



R&R ESTUDIO JURÍDICO

GUÍA BÁSICA DE ESTILO

El estudio tendrá un ISOTIPO que lo representará y cuatro versiones del logo completo:

- A. Versión principal (puede usarse en cualquier situación)
- B. Versión alternativa (para usos mas informales, por ejemplo redes sociales)
- C. Versión firma (para usos mas institucionales, por ejemplo firma de E-Mail)

Isotipo



Logo principal



Logo alternativo



Logo versión firma



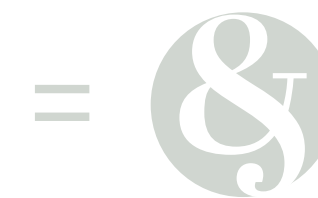


Espacio de seguridad

Es el área que se debe respetar siempre que se aplique cualquiera de los logos de la marca. Este espacio no puede ser invadido por ningún elemento gráfico para asegurar así su legibilidad.



El área queda determinada por el tamaño de caja reticular del símbolo “®” como lo muestra este ejemplo.
Este espacio se debe aplicar a cualquiera de las versiones del logo (incluido el isotipo).



Usos incorrectos

Se exponen a continuación algunos usos INCORRECTOS
de la marca:



NUNCA modificar las
proporciones originales
de los logos.



NUNCA alterar el
orden de los elementos
de los logos.



NUNCA reemplazar la
cromática de los logos por
alguna que no esté en su paleta.

Paleta cromática

Principalmente se buscan tonalidades neutras.

La selección cromática está basada en colores cementos con muy poca asociación al verde.

#2f3332

#6e756e

#d0d6d0

Tipografías

La selección tipográfica está compuesta por una fuente principal que será usada para titulares y para jerarquizar textos. Y otra secundaria que mayormente se usará en cajas de textos extensas.

Fuente principal

AaBbCc
BROLIMO REGULAR

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789

Fuente secundaria

AaBbCc
BRANDON TEXT FAMILY

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789

¡Gracias!

