
Página de customización	42	Stories - De evento	54
		Stories - Animadas	56
Redes Sociales	43	Packaging	58
Feed	44	Troquel	59
Perfil	45	Construcción	60
Posts - Campaña	46	Papel	61
Posts - Evento	47	Ilustraciones	62
Posts - Colección	48		
Posts - Carrousel	49		
Stories - Thoughts	50		

01.

Campaña de lanzamiento

Identidad verbal

Para la campaña de lanzamiento, así como en las demás aplicaciones, la marca cuenta con una serie de *slogans* con el fin de potenciar sus valores y hacer que el público conecte de una manera más eficaz.

Se transmitirá la idea de creatividad y dinamismo, el compromiso con la evolución y la adaptación continua de las prendas mediante el uso de un lenguaje cercano, hablándole directamente al consumidor. Reflejando a su vez la filosofía de la marca y su enfoque innovador.

More than a garment, more than a brand.

We believe in a closet that evolves with you.

We add value to the clothes that we own, versioning them with different collections and customization. The result: an unique garment that has it's own identity.

We are a swirling creative brand, in constant change tailored to you.

Cartelería

En las siguientes páginas se encuentran las distintas plantillas de aplicación que se utilizarán en los carteles de la campaña de lanzamiento.

Prestaremos especial atención a la adaptación de la tipografía, el uso de la paleta corporativa y demás sistemas gráficos para crear una comunicación eficaz y atractiva.

Loom Up tiene 3 tipos de carteles en su campaña de lanzamiento:

- 1. Cartelería de identidad verbal.
- 2. Cartelería fotográfica.
- 3. Cartelería de colección.

1



2



3



Cartelería de identidad verbal

En ella se muestra la identidad verbal de la marca, apelando de forma directa al público. Destaca la tipografía por encima de la ilustración y el color.

Retícula

La identidad verbal en la campaña de lanzamiento de *Loom Up* debería estar aplicada respetando la retícula mostrada en el ejemplo.

1.1. Los mensajes extensos se colocarán centrados a la izquierda, dejando el mensaje final más grande que el inicio.

1.2. Los mensajes cortos, irán alineados en el centro, dejando espacio arriba para su correspondiente ilustración.

Tipografía

La tipografía y las normas de uso de esta se encuentran en el Manual de marca de Alba Martínez. Los detalles en cuanto a la cartelería son los siguientes:

1.1 Se utilizarán para textos largos la mezcla de la *Acid Grotesk* con la *Times Now*. Esta última se variará a su vez con tipo en itálica y manuscrita.

1.2 En textos cortos y centrados se utilizará *Acid Grotesk* junto con algunas letras manuscritas.

1.1



1.2



Cromatismo

En cuanto a los colores utilizados en la cartelería de la identidad verbal, se utiliza la paleta corporativa de la marca.

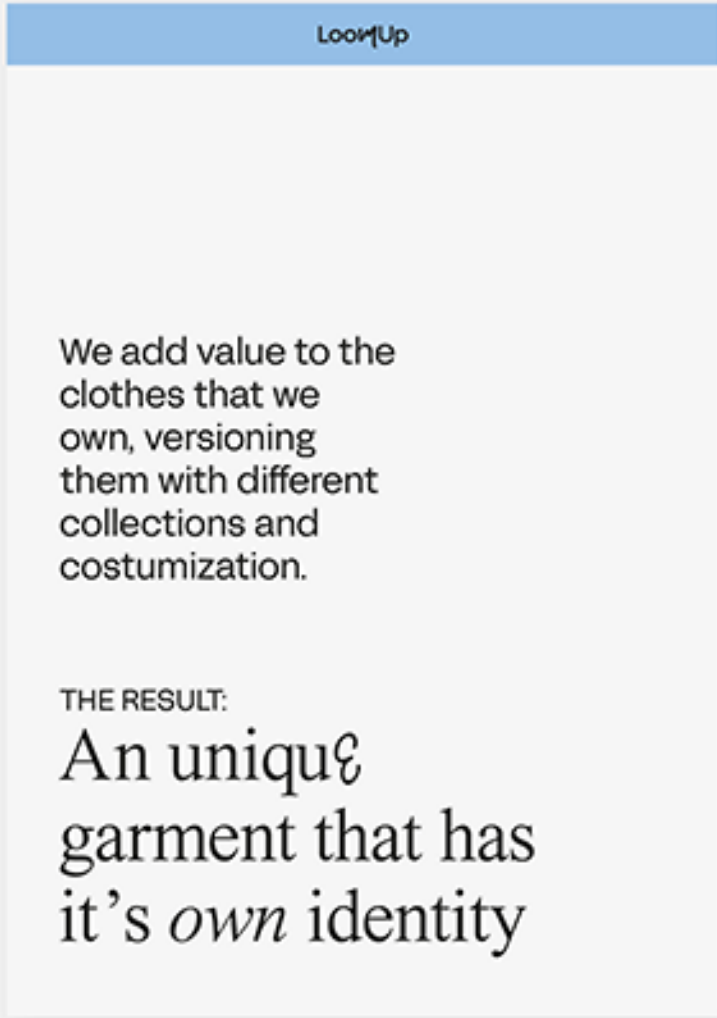
Dado que esta es nuestra primera campaña, es crucial que en el primer acercamiento al público utilicemos la mayoría de los elementos distintivos de nuestra marca. De esta manera, a medida que pasa el tiempo, estos recursos se internalizarán y nuestros clientes se familiarizarán con ellos de manera natural y duradera.

El color utilizado en el texto siempre será el negro (#161615). Excepto en el caso 1.3, el cual el color del texto será del blanco corporativo (#f6f6f6).

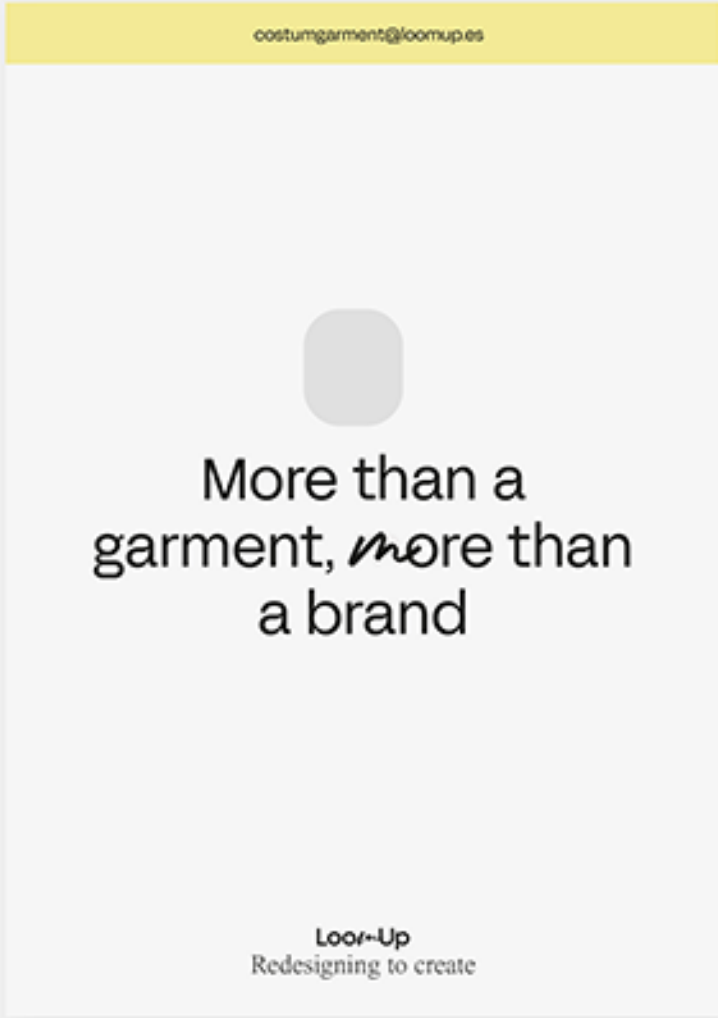
Los colores de las bandas superiores siempre serán el azul (#9cbde3) o el amarillo (#faf29d). Si el color del fondo es negro, las bandas horizontales desaparecen.

x En ningún caso se pondrá el fondo de algún color, únicamente se utilizarán el blanco o el negro.

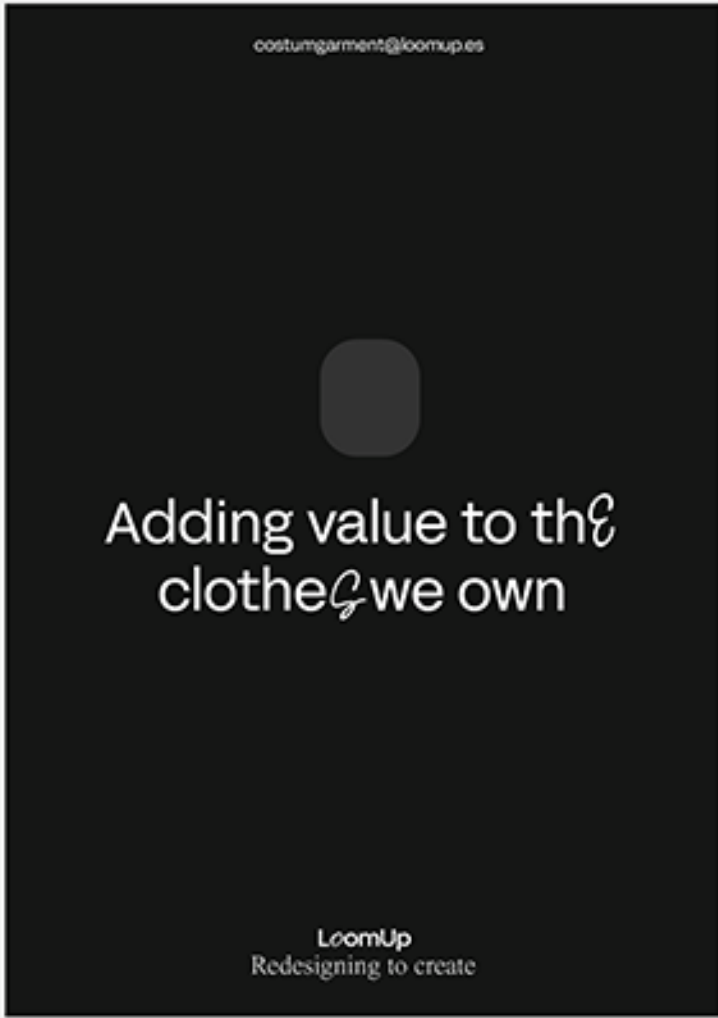
1.1



1.2



1.3



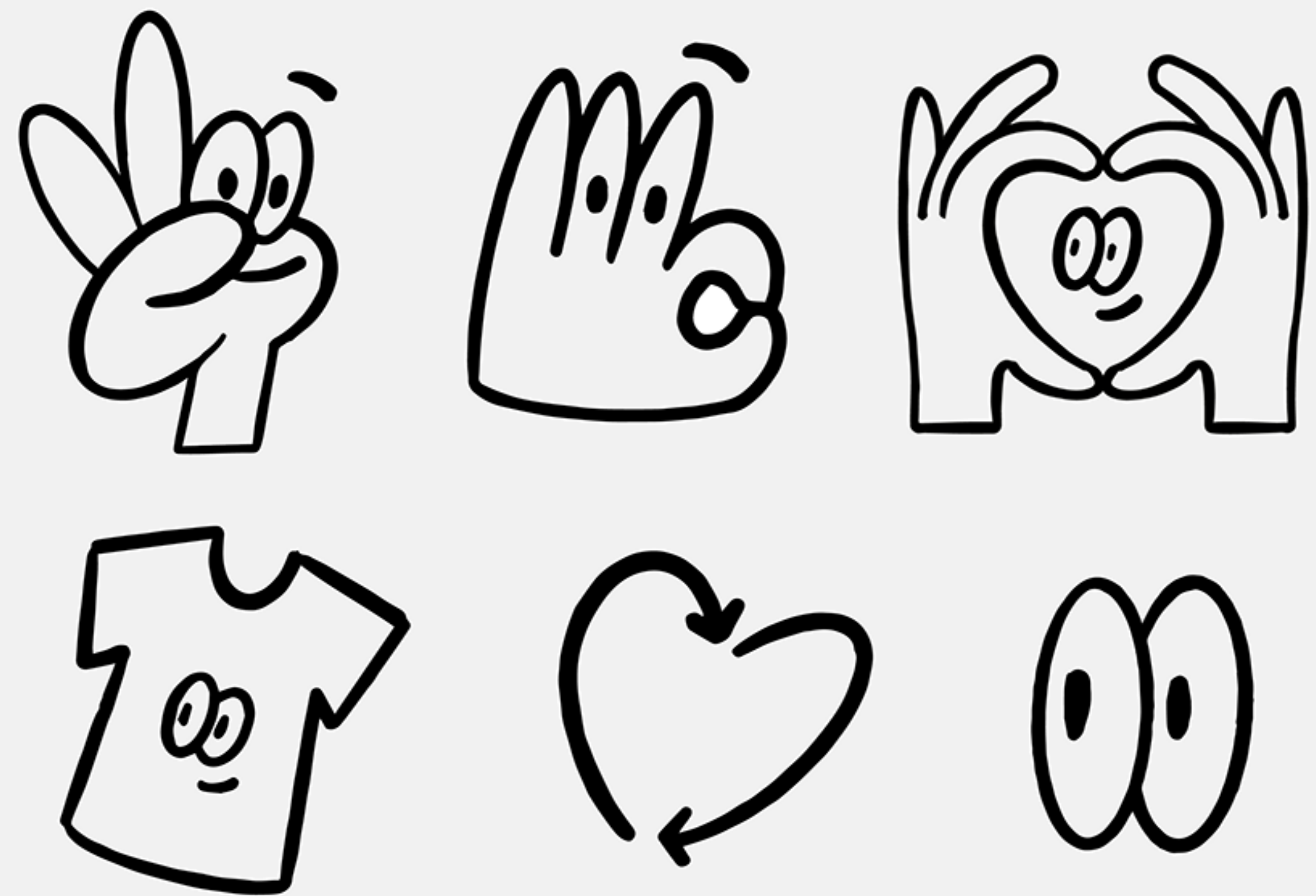
Sistema de ilustración

Realizamos una variedad de ilustraciones amables y divertidas. Aunque sean distintas entre sí, todas ellas transmiten un sentimiento cercano y simpático en común.

El estilo de ilustración se caracteriza por formas redondeadas y amigables, con trazos que evitan la perfección y la pulcritud intencionalmente. A pesar de ello, todas las figuras logran encontrar un equilibrio armonioso. Esta actitud evoca una sensación de espontaneidad, audacia y creatividad, apelando al arquetipo del creador.

La mayoría de las ilustraciones resultan ser manos, personificadas con ojos. Acercándose a esa parte más humana y participativa que tiene *Loom Up*, ya que sin las personas y su colaboración, la marca no podría funcionar.

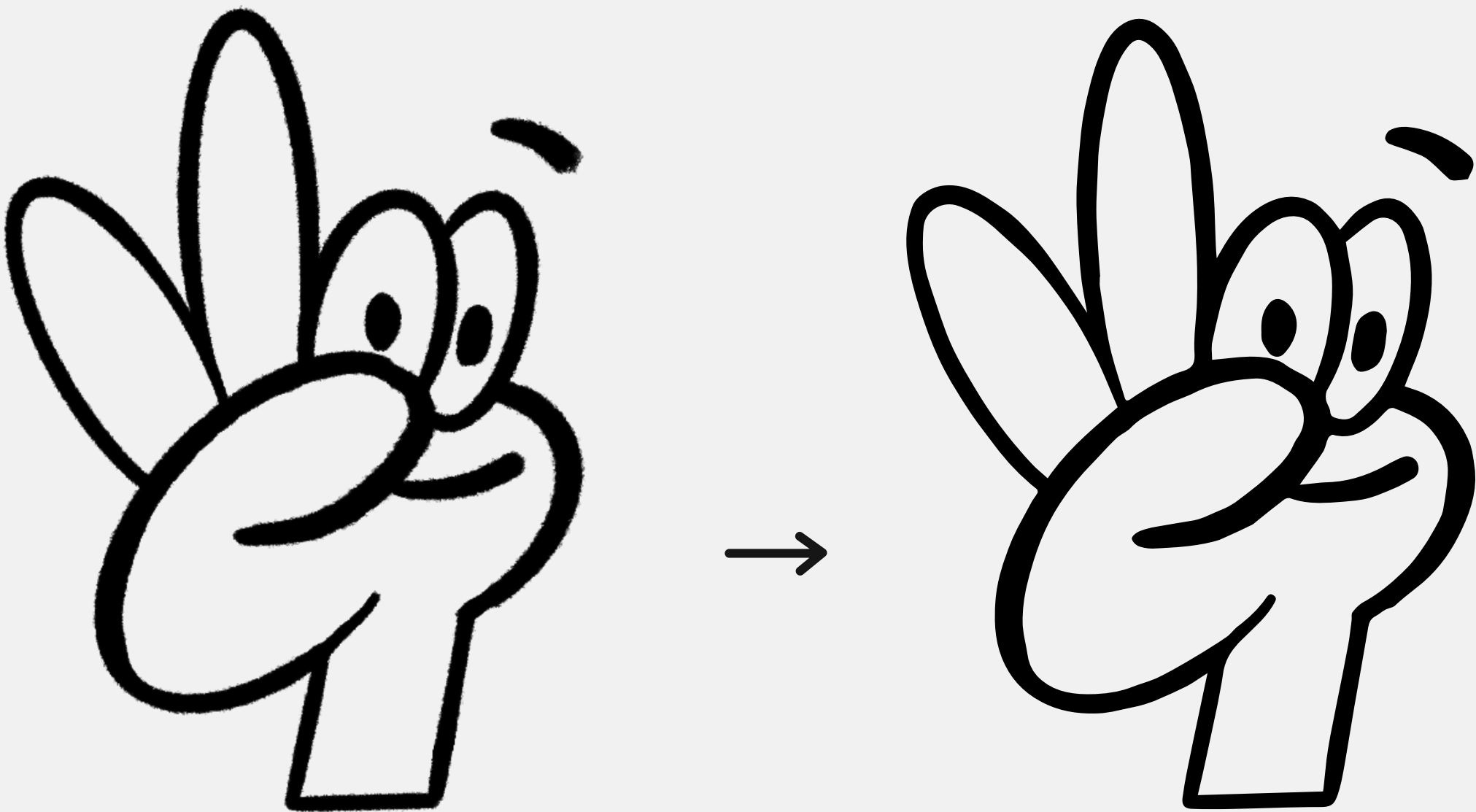
Estas ilustraciones se aplican también a otras aplicaciones tales como pegatinas o *packaging*.



Construcción

A la hora de realizar el dibujo se utilizará el pincel Rotulador de Procreate. Este pincel nos permitirá realizar trazos irregulares más fácilmente.

El segundo paso será vectorizarlo, ya que nos dará un resultado final mucho más acabado y limpio. Además, nos permitirá cambiarle el color.



Uso incorrecto

En ningún caso se utilizarán colores para rellenar las ilustraciones, ni se aplicarán colores distintos al negro o blanco en los bordes.



Resultado final



Cartelería fotográfica

En ella se muestran exclusivamente dos elementos: la fotografía y el símbolo. Se utiliza de manera complementaria con los carteles de identidad verbal o por separado, dependiendo de las necesidades y circunstancias del entorno.

Retícula

Los elementos deben estar colocados respetando el siguiente ejemplo. Los símbolos se cogerán de las diferentes letras manuscritas del logo principal.

Las fotografías pertenecen a Alba Martínez, (para más información, leer el apartado de fotografía en su manual de marca)

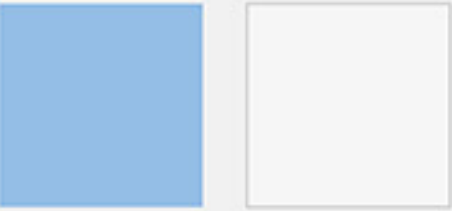


Cromatismo

Se empleará exclusivamente el azul de la paleta identitaria de la marca en la fotografía, la cual será editada con un mapa de degradado azul.

El símbolo siempre se presentará en color blanco, sin ninguna excepción.

A continuación, se muestra el resultado final:



LoomUp

We add value to the clothes that we own, versioning them with different collections and customization.

THE RESULT:

An unique garment that has it's *own* identity



costumgarment@loomup.es



Adding value to the clothes we own

LoomUp
Redesigning to create

Cartelería de colección

En ella se muestra de forma muy visual la colección de la marca, en este caso la colección *Come in closer*.

Retícula

Respetar los mismos márgenes y retículas que los anteriores carteles. Además de mantener la franja horizontal superior. Todos los textos están alineados al centro, exceptuando el *baseline* de la marca, que está alineado a la izquierda.

Tipografía

Se utilizan las tipografías de identidad respetando las normas redactadas en el manual de marca de Alba Martínez.

Se crea cierta jerarquía visual para facilitar su lectura en la cartelería.



Cromatismo

En relación a los colores empleados en la cartelería de la colección, se utiliza la paleta de identidad específica de dicha colección. En este caso, se incorpora el color naranja (#ec6338) y se prescinde del azul corporativo de la marca.

Se mantienen los colores corporativos blanco, negro y amarillo. El blanco y el negro se utilizarán para la tipografía principal del cartel, dependiendo del fondo utilizado. Si el fondo es oscuro, se empleará el color blanco, mientras que si es claro, se utilizará el negro.

Las tipografías secundarias de la banda horizontal y de las pegatinas siempre serán de color negro.



Recursos gráficos

Se utilizarán fotografías propias de la colección, además de las pegatinas corporativas de la marca.



Simulación



Simulación

Como se puede ver, los carteles funcionan tanto juntos como separados.



02.

Cartelería de evento

Cartelería

En las siguientes páginas se encuentran las distintas plantillas de aplicación que se utilizarán en los carteles del evento.

Prestaremos especial atención a la adaptación de la tipografía y las fotografías, para que haya cohesión y unión entre todos los carteles.

Loom Up tiene 3 tipos de carteles para promocionar su evento.

- 1. Cartelería horizontal.
- 2. Banderolas.
- 3. Cartelería incluyente.

Retícula

El título del evento siempre irá arriba a la izquierda. No se podrá modificar su ubicación. Por otro lado, la información adicional (lugar y fecha del evento), se ubicará en la parte baja alineada a la izquierda.

El único ejemplo en el cual aparece centrada la información es en el tercero. Es el que se diferencia más en cuanto a paleta, tipografía, retícula y finalidad, ya que busca ser diferente como se muestra en la simulación.

Por último la composición tiene una estética de bloques, donde la fotografía y el rectángulo de información negro compiten, pero a la vez se equilibran.

1



2



3



Título

Los tres diferentes tipos de cartelería comparten el mismo título, diseñado de la misma forma. No se podrá modificar.

Está creado con la tipografía *Times Now*, la misma de la identidad, creando una jerarquía visual que facilite la lectura en la cartelería.

La actividad principal del evento se resalta mediante el uso de letras mayúsculas y cursivas, con el objetivo de captar la atención del público. Asimismo, se añade la letra "y" escrita a mano, en consonancia con el juego de identidad, y haciendo un guiño a la parte creativa del evento que consiste en dibujar tu propia camiseta.

Siempre se ubicará en la esquina superior izquierda de cualquier cartel y no se permitirá modificar su posición.

El color utilizado será exclusivamente el negro o el blanco corporativo, sin posibilidad de utilizar ningún otro color.

POP UP shop
& customization
studio

Tipografía

Se utilizan las tipografías de la identidad.

TÍTULO

Times Now (-15 tracking)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Manuscrita

CUERPO DE TEXTO +
TEXTO COMPLEMENTARIO

Acid Grotesk

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Cromatismo

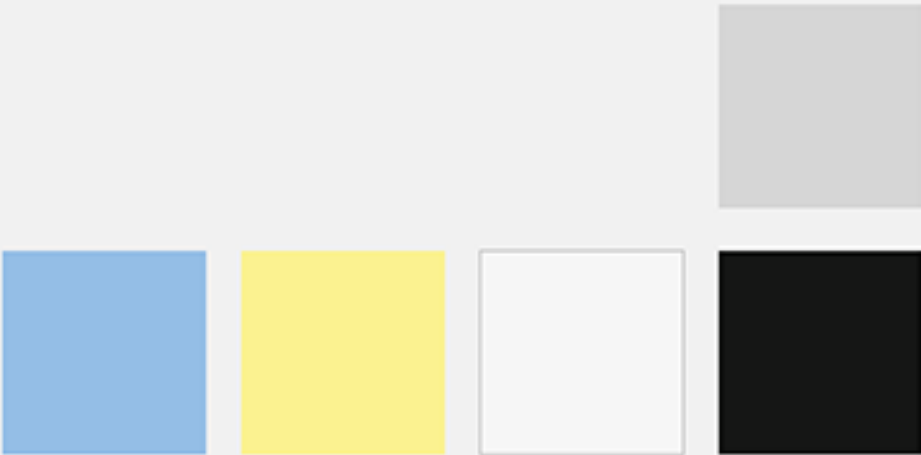
Se continúa con la elección de color utilizada en la identidad de la marca.

El color negro se destaca por encima de cualquier otro, siendo utilizado principalmente para los fondos. Esto se realiza con el propósito de brindar una sensación de elegancia, atemporalidad y misterio en torno al evento.

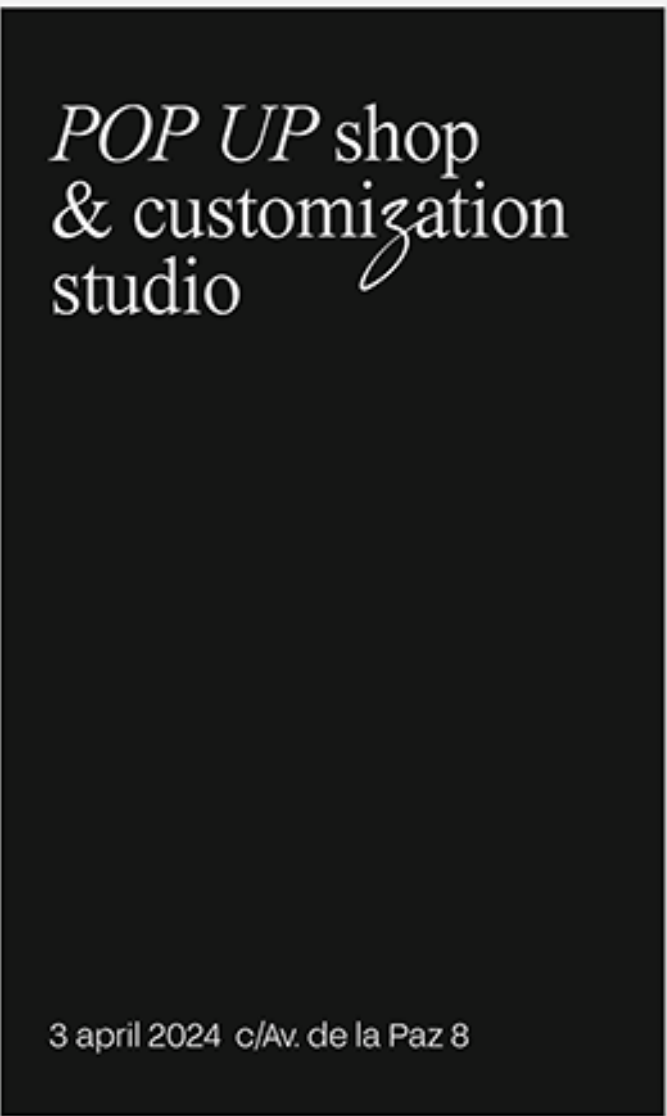
La tipografía siempre será blanco sobre negro o negro sobre beige como en el último ejemplo.

Se añade este último color como función meramente funcional para el elemento de color claro que irá delante.

1



2

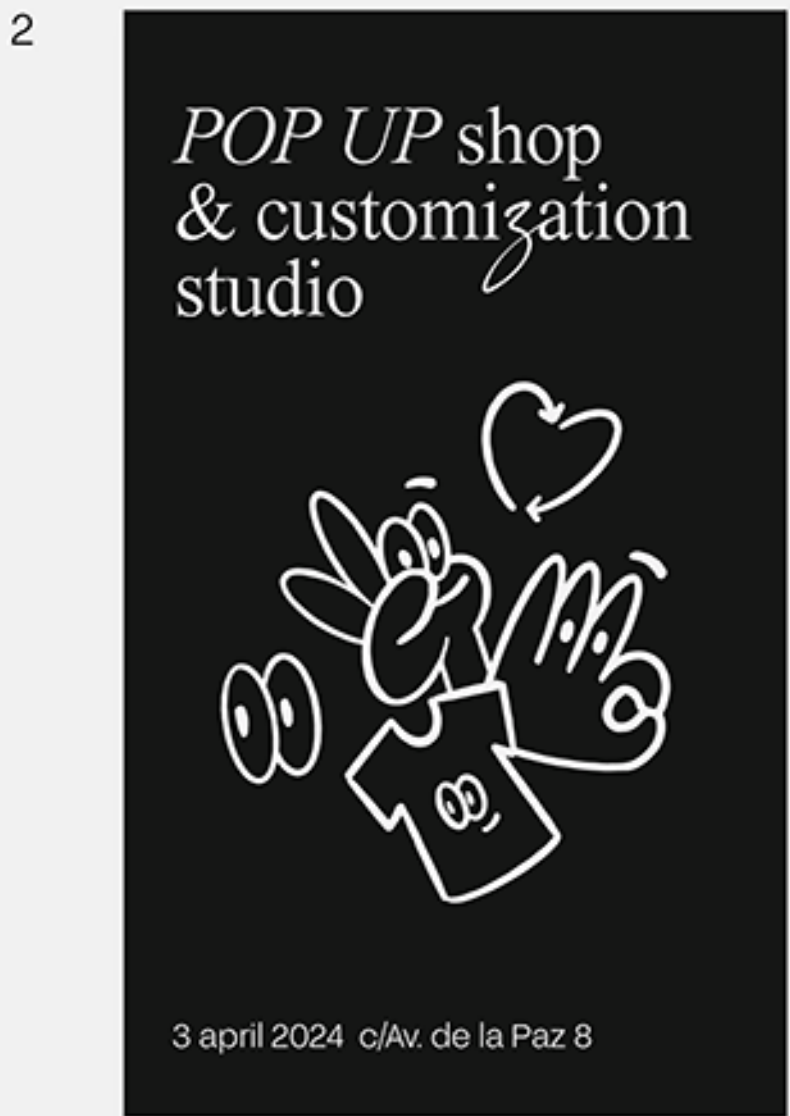


3



Recursos gráficos

Se utilizan los siguientes recursos gráficos: la fotografía, los *stickers* y la ilustración.



Cartelería incluyente

Esta tipología de cartel se titula así ya que sin el público, el diseño no estaría terminado.

Este cartel se colocaría en la calle junto con un rotulador al lado. La gente participaría rellenando con iustraciones o garabatos la camiseta, haciendo referencia a una de las actividades principales que se realizan en el evento.

Por lo tanto, este sería el resultado final:



costumgarment@loomup.es

POP UP shop & customization studio

LoomUp

3 april 2024 / c/Av. de la Paz 8

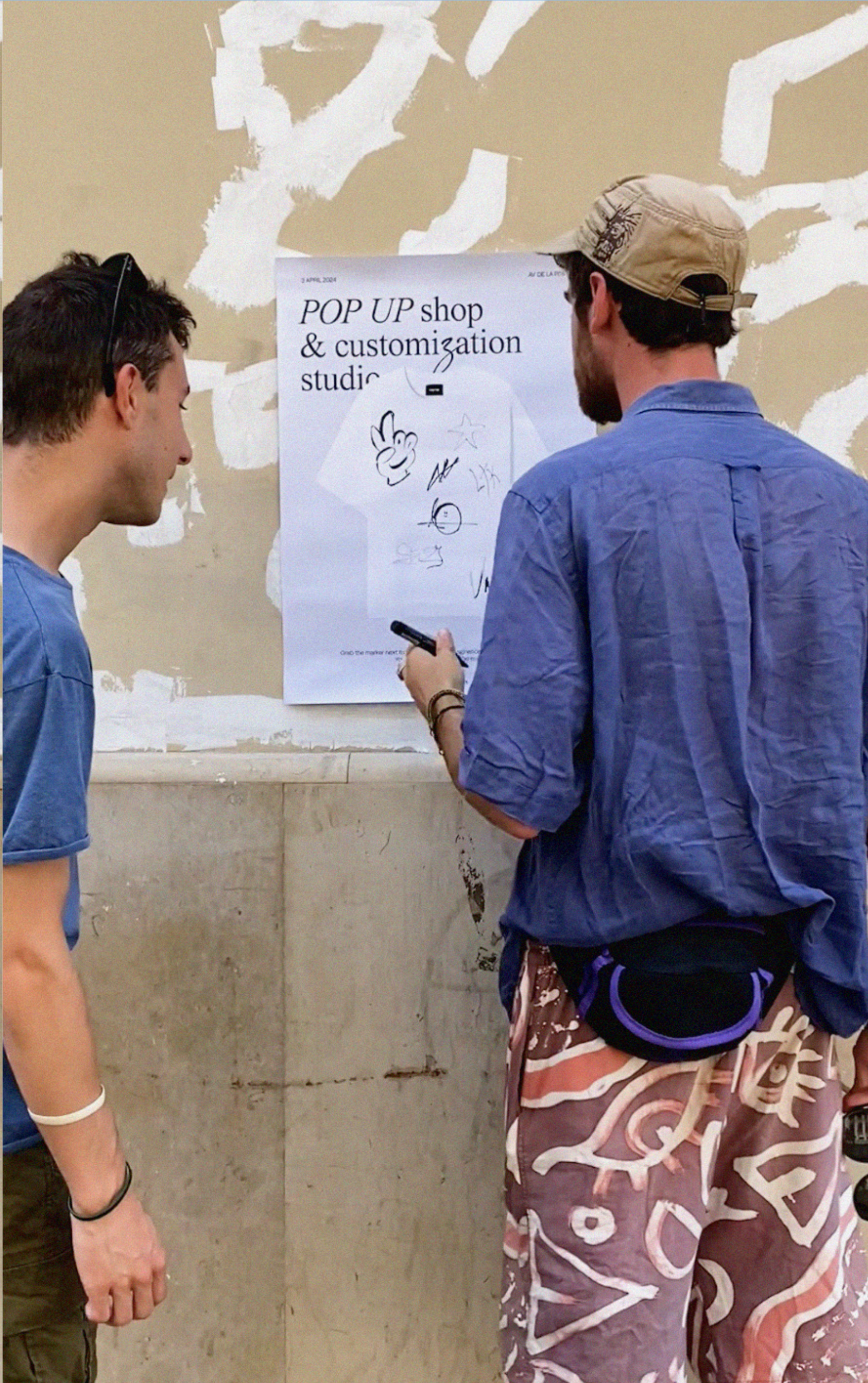
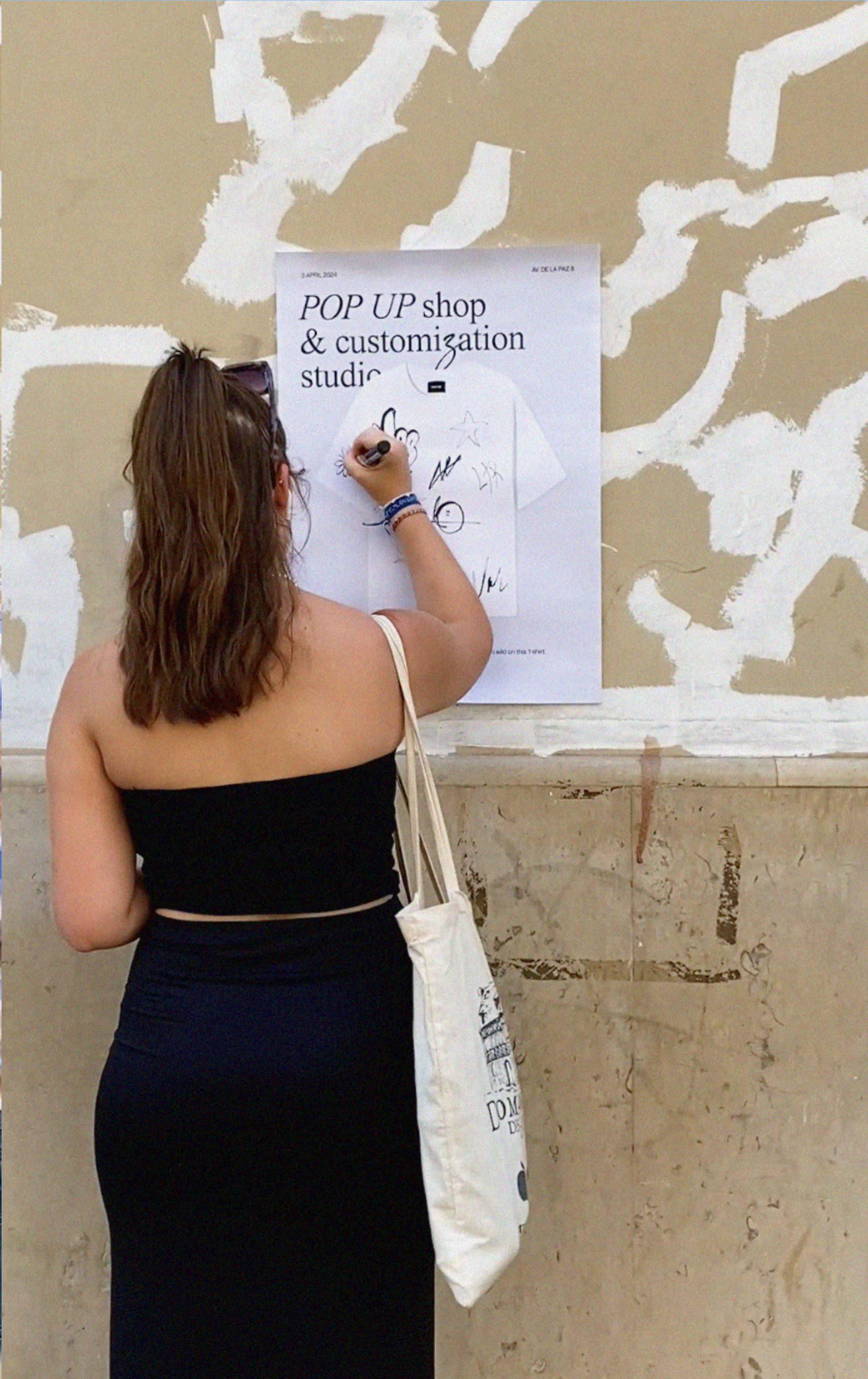


BREAK YOUR HABITS
THE OTHER SIDE
LOOMUP

LOOMUP

Simulación





03.

Ilustración textil

Sistema de ilustración

Se llevan a cabo diferentes ilustraciones para el ámbito textil, todas ellas enfocadas alrededor de la temática de la colección *Come in closer*.

Todas las ilustraciones resaltan un ambiente festivo, divertido y cercano. Cada una de ellas ha sido creada a mano con tinta negra y presenta formas redondas, aportando así un toque festivo y alegre a cualquier prenda o decoración. Cada diseño captura la esencia de la temática elegida y añade encanto artístico a través de la simplicidad de las formas circulares.

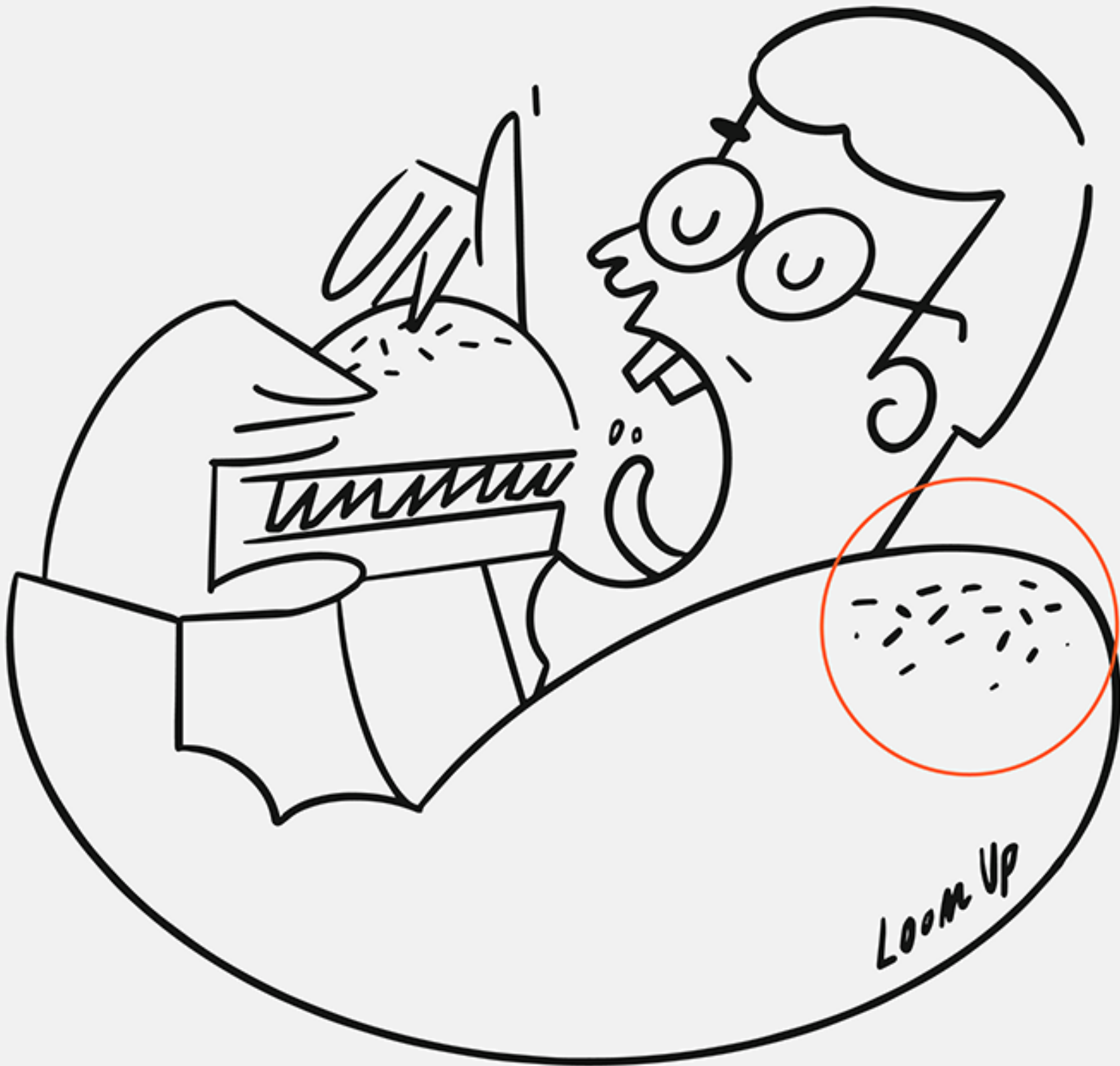
Relata temas los cuales la mayoría del público se puede sentir identificado, como puede ser la comida o pasar un rato divertido con amigos.



Construcción

Siempre se empleará el pincel Rotulador de Procreate para facilitar la modulación de las líneas. Posteriormente, se llevará a cabo la vectorización para obtener un acabado más preciso del dibujo y permitir la posibilidad de cambiar el color de las líneas.

Destaca el trazo aleatorio, con formas sin cerrar, imitando la estética casi de un garabato. Por otro lado, se repetirá el recurso gráfico señalado en el ejemplo para dotar de cohesión las diferentes ilustraciones.



Uso incorrecto

Depende del color que sea el soporte el color de la ilustración será diferente. Prenda clara: color negro o naranja. Prenda oscura: color blanco. Todos estos colores nombrados anteriormente serán pertenecientes de la paleta propia de la colección.





04. Web

Tipografía

Se aumenta el uso de la tipografía *Acid Grotesk* en comparación con las demás, mientras convive con una tipografía manuscrita para brindar un carácter analógico en el entorno digital.

Además, la tipografía *Times Now* aporta un toque delicado y formal al acompañar las imágenes en la sección de inspiración de la página web.

TEXTO PRINCIPAL

Acid Grotesk

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Manuscrita

INSPIRACIÓN

Times Now (-15 tracking)

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Cromatismo

La finalidad de la página web es transmitir una sensación de minimalismo, limpieza y atemporalidad, al mismo tiempo que mantiene una conexión identitaria con la marca. Por esta razón, se opta por utilizar la paleta corporativa, aunque se decide eliminar el color azul en busca de un enfoque más minimalista.

Predomina el blanco y el negro, con algunos detalles en amarillo, que dan ese toque de color y viveza.

En relación a la dirección artística de las imágenes, es fundamental que incorporen el color verde, ya que este color acompaña y forma parte de la paleta cromática de la página web. El color verde, junto con una atmósfera serena, es esencial para transmitir los valores de limpieza y ecología que deseamos comunicar.

#f6f6f6

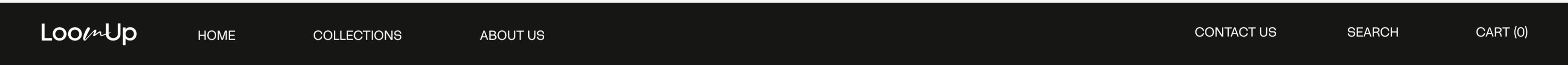
#161615

#faf29d

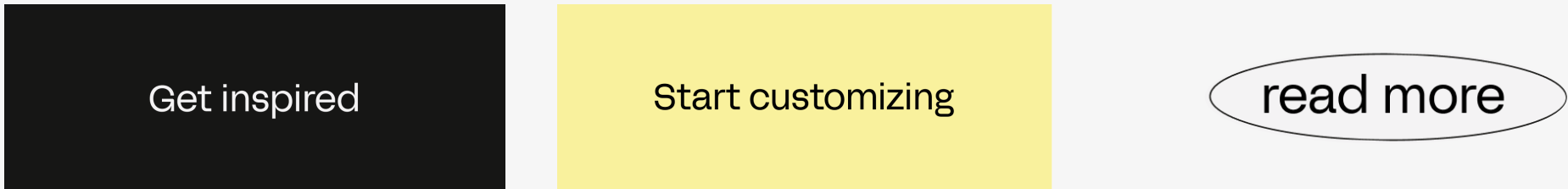


Elementos

Menú fijo en toda la web



Botones

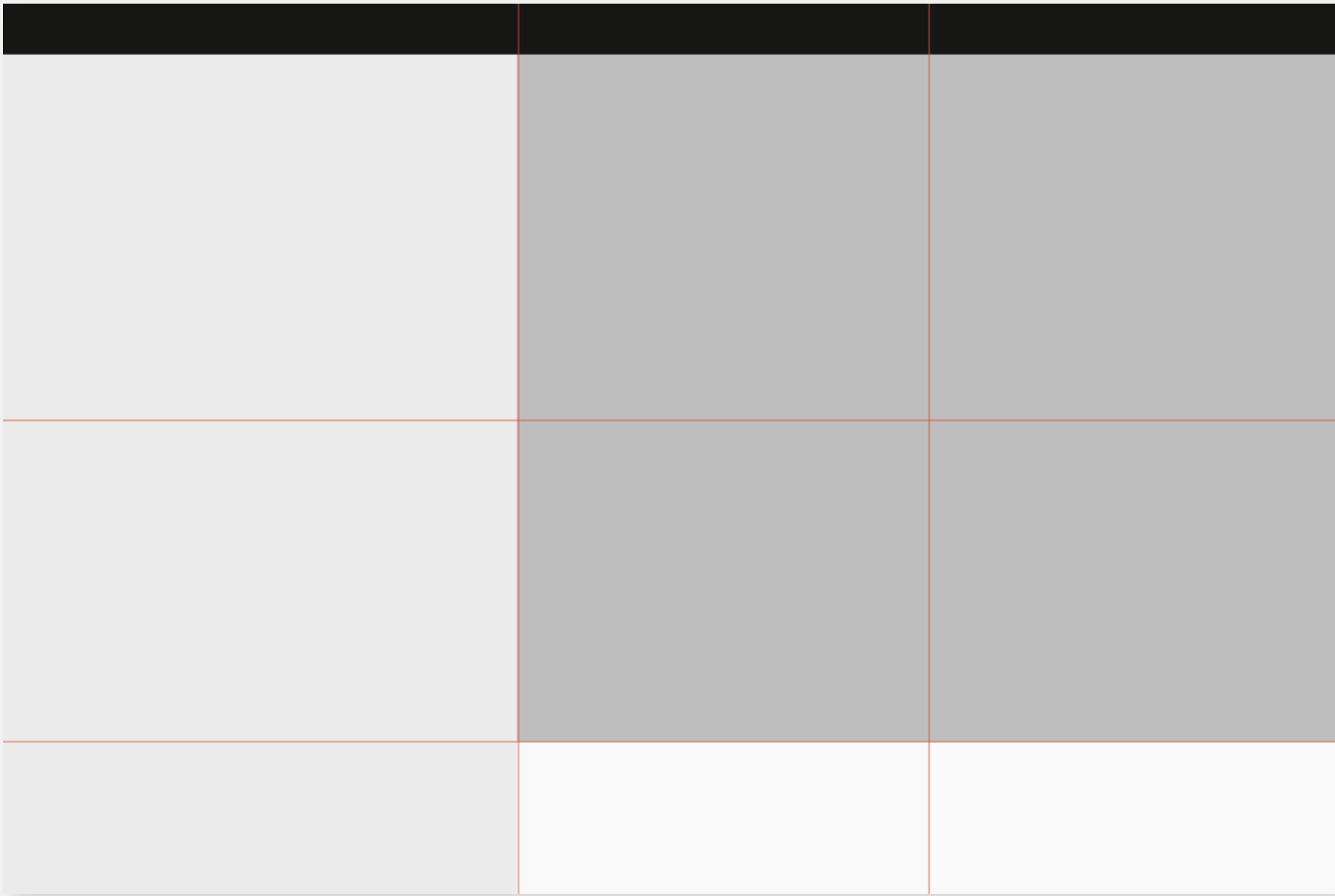


Botón con interacción hover



Retícula

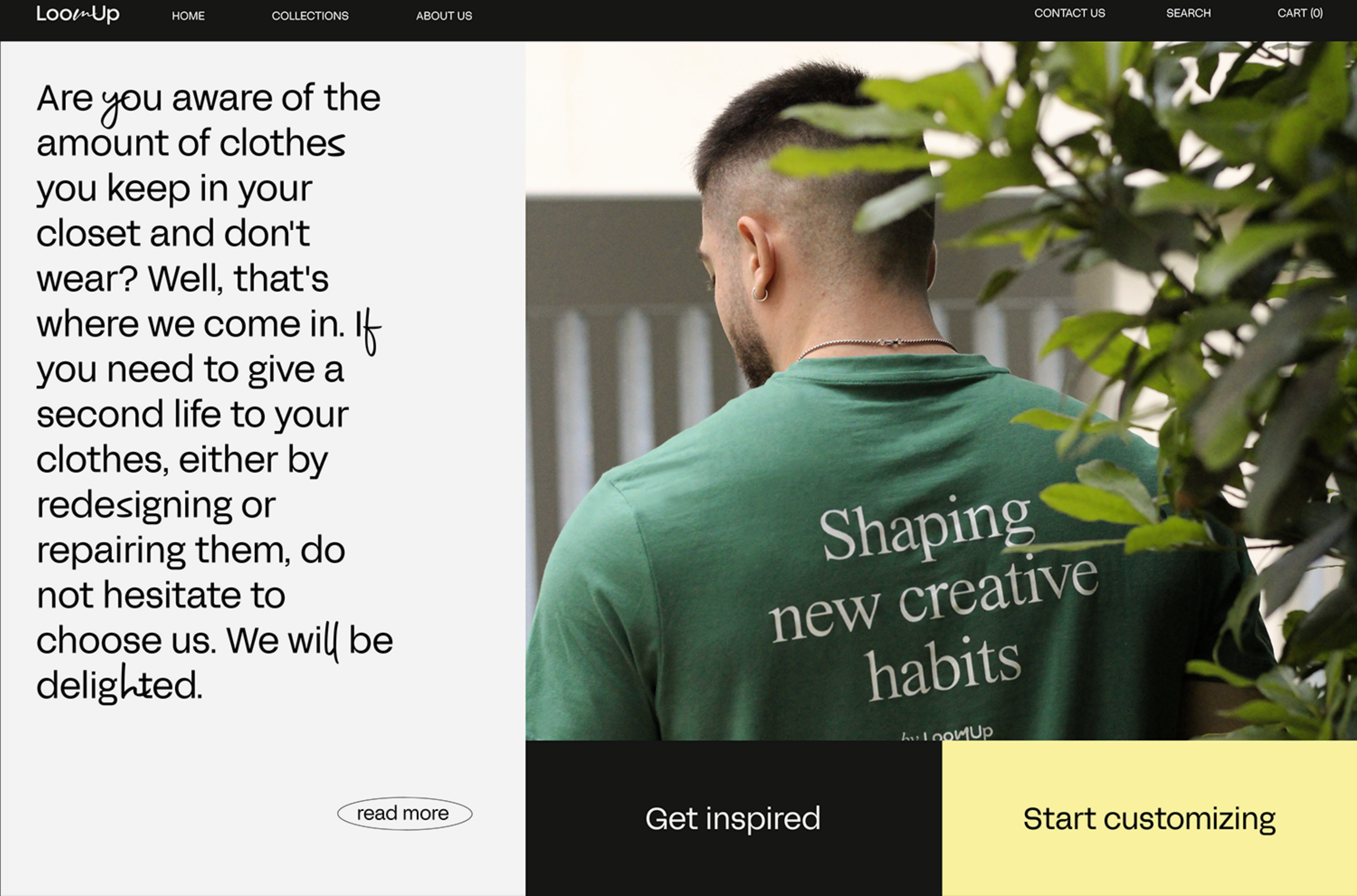
Se lleva a cabo una composición por bloques con tal de distribuir la información e imágenes de forma dinámica y coherente.



Inicio

En esta pantalla, se muestra Loom Up con una breve presentación acerca de la marca. A la derecha, se encuentra una imagen en constante cambio. En la parte inferior derecha, se encuentran dos botones que dirigen hacia dos de las páginas principales de la web.

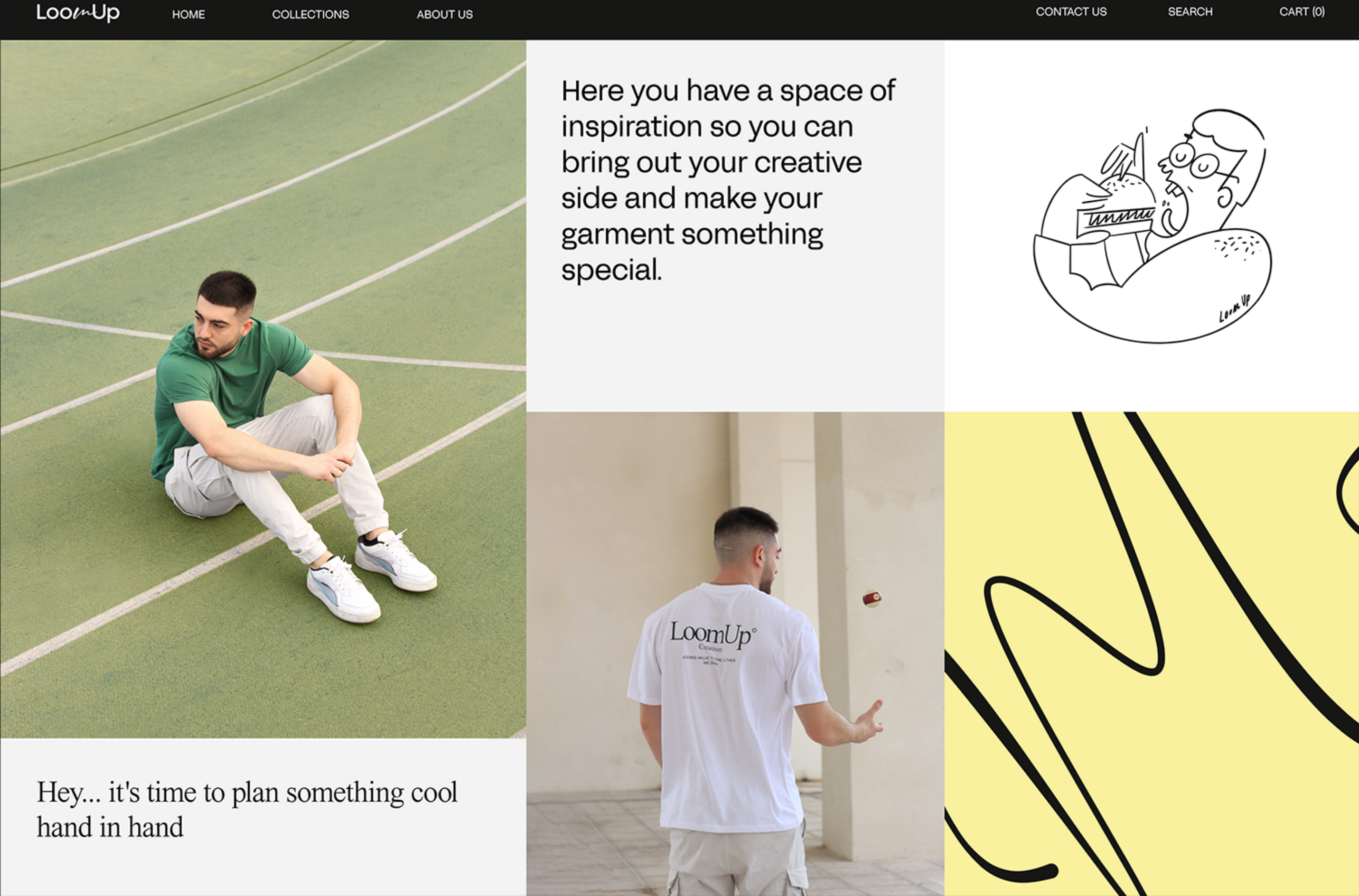
- Elementos:
- Menú fijo
 - Imágen variable
 - Bloque con una breve presentación
 - Tres botones (de izquierda a derecha): botón que te conduce al *About Us*, botón *Get inspired* y botón *Start customizing*



Página de inspiración

En esta pantalla, se presenta un tablero que exhibe diversas fotografías, textos e ilustraciones con el propósito de inspirar al público al momento de elegir el texto o la ilustración para personalizar su prenda.

- Elementos:
- Menú fijo
 - Imágenes variables
 - Bloque de textos variables
 - Ilustraciones variables

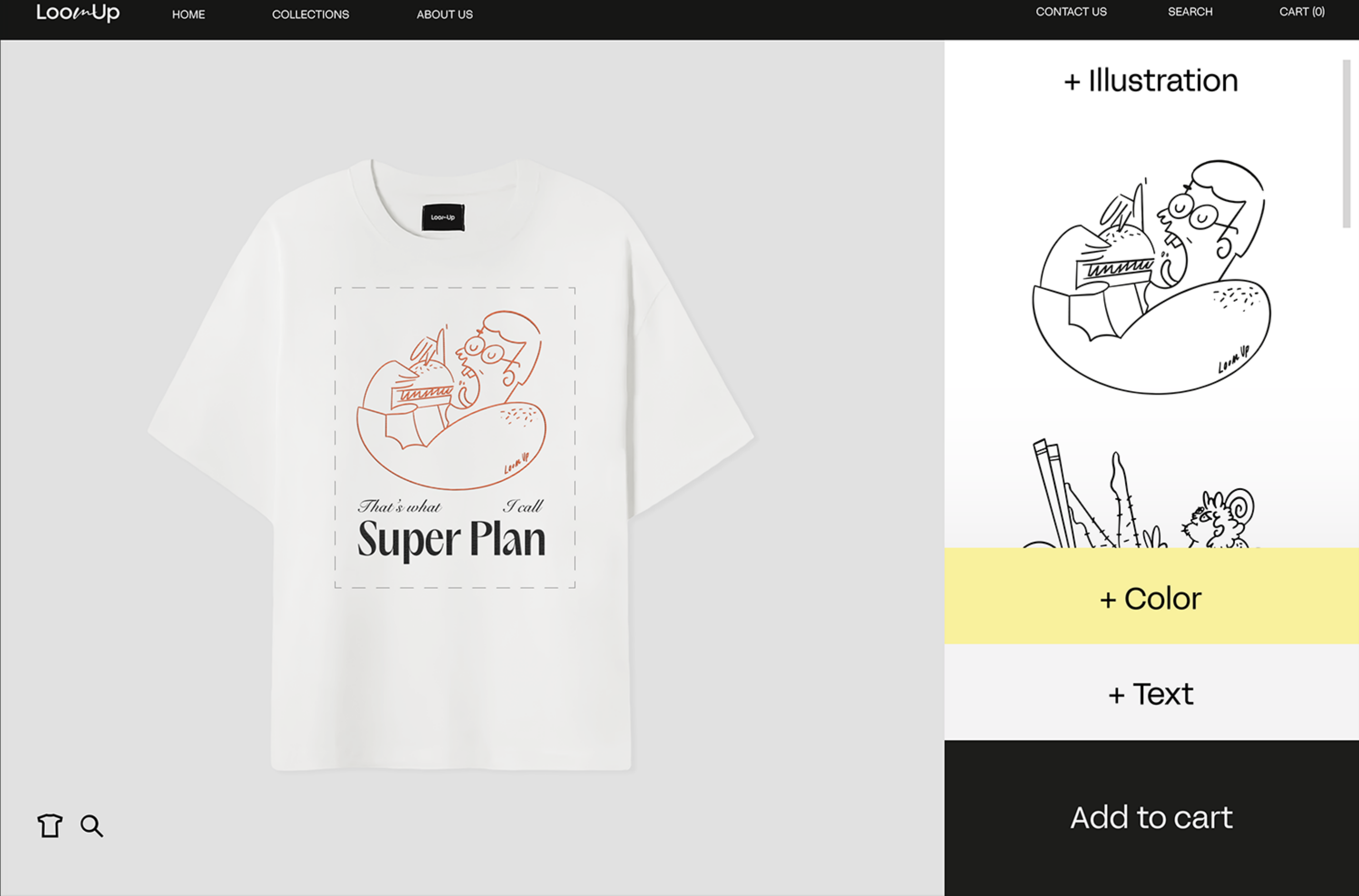


Página de customización

En esta pantalla se customiza la prenda que hayas elegido para darle una segunda vida. Puedes elegir el tipo de vestimenta apretando al botón de abajo a la izquierda en forma de camiseta.

Por otro lado, en el menú de la derecha se elige la ilustración, el texto y el color con el que quieres tu diseño.

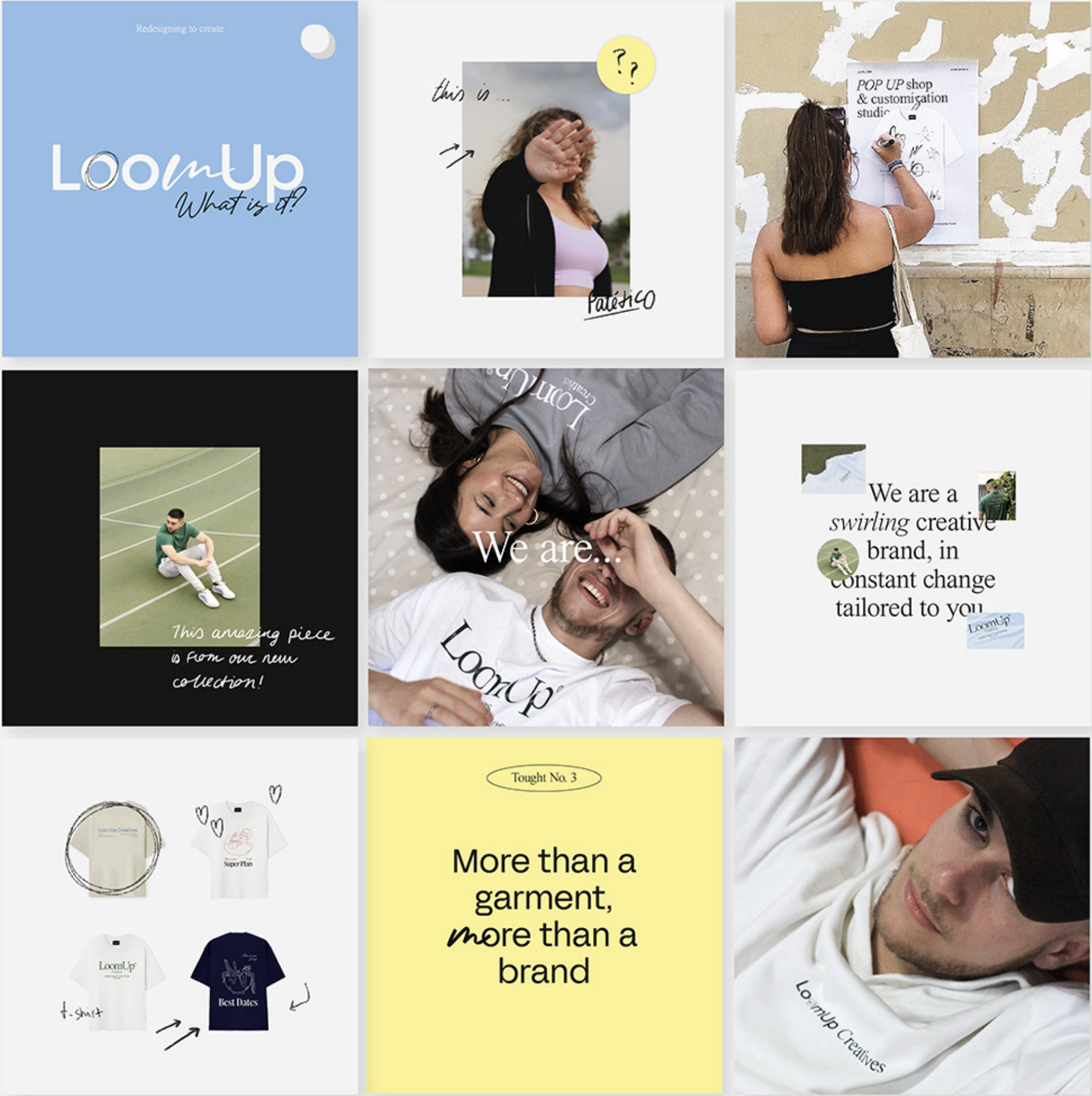
- Elementos:
- Menú fijo
 - Menú de la ropa
 - Botón de añadir al carrito
 - Bloque del diseño de la prenda



05.

Redes Sociales

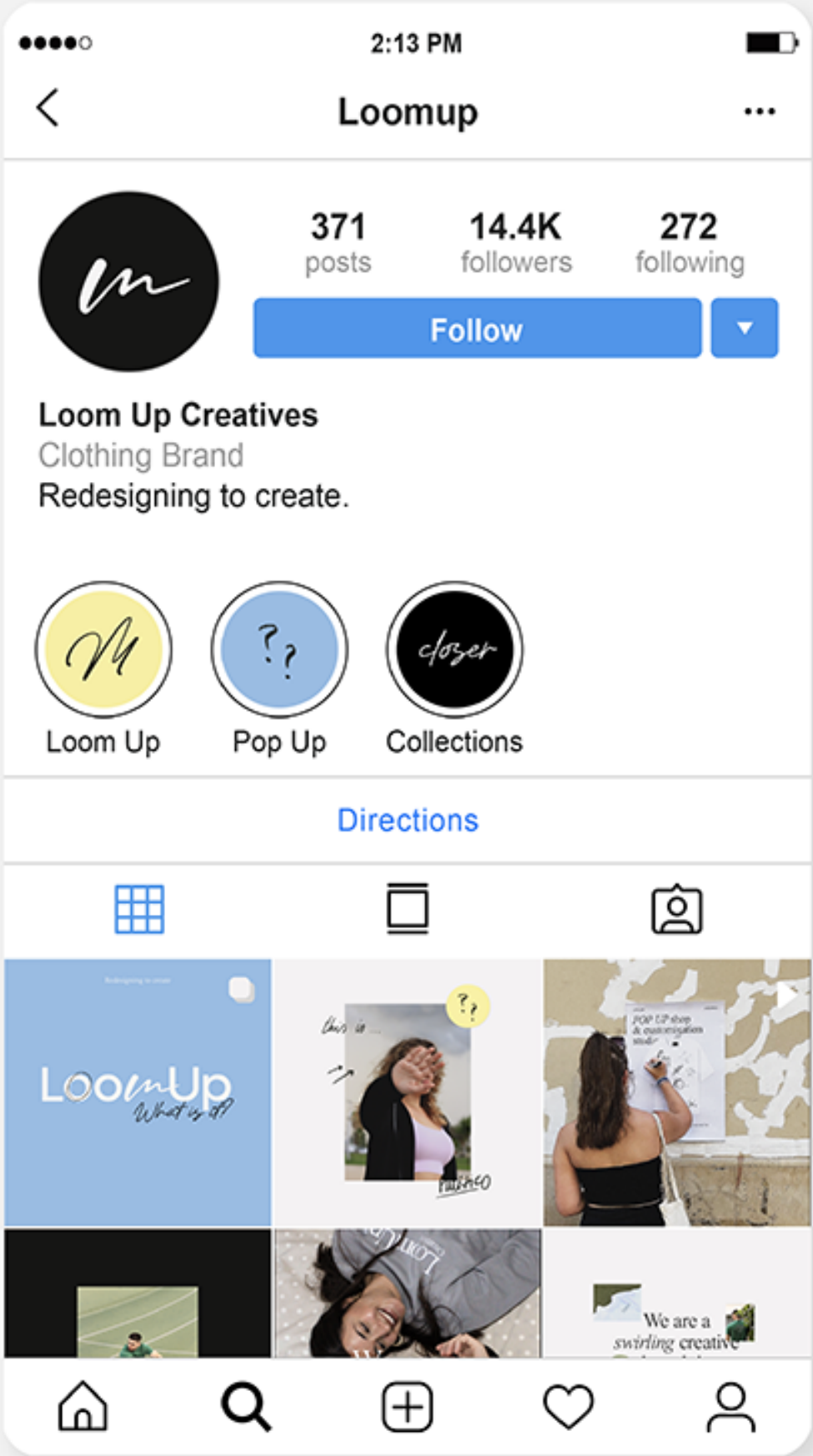
Feed



Perfil

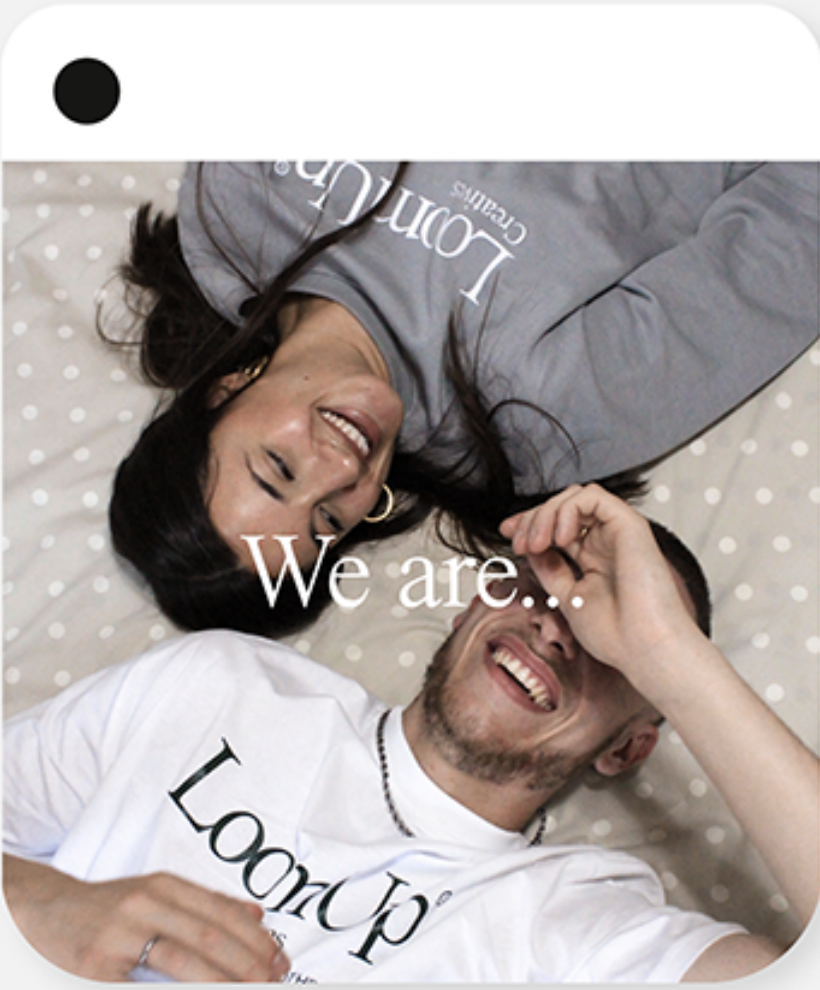
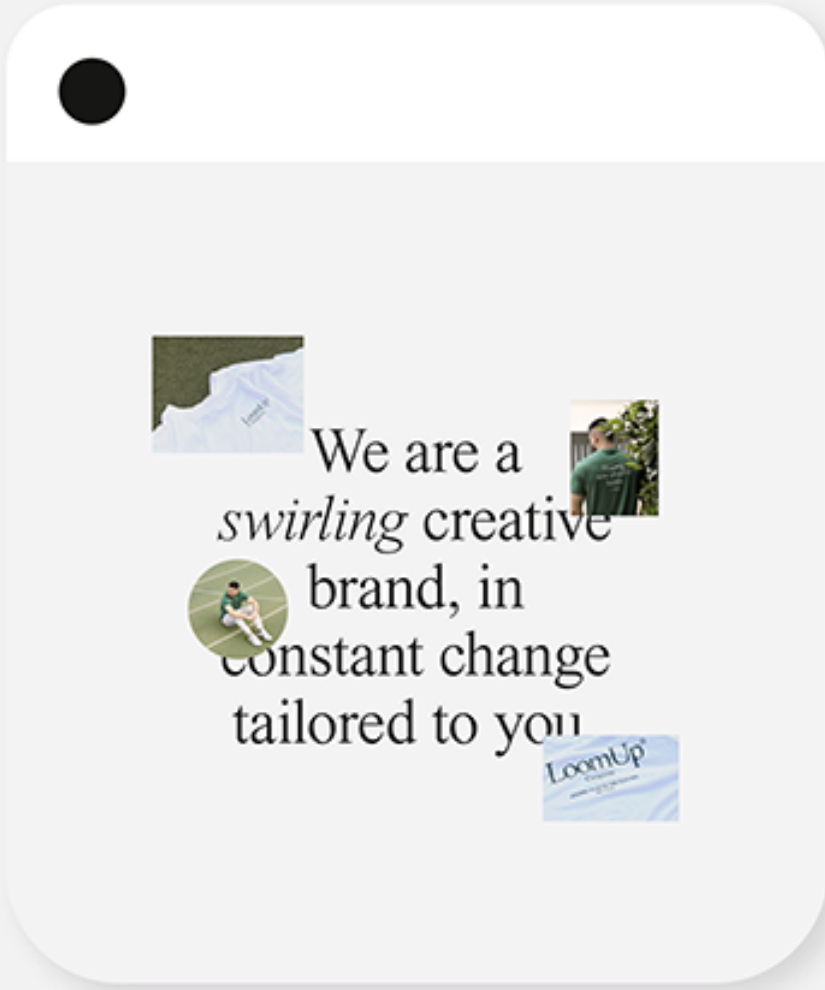
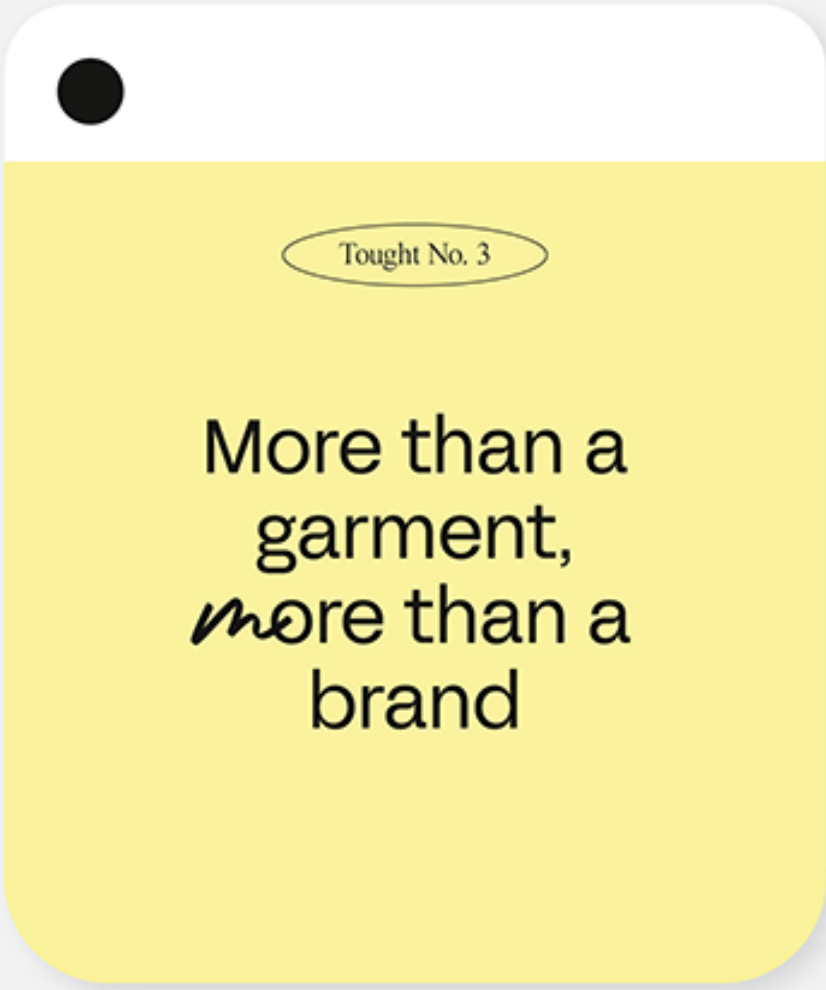
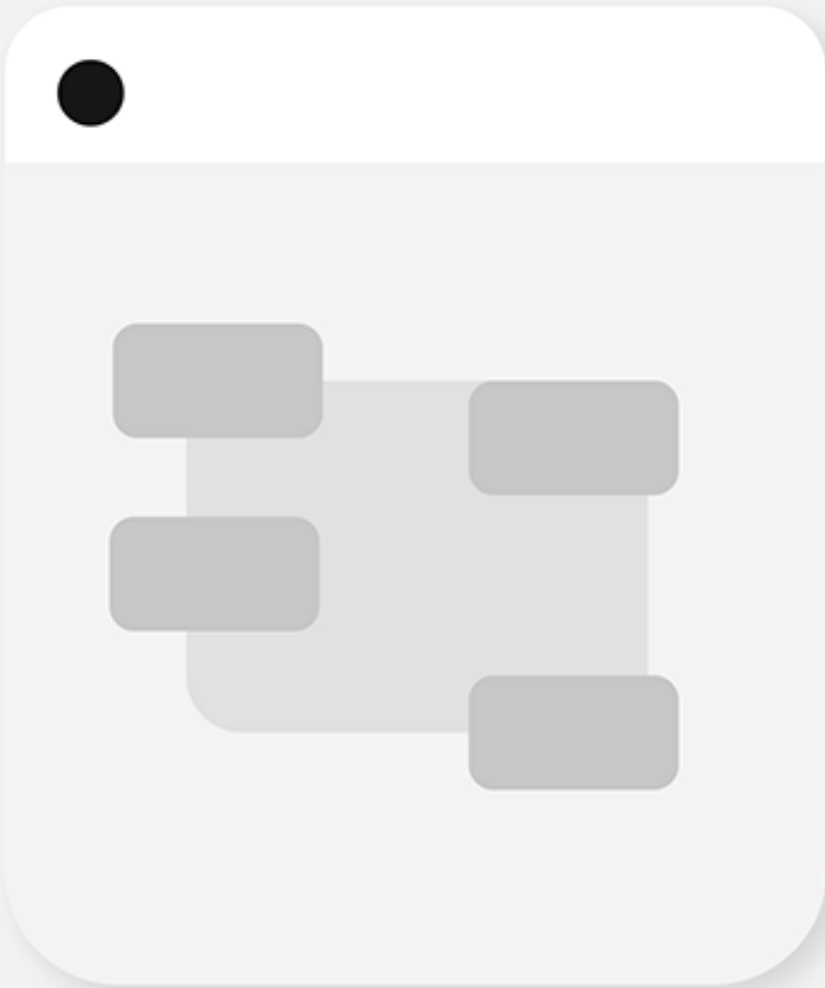
Para la biografía se utiliza el *baseline* de la marca. Se simplifica el logo y se utiliza únicamente una letra manuscrita.

Las stories destacadas se desarrollan a partir de iconos de la identidad, comunicación y colección de ropa para diferenciarse.



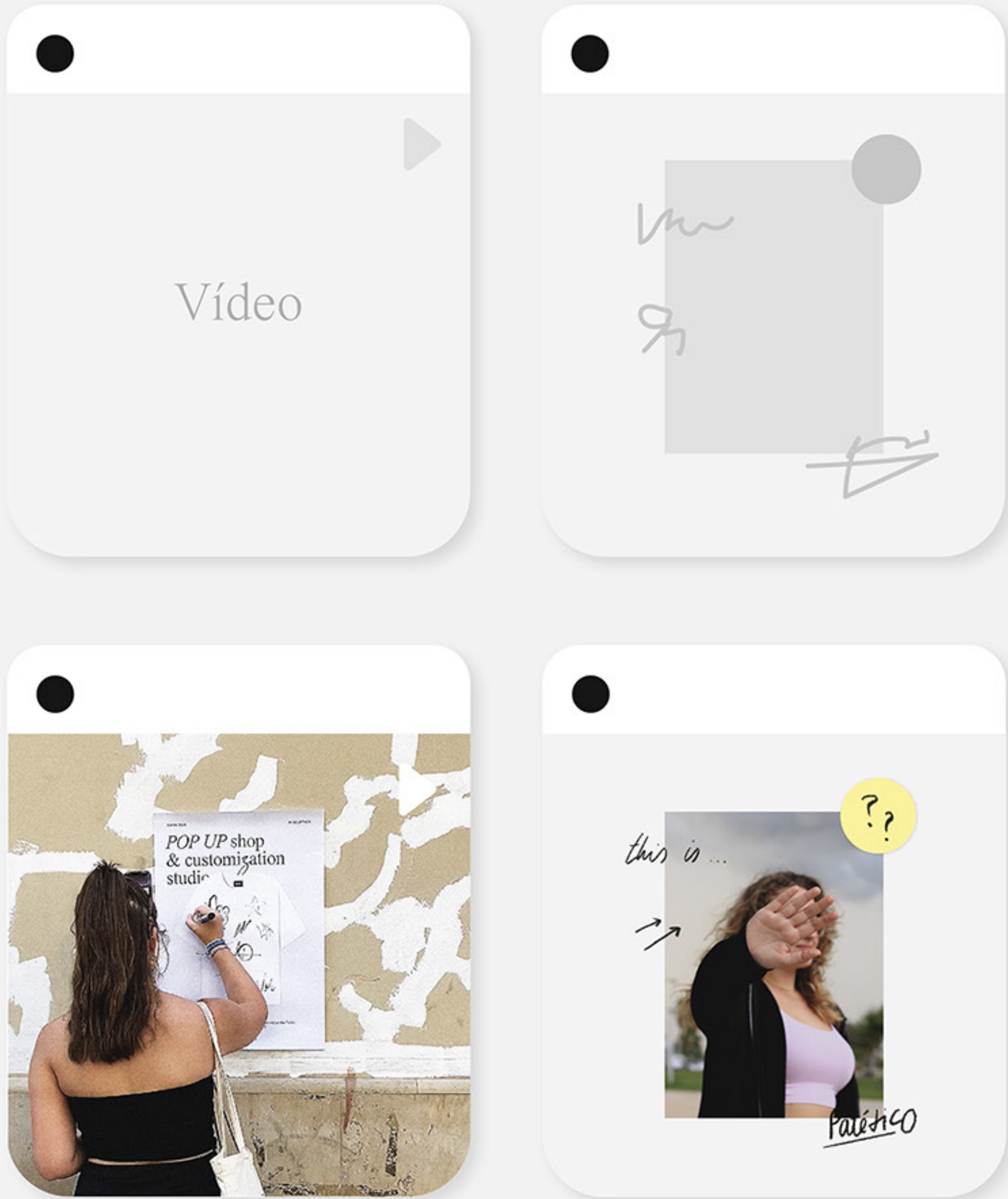
Posts - Campaña

Se traslada la campaña a *posts* de Instagram.



Posts - Evento

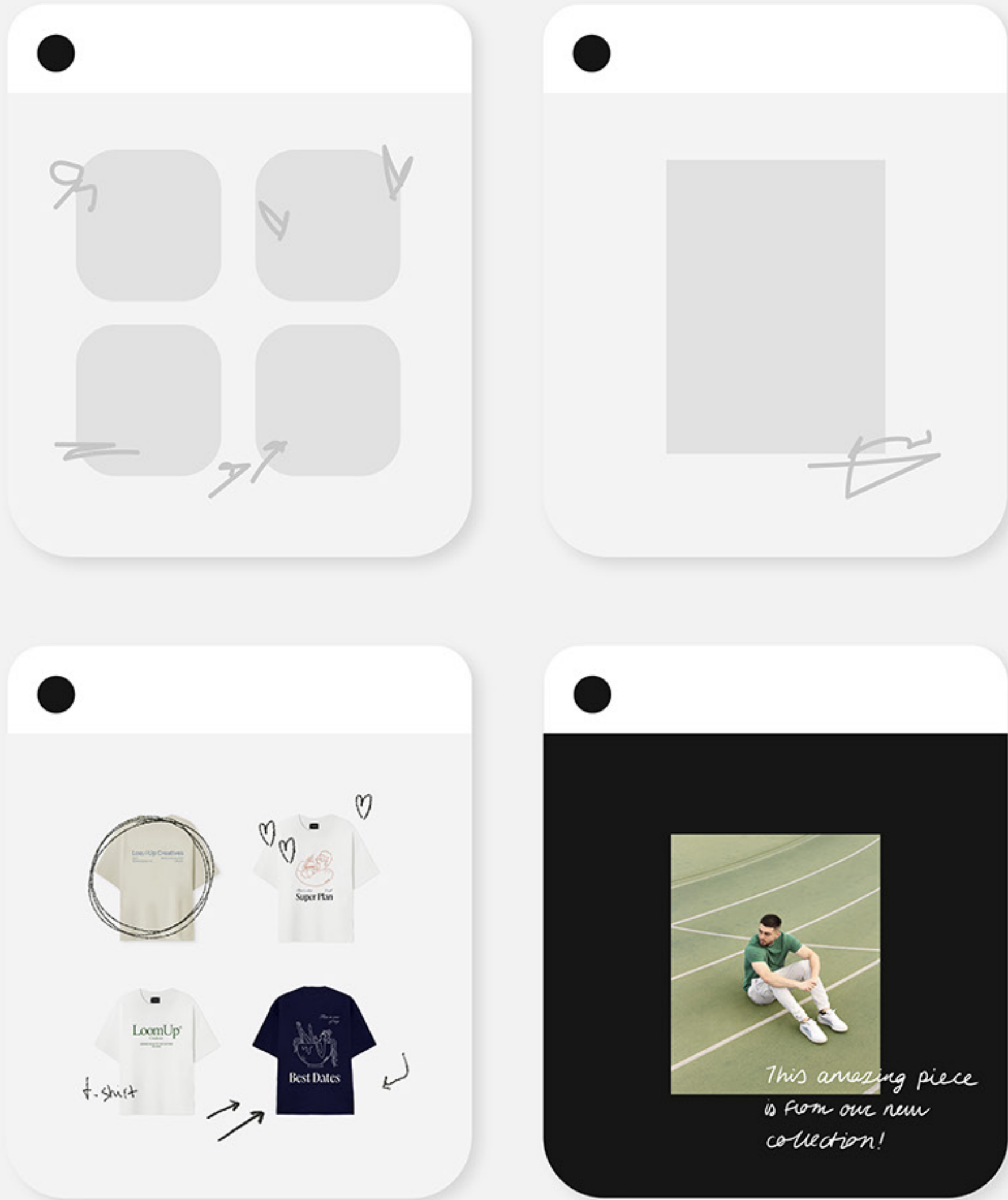
El formato de eventos en cartelería se traslada a *posts* de Instagram con un carácter más humano. Estos cuentan en el pie de foto con todos los detalles. En el vídeo se incluyen también.



Link al vídeo:
https://drive.google.com/file/d/1c--9yDWdjgquTO9c0-MZqI3rLyIBMBpZ/view?usp=share_link

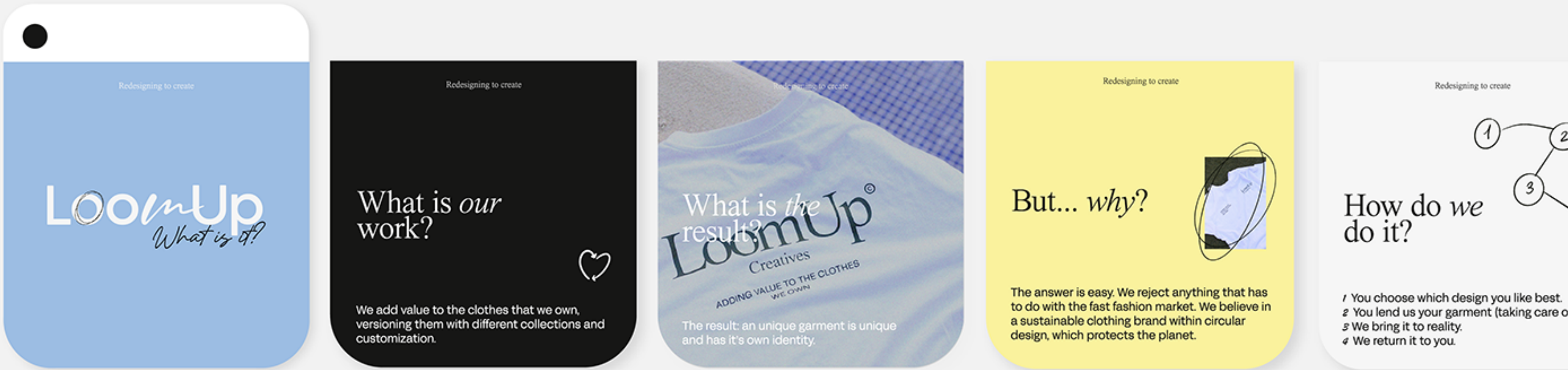
Posts - Colección

En estos *posts* se permitirán ver imágenes de la colección junto con fotos de como son los diseños para las prendas.



Posts - Carrousel

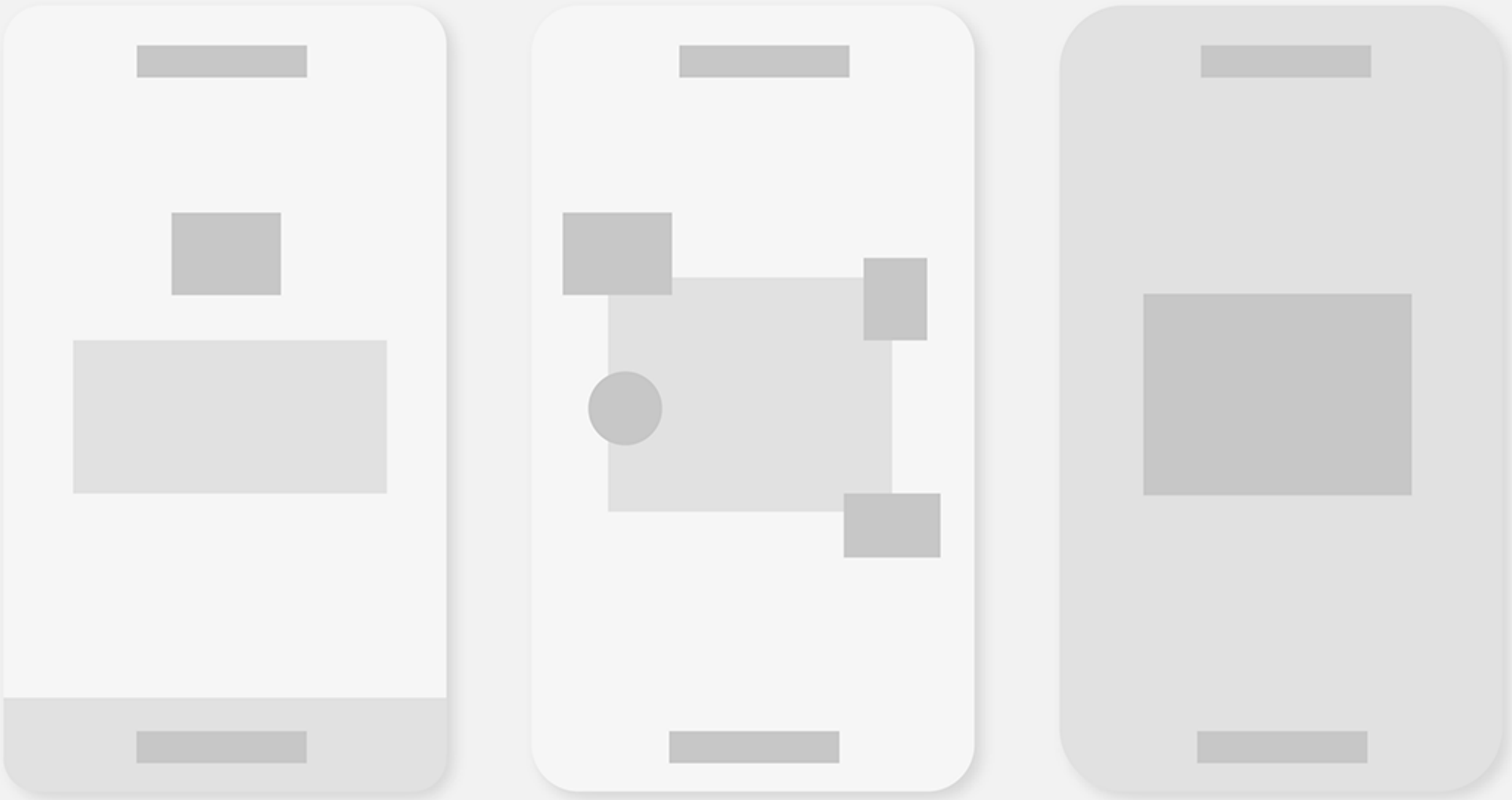
En este *post* a modo de *carrousel* (diseñado así para ampliar la información), se explicarán detalles sobre la marca, así como su labor, el por qué y el resultado.



Stories - Thoughts

Tenemos tres tipos de plantillas, pero las tres comparten la posición centrada del texto, siendo este su eje principal.

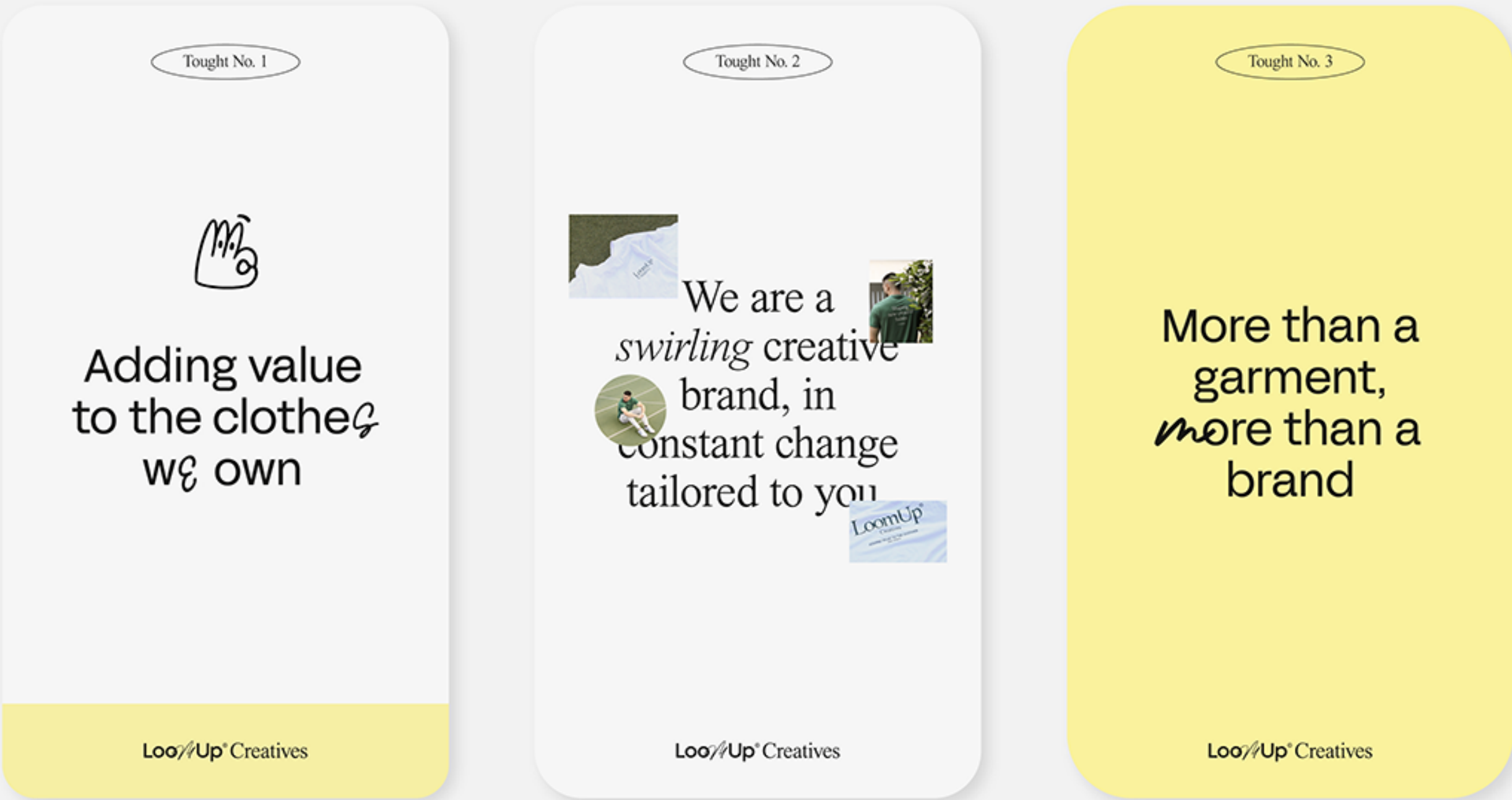
El título de la sección siempre irá colocado arriba de forma centrada. El logotipo irá abajo centrado.



Stories - Thoughts

En estas stories se muestra de forma muy visual y limpia la identidad verbal de la marca. El mensaje es breve y directo.

Utiliza la gama cromática de la marca, así como las fotos e ilustraciones.



Stories - De colección

Se crean unas *stories* para promocionar la colección de la marca. Se desarrolla una retícula con tal de unificar la composición de cada publicación.



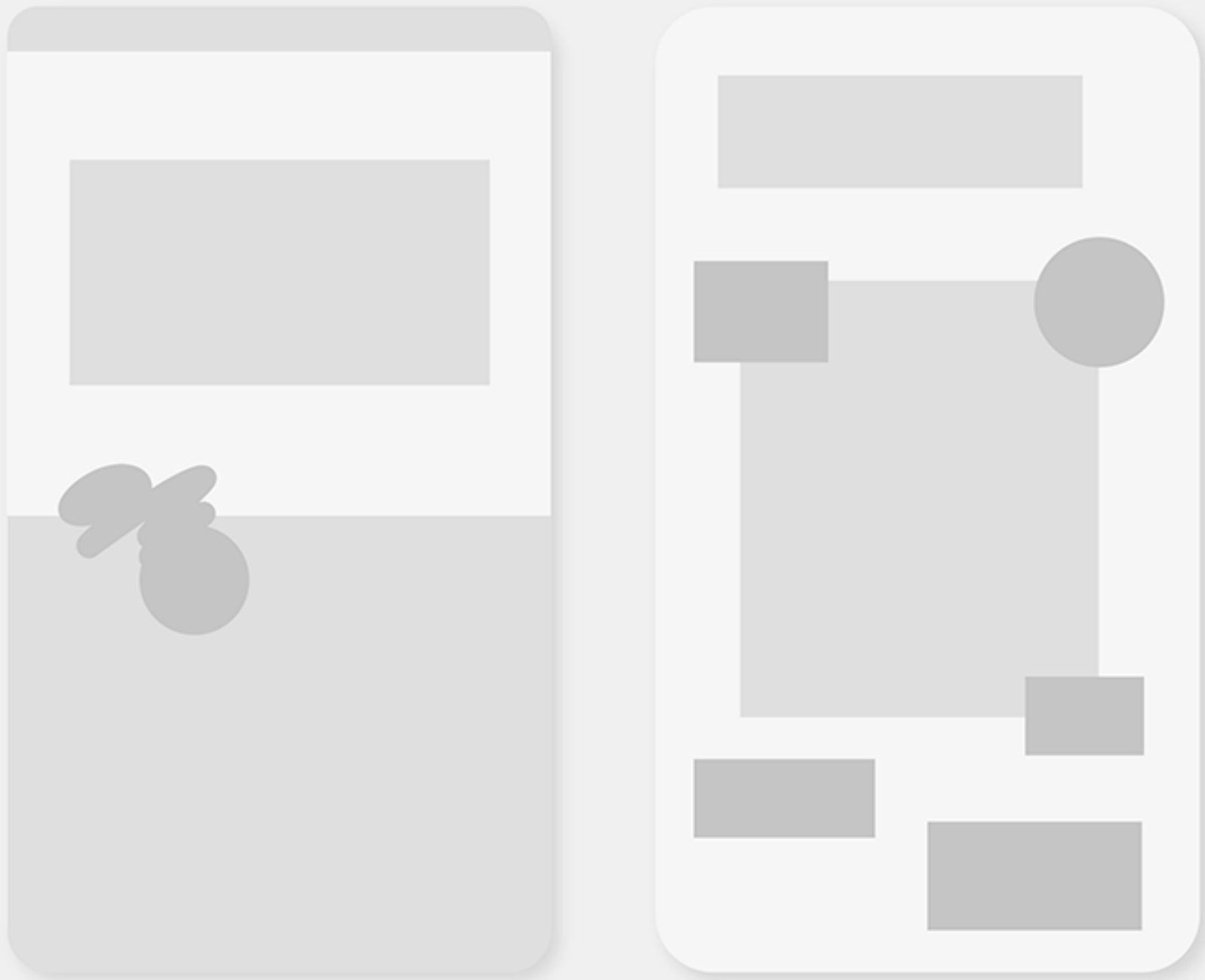
Stories - De colección

En ellos se muestra de forma muy visual los elementos de la colección. Destaca el uso de fotografías.

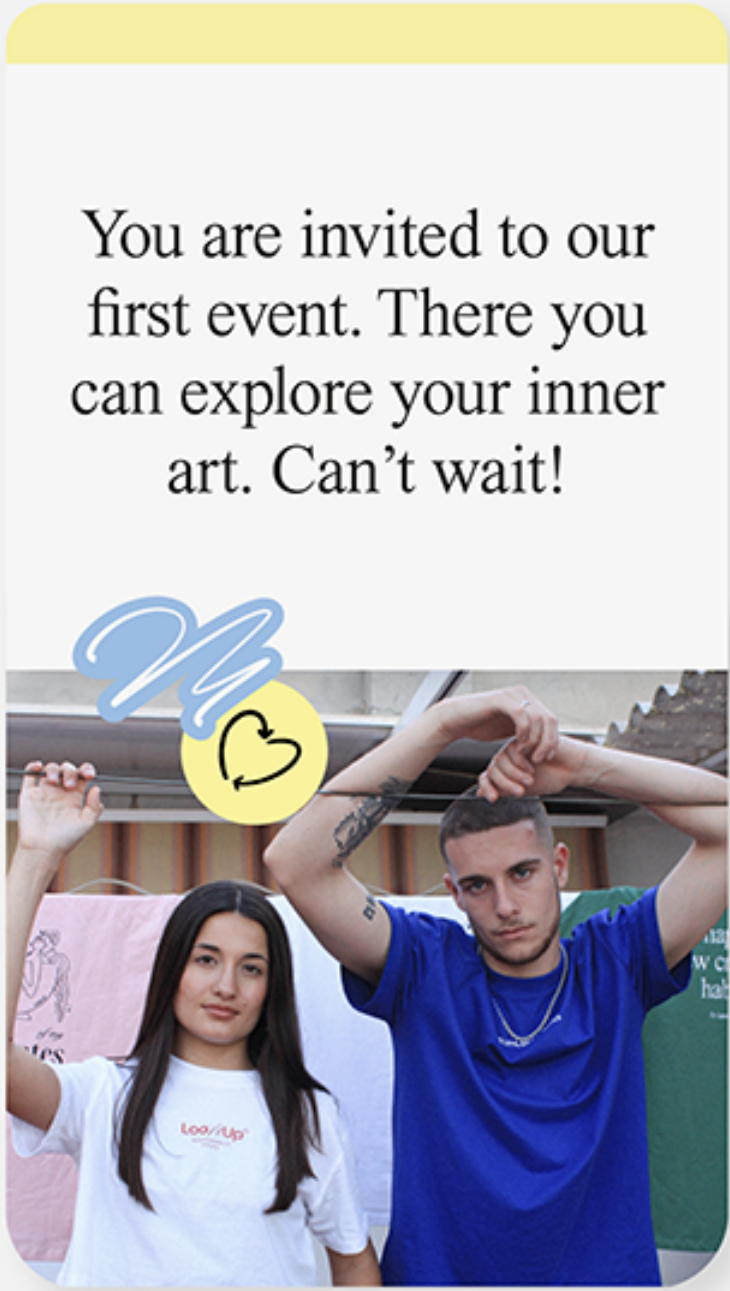


Stories - De evento

El formato de comunicación de eventos en cartelera se traslada a los *stories* de Instagram. Estos cuentan con la descripción del lugar y fecha del evento.



Stories - De evento



Stories - Animadas

En esta animación estilo gif se muestran diferentes ilustraciones en camisetas. Mostrando así la cantidad de posibilidades que te puede ofrecer una prenda.



Stories - Animadas

En este *storie* se promociona el evento de Loom Up. En ella aparecen pegatinas colocadas en la misma posición central. Lo único que varia es el fondo y la tipografía con la que está escrita el nombre principal.

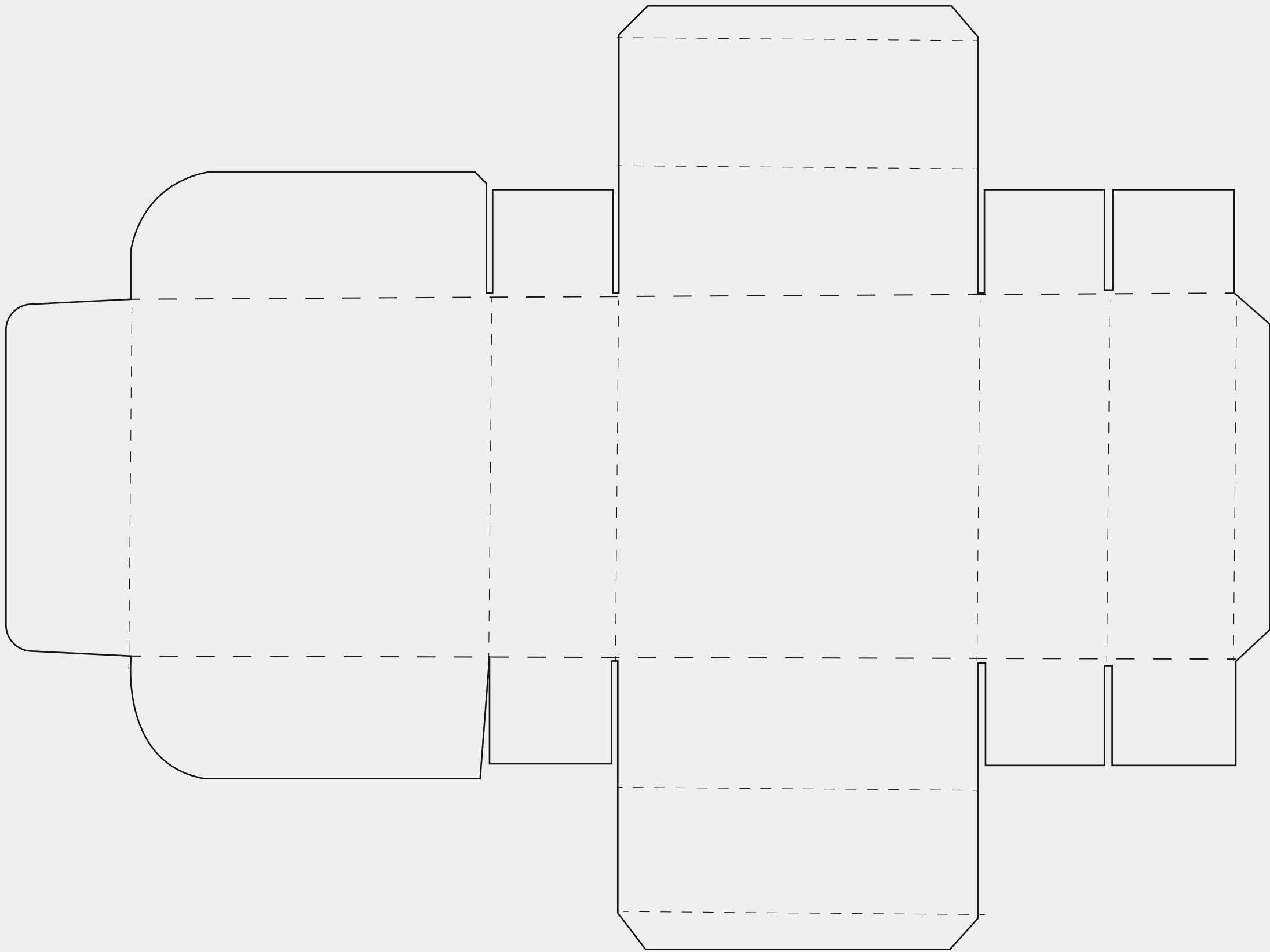


06. Packaging

TROQUEL / CONSTRUCCIÓN / PEGATINA / PAPEL / ILUSTRACIONES

Troquel

Para la construcción de la caja se tendrá en cuenta este troquel:



Construcción

Se prestará especial atención a la colocación centrada del logo en la caja. A su alrededor, se añadirán pegatinas de manera aleatoria para complementarlo. Lo destacado de esta caja es que cada una será única y diferente.



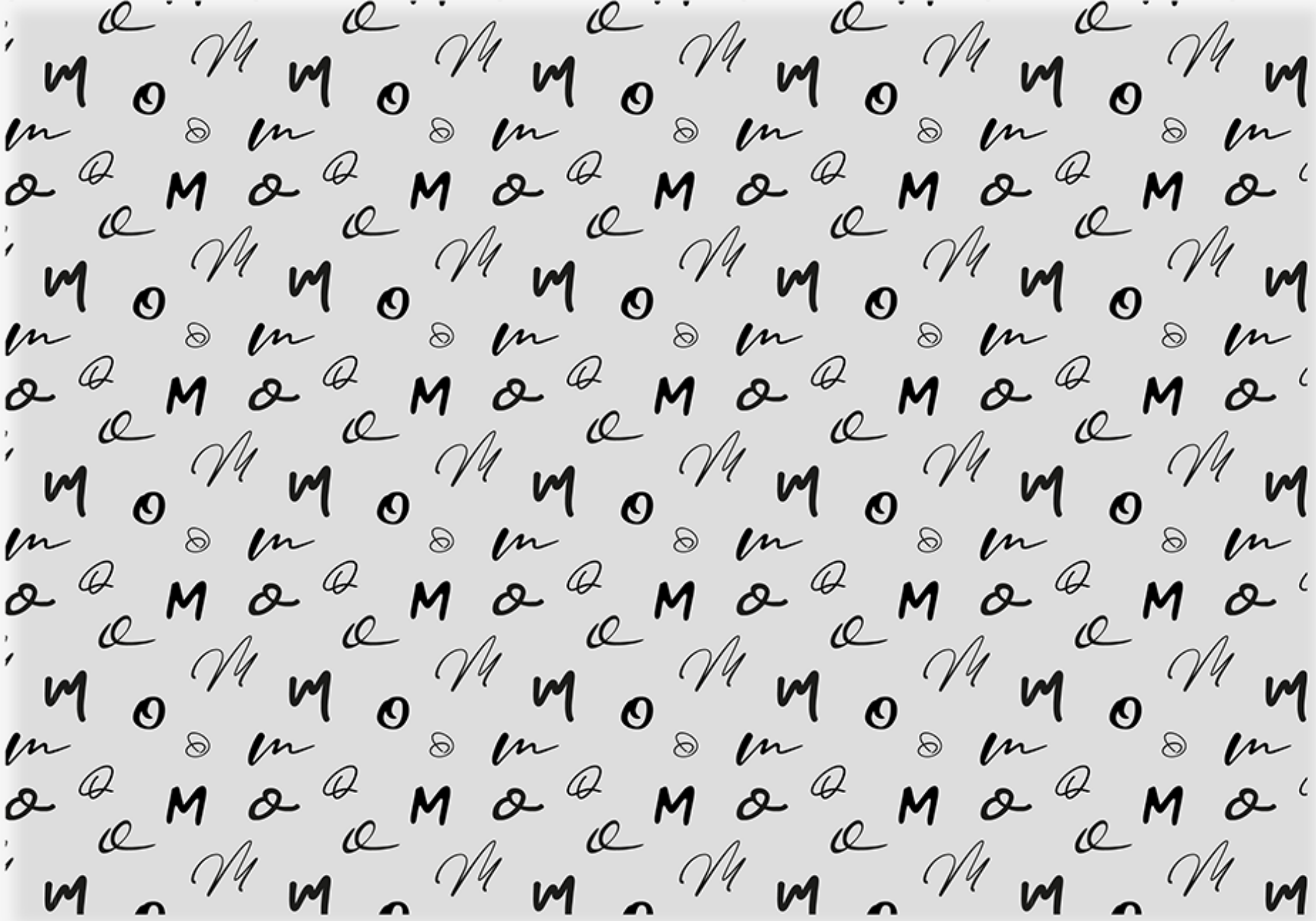
Pegatina

Siempre se colocará la pegatina en el borde de la caja, siguiendo el formato y la posición mostrada en la fotografía anterior. Se respetará rigurosamente el texto, la composición y la paleta cromática establecida. Únicamente se modificará el nombre de la persona que haya realizado el pedido.



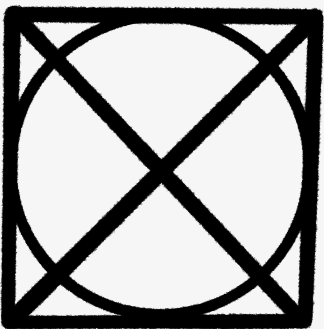
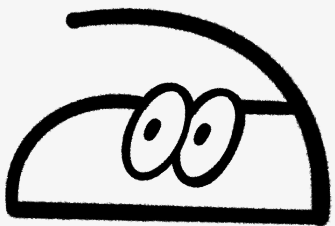
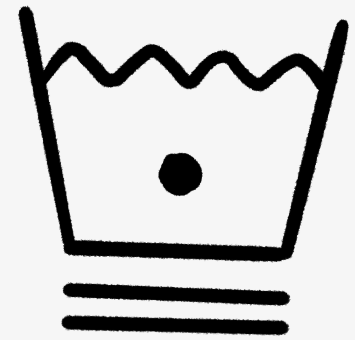
Papel

El papel de envoltura interior estará diseñado a partir de un *pattern* formado por las letras manuscritas de los diferentes logotipos de la marca.



Ilustraciones

Estas ilustraciones siguen la misma estética, construcción y normas que las ilustraciones de campaña. En este caso, se tratan de unas ilustraciones aplicadas a las instrucciones de lavado.



LoomUp[®] Creatives

Manual de comunicación
2023