



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



1. El análisis

Si hay algo en lo que coincidían tanto las opiniones ‘externas’ recabadas hace unos meses, como las recogidas informalmente desde dentro del grupo, es que **ZEMOS98 es hoy por hoy una marca conocida, reconocible y diferente, con una trayectoria mediática y experiencial, llena de significados atribuidos y compartidos. En definitiva, una buena marca, realmente buena.**

¿Tenía sentido entonces crear una nueva marca de la nada?

Analizamos entonces el escenario de nombres y realidades en el que nos estábamos moviendo.

Hapaxmedia.

Como nombre de marca es problemático: no denota nada porque una gran mayoría de la población ignora qué es un hápax y lo poco que connota no tiene nada que ver con el sector de actividad que desarrolla la empresa (recordemos connotaciones mencionadas por las personas consultadas tales como antrax).

Esto podría solucionarse con una muy buena campaña de comunicación, pero es previsible una baja eficiencia, entendiendo que el coste de posicionar a Hapaxmedia y dotar de personalidad a la marca sería económicamente bastante elevado (dado que no existe un conocimiento previo por parte de la mayoría de los públicos objetivos del significado de hápax, no existe sinapsis previa en el receptor, no hay conceptos en el sistema de nuestra memoria a los que asociar el nombre. Esto complica su adecuada comprensión y recuerdo, elevando así la inversión y el presupuesto necesarios para que ser conocidos adecuadamente.)

Por otra parte, no tiene necesariamente que desaparecer a nivel administrativo y de gestión –de hecho, nuestra propuesta es que se mantenga en este ámbito-. Puede ser útil como marca B para trabajos que, por cuestiones empresariales, de calidad, competencia, etc.; no deban relacionarse con la marca matriz.

ZEMOS.

Es el nombre *de facto* de los miembros del grupo y del festival. Es conocido y reconocido, es breve, diferente, tiene sonoridad y unas connotaciones interesantes en el ámbito de la identidad que abordaremos en profundidad en el siguiente epígrafe. Habíamos eliminado el 98, un elemento que ‘anclaba’ a la marca en un momento concreto, una rémora -¿cuántas marcas conocéis con una fecha dentro del propio nombre?- .

El 98 complicaba el nombre, siempre exigía una larga explicación y a nivel mediático había generado confusión en cuanto a las ediciones.

Creíamos tener la solución. Pero entonces seguimos pensando... y encontramos varios inconvenientes:

Habría que diseñar un nuevo logotipo, darlo a conocer y explicar el cambio de nomenclatura. Esto obligaría a un gran esfuerzo de reciclaje de materiales y documentación.

Pero, lo que es más importante, crucial: nos dimos cuenta de que realmente nos gustaba el logotipo de ZEMOS98, existía un reconocimiento profundo, emotivo, una identificación con ése logo y lo que significaba para nosotros... El 98 nos pareció entonces un signo que afirmaba una trayectoria, un origen, una memoria en común.

ZEMOS98.

No es sólo el nombre de la iniciativa estrella, madre del grupo, carta de presentación fundamental de la solvencia profesional y capacidad de gestión de Hapaxmedia, si no que:

ZEMOS98 es el corazón de un proyecto. Es el núcleo de la experimentación. Avala la gestión de la empresa.

Es un espacio de encuentro e intercambio de conocimiento en torno a cultura audiovisual, digital, educomunicación, etc.

Es el laboratorio de que nutre a la marca de significado y sentido; que ofrece al usuario verdaderas experiencias (de festival/de marca).



2. Posicionamiento + valores de marca

ZEMOS98 será ahora la marca que enuncie al grupo de personas, al festival y a la empresa.

¿Cuál es la identidad de ZEMOS98 como marca?

- > ZEMOS98 está al **sur** de Europa.
- > ZEMOS98 es un grupo, un **equipo**, una red.
- > ZEMOS98 **experimenta** con los formatos.
- > ZEMOS98 es un concepto, un conjunto de ideas entrelazadas en las que intervienen muchas palabras clave y las **intersecciones** entre ellas.
- > ZEMOS98 ofrece una **visión contemporánea** de la producción cultural.

ZEMOS98 es una iniciativa privada de gestión, creación e inteligencia colectiva.

ZEMOS98 es **joven** y eso es un valor. Pero al mismo es una marca que representa **experiencia**. La educación es un proceso permanente, por eso no cejaremos en nuestro empeño de seguir aprendiendo a producir, coordinar, crear, distribuir contenidos culturales mejor cada vez. Al mismo tiempo sabemos que somos solventes, efectivos, versátiles. **Somos una iniciativa privada** (una empresa) pero al mismo tiempo **somos investigadores** (somos científicos de los lenguajes audiovisuales, experimentadores de la cultura)

ZEMOS98 apuesta por el procomún, el proam, el DIY y la remezcla.

Creemos que la cultura se refuerza si se comparte, creemos que los creadores necesitan un mercado que respete las leyes de propiedad intelectual pero que fomente espacios públicos para poder intercambiar ideas, conceptos, etc. Creemos en el modelo anglosajón del proam: professional-amateur. Creemos que Internet es una herramienta y no un fin en sí mismo.

ZEMOS98 es un loop entre educación y comunicación.

En el mundo que vivimos, sobresaturados de información, llenos por todas partes de artículos, de blogs, de vídeos, de televisión, de cine, de libros, de conciertos, de espectáculos, de performances, hace falta seleccionar. ZEMOS98 aboga por una alfabetización digital y audiovisual. Esa es una función socio-cultural de ZEMOS98.

ZEMOS98 es una conversación / en red.

Como empresa de gestión cultural, como creadores audiovisuales, como gente que trabaja con la red, nos debemos a la conversación. La conversación como proceso constante de reinención. De revisión de la historia.

Posicionamiento

ZEMOS98 representa a:

- > un equipo de gestores creativos,
- > que trabajan en red y en la red desde el sur de Europa,
- > con el objetivo de experimentar con la cultura y el conocimiento,
- > así como compartir esta experiencia.

El término **equipo** deberá utilizarse a la hora de hablar sobre nosotros mismos en notas de prensa, artículos, material corporativo, presentaciones, etc. Ya que entendemos que la noción de 'equipo' hace referencia a un mismo tiempo a un todo cohesionado y a una colaboración de individualidades.

Valores centrales

- > Experimentación cultural;
- > inteligencia colectiva;
- > gestión creativa.



Función de anclaje

La nueva marca ZEMOS98 irá acompañada de un lema eminentemente informativo, cuya función es, en esta primera fase, la de ubicar a la marca en su sector de actividad.

ZEMOS98. Gestión Creativo Cultural

- > **Gestión:** ubica a la marca en el ámbito empresarial.
- > **Creativo:** hace referencia al carácter creador, generador de conocimiento, información y productos.
- > **Cultural:** determina el ámbito temático de la actividad profesional.



Branding del Festival

Ahora que la denominación del festival pasa a enunciar al equipo_la empresa_las actividades, creemos que es necesario definir los valores esenciales del festival (Los esenciales, no los únicos, en general comparte los valores anteriormente expresados para la marca global ZEMOS98, porque de hecho, nacen del festival en gran parte) como verdadero corazón de la nueva marca ZEMOS98.

Contexto teórico del Festival: **la sociedad red y la convergencia cultural entre creación audiovisual, redes digitales y pensamiento contemporáneo.**

Campo de acción del Festival: **las cuatro “e”:**

- > **experimentación**
- > **encuentro**
- > **educación**
- > **espacio**

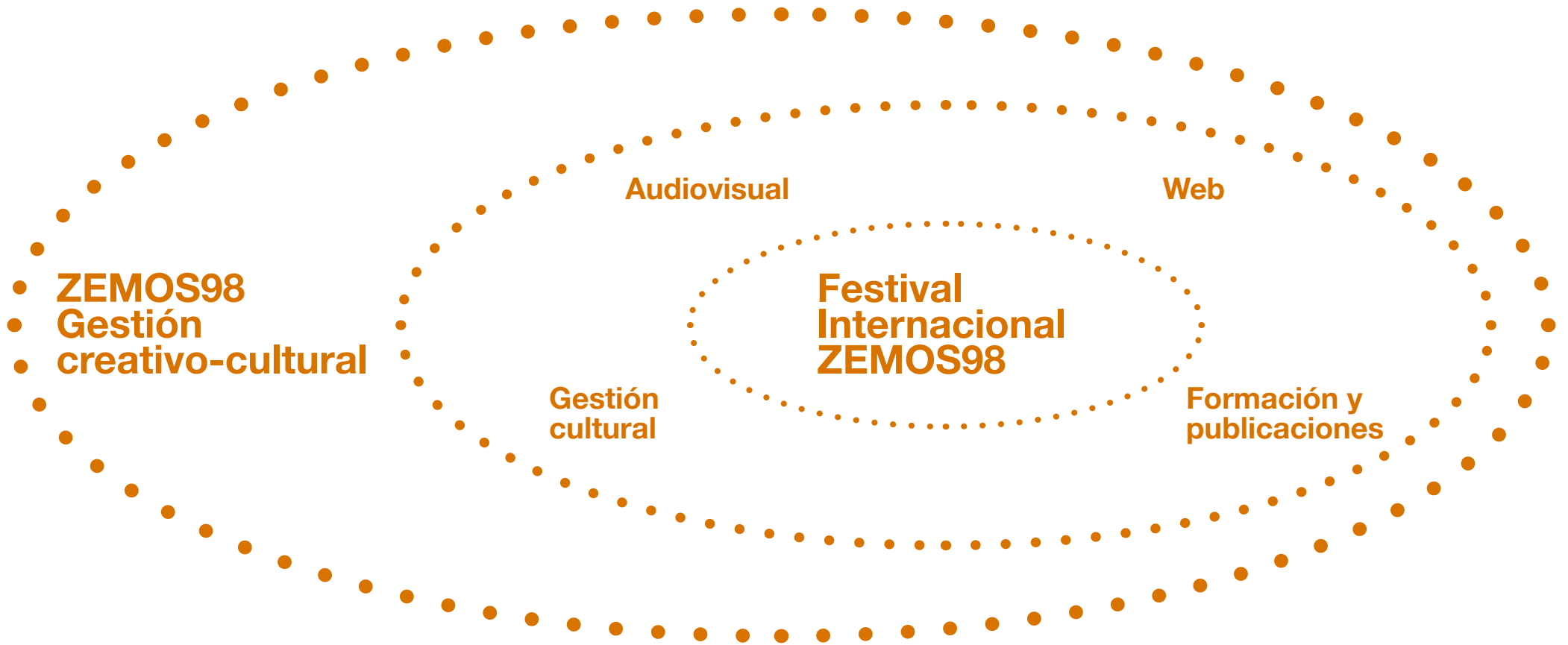
El quinto aspecto esencial y transversal a todas sus ediciones es su carácter **internacional**, y dado que cada año se expresa el tema de la edición en un eslogan específico, proponemos:

ZEMOS98 Festival Internacional

Como denominación del festival, a continuación iría acompañado del lema de la edición:

Festival Internacional ZEMOS98 11 edición - Educación Expandida

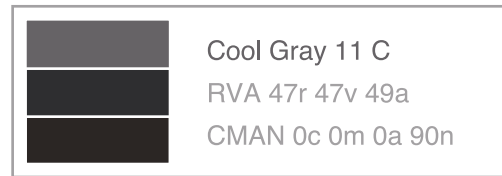
Esquema visual



ZEMOS98



gestión
creativo.cultural
ZEMOS98.ORG



gestión
creativo.cultural
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**gestión
creativo.cultural**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG



**festival
internacional**
ZEMOS98.ORG