BRAND CASE

BRUMA

Un frío fuera de lugar.

CONCEPT PROJECT · AXIORA STUDIO

CONSUMO RESPONSABLE +18

02 THE CHALLENGE

¿Cómo hace una imagen inesperada para construir marca?

Reconocimiento y recordación para una marca de cerveza conceptual.

El caso debía demostrar la capacidad de unir personaje, producto y relato en un mismo sistema.

El desafío clave: sostener la identidad del producto —botella y etiqueta— entre imágenes fijas y video generados con IA.

Público propuesto: personas adultas interesadas en cerveza y publicidad creativa.

03 THE IDEA

Desierto. Frío. Personaje. Producto.

Un personaje de clima frío aparece entre dunas, pero el verdadero hallazgo es una botella sobre hielo.

El humor nace del lugar equivocado, no del sufrimiento ni del exceso. Cuando todo parece igual, un contraste inesperado consigue que miremos.

El contraste hace que mires. La identidad hace que recuerdes.

Mismo concepto. Más control de marca.

DIRECCIÓN INICIAL · ARENA / HIELO

REVISIÓN V2 · CONTINUIDAD / CONTROL

Seca, cálida, aventurera, con humor de pocas palabras.

La evolución mantiene lo reconocible —personaje, botella, contraste térmico— y reduce ruido visual, claims no respaldados y variaciones de packaging.

Personaje adulto y sereno, con el mismo rostro, pelaje y vestuario entre planos. Producto siempre protagonista y legible.

05 CAMPAIGN SYSTEM

Un sistema pensado para vivir más allá de una sola pieza.

Mensaje principal: «Un frío fuera de lugar».

Secundarios: «No era su paisaje. Sí era su momento.» · «Entre tanta arena, una sorpresa.» · «BRUMA. El giro que no esperabas.»

Key visual, carrusel, adaptación vertical, film y aplicaciones comparten personaje, producto y contraste.

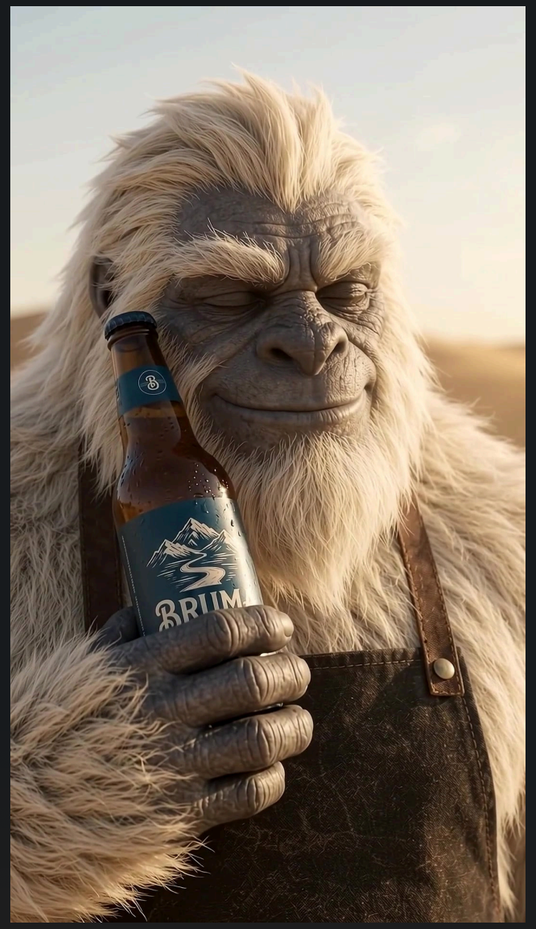
KEY VISUAL V2 · 4:5

PLACA PRINCIPAL · 4:5

Una aparición inesperada que deja una imagen fácil de recordar.

Nueva pieza 4:5 producida: conserva el núcleo reconocible y elimina claims no respaldados.

INTERPRETACIÓN CONCEPTUAL · NO ES UN MASTER DE PACKAGING APROBADO

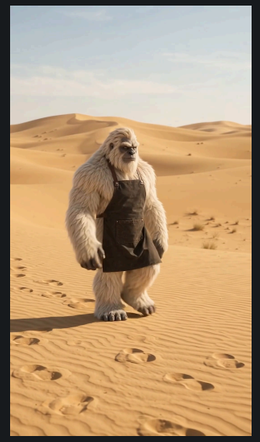


VERTICAL 9:16 · 18 S

Personaje, producto y ritmo en dieciocho segundos.

Pieza audiovisual vertical incorporada al caso como presentación de campaña: cortes por acción, arena cálida, hielo neutro y la botella siempre legible.

CLOSE-UP · PERSONAJE



PLANO ENTERO · TERRITORIO

DETALLE · PRODUCTO

1080 × 1920 · 30 FPS · MP4 / H.264 · AUDIO AAC

Una frase por placa.

UN FRÍO FUERA DE LUGAR.

LA MARCA ENTRA EN CUADRO.

ADAPTACIÓN 9:16

Copies propuestos para Instagram, TikTok y LinkedIn presentan el caso como campaña conceptual. El calendario y la medición son una propuesta: sin objetivos numéricos hasta contar con datos reales.

09 AI CREATIVE PROCESS

La IA genera posibilidades. La dirección creativa decide qué pertenece a la marca.

01
Audit
Revisar personajes, producto, etiqueta, escenas y claims antes de sumar nuevas piezas.

02
Concept
Reducir la campaña a una tensión visual clara: frío, arena y un personaje fuera de contexto.

03
Identity
Definir paleta, jerarquías, tono y reglas de fotografía.

04
Continuity
Bloquear rostro, pelaje, vestuario, botella y etiqueta para reducir variaciones entre generaciones.

05
Campaign
Transformar la idea en hero, carrusel, video, aplicaciones y documentación.

06
Review
Separar lo producido de lo pendiente y no atribuir métricas, fabricación o atributos no verificados.

IO DELIVERABLES

Un caso que muestra resultado y proceso.

Brand Case

Estrategia, idea, sistema de campaña y estado del caso.

Brand Guidelines

Identidad, color, tipografía, fotografía, motion y comunicación responsable.

Campaign Film

Video vertical de 18 s incorporado al caso.

Key visuals

Dirección inicial y revisión v2, formato 4:5.

Carrusel + adaptación 9:16

Cinco placas 4:5 y una pieza vertical.

Aplicaciones

Mockup conceptual sobre botella, caja y soportes de marca.

II PRODUCED / PROPOSED / PENDING

Qué existe, qué es propuesta y qué falta.

● PRODUCIDO

- Key visual: dirección inicial y revisión v2 (4:5).
- Carrusel de campaña: cinco placas 4:5.
- Adaptación estática vertical 9:16.
- Campaign film vertical de 18 s incorporado al caso.
- Mockup conceptual de aplicaciones v2.
- Estrategia, manuales de identidad y audiovisual, control de claims y tono.

◐ PROPUESTA

- Paleta operativa y tipografía (normalizadas, no oficiales).
- Posicionamiento y público: propuesta sin investigación de consumidor.
- Guiones para tres reels narrativos.
- Copies para Instagram, TikTok y LinkedIn.
- Calendario de publicación y plan de medición.

○ PENDIENTE

- Producción de los reels narrativos: locución, música y montaje final.
- Master vector de logotipo y etiqueta.
- Ficha real de producto, legales y aprobación responsable.
- Dielines y artes finales de six-pack, caja y tap badge.

CASO CONCEPTUAL: NO REPRESENTA UNA CAMPAÑA CONTRATADA. NO SE ATRIBUYEN MÉTRICAS, VENTAS, FABRICACIÓN, RECETA NI GRADUACIÓN.

De una idea visual a un sistema completo de campaña.

BRUMA funciona como caso conceptual para mostrar cómo estrategia, identidad, IA y diseño web pueden contar una misma historia.

AXIORAESTUDIO.COM · @AXIORAESTUDIOAI