

NO SON SUGERENCIAS

Todo lo que hay aquí está deducido de piezas que ya existen – la entrada, la línea de merch, el cartel, el feed – no inventado para rellenar un manual.

Cada regla se puede comprobar contra una pieza real.

LA REGLA QUE MÁS SE INCUMPLE

JUNTOS, EL SÍMBOLO TOMA EL COLOR Y EL NOMBRE SE QUEDA EN BLANCO: ESA ES LA ÚNICA COMBINACIÓN DE DOS TINTAS QUE EXISTE. EL NOMBRE SOLO SÍ TOMA EL ACENTO. NUNCA DOS ACENTOS EN UNA PIEZA. SOBRE CAMPO DE COLOR, TODO EN NEGRO.

SÍMBOLO

24 PX / 8 MM · AIRE ALTURA DEL SÍMBOLO ÷ 4 POR CADA LADO

SOLO, CUANDO FAUNA YA ESTÁ EN LA SALA. AVATARES, SELLOS, MERCH, LOOPS DE LED.

NUNCA · NUNCA LO CONTORNEES, LO GIRES NI LE PONGAS SOMBRA. LA ONDULACIÓN ES UN TRATAMIENTO, NO LA MARCA: NUNCA ENTREGUES UN FOTOGAMA DISTORSIONADO COMO LOGO. POR DEBAJO DE 12 MM SOBRE TELA LA CONTRAFORMA SE CIERRA: ÁBRELA O VE MÁS GRANDE.

LOGOTIPO

66 PX / 18 MM · AIRE ALTURA DE LA N POR CADA LADO

EL NOMBRE DE FAUNA, SIEMPRE QUE HAYA SITIO. CARTELES, LED, MERCH, CABECERAS, PERFIL.

NUNCA · NUNCA LO REHAGAS CON TIPOGRAFÍA: EL LETTERING ESTÁ DIBUJADO, NO COMPUESTO. Y NUNCA POR DEBAJO DE 66 PX – SU TRAZO SOSTENIDO MÁS FINO ES EL 3,05 % DE LA ALTURA, ASÍ QUE A 40 PX RONDA EL PÍXEL Y SE EMPASTA. AHÍ VA EL SÍMBOLO SOLO.

IMAGOTIPO

88 PX / 24 MM · AIRE ALTURA DEL SÍMBOLO ÷ 3 POR CADA LADO

LA CONFIGURACIÓN POR DEFECTO. PRIMER CONTACTO, COLABORACIONES, SEÑALÉTICA, CABINA, TÓTEMS, DOCUMENTOS, CRÉDITOS.

NUNCA · NUNCA SUSTITUYAS EL LETTERING POR TIPOGRAFÍA COMPUESTA – ESA VERSIÓN EXISTIÓ Y SE RETIRÓ. EL MÍNIMO SALE DEL NOMBRE: ES EL 75,7 % DEL ALTO, Y A 88 PX EL LETTERING TOCA SU SUELO DE 66. NUNCA CAMBIES EL PASILLO ENTRE SÍMBOLO Y NOMBRE: ES EL 20 % DE LA ALTURA DEL CONJUNTO –MEDIDO SOBRE EL FICHERO, LA FICHA DECÍA 30 Y EL FICHERO SIEMPRE DIJO 20–, Y CERRARLO CONVIERTE EL SÍMBOLO EN UNA LETRA MÁS.

APILADO

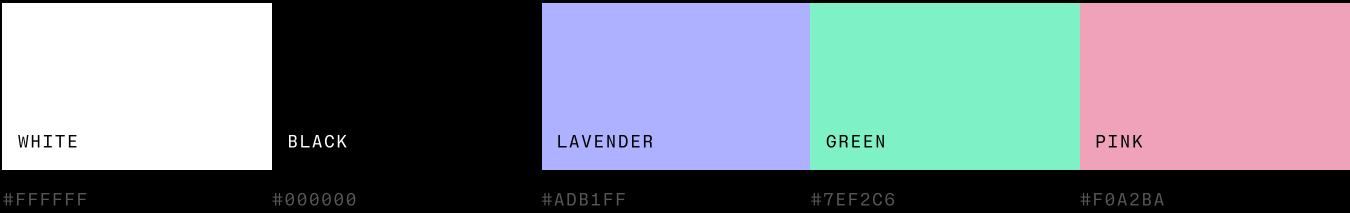
260 PX / 70 MM · AIRE ALTURA DEL SÍMBOLO ÷ 3 POR CADA LADO

FORMATOS ALTOS Y CUADRADOS: TÓTEMS, STORIES, BANNERS, ETIQUETAS.

NUNCA · NUNCA EN FORMATOS APAISADOS – PARA ESO ESTÁ EL IMAGOTIPO. Y OJO AL MÍNIMO: AQUÍ EL LOGOTIPO ES SOLO EL 26 % DEL ALTO, ASÍ QUE EL CONJUNTO NECESITA 260 PX PARA QUE EL LETTERING NO BAJE DE SUS 66. EN PULSERA Y EN ETIQUETAS PEQUEÑAS VA EL SÍMBOLO SOLO.

OBJETO FÍSICO	LA LÍNEA BASE VA EN BLANCO – CAMISETA Y SUDADERA, UNA SOLA TINTA. CUANDO UN OBJETO TOMA COLOR ES UN ACENTO Y LO LLEVA EL SÍMBOLO: GORRO VERDE, CALCETÍN ROSA. CADA PIEZA ELIGE UNO Y SE COMPROMETE.
PIEZA PRINCIPAL	HAY UN ESTADO EN EL QUE LOS TRES ACENTOS CONVIVEN: EL RACIMO DE GEL DE LA ENTRADA Y EL SÍMBOLO RELLENO DE DEGRADADO DEL CARTEL. UNO POR CAMPAÑA, NUNCA DOS. ES LA EXCEPCIÓN, Y POR ESO FUNCIONA.
DEGRADADO	ROSA → LAVENDER → VERDE, EN DIAGONAL. RELLENA EL SÍMBOLO A GRAN TAMAÑO, NUNCA LA TIPOGRAFÍA Y NUNCA EL FONDO. EL NOMBRE SE QUEDA EN BLANCO AL LADO.
JERARQUÍA	TRES ACENTOS Y CADA UNO CON SU OFICIO. LAVENDER ES EL PRIMARIO: FONDO DE ESTUDIO, PEANA, TARJETA GA, DEGRADADO. MINT ES EL CAMPO DE COLOR A SANGRE. ROSA ES EL OBJETO. NUNCA DOS EN LA MISMA PIEZA.
SOBRE NEGRO	EL SÍMBOLO VA GRANDE Y EN UNA SOLA TINTA. NUNCA EL IMAGOTIPO EN UN ESTAMPADO GRANDE – PARA ESO ESTÁ EL SÍMBOLO.

LA PALETA



MOV_01 RESPIRACIÓN

6400 MS · BUCLE · LINEAR

EL SÍMBOLO NUNCA ESTÁ CONGELADO.

Ondulación del 0,9 % del viewBox, ciclo de 6400 ms (0,156 Hz). Si la ves moverse, va demasiado rápido: aquí está amplificada ×9 solo para poder documentarla.

MOV_02 REVELADO POR MÁSCARA

1100 MS · CUBIC-BEZIER(.16,1,.3,1)

TODO TEXTO ENTRA DESDE DETRÁS DE UN BORDE.

1,1 em de recorrido, 26 ms por carácter. Nunca opacidad sola.

MOV_03 CORTE EN FLASH

90 MS × 4 · NINGUNO

CUATRO POR PIEZA. NUNCA MÁS.

Dos fotogramas de blanco puro y ninguna curva: la ausencia de easing ES el efecto. Aquí van los cuatro seguidos porque la regla no es el destello, es el límite – y un límite que no se enseña no se respeta.

MOV_04 DESPLAZAMIENTO

320 MS · CUBIC-BEZIER(.65,0,.35,1)

LA DISTORSIÓN ES UNA TRANSICIÓN, NO UN ESTILO.

Separación RGB de ±6 px que resuelve a cero. Siempre tiene que aterrizar limpio.

MOV_05 BUCLE DE SEÑAL

SIN PERIODO · LINEAR

EL MOVIMIENTO DE FONDO NUNCA RESUELVE.

No es una forma de hablar: el campo no tiene periodo. El barrido cierra a 11,1 s, la respiración a 19,6 s y el ruido se desplaza sin volver nunca. Tres ciclos inconmensurables no coinciden jamás, así que no hay dos instantes iguales. Lo que se ve abajo es el campo de verdad – y el fichero del archivo es un extracto de 6 s cerrado con fundido, porque el original no cierra.

MOV_06 VELOCIDAD

600 MS / 180 MS · CUBIC-BEZIER(.16,1,.3,1)

LA VELOCIDAD SIGNIFICA ALGO. RÁPIDO = DROP.

Las dos líneas recorren la misma distancia y salen a la vez. Una regla que compara no se puede enseñar con un solo ejemplo: sin el lento al lado, el rápido no es rápido, es simplemente la velocidad que hay.

INSTINTIVO

Hablamos desde la energía, el cuerpo y la intuición. El tono debe sentirse directo, visceral y conectado con la noche.

EL CUERPO DECIDE ANTES QUE LA CABEZA.

NO CABE · No argumenta. Si una frase necesita justificarse, no es de FAUNA.

SONORO

La voz viene del sonido. FAUNA habla de pulso, de ondas y de frecuencia: escribe lo que se oye en la sala, y sus frases se componen para decirse en voz alta.

UNA SALA ENTERA DE ACUERDO EN UNA SOLA ONDA.

NO CABE · Sin ficha técnica: ni géneros, ni BPM, ni equipo. La música se cuenta por lo que hace al cuerpo, no por cómo se fabrica.

HIPNÓTICO

Usamos frases cortas, repetitivas y memorables que funcionen como mantras dentro del universo de la marca.

SOMOS INSTINTO. SOMOS FRECUENCIA. SOMOS FAUNA.

NO CABE · No hay párrafos dentro de una pieza. La repetición es la estructura, no un adorno.

COLECTIVO

FAUNA habla a una comunidad. El tono debe invitar a formar parte de algo, no solo a asistir a un evento.

LLEGAS SOLO. NUNCA TE VAS SOLO.

NO CABE · No hay público, ni asistentes, ni clientes. Se dice «nosotros» o no se dice.

IDIOMA · DERIVADO DE LAS PIEZAS · NO ESTÁ EN EL DOCUMENTO

El español es la lengua de la marca. Valores, claims y todo lo que se dice desde dentro van en español, que es donde FAUNA se emociona. El inglés queda para la categoría y para lo que se vende.

EXPLICA

MUSIC · COMMUNITY · CULTURE

Enumera: dice de qué está hecha FAUNA. Va donde la marca se presenta a quien todavía no la conoce.

DÓNDE

BIO DEL PERFIL · PIE DE CADA PUBLICACIÓN · FLYER · PRIMER PLANO DE UN REEL

NUNCA · Partirlo ni reordenarlo. Los tres, en ese orden, o ninguno.

CONFIRMA

NIGHT CULTURE

No enumera: sitúa. Va sobre objeto, donde quien lo lee ya está dentro.

DÓNDE

SEÑALÉTICA · SELLO · ETIQUETA DE CUELLO · SERIE DE RESIDENTES · CON SINCE MMXXIV

NUNCA · Usarlo como resumen del otro. No es su versión corta: es otro descriptor.

Son dos, y no son intercambiables. La diferencia no es de longitud: es de dónde vive cada uno y a quién le habla. Uno explica a quien todavía no conoce la marca; el otro confirma a quien ya está dentro. Usar el corto como abreviatura del largo es gastar un descriptor para no repetir otro.