



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y GUÍA DE ESTILO

Proyecto Meliés

JOSÉ LUIS PONS

Introducción

El presente manual agrupa los elementos que forman la Identidad Visual de la marca Meliès y la guía de estilo de su producto madre (Meliès: el juego de mesa de las productoras). Este documento insta los principios mínimos de creación y adecuada utilización de los elementos gráficos, estableciendo las normas de uso de la imagen corporativa en todos los ámbitos de comunicación y las soluciones a las cuestiones gráficas y visuales. También aporta datos y pautas de diseños en los distintos elementos y productos de la marca, principalmente el juego de Mesa.

Se constituyen para ello las pautas de elaboración de sus elementos, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas del logotipo, en sus usos principales.

El establecimiento del concepto de identidad corporativa y su aplicación integral al ámbito de la comunicación institucional es esencial como valor publicitario y de marketing. Así como unidad a nivel estético y formal.

Es imprescindible una atención especial a las sugerencias expuestas en estas páginas, como documento que asegura una unidad de normas en la comunicación y difusión pública de la marca en el entorno web y en la promoción publicitaria.



PARACIN

CARTA DE JUEGO
Malicia
Row 01
Col 25

Desarrollo

Preproducción

Producción

Postproducción

Tienda

Cortometraje
Semilleros
Maravillosos

Cortometraje
Papel de cera dura

Cortometraje
Enriqueza, ¡lo tú!

Midiero y un poco de terror con su protagonista muy joven que sigue produciendo con un ser sobrenatural. La sinopsis sugiere en esta producción que un profesor está a cargo de una película que en su producción...

... sobre colores y disponibilidad. C'ol... en el momento que se va a dibujar... que a veces puede resultar... el mudo "CUIDADO" con com... lamento. En el caso de que... antos o serios al estado... momento quedará fuera de... comprando por el los pasaje...

... de sus unidos... en el momento... AMBIENTACION... y producción, no... juego al termi...

mpresa

Logotipo

La marca Meliès añade en su Identidad Visual los valores que la identifican.

El logotipo, principal identificador visual, se constituye a partir de la combinación entre una tipografía que combina lo “viejo” y lo “nuevo”:

- El símbolo principal, siendo esté la M mayúscula, nos transmite la contemporaneidad del logo. El diseño nos rememora a las marcas como Apple y los videojuegos en tres dimensiones, asimismo, la letra M como tal provoca la sensación de estabilidad y seguridad. El color azul otorga una connotación relajante y tranquilizadora, de enorme contraste con los valores de movimiento y diversión del juego de mesa, pero también transmitiendo confianza y conocimiento.
- El resto del logotipo lo forman las siguientes letras del “naming”, ofreciendo directamente al espectador su identificación como marca. Esto también ofrece una enorme legibilidad y una comunicación sin tendencia a la confusión. Por otro lado el cielo azulado, que constituye el fondo de las letras, tiene vinculación con la temática de los filmes del propio Meliès vinculando el logotipo con su significado original.

El logotipo en sí, excepto la letra principal, utiliza una tipografía tradicional y redondeada para afianzar la idea lúdica y relajante, pues las fuentes “sans serif” tienen una utilización más seria y madura.

El color corporativo principal, un azul índigo, simboliza tranquilidad, conocimiento y libertad; subrayando todos los valores corporativos de Meliès.

La unión de estos elementos origina un sólido y compacto logotipo que permite ser separado en un logotipo más reducido que pueda actuar en los usos que así lo necesiten siguiendo siempre los criterios de este documento.



Zona de protección

Cuando se utilice el logotipo, este tiene que tener un espacio visual reservado para que los otros elementos que conformen la imagen o documento no modifiquen la esencia del diseño. Por tanto es necesario un cierto espacio en blanco que deje al diseño respirar y transmitir su mensaje.

Este espacio equivale al tamaño de la M del logotipo, se debe perfilar una línea imaginaria alrededor del mismo con la M para calcular el estimado espacio en blanco.

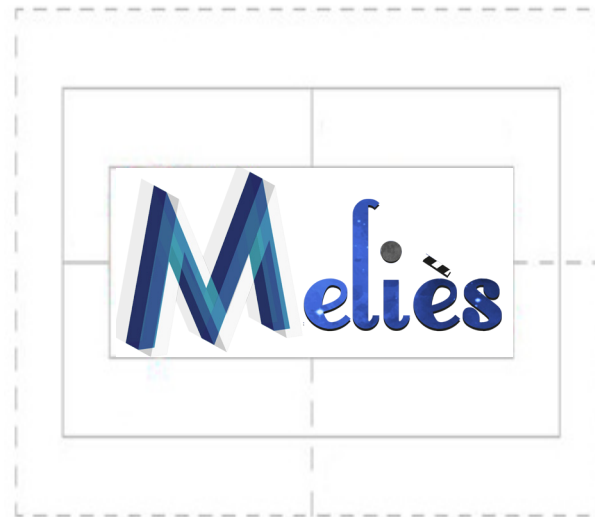
Este logotipo tiene su como objetivo ser reconocido en casi cualquier tamaño, para tamaños menores se usará el logotipo compacto.



Área de interferencia

Para asegurar que la marca es completamente legible en toda la utilería y aplicaciones se debe respetar en todo su perímetro un espacio libre de elementos que pudieran causar interferencia visual.

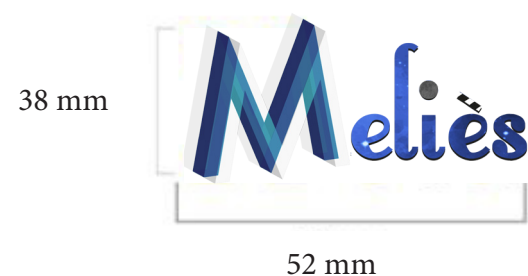
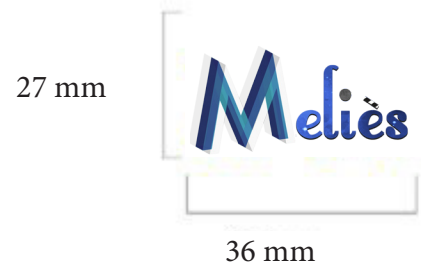
Siguiendo esta premisa, se potencia la lectura, el recuerdo y el impacto de nuestro diseño y se refuerza la totalidad y la legibilidad de Meliès.



Reducción máxima

La escala de la configuración principal del logotipo debe ser establecida por el espacio utilizable, la estética, el empleo y la visibilidad, pero siempre obedeciendo el tamaño máximo de disminución para reforzar en todos los casos una adecuada legibilidad de los textos.

- En impresión no se podrán utilizar para esta configuración tamaños menores de 30 mm de base.
- En digital no se podrán utilizar para esta configuración tamaños menores de 150 px de base.





Usos incorrectos

El uso incorrecto del logotipo deteriora el impacto de la comunicación de la marca transmitiendo un mensaje inconexo.

Cualquier modificación, ya sea tonal, de angulación, proporción o forma aparte de las detalladas en este manual, no debe ser admitida.

Tipografía principal

La tipografía corporativa de Meliès es la “Chunk Five” en su único modo. Y sin modificaciones de ningún otra clase.

Utilizaremos esta tipografía siempre que el logotipo se encuentre presente. Es la fuente primaria para la tipografía principal.

Hay que emplearla únicamente en caja baja, para mantener la proporción la letra M del logotipo. Y con ello mantener la consistencia de la marca Meliès.



Aa

Chunk Five

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890(!)!"·\$%&/=¿?

Tipografía secundaria

Aa

Linux Libertine

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890()!"·\$%&/=¿?

Aa

FontleroyBrown

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!" \$ &/ ¿?

No obstante, para las letras que suelen formar títulos, textos secundarios o pequeños añadidos sin demasiado contenido, recomendamos la utilización de la tipografía Fontleroy Brown (de dominio público) En ningún caso se puede emplear para el logotipo de Meliès como texto. Es buena opción debido al contraste que supone con respecto a la fuente tipográfica del logo principal y permite resaltar más un contraste nítido pero eficaz.

En textos largos lo recomendable es emplear la tipografía “Linux Libertine”. Esta tipografía es especialmente útil para los textos que suponen bloques de contenido y más concretamente para la descripción de las diferentes cartas que componen el juego Meliès.

Colores corporativos



Color en aplicaciones office y web

HEX: 2A418D

RGB

R: 42 G: 65 B: 141

CMYK

C:96% M: 81%

Y:7% K: 1%

Color en impresión y offset digital

Pantone 7687C



Color en aplicaciones office y web

HEX: 4871DD

RGB

R: 72 G: 113 B: 221

CMYK

C:78% M: 57%

Y:0% K: 0%

Color en impresión y offset digital

Pantone 2726C



Color en aplicaciones office y web

HEX: 345B8C

RGB

R: 52 G: 81 B: 194

CMYK

C:86% M: 62%

Y:22% K: 6%

Color en impresión y offset digital

Pantone 653C



Color en aplicaciones office y web

HEX: 3F97A9

RGB

R: 63 G: 151 B: 169

CMYK

C:73% M: 23%

Y:29% K: 4%

Color en impresión y offset digital

Pantone 7459C

Empleamos dos tonalidades para los colores corporativos reservando otros dos tonos (uno de ellos blanco) para usar como recurso de grafismo o cuando el logotipo se utilice en negativo. El logotipo es exactamente igual tanto en positivo como en negativo, únicamente varía el color del texto pasando a ser completamente blanco. El fondo modifica su color para pasar a un azul claro. Los detalles gráficos adicionales desaparecen en el negativo.

Logo negativo



Logotipo compacto

Como alternativa, existe una versión reducida del logotipo. Esta versión será muy utilizada en algunos espacios webs o en los distintos productos físicos que por motivos de tamaño el texto completo sea de difícil legibilidad.

Esta versión siempre será empleada en solitario, es decir, sin el resto de elementos del logotipo o cualquier otro elemento de diseño, con la excepción de un oportuno fondo de color blanco. Eso sí, este “background” será utilizado siempre que no interfiera con la legibilidad del logotipo compacto.

Con respecto al logotipo oficial, en esta versión solo se encuentra presente la letra M sin ninguna de las tipografías antes mencionadas, y sin ningún tipo de cambio a nivel de proporción con respecto al original.



**Logotipo
original**



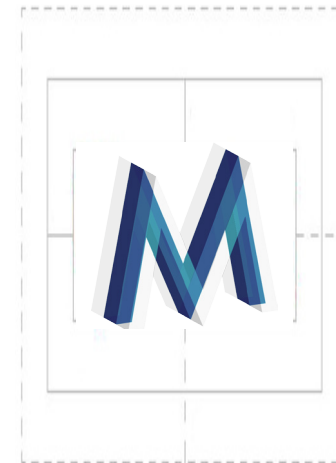
Área de interferencia



El área de interferencia que debe adecuarse alrededor del símbolo en todas sus utilizaciones copia al empleado en la configuración principal.

Es preferible, siempre que se pueda, mantener distancias igual o superiores de su base.

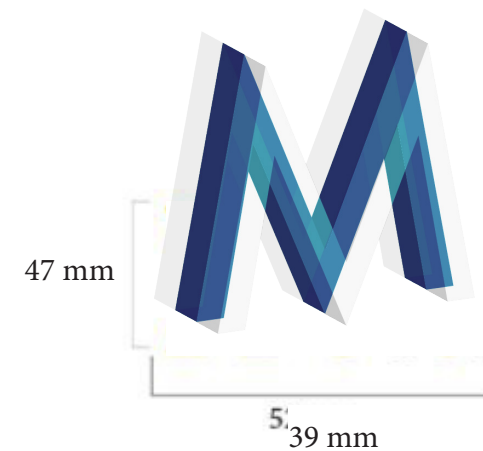
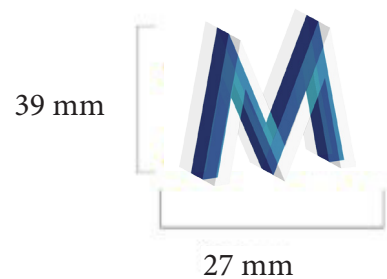
De todas formas, el espacio libre necesario que debe conservarse es la mitad de la base del símbolo M, al igual que el logotipo original.



Reducción máxima

Al ser compacto permite una reducción aún mayor con respecto al logotipo oficial.

- En impresión no se podrán utilizar para esta configuración tamaños inferiores de 8 mm de base.
- En digital no se podrán utilizar para esta configuración tamaños inferiores de 16 px. (Recomendado para Favicon).





Usos incorrectos

El uso incorrecto del logotipo compacto deteriora el impacto de la comunicación de la marca transmitiendo un mensaje inconexo.

Cualquier modificación, ya sea tonal, de angulación, proporción o forma aparte de las detalladas en este manual, no debe ser admitida.

Combinaciones de color opcionales (uso restringido)

Estas opciones de color exclusivamente se pueden usar en aplicaciones de identidad corporativa o productos oficiales de Meliès (señalética, comunicación externa o interna, disposiciones webs por parecido con otras marcas, etc).



Meliès

A 3D rendering of the Meliès logo in a vibrant yellow color. The letters are thick and have a slight shadow, giving them a three-dimensional appearance. The 'M' is particularly prominent, with its vertical strokes being wider than the other letters.



Meliès

A 3D rendering of the Meliès logo in a vibrant red color. The letters are thick and have a slight shadow, giving them a three-dimensional appearance. The 'M' is particularly prominent, with its vertical strokes being wider than the other letters.

Usos combinados de la marca

La coexistencia del logo de Meliès con otras marcas oficiales deberá considerar, en todos los casos, las normas de este manual.

Siempre que sea posible, se usará en primer lugar el logotipo no compacto y con todos sus detalles descritos el apartado de “Logotipo”.

Se muestran algunos ejemplos utilizando la configuración principal de la marca.





Guía de estilo

La finalidad de esta guía es normalizar los diferentes productos originados por el proyecto Meliès homogeneizando estilos y estructuras para hacer viable la creación de nuevos productos y expansiones de los anteriores.

La coherencia es necesaria en Meliès debido a la multitud de recursos y fuentes empleadas. Esta guía ofrece modelos de maquetación para facilitar el desarrollo de nuevos materiales o la modificación de estos mismos ejemplos en un futuro.

Alcance de la guía

El alcance de esta guía abarca a todos los productos de Meliès a excepción de la identidad corporativa y sus vinculaciones publicitarias o promocionales.

Esta guía se encuentra pensada para el empleo de los desarrolladores gráficos de los productos que desconozcan sobre la estructuración y fundamentación de la estética visual de los productos del proyecto.

Colores principales de los productos Meliès

Estos son los colores principales de los productos Meliès descritos con su valor hexadecimal y sus valores RGB.

Salvo excepciones, todos los textos de los respectivos productos que no sean corporativos serán de color negro, exceptuando algunos rótulos o títulos.

No debemos olvidar que la principal funcionalidad del color es la identidad y la legibilidad, por ello el fondo debe ser compatible con el texto y no dificultar la lectura.



HEX: 2A418D

RGB

R: 42 G: 65 B: 141



HEX: 2A418D

RGB

R: 35 G: 43 B: 95



HEX: 4973DF

RGB

R: 43 G: 115 B: 223



HEX: 7ABEAD

RGB

R: 122 G: 190 B: 173

Juego de mesa

El juego de mesa es el producto más conocido de Meliès y el pilar base del proyecto. Debe cumplir las expectativas de estética e identidad. Por otro lado, cualquier cambio en su estética visual podría determinar la identidad corporativa de Meliès y todos sus productos, pues todos se encuentran interconectados.

The logo for Meliès features a large, stylized 'M' composed of three overlapping, 3D-style letters in shades of blue and teal. To the right of the 'M', the word 'eliès' is written in a blue, lowercase, serif font. The letter 'i' has a small black dot, and the letter 's' has a small black tail. The entire logo is set against a light green and blue gradient background with a subtle starry pattern.

Meliès

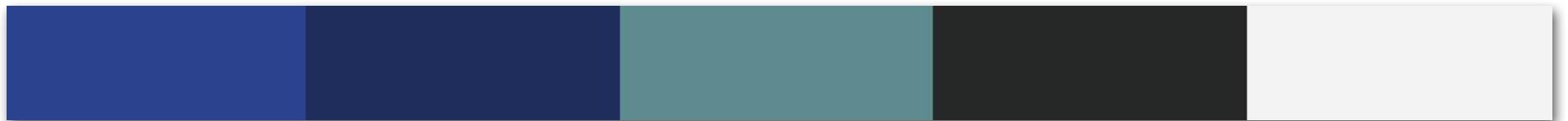
El juego de las productoras



Color y elementos visuales

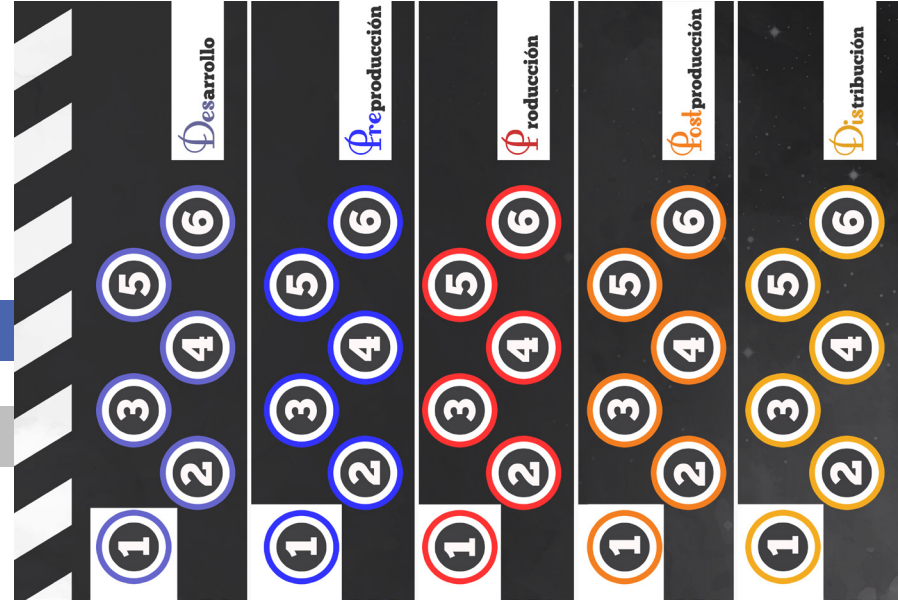
Colores del juego

Principalmente estos son los que componen los valores cromáticos del juego de mesa. Son muy similares al de su identidad corporativa pues es una extensión de la misma. No obstante, estos colores no deben ser saturados en todos los productos y componentes de los mismos, pues su estilo minimalista puede llegar a resultar impersonal.



Colores del tablero

El tablero empleará un modelo de color que combine varios colores fríos y cálidos junto con la predominancia del blanco y el negro. Esto tiene como finalidad otorgar a la zona de juego la apariencia de una claqueta sin olvidar el toque de color empleado para diferenciar las diferentes etapas de la creación de un filme.




Colores de las cartas de empresa

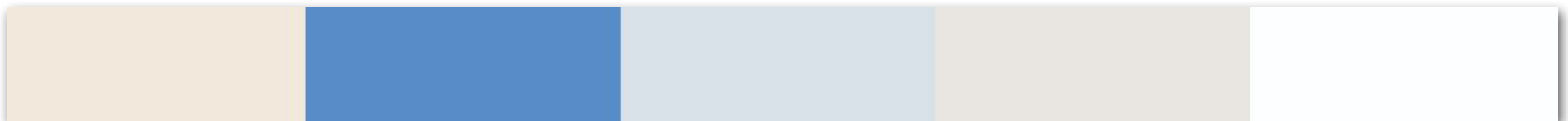
Identidad corporativa

 **Todas**

Es, explicado de forma simple, lo que la empresa es y hace: Estatuto, domicilio social, estructura de trabajo, características de realización. Es como su carnet de identidad, su ADN. Para ello sus pilares principales son su nombre y su personalidad (como se dirige a los demás). El límite mínimo de los largometrajes y cortometraje se reduce a +1. El efecto es acumulativo con otras bonificaciones.

 **1.100**

Principalmente estos son los que componen los valores cromáticos del juego de mesa. Son muy similares al de su identidad corporativa pues es una extensión de la misma. De igual forma, estos colores no deben ser saturados en todos los productos y componentes de los mismos, pues su estilo minimalista puede llegar a resultar impersonal.



Cartas de juego (apoyo, ataque y defensa)

Las cartas de juego solo poseen colores destacables en los iconos concretos que simbolizan apoyo, defensa y ataque respectivamente (sumado a los elementos visuales que describen las distintas características de la carta); más una pequeña porción de cielo azul oscuro consecuencia de una reminiscencia al logo principal. No obstante, las cartas de juego tanto en su anverso como reverso carecen de colores llamativos. Esta elección de paleta tiene su origen en una similitud con una claqueta de cine, elemento que inicia la acción de rodaje.



Cartas de juego (largometraje, cortometraje)

Cortometraje 

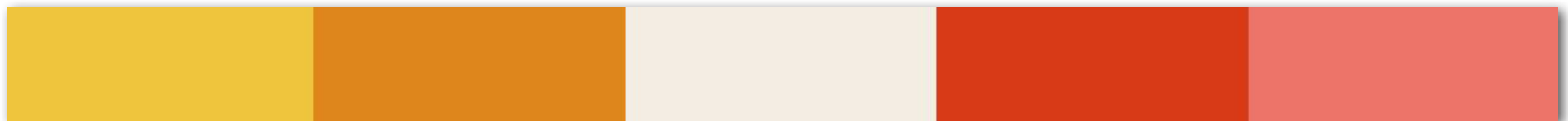


Es un cortometraje bastante sexual que no aburre, ni te deja indiferente, pero posiblemente sea de público elitista, demasiado elitista. También tiene canibalismo light, que lo vuelve aún más...especial. Pierdes un punto al iniciar la producción (fue muy complicado preparar semejante creación audiovisual) y otro punto más al iniciar la distribución (la gente sale horrorizada de los festivales al verlo).

 **1/3**

 **2 cartas de juego y 1 de empresa**

Son increíblemente parecidas a las otras cartas de juego salvo que en su reverso predominan más los colores cálidos. Su paleta no solo implica una mayor actividad por el uso del color rojizo, sino que pueden connotar dificultad y actividad mediante el predominio de este color y sus distintas variaciones análogas.

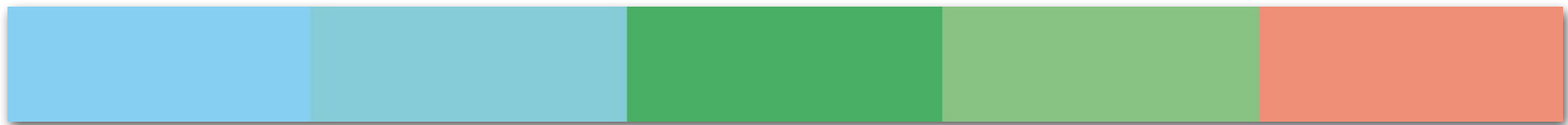


Cartas de productora

Color corporativo

Las productoras y sus respectivas cartas tienen unos colores asociados y bien diferenciados.

En el caso de Bubblefly sus tonalidades azules y verdes aguamarinas le confieren el aspecto de mar, muy parecido a su similitud denominativa, pues Bubblefly significa Burbuja-vuelo. Es el conocido tradicionalmente como equipo azul.



En el caso de Gecko Films predominan tanto los verdes como amarillos. Es una productora con una percepción cálida, intentando aproximarse a su nivel amateur que sus propias habilidades y descripción indican. Es el conocido tradicionalmente como equipo verde.



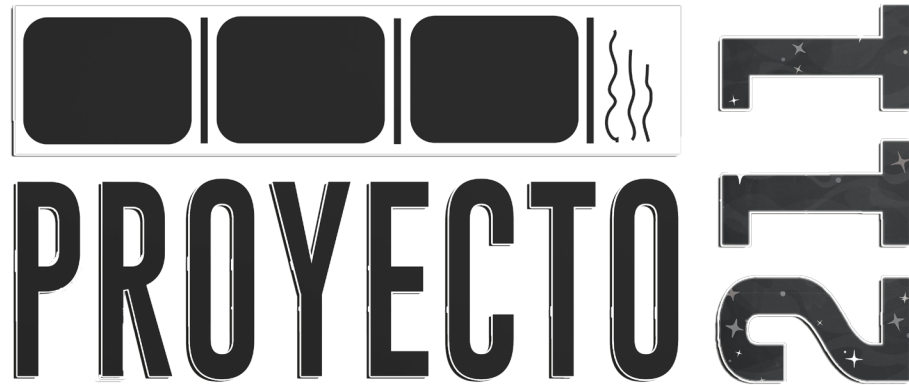
En el caso de Paracine sobresalen y de forma muy clara el rojo. Si diseño sencillo pero cálido se encuentra vinculado con la pasión de los creadores audiovisual. Su paleta siempre tiene el cálido y sus análogos como referencia. Es el conocido tradicionalmente como equipo rojo.



PARACINE

The word 'PARACINE' is written in a bold, blocky, sans-serif font. The letters are filled with a gradient of warm colors, ranging from light orange to a deep red. The text has a slightly distressed or textured appearance.

Por último tenemos a Proyecto 211. Consiste en un diseño monocromático, sin reminiscencias de color. Su paleta carece de otros colores fríos o cálidos. Es un reflejo de las antiguas productoras tradicionales del cine mudo. Es el tradicionalmente conocido como equipo negro.



Colores de las company card

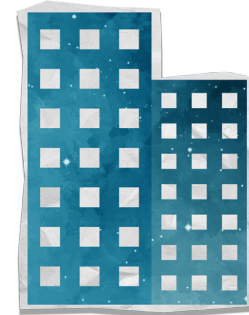
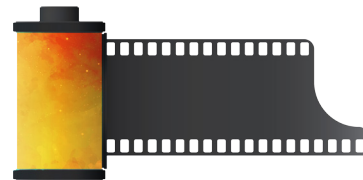
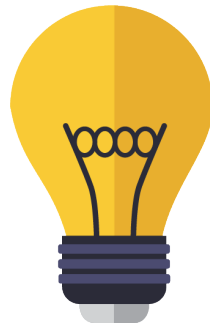


Las company card destacan principalmente por su reverso. Aunque predomine una paleta multicolor en referencia al crecimiento de una productora y sus modificaciones corporativas, su color base es el negro que destaca frente a sus colindantes grises y blancos. Esta paleta tiene la finalidad de recordar a una claqueta pero con un pequeño toque de color diferenciándola del reverso de las cartas de juego.



Elementos visuales

Los elementos visuales del juego de mesa cumplen una función bastante discreta, sin acaparar demasiado la atención. La mayoría cumplen una función meramente informativa. Los iconos, en su mayoría, actúan estéticamente como acento visual. Los elementos visuales son empleados en su mayoría en las cartas de juego y empresa; actúan como identificador de secciones, tipos o cartas.



Estructura

El juego Meliès combina la horizontalidad con la verticalidad, principalmente por motivos estéticos. Las cartas de Meliès en su reverso son horizontales pero en su anverso su formación se muestra en disposición vertical, salvo las cartas vinculadas con la productora y su tamaño. Esta formación horizontal de los reversos de las cartas de Meliès tiene su origen en la similitud existente entre el reverso de las cartas con las antiguas entradas de cine.

Por otro lado, la organización vertical en el anverso de las cartas constituye un esqueleto legible de los contenidos tipográficos, por lo que se optó por esa disposición de texto para algunas cartas y no para otras. Además, para muchos jugadores resulta más dinámico la colocación en la mesa de cartas que combinen una lectura horizontal y vertical para situarlas en su zona de juego.

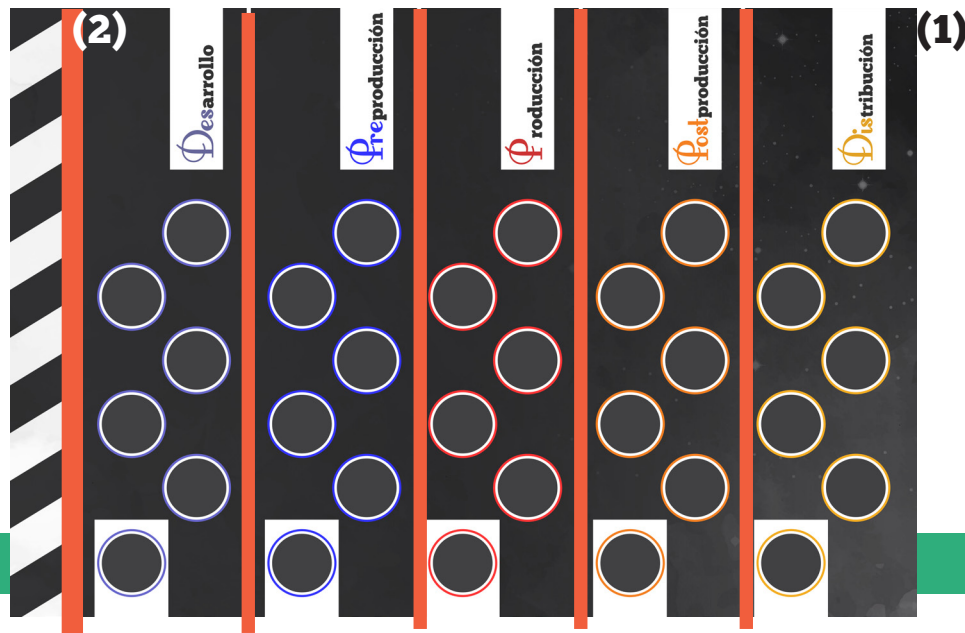
Jerarquización de la información

La jerarquía de la información opta por la sencillez y el minimalismo. Los elementos separados no son tenidos en consideración el mismo bloque de texto y la lectura tanto de las cartas como de las instrucciones, así como la distribución de la información sigue una línea de diseño predecible y uniforme. Primero describiendo la carta y su tipo, finalizando en su valor monetario o recompensas que ofrece la misma.

Descripción de la estructura de las distintas partes del juego

Tablero

El tablero se estructura en 6 partes principales, de las cuales 5 constituyen la plataforma oficial del juego (1). La parte restante supone un elemento decorativo vinculado con las claquetas de cine (2). Las partes empleadas a efectos prácticos son similares y paralelas, solo diferenciables por su color y texto que indica la fase en cuestión.



Cartas de juego (anverso)

Las cartas de juego se estructuran en un bloque de contenido en la parte superior ligeramente situada a la izquierda. Más abajo se desarrolla una imagen vectorizada que informa del tipo o dificultad de la carta. En el centro y parte inferior de la imagen se encuentran los bloques de información que indican la descripción de la carta y requerimientos de uso. Finalmente, más abajo se disponen algunos iconos visuales adyacentes a un bloque más pequeño de contenido, no superior a una frase, que indica algunos datos extras no presentes en el bloque de información anterior.

Optativamente, en su parte superior puede estar presente una figura o icono que informa sobre la naturaleza de la carta dentro o no de una figura redondeada.

El fondo tiene un fondo estrellado degradado en su parte superior derecho reminiscencia del fondo oficial del juego.


Las cartas de juego no vinculadas a cortometrajes disponen de un fondo estrellado muy similar a la portada del juego Meliès.

Cartas de empresa (anverso)

Las cartas de empresa se estructuran en un bloque de contenido en la parte superior ligeramente situada a la izquierda, este siempre contiene el nombre de la carta (1). Muy similar a las cartas de juego. Un poco más abajo se sitúan dos bloques de texto, el superior contiene información sobre la utilización de la carta según el nivel de empresa (2) y el de más abajo, y de mayor extensión, indica la información de la carta y sus efectos(3). Finalmente, en la parte inferior, tienen lugar los iconos que indican datos de la carta no presentes en los bloques de textos anteriores(4).

El fondo tiene un motivo estrellado en su parte superior derecha, procedente del “background” oficial del juego(5).


Ayudante de producción (1) (5)

 **Mediana y Gran empresas (2)**

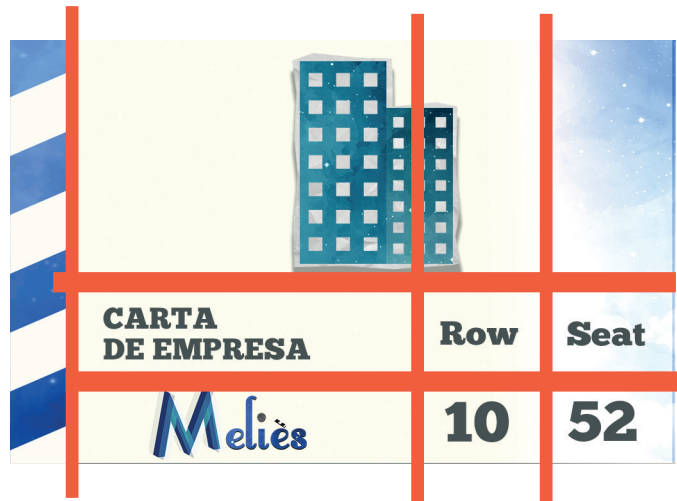
Aunque no lo parezca tener siempre presente a un ayudante de producción es muy importante pues es el representante de la producción en el lugar del rodaje. Persona puente entre la producción y dirección. Hace las labores de producción más inmediatas como el catering o ciertos papeleos.

Al tener esta carta en juego posibilita usar cartas de apoyo o defensa propias de la preproducción también en la fase de producción del largometraje. (3)

Solo largometrajes

 **1.100(4)**

Cartas de juego y empresa (reverso)



CARTA DE EMPRESA	Row	Seat
Méliès	10	52



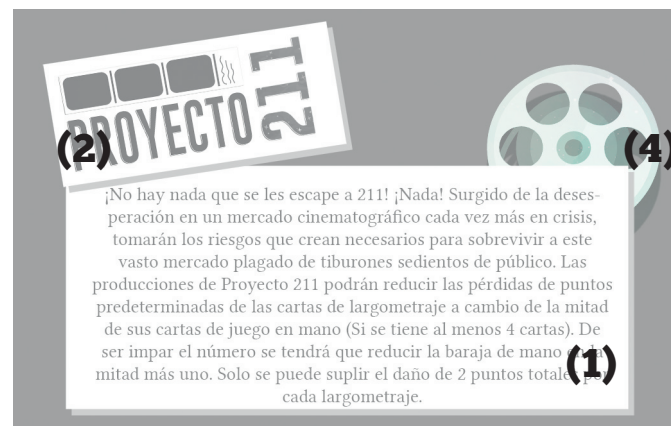
CARTA DE JUEGO	Row	Seat
Méliès	01	25

Las cartas de juego tienen una disposición mediante líneas que sugieren la idea de una vieja entrada de cine. Más concretamente las cartas en su reverso poseen 3 líneas verticales y 2 horizontales, que mediante su corte y omisión, producen los espacios donde se sitúan los datos o bloques de texto que informan sobre la naturaleza de la carta.

Company card y carta de productora (anverso)

Las company card y carta de productora a pesar de ser muy diferentes en aspecto parten de la misma base. No solo por su disposición horizontal sino también por poseer un bloque de contenido central que informe de la naturaleza y efectos principales de la carta(1). La información principal con o sin bloque de texto se encuentra emplazada en la esquina superior izquierda (2)

Por otro lado, la parte superior derecha es la que supone mayor diferencia entre ambas tipologías y las que produce en el receptor la auténtica distancia gráfica y disimilitud. En las company card se constituyó un bloque de texto inclinado para implementar información adicional que las cartas de productora no necesitan(3); por lo que se optó por un mero recurso gráfico vinculado a la cinematografía analógica (4).



Cartas de juego (anverso)



Similar a las cartas de juego y empresa; las company card y carta de productora tienen un diseño mediante líneas. La diferencia entre ambas se origina en que en la primera la división de contenido es producida mediante una línea horizontal y la segunda en vertical. No obstante, ambas poseen una línea horizontal para separarla de la estética de claqueta como en las cartas de juego y empresa.

A diferencia de las otras cartas en sus anversos, este tipo de cartas se encuentran personalizadas mediante variaciones cromáticas en sintonía con la naturaleza de la productora o carta.

Textos en Meliés: juego de mesa

El texto sigue las tipografías recomendadas en el manual de identidad corporativa. “Chunk Five Regular” es empleada en los rótulos en mayor tamaño y especificaciones especiales dentro de los bloques de texto. Mientras tanto en los bloques de información es utilizado Linux Libertine “Semibold” que otorga legibilidad y suficiente solidez como tipografía para no desencajar en el conjunto del diseño. La tipografía no sigue sangría y suele estar centrada, sin encontrarse pegada a los bordes. Excepción que únicamente no cumple las cartas de empresa para dotarla de una apariencia más profesional. Asimismo, el interlineado es un punto superior al tamaño de la tipografía.

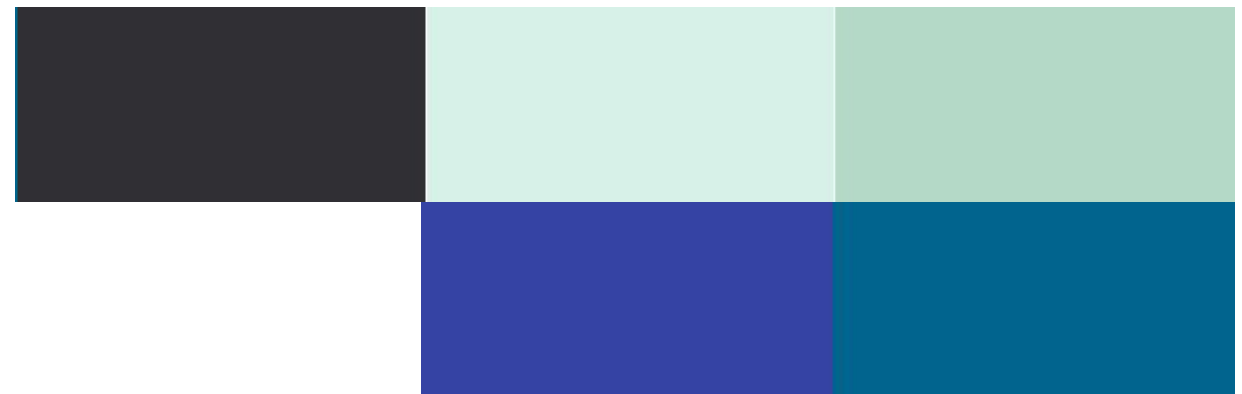
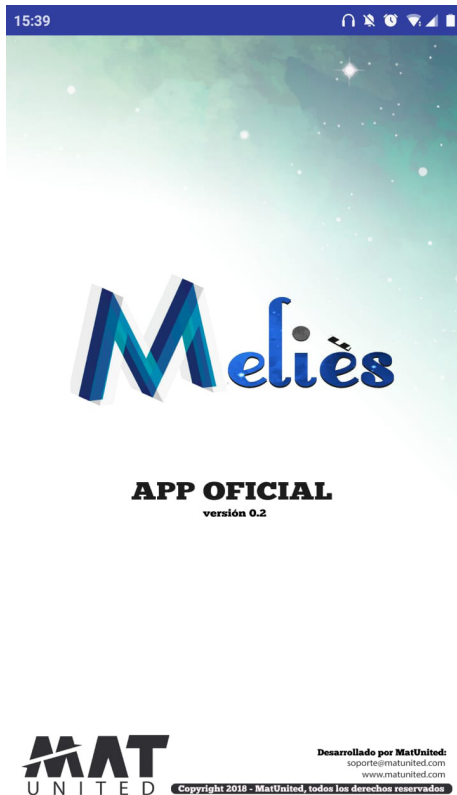
Chunk Five

Linux Libertine “semibold”

Aplicación móvil

Explicaremos brevemente el segundo producto de Meliès, más concretamente la aplicación móvil. Como el producto principal de entretenimiento de la marca, este también debe cumplir las expectativas de estilo e identidad. Además, su similitud gráfica con otros productos de Meliès le confiere ser el complemento perfecto para el juego de mesa.





Color y elementos visuales

El color de la aplicación de Meliès sigue las directrices básicas de la marca y el juego de mesa.

Destacan los tonos azules y blancos presentes en los productos de la marca. Sin embargo su diseño es más sobrio que su homólogo del tablero, pues su funcionalidad es muy limitada y no requiere de tanta ornamentación gráfica como el juego de mesa.

Estructura

La aplicación emplea los mismos elementos gráficos especificados en el manual de identidad corporativa. No obstante, por el reducido espacio de un smartphone el diseño abandona sus líneas para ser reducido a dos bloques de texto y cinco botones situados encima del fondo blanco. Los bloques de texto se encuentran distanciados lo suficiente para deducir la separación de ellos en su funcionalidad.

No es casualidad que la información y sus componentes se sitúen en el centro de la aplicación pues facilita la atracción y la lectura de la misma.





**Manual de identidad corporativo realizado por:
José Luis Pons Ruiz**