

# PARQUE II

---

## ANEXO II: FICHAS DE ANÁLISIS DE PRECEDENTES

Presentado por Irene Bou Ibáñez

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grado en Diseño y Tecnologías Creatives  
Curso 2023-2024



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

# RECREO VALENCIA ART BOOK FAIR

## Público objetivo

- Jóvenes creativos interesados en la autoedición

## Personalidad

Exploradora, líder, sensible.

## Valores y atributos

- Comunidad
- Divulgación
- Detallismo

## Territorio

Pósters, ensayos, fanzines, fotografía, auto-publicaciones...

# Canales de comunicación

Instagram   Elementos custom   Presencia en otros markets   Merch  
Posters/folletos   Publicaciones editoriales

## Gráfica

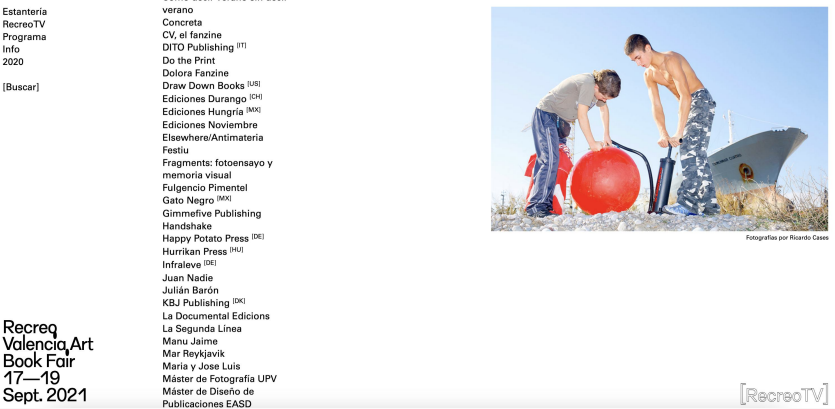
RABF 2023



RABF 2022



RABF 2021

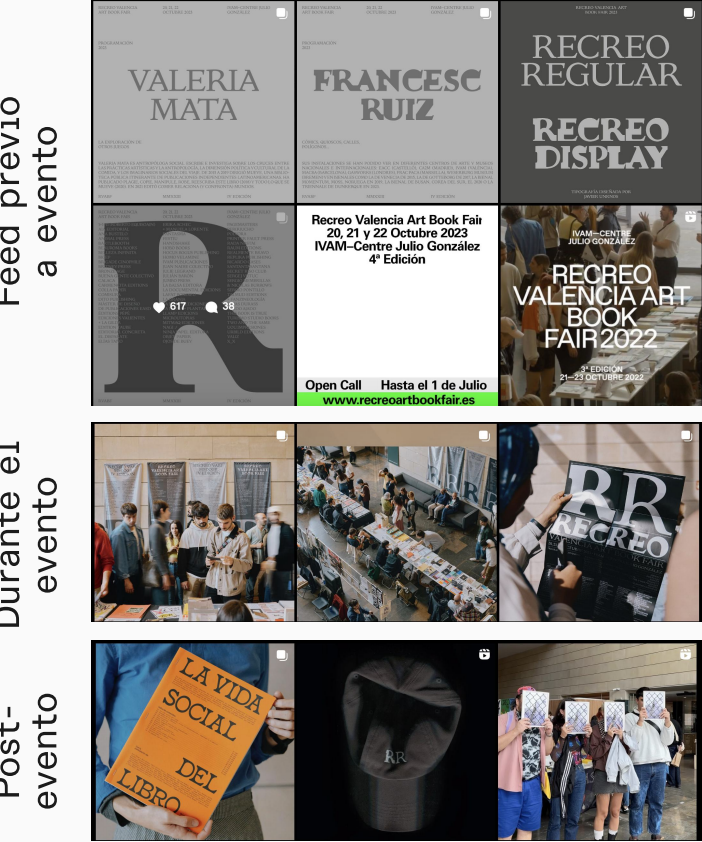


RABF 2020



La identidad gráfica de Recreo varía drásticamente de edición a edición, sin mantener ningún elemento de ediciones anteriores. En ediciones recientes (2023), hacen uso de elementos customizados para dar soporte a la imagen de marca, como tipografías hechas expresamente para el evento.

## Dirección de arte

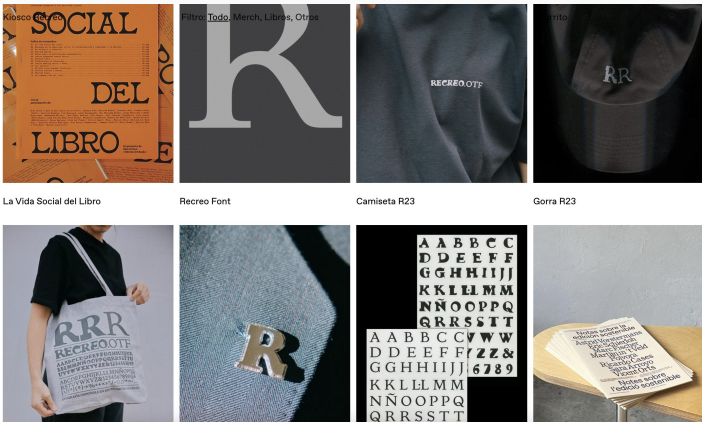


Recreo documenta extensivamente cada uno de los expositores de su line-up antes del evento, además de las actividades paralelas. Durante el evento, el feed es mucho más fotográfico, y después, se anuncian mayoritariamente merch y *recap reels*.

## Elementos diferenciadores



Publicaciones autoeditadas en cada edición



Merchandising y kiosco virtual



## Pichifest



## Público objetivo

- Jóvenes creativos comprometidos con causas sociales

## Personalidad

Abierta, tolerante, transgresora.

## Valores y atributos

- Autoconciencia
- Diversidad
- Horizontalidad

## Territorio

Ilustración, pequeña bisutería, fanzines, cómic, fanarts...

# Canales de comunicación

Instagram   Elementos custom   Presencia en otros markets   Merch  
Posters/folletos   Pichizine

## Gráfica

Cartel Pichi 2023



Cartel Pichi 2022



Cartel Pichi 2019



La imagen del Pichifest varía de edición a edición, pero llevando siempre como motivo principal una ilustración (en su mayoría digital) encargada a un ilustrador previo al open call.

## Dirección de arte

Feed de Instagram

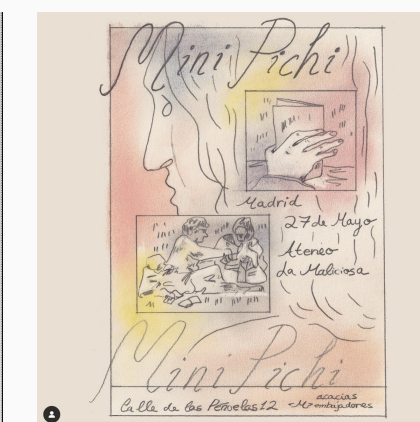


El Pichifest mantiene en sus redes sociales únicamente los posts de *open calls* y los artistas que colaboran en la siguiente edición, además de anuncios de actividades, pero nunca fotos del evento.

## Elementos diferenciadores



Pichizine



Mini Pichi



Pichi Café



# Otro Puto Mercadillo



## Público objetivo

- Jóvenes interesados en lo no-normativo

## Personalidad

Bromista, todoterreno, kitch.

## Valores y atributos

- Experimentación
- Polivalencia
- Despreocupación

## Territorio

Ropa, accesorios, joyería, cerámica, ilustración...

# Canales de comunicación

Instagram   Elementos custom   Presencia en otros markets   Merch  
Posters/folletos   Publicaciones editoriales   Ediciones “express”   Podcasts

## Gráfica



Feed 2023

Feed 2021

Feed 2020 y previo  
(+ principio 2023)

## Dirección de arte



OPM documenta abundantemente cada una de sus ediciones, desde los primeros anuncios y line-ups, hasta publicaciones de actividades paralelas y fotos de los expositores conforme transcurre cada edición.

## Elementos diferenciadores



Ediciones Express



Ediciones Súper



Sorteo marcas



Abrazadera



## Público objetivo

- Creativos con algunos proyectos personales autoproducidos.

## Personalidad

Exploradora, amigable.

## Valores y atributos

- No-pretensión
- Accesibilidad
- Cercanía

## Territorio

Fanzines, ilustración, textos, venta de discos, found-art.

# Canales de comunicación

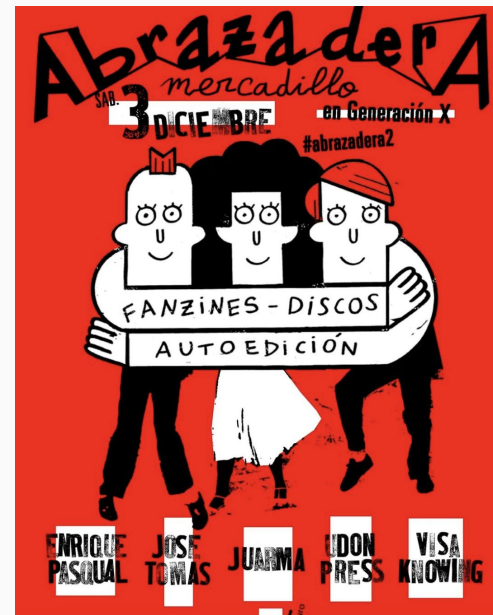
Instagram   Elementos custom   Presencia en otros markets   Merch  
Posters/folletos   Publicaciones editoriales

## Gráfica

Edición 24 Junio 2023



Edición 3 Diciembre 2022



Edición 22 Octubre 2022



La identidad gráfica de Abrazadera es muy consistente en el tiempo, empleando el mismo logo e imagotipo en todas sus ediciones, variando únicamente su parte inferior según la edición. La elección tipográfica y uso de un único color predominante tampoco presenta variaciones.

## Dirección de arte

Feed de Instagram del evento



Abrazadera publica en redes sociales únicamente los colaboradores de la próxima edición, y el cartel del evento. De vez en cuando hacen uso de fotografía, pero no es lo usual en su comunicación.

## Elementos diferenciadores



Celebración del festival en comercios locales de la ciudad no especializados en exposiciones (librerías, estudios de tattoo, etc.)



Sielo



## Público objetivo

- Músicos y público cercano a la escena emergente nacional

## Personalidad

Inocente, desenfadada.

## Valores y atributos

- Accesibilidad
- Colaboración entre artistas
- Inquietud por lo emergente

## Territorio

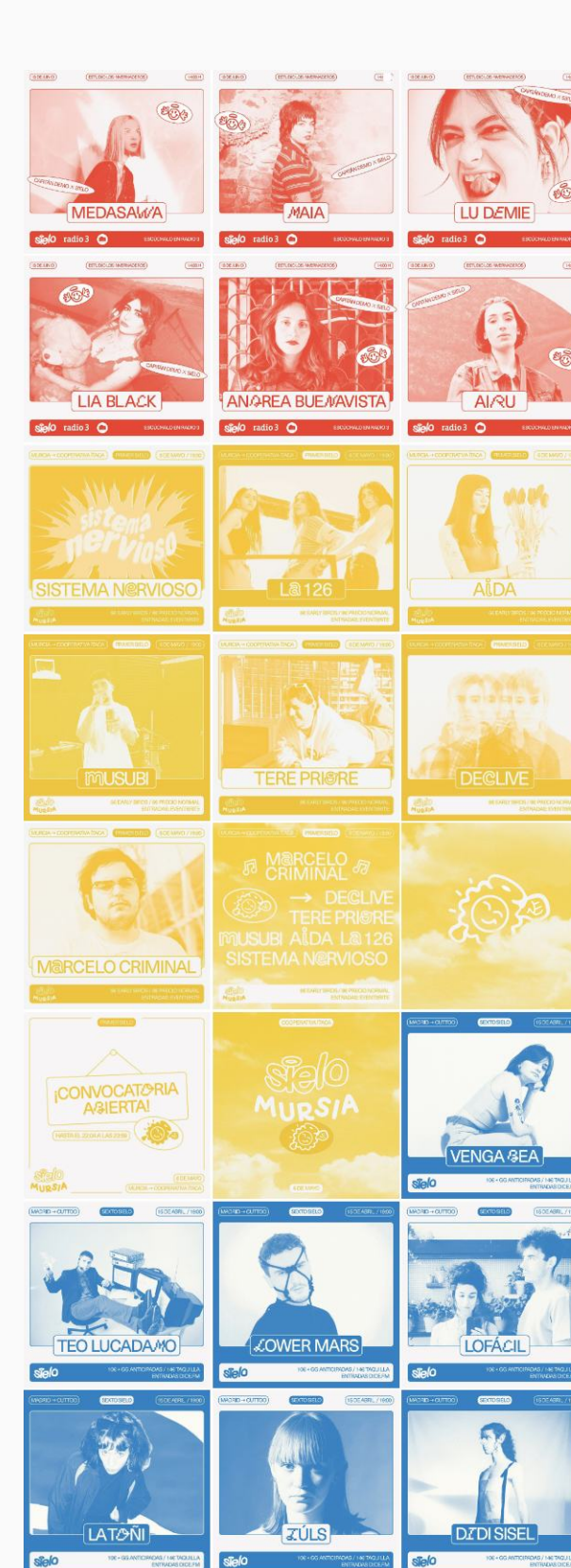
Conciertos, música en directo, DJ sets.

# Canales de comunicación

Instagram   Radio nacional   Merchandising

Presencia en pequeños festivales de música

## Gráfica



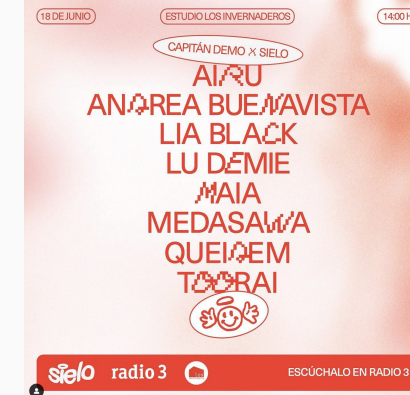
Sielo Madrid



Sielo Murcia



Sielo Radio3



La gráfica de Sielo en sus distintas ediciones se mantiene constante, con dos mínimos cambios: la “mascota” pasa a ser un sol con manos en la edición de Murcia, y según la ubicación del evento, se cambia la paleta cromática.

## Dirección de arte

Feed de Instagram



Sielo mantiene en sus redes sociales únicamente los posts de *open calls* y los artistas que colaboran en la siguiente edición, sin aparecer fotografías ni posts durante el evento o posteriores a tal.

## Elementos diferenciadores



Presencia en radio



Piezas de merch