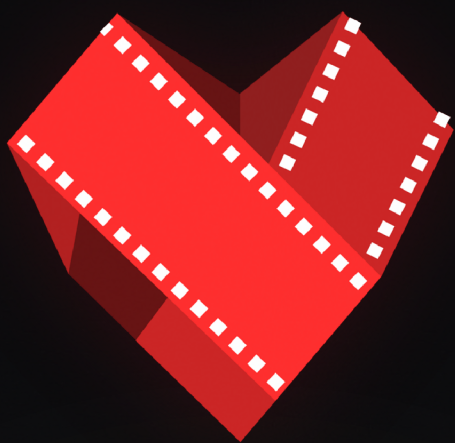


BARCELONA AUDIOVISUAL TECH ECOSISTEMA 4 CREATIVES
EST. 1975 · EIXAMPLE · ITES AUDIOVISUAL S.L.

LIBRO DE MARCA Y ESTILO
ENTREGA · 2026



BATEC

BARCELONA AUDIOVISUAL
TECH ECOSYSTEM 4 CREATIVES

batec — latido, en catalán.

● EL LATIDO

SCHOOL

5 ESTUDIOS

PRODUCCIÓN

R&D LAB

innovació + tradició = **MARCA BCN**

CONTENIDOS

& método.

Un libro de marca no es un manual de logotipo — es el sistema operativo que define cómo BATEC se ve, habla y actúa en cada punto de contacto. Este documento sigue cinco pilares, de la estrategia a la ejecución. Cada decisión se justifica con el marco de decisión de la última página.

- ♥ **El Corazón** — estrategia: por qué existe la marca.
- ▶ **La Voz** — identidad verbal: cómo habla.
- ◆ **El Rostro** — identidad visual: logotipo, color, tipografía.
- ✦ **El Ambiente** — imagen, iconografía y movimiento.
- ▣ **El Músculo** — aplicación en el mundo real.

ÍNDICE DE PÁGINAS

- 01 Estrategia de marca — propósito, misión, visión
- 02 Valores · arquetipo · personalidad
- 03 Posicionamiento & la ecuación de marca
- 04 Persona — Pol & Sofía · B2C
- 05 Persona — James & Laura · B2B
- 06 Persona — Carlos · Inversores
- 07 Identidad verbal — tono & las tres voces
- 08 Mensajes · vocabulario · mecánicas
- 09 Logotipo — el símbolo & el latido
- 10 Logotipo — construcción, espacio libre, tamaño mínimo
- 11 Logotipo — versiones & usos incorrectos
- 12 Color — paleta, valores, Pantone/CMYK
- 13 Color — proporciones & accesibilidad
- 14 Tipografía — sistema & jerarquía
- 15 Imagen — dirección fotográfica
- 16 Iconografía & el sistema gráfico en vivo
- 17 Movimiento & vídeo
- 18 Aplicación — digital / interfaz web
- 19 Aplicación — impresión & papelería
- 20 Aplicación — señalización & entorno
- 21 Aplicación — merchandising
- 22 El marco de toma de decisiones

BATEC

Barcelona Audiovisual Tech Ecosistema Creativo

Barcelona siempre ha sido un lugar donde las ideas se convierten en cultura.

Donde el arte, la tecnología y la creatividad dialogan para imaginar el futuro.

BATEC nace desde ese espíritu.

No somos solo una escuela.

No somos únicamente un hub audiovisual.

No somos únicamente tecnología.

Somos el punto donde convergen las nuevas formas de **crear, aprender y comunicar.**

Creemos en una educación conectada con la industria real. En el talento que aprende haciendo. En los creadores capaces de mezclar narrativa, innovación y tecnología para transformar el mundo.

Vivimos en una nueva era audiovisual. La inteligencia artificial, los contenidos inmersivos, la producción virtual, el streaming, el gaming, la creación digital y las nuevas plataformas están redefiniendo la manera en que las personas se expresan y se relacionan.

BATEC existe para preparar a quienes liderarán esa transformación.

Aquí, las aulas se convierten en platós.

Los proyectos se convierten en empresas.

Las ideas se convierten en experiencias.

Y los estudiantes se convierten en profesionales capaces de crear impacto global.



Somos el latido de una nueva generación creativa.

Una escuela. Cinco platos. Una productora. *Un laboratorio.*

BATEC conecta educación, industria y creatividad. Un ecosistema donde conviven formación, producción, investigación y emprendimiento. No es suma de partes — es sinergia real.



«Porque el futuro no pertenece únicamente a quienes consumen contenido.
Pertenece a quienes lo imaginan, lo diseñan y lo hacen posible.»



01

INSTITUTO

Formación reglada y no reglada. FP, certificaciones, masters.



02

5 ESTUDIOS

Platós broadcast, green screen, música, podcast y XR. 3.000 m².



03

PRODUCTORA

Producción audiovisual comercial. Clientes reales.



04

I+D LAB

Producción virtual, IA generativa, XR, innovación aplicada.

innovació + *tradició* = **MARCA BCN**

Somos audiovisual.

Somos tecnología.

Somos creatividad.

Somos educación.

De ITES a BATEC.

Cincuenta años no son historia — son autoridad. Ites Audiovisual S.L. fue fundada en 1975 en el Eixample de Barcelona. Lo que empezó como escuela técnica se convirtió en referente del audiovisual catalán y español.

BATEC es la evolución de esa institución. El mismo ADN, una nueva piel. El nombre cambia; la vocación no: preparar a los profesionales que construyen el audiovisual del mañana.

«Cincuenta años de credibilidad offline, convertidos en un ecosistema para la próxima generación creativa.»

1975

Fundación de ITES

Eixample, Barcelona. Escuela técnica audiovisual.

1990s

Expansión de estudios

Platós de grabación y equipos broadcast.

2000s

Era digital

Vídeo digital, edición no lineal, producción HD.

2010s

Convergencia

Streaming, contenido online, formación reglada FP.

2020s

I+D & Virtual Production

LED Volume, IA generativa, XR. €1,98M en equipo.

HOY

BATEC · El Ecosistema

La marca, el sistema, la nueva era. *Batec — el latido de Barcelona.*

50

años

3K

m² estudios

€1.98M

en equipo

BCN

Eixample

Por qué BATEC *existe.*

BATEC es una institución de cincuenta años que opera en la frontera de la tecnología audiovisual. El nombre lo dice todo: en catalán — la lengua propia de Barcelona — **batec significa latido**. BATEC es el latido de la industria creativa de la ciudad. La herencia y la innovación no están en tensión aquí; su ritmo *es* la marca.

► PROPÓSITO

Convertir la credibilidad creativa offline de Barcelona en un ecosistema vivo y funcional — donde la formación, la producción y la tecnología se retroalimentan.

◆ MISIÓN

Hacer tangible el legado de cincuenta años de BATEC y el ADN creativo de Barcelona — y convertir esa convicción en matrículas, reservas, proyectos e inversión.

+ VISIÓN

Ser reconocido como **el ecosistema audiovisual integrado de Barcelona** — no una escuela, no un estudio, sino el lugar donde los cuatro convergen.



LA PROMESA · VOZ MANIFIESTO (T1)

"Aquí, las aulas se convierten en platós. Los proyectos se convierten en empresas. Las ideas se convierten en experiencias. Y los estudiantes se convierten en profesionales capaces de crear impacto global."

Seis convicciones.

Un carácter.

- 01 La creatividad como motor del cambio
- 02 La tecnología como herramienta humana
- 03 La colaboración como cultura
- 04 La innovación con propósito
- 05 El talento sin fronteras
- 06 Barcelona como capital creativa internacional

ARQUETIPO DE MARCA

The Creator * The Sage

El impulso del Creador de hacer las cosas reales, templado por los cincuenta años de autoridad ganada del Sabio. BATEC construye y sabe. Aspiracional sin ser ingenuo; experto sin ser frío.

PERSONALIDAD · MAPEADA EN UN ESPECTRO



Si BATEC fuera una persona: un productor barcelonés de cincuenta años que todavía ama el olor del celuloide, dirige una operación seria, tutela a los jóvenes en el set y responde el correo en menos de cuatro horas.

No una escuela. No un estudio. *Un ecosistema.*

DECLARACIÓN DE POSICIONAMIENTO

Para creativos, productores e inversores de la industria audiovisual de Barcelona, **BATEC es el único ecosistema integrado** donde una escuela, cinco estudios, una productora y un laboratorio de I+D se refuerzan mutuamente — combinando el prestigio de una institución de cincuenta años con la velocidad de conversión de una plataforma moderna. Donde ESCAC es una escuela de cine y Pinewood es un estudio, BATEC es el sistema que los conecta.

vs. ESCAC No competimos como "mejor escuela de cine". Somos dueños de la categoría ecosistema.

vs. BCN XRLAB Agilidad, calidad comercial y velocidad del sector privado frente a la financiación pública.

vs. Coursera Fijan el estándar de conversión-UX. Nosotros lo superamos con estudios reales y prueba real.

LA ECUACIÓN DE MARCA · rige cada decisión

innovació

LA FRONTERA — IA, producción virtual, inmersivo

+

tradició

CINCuenta AÑOS — herencia, acreditación, confianza

=

MARCA BCN

La energía creativa de Barcelona, la tensión resuelta

No solo innovación — eso es una startup. No solo tradición — eso es un museo. La *tensión entre ambas*, expresada a través de Barcelona, es lo que solo BATEC puede reclamar.



POL & SOFÍA

EL TRANSFORMADOR ASPIRACIONAL

EDAD 17-35
GEO Cataluña / Int'l
IDIO ES / EN (bilingüe)

✓ METAS

- Encontrar un programa acreditado
- Trabajar con equipo real de la industria
- Crear portafolio y conseguir trabajo en AV

× FRUSTRACIONES V1

- Sitio hermoso pero inútil
- Sin catálogo, precios ni fechas
- Inscripción sin salida

JTBD

"Contratar a BATEC para transformarme en un profesional certificado y empleable en la industria audiovisual."

PIENSA [CPU]

"¿Es una escuela real o un bootcamp? ¿Me ayudará a conseguir trabajo? ¿Las instalaciones son reales?"

SIENTE [SENSOR]

Aspiracional pero ansioso. Mucha presión por elegir bien — compromiso de tiempo y dinero.

DICE [OUTPUT]

"Quiero trabajar en cine / streaming / VP, pero necesito una certificación oficial."

HACE [MACRO]

Busca en Google "escuela AV BCN", mira TikTok, pregunta a exalumnos en IG, busca estadísticas de empleo.

LÍNEA DE TIEMPO · VIAJE DE DECISIÓN

01 Descubrimiento

TikTok, IG, socio FCT

Fuerte impresión visual de "MARCA BCN"

02 Consideración

vs. ESCAC, SAE

Catálogo claro: precios, modalidad, fechas

03 Decisión

valida credibilidad

50 años de legado, insignias FP, éxito exalumnos

04 Acción

se inscribe

Formulario de inscripción fluido y segmentado

CADENA DE PERSUASIÓN





JAMES & LAURA

EL EJECUTOR TRANSACCIONAL

ROL Productores, Dir. Agencia
GEO BCN / Internacional
IDIO EN / CA / ES

✓ METAS

- Alquilar un estudio para rodar la próxima semana
- Encargar contenido de marca
- Precios y specs técnicas inmediatas

× FRUSTRACIONES V1

- Formularios de contacto genéricos
- Sin fotos de estudios ni listas de equipos
- Cero portafolio / showreels

JTBD

"Contratar a BATEC para ejecutar impecablemente mi producción sin fricciones técnicas ni logísticas."

PIENSA [CPU]

"¿Tienen los equipos RED/ARRI adecuados? ¿Funcionará la acústica? ¿Puedo confiar en ellos?"

DICE [OUTPUT]

"No necesito un manifiesto, necesito un presupuesto y una ficha técnica hoy."

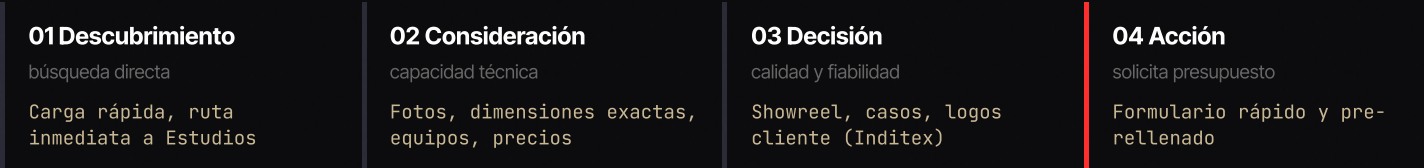
SIENTE [SENSOR]

Transaccional, presionado por el tiempo, estresado. Necesita fiabilidad absoluta y sin fricciones.

HACE [MACRO]

Busca "alquiler estudio BCN", escanea de inmediato buscando dimensiones y listas de equipos.

LÍNEA DE TIEMPO · VIAJE DE DECISIÓN



CADENA DE PERSUASIÓN





CARLOS

EL PATROCINADOR ANALÍTICO

EDAD 55+

ROL Business Angel / Family Office

IDIO ES / CA

✓ METAS

- Entender la oportunidad financiera
- Evaluar al equipo fundador
- Revisar el respaldo inmobiliario / activos

× FRUSTRACIONES V1

- Faltaban caras humanas (fotos del equipo)
- Sin separación clara de la experiencia B2C

JTBD

"Contratar a BATEC para un retorno del 10% TAE, respaldado por bienes raíces en Barcelona y 50 años de legado."

PIENSA [CPU]

"¿Es seguro? ¿Cómo funciona la escala de €2M a €5M?
¿Están seguros los activos físicos?"

SIENTE [SENSOR]

Cauteloso, analítico. Busca señales de alerta antes de comprometer capital.

DICE [OUTPUT]

"Muéstrame las finanzas, el historial del equipo y los activos tangibles."

HACE [MACRO]

Revisa el deck para inversores, comprueba la dirección física, solicita una llamada con Dani.

LÍNEA DE TIEMPO · VIAJE DE DECISIÓN

01 Descubrimiento

enlace desde pitch

Landing aislada y muy profesional

02 Consideración

tesis de inversión

Resumen 5 líneas, proyecciones de ingresos

03 Decisión

evalúa al equipo

Fotos reales del equipo, white paper

04 Acción

due diligence

Lead para acceso a NDA / Data room

CADENA DE PERSUASIÓN

INTERÉS



VALIDACIÓN

50 años / activos



ESTADÍSTICAS

10% TAE / €370K



CONFIANZA

Equipo / transp.



ACCIÓN

Deck / llamada

Una voz, *tres registros.*

Un solo tono no puede servir a la vez a un estudiante que sueña, a un productor con el tiempo justo y a un inversor analítico. BATEC habla en tres registros — elegidos según *quién lee*, nunca mezclados en la misma superficie.

T1 · MARCA / EMOCIONAL

Manifiesto · titulares principales ·
declaraciones de cierre

Aspiracional, cálido, energía Barcelona. La voz del
manifiesto.

*"Las aulas se convierten en
platós. Los proyectos, en
empresas."*

→ **Pol & Sofía**

T2 · INFORMACIONAL

Fichas de programa · técnicas de estudio ·
detalle de servicio

Concreto, claro, profesional. Bilingüe EN / ES /
CA.

"Plató Broadcast · 250 m² · 9×8
m cyclorama · 7 m grid · 4K-
ready · desde €1.225/día."

→ **James & Laura**

T3 · TRANSACCIONAL

CTAs · etiquetas de formulario · precios ·
confirmaciones

Eficiente, directo, orientado a la acción. Sin
filosofía.

Solicitar presupuesto → · Ver
programas → · Descargar ficha
(PDF)

→ **Carlos**

PILARES CLAVE DE MENSAJES

El Ecosistema

"Not a school. Not a studio. The system where all four converge."

Mostrar, No Declarar

Cada afirmación respaldada por un artefacto visible — fotos reales, trabajo real, números reales.

Barcelona Es la Marca

Cincuenta años en el Eixample. La ciudad es el ADN, no el pie de página.

El Latido en Directo

Un ecosistema de producción activo que se siente — siempre en antena.

VOCABULARIO · SÍ / NO

✓ USAR

ecosistema

platós / soundstages

heartbeat / batec

en activo

empleabilidad

MARCA BCN

en directo / on air

× EVITAR

bootcamp

academia genérica

"world-class" (vacío)

solución 360º

sinergia

disruptivo

just a school / studio

GRAMÁTICA & MECÁNICAS

Caja Titulares en MAYÚSCULAS (Anton). Texto en oración. Nunca en Title Case en texto corrido.

Idiomas EN / ES principal; CA en la capa de marketing. Nunca mezclar a mitad de frase.

Números Tabulares y concretos: €1.225/día, 250 m², 92%. Siempre específicos, nunca adjetivos.

CTAs Verbo + flecha: "Solicitar →". Un CTA principal (rojo) por vista.

Puntuación Raya larga para el ritmo. Punto mono "." como separador en etiquetas y metadatos.

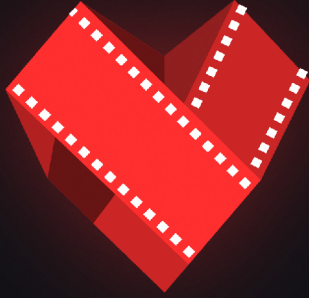
Emoji Ninguno en el copy de marca. El punto rojo pulsante ● es el único "emoji" que usamos.

TITULARES A CONSERVAR

"Audiovisual, built in Barcelona."

"A 50-year legacy. A new era to build."

"Una escuela. Cinco platós. Una productora. Un laboratorio."



En el corazón de Barcelona.

- BATEC** = "LATIDO" EN CATALÁN
- FILMSTRIP** = EL OFICIO DEL AUDIOVISUAL
- CORAZÓN** = EL PROPÓSITO ("4 CREATIVES")

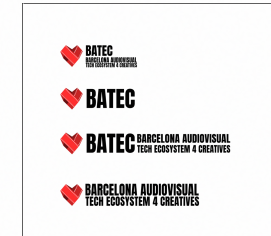
JUSTIFICACIÓN DEL DISEÑO

BATEC está físicamente **en el corazón de Barcelona**, y en catalán — la lengua de la ciudad — **batec significa latido**. El símbolo nace de ahí: dos tiras de **película de 35mm que se doblan** hasta formar un corazón. La materia del cine convertida en el órgano que late.

La idea se completa en movimiento: las **versiones animadas** futuras no sólo mostrarán el latido — harán **correr la película por las tiras**, como si fuera sangre bombeando a través del logotipo. El oficio audiovisual, literalmente, dando vida a la marca.

Se evaluaron otras direcciones. Tras recoger feedback y ejecutar múltiples tests y variaciones, la **legibilidad en formatos pequeños** — aspecto hoy crítico, dado que el logo vivirá en muchos tamaños, colores y formatos (favicon, app, señalética, merch) — fue el factor decisivo que define la identidad final.

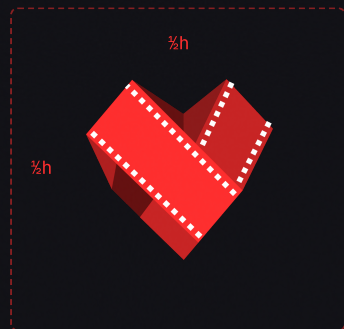
LAYOUTS APROBADOS · VERSIONES OFICIALES



Construcción, espacio libre & *tamaño mínimo.*

ESPACIO LIBRE

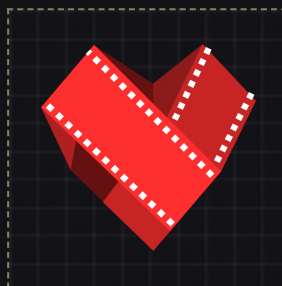
MÍN = ½ ALTURA DEL SÍMBOLO



Mantén espacio libre en todos los lados igual a **la mitad de la altura del símbolo**. Ningún texto, borde de imagen o pliegue debe entrar en esta zona.

REJILLA DE PROPORCIÓN

BASADA EN LA MEDIDA DEL CELULOIDE



Las dos tiras de película se cruzan en el eje vertical. El paso de perforación define el ritmo interno — nunca redibujar ni ajustar a ojo.

TAMAÑO MÍNIMO

UMBRAL DE LEGIBILIDAD



DIGITAL · 48 px mín



FAVICON · 24 px mín



IMPRESIÓN · 12 mm mín

Por debajo de estos tamaños, el detalle de las perforaciones se llena. Usa la variante sólida simplificada (sin perforaciones) cuando la reproducción sea muy pequeña.

Cómo vive — *y cómo no.*

El símbolo funciona en cuatro versiones de color del sistema. La elección depende del fondo: máxima legibilidad y contraste siempre. Nunca se recolorea, deforma ni decora fuera de estas reglas.



REC RED · PRINCIPAL

sobre carbono · uso por defecto



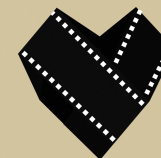
REC RED · POSITIVO

sobre fondo claro / impresión



BLANCO · INVERSIÓN

monocromo sobre fondo oscuro



CARBONO · SOBRE CHAMPÁN

monocromo sobre claro cálido

USOS INCORRECTOS

× NUNCA



× Estirar o deformar



× Reangular o rotar



× Recolorear fuera del sistema



× Añadir sombras o brillos



× Fondo de bajo contraste



× Encerrar en contenedores

Sala oscura.

El rojo es el rec.

Una base oscura de sala de control. El champán lleva cincuenta años de herencia. **El rojo nunca es decoración** — es la luz de grabación, reservada para acción y estado en directo. Valores de impresión incluidos.

Black 6 C

PANTONE	B ^l ack 6 C
HEX	#0A0A0C
RGB	10 · 10 · 12
CMYK	67·60·56·86

CARBONO · FONDO BASE

4545 C

PANTONE	4545 C
HEX	#D4C5A0
RGB	212·197·160
CMYK	17·19·40·1

CHAMPAGNE · HERENCIA

1788 C

PANTONE	1788 C
HEX	#FF2D2D
RGB	255 · 45 · 45
CMYK	0·92·82·0

REC RED · ACCIÓN / EN VIVO

ESCALA TONAL · REC RED — del más claro (100) al más oscuro (900)



★ **500 es el REC Red oficial** (PMS 1788 C). Los tonos 100–400 sólo para fondos sutiles y estados hover; 600–900 para profundidad y sombras del símbolo. Nunca para texto de cuerpo. El champán y el carbono no se tonalizan — son colores únicos de sistema.

Proporción de uso & *la regla REC.*



- ☐ Carbono base — superficies, fondos
- ☐ Superficie — tarjetas, paneles, bordes
- ☐ Champán — acentos de herencia, titulares
- ☐ Rojo REC — solo para acción y estado en directo

✓ EL ROJO ES PARA

CTAs principales · indicadores REC / en antena · marcadores de sección · estados activos · acentos de lectura en vivo

× EL ROJO NUNCA ES

Fondos de navegación · rellenos grandes · gráficos decorativos · texto de cuerpo · estados de error (*usar ámbar*)

ACCESIBILIDAD · WCAG 2.1 AA

Aa

Blanco sobre Carbono

21:1 · AAA ✓

Aa

Champán sobre Carbono

13.2:1 · AAA ✓

Aa

Blanco sobre Rojo REC

4.0:1 · AA (Large/UI) ✓

Aa

Texto rojo sobre Carbono

5.1:1 — OK for labels, avoid body

Nunca usar el color como único indicador — combinar el punto rojo con una etiqueta de texto (REC, EN ANTENA).

Texto de cuerpo solo en blanco / champán sobre carbono. Mín. 16px, interlineado ≥ 1.5 .

Estados de foco con anillo champán de 2px; objetivos $\geq 44 \times 44$ px en táctil.

Un grito condensado, *un susurro con serifa.*

Cuatro familias, cada una con un trabajo. Anton grita; Instrument Serif calienta; Inter Tight transporta; JetBrains Mono gestiona la sala de control.

Aa

DISPLAY

Anton

Titulares · wordmark. 1 peso,
MAYÚSCULAS, +0.04em.

Aa

ACENTO SERIF

Instrument Serif

Contrapunto en cursiva, citas destacadas,
manifiesto.

Aa

CUERPO

Inter Tight

Todo el texto corrido. 300–900. 16px base.
EN/ES/CA.

Aa

SISTEMA

JetBrains Mono

Lecturas, etiquetas, precios, insignias.
Tabular.

JERARQUÍA

H1 · Anton · 64/58px · -1%

Headline

H2 · Anton · 36px

Section

Lead · Instrument Serif *it* · 28px

A lead line

Body · Inter Tight 400 · 16/1.5

Body copy sits here.

Label · JetBrains Mono · 11px · +.18em

SECTION · LABEL

ALTERNATIVAS WEB SEGURAS

Anton → Oswald → Impact → sans-serif

Instrument Serif → Georgia → "Times New Roman" → serif

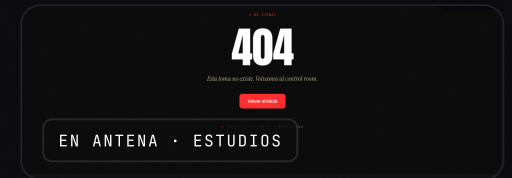
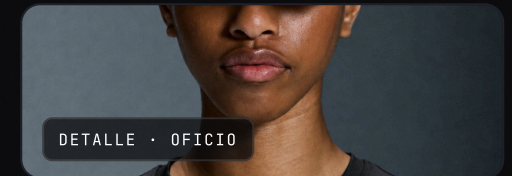
Inter Tight → Inter → system-ui → Arial → sans-serif

JetBrains Mono → "SF Mono" → Consolas → monospace

Integrar las cuatro familias principales como WOFF2. Las alternativas cargan solo cuando falla la integración; verificar las alturas-x en pareja para que el diseño no se desplace.

Salas reales. *Equipos reales.*

Sin stock, sin renders para uso principal. Mostrar el ecosistema en uso: platós activos, estudiantes reales en producciones reales, el Eixample fuera de la ventana. **Mostrar, no declarar.**



Iluminación

Tenue, cinematográfica. Sombras de carbono profundas, luces champán controladas. Fuentes de luz prácticas en cuadro.

Casting

Personas reales de BATEC. Espontáneos, en plena acción, mirando hacia otro lado. Nunca sonrisas corporativas posadas.

Composición

Planos generales + detalles de oficio en close-up. Espacio negativo para superposiciones de lectura en vivo.

Gradación

Ligero sesgo cálido, contraste fílmico, grano fino. Rojo solo donde es fuente de luz real (REC, monitores).

La interfaz es *la sala de control.*

MARCADOR DE SECCIÓN

INNEGOCIABLE

● 02 · THREE · ONE
· PATHS · ECOSISTEMA

Format **NN** · **LABEL** · **DESCRIPTOR**. The pulsing red dot is the on-air light atop every section.

LECTURA EN VIVO

SE ADAPTA POR PÁGINA

● REC · STUDIO 01
TC 00:01:24:15
CH 01 / 04
BCN EIXAMPLE

TC en Home · coords de impresora en Lab · ocupación en Estudios · matrículas en Instituto.

INSIGNIAS DE ESTADO

ESTADO DEL ESTUDIO

●● ON AIR

●● DISPONIBLE

RESERVADO

Fichas de estado estilo broadcast. Rojo = ocupado. Verde = libre. Champán = reservado.

ICONOS UI

SISTEMA DE TRAZOS



Contorno · trazo 1.6px · radio de esquina 2px · extremos redondeados. Relleno rojo sólido reservado solo para estado en vivo/activo.

PEGATINA CINEMA

CALIDEZ ANALÓGICA



Pegatina de carrete con el símbolo + tira Kodak. *Con cuentagotas.*

BLOQUE DE DATOS

PRUEBA

50_y 3K_{m²} 500₊ € 2_M

Cifras en Anton, unidades en champán, etiquetas en mono. Cada afirmación respaldada por un número.

Se mueve como *un latido.*

El movimiento es contenido y rítmico — nunca rebotado. La firma es el **pulso**: el punto en antena, el tic del timecode, el contenido que se revela como un corte. Base calmada, acentos nítidos.

ACELERACIÓN & TEMPORIZACIÓN

Aparición

`cubic-bezier(.16,1,.3,1) · 600-800ms ·
staggered`

Pulso

`opacity 1→.25→1 · 1.6s · infinite (timecode
HUD)`

Hover

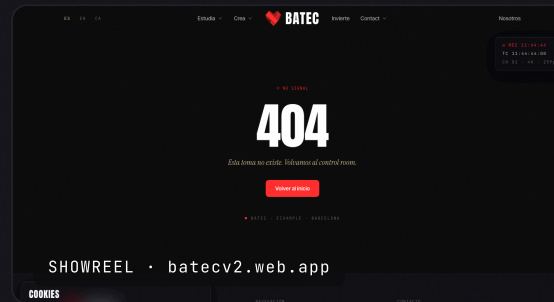
`translateY(-2px) · 150ms · ease-out`

Corte

`transiciones duras para medios; sin
disolvencias lentas`

TC 00:01:24:15

VÍDEO & SHOWREEL



Tercios inferiores en JetBrains Mono, champán sobre fondo de carbono al 60%.

Tarjetas de título: Anton en mayúsculas, máximo un acento de palabra en rojo.

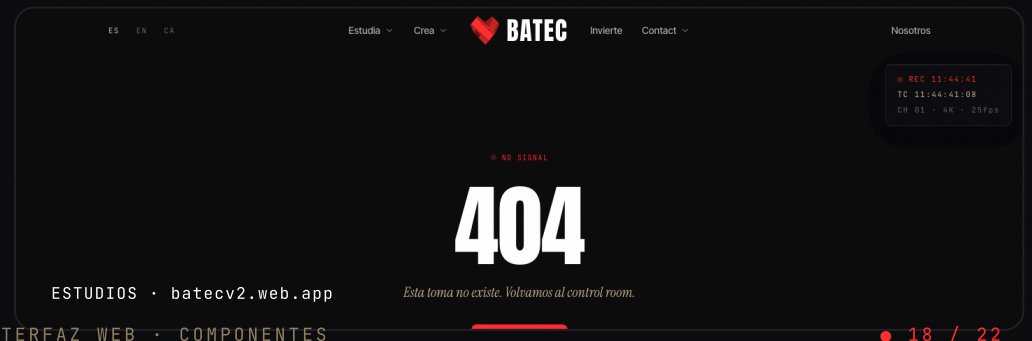
EL SÍMBOLO EN MOVIMIENTO



Nunca girar, rebotar o aplastar el símbolo. Constrúyelo; dale un pulso; reposa.

La marca, *en pantalla.*

Web sobre carbono, acentos en rojo REC reservados a la acción, serif Instrument para titulares emocionales y mono para el HUD de timecode. El sistema vive como producto digital.



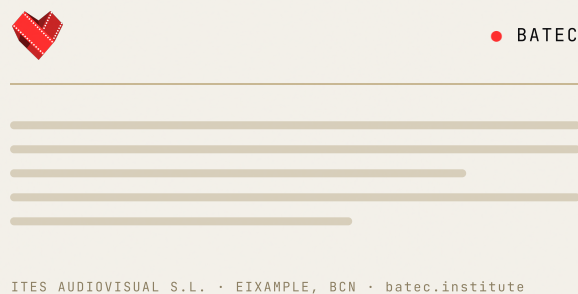
En la mano.

TARJETA DE VISITA · 85×55mm



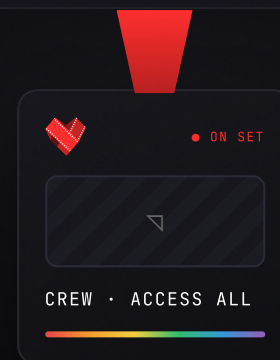
Papel de carbono soft-touch · símbolo en foil champán · franja Kodak en el borde · el reverso lleva el punto en antena como barniz selectivo táctil.

PAPEL MEMBRETADO · A4



Símbolo arriba a la izquierda, pie de página en mono. Margen generoso carbono sobre blanco; filete champán bajo la cabecera.

ACREDITACIÓN DE EQUIPO · lanyard



Lenguaje de lectura en vivo como pase de acceso físico. Cinta roja REC = estado activo en el set.



Papelería y merch · aplicación coherente del sistema en soporte físico

Presencia *en la calle.*

Fachada en el Eixample: rótulo negro con lockup horizontal y persiana con el patrón de corazones de película. La marca ocupa la ciudad — del píxel al portal.



FACHADA · BAILÈN · BARCELONA



RÓTULO · lockup horizontal sobre negro



PERSIANA · patrón de marca · vista frontal

Llevar el latido *puesto.*

El símbolo aguanta en bordado, serigrafía y estampación. Sobre negro, el rojo REC manda; el wordmark Anton acompaña en blanco. Pieza sobria, oficio visible.



POLO • bordado pecho • BATEC + símbolo

Cinco preguntas *antes de cada decisión.*

Un libro de marca no puede anticipar cada decisión. Cuando surja una nueva pregunta — una campaña, una alianza, una página, un producto — pásala por estos cinco filtros.

Si una decisión falla uno, falla.

01

ALINEACIÓN CON LA AUDIENCIA

"¿Para cuál de los tres — Pol & Sofía, James & Laura o Carlos — es esto, y habla su registro (T1 / T2 / T3)?"

Por qué: una superficie que sirve a todos no sirve a nadie. La voz correcta para el lector correcto.

02

DIFERENCIACIÓN

"¿Esto refuerza el *ecosistema* — lo que solo BATEC puede reclamar — en lugar de competir como una simple escuela o estudio?"

Por qué: la categoría es el foso. Cada decisión debe ampliarlo.

03

ESCALABILIDAD

"¿Seguirá funcionando en las cuatro unidades, en tres idiomas, en pantalla y en impresión, dentro de un año?"

Por qué: un sistema, no algo puntual. Si no puede repetirse, no es marca — es decoración.

04

ACCESIBILIDAD

"¿Es legible, seguro en contraste (WCAG AA), preparado para bilingüe, y usable tanto por quien tiene prisa como por quien lee con calma?"

Por qué: la claridad convierte. El sitio V1 era bonito pero inutilizable — nunca más.

05

AUTENTICIDAD

"¿Está respaldado por algo real — un número, una sala, un crédito, cincuenta años — o solo estamos declarando?"

Por qué: mostrar, no declarar. La prueba es el comportamiento central de la marca.



SUPERA LOS CINCO

→ es de marca. Publica.



BATEC

batec — latido, en catalán.

LIBRO DE MARCA Y ESTILO · ENTREGA

ITES AUDIOVISUAL S.L. · EIXAMPLE · BARCELONA · EST. 1975

innovació + tradició = MARCA BCN

Impresión del documento

Formato A4 apaisado · márgenes automáticos · fondos activados.

Este colofón cierra el libro en página par para encuadernación.

batec.institute · hub.batec.institute · Junio 2026

Versión de entrega · junio 2026. Documento oficial de identidad de marca BATEC. Para impresión: A4 horizontal ·
Ctrl/Cmd+P → Guardar como PDF. © 2026 ITES Audiovisual S.L. · batec.institute · Todos los derechos reservados.

