

PARQUE I

ANEXO I: MANUAL DE MARCA

Presentado por David Azorín Andrés

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

CONTENIDOS

1. ¿Qué es PARQUE?

- Sobre PARQUE
- Misión, visión y propuesta de valor
- Atributos
- Valores
- Personalidad de marca

2. Identidad

- Logotipo
 - Versiones y variabilidad
 - Construcción
 - Área de respeto
 - Área de respeto
 - Reducción
 - Cromatismo
 - Usos incorrectos
- Identidad Visual
 - Cromatismo
 - Tipografía
 - Pictogramas
 - Fotografía
 - Gráficos generados en 3D
- Identidad Verbal
 - Naming
 - Jerga comunicativa

3. Aplicaciones

- Digitales
 - Cartelería y posts digitales
 - Otros formatos en RRSS
 - Web
- Analógicas
 - Cartelería
 - Pegatinas
 - Tarjetas identificativas
 - Señalética
 - Folleto informativo
 - Merchandising

¿QUÉ ES



Sobre PARQUE

Nuestra propuesta, PARQUE, se presenta como un festival o *market* rotativo, en el que podemos encontrar piezas, artistas y colaboradores de un amplio abanico de disciplinas gráficas.

PARQUE es un espacio abierto en el que creadores jóvenes y emergentes de distintas disciplinas gráficas pueden exponer, difundir y vender su obra al público general. Este espacio busca posicionarse como una primera toma de contacto con el ecosistema laboral del que sus colaboradores aspiran a formar parte.

Teniendo esto en cuenta, el objetivo es crear una plataforma accesible, un entorno de retroalimentación entre colaboradores y público, y proporcionar las máximas facilidades a todo aquel que forme parte de cada una de las ediciones del festival.

Organización y producción

Producción y organización local, a pequeña escala. Dirección por parte del colectivo Buenas Tardes, con ayuda de amigos, colaboradores y *sponsors*.

Proyección geográfica

Proyección nacional, sin perder la esencia de la autoproducción local y emergente.

Número* de colaboradores

Entre 8 y 20 colaboradores por edición, según los recursos y espacios disponibles.

*número aproximado

Duración del festival

1 o 2 días, con horarios adaptados a las fechas y el espacio de cada una de las ediciones.

Frecuencia de ediciones

Entre 2 y 4 ediciones anuales, variando de colaboradores y espacios expositivos, y con foco en exponer a los colaboradores a la mayor cantidad de público y recursos útiles posibles.

Actuación geográfica

Preferencia por la escena local y por aquellos creativos no presentes en el circuito actual de festivales similares, o sin una firma reconocida.

Envergadura disciplinar

Multitud de disciplinas, sin predominio ni preferencia por una disciplina/técnica/recursos.

Actividades

Según la encuesta realizada, y nuestra visión del festival, los colaboradores tendrían la oportunidad de realizar las siguientes actividades, ordenadas según su preferencia:

- Workshops y talleres
- Charlas y debates
- DJ sets y música en directo
- Proyecciones y performances

Estas actividades podrán ser propuestas por los propios colaboradores, impulsadas por la organización o por colectivos externos.

¿Qué es “emergente”?

Personas generalmente jóvenes, que no hayan tenido la oportunidad de participar en otros festivales. La cantidad de proyectos desarrollados o su audiencia en redes sociales pueden ser un factor de medición.

Misión

Poner en el punto de mira a creadorxs jóvenes y emergentes, dándoles una plataforma de difusión a nivel local y nacional, propiciando el contacto entre ellxs y entre un público con las mismas inquietudes.

Destacar una variedad de disciplinas, compartiendo conocimientos y recursos entre aquellxs inmersxs en un contexto artístico en constante reinención.

Visión

Creación de un espacio accesible, abierto y divulgativo dirigido a creativxs inquietxs y emergentes, sin dejar de lado el cuidado de la calidad de las propuestas y el cumplimiento de los valores de PARQUE por parte del público y de lxs colaboradorxs, y manteniendo la esencia local y emergente en un contexto nacional.

Propuesta de Valor

Creación de un espacio accesible, abierto y divulgativo dirigido a creativxs inquietxs y activxs en el área de creadorxs emergentes, sin dejar de lado el cuidado de la calidad de las obras y el cumplimiento de los valores de PARQUE por parte del público y de lxs colaboradorxs, y manteniendo la esencia local y emergente en un contexto nacional.



Atributos

Cercanía

Nuestro festival se caracteriza por apostar siempre por la producción, comercio y obra local; y da espacio a propuestas artísticas únicas y próximas al público.

Artesanía

Se trata de un festival en el cual prima la producción de obra original; individual o colectiva; de un carácter puramente humano que hace brillar la obra no solo por su resultado final sino, también, por el proceso a través del cual se ha llegado a ella.

Multidisciplinariedad

En PARQUE, la heterogeneidad y conjunto de distintas disciplinas artísticas es, probablemente, una de sus principales señas de identidad. Nuestra prioridad es no dejar en segundo plano a ninguna disciplina, y alejarnos de la “especialización”.

Emergente

PARQUE no es un espacio para marcas, galerías, o profesionales con una consolidada carrera. Somos una plataforma que actúa como lanzadera para nuevas propuestas de aquellos creativos en círculos de poca notoriedad y menor relevancia a escala nacional.

Eso sí: sin dejar de lado una visión crítica con la calidad de los proyectos presentados.



Artesanía

Multidisciplinariedad

Emergente

Valores

Altruismo

En PARQUE, celebramos el apoyo entre iguales, la ayuda al prójimo y los actos de colaboración entre participantes, público y organización.
No existiría esta iniciativa sin una mentalidad cooperativa y autoconsciente.

Comunidad

Valoramos el compañerismo; los lazos entre personas; la organización de individuos y asociaciones para resolver problemas y crear oportunidades.
PARQUE es amistad, y PARQUE son lxs amigxs.

Creación Libre

Toda propuesta, disciplina, mensaje, metodología, charla o actividad es bienvenida en PARQUE, siempre y cuando no atente contra la libertad de cualquier otro individuo ni se discrimine por razón de género, etnia, sexualidad o cualquier atributo social a ningún colectivo y/o persona.

Divulgación

El conocimiento es información; y la información son recursos, ideas y motivación.
Y no hay nada mejor que compartir lo que nos empuja a crear con aquellxs que, como nosotrxs, quieren crecer (y crear).

Altruismo

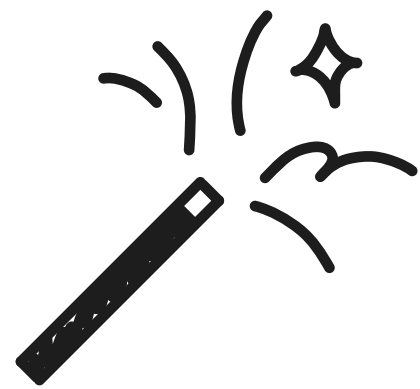
Comunidad

Creación Libre

Divulgación

Personalidad de Marca*

El Mago



Ideas disruptivas y pensamiento divergente.
Creativos innatos con ansia de improvisación y experimentación, innovadores y llenos de ilusión.

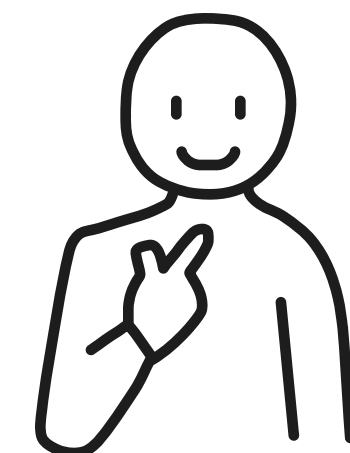
El Bufón



El mundo de la creatividad está contaminado de elitismos, etiquetas de profesionalidad, *gatekeeping*, y competitividad entre personas. Dejemos esto a un lado, y disfrutemos de la creación por la creación sin caer en comparativas, batallas de ego y falsas apariencias.

El PARQUE está para jugar y pasárselo bien.

La Persona Corriente



Destacar está genial. El reconocimiento nos nutre, nos genera confianza y nos empuja a seguir por el camino que estamos trazando.

Pero no hay que olvidar que, como tú, otrxs tantxs, y eso no hace que tu obra sea menos única o especial. Busca tu hueco, apóyate en amistades.

Somos muchxs, y estamos juntxs en esto.

*Según los arquetipos de personalidad definidos por Carl Jung, y vinculados con el *marketing* por Carol Pearson y Margaret Mark

Identidad

Logotipo

Variaciones y mutación

Además, existe 1 variación por cada uno de los logotipos en la cual los caracteres de “Parque” se hinchan en un espacio reducido, chocando entre ellos y aplastándose en sus puntos más exteriores.



Construccion

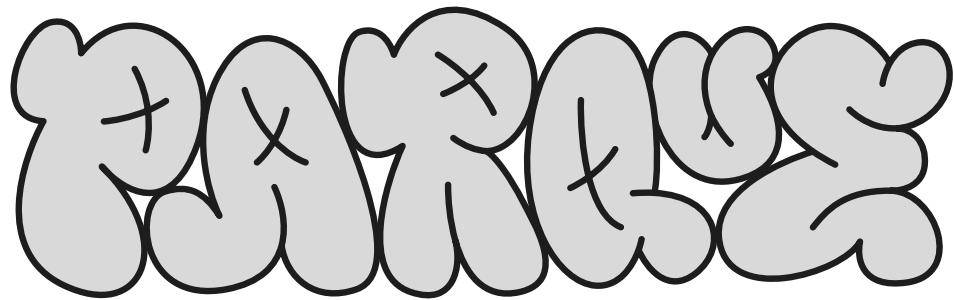
El logotipo final parte de una tipografía redondeada, *bubbly*, realizada **exclusivamente** para este proyecto. Los caracteres de esta tipografía son dinámicos y cambiantes que, tomando literalmente la premisa de la iniciativa de “adaptarse al espacio y circunstancias que se le hayan dado”, se adaptan a cada uno de los formatos en los que ha de ser representado.

No hay un logotipo que vaya a condicionar el formato: Es el logotipo el que se adapta al formato.

A partir de ella, generamos a través del modelado, escultura, animación y simulación de físicas distintas representaciones en 3D de PARQUE, cada una de ellas adaptada según el formato que vayan a ocupar, sus dimensiones y el espacio libre.

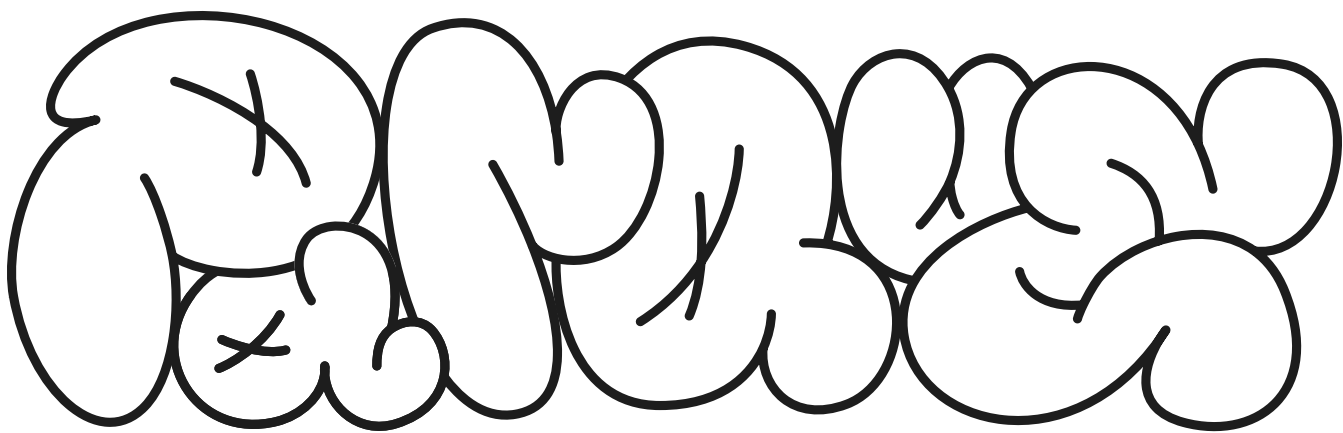
A estas mallas en 3D se les da más tarde una textura, colores y parámetros procedurales para conseguir un material similar a la plastilina, enfatizando más todavía la sensación de juego y momentos infantiles.

Primer boceto de tipografía exclusiva



Superposición y limpieza de trazos

Logotipo principal en 2 dimensiones



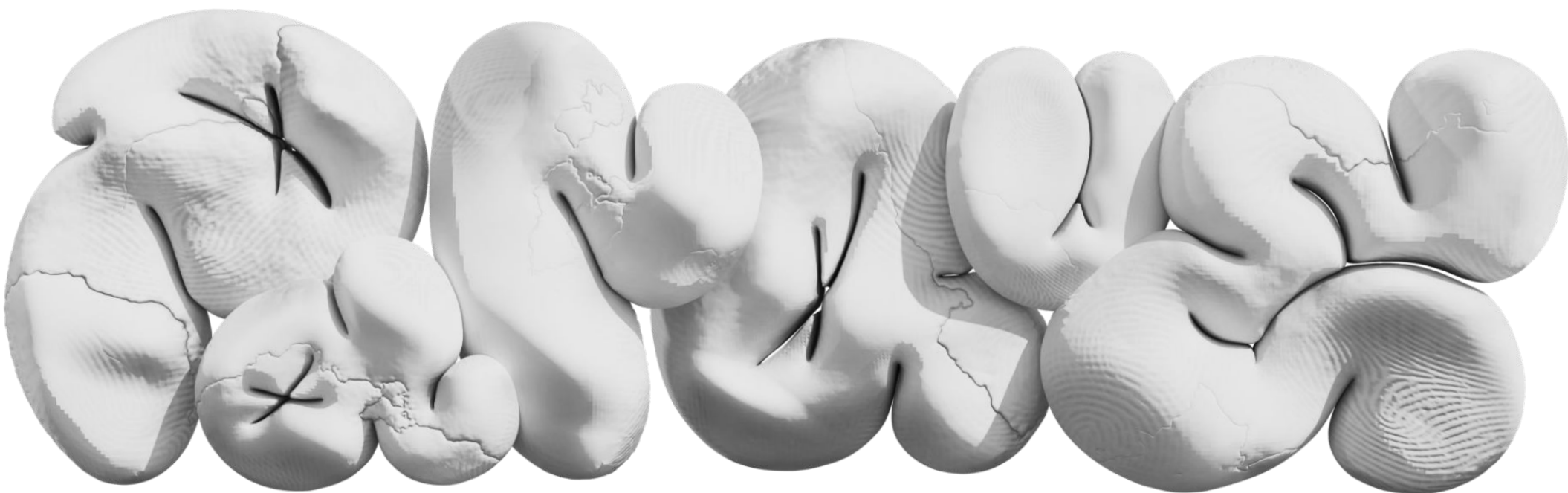
Traslado a modelo 3D superponiendo caracteres

Modelo base en 3 dimensiones



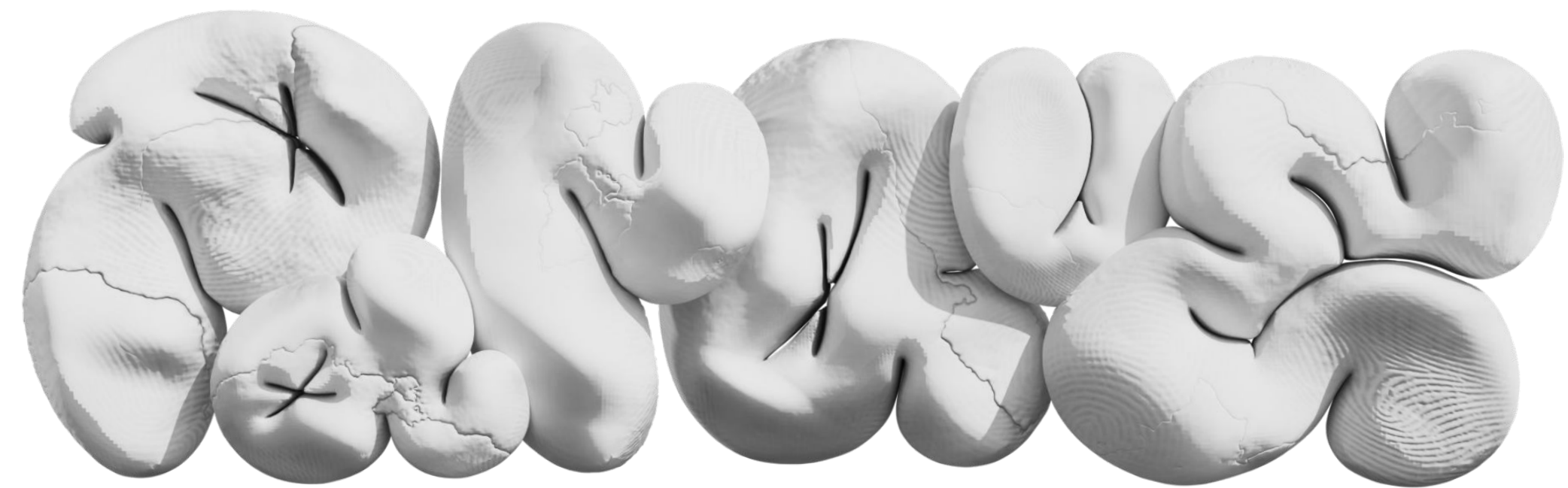
Aplicación de texturas, materiales, iluminación y tratamiento de color

Logotipo principal (una de sus formas) en formato horizontal



Variaciones y mutación

Con el objetivo de generar una identidad más dinámica, nuestros logotipos pueden variar de forma no solo según el espacio que han de ocupar, sino cambiando sus propiedades físicas, alterando su forma y re-modelándose al estar hechas de plastilina.



Apréciese el cambio de formas, hendiduras y marcas

El logotipo

Dada la naturaleza del proyecto, y la fuerte conexión entre su apartado conceptual y el gráfico, la marca PARQUE no posee como tal un logotipo principal, sino una serie de variaciones compuestas por cada uno de los caracteres de la palabra ‘PARQUE’ moldeados en plastilina y dispuestos de tal manera que, al igual que el propio evento, el conjunto de letras se adapte al espacio a ocupar, según el soporte y aplicación en el que se encuentre.

Versiones y variabilidad

Los logotipos variarán tanto en distribución, diseño de las letras como aplicación del material de “plastilina”. Estas son algunas de las composiciones de logotipo, diseñadas en 3D para la primera edición de PARQUE. Más tarde veremos distintas aplicaciones según el formato y especificaciones.

*Aplicación sobre fondo oscuro para una visibilidad óptima

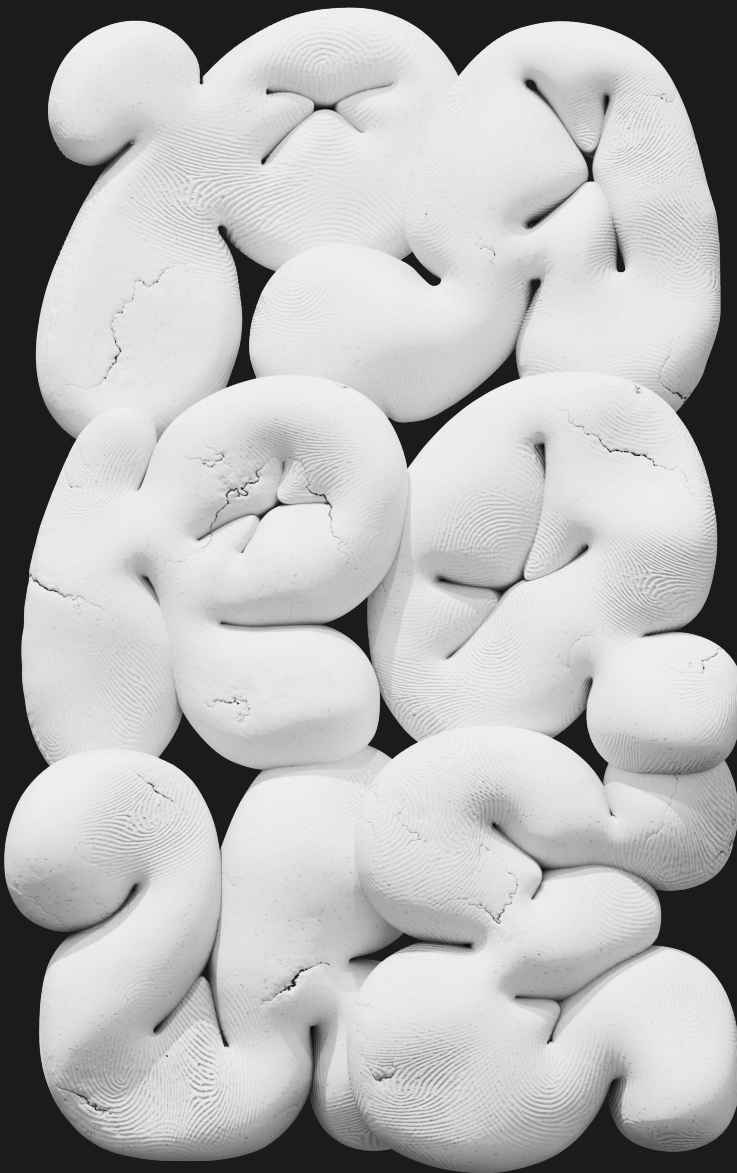
Logotipo Horizontal



Logotipo Cuadrado



Logotipo Vertical



Área de respeto

Las aplicaciones de la identidad de PARQUE se basan en la superposición de elementos y la convivencia de imágenes tridimensionales y 2D, por lo que el área de respeto para cada uno de los logotipos estará más condicionada por el formato y la información presente en él, que por el propio logotipo como tal.

El el caso de sus representaciones en 3D, el logotipo **siempre estará al frente del resto de elementos**, principalmente de los textos presentes en cada formato, excepto respecto a las pegatinas, colocándose la mayoría de ocasiones sobre ellas, pero existiendo la posibilidad de colocar estos *stickers* sobre la propia imagen 3D.

En definitiva, no existe como tal un área de respeto, pero para conocer mejor el uso, aplicaciones y área de respeto de los logotipos, se recomienda consultar el apartado de jerarquías, cuadrículas y normas de aplicación para cada formato, presente en este mismo documento.

Ejemplos de la superposición de elementos con logotipo 3D

El logotipo 3D siempre estará al frente del resto de elementos, y su área de respeto no es fija, sino que depende de la correcta lectura de la información sobre la cual se superponga



Ejemplo de la superposición de elementos con logotipo 2D

El logotipo 2D siempre estará al frente del texto, tanto principal como secundarios, pero en el caso de compartir espacio con algún pictograma en forma de pegatina, ésta irá al frente.

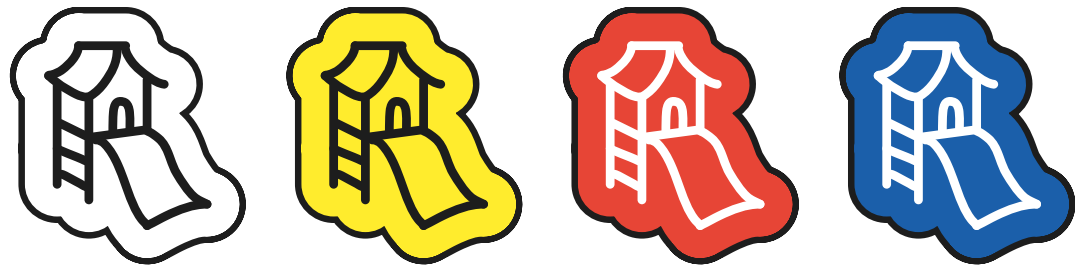


Reducción

Siguiendo de nuevo el carácter mutante y adaptable de la marca PARQUE, los distintos logotipos también se acomodan al tamaño del espacio que van a ocupar, pudiendo funcionar en su representación principal (logotipos 3D), en un plano bidimensional (el logotipo con tipografía *custom* del que surgen el resto), o en su versión más reducida y condensada, la marca se representa con el pictograma principal: el tobogán.

El logotipo sufre entonces una síntesis una vez el tamaño de representación va disminuyendo, importando más el contexto en el que se está utilizando, que la versión del logotipo que estamos utilizando, y hemos de trabajar más con intuición y entendiendo qué queremos transmitir como marca.

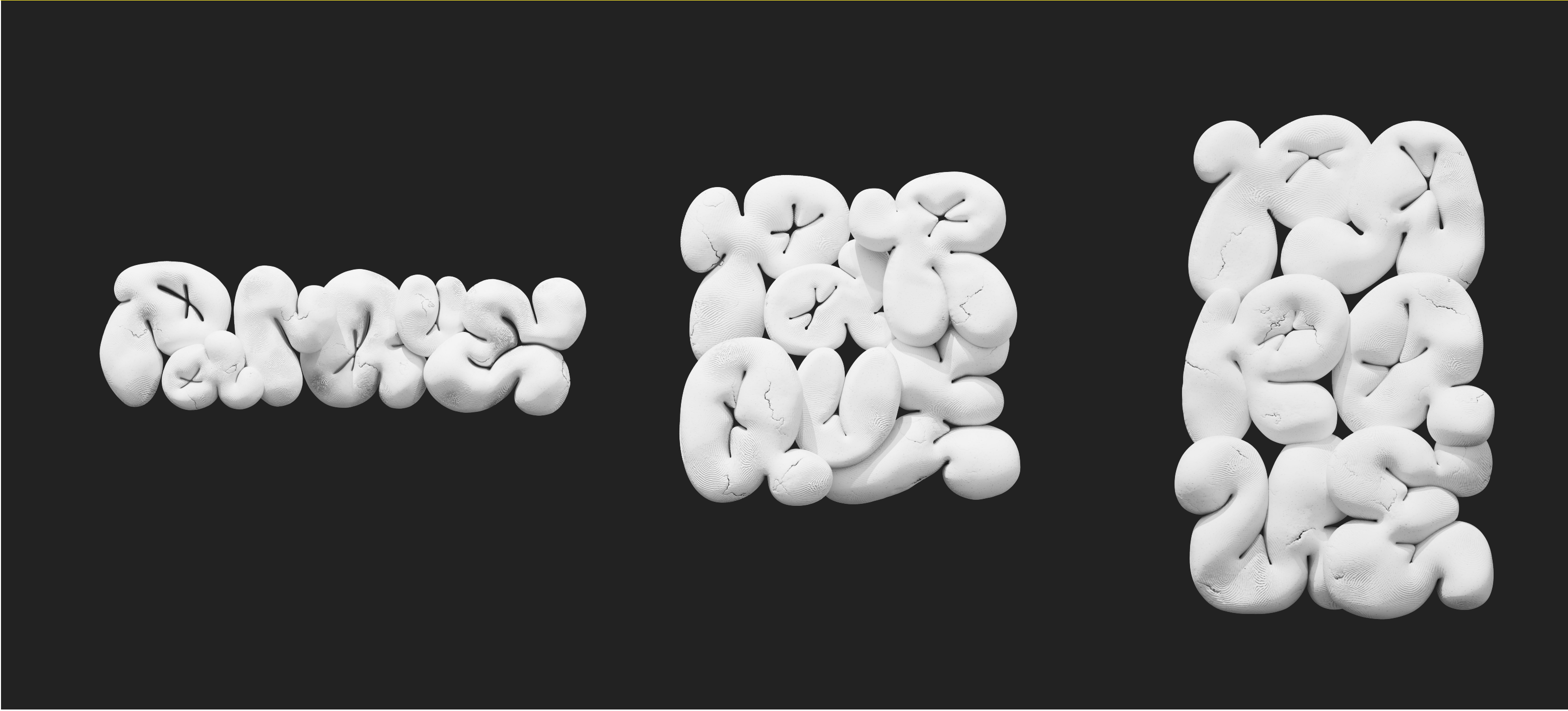
En caso de dudas, la síntesis completa del logotipo, convertido en tobogán, debe ser utilizada en los formatos más pequeños.



Cromatismo

Logotipo 3D

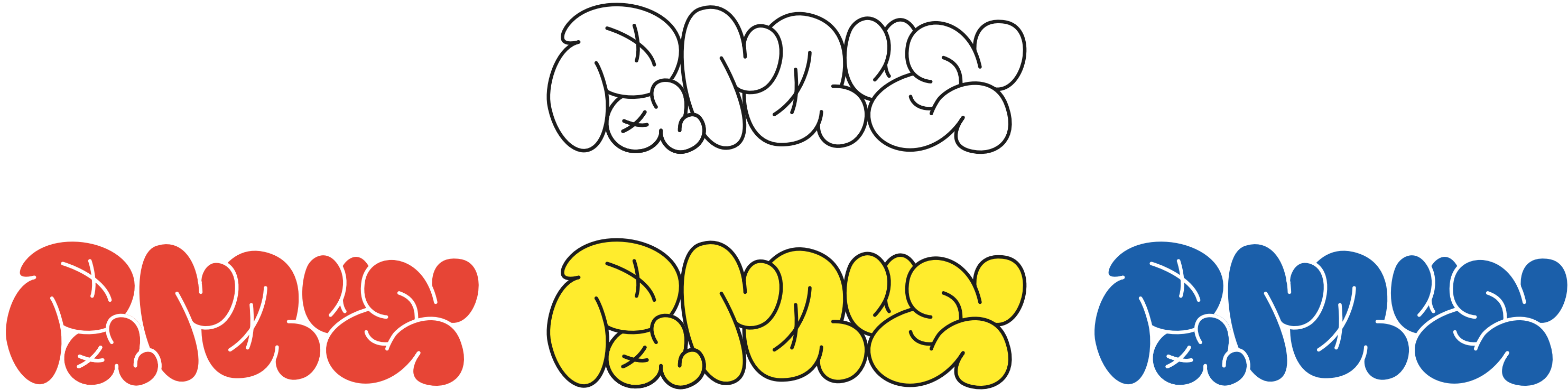
El proceso para la construcción del logotipo 3D explicado anteriormente, finaliza tratando el color de los resultados finales para convertir la imagen de PARQUE en una representación **monocromática en escala de grises**, sin tintes ni reflejos de ningún color, aportando una vez más, ese valor de sostenibilidad a la hora de imprimir.



Logotipo 2D

En el caso de la representación en 2D ya sea con el término “Parque” o con el pictograma del tobogán, los colores utilizados serán exclusivamente los de nuestra paleta cromática, definida en el siguiente apartado de este manual de marca, y tendrán 2 opciones de representación:

- Blanco y negro
- 2 colores, siendo uno de ellos blanco o negro, y el otro, los tonos rojo, amarillo o azul de la paleta



Usos incorrectos

Es crucial que, para ser coherentes con la premisa de ser una marca dinámica, mutante y que se adapta al . formato en el que deba plasmarse, cada uno de los logotipos o imágenes representantes de PARQUE han de estar justificados por el formato en el que aparecen.

Además de esto, debe cumplirse el monocromatismo y la correcta aplicación de los materiales con los que se construye el logotipo.

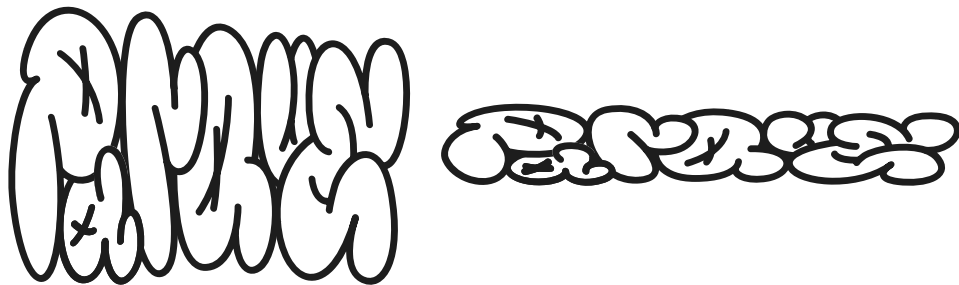
Negativo en blanco y negro



Modificación del grosor del trazo



Escalar sin mantener proporción



Uso del negro junto al rojo o al azul



Uso del blanco junto al amarillo



Uso de colores fuera de la paleta



Cambio en los materiales del logotipo 3D



Tinción de color de los logotipos en 3D



Rotación de cualquiera de los formatos



Identidad Visual

Cromatismo

La paleta cromática que identifica a PARQUE está conformada por 3 colores: rojo, amarillo y azul.

Esta combinación de tonos unidos por una alta saturación genera un contraste visual colorido y vivaz, que refleja el carácter juvenil de la marca.

Conceptualmente, esta paleta reducida y conformada únicamente por tres colores derivados de los colores primarios, nos recuerda a los colores utilizados en pinturas de parques, áreas de juego o circos.

Además de llamativos, estos tonos son fáciles de imprimir y cumplen los valores de sostenibilidad.

HEX

#E74536

RGB

R 231
G 69
B 54

CMYK

C 0%
M 70%
Y 77%
K 9%

PANTONE®
2347 U

HEX

#FFEC2D

RGB

R 255
G 236
B 45

CMYK

C 0%
M 7%
Y 82%
K 0%

PANTONE®
102 U

HEX

#1B5FAA

RGB

R 27
G 95
B 170

CMYK

C 84%
M 44%
Y 0%
K 33%

PANTONE®
2935 U

Tipografía

Considerando como primera tipografía la personalizada que utilizamos para crear los logos, PARQUE utiliza una dupla tipográfica formada por:

1. **Dazzed**, una tipografía de palo seco con variaciones estilísticas, polivalente para su uso en títulos y cuerpos de texto. Para los textos primordiales, se aplica en caja alta, y se mantiene en caja baja en el resto de situaciones,

2. **Instrument Serif**, utilizada en subtítulos, cuerpos de texto secundarios o “decorativos” y como elemento diferenciador de secciones. En este caso, se trata de una tipografía con serifa, comprimida y de trazo vertical, y se utilizará exclusivamente en caja baja.

Principal

Títulos y cuerpos de texto

Dazzed (Medium)

*Variación estilística de los caracteres ‘a’ y ‘g’

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?

Secundaria

Subtítulos, texto “decorativo” y secciones

Instrument Serif

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?

Pictogramas

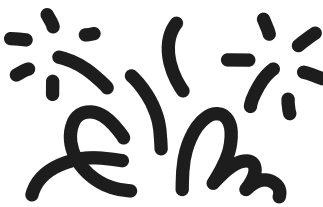
Para acentuar esa conexión con la infancia y el juego libre, añadiendo también un toque "travieso", generamos una serie de pictogramas a mano alzada que adquieren especial relevancia en forma de pegatinas, las cuales formarían parte de la campaña de guerrilla para la promoción y el recuerdo del festival, y que a su vez acompañan a la información y recursos primordiales en cartelería y otros formatos.

Definición

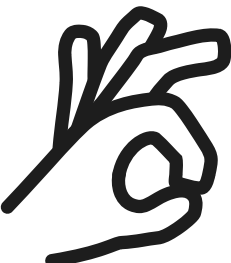
de PARQUE



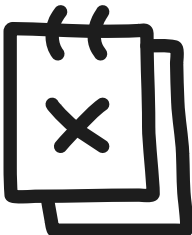
Parque



Festival



Guay



Fechas



Localización



¡Nos vemos!

Actividades

que suceden en PARQUE



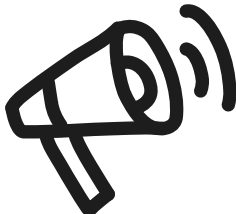
Taller/
workshop



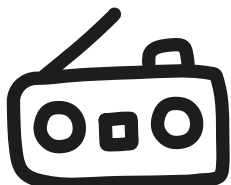
Presentación
de obra



Performance/
Escénicas



Charla



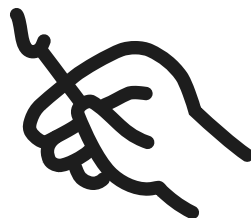
DJ Set



Música en directo

Disciplinas

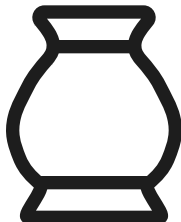
que engloba PARQUE



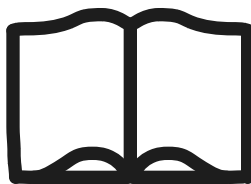
Ilustración/
Pintura



Moda/Textil/
Accesorios

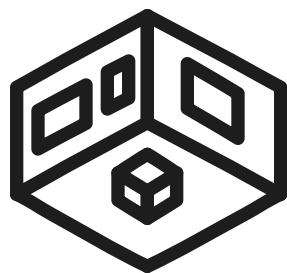


Artesanía



Editorial

Instalaciones y exposiciones



Identidad Verbal

Naming

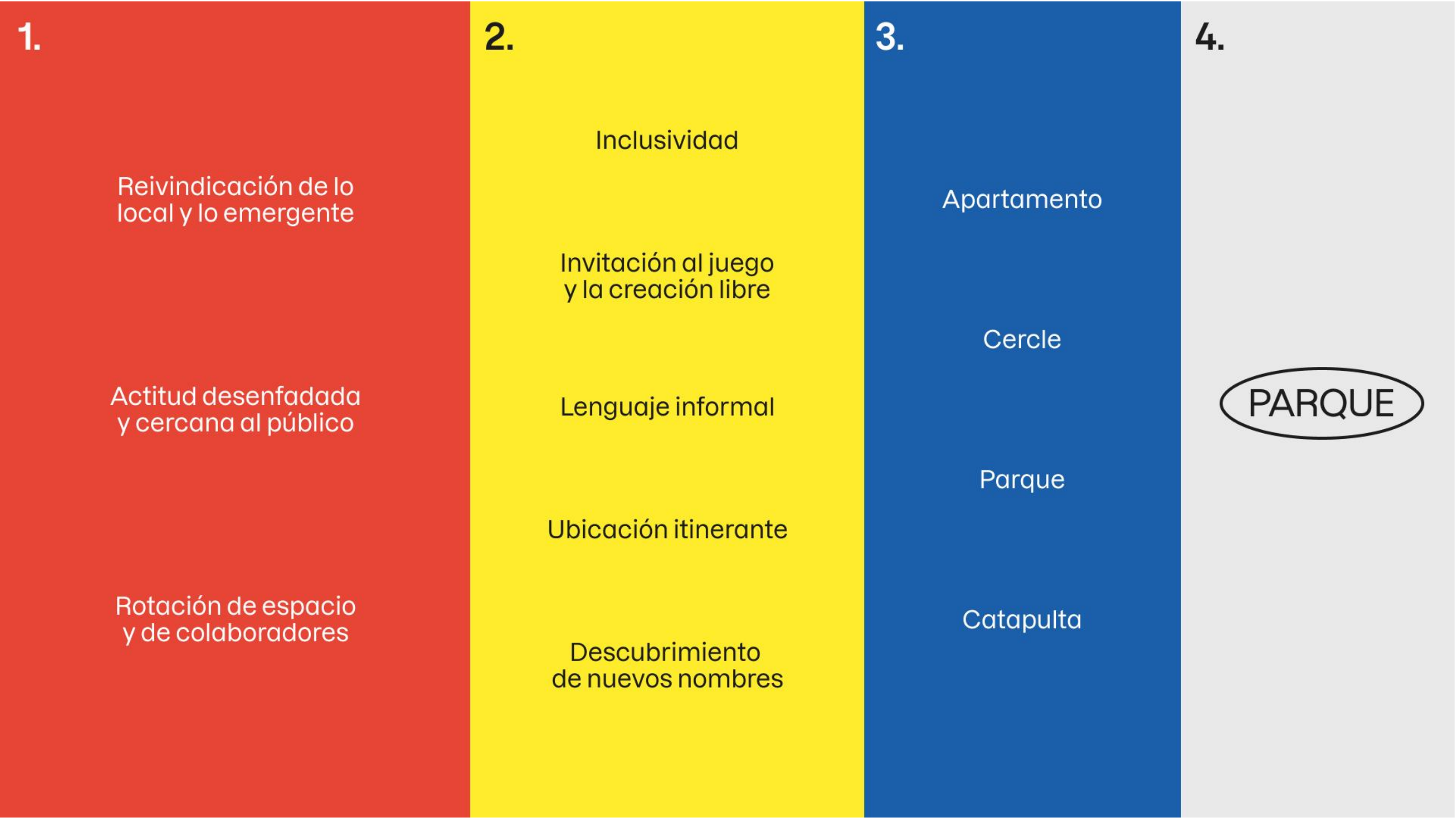
Partiendo de los valores y conceptos que se desean comunicar como punto de partida, además de los arquetipos correspondientes.

Llegamos finalmente a “PARQUE” – escrito siempre, en mayúsculas – como el nombre final para nuestro festival. Con este nombre, sentamos las bases de una marca centrada en el disfrute a través del juego y la creación libre.

Jerga comunicativa

Seleccionado entonces el nombre, los principios de “juego” y “creación libre” se reflejan también en el resto del lenguaje de la marca, pretendiendo llevar al espectador a un espacio casual, alejado de pretensiones, y cercano al ecosistema verbal de su día a día, sin términos rebuscados ni descripciones aguajeras.

Encontramos entonces en la comunicación y difusión del festival, una redacción en prosa continua que, aunque presenta diferentes jerarquías de texto mediante tamaños o tipografías, fluye de manera ininterrumpida a través de la información y los datos clave del festival. Este estilo de escritura crea un lenguaje humano y coherente con los valores del festival, evocando la naturalidad del discurso cotidiano y fiel a la personalidad de la marca.



Proceso de *naming* de la marca

Aplicaciones

Aplicaciones Analógicas

3.1.

Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Carteles principales

Este tipo de cartel presenta la información principal escrita en prosa continua, utilizando diferentes tipografías para resaltar la jerarquía de la información. Las pegatinas se utilizan para destacar los elementos más importantes, y el logotipo ocupa completamente su espacio asignado. Los carteles varían en los tres colores principales, ajustando el color del texto para asegurar el máximo contraste.



Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Carteles principales



Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Carteles dobles secundarios

Se combinan dos carteles que se presentan juntos para facilitar su comprensión. Uno de los carteles muestra el logotipo vertical hinchado, ocupando todo el espacio y rodeado por un marco con los nombres de los colaboradores. El segundo cartel contiene la información clave en texto continuo, diseñado como un “lienzo en blanco” donde se invita a colocar pegatinas o realizar trazos analógicos en el espacio destinado a tal fin --por defecto, incluiría algunas pegatinas del festival, para transmitir eficazmente esta función.



PARQUE

es un festival
multidisciplinar de
artes emergentes
que se celebrará en
PLUTO

Bulevar Sur esquina
Calle Pío IX, s/n, Jesús,
46017 Valencia



el 18-19 de octubre .



HABRÁ Y TALLERES ,
SOBRETOD

CHARLAS ,
GENTE

MÚSICA ,
MUY GUAY.

¡Te esperamos!

Primera edición

IG Parquefestival

www.parquefestival.es

Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Cartelería

VALE OBJECTS + FESTIU + CORET

GALARBARA + CERÁMICAS BIZCOCHO + KNIT&PURL + SSSSEPO



PENSAMIENTO SALVAJE + DIDIMOONS

CANDE MALDONADO + PLANTA BAJA PRINT + MULTILOVELOVELOVE

PARQUE es un festival multidisciplinar de artes emergentes que se celebrará en PLUTO, Valencia el 18-19 de octubre.

Bulevar Sur esquina Calle Pro IX, s/n, Jesús, 46107 Valencia





HABRÁ TALLERES, CHARLAS, MÚSICA, Y, SOBRETOD, GENTE MUY GUAY.

¡Te esperamos!

Primera edición IG Parquefestival www.parquefestival.es

VALE OBJECTS + FESTIU + CORET

GALARBARA + CERÁMICAS BIZCOCHO + KNIT&PURL + SSSSEPO



PENSAMIENTO SALVAJE + DIDIMOONS

CANDE MALDONADO + PLANTA BAJA PRINT + MULTILOVELOVELOVE

PARQUE es un festival multidisciplinar de artes emergentes que se celebrará en PLUTO, Valencia el 18-19 de octubre.

Bulevar Sur esquina Calle Pro IX, s/n, Jesús, 46107 Valencia





HABRÁ TALLERES, CHARLAS, MÚSICA, Y, SOBRETOD, GENTE MUY GUAY.

¡Te esperamos!

Primera edición IG Parquefestival www.parquefestival.es

VALE OBJECTS + FESTIU + CORET

GALARBARA + CERÁMICAS BIZCOCHO + KNIT&PURL + SSSSEPO



PENSAMIENTO SALVAJE + DIDIMOONS

CANDE MALDONADO + PLANTA BAJA PRINT + MULTILOVELOVELOVE

PARQUE es un festival multidisciplinar de artes emergentes que se celebrará en PLUTO, Valencia el 18-19 de octubre.

Bulevar Sur esquina Calle Pro IX, s/n, Jesús, 46107 Valencia





HABRÁ TALLERES, CHARLAS, MÚSICA, Y, SOBRETOD, GENTE MUY GUAY.

¡Te esperamos!

Primera edición IG Parquefestival www.parquefestival.es

Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Banners y multi-mupis



Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Cartel-folleto

Basado la estructura de los carteles “estándar”, y adaptando el texto para expresar la asistencia presente al festival, se crea un cartel de recuerdo tamaño A2 que es, a la vez, folleto informativo, en su parte posterior. Este folleto incluye la programación del evento, un mapa de colaboradores dentro del espacio y una exposición del manifiesto y los objetivos del festival.

Parte anterior



Parte posterior



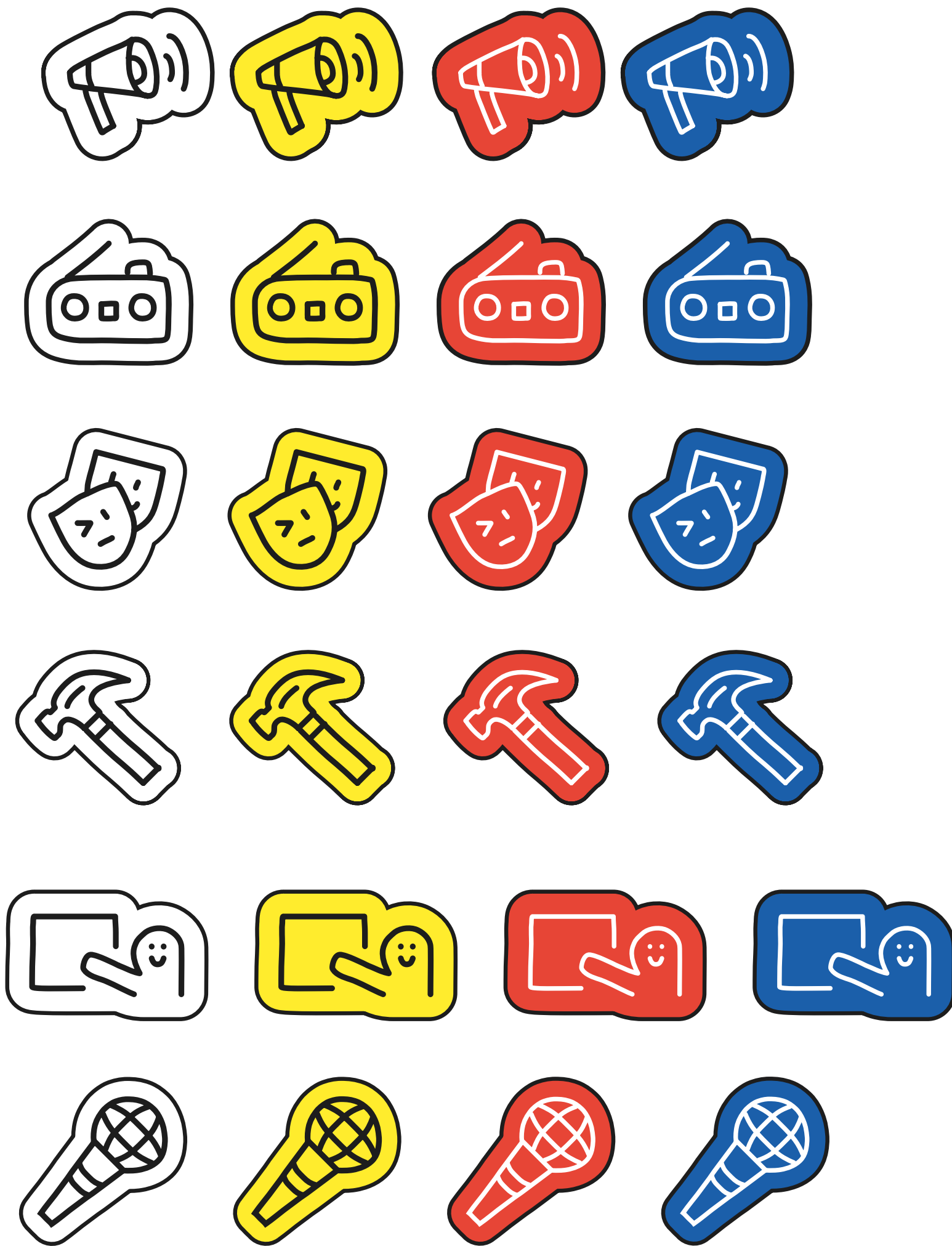
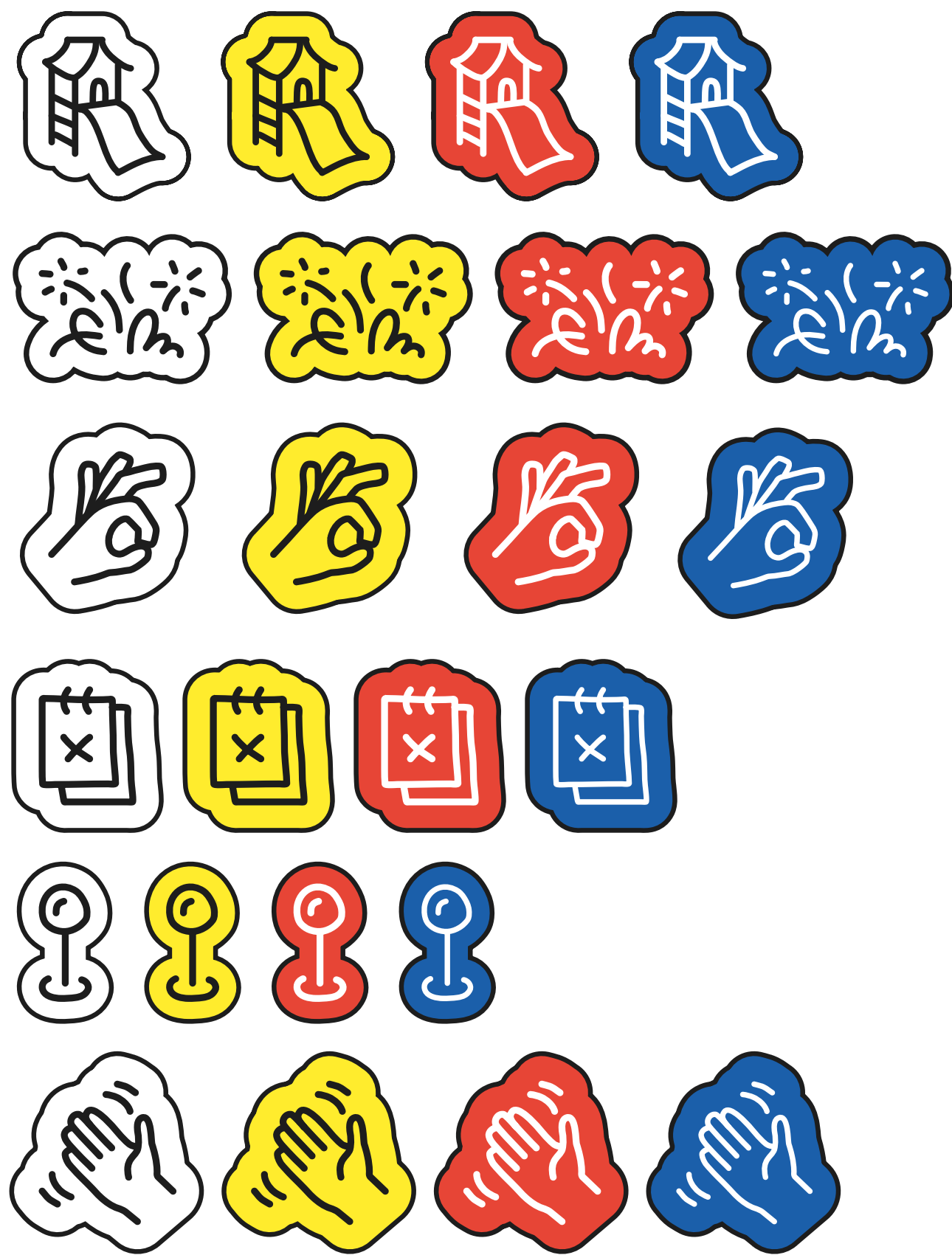
Cartel-folleto (parte anterior, tamaño A2)



Cartel-folleto (parte posterior, tamaño A5 hasta A2)

[illegible]

Pegatinas



Aplicaciones Digitales

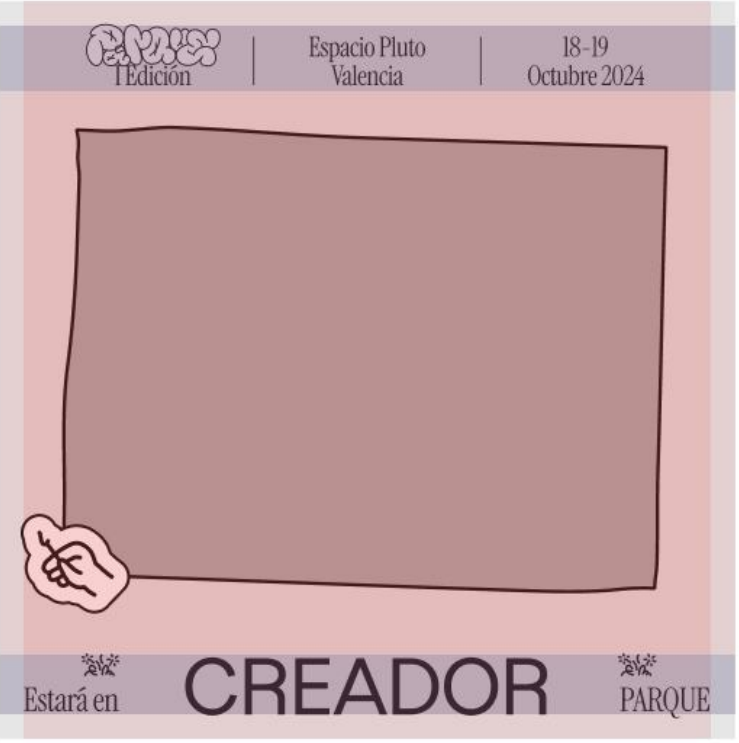
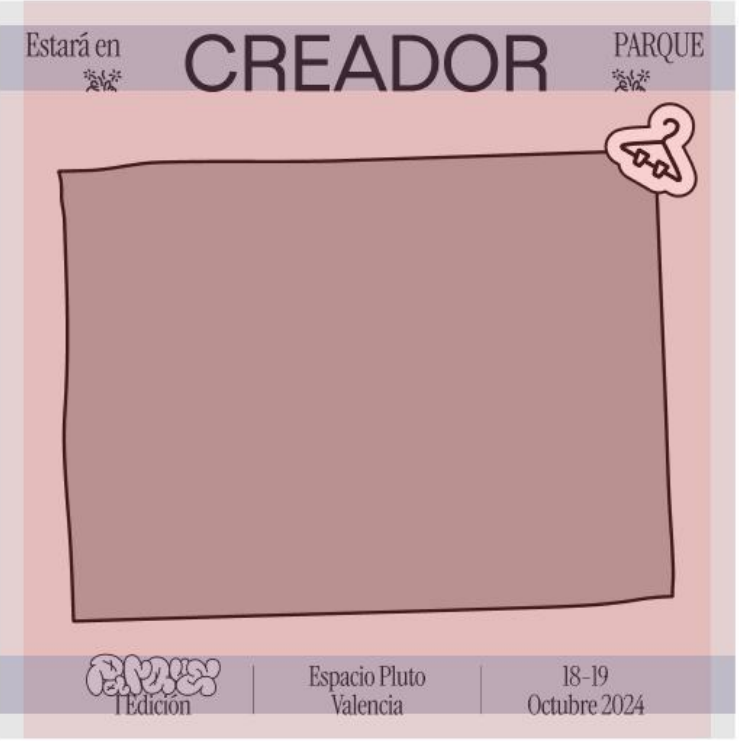
Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Posts para RRSS: Sistema de colaboradores

Se crea un cuadrícula simplificada para la guía de publicación en redes sociales, y en especial, para Instagram, con intención de promocionar y anunciar a los colaboradores de cada edición del festival.

De este modo, vamos intercalando entre colocar la información del festival y del colaborador en la parte superior o inferior de la imagen, lo acompañamos con una fotografía en el centro del post a modo de representación del creativo, y añadimos la pegatina correspondiente a la disciplina que trabaje.



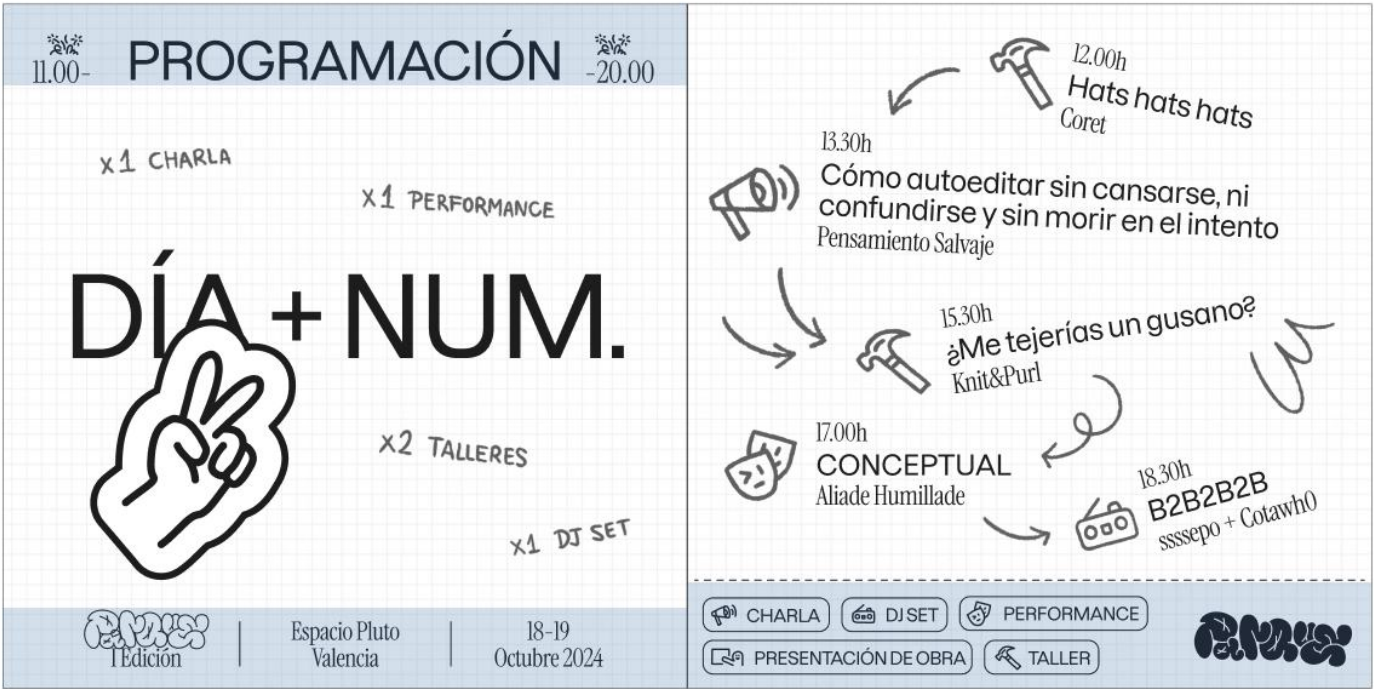
Aplicaciones analógicas Aplicaciones digitales

Posts para RRSS: Sistema de programación

Siguiendo la misma línea anterior, mantenemos las franjas superiores e inferiores, concentrando la información crucial en el centro del *post*.

En este caso, los elementos se distribuyen de manera libre (pero con cierto criterio) en el espacio disponible entre las dos franjas fijas de información, utilizando los recursos y técnicas relacionados con el festival de manera coherente.

Por ejemplo, si utilizamos un fondo que emula una libreta, la información irá acompañada de escritura a mano y garabatos.



Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Otros formatos de RRSS

Post ejemplo utilizando mutaciones del logotipo



Post y story para anunciar la open call



Post y story principales, adaptadas de cartel “estándar”



Web del festival - *Coming soon*

En el formato web “*coming soon*”, encontraremos una página estática de 2 columnas, una fija y otra con *scroll*, en la que cualquier interesado puede proporcionarnos su nombre y correo electrónico para estar al tanto de las novedades de PARQUE, a cambio de poder aportar un dibujo, firma o lo que fuere a la página del festival, que se mantendrá hasta el final de cada edición.




Web del festival - *Open call*

Una vez abierta la llamada para inscribirse en el festival, la web cambiará a proporcionar un formulario diseñado siguiendo las pautas creativas y recursos gráficos de PARQUE.

En este formulario, cualquier interesado puede inscribirse y enviar una solicitud de participación a PARQUE, indicando su nombre, disciplina, disponibilidad, intención de realizar algún tipo de actividad, e informándose sobre el contenido del *zine*, ARENERO.

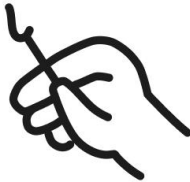
Volver

¡Hola, PARQUE!


 Soy/somos ▼

Tu nombre o pseudónimo

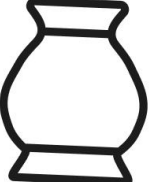
y hago:



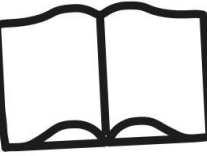
Arte visual
Engloba ilustración,
pintura, dibujo, etc.



Moda
Autoconfección de prendas
de cualquier tipo y tejido



Artesanía
Engloba cerámica,
bisutería, etc.



Editorial
Engloba fanzines,
publicaciones, revistas, etc.

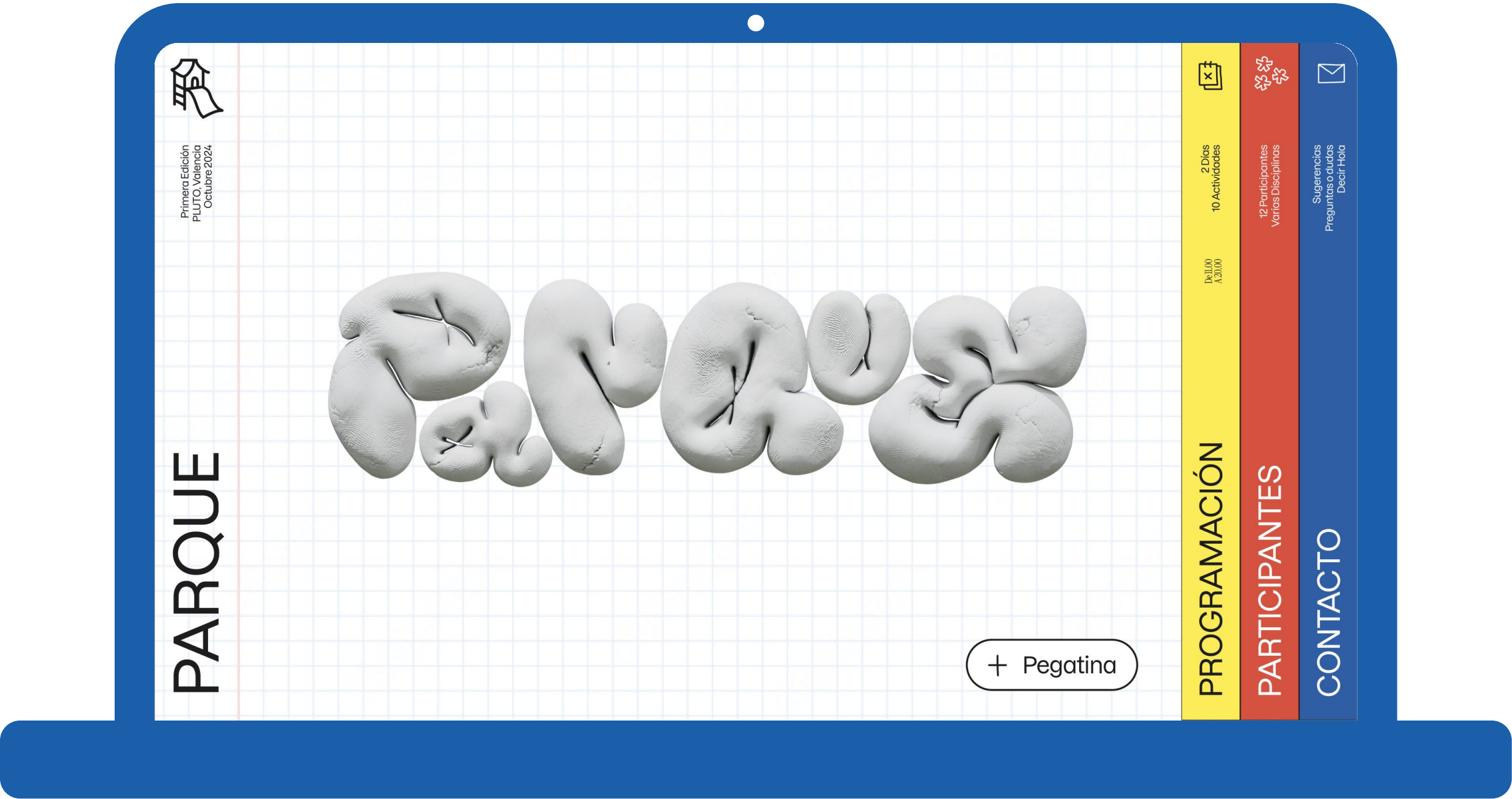
Web del festival - Versión oficial

Landing page

Una vez anunciado el festival y cerrado el *open call* la web se conformará por una *landing page* con las letras de PARQUE como objetos 3D interactivos que puedes lanzar a lo largo de toda la pantalla, y haciendo scroll encontramos un manifiesto del festival, información sobre el *zine* y datos sobre la próxima edición

Contará también con 3 pestañas alternas: Programación, Participantes y Contacto.

En cada una de ellas, se mostrará, de nuevo siguiente en la línea gráfica y conceptual de la iniciativa, los eventos a realizarse en los días que se celebre el festival, los colaboradores de cada edición, y un buzón de preguntas, dudas, quejas y sugerencias hacia la organización de PARQUE.



Aplicaciones analógicas

Aplicaciones digitales

Web del festival - Versión oficial

Pestañas secundarias

