MANUAL DE **IDENTIDAD CORPORATIVA**

Guía de usos y aplicaciones

FILMITY®

EL MEJOR CINE
EN UN SOLO LUGAR

¿Porqué un manual de identidad?

El manual de identidad corporativa es un librillo en el que se plantean o definen los lineamientos de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. Este se caracteriza por establecer las normas que se deben seguir para poner en práctica la impresión de la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

El manual describe las normas gráficas escogidas por la compañía para mostrar su imagen, así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, incluyendo cada familia tipográfica y los tamaños admitidos, así como su empleo en cursiva y negrita.

De esta manera se logra explicar su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos.

ÍNDICE DE **CONTENIDOS**

1. Parámetros de Diseño

1.1 | Introducción a la marca
1.2 | Logotipo
1.3 | Espacio de Resguardo
1.4 | Aplicación Crómatica
1.5 | Tipografías
1.6 | Texturas y degradados

2. Lineamientos de Comunicación

2.1 | Asociación de marcas
2.2 | Grillas Diseño
2.3 | Uso de materiales de Hollywood
2.4 | Errores frecuentes
2.5 | Cómo comunicar

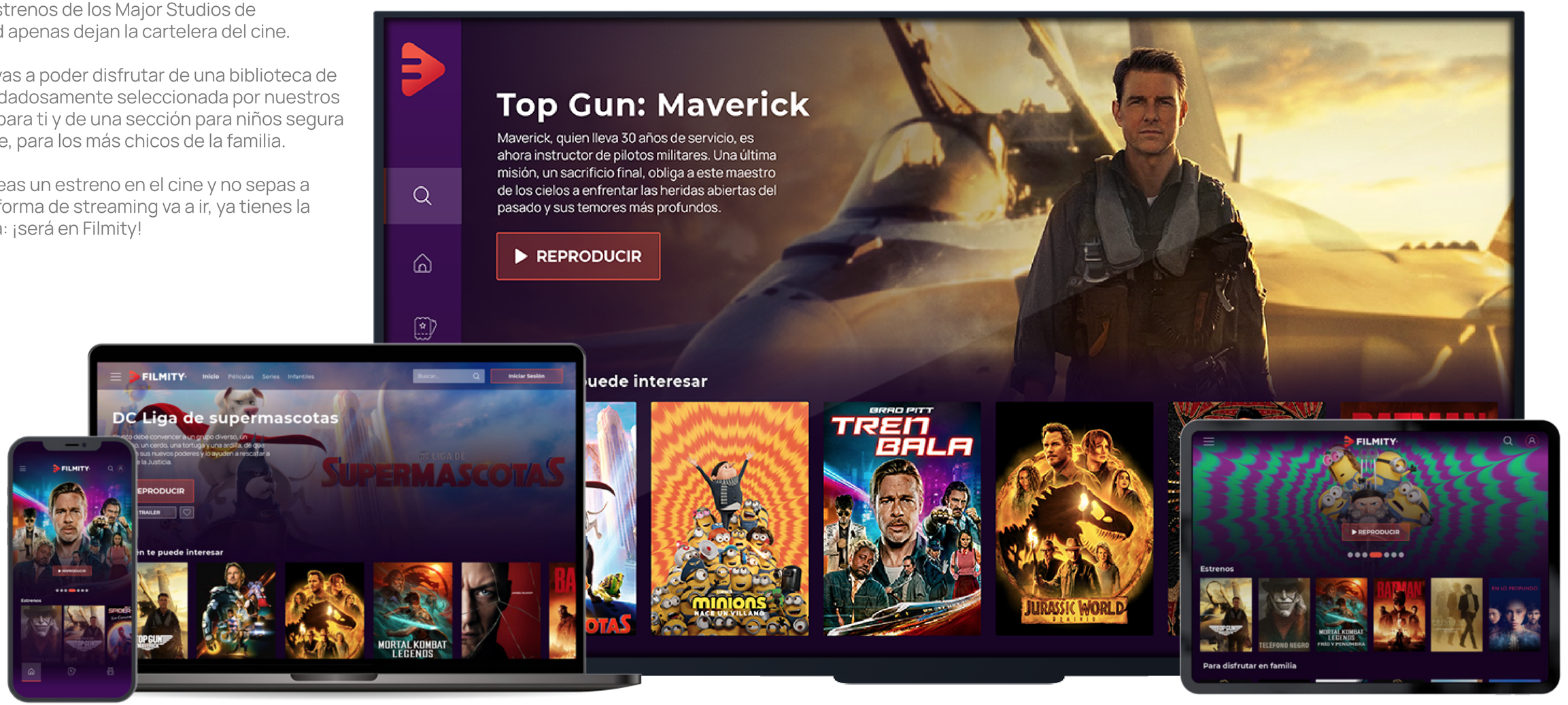

FILMITY
BLACK ADAM
FILMITY
FILMITY
PUSS IN BOOTS
THE LAST WISH
FILMITY
Iniciar Sesión
INGRESAR
FILMITY®
EL STREAMING PARA CINÉFILOS

1. Parámetros de diseño

Filmity es el primer servicio de streaming dedicado exclusivamente para los amantes del cine. Desde una sola suscripción vas a poder disfrutar de los últimos estrenos de los Major Studios de Hollywood apenas dejan la cartelera del cine.

Además, vas a poder disfrutar de una biblioteca de series cuidadosamente seleccionada por nuestros expertos para ti y de una sección para niños segura y confiable, para los más chicos de la familia.

Cuando veas un estreno en el cine y no sepas a que plataforma de streaming va a ir, ya tienes la respuesta: ¡será en Filmity!



El logotipo de FILMITY busca representar la idea de un cine único, ideal, y especial donde el espectador podrá identificar a la marca de inmediato y querrá empaparse de lleno en los contenidos que Filmity tiene para ofrecer.

El isologotipo representa la entrada de la letra F desde el lado izquierdo combinado con el ícono de Play. Dándole un formato redondeado al mismo para asimiliarlo con la calidez de la marca.



FILMITY®

Filmity es una marca registrada, por eso debe estar presente dicho símbolo

Se utiliza una tipografía pesada y apasaisada, con un gran espesor y longitud para acompañar el efecto cine

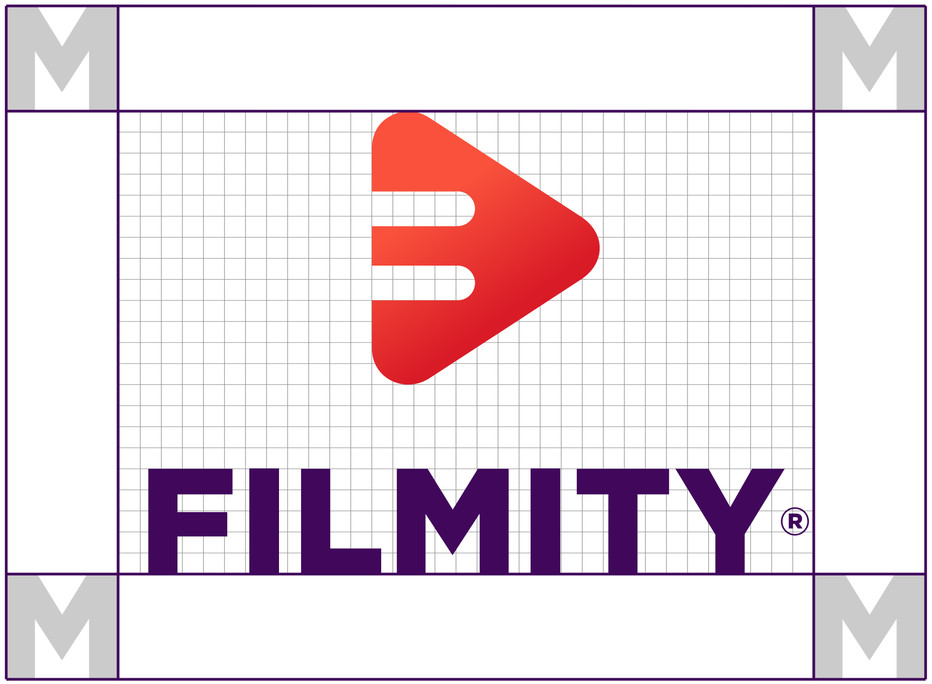
1.3 ESPACIO **DE RESGUARDO**

El área que rodea el logo es tan importante como el logotipo en sí mismo. Para definir el área de espacio libre se toma como referencia parte del isotipo.

1. Aplicación vertical
La referencia en su tamaño original (100%) delimita el espacio libre que se debe respetar para lograr la mayor legibilidad y efectividad.
Una copia de la referencia escalada al 150% determina el aire enecesario entre la tipografía y el isotipo.

2. Aplicación horizontal
La referencia en su tamaño original (100%) cumple la misma función que en la aplicación vertical presentada antes.





Es importante respetar la aplicación cromática del logotipo en sus distintas versiones, ya que siempre destacará del fondo en el que sea posicionado y ayudará a reconocer facilmente la identidad de FILMITY.

Opción convencional
Sobre fondos oscuros o semi oscuros





Opción alternativa
Sobre fondos claros o blancos





Opción convencional en negativo





Opción en una tinta negra





PANTONE
172 C

#FD4926

C: 0%	
M: 81%	R: 255
Y: 89%	G: 73
K: 0%	B: 38

#FF8775

C: 0%	
M: 61%	R: 255
Y: 48%	G: 135
K: 0%	B: 117

PANTONE
485 C

#DE2826

C: 2%	
M: 95%	R: 222
Y: 94%	G: 40
K: 0%	B: 38

#220535

C:96%	
M: 100%	R: 34
Y: 38%	G: 5
K: 60%	B: 53

PANTONE
2627 C

#3C1550

C: 89%	
M: 100%	R: 60
Y: 34%	G: 21
K: 31%	B: 80

#180326

C: 96%	
M: 98%	R: 24
Y: 47%	G: 3
K: 72%	B: 38

Las fuentes son gran parte de la identidad de FILMITY. En ellas estará desarrollada la mayor parte de la comunicación de la marca, tanto en sus plataformas como en otras piezas digitales e impresas.

TIPOGRAFÍA ISOLOGOTIPO

GOTHAM HTF BLACK

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

TIPOGRAFÍA PRIMARIA

Montserrat **Montserrat**
Montserrat ***Montserrat***
Montserrat ***Montserrat***

A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Manrope Manrope
Manrope **Manrope**
Manrope Manrope

A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

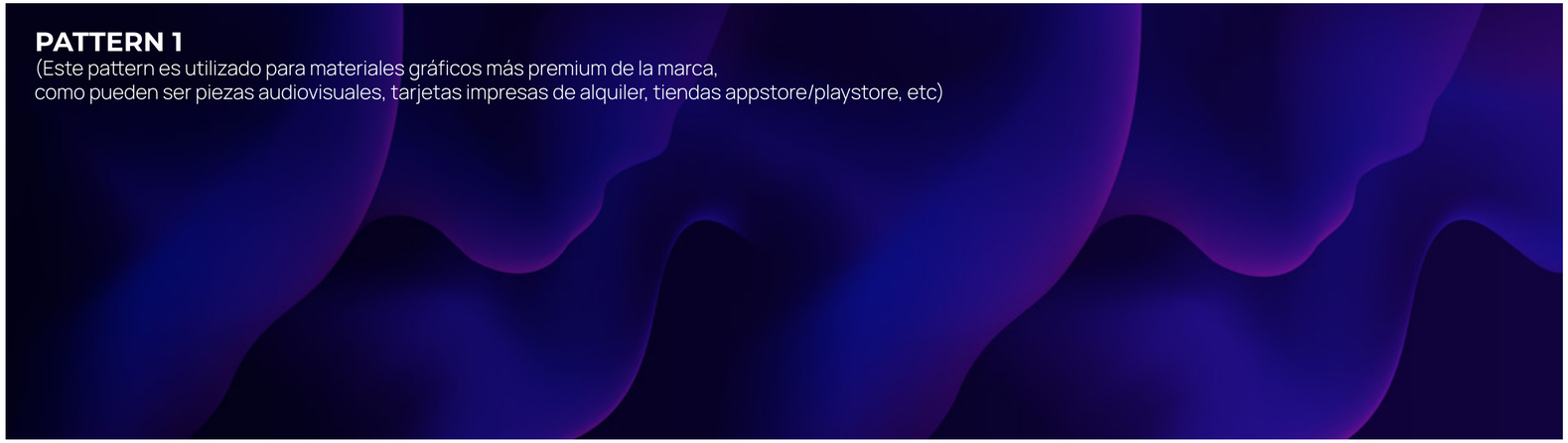
1.6 TEXTURAS **Y DEGRADADOS**

Las texturas y los degradados apoyan a la identidad y refuerzan las piezas gráficas de Filmity. Generalmente se utilizan en fondos, para complementar los diseños.

DEGRADADO 1

#FD4926 **#DE2826**

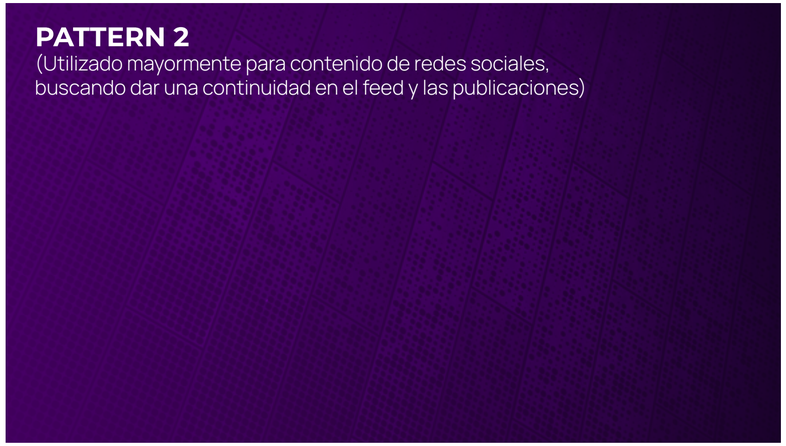
PATTERN 1
(Este pattern es utilizado para materiales gráficos más premium de la marca, como pueden ser piezas audiovisuales, tarjetas impresas de alquiler, tiendas appstore/playstore, etc)



DEGRADADO 2

#3C1550 **#180326**

PATTERN 2
(Utilizado mayormente para contenido de redes sociales, buscando dar una continuidad en el feed y las publicaciones)

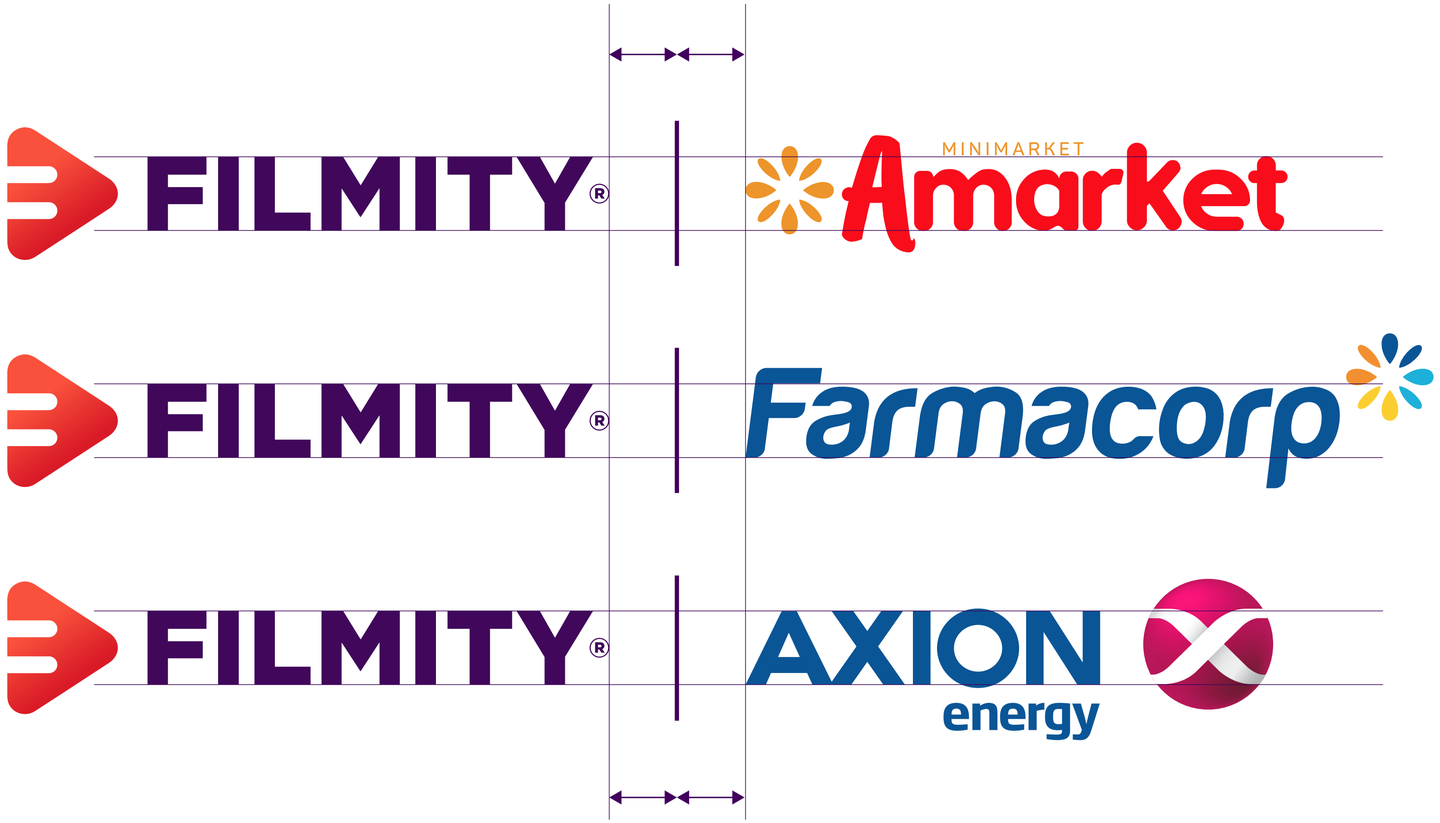


PATTERN 3
(Utilizamos el Isologotipo en versión trazo, reajustando su posición dentro del cuadro de distintas maneras)



2. Lineamientos de comunicación

A la hora de asociar Filmity con algún partner, es importante que el peso visual de los logos quede equilibrado. Separandolos por una franja y manteniendo los espacios de resguardo de ambas marcas.





2.2 GRILLAS **DE DISEÑO**

Establecer un orden que nos permita de antemano reconocer cada posición dentro de la pieza a comunicar facilitará la estructura del gráfico y mantendrá siempre la misma línea de comunicación de la marca.



Titular: Montserrat Black 42 pt

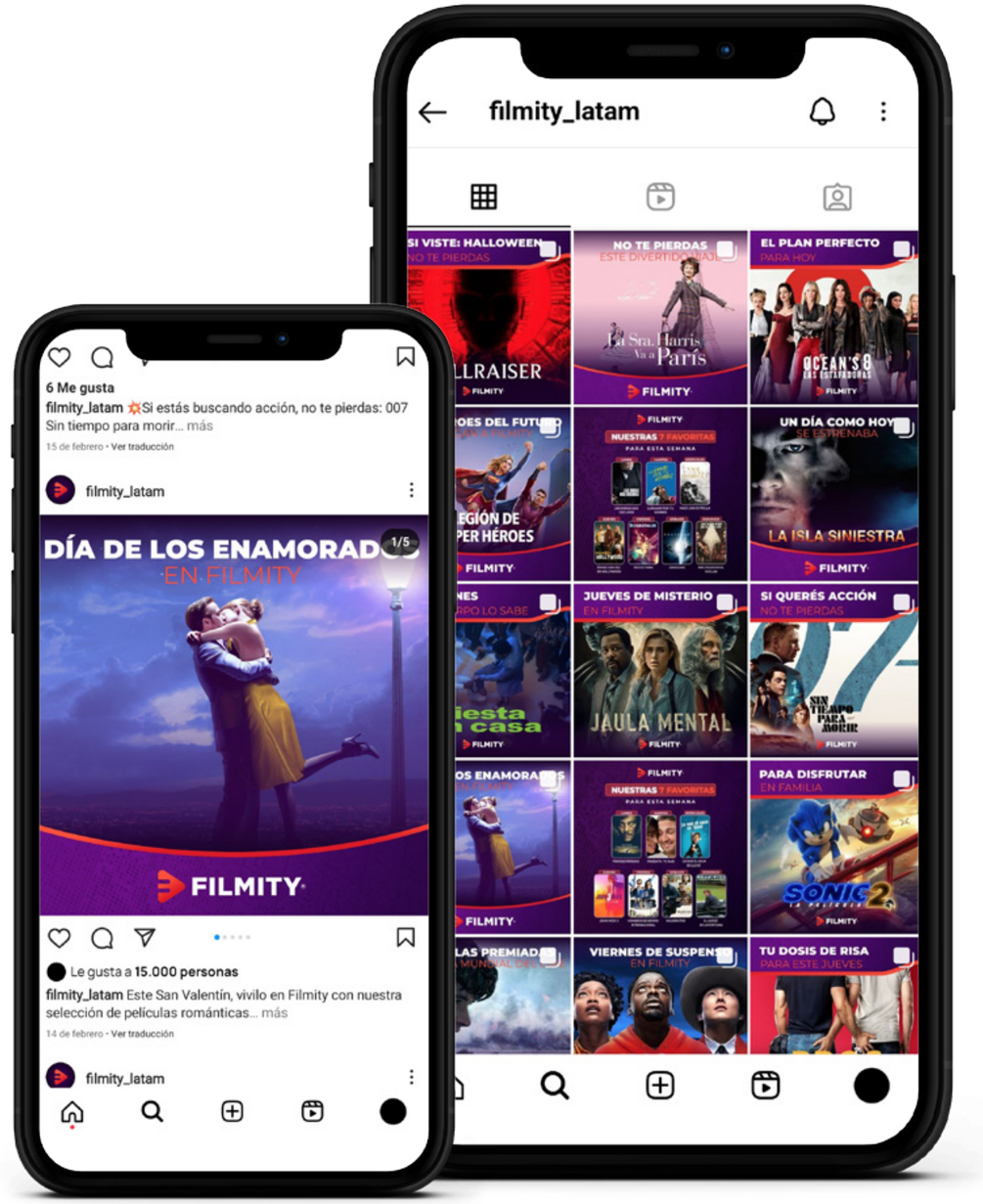
Subtítulo: Montserrat Regular 38 pt

106PX

Espacio seguro para uso del logotipo

52PX

Espacio Seguro Logotipo FILMITY



¿Cómo comunicar con imágenes de Hollywood?

Comunicar tu marca con imágenes de Hollywood requiere seguir un lineamiento preciso que los estudios proporcionan con el fin de mantener una unidad entre cada uno de los títulos determinados.

Comunicar de esta manera se tratará de un proceso que deberá ser planeado y trabajado con cierto tiempo de anticipación, dependiendo del formato final a ser publicado, para poder obtener en tiempo y forma la aprobación por parte del equipo de marketing de Filmity.



Herramientas

Para esta forma de comunicación, dependiendo de cada estudio, se contará con los siguientes materiales:

1. Poster original

2. Poster en español (Latinoamérica)
*Si bien a veces puede faltar (por decisión del estudio), generalmente se contará con el poster en su idioma original.

3. Gráfica de títulos

4. Fotogramas del audiovisual

5. Materiales especiales
(videos extras, imágenes especiales, etc.)
*La disponibilidad de los mismos dependerá de la relevancia y marketing del título en sí mismo.

6. Copyright
*Este último siempre deberá ser colocado en la parte inferior de la portada. Puede haber ocasiones en las que no se contará con esta información, por lo que no sería necesario su aplicación.

2.



3.



4.



6. © 2022 Columbia Pictures Industries, Inc. and TSG Entertainment II LLC. All Rights Reserved.

Creación

1. Todo el material debe incluir el copyright enviado por los Estudios.

2. Todas las piezas deben usar las imágenes y/o el arte oficial (incluidas las tipografías y colores originales de los títulos). Cualquier cambio necesita la aprobación explícita del equipo de marketing.

3. El material promocional debe incluir siempre un “call to action” correspondiente al modelo de negocio al que pertenece el título. Ejemplo: “Alquile ahora *Nombre de Contenido* en *Nombre de Servicio*”.

4. El diseño promocional de las series debe ser de la temporada que está siendo emitida y no de una temporada anterior.

5. Los caracteres y personajes no pueden usarse para otro propósito que promocionar las series o películas en las que aparecen.



Aprobación de piezas gráficas

1. Cada pieza creada (banners, flyers, magazines, etc) debe ser aprobada por FILMITY.

2. Para que las piezas pasen a revisión por los estudios deben enviarse al área de marketing de FILMITY.

3. En el envío debe especificarse qué tipo de pieza se envía y dónde va a ser publicada (outdoor, online, on-air, redes sociales, etc.)

4. Se recomienda enviar el material con al menos 10 días de anticipación a su publicación.

Aprobación de piezas de video

1. Es recomendable presentar un proyecto previo sobre qué títulos se utilizarán, cómo será el video y en qué medios se pautará.

2. Debemos presentarle a los estudios el guión en inglés y el storyboard complementario.

3. Sólo pueden utilizarse imágenes que aparezcan en los trailers.

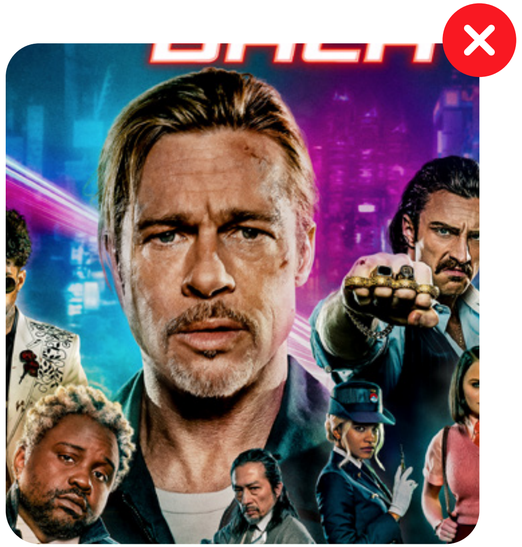
4. Los videos deben incluir los mismos elementos que las piezas gráficas: copyright, call to action, etc.

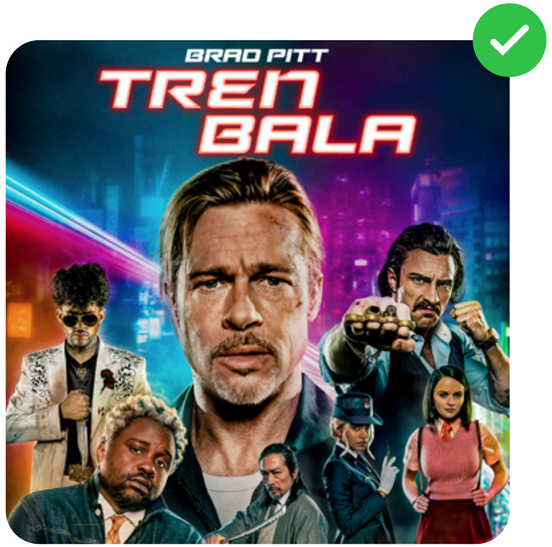
5. La aprobación de las piezas de video puede requerir hasta 4 semanas dependiendo del título y el estudio.



Errores frecuentes

El diseño no puede cortar rostros, caracteres o títulos de las imágenes originales. Tampoco puede seleccionar solo una parte del grupo de personajes que pueda contener la imagen original.







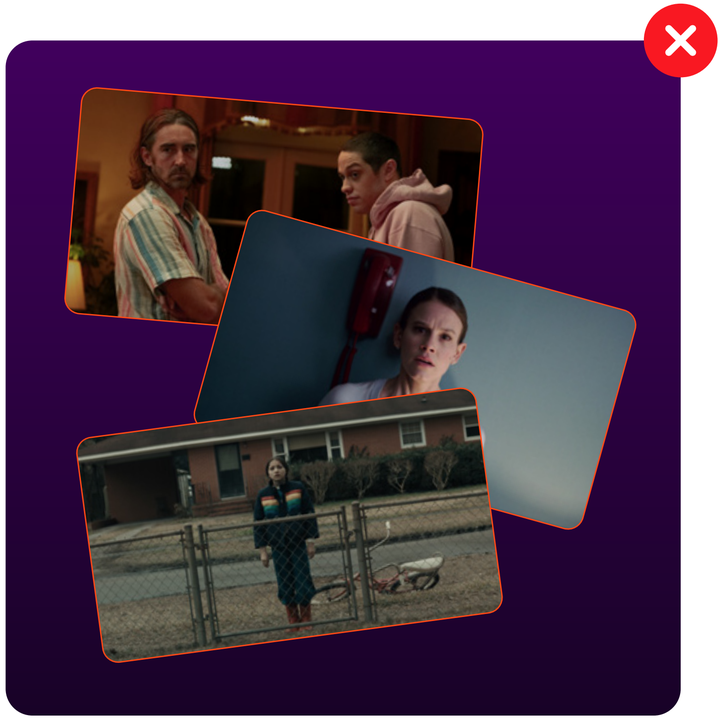


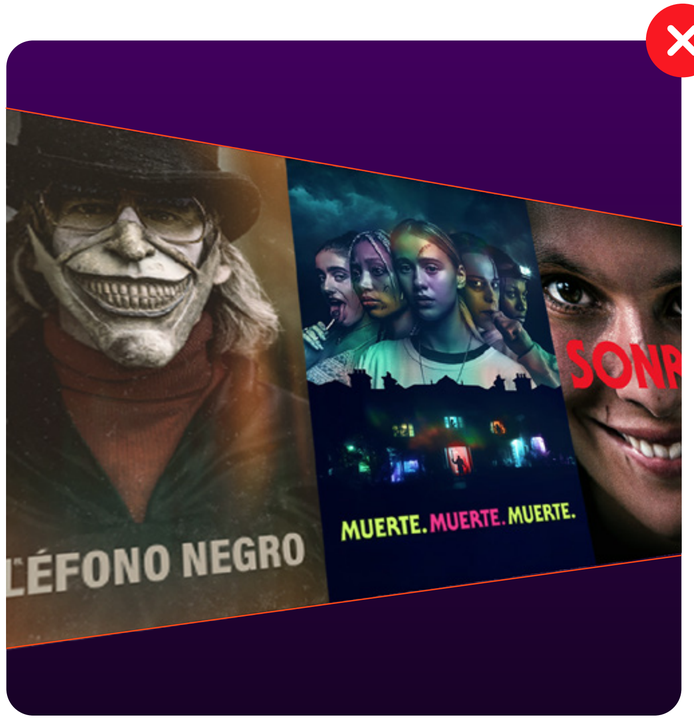


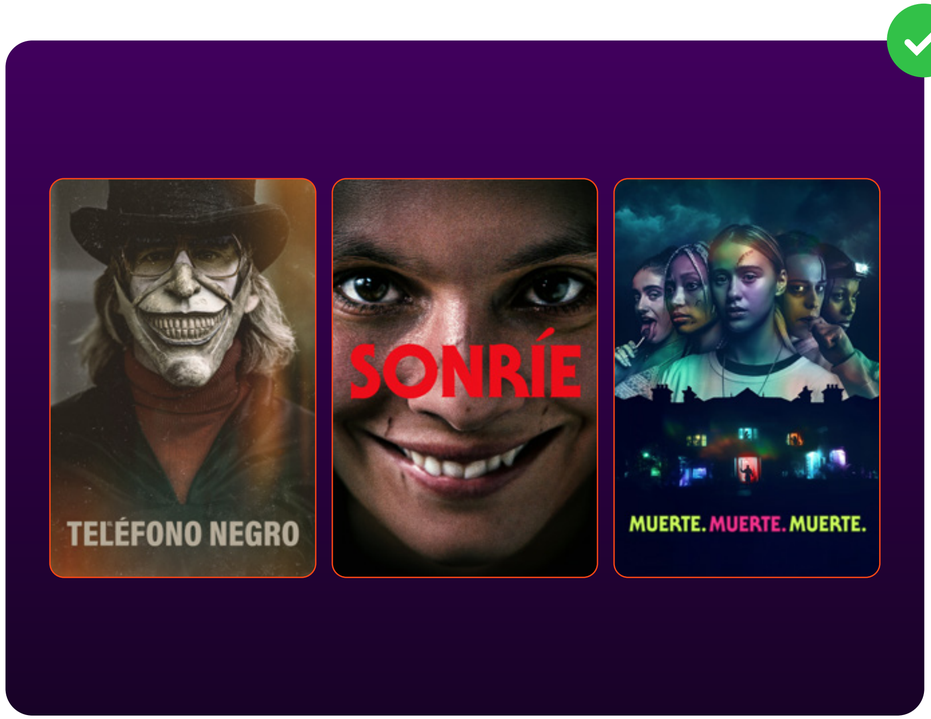


Errores frecuentes

Las imágenes no pueden estar superpuestas ni los posters cortados. Las piezas deben mostrarse completas tal como se muestra en la imagen aprobada







Errores frecuentes

Los personajes deben aparecer en su propio entorno y no compartir imagen con otros caracteres.
Las líneas legales siempre deben ser legibles.





EJEMPLO
Este no es un afiche aprobado por los estudios (Paramount Pictures no tiene los derechos sobre esta imagen) y no aparece el diseño original del título ni las líneas legales.



Errores frecuentes

El banner de la izquierda muestra el diseño de título oficial, las líneas legales y el mensaje para rentar, pero la imagen ha sido cortada y muestra sólo una parte de la imagen original.



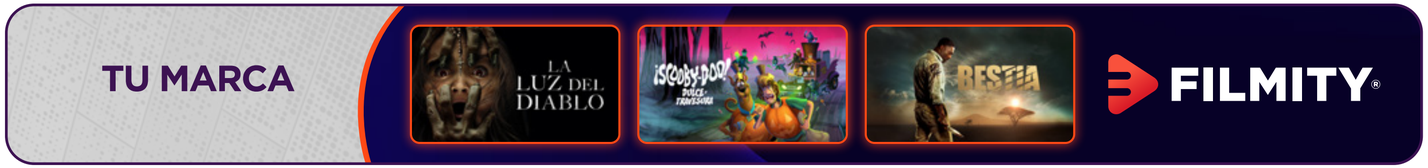


La imágen original ha sido editada para que conviva con otros personajes pertenecientes a otra película.



Redes Sociales

Ejemplo de diseño correctamente
aplicado para utilizar en Redes Sociales.









Newsletter

Ejemplo de diseño correctamente aplicado para utilizar en Newsletters.






FILMITY®