
ROLLING

THE CORP. MANUAL



EL CHICO DE LOS RECADOS

**THE
CORP.
MANUAL**

ÍNDICE

VALORES	9
PROCESO DE REDISEÑO	10
TIPOGRAFÍA	12
COLORES	13
POSITIVO / NEGATIVO	14
REDUCTIBILIDAD	16
USOS	17
ESPACIOS RESERVADOS	19
LETTERING CORPORATIVO	20



VALORES

INFORMAL

PROFESIONAL

CONCEPTUAL

PERSONAL

ACTUAL

TRADICIONAL



PROCESO DE REDISEÑO



+

EL CHICO DE LOS RECADOS

+

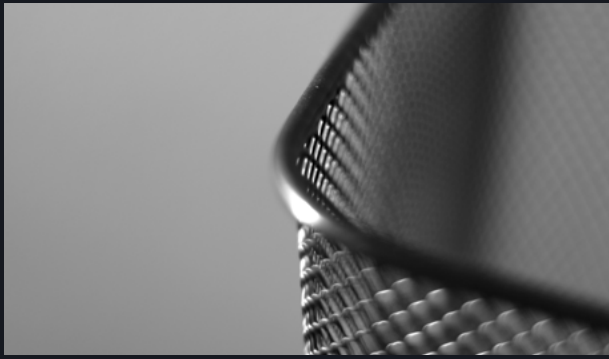


EL CHICO DE LOS RECADOS

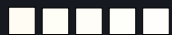
Composición que dota de dinamismo al signo, y que pueda desarrollarse en la identidad visual corporativa de manera eficiente y clara. Se estiliza el isotipo (simplificación de las líneas.

Se optimiza la visualización en pantalla), y se escogen versales para el logotipo, dotando de madurez y presencia el nombre de la corporación.





Sugerencia de composición y presentación del material fotográfico.



CLAIM

Claim: Rolling

Valores:

- **INFORMAL**
- **CONCEPTUAL**
- **ACTUAL**
- **PROFESIONAL**
- **PERSONAL**
- **TRADICIONAL**

EL CHICO DE LOS RECADOS

El rediseño de la identidad visual corporativa de El Chico de los Recados propone primero mostrar una productora en crecimiento, crecimiento paulatino en relación a sus comienzos. Ahora es el momento de dar el paso en la búsqueda de nuevos clientes y adquirir mayor conocimiento en el sector.

El claim que apoya este renove de la identidad visual es Rolling. Éste recoge los valores en los que se fundó la productora, unos comienzos de guerrilla, un sentimiento joven, vital y dinámico, este es el carácter que define la

marca El chico de los Recados como corporación.

En este sentido hemos construido un claim que define la experiencia de marca de esta productora. Hemos puesto nombre y apellidos a una idea creada hace 3 años. Rolling habla de la labor que realizan y sobre todo de su manera de afrontar los proyectos. Productora joven, moderna, con ideas frescas y a la orden del día que no cesa en su labor, siempre con proyectos entre manos, una rueda que no para de crecer y rodar.



El hobby se torno profesión y la profesión autorrealización. Hemos conocido infinidad de personas, ideas y movimientos con un objetivo común, crecer haciendo lo que nos gusta, por eso nos empatizamos con el cliente y el cliente siente la cercanía y dinamismo de El Chico de los Recados y eso se refleja en el trabajo. Los grupos musicales, marcas, modelos y cada uno de los clientes hace girar esta rueda a golpe de ilusión y proyectos, por eso Rolling.

marca de El Chico de los Recados: productora valiente, rebelde, transgresora, joven, que no conoce límites y no tiene miedos, esto se refleja en la eficacia en la resolución de proyectos y resultados característicos y exclusivos.

El concepto semántico de Rolling representa el carácter de



TIPOGRAFÍA

GOTHAM

GOTHAM Light

GOTHAM Light italic

GOTHAM Regular

GOTHAM Regular italic

GOTHAM Bold

GOTHAM Bold italic

A B C D E F G H I J K L M N O P 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 r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

° ¢ \ | " ' @ · # \$ % & /) (

≠ ? ! é , *] ç Ç } { ´ ¨ , ; : : _ - = +

Tipografía paloseco humanística. Denota modernidad, y su ligera reminiscencia al ductus, con leve contraste en sus formas, connota amabilidad y cercanía, una característica que esta corporación no debería perder.



COLORES



Pantone Black 6 C

Poder / Elegancia / Sofisticación / Misterio /
Fuerza / Sobriedad / Prestigio / Estilo /
Modernidad



80 %



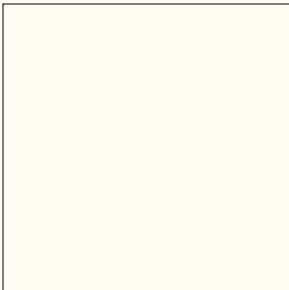
60 %



40 %

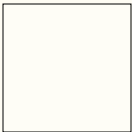


20 %



Pantone 7499 C

Luminosidad / Pureza / Limpieza /
Claridad / Sobriedad / Prestigio



80 %



60 %



40 %



20 %



POSITIVO / NEGATIVO



EL CHICO DE LOS RECADOS



EL CHICO DE LOS RECADOS





Sugerencia de composición y presentación del material fotográfico.



REDUCTIBILIDAD



EL CHICO DE LOS RECADOS

100 %



EL CHICO DE LOS RECADOS

50 %



25 %



10 %

EL CHICO DE LOS RECADOS

100 %

EL CHICO DE LOS RECADOS

50 %



USOS



EL CHICO DE LOS RECADOS

SI

EL CHICO DE LOS RECADOS

EL CHICO DE LOS RECADOS



NO

**EL CHICO
DE LOS RECADOS**

EL CHICO DE LOS RECADOS





ESPACIOS RESERVADOS



