

PARQUE I

ANEXO II: FICHAS DE ANÁLISIS DE PRECEDENTES

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

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

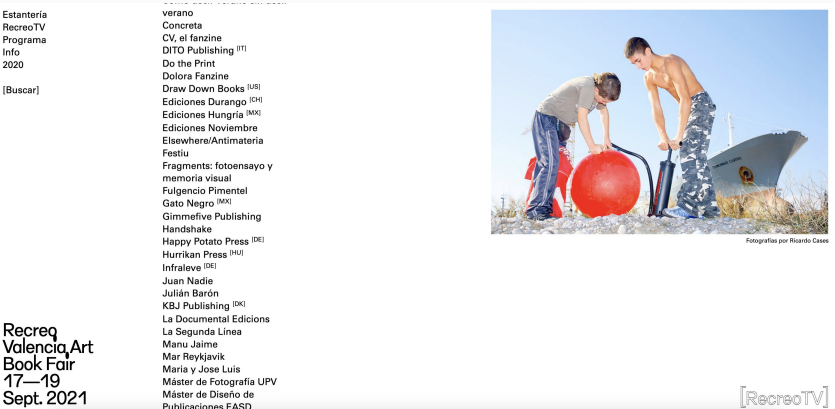
RABF 2023



RABF 2022



RABF 2021

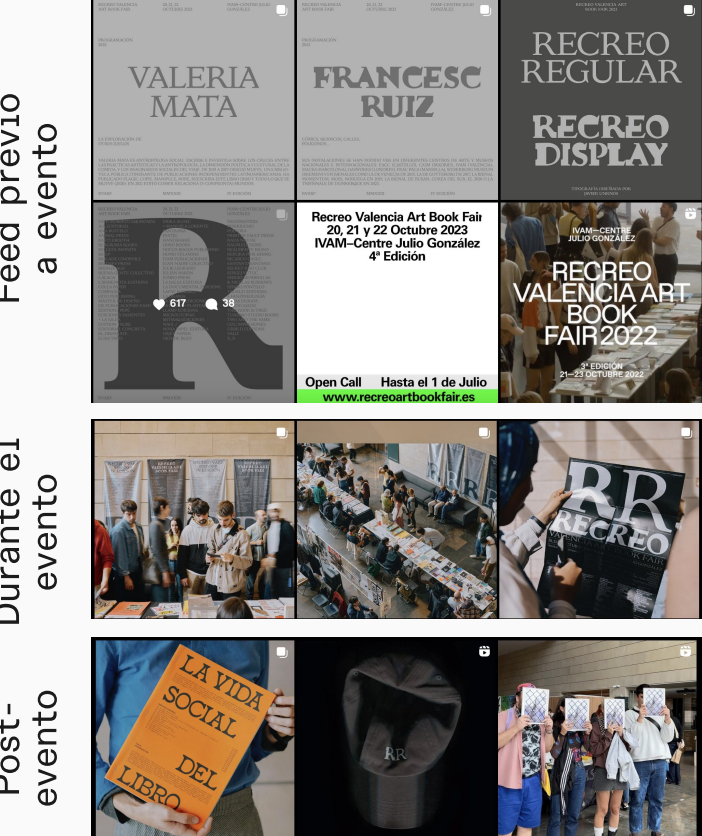


RABF 2020



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

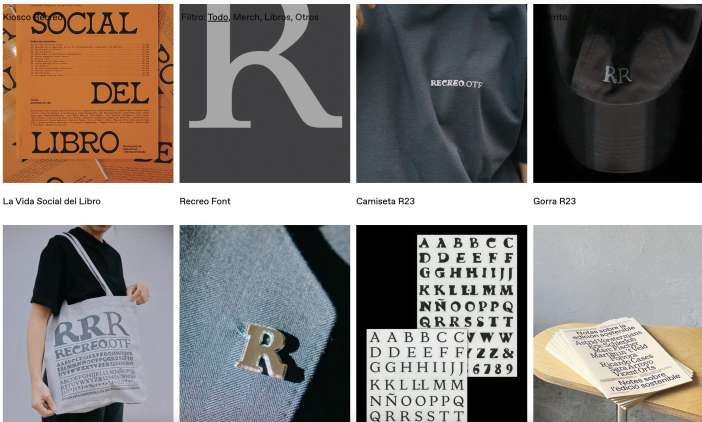


Recreo documenta extensivamente cada uno de los expositores de su line-up antes del evento, además de las actividades paralelas. Durante el evento, el feed es mucho más fotográfico, y después, se anuncian mayoritariamente merch y *recap reels*.

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

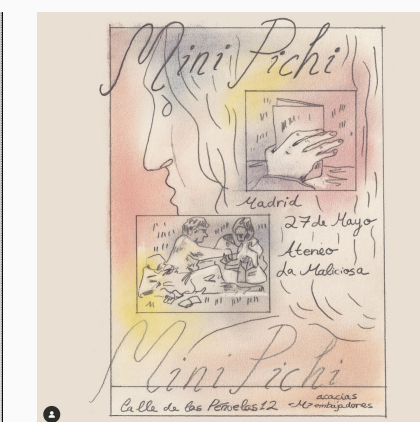


El Pichifest mantiene en sus redes sociales únicamente los posts de *open calls* y los artistas que colaboran en la siguiente edición, además de anuncios de actividades, pero nunca fotos del evento.

Elementos diferenciadores



Pichizine



Mini Pichi



Pichi Café



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



La imagen de Otro Puto Mercadillo ha ido gradualmente sirviéndose más de elementos dibujados digitalmente a mano alzada, convirtiéndose recientemente en el punto central de la composición frente a la fotografía predominante en años anteriores. Estos cambios estilísticos no siguen un patrón reconocible en el tiempo.

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

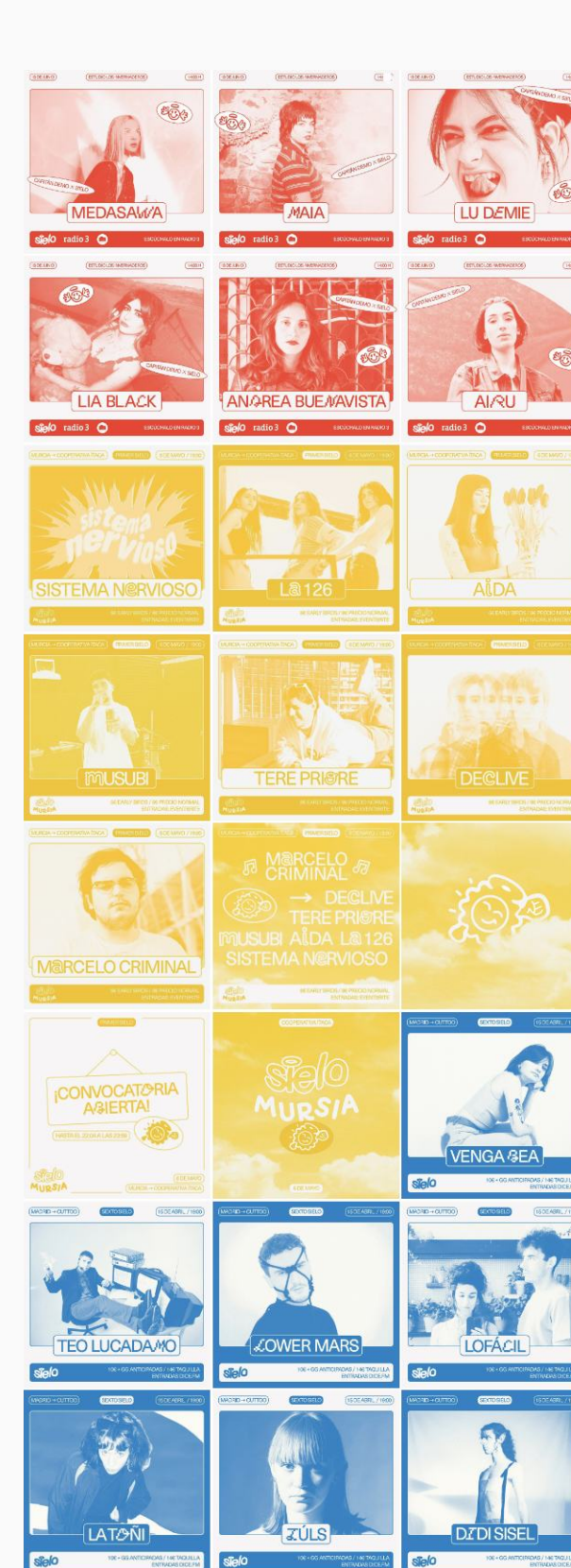
Conciertos, música en directo, DJ sets.

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