



EL NOMBRE NO LO INVENTAMOS

Está en el Himno, en la línea donde un país entero se pone de pie: el grito sagrado es el grito de libertad. Nosotros lo bajamos a la tierra y a un oficio concreto.

Para un músico independiente, hoy, libertad significa cosas bastante prosaicas: poder tocar sin depender de que alguien te preste la consola, saber cuánto entró por la puerta antes de que termine el show, y ser dueño de lo que grabaste.

Grito Sagrado existe para construir eso. No somos una software factory que casualmente ama la música: somos gente que toca, que hace herramientas para tocar, y que va a editar discos con ellas.

FUNDADA EN ROSARIO

SOFTWARE + SELLO

PARA MÚSICOS QUE GIRAN

QUE SE ESCUCHE.

Ésta es la frase de la casa. Va sola, en punto final, y no se traduce. Las marcas hijas la contestan cada una a su modo.

-
- 01 **El artista cobra primero.** Si una decisión de producto empeora eso, no se toma. La comisión siempre a la vista, en la misma pantalla que el número.
-
- 02 **Nada que no usemos nosotros.** Todo lo que sacamos se prueba arriba de un escenario antes de salir. Si no sobrevive a un sábado, no sale.
-
- 03 **Que funcione en un sótano sin wifi.** El lugar real tiene mala luz, poca señal y quince minutos de prueba de sonido. Diseñamos para ése, no para el demo.
-
- 04 **Sin letra chica.** Contratos, splits y porcentajes en lenguaje que se entiende leyéndolo una sola vez.
-
- 05 **Hecho acá, exportable.** Se piensa desde Rosario, se escribe en castellano primero, y se traduce sin pedir perdón.

TRES FRENTES, UNA SOLA PELEA

El músico independiente pierde plata y energía en tres lugares distintos: el escenario, la boletería y el catálogo. Grito Sagrado ataca los tres con una empresa por frente.

EL ESCENARIO

QUE EL SHOW SALGA

Pistas, clicks, cambios de tema y luces que arrancan cuando tienen que arrancar. Ése es el trabajo de **Steish**.

LA BOLETERÍA

QUE LA PLATA LLEGUE

Armar la fecha, conseguir con quién tocarla, vender la entrada y ver el número claro. Ése es el trabajo de **Sonara**.

EL CATÁLOGO

QUE EL DISCO EXISTA

Editar, prensar, distribuir y cuidar los derechos de lo que se grabó. Ése es el trabajo de **Records**.

PROPÓSITO

QUE UN MÚSICO INDEPENDIENTE PUEDA VIVIR DE TOCAR.

AMBICIÓN A 2030

Que una banda pueda hacer toda su carrera dentro de la casa —ensayar con Steish, girar y cobrar con Sonara, editar con Records— sin que ninguna de las tres se lleve más de lo que le corresponde, y que eso sea rentable igual.

CASA ENDOSADA

Ni todo bajo un mismo nombre, ni tres marcas sueltas sin apellido. Las apps compiten en su propia categoría con marca propia y llevan el endoso de la casa; el sello es extensión directa del nombre.



STEISH Y SONARA PUEDEN VENDERSE, ESCINDIRSE O LEVANTAR CAPITAL POR SEPARADO SIN TOCAR LA MARCA MADRE.

POR QUÉ ASÍ

REGLAS DURAS

Steish compite contra herramientas de escenario y Sonara contra plataformas de ticketing y gestión. En esas dos categorías, un nombre paraguas fuerte no ayuda a vender: el usuario compra la herramienta, no la casa. En cambio el sello sí necesita el apellido, porque lo que vende es criterio y trayectoria.

El endoso también protege la estructura: si mañana entra un socio en Sonara o se vende Steish, la operación no arrastra el nombre de la casa ni el catálogo del sello.

La casa habla con	Artistas, sellos, socios, prensa e inversores. Nunca hace soporte de las apps.
El endoso va en	Pie de web, ficha de tienda, about, notas de prensa, contratos, presentaciones.
El endoso no va en	El ícono de la app, el nombre del producto, el dominio, la interfaz.
Fórmula del endoso	[isotipo] UN PRODUCTO DE GRITO SAGRADO
El sello se firma	GRITO SAGRADO RECORDS – logo con bajada, nunca "GS Records" en piezas públicas.

CÓMO NOMBRAR LO QUE VIENE

Decisión previa: si es una herramienta que el músico usa en su trabajo, lleva marca propia endosada. Si es un servicio que presta la casa (estudio, management, distribución, editorial), va como Grito Sagrado + sustantivo: Grito Sagrado Estudio, Grito Sagrado Editorial.

El nombre tiene que:

Tener dos o tres sílabas · Poder dictarse por teléfono sin deletrear · Funcionar dicho en castellano y en inglés · No usar guiones, números ni doble letra rara · Tener .com o .app libre · No significar nada feo en portugués.

Los dos que ya existen cumplen: **Steish** es cómo suena stage dicho acá, y **Sonara** es el verbo sonar puesto en futuro.

CADA UNA CONTESTA EL GRITO

Las tres bajadas arrancan igual que la de la casa. Es el único guiño verbal que comparten, y alcanza para que se note el parentesco sin repetir el logo en todos lados.



STEISH

DALE PLAY UNA SOLA VEZ.

Secuenciador de pistas para vivo. Ordena backing tracks, clicks, cambios y disparos para que el show corra solo y nadie mire la pantalla.

Para bandas y solistas que tocan con pistas

Tono corto, técnico, de backstage

Tinta Violeta UV #6C4CFF

Símbolo los rayos del grito puestos en el tiempo

Firma un producto de Grito Sagrado



SONARA

TOCÁ, COBRÁ, SEGUÍ.

Conecta músicos, arma la fecha, vende la entrada y muestra la plata. Números, splits y comisiones en la misma pantalla, sin cuentas aparte.

Para quien organiza, toca y cobra

Tono claro y tranquilo: se habla de plata

Tinta Sol #E9A814

Símbolo el grito saliendo a buscar a los otros

Firma un producto de Grito Sagrado



RECORDS

QUE QUEDE GRABADO.

El sello. Edita, prensa, distribuye y cuida los derechos. Es la única marca que usa el nombre completo y el logo con bajada.

Para artistas del catálogo y prensa

Tono el de la casa, con menos explicación

Tinta Flúo #FF2E5B

Símbolo la ráfaga completa, sin recortar

Catálogo GS·001, GS·002...

Los íconos de Steish y Sonara son **propuestas de sistema**, no arte final: los dos derivan del rayo del isotipo, uno puesto en el tiempo y el otro puesto en el espacio. Sirven como criterio para cuando se dibujen las marcas definitivas.

CUATRO PIEZAS, UN SOLO DIBUJO

El logo original venía con la bajada **RECORDS**. Eso lo convertía en la marca de un sello, no en la de una casa que también hace software. Separamos el dibujo en partes para que la casa tenga su versión y el sello conserve la suya.

Todas las versiones salen del mismo archivo vectorial: no hay redibujos, no hay variantes "parecidas". Los trazos son los mismos.



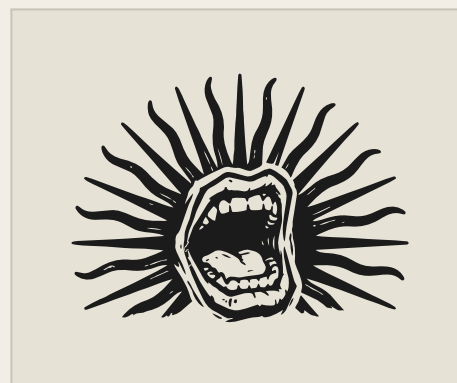
Principal

La casa madre. Uso por defecto en todo lo institucional.
`gs-logo-principal.svg`



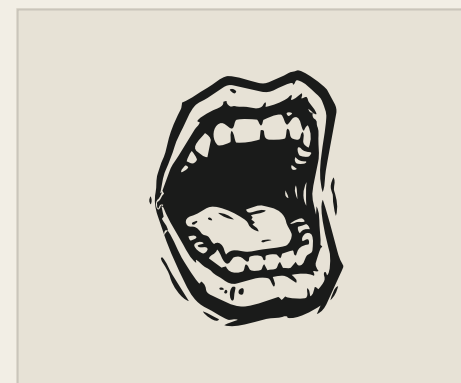
Sello

Sólo Grito Sagrado Records: discos, contratos, prensa musical.
`gs-logo-records.svg`



Isotipo · la ráfaga

Cuando el nombre ya está escrito al lado. Sellos, merch, endosos.
`gs-isotipo.svg`



Reducida · la boca

Avatares, favicon, bordados, cualquier cosa bajo 32 px.
`gs-boca.svg`

AIRE Y TAMAÑO



X = la altura de la G del logotipo. Nada entra en ese margen: ni texto, ni fotos, ni bordes, ni otro logo. Si hay dudas, dale más aire.

Logo principal — digital	≥ 130 px de ancho
Logo principal — impreso	≥ 26 mm de ancho
Isotipo (ráfaga)	≥ 48 px / 12 mm
Marca reducida (boca)	≥ 16 px / 5 mm

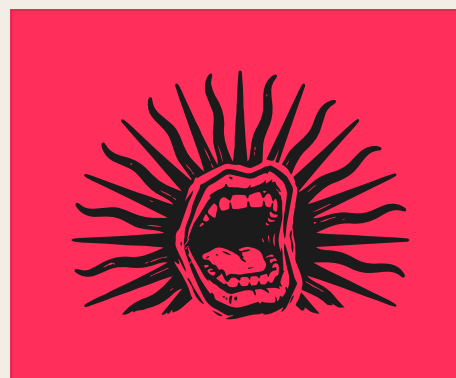
SOBRE QUÉ FONDO



Tinta sobre papel · preferido



Papel sobre tinta · negativo



Tinta sobre flúo · sólo
Records



Papel sobre color de marca
hija

El logo va siempre en un solo color plano. Sobre foto, sólo si hay una zona limpia y de contraste parejo; si no, va sobre una banda sólida de tinta o papel.

NINGUNA DE ESTAS



Deformar o cambiar la proporción



Rotarlo o inclinarlo



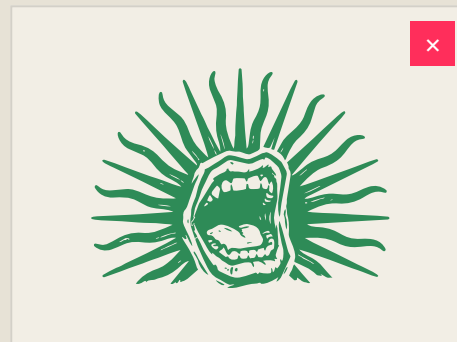
Sombras, relieves, contornos, degradés



Fondos que compiten con el dibujo



Re-tipear el nombre: el logotipo es lettering, no una fuente



Colores fuera de paleta



Comerle el aire de resguardo



Usar la versión con RECORDS para la casa o para las apps

TINTA DE AFICHE

La paleta viene de dónde vive esta marca: el afiche de recital pegado en la pared. Negro de imprenta sobre papel barato, y tintas flúo que sólo existen porque alguien las pidió a propósito.



TINTA

HEX 1A1B1A

RGB 26 · 27 · 26

CMYK 0 · 0 · 0 · 95

PANTONE Black 6 C



PAPEL

HEX E7E2D6

RGB 231 · 226 · 214

CMYK 4 · 4 · 11 · 0

PANTONE Warm Gray 1 C



FLÚO

HEX FF2E5B

RGB 255 · 46 · 91

CMYK 0 · 88 · 51 · 0

PANTONE 806 C — tinta flúo



VIOLETA UV

HEX 6C4CFF

RGB 108 · 76 · 255

CMYK 70 · 65 · 0 · 0

Marca: Steish

SOL

HEX E9A814

RGB 233 · 168 · 20

CMYK 6 · 36 · 97 · 0

Marca: Sonara

HUMO

HEX 6B675C

RGB 107 · 103 · 92

CMYK 0 · 0 · 0 · 68

Texto secundario, líneas

PROPORCIÓN DE USO EN UNA PIEZA

TINTA 60

PAPEL 28

HUMO 7

FLÚO 5

El flúo es acento, no fondo. Nunca lleva párrafos largos encima ni se usa para texto chico sobre papel: es un color que grita, y si grita todo el tiempo deja de escucharse. En piezas de una marca hija, su color reemplaza al flúo en esa misma proporción.

TRES VOCES ESCRITAS

Las tres son de licencia abierta y gratuita. Para una casa que recién arranca y va a imprimir, facturar y publicar en simultáneo, eso no es un detalle: es no tener que pedir permiso para nada.

CERO — EL LETTERING DEL LOGO

Las letras de **GRITO SAGRADO** están dibujadas a mano, una por una. No son una tipografía y no existe una fuente que las reemplace. Se usan sólo dentro del logo, desde el archivo vectorial, y nunca se re-escriben para armar otras palabras.

TITULARES

AA GG
RR
QUE SE
ESCUCHE

Big Shoulders Display

800 / 900 · SIL Open Font License

Condensada e industrial: entra mucho texto en poco ancho, como un afiche. Siempre en mayúscula, interlineado corto (0.85–0.95) y tracking apenas negativo en tamaños grandes.

TEXTO

Aa Gg Rr
El artista
cobra
primero

Spline Sans

300 / 400 / 500 / 600 · SIL
OFL

Grotesca de lectura, un poco técnica, sin dulzura. Para todo lo que se lee de verdad: párrafos, interfaces, contratos, mails.

Mayúscula y minúscula, siempre.

DATOS

Aa Gg Rr
GS · 001
04:37 ·
\$12.400

Spline Sans Mono

400 / 500 · SIL OFL

Misma familia, ancho fijo. Para todo lo que es número o código: tiempos, catálogo, plata, splits, etiquetas y volantas. Alinea en columnas sin pelear.

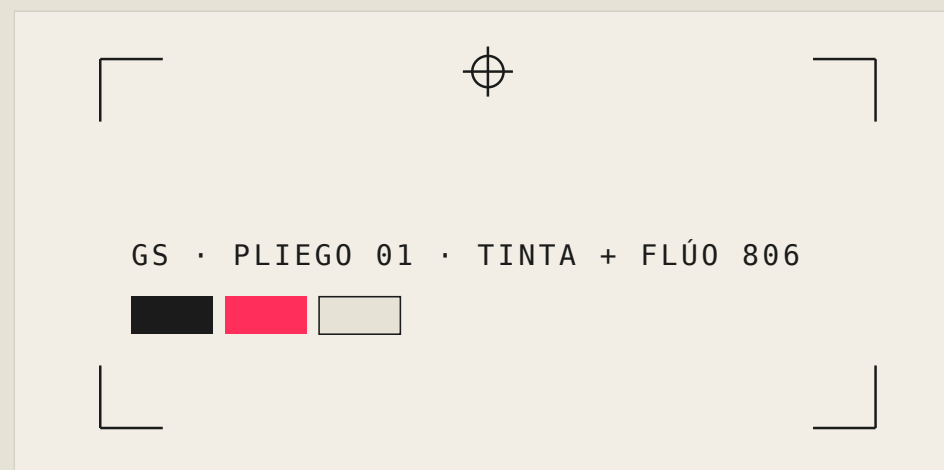
NIVEL	FUENTE	TAMAÑO / INTERLINEADO	DÓNDE
Grito	Big Shoulders 900	72–140 px / 0.85	Portadas, afiches, un titular por pieza
Título	Big Shoulders 800	28–48 px / 0.95	Secciones, nombres de producto
Bajada	Spline Sans 400	18–21 px / 1.5	Primer párrafo, claims largos
Texto	Spline Sans 400	15–17 px / 1.6	Cuerpo, interfaces
Volanta	Spline Sans Mono 500	11–12 px / 1.4 · +0.14em	Etiquetas, secciones, metadatos

LA RÁFAGA Y EL PEGADO



LA RÁFAGA

Los rayos del isotipo, agrandados y recortados por el borde de la pieza, son el fondo de la casa. Salen siempre del archivo original, nunca se redibujan, y van al 5–18% de opacidad detrás del contenido. Nunca compiten con el logo: si la ráfaga está de fondo, el logo va chico y en una esquina.



MARCAS DE REGISTRO

Cruces de corte en las esquinas, mira de registro arriba, y la tira de tintas usadas con su código. Es el guiño de imprenta que ata todo el sistema: aparece en afiches, sobres de disco, credenciales y placas de anuncio. Se dibuja fino (0.5–1 pt) y en humo o tinta, nunca en flúo.

FOTOGRAFÍA

Blanco y negro de alto contraste, grano visible, foco imperfecto. Fotos de sala, de prueba de sonido, de manos y cables — no de estudio. Para piezas de marca, duotono: tinta + el color de la marca que corresponda.

TEXTURA

Trama de serigrafía y desgaste de fotocopia sobre fondos planos, al 6–10%. La regla: la textura va en el fondo, nunca encima del logo ni del texto. Si aparece en pantalla, se usa quieta y liviana.

EL RASGADO

El borde irregular que separa bloques, como afiche arrancado de la pared. Se usa una sola vez por pieza, en un solo eje, y siempre entre dos colores planos. Dos rasgados juntos ya es disfraz.

HABLAMOS COMO ACÁ

Castellano rioplatense, voseo, sin traducir del inglés y sin disfrazarse de startup. Frases cortas. Si una oración necesita coma para respirar, probablemente sean dos oraciones.

01 Decí primero qué pasa, después por qué.

02 Los números van con nombre y unidad. Nunca "hasta un X% más".

03 Sin "solución", "ecosistema", "empoderar" ni "revolucionar".

04 Los errores explican qué pasó y cómo se arregla. No piden disculpas.

05 Una pantalla vacía es una invitación a hacer algo, no un cartel de "no hay nada".

ASÍ	ASÍ NO
Cobrás el 92%. La comisión es 8% e incluye el costo del medio de pago.	Maximizá tus ingresos con nuestra estructura de comisiones competitiva.
Se cortó la conexión. Las pistas siguen sonando; la lista se sincroniza cuando vuelva.	Ups, algo salió mal. Por favor intentá de nuevo más tarde.
Todavía no cargaste fechas. Empezá por la próxima.	No hay elementos para mostrar.
Grito Sagrado hace herramientas para músicos y edita discos.	Grito Sagrado es un ecosistema integral de soluciones para la industria musical.

STEISH

Imperativo y corto, como una indicación en el escenario. "Armá el set. Dale play."

SONARA

Tranquilo y exacto. Acá se habla de plata: cero suspenso, cero signos de exclamación.

RECORDS

La voz de la casa con menos explicación. Anuncia, no vende.

CÓMO SE VE EN LA CALLE



Avatar de la casa

La boca sola, papel sobre tinta. Redes, perfil, favicon.



Steish

Ícono de app · sin nombre adentro.



Sonara

Ícono de app · sin nombre adentro.



Records

La ráfaga en flúo sobre tinta.

GS · 001

LP · 2026

NOMBRE DEL DISCO

Artista



Rosario · AR

Sobre de disco

Numeración de catálogo arriba a la izquierda, siempre. El sello firma abajo con su logo completo.



ACCESO

SALA ENSAYO

SÁB 22:30 · ROSARIO

Vendido con Sonara

Nº 0148

Entrada / pase

Troquel real, número visible y quién la vendió. Producto de Sonara, no de la casa.

Nombre Apellido

Rol · Grito Sagrado

gritosagrado.com · Rosario, AR

Firma de mail

Sin logo, sin imágenes: una barra flúo y texto. Pesa nada y no se rompe en ningún cliente.

ENDOSO EN PIE DE APP



UN PRODUCTO DE GRITO SAGRADO

Endoso

Marca reducida + una línea. Nunca más grande que el logo del producto.

SEIS PREGUNTAS

01 ¿Es la versión correcta? Con RECORDS sólo si la pieza es del sello.

02 ¿El logo está en un solo color plano y con su aire completo?

03 ¿Hay un solo titular grande, o hay tres peleando?

04 ¿El flúo es acento o se comió la pieza?

05 Si es de una app: ¿el endoso está en el pie y no en el ícono?

06 ¿Se entiende leyéndolo una sola vez, de lejos y con mala luz?

ARCHIVOS ENTREGADOS

gs-logo-principal.svg · la casa

gs-logo-principal-negativo.svg

gs-logo-records.svg · el sello

gs-logo-records-negativo.svg

gs-isotipo.svg · la ráfaga

gs-isotipo-negativo.svg

gs-boca.svg · marca reducida

gs-boca-negativo.svg

gs-logotipo.svg · sólo lettering

LO QUE FALTA Y CONVIENE HACER

Dibujar las marcas definitivas de Steish y Sonara sobre el criterio del rayo.

Registrar «Grito Sagrado» en las clases 9 (software), 41 (espectáculos) y 9/15 (fonogramas) del INPI, y asegurar los dominios de las tres marcas antes de anunciar nada. Definir el contrato tipo del sello con los porcentajes a la vista, que es donde el principio 04 se prueba de verdad.