

mood
sync

Concepto

Elegir qué ver en una plataforma de streaming se ha convertido en una experiencia saturada y poco significativa. La abundancia de opciones, sumada a sistemas de recomendación basados únicamente en algoritmos de consumo, genera indecisión y desconexión emocional.

MoodSync nace como una alternativa a este modelo. El proyecto plantea el streaming como un espacio doméstico de respiro, donde el contenido no se elige por género o tendencia, sino por el estado emocional del usuario. La plataforma propone una relación más humana con las historias, entendiendo el consumo audiovisual como un momento de acompañamiento, introspección y bienestar.

Del caos de elegir al respiro de sentir.

Brief

El proyecto se desarrolla en el contexto académico a partir de un encargo ficticio que proponía crear una marca de servicios de uso doméstico. Ante este marco, se detecta una problemática común: la dificultad para decidir qué contenido consumir en plataformas de streaming y la falta de conexión emocional en las recomendaciones actuales.

El objetivo principal fue replantear la experiencia del streaming desde una perspectiva emocional, creando un servicio que no solo entretuviera, sino que ofreciera consuelo, desconexión, reflexión o inspiración según el momento vital del usuario.

MoodSync se dirige a perfiles diversos pero conectados por una misma necesidad: encontrar contenido que encaje con su estado de ánimo, sin esfuerzo ni sobreestimulación.

Propuesta

➤ [Link Video Case](#)

MoodSync es una plataforma de streaming que evalúa el estado emocional del usuario a través de un test interactivo y, a partir de este análisis, sugiere una selección personalizada de películas y series acordes a su mood.

El diseño gráfico juega un papel central como herramienta de mediación emocional. A través de una identidad visual fluida, un sistema gráfico coherente y el uso del motion como lenguaje expresivo, la plataforma traduce emociones abstractas en una experiencia visual clara, accesible y cercana.

La propuesta se materializa en un sistema integral que abarca branding, gráfica aplicada, entorno digital y animación, garantizando coherencia y adaptabilidad en todos los puntos de contacto con el usuario.

Valores

Personalización

Espontaneidad

**Conexión
emocional**

**Del caos
al respiro**

Autointrospección

Logotipo

mood
sync

Esta es la marca MoodSync, que
reconoceremos por su tipografía, estructura,
construcción, y otros elementos que veremos
a continuación. Esta construcción no puede
modificarse bajo ningún concepto.

Reducción



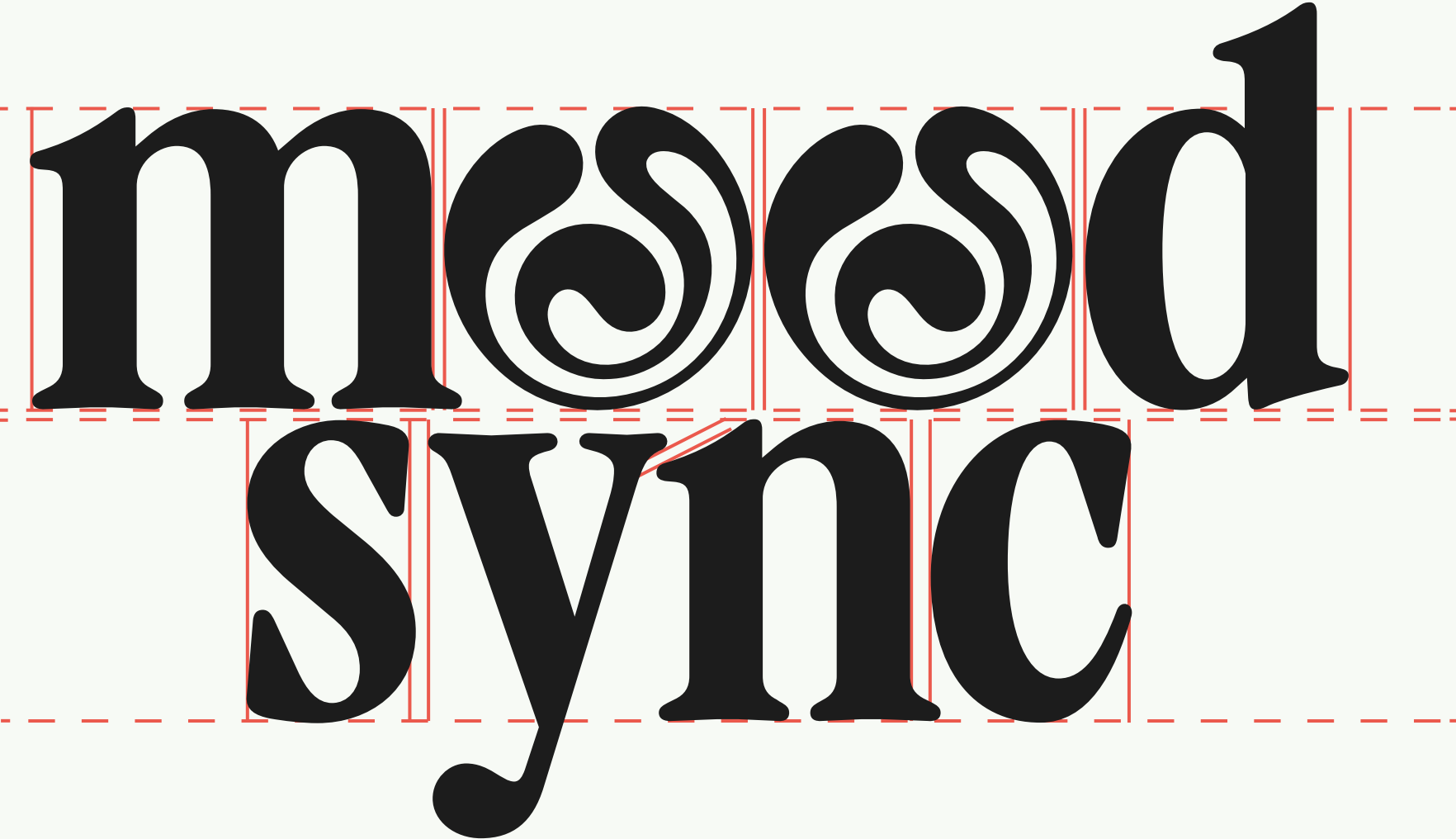
El logotipo se condensará a “O” para el uso de avatar en redes sociales, favicon para la web y todas aquellas aplicaciones digitales en las que la marca deba aplicarse en un espacio muy reducido.

Claim

Just what u-nique

you need + unique

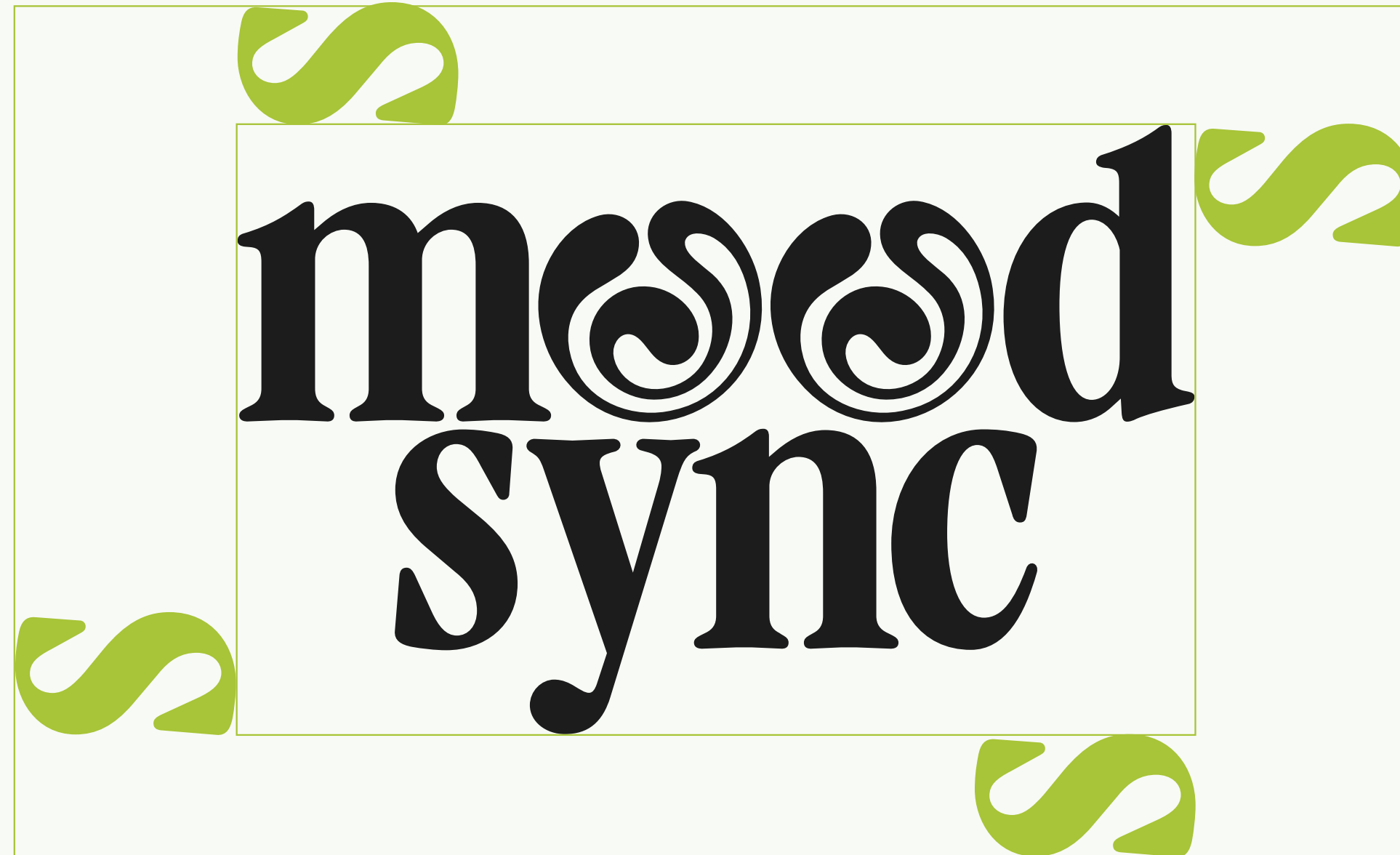
Construcción



El logotipo está construído con la combinación de la tipografía VC GARAMOND CONDENSED y la tipografía RABBIT HOLE DSPLAY. Los espacios tipográficos (kerning y tracking) de la marca están ajustados para mejorar la legibilidad, pregnancia, y reconocimiento de la marca.

Esta construcción no se puede modificar bajo ningún concepto.

Área de respeto



El logotipo de Moodsync debe tener siempre suficiente espacio para respirar, mantener su integridad y destacar en cualquier medio.

Para asegurarnos de usar el espacio para respirar correcto de nuestro logo, seguiremos estas reglas:

Paso 1: Tomar la “s” del logo.

Paso 2: Rotarla 90 grados.

Paso 3: Mantenerlo para la altura y el ancho de nuestro logo.

Tipografía

Bagoss Condensed

AaBbCc

Bagoss Condensed Regular

abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890?!.@#*

Bagoss Condensed Medium

abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890?!.@#*

Bagoss Condensed Semibold

**abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890?!.@#***

Títulos: Bagoss Condensed
Semibold

Just what u-nique

Destacados: Bagoss Condensed
Medium

How are you feeling today?

Cuerpo de texto: Bagoss
Condensed Regular

You are unique, your content
should be too

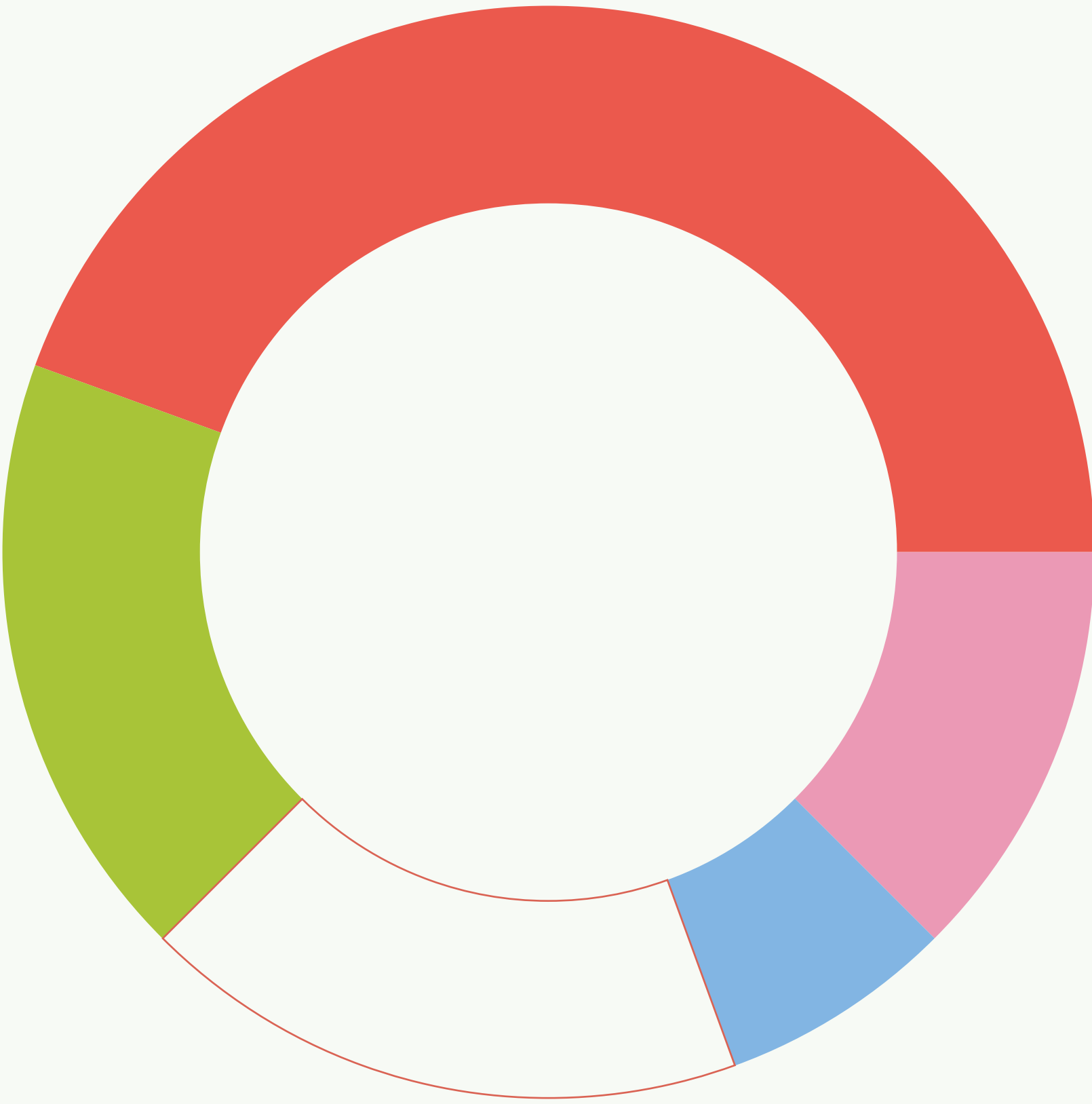
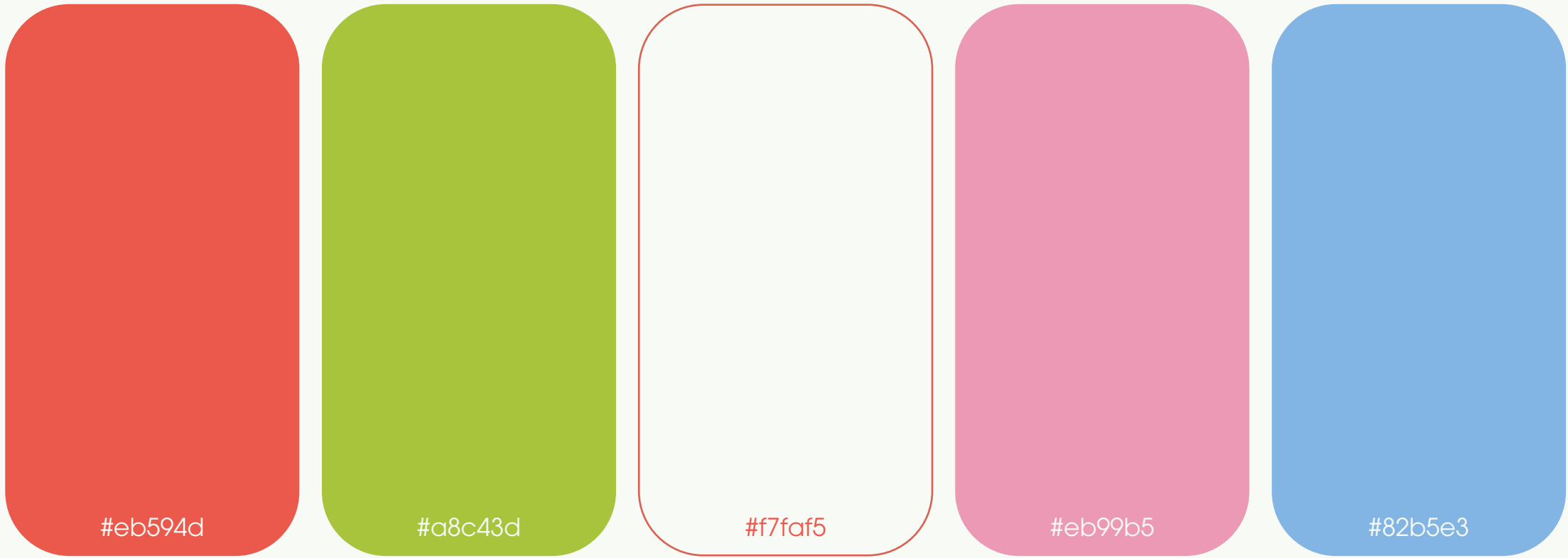
Anotaciones: Bagoss Condensed
Regular

moodsync.com

Botones: Bagoss Condensed
Medium

SIGN IN

Paleta de colores



La gama cromática se aplicará, preferiblemente, teniendo en cuenta las proporciones establecidas a continuación. El rojo predomina, seguido del verde y el blanco, acompañados del rosa y, finalmente, en menor proporción el azul.

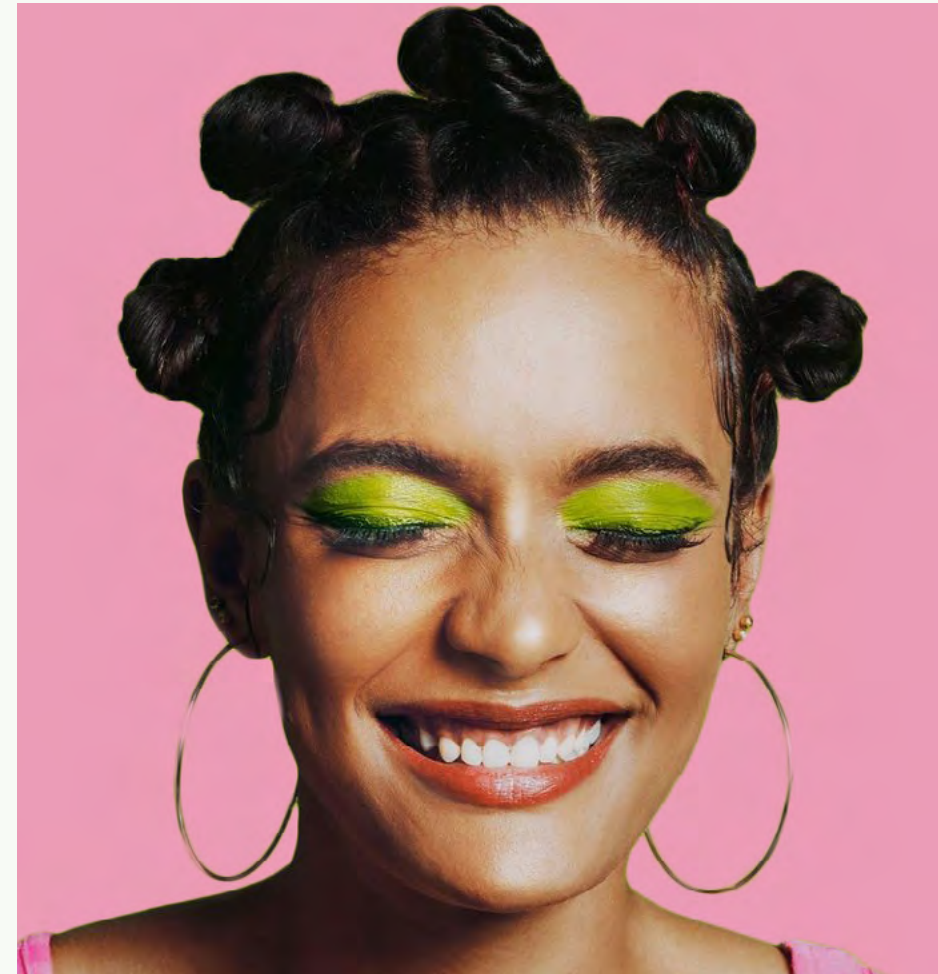
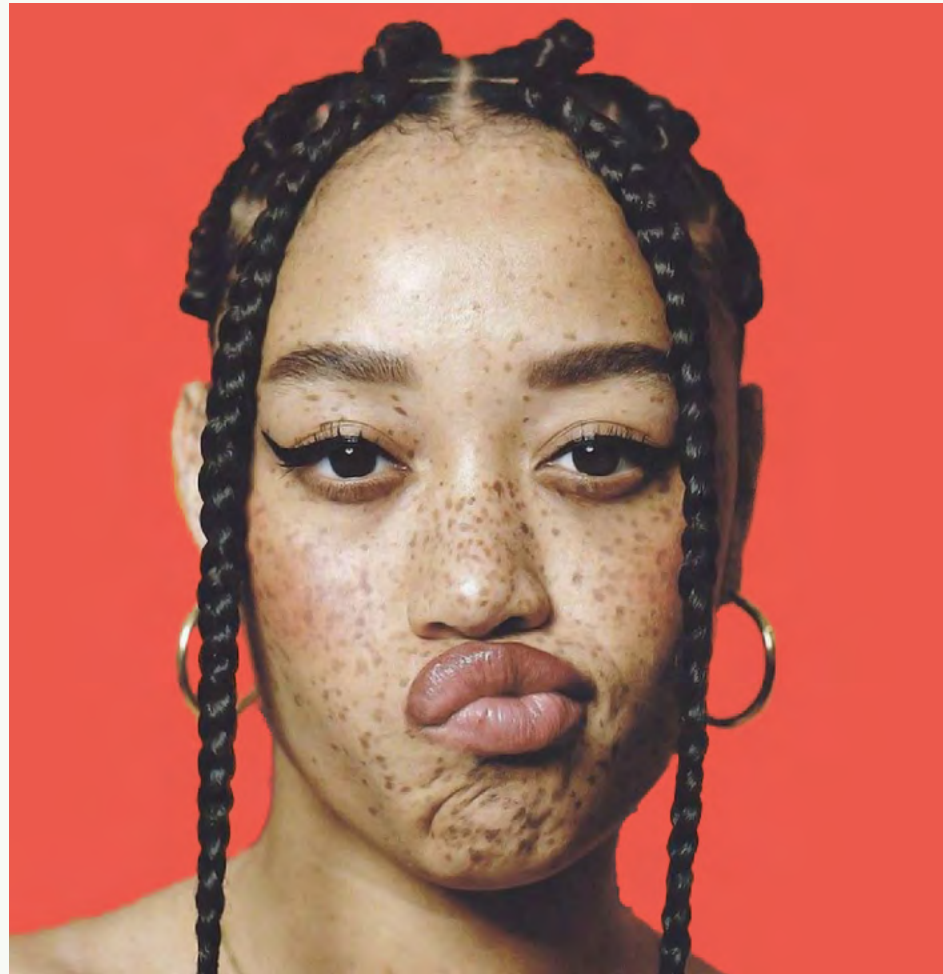
El blanco se utilizará principalmente para el logotipo, el claim y/o textos.

Degradados



La gama cromática se podrá aplicar también en forma de degradados. En estos ejemplos podemos ver como se utilizan las proporciones establecidas anteriromente.

Fotografía



Just what u-nique



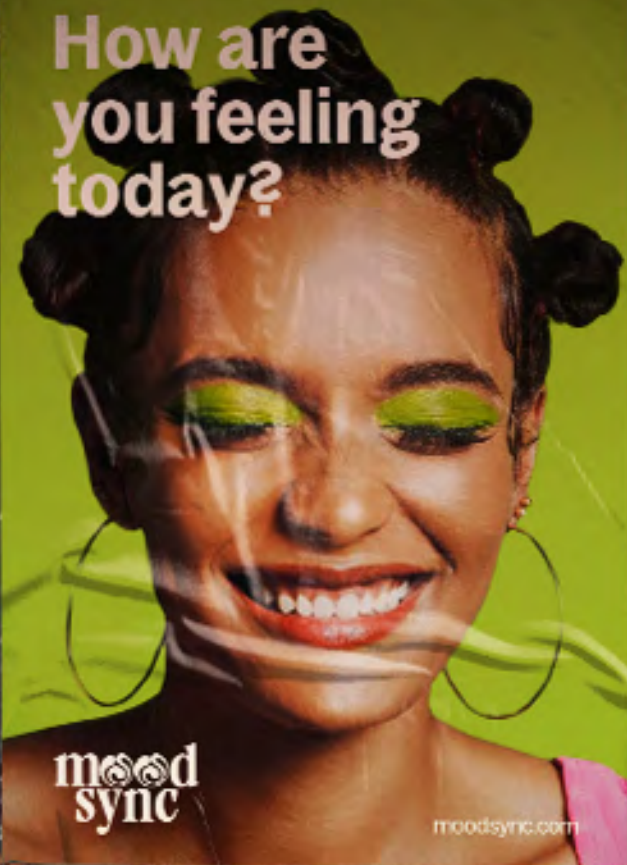
mood sync

You are unique, your content should be too

moodsync.com

mood sync

How are you feeling today?



mood sync

You are unique

moodsync.com

mood sync

Just what u-nique



mood sync

How are you feeling today?

moodsync.com

mood sync

You are unique, your content should be too



mood sync

moodsync.com



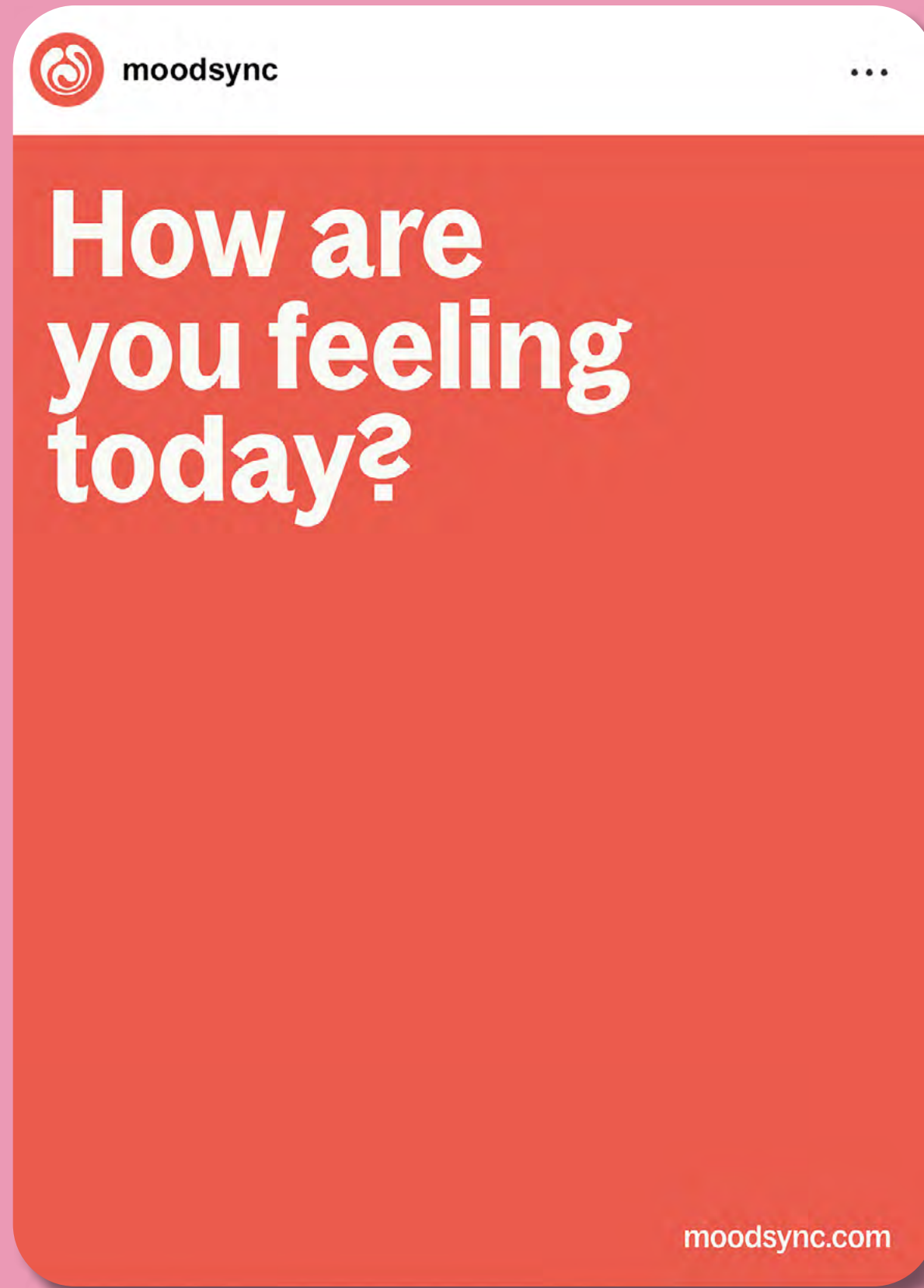


**You are unique,
your content
should be too**

moodsync.com

mood
sync





How are
you feeling
today?

mood
sync

Please enter your details

Email or number phone

Password

SIGN IN

☐ Remember me

☐ Forgot password?

Still without moodsync? [Subscribe now](#)

You are
unique, your
content
should be too

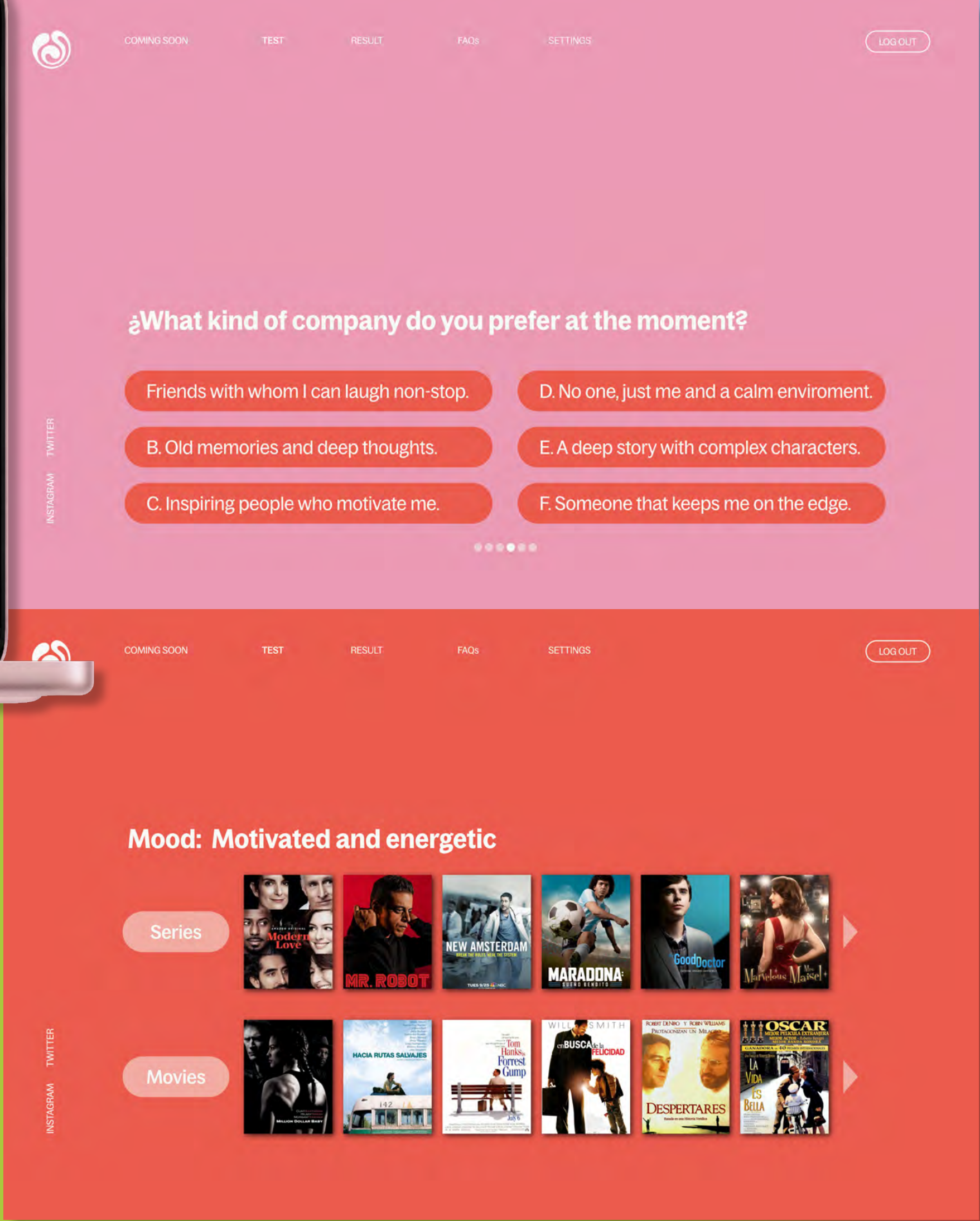
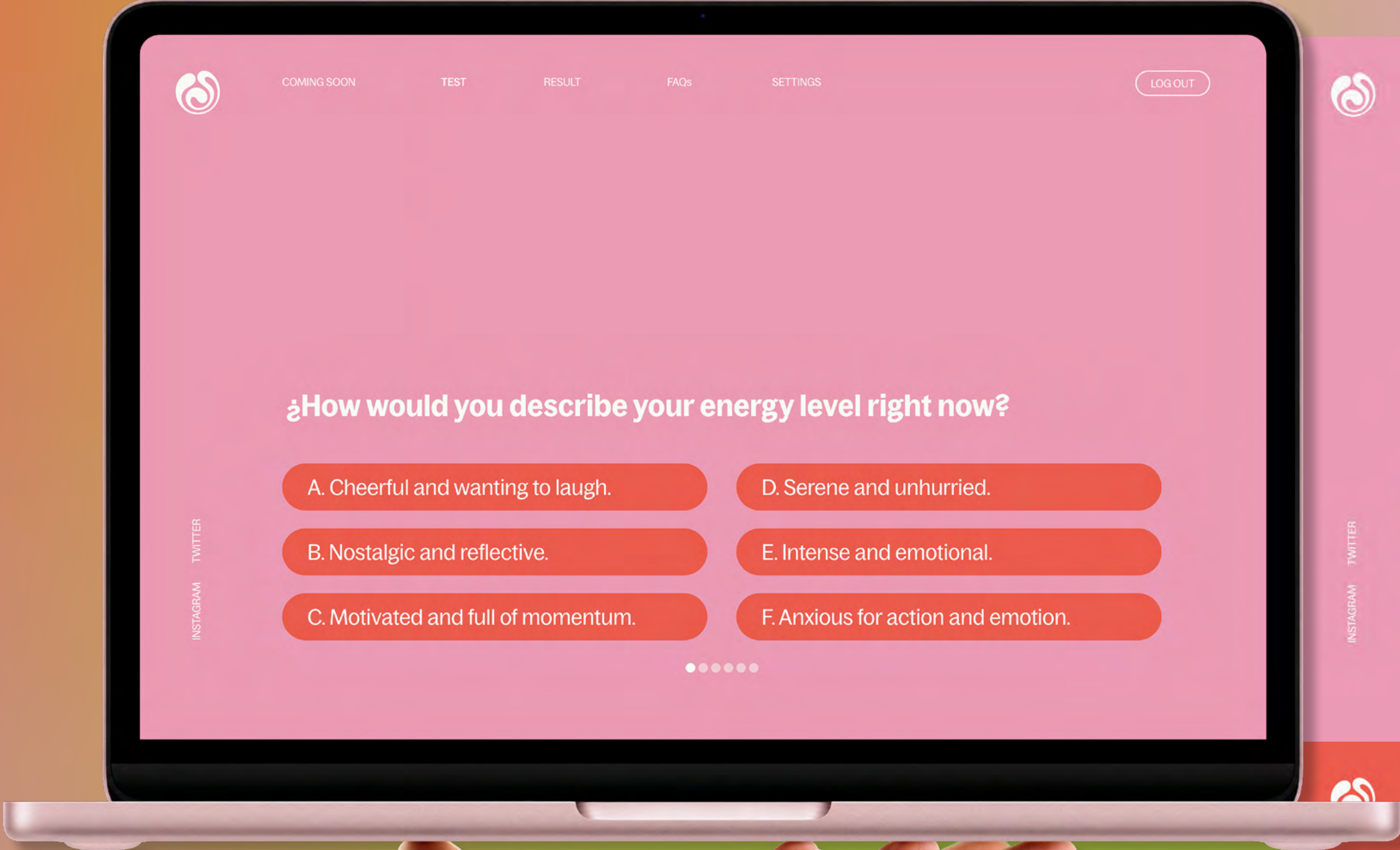


SIGN IN

Ready to feel? Enter your email to create your membership.

Your Email Address

GET STARTED



mood
sync