

# Videos

## Logotipo

Cuando se requiera la presencia del logotipo o descriptor de negocio sobre clips de video, éste puede aparecer de diversas maneras:

### 1. Como elemento principal

El logotipo puede aparecer en el centro de la pantalla, idealmente en su versión principal, sobre fondo blanco. Su tamaño corresponde al 35% de la altura del video.

#### Nota

El logotipo puede ser animado. En la sección de cierres animados se encuentran las versiones permitidas. No se debe usar el brand sonic al inicio de los videos, éste es exclusivo para el cierre.



## 2. Dentro de una forma contenedora

El logotipo puede aparecer dentro de un contenedor para asegurar su legibilidad.

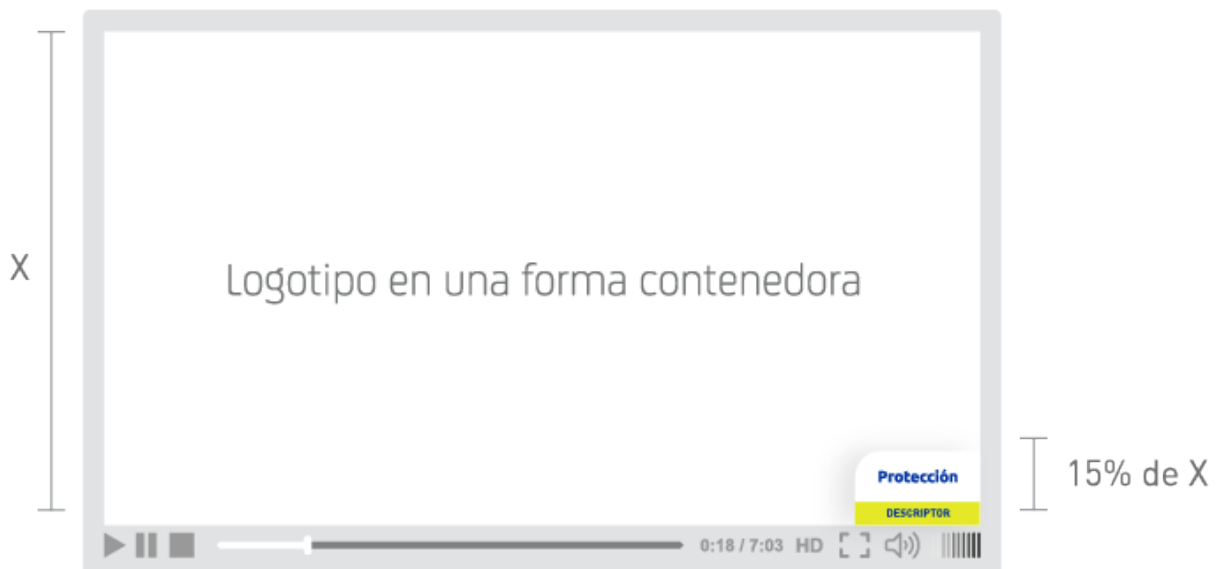
### Ubicación y tamaño

La forma contenedora debe estar ubicada siempre en la esquina inferior derecha del video.

Su tamaño debe ser del 15% de X, siendo X el alto del formato del video.

La velocidad en la que entra y sale una forma contenedora se determina tomando como base

30 cuadros por segundo; ésta debe ser de 20 cuadros por segundo. El tiempo de permanencia es en función del contenido.



[Ver animación](#)

### Versiones

La forma contenedora cuenta con las siguientes versiones:

Contenedor sin descriptor

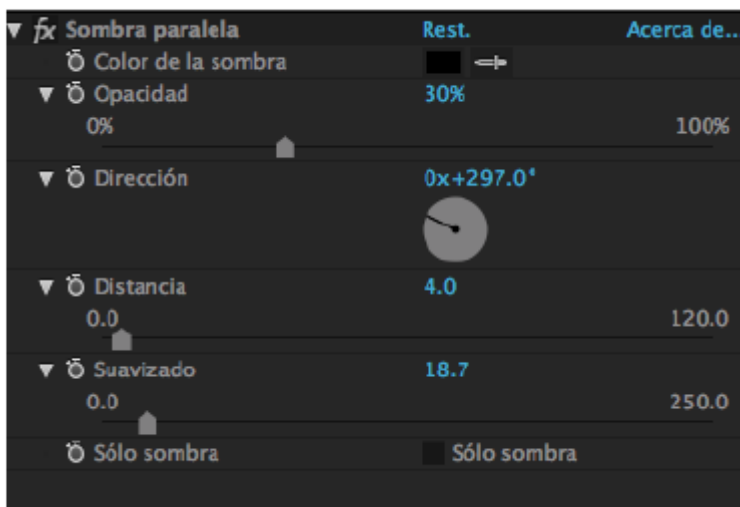
Contenedor con descriptor



## Sombra

La forma contenedora debe llevar una ligera sombra para diferenciarla del color de fondo. Para generarla, se deben seguir los siguientes pasos:

1. Seleccionar el efecto “sombra paralela”.
2. Aplicar el color negro al 30%.
3. Ajustar la dirección a 297°.
4. Seleccionar una distancia de 4.0

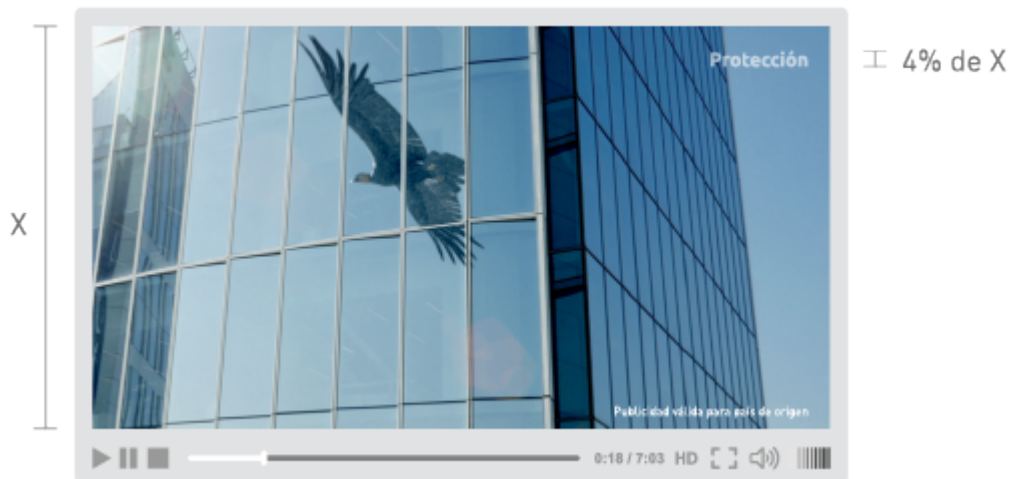


## 3. Como marca de agua

Si es necesario que el logotipo esté presente durante toda la extensión del video, éste puede aparecer como marca de agua en la esquina superior derecha. Debe estar en color blanco y con una transparencia del 60%. Su tamaño corresponde al 5% de X.

En los casos donde la publicidad tenga cobertura internacional se puede incluir una pequeña nota en la parte inferior derecha donde se indique en qué país es válida.

Se recomienda utilizar “fade in” y “fade out” para la entrada y salida del logotipo.



Ver animación

## Co-branding y patrocinio

Existen casos donde la marca Protección participa en co-branding o como patrocinador dentro de un video. Los logotipos podrán aparecer ya sea al inicio o al cierre del video, o en ambos casos. Además, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

1. El orden de aparición de los logotipos dependerá de quién lidera el anuncio.
2. Se deberá dividir el formato en partes proporcionales entre las marcas.
3. Se podrá utilizar una línea divisora delgada y en color gris claro para separar los logotipos.

## Anuncios con dos marcas

Dentro de un video, existen diversas formas de presentar logotipos en cobranding, de acuerdo a la necesidad:

- a. Logotipo de Protección + logotipo de la otra marca (relación 50% - 50%).



b. Logotipo lockup con descriptor de negocio + logotipo de la otra marca (relación 50% - 50%).



c. Cuando Protección lidera el anuncio y aparece con más de una marca (relación 75% - 25%).

Protección

ALFA



## Anuncios con más de dos marcas

a. Cuando el anuncio en co-branding lo lidera un tercero, el logotipo de Protección (con o sin lockup de descriptor) debe ser más pequeño que el logotipo de la otra marca. Estableciendo una relación de tamaño de 75% - 25%.

ALFA

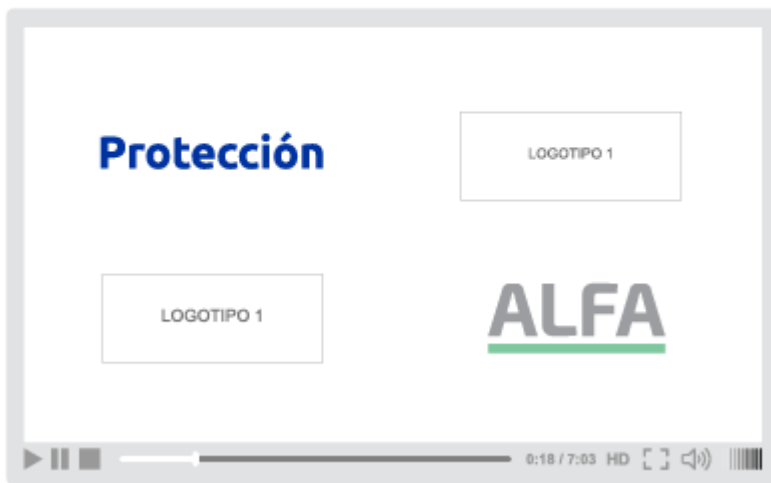
Protección



b. En el caso de un patrocinio, todos los logotipos del anuncio deben tener el mismo tamaño.

Protección

ALFA



En ambos casos, los logotipos pueden o no estar separados por líneas delgadas de color gris claro y el logotipo de Protección deberá llevar el área de reserva en cada lado

## Elementos Gráficos

### Texto

Se pueden utilizar las tipografías Barlow y FS Joey para generar destacados tipográficos. El texto debe utilizarse en un color que genere contraste con el fondo y que siempre sea legible.

Los textos pueden usar todos los pesos tipográficos disponibles y deben utilizar los colores corporativos.

Existen algunas indicaciones que hay que tomar en cuenta para la animación de textos:

- Las transiciones deben ser sencillas sin movimientos o efectos exagerados.
- Utilizar en su mayoría “fade in” y “fade out” con transparencias para suavizar las transiciones.

- Los textos pueden entrar a cuadro con movimientos de posición, siempre en línea recta.
- La escala es un parámetro que se puede utilizar para destacar información y dar dinamismo.



[Ver animación](#)

## Iconos

Al animar íconos, debemos tener en cuenta el fondo donde irán ubicados para asegurar que haya suficiente contraste y que cuenten con legibilidad.

Los íconos deben aplicarse únicamente en los colores de la paleta corporativa.

Se deben animar según sea su finalidad, modificando las siguientes propiedades: escala, trazado de paths (líneas y formas), transparencia o creando morphs.

Es importante mantener un estilo de animación acorde a la marca sin agregar efectos o elementos que estén fuera de los lineamientos.





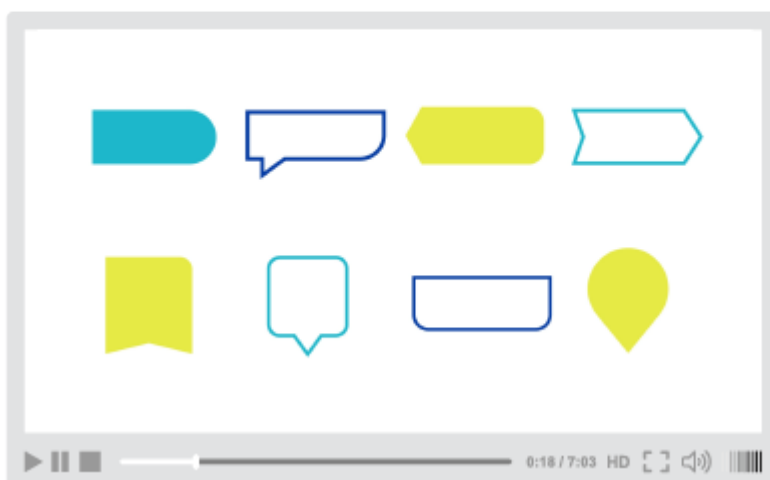
[Ver animación](#)

## Destacados

Los destacados son recursos importantes para jerarquizar información dentro de los videos.

Su uso permite que la información sea más legible sin importar el fondo del video.

El uso de estos elementos debe ser limitado, cuidando no sobresaturar la pantalla. Para su animación, se pueden modificar sus propiedades: escala, transparencia, trazado de paths (líneas y formas).



[Ver animación](#)

# Fondos

Las fondos deben ser sólidos con los colores de la marca. No se deben utilizar degradados o texturas que estén fuera de los lineamientos.

1. Los colores vibrantes se deben utilizar sólo cuando aparecen textos o gráficos.
2. Cuando aparezcan personas, el fondo debe ser blanco, gris claro o bien una imagen, siempre que ésta permita una buena visibilidad de los elementos.

Para cambiar de un fondo a otro se deben utilizar transiciones básicas. Los movimientos siempre deben ser lineales y sin efectos. Además, se pueden hacer transiciones utilizando sólo transparencias para cambiar de un sólido a otro.



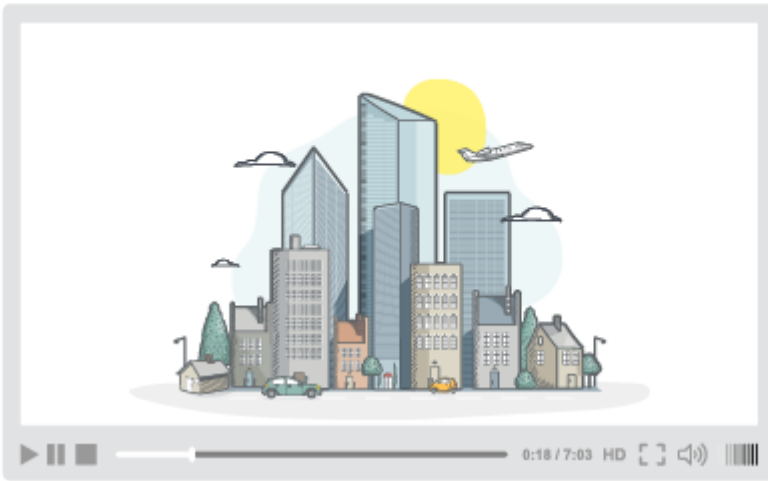
Ver animación

# Ilustración

La ilustración es un recurso que se puede utilizar en los videos como apoyo gráfico. Se puede hacer uso de cualquiera de los estilos ilustrativos permitidos por este manual, tomando en cuenta lo siguiente:

1. La ilustración puede ser el elemento principal para representar contenido o datos gráficos.
2. Puede ser un apoyo secundario, cuando aparecen personas, para ilustrar el contenido.

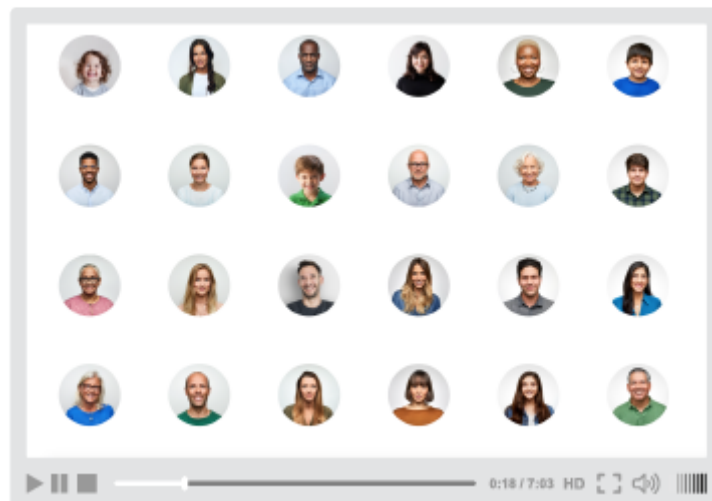
3. No se deben mezclar diferentes estilos de ilustración en un mismo video.



Ver animación

## Imágenes

Se deben seleccionar imágenes que muestren la diversidad étnica de los países de Latinoamérica. Además, deben ser inclusivas, mostrando hombres, mujeres, niños y ancianos.



Ver video

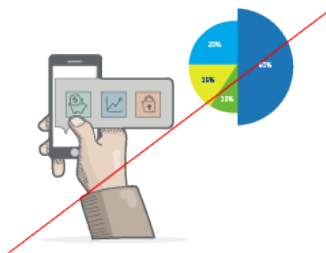
## Usos incorrectos

Al usar elementos gráficos dentro de un video no se debe:

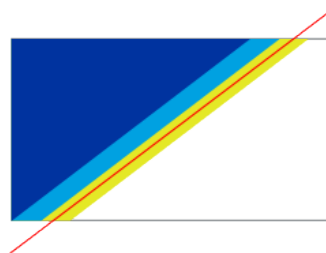
1. Usar efectos y sombras para resaltar textos sobre imagen.



2. Mezclar diferentes tipos de ilustración y paletas de color en un mismo video.



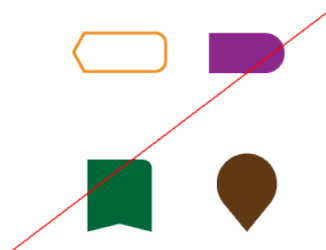
3. Utilizar cortinillas en diagonal o formas irregulares.



4. Utilizar colores en degradado como fondo para personas o en elementos gráficos.



5. Usar colores diferentes a los de la paleta corporativa en destacados.



6. Agregar elementos o formas que no formen parte del sistema visual de SURA.



## Créditos

Existen diversas alternativas para presentar créditos en los videos:

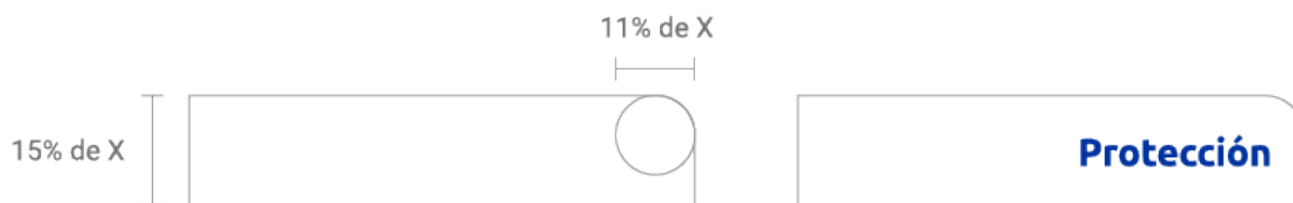
1. Se puede usar una forma contenedora similar a la del logotipo, aunque más alargada. Esta forma puede ser de color amarillo o blanco y puede o no tener el logotipo de la marca. Los textos deben ir en color azul PANTONE® 286C. Se pueden utilizar únicamente las tipografías DIN OT o FS Joey.



La forma contenedora debe tener una altura del 15% de X, siendo X la altura del video. Para el diámetro de la curva, se debe considerar 11% de X. El largo se debe ajustar según la cantidad de texto que se requiera ingresar.

En los casos donde deba aparecer el logotipo, éste debe estar centrado y alineado

a la derecha y su tamaño lo determina el área de protección.



2. Se puede usar una franja delgada que cubra toda la extensión de la parte inferior del video. La franja puede ser de color amarillo o blanco y puede o no llevar una leve transparencia al 90%. Los textos se deben ir en color azul PANTONE® 286C. Se pueden utilizar únicamente las tipografías DIN OT o FS Joey. La forma contenedora puede o no contener el logotipo de la marca.



[Ver animación](#)

## Información adicional

En algunos casos es necesario agregar al video información como legales o datos de contacto.

En estos casos se debe:

1. Utilizar siempre el color blanco como fondo. Los textos de los legales deben ir en color gris PANTONE® 424C, justificados a la izquierda y utilizando la tipografía DIN OT Light en un tamaño de 46 - 30 pts, según sea requerido, para favorecer la legibilidad.

Legales



Justificar a la izquierda y centrar

Datos de contacto



Se pueden resaltar datos importantes con la tipografía DIN OT Medium

## Subtítulos

En ocasiones, es necesario usar subtítulos en los videos. Para ello, se definieron dos alternativas:

1. Cuando se requieran textos largos, de forma narrativa, se debe utilizar una franja en la parte inferior del video durante toda su extensión. La tipografía debe ser DIN OT Regular de 55 - 70 pts.



Ver animación

2. En el caso de textos cortos que deban contar con mayor protagonismo, pueden aparecer sobre la imagen o fondo, siempre justificados a la izquierda y centrados verticalmente dentro de la pantalla. Se deberá utilizar tipografía FS Joey Medium de 60 - 90 pts. Esta solución se utiliza, también, cuando los subtítulos coinciden en pantalla con la franja de créditos.



Ver animación

El color de la tipografía debe ir de acuerdo al color del fondo del video, asegurando siempre su legibilidad. Cuando se utilice una imagen de fondo, la tipografía debe ser en color azul PANTONE® 286C y se deberán retocar las imágenes para asegurar que el fondo sea lo suficientemente claro para favorecer la lectura de los textos.

# Cortinillas

El uso de cortinillas resulta útil para dividir temas dentro de un video o para dar dinamismo al contenido presentado. A continuación, se presentan algunas consideraciones a seguir para su uso:

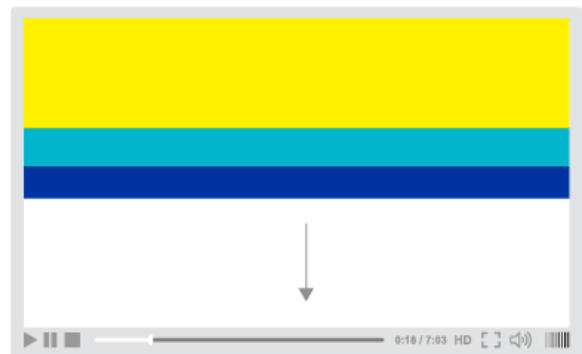
1. Las pantallas siempre se dividen con tres franjas rectas de color que aparecen ya sea en dirección horizontal o vertical. El movimiento de las franjas debe ser “en panel o barras” como se muestra más adelante en la animación de ejemplo. Además, se deben utilizar los colores de la paleta corporativa o del negocio/prestación.

[Ver video con ejemplos de cortinillas](#)

[Ver video](#)

[Descarga los ejemplos de cortinillas](#)

[Descargar](#)



2. Las tres franjas se mueven en la misma dirección en la que entran en pantalla. Las dos primeras desaparecen, dejando un campo de color fijo, correspondiente al tercer color. A continuación, se muestra un ejemplo de cómo entran las franjas y cómo se visualiza el campo de color sobre el que puedan aparecer otros elementos como textos e iconos.





Otros casos en los que se utilizan cortinillas son:

a. Cuando un video cuenta con subtítulos en la parte inferior de la pantalla.

b. En los cierres de videos, cuando aparece la animación oficial del logotipo.



## Cierres animados

Los cierres son una parte fundamental de los videos, ya que en ellos se muestra información importante de la compañía. Es por esto que se deben seguir ciertos lineamientos para unificar todos los videos que se generen para la marca Protección. Dependiendo del uso y medio en el que se difundirá el video, variarán los datos que se deberán incluir en el mismo.

Todos los videos de Protección deberán cerrar con la animación oficial del logotipo y el brandsonic, un audio diseñado especialmente para las piezas audiovisuales de la marca.

## Tipos de cierre

### 1. Cierre de marca

Este cierre se puede usar para videos internos, videos para canales de Youtube,

redes sociales o para cualquier caso donde se requiera que la marca aparezca sola.

## Nota

Cuando el logotipo animado se usa al inicio del video, no debe llevar el brandsonic.



Formato 16:9

[Ver animación](#) [Descargar](#)

---

Formato 1:1

[Ver animación](#) [Descargar](#)



Formato 16:9

[Ver animación](#) [Descargar](#)

---

Formato 1:1

[Ver animación](#) [Descargar](#)

2. Cierre de negocios

El cierre lleva el logotipo de Protección, las unidades de negocio y el URL.



[Ver animación](#)

[Descargar](#)

3. Cierre de producto

El cierre lleva el logotipo de Protección y el URL.



[Ver animación](#)

[Descargar](#)

