

La historia de la N de Netflix

La exitosa plataforma de streaming de video, Netflix, cuenta con más de 231 millones de suscriptores en todo el mundo y es una de las aplicaciones más descargadas a nivel global, detrás de YouTube según el estudio “State of Mobile 2023” de la compañía Data.ai. Uno de los atractivos de la compañía es su icónica “N” que representa su logo, el cual está diseñado en dos tonos diferentes de rojo y presenta una ligera curvatura en la parte inferior, lo que lo hace distintivo.

Sin embargo, la compañía de streaming hace hincapié en que su icónico logo no puede ser utilizado de cualquier forma en diferentes superficies, diseños o elementos, y no debe ser presentado de otro color ni en un fondo negro o rojo, pues pierde sus formas características.

Asimismo, cualquier representación del logo de Netflix, que consiste en la modificación de la palabra “Netflix” en un solo tono de rojo, tiene que seguir algunas normas, como no usarlo en una versión de color blanco, a menos que sea para una marca de agua de video según las indicaciones de la plataforma. La alteración del logo (sombrear, estirar o comprimir) también se define como un mal uso del logo. Esto es importante porque, como ocurre con muchas grandes empresas, los cibercriminales suplantan a Netflix para obtener datos personales e información bancaria de los usuarios.

En este sentido, los usuarios deben estar atentos a posibles casos de estafas a través de malos usos de los logos e iconos relacionados con la compañía, como mensajes de texto SMS o correos electrónicos que contengan enlaces o botones que redirigen a páginas web que supuestamente pertenecen a Netflix.

Con información de Panorama