

SEMINCI estrena su nueva identidad gráfica que actualiza sus icónicos labios y refuerza su acrónimo como marca internacional

La nueva imagen es obra de PobreLaVaca Studio, ganadora del concurso al que se ha invitado a tres compañías de Castilla y León

La Semana Internacional de Cine de Valladolid implementa su nueva identidad gráfica con el objetivo de actualizar su marca y mejorar su visibilidad, manteniendo los característicos labios y el acrónimo SEMINCI que, desde 1984, forman parte indisoluble de la imagen del festival. La nueva imagen es obra de la agencia de diseño y creatividad gráfica PobreLaVaca Studio, con sede en Zaratán (Valladolid) y fundada por Ana María Hernández y Félix Rodríguez (*Mr. Zé*).

El beso del celuloide, cartel de estética pop diseñado por el pintor Manuel Sierra en 1984 por encargo del director Fernando Lara para la 29 edición y adoptado posteriormente como logotipo, supuso en su momento un cambio radical en la imagen del festival, rompiendo con su imagen conservadora. Tanto el icono de los labios como el acrónimo SEMINCI forman una marca con un valor consolidado por el tiempo y por su vinculación al festival y a la ciudad, de ahí que el proceso de renovación se haya basado en mejorar la identidad, no en cambiarla.

Esa imagen, aunque revisada en 2015, necesitaba una actualización tras 40 años y, para ello, la actual dirección del festival puso en marcha un proceso de selección a través de concurso por invitación al que han sido convocadas tres empresas de Castilla y León. La propuesta ganadora, realizada por PobreLaVaca Studio, perteneciente a la Asociación DIME, Diseño de la Meseta, incluye además la imagen oficial de la próxima 69ª edición como parte de la estrategia de presentación de la nueva identidad, motivo por el que no se ha celebrado el habitual concurso de carteles abierto al público desde al año 2009.

La propuesta de PobreLaVaca Studio para la nueva identidad visual de SEMINCI se basa en los conceptos de simplicidad, modernización y versatilidad y se sostiene sobre dos pilares. El primero de ellos el respeto por la obra anterior y su significado, ese beso al cine que hace ya 40 años Manolo Sierra hizo y que para Valladolid ha sido un referente asentado en las cabezas y los corazones, y sin el que nos sería complicado entender el propio significado de SEMINCI. Ese beso ahora se refuerza con una identidad adaptada a los tiempos y formatos, a lo digital y a las nuevas formas de comunicación.

El segundo pilar es dignificar el trabajo de diseño y reforzar SEMINCI como una marca bien construida, con el desafío de ejercer un gran desarrollo gráfico que no deje nada al azar y que refuerce elementos como el tipográfico. Para ello, se ha creado una tipografía propia -SEMINCI Sans-, se han hermanado los laureles del Festival, formados por dos ramas de cinco hojas, con los cinco girones ondulados que ocupan el centro del escudo de la ciudad, y se ha optado por una nomenclatura internacional que aúna los idiomas español e inglés.

Esta identidad es, según sus Ana Mª Hernández y Félix Rodríguez, directores de PobreLaVaca Studio, “clara, legible, actual, simple en formas y de gran valor emocional y visual” y, desde hoy, se incluirá en todas las comunicaciones visuales del certamen y se implantará paulatinamente en todos los elementos y aplicaciones del Festival, hasta sustituir totalmente a la anterior en los más de 700 iconos y soportes que la componen: secciones, laureles, Espacio SEMINCI, Canal SEMINCI y los diferentes premios que conforman el festival.

Esta nueva identidad, creada en Valladolid, por profesionales de Valladolid con más de 20 años de trayectoria, y para la ciudad de Valladolid pero abierta al mundo, “aspira a ser bien acogida por

quienes aman el cine, quienes pasean por nuestras calles durante el festival venidos de todos los rincones del mundo y quienes se acercan al mundo del diseño”, señalan los autores, cuyo trabajo han llevado a cabo “con la complicidad del equipo del festival, lo que también es de reconocer a SEMINCI y a todo su equipo de profesionales”.

Escanea el código para descargar la nueva identidad visual de SEMINCI



ORGANIZA:



CON EL APOYO DE:



PATROCINADORES ORO:

