



manual de **identidad**

Manual de normalización
de Marca Agustinos Recoletos

Normas para la implantación de la imagen



© Rafael Nieto, OAR
www.rafaelnieto.com



Indice

1. LA MARCA AGUSTINOS RECOLETOS

1.1. La Marca Agustinos Recoletos

1.2. Valores de la Marca

1.2.1. Somos corazón

1.2.2. Somos fuego

1.2.3. Somos entrega

1.2.4. Somos búsqueda

1.2.5. Somos hijos de san Agustín

2. INVESTIGACIÓN CREATIVA Y DISEÑO

2.1. La necesidad de identificarse

2.2. La orden de ermitaños de san Agustín (OSA)

2.3. Los símbolos agustinianos

2.4. El escudo de la orden de Agustinos Recoletos (OAR)

2.5. Análisis de la imagen que ofrecen los agustinos recoletos

2.6. Necesidad de una marca propia

3. UNA NUEVA MARCA

3.1. Diseño de una nueva marca

3.2. Símbolo

3.3. Logotipo

3.4. Versión principal de la marca

3.5. Versiones oficiales

3.5.1. Español

3.5.2. Inglés

3.5.3. Portugués

3.6. Plano técnico. Proporciones

3.7. Contorno libre mínimo. Zona de seguridad

3.8. Colores corporativos

3.9. Colores principales

3.10. Colores complementarios

3.10.1. Variaciones autorizadas

3.11. La Marca y el color principal de fondo: blanco

3.12. La Marca y el color de fondo rojo y negro

3.13. La Marca y colores de fondo complementarios

3.14. Usos incorrectos

3.15. La Marca en blanco y negro

3.16. Versiones principales de la Marca. Versión horizontal

3.17. Versiones principales de la Marca. Versión vertical

3.18. Versiones principales de la Marca. Versión horizontal. con dirección web

3.19. Versiones principales de la Marca. Versión vertical con dirección web

3.20. Representación mínima de la Marca

3.21. Texturas corporativas

3.22. Inclinación del símbolo

4. PAPELERÍA CORPORATIVA

- 4.1. Tarjeta de visita
- 4.2. Carta A4. Modelo 01
- 4.3. Carta A4. Modelo 02
- 4.4. Carta LETTER. Modelo 01
- 4.5. Carta LETTER. Modelo 02

- 3.5. Carta A4. Calidad 2
- 3.6. Carta LETTER. Calidad 2
- 3.7. Sobre americano. Calidad 1
- 3.8. Sobre americano. Calida 2
- 3.9. Sobre DIN A5 162 x 229 mm
Calidad 1
- 3.10. Sobre DIN A5 162 x 229 mm
Calidad 2
- 3.11. Sobre bolsa 229 x 324 mm
Calidad 1
- 3.12. Sobre bolsa 229 x 324 mm
Calidad 1
- 3.13. Carpeta

4. OTROS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

- 4.1. Soportes promocionales
 - 4.1.1. Anuncio gráfico 1
 - 4.1.2. Anuncio gráfico 2
- 4.2. Sitio web
 - 4.2.1. Banner 01
 - 4.2.2. Banner 02
- 4.2. Flota de Vehiculos
 - 4.2.1. Furgoneta
 - 4.2.2. Bus

5. EMBLEMAS

- 5.1. Escudo de la Orden
- 5.2. Escudo de la Provincia
San Nicolás de Tolentino
- 5.3. Escudo de la Provincia
Ntra. Sra. de la Candelaria
- 5.4. Escudo de la Provincia
Santo Tomás de Villanueva
- 5.5. Escudo de la Provincia
San José
- 5.6. Escudo de la Provincia
Santa Rita de Casia
- 5.7. Escudo de la Provincia
Ntra. Sra. de la Consolación
- 5.8. Escudo de la Provincia
San Ezequiel Moreno
- 5.9. Escudo episcopal

6. FSAR. FRATERNIDAD SEGLAR AGUSTINO RE- COLETA

- 6.1. Marca
- 6.2. Escudo

7. JAR. JUVENTUDES AGUSTINOS RECOLETOS

- 7.1. Marca
- 7.2. Bandera

8. ONEG HAREN ALDE

- 8.1. Marca



agustinos
recoletos

Introducción

La Orden de AGUSTINOS RECOLETOS es una gran familia formada por jóvenes, fraternidades seglares y religiosos. Nuestra historia es más que centenaria y estamos presentes en multitud de países. Muestra de esta riqueza son los tres idiomas oficiales que tenemos: español, portugués e inglés.

Debemos conservar la unidad en esta gran familia en lo importante: nuestro seguimiento a Jesucristo al estilo de san Agustín según nuestra tradición recoleta. Sin embargo también hay espacio para la diversidad propia de un grupo de miembros tan grande. Esta diversidad nos enriquece a todos.

Esta realidad hace que afloren símbolos y logotipos diversos que dificultan una identificación homogénea y adecuada a la Institución.

Como una faceta más del proceso de revitalización y renovación de nuestra orden queremos presentar este MANUAL DE NORMALIZACIÓN DE IDENTIDAD AGUSTINO RECOLETA.

La orden se ha identificado tradicionalmente con su escudo. Partiendo de esta premisa se elaboran este Manual, que será el documento oficial que contenga el sistema de signos visuales y la reglamentación de usos y aplicaciones.

El objetivo de este manual es dar a conocer la identidad propia, establecer la diferencia con respecto a otras instituciones y regular el uso interno de símbolos. Su adecuado uso permite dotar a la ORDEN DE AGUSTINOS RECOLETOS una imagen gráfica homogénea y facilitar la identificación y reconocimiento de la institución.

Este manual es de obligado cumplimiento.



**1. La marca
agustinos
recoletos**

1. La marca **agustinos recoletos**

Este manual trata todos aspectos referentes al correcto uso de la MARCA AGUSTINOS RECOLETOS, formada por el Símbolo y el Logotipo.

Ninguno de los dos, en solitario, sustituye a la Marca y no podrá utilizarse como sustituto de la Marca completa o identificador normalizado, salvo las situaciones excepcionales y con carácter decorativo, promocional o publicitario y que detallaremos más adelante.

Tampoco se podrá modificar la relación de los elementos que forman la Marca, conservando la situación y proporciones entre el Símbolo y el Logotipo establecidas para cada uno de sus versiones.

Para reproducir la Marca, se utilizará siempre las versiones contenidas en los soportes digitales que el Consejo General de la Orden de Agustinos Recoletos proporcionará a tal fin.




1.2. Valores de la **marca**

Los valores de los AGUSTINOS RECOLETOS están presentes en nuestra actividad diaria y en lo que hacemos. Han de influenciar cada uno de las actividades que desarrollamos, los servicios que prestamos y las iniciativas que proponemos y deben quedar plasmados en el resultado final de todas nuestras actuaciones.

Los valores de la marca nos ayudan a proyectar y reforzar la idea de grupo. Estos valores sugieren las pautas que definen el comportamiento que debemos seguir como agustinos recoletos. La marca es el activo corporativo más importante de una empresa, es una riqueza para todos los miembros de una organización y como tal debe ser cuidada y difundida.

A continuación exponemos los valores de la MARCA AGUSTINOS RECOLETOS.





El carisma es una experiencia del Espíritu Santo que implica un modo específico de ser, una misión y espiritualidad específica, un estilo de vida fraterna y estructura al servicio de la misión eclesial.

El carisma agustiniano se resume en el amor a Dios sin condición, que une las almas y los corazones en convivencia comunitaria de hermanos, y que se difunde hacia todos los hombres para unirlos en Cristo dentro de la Iglesia.



somos corazón

Los agustinos recoletos queremos ser corazón,
vivimos en comunidades de hermanos
el amor de Dios





somos
fuego



Pasión
ardiente

fuego, espíritu, calor, luz, pentecostés,
pasión, amor,



agustinos
recoletos



somos
entrega

servicio, sacrificio, apostolado,
ministerio, cruz, pasión,

 agustinos
recoletos



somos
búsqueda

verdad, amistad, felicidad,
sentido, descanso, consuelo,

 agustinos
recoletos



somos
hijos
de
san
Agustín





2. Investigación

2. Investigación creativa y diseño

2.1. La necesidad de identificarse

Todo grupo humano posee una personalidad corporativa que le identifica y le hace diferente a cualquier otra.

La *Orden de Agustinos Recoletos* (OAR) es una orden mendicante de la iglesia católica. Nace en Toledo, España, en el capítulo de la provincia de Castilla de la *Orden de Ermitaños de San Agustín* (OSA) en 1588.

La orden de agustinos recoletos se ha identificado tradicionalmente con su escudo de armas que lo distingue de las otras órdenes e instituciones eclesiásticas.

El papa Alejandro III en 1166 manda que todos los documentos que se remitan a la corte pontificia vayan debidamente sellados para que tengan valor legal. A partir de este momento todas las diócesis, monasterios, órdenes religiosas y demás organismos eclesiásticos



Escudo Orden de Agustinos (OSA)



Escudo Orden de Agustinos Recoletos (OAR)



LOGOTIPO OFICIAL Orden de San Agustín (OSA)



Agustinos Recoletos (OAR)



Escudo Orden de Agustinos Recoletos (OAR)

se ven obligados a emplear un sello con los símbolos que los identifica.

A lo largo de todo el siglo XIII podemos observar una difusión de la heráldica eclesiástica, pero es en el XIV cuando, además del timbre de los documentos, hay un crecimiento del uso de escudos no solamente entre los arzobispos y obispos, sino también en abades, priores, catedrales, cabildos, colegios, monasterios y rectorados.

La orden de Ermitaños de San Agustín (OSA) nace en 1244 con la unión de distintos grupos de ermitaños de los alrededores de Roma. Es una orden mendicante continuadora de la tradición monástica de San Agustín de Hipona.

El fin primordial de sus miembros consiste en aspirar a vivir como San Agustín: búsqueda de la Verdad en comunidad.

Muy pronto surge disputa entre la *Orden de Ermitaños de San Agustín* y los *Canónigos Regulares de San Agustín* sobre cual de los dos es el legítimo heredero de San Agustín. Esta disputa alcanzó tal grado que el mismo Papa Sixto tuvo que intervenir en 1484 zanjando definitivamente la cuestión.



Agustinos Recoletos (OAR)
Provincia Nicolás de Tolentino



Agustinos Recoletos (OAR)
Provincia Ntra. Sra. de la
Candelaria



Agustinos
Recoletos (OAR)
Provincia Santo
Tomás de Villanueva



Agustinos Recoletos
Provincia San José



2.2. La orden de ermitaños de san Agustín

El primer escudo de la orden que se conoce se encuentra en la publicación de los *"Sermones"*, editado en Basilea entre los años 1494-1495. Este escudo nos presenta un arco conopial bajo el cual hay dos personas arrodilladas, un canónico de la Orden de San Agustín y un ermitaño de la misma orden, que veneran un corazón atravesado por dos flechas, que está sobre un libro sostenido por un águila. Las alas están flanqueadas por una mitra y un báculo. A la derecha y en la parte superior se observa una ciudad que representa la *Ciudad de Dios*, que aparece tapada por una estantería de libros. En la parte inferior y al fondo del grabado hay muchos libros amontonados y en desorden sobre el propio suelo. En la base del grabado se comunica su origen.

En la gran mayoría de los escudos de la Orden de San Agustín (OSA) y, fundamentalmente, en los más antiguos, la presencia de seis símbolos: el corazón, el libro, el cinturón, la pluma, el báculo y la mitra. Con el tiempo se van simplificando los elementos y desaparecen la mitra y el báculo.



Colegio Romadera
Agustinos
Recoletos (OAR)
Zaragoza
España



Colegio Santa Rita
Agustinos
Recoletos (OAR)
Lima
Perú



University of Negros
Occidental - Recoletos
Agustinos Recoletos
(OAR) Bacolod City.
Filipinas



Escuela Parroquial
Santa Rita
Agustinos
Recoletos (OAR)



Colegio Agustiniانو
Campestre
Agustinos Recoletos (OAR)
Palmira. Colombia



University of San Jose
Recoletos
Agustinos Recoletos (OAR)
Cebu City. Filipinas



College of Arts & Sciences
Uno - Recoletos
Agustinos Recoletos (OAR)
Filipinas



Colegio Agustiniانو
Santo Tomás
de Villanueva
Agustinos Recoletos (OAR)
Caracas. Venezuela



Colegio Agustiniانو
Cristo Rey
Agustinos Recoletos (OAR)
Caracas. Venezuela

2.3. Los símbolos agustinianos

Los símbolos tienen la capacidad de representar visualmente realidades invisibles. El corazón representa lo más profundo e íntimo de la persona: su inteligencia, sus sentimientos y su voluntad. Pero en el cristianismo el corazón simboliza también la persona del mismo Cristo encarnado.

Este corazón es el principal símbolo de la orden de San Agustín. Es un corazón reverberado con una llama inflamada del amor de Dios que llevó al santo a la conversión y a la santidad.

Los corazones de san Agustín y de santa Teresa son transverberados por la flecha del amor de Dios.

La pluma simboliza la inteligencia y la sabiduría. El libro el magisterio espiritual y teológico, las sagradas escrituras, la búsqueda de la Verdad, y también al propio san Agustín como Doctor de la Iglesia.

La mitra es uno de los atributos que se identifica con la jerarquía y el poder eclesiástico, y simboliza la dignidad episcopal del santo.

El báculo representa la tarea de defensa y dirección de todo pastor para con su rebaño. Servicio y celo como obispo.



College of Education
Uno - Recoletos
Agustinos Recoletos (OAR)
Filipinas



LOGO JAR
Argentina



San Sebastian
College
Recoletos (OAR)
Cavite City. Filipinas



LOGO JAR
San José
Venezuela



LOGO JAR
Maracay
Venezuela



UNO - R
RAMS
Recoletos
Filipinas



JAR
CARACAS



JAR
PANAMA

El corazón del escudo agustiniano puede estar atravesado por una, dos o tres flechas, e incluso cuatro. Una sólo refleja las palabras de San Agustín: *"Habías asae-tado mi corazón con tu amor y llevaba clavadas tus pa-labras en mis entrañas"*. Cuando son dos simbolizan el amor de San Agustín a Dios y al prójimo. Y finalmente tres o cuatro se emplean para guardar cierta simetría en la composición, siendo poco frecuente su uso.

En ocasiones se representa en el escudo la leyenda *"Tolle lege"*, *"Toma y lee"*.

2.4. El escudo de la Orden de Agustinos Recoletos

La orden de Agustinos Recoletos consigue su plena autonomía jurídica de la orden de agustinos (OSA) a principios del siglo XIX. El 16 de septiembre de 1912 el papa santo Pío X le concede el rango de orden y a su superior mayor el título de prior general.

La nueva orden se identifica con su escudo, que sigue los principios de la heráldica eclesiástica.



JAR
CONSOLACIÓN



JAR
CIUDAD DE LOS NIÑOS
Costa Rica



LOGO JAR
SAN AGUSTÍN



AMYCI JAR
Chota, Perú



JAR
BREVES
BRASIL



LOGO JAR

2.5. Análisis de la imagen que ofrecen los agustinos recoletos

El análisis de la imagen que se puede encontrar de los distintos escudos y logotipos de la ORDEN DE AGUSTINOS RECOLETOS ofrece las siguientes conclusiones:

- La Orden se ha identificado desde su fundación por el uso de su escudo oficial, que no ha sufrido prácticamente variaciones.
- Los elementos son los propios de la familia agustiniana: corazón ardiente atravesado por una flecha, libro, correa.
- Se ha venido usando como propio el símbolo (logotipo oficial) de la Orden de San Agustín (OSA). Esto genera confusión al usar la marca de otra orden religiosa.
- Las distintas provincias que forman la Orden se identifican cada una con un logotipo distinto. No se transmite imagen de unidad.
- Cada grupo JAR ha adaptado a su gusto el logotipo oficial, cuando no se ha inventado otro.

Con tanta variedad de logotipos se hace necesaria la progresiva implantación de una única marca que per-



Escudo oficial.
Versión utilizada en
documentos oficiales



Escudo oficial.
Versión actualizada
en internet

mita identificar facilmente a todos los agustinos recoletos.

2.6. Necesidad de una **marca propia**

- Los agustinos recoletos necesitan una marca que contenga los valores de la TRADICIÓN agustiniana de su orden dándole un estilo de más MODERNIDAD en el que primen los VALORES de los SÍMBOLOS. Una imagen que transmita y que visualmente sea limpia y simple. Daremos así fuerza al mensaje.
- Es necesario DISTINGUIRSE con claridad de la Orden de Ermitaños de San Agustín (OSA).
- Es necesario UNIFICAR la imagen de las distintas provincias, de las FSAR y de las JAR, dándoles una MARCA OFICIAL
- Esta marca oficial crea SENTIMIENTO DE PERTENENCIA y ayuda a sentirse IDENTIFICADO dentro y fuera de la orden.
- Esta marca da LEGITIMIDAD a los documentos oficiales. Será necesario por tanto una protección legal de su uso. Cualquiera no puede utilizarla.

***Si son lo mismo,
deben parecer lo mismo***

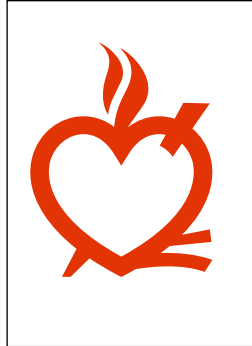


3

Diseño
de una nueva
marca

3.1. La marca **agustinos recoletos**

La marca AGUSTINOS RECOLETOS es la expresión visual de su identidad. Esta compuesta por el símbolo (icono), el logotipo (nombre), y los colores



Símbolo



logotipo

marca = símbolo + logotipo

3.2. Símbolo

El símbolo de la Marca Agustinos Recoletos representa un corazón ardiente atravesado por un dardo. A los pies un libro abierto.



El símbolo no podrá desligarse nunca ni representarse por separado del nombre "AGUSTINOS RECOLETOS", (salvo excepciones puntuales), tampoco podrá sufrir modificaciones en su forma y colores.



3.3. Logotipo

El logotipo representa, tipográficamente, el nombre de AGUSTINOS RECOLETOS.

El logotipo está diseñado especialmente para AGUSTINOS RECOLETOS y sus formas recrean un grafismo único.

Este logotipo nunca deberá ser alterado ni en sus formas ni en sus proporciones y tampoco se podrá representar aisladamente sin formar parte de la Marca, que está constituida por el conjunto de Símbolo y Logotipo (salvo en casos excepcionales).

agustinos
recoletos

agustinos
recoletos

versión español

augustinian
recollects

versión inglés

agostinianos
recoletos

versión português



agustinos
recoletos

3.4. Versión principal **de la marca**

La versión principal e la marca AGUSTINOS RECOLETOS es en formato horizontal. Es la forma que se usará principalmente



3.5. Versiones oficiales

La Orden de Agustín Recoletos cuenta con tres idiomas oficiales. Estas son las versiones oficiales de la Marca en cada una de las lenguas.

versión **español**



versión **inglés**



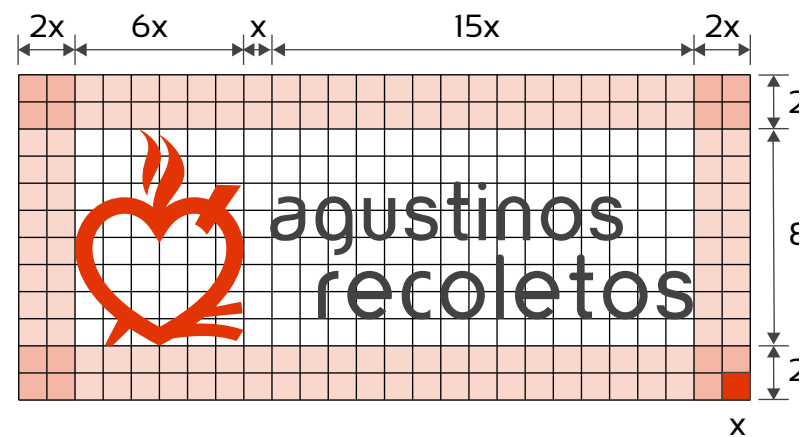
versión **portugués**

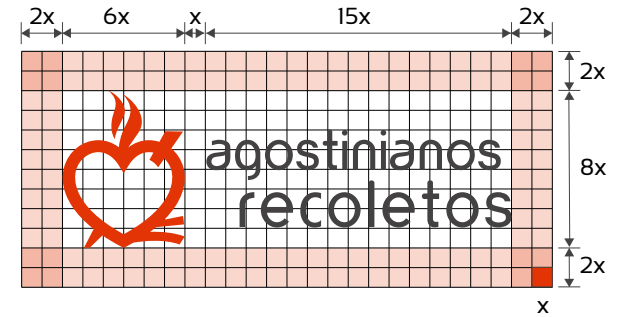
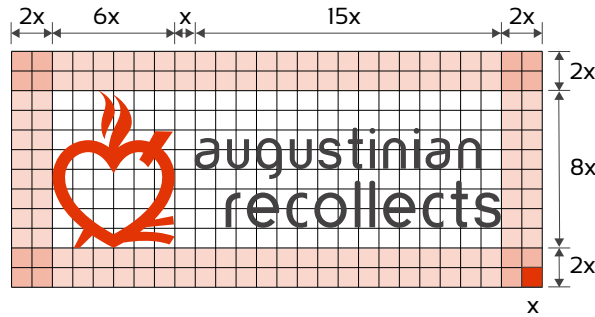
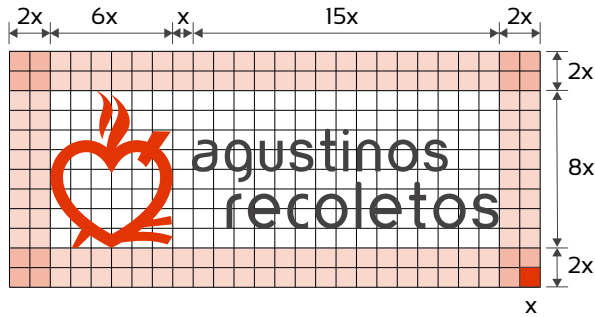


3.6. Plano técnico. **Proporciones**

Hemos creado una retícula para que a través de ella siempre se pueda construir la Marca en cualquier soporte, sea cual sea su dimensión o su medio de reproducción.

Símbolo y Logotipo han de conservar siempre la siguiente composición y proporción entre los elementos.





versión español

versión inglés

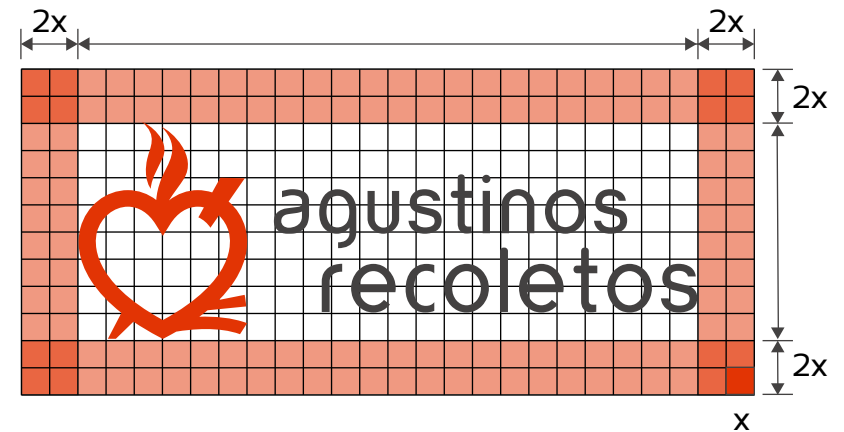
versión português

3.6. Contorno libre mínimo. Zona de seguridad

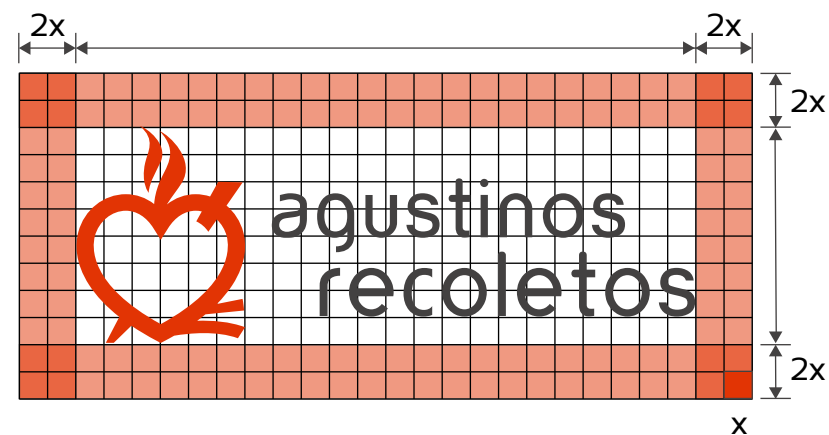
La marca AGUSTINOS RECOLETOS debe conservar a su alrededor siempre que se pueda una distancia mínima de seguridad en la que no se puede situar ningún otro elemento que su visibilidad o que reduzca o distorsione su presentación visual y notiriedad. Este espacio afecta a la disposición de cualquier elemento gráfico, texto, imagen, etc... a su alrededor.

A continuación determinamos el contorno libre mínimo que hay que dejar como una referencia útil, no obstante, siempre que se pueda como norma general se debe intentar mantener el máximo espacio libre en torno a la marca.

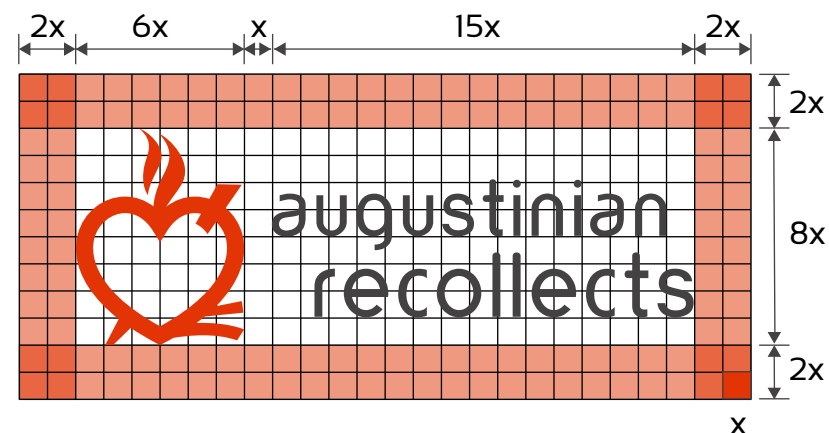
El valor de $2x$ es la referencia para crear un recuadro alrededor de la Marca AGUSTINOS RECOLETOS para reproducir la zona en la que no se podrá insertar información adicional, forma o texto.



versión español



versión inglés



versión português



3.8. Colores corporativos

Los colores para impresión serán colores PANTONE para asegurar la correcta aplicación de los colores corporativos del Símbolo, el color de fondo y el Logo-tipo, en las siguiente páginas se definen las referencias PANTONE y códigos cromáticos para poder ser aplicados según los diferentes soportes y medios de impresión.

El sistema de color PANTONE es el código universal más fidelfigno que existe y sirve de base y modelo para cualquier sistema cromático y sobre el que se declinan las equivalencias para impresiones en cuatricomía (c, m, y, k) y visualizaciones en pantalla (r, g, b). Sirve de referencia para estampaciones de color directo, tanto en impresión convencional como de otro tipo: vinilos, bordados, pintura industrial, etc...



Pantone 485 C



Pantone 446 C



Pantone 7468 C



Pantone 7739 C



Pantone 1235 C

3.9. Los colores **agustinos recoletos**

Los dos colores corporativos principales serán el rojo PANTONE 485 C y el negro PANTONE 446 C.

El rojo expresa el corazón ardiente agustiniano, y el negro el color del hábito y la correa.

Se utilizarán principalmente para la reproducción de la Marca en sus diferentes variantes y aplicaciones y también pueden ser utilizados como fondo liso en soportes de comunicación o de decoración de la sede corporativa y en las distintas casas de la Orden.

Con el objeto de estandarizar estos colores y asegurar su correcta aplicación en los distintos soportes y medios de impresión se define un color PANTONE de referencia aunque siempre que se pueda es aconsejable utilizar como referencia válida los valores en RGB que a continuación se definen.



| | | | |
|---|------|---|--------|
| C | 0% | R | 2270 |
| M | 95% | G | 33 |
| Y | 100% | B | 25 |
| K | 0% | # | E32119 |

Pantone 485 C



| | | | |
|---|-----|---|--------|
| C | 0% | R | 60 |
| M | 0% | G | 60 |
| Y | 0% | B | 59 |
| K | 90% | # | 3C3C3B |

Pantone 446 C

3.10. Los colores complementarios

En esta página se definen los colores corporativos complementarios.

La gama cromática escogida quiere dar alternativas a los dos colores principales.

Estas serán las únicas variables permitidas.



| | |
|-------|----------|
| C 84% | R 2 |
| M 35% | G 122 |
| Y 28% | B 152 |
| K 10% | # 027A98 |

Pantone 7468 C



| | |
|-------|----------|
| C 84% | R 0 |
| M 11% | G 151 |
| Y 94% | B 67 |
| K 1% | # 009743 |

Pantone 7739 C

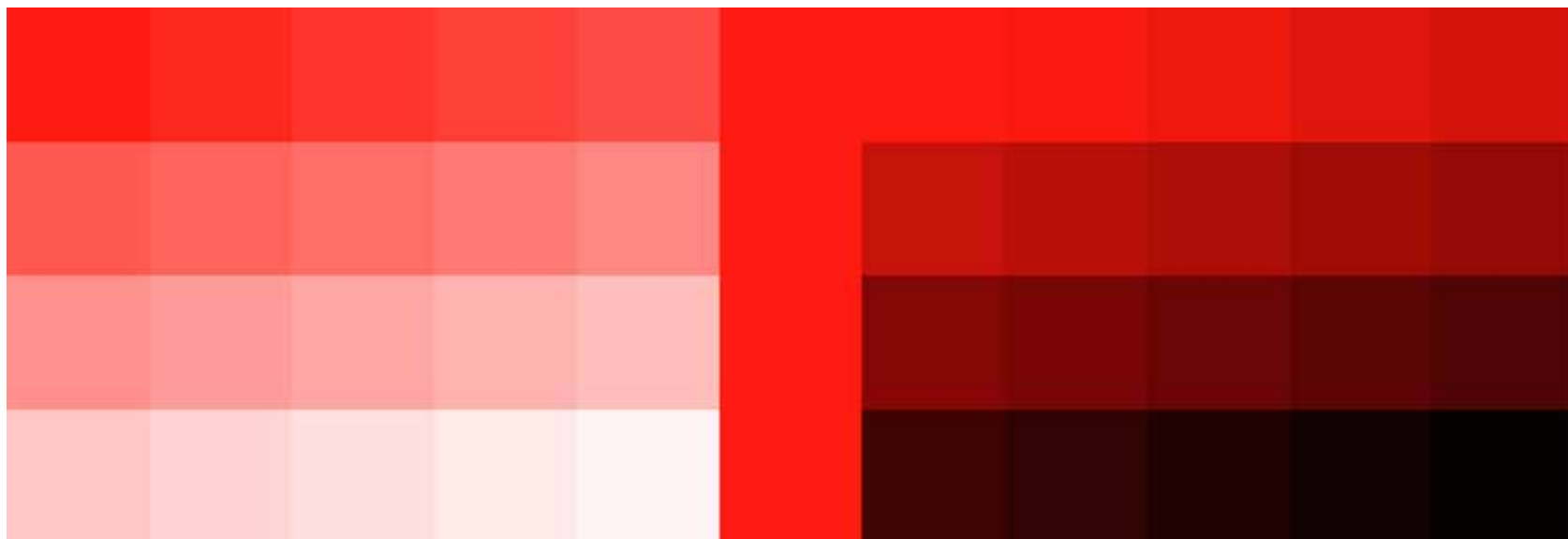


| | |
|-------|----------|
| C 0% | R 250 |
| M 32% | G 183 |
| Y 93% | B 17 |
| K 0% | # FAB711 |

Pantone 1235 C

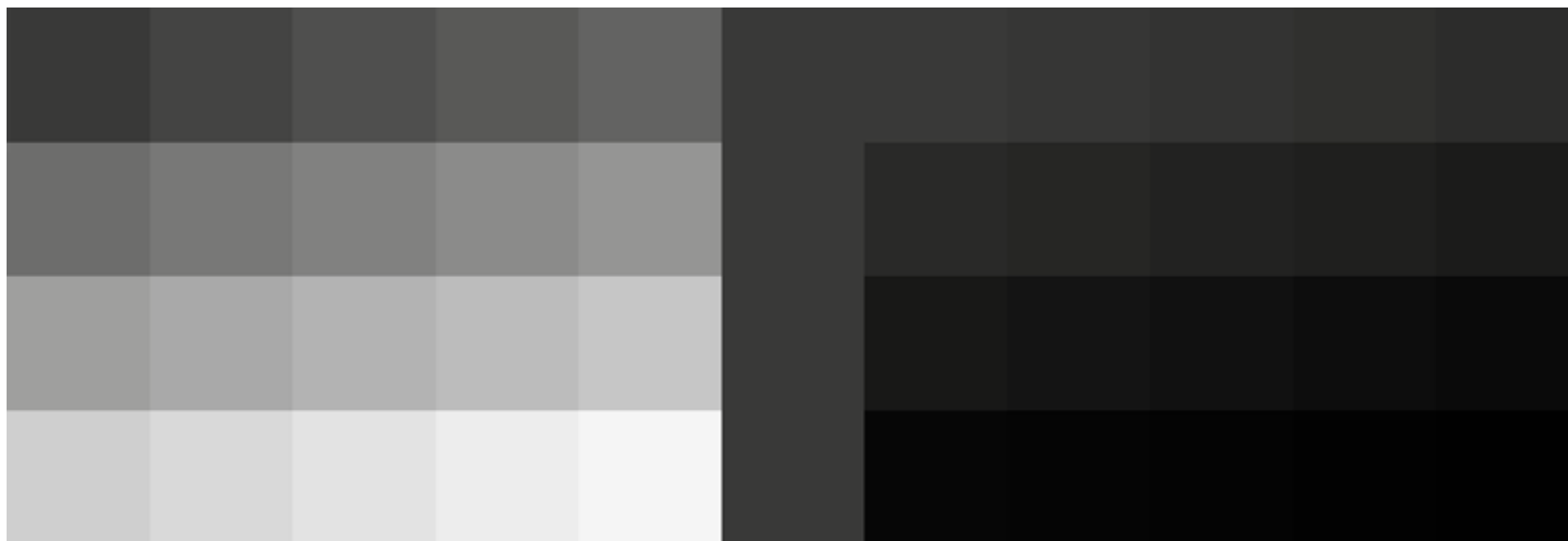
3.10.1. Variaciones autorizadas Pantone 485 C

Estas son las variantes de cada color autorizado



3.10.2. Variaciones autorizadas **Pantone 446 C**

Estas son las variantes de cada color autorizado



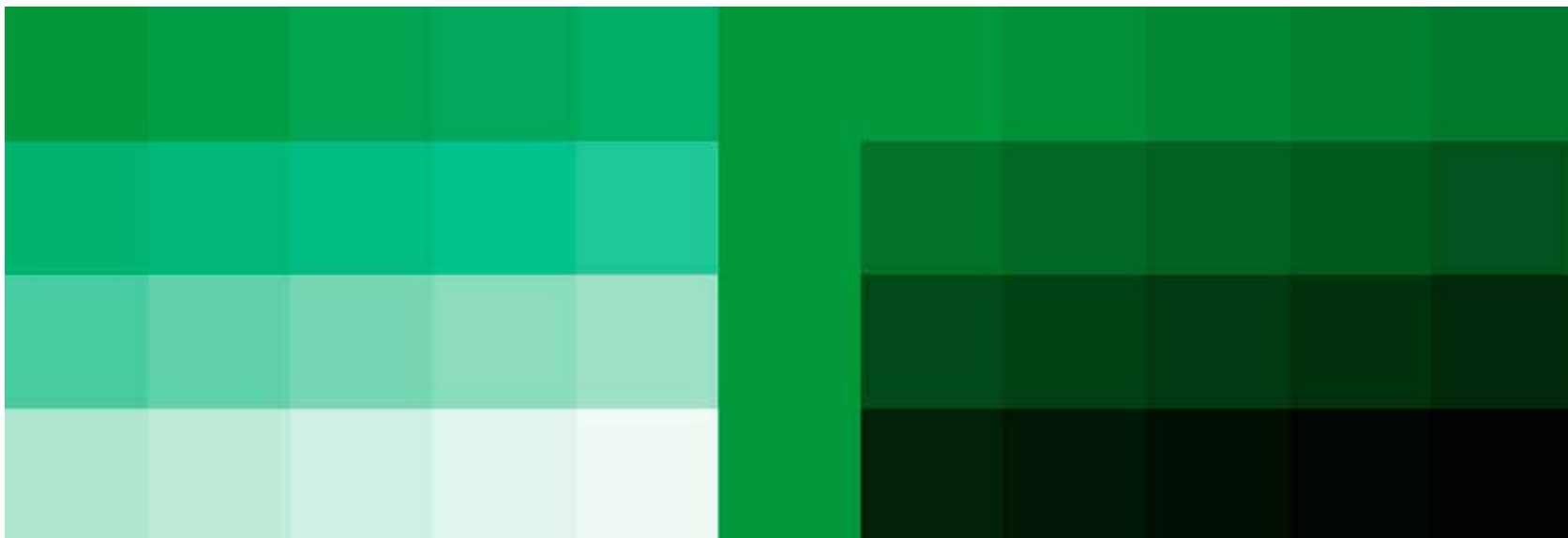
3.10.3. Variaciones autorizadas **Pantone 7468 C**

Estas son las variantes de cada color autorizado



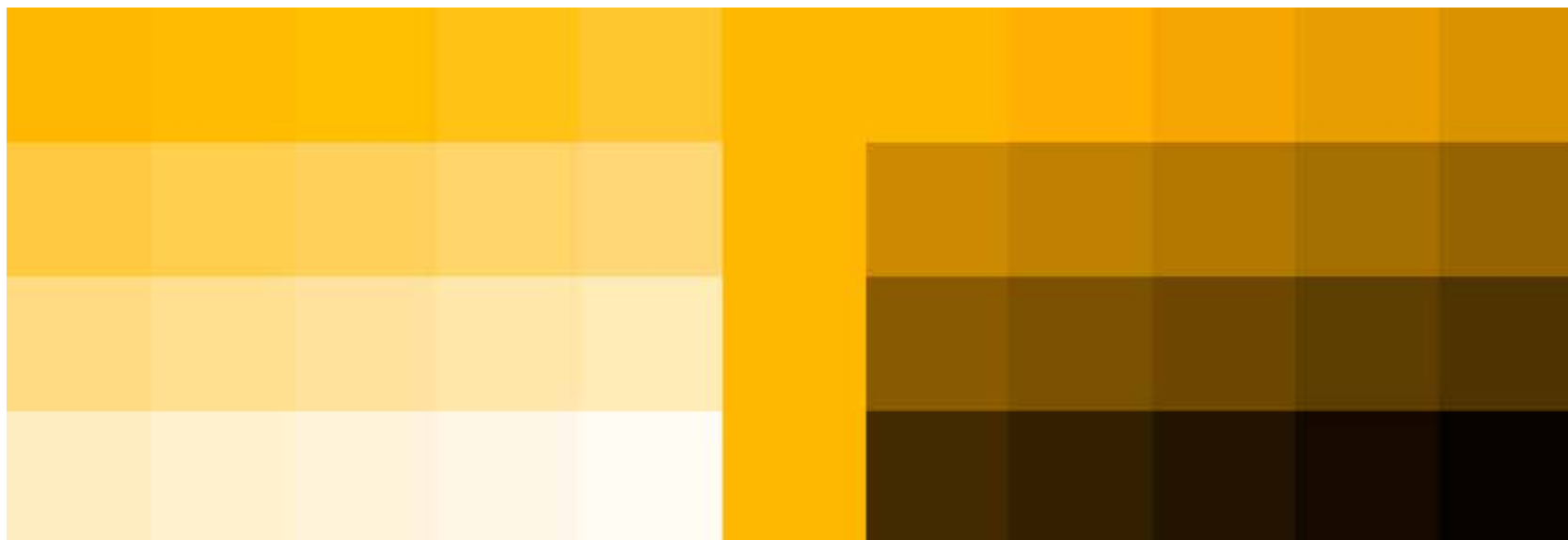
3.10.4. Variaciones autorizadas **Pantone 7739 C**

Estas son las variantes de cada color autorizado



3.10.5. Variaciones autorizadas **Pantone 1235 C**

Estas son las variantes de cada color autorizado



3.11. La Marca y colores principales de fondo blanco

Los dos colores corporativos principales se deben aplicar en sus principales manifestaciones, como por ejemplo publicaciones, cartelería, páginas web y en las aplicaciones promocionales o publicitarias.

La Marca AGUSTINOS RECOLETOS debe aplicarse de manera preferente sobre fondo blanco que es el color de fondo utilizado universalmente en la comunicación gráfica y es muy conveniente utilizarlo en aplicaciones diversas, como por ejemplo en papelería, elementos publicitarios y promocionales.

En esta página se muestra la Marca AGUSTINOS RECOLETOS sobre fondo blanco que será la forma más común de representarla.



versión **español**



versión **inglés**



versión **portugués**



3.12. La Marca y color de fondo rojo y negro

Los colores rojo y negro son los colores que han de utilizarse principalmente en el fondo.

En esta página se muestra la Marca sobre los dos colores principales.





3.13. La Marca y colores de fondo **complementarios**

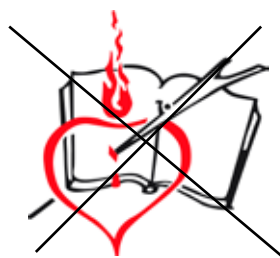
Los colores rojo y negro son los colores que han de utilizarse principalmente en el fondo.

En esta página se muestra la Marca sobre los dos colores principales.



3.14. Usos **incorrectos**

Cualquier uso indebido de las formas, proporciones, colores corporativos y tipografías no especificadas en este manual de identidad corporativa quedarán excluidas del mismo y serán consideradas como no apropiadas para su representación tanto impresa como digital.



Usar la marca
de los agustinos



3.15. La Marca en blanco y negro

Cuando la Marca AGUSTINOS RECOLETOS no pueda ser aplicada en color, como por ejemplo en la prensa diaria o impresiones a una sola tinta, la Marca se aplicará en color negro sobre blanco preferentemente.



3.16. Versiones principales de la Marca

Versión horizontal

La Marca AGUSTINOS RECOLETOS puede utilizarse de dos maneras diferentes según las necesidades específicas, una con el símbolo y el logotipo en disposición horizontal y otra con el símbolo y el logotipo de manera vertical.

En esta página se muestra la versión horizontal de la Marca y en la siguiente página la versión organizada de manera vertical.



3.17. Versiones principales de la Marca

Versión vertical



agustinos
recoletos



augustinian
recolletcs



agostinianos
recoletos

3.18. Versiones principales de la Marca

Versión horizontal con dirección web

En esta página y en la siguiente recogemos las versiones de la Marca horizontal y vertical con la dirección web



3.19. Versiones principales de la Marca

Versión vertical con dirección web



3.20. Representación mínima de la Marca

Para asegurar una correcta percepción de la Marca AGUSTINOS RECOLETOS y que ésta sea percibida con la mayor claridad posible, se aconseja que la anchura mínima recomendada en su representación sea de 25 mm. Este es el mínimo absoluto y siempre que sea posible debe reproducirse a un tamaño mayor.



3.21. Descripción tipográfica

Son las fuentes oficiales
que autoriza la Orden de Agustinos Recoletos
para todas sus comunicaciones.
Incluye el logotipo, el slogan, la papelería,
el sitio web y los textos corridos.

Logotipo

YORKVILLE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890 !".\$%&/'()=? *~;

Papelería, texto y web

SANSATION

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890"!".\$%&/'()=?¿^*~;

SANSATION (Italic)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890"!".\$%&/'()=?¿^*~;

SANSATION (Bold)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890"!".\$%&/'()=?¿^*~;

SANSATION (Bold italic)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

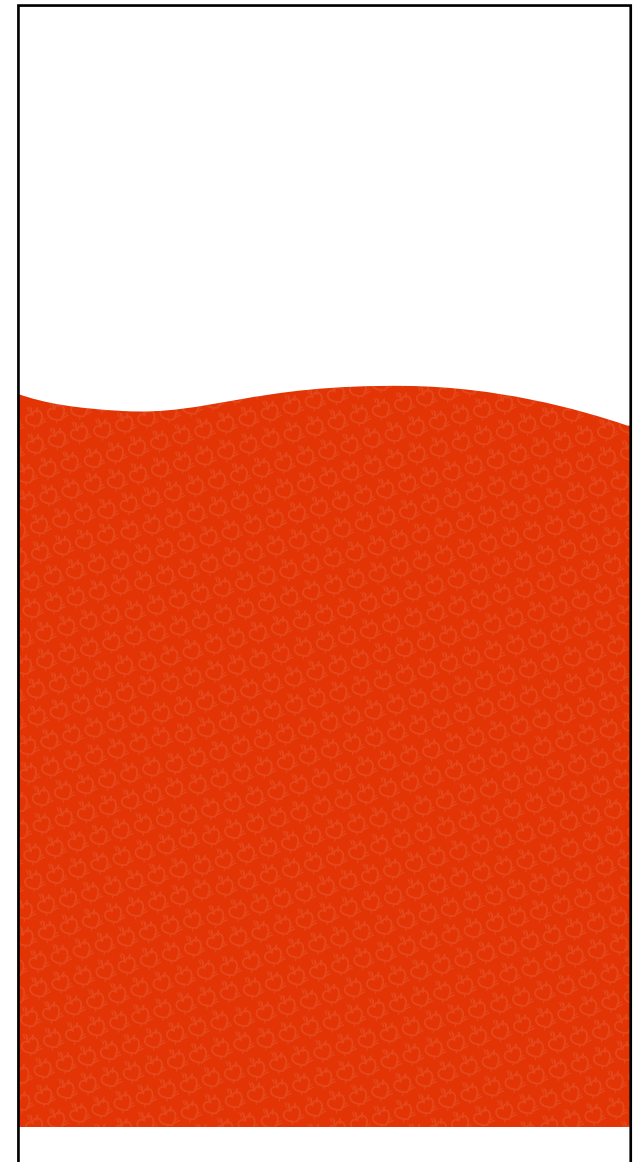
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890"!".\$%&/'()=?¿^*~;

3.21. Textura corporativa

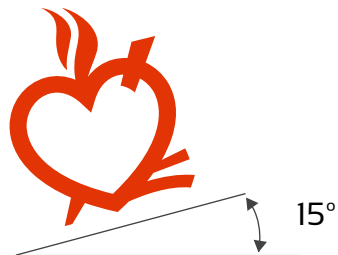
En muchas de las aplicaciones de la imagen AGUSTINOS RECOLETOS como cartelería, packaging, etc... se utilizará esta textura de fondo, formada por el símbolo de la marca con un inclinación de 15 grados y al 10% en blanco.

Los colores de fondo son los autorizados por el Manual.



3.22. Inclinación del símbolo

Como uno de los distintivos de la Marca se aceptará el uso del símbolo con una inclinación de 15°







4. Papelería corporativa

4. Papelería Corporativa

Todos los elementos que integran este apartado de papelería corporativa llevan los mismos signos de identidad visual de la Marca AGUSTINOS RECOLETOS para transmitir una imagen clara, unitaria y reconocible.

Considerando que la papelería constituye un medio de comunicación privilegiado de gran difusión, es particularmente importante respetar las normas establecidas con objeto de garantizar la identificación de la Marca por parte de los destinatarios.

Se ha seleccionado los modelos de impresión más significativos donde se han definido los elementos tipográficos, estructura de diseño, tratamiento cromático, posición y proporción del Identificador. Cada modelo viene acompañado de una ficha técnica en la que se describen y normalizan: formato, tipografía, colores, tipo de soporte y sistema de impresión.

4.1. Tarjeta de presentación

Formato:
85 x 55 mm
rádio de vértice: 5 mm
sustrato: propalcote 300 grs
tintas: 3x2
acabado: 2P + 1UV
adicionales: repujado + troquel



4.2. Carta A4 Modelo 01

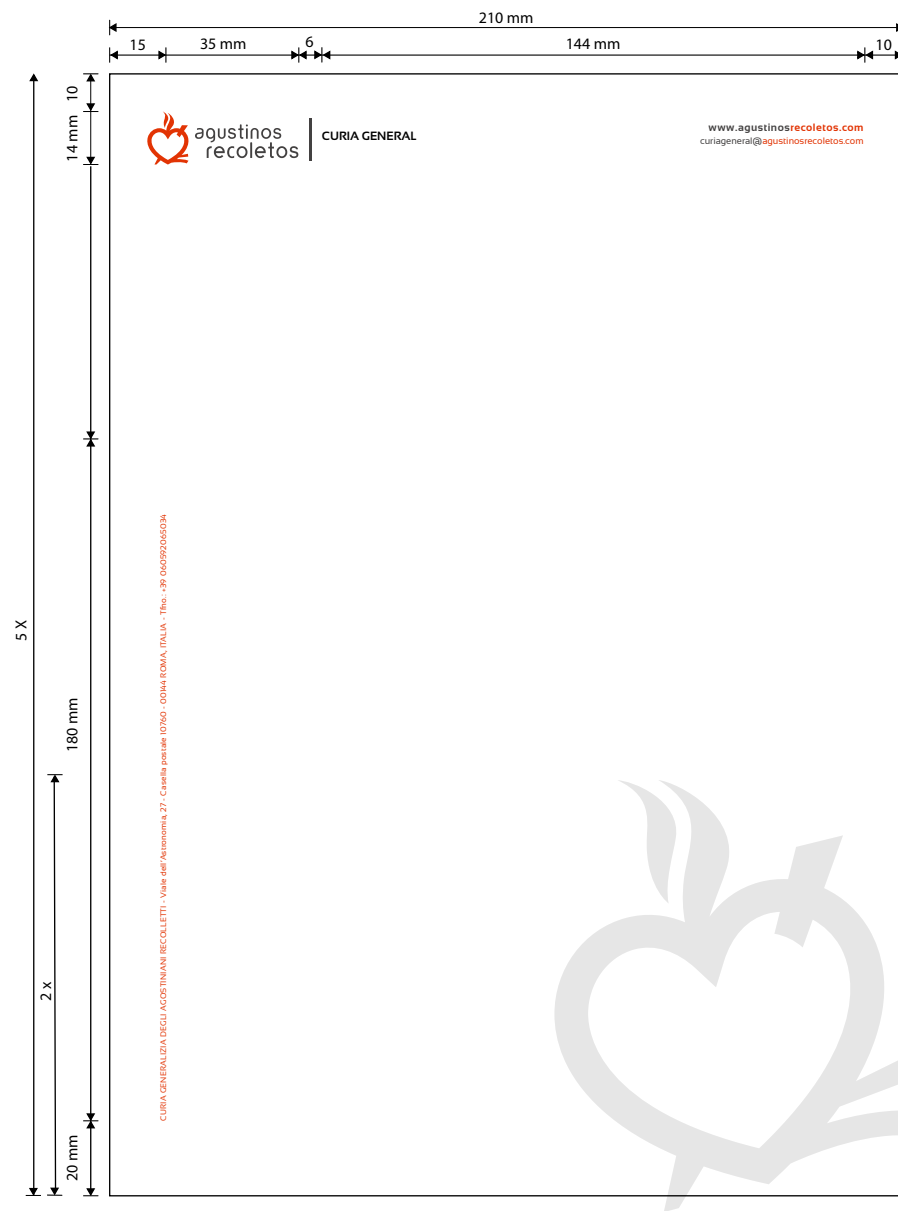
Formato:
297 x 210 mm. (DIN A4)

Tipografía y colores:

Dirección web:
Sansation a 8 puntos Negrita. Traking 50%
Colores: Pantone 485 C - Pantone 446 C

Dirección:
Sansation 6 puntos, regular. Traking 50%
Color: Pantone 485 C

Símbolo:
Inclinado al 15°, opacidad del 20%



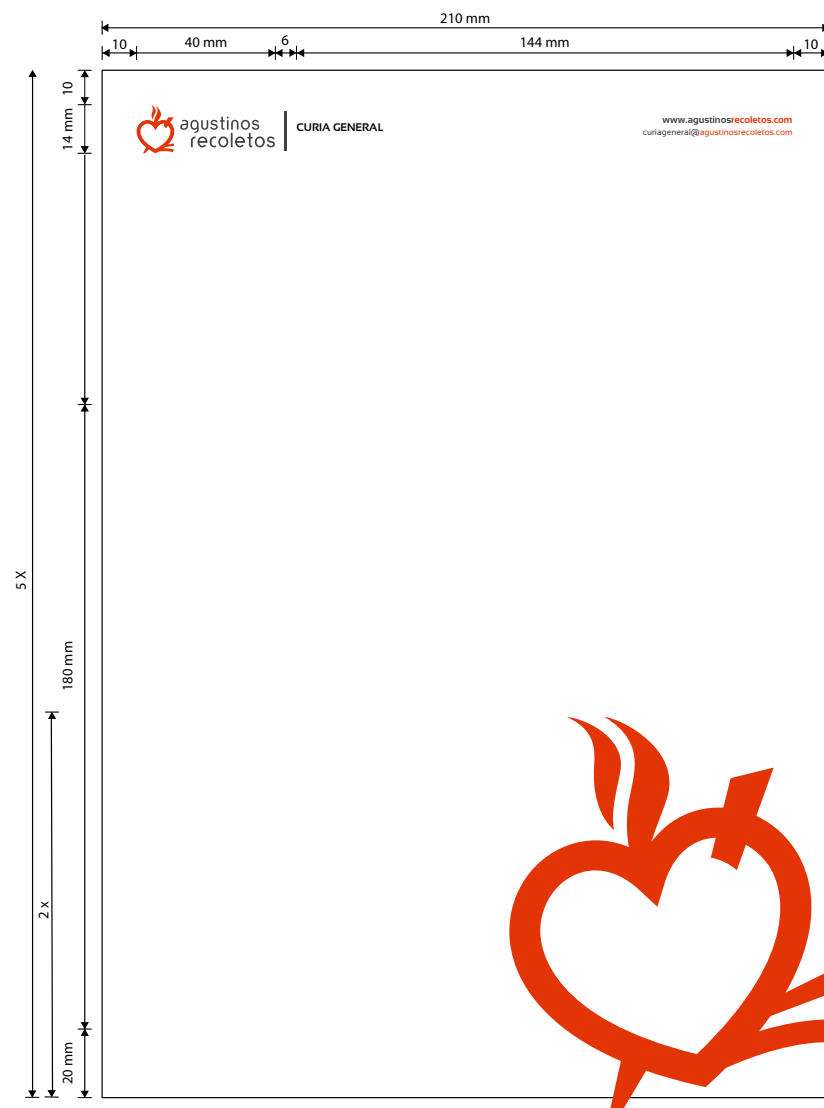
4.3. Carta A4 Modelo 02

Formato:
297 x 210 mm. (DIN A4)

Tipografía y colores:

Dirección web:
Sansation a 8 puntos Negrita. Tracking 50%
Colores: Pantone 485 C - Pantone 446 C

Símbolo:
Inclinado al 15°, opacidad del 100%



4.4. Letter **Modelo 01**

215,9 x 279,4 mm. (CARTA USA)

Tipografía y colores:

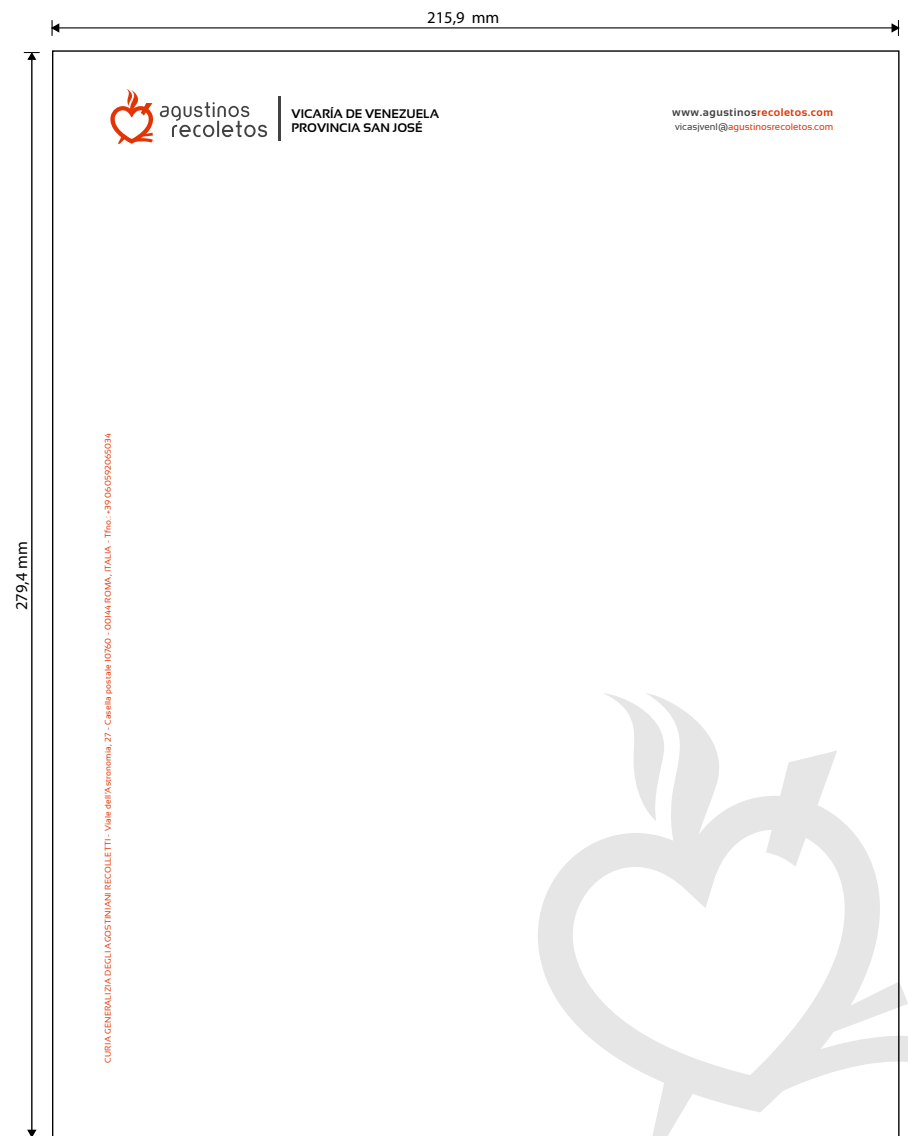
Dirección web:

Sansation a 8 puntos Negrita. Tracking 50%

Colores: Pantone 485 C - Pantone 446 C

Símbolo:

Inclinado al 15°, opacidad del 10%



4.5. Letter **Modelo 02**

215,9 x 279,4 mm. (CARTA USA)

Tipografía y colores:

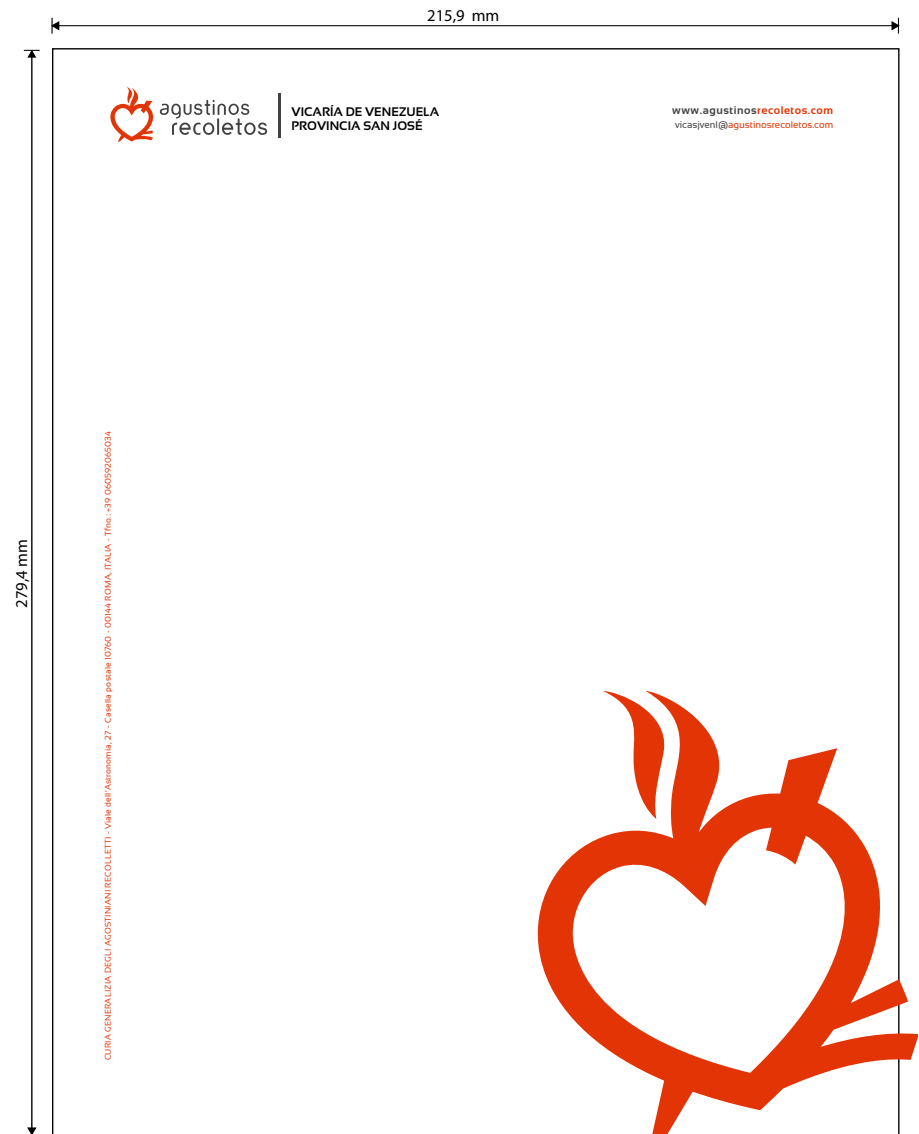
Dirección web:

Sansation a 8 puntos Negrita. Traking 50%

Colores: Pantone 485 C - Pantone 446 C

Símbolo:

Inclinado al 15°, opacidad del 100%





4.6. Carnet

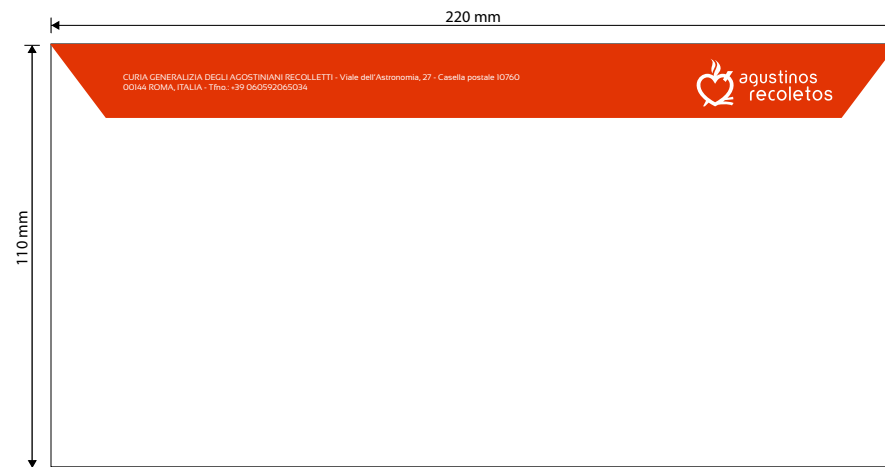
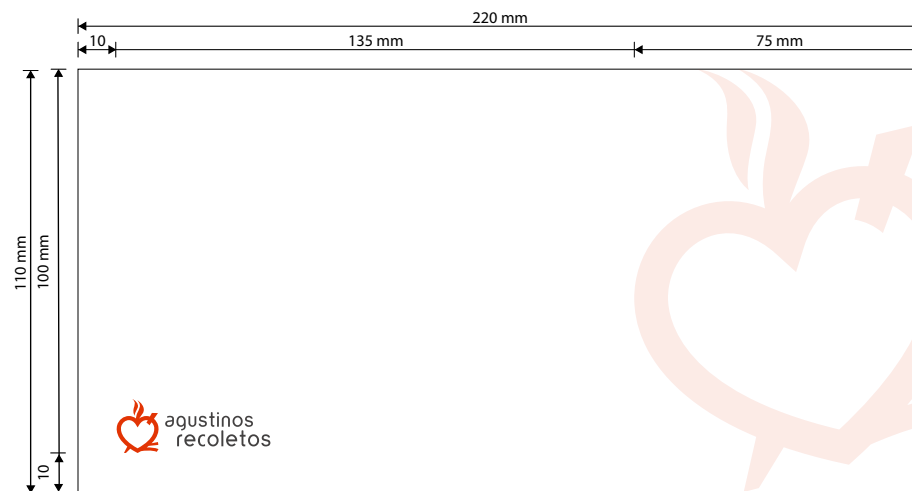
Formato:
55 x 85 mm

Sustrato: PVC calibre 30
tintas: full color x escala de grises
acabados: ninguno
adicionales: troquel

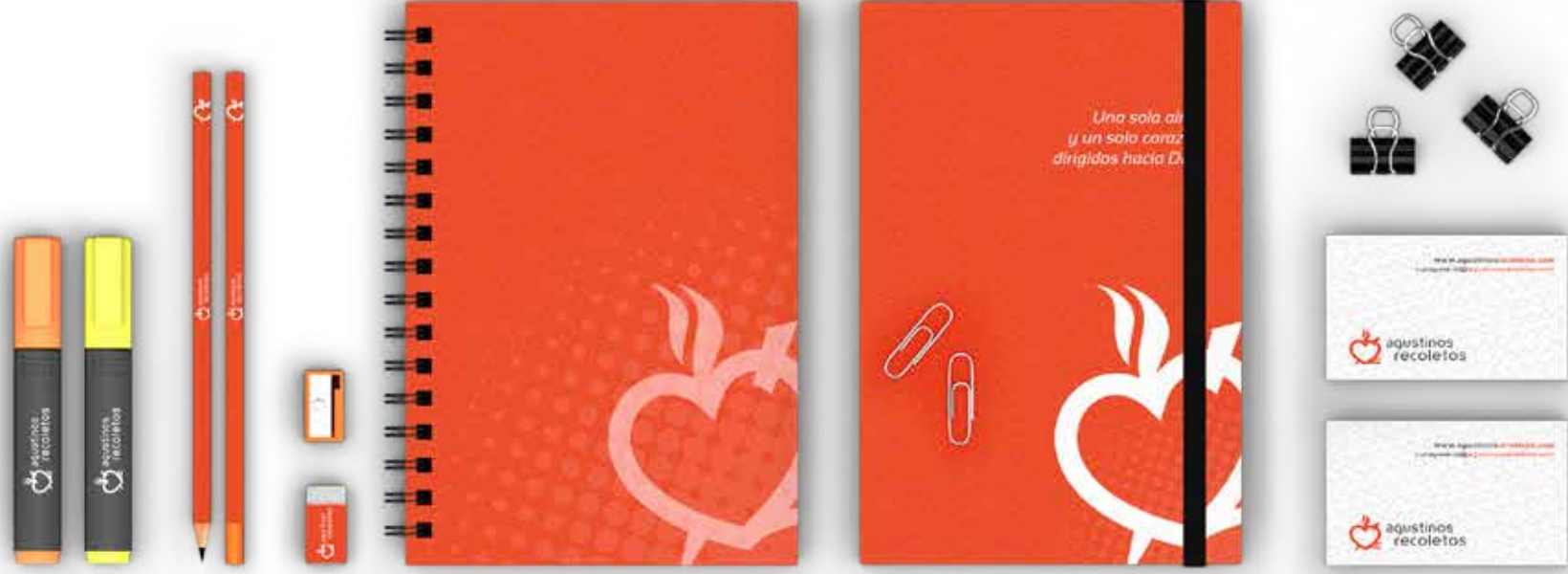


4.7. Sobre americano **Modelo 01**

Formato:
110 x 220 mm











5
Otros
elementos
de comunicación

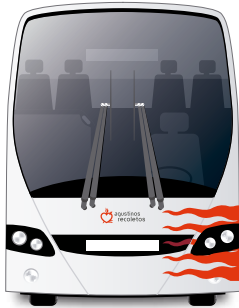
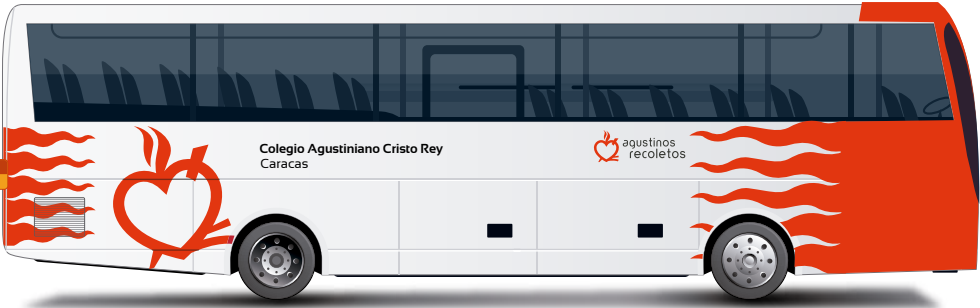


busca
dentro
de ti

...y encontrarás













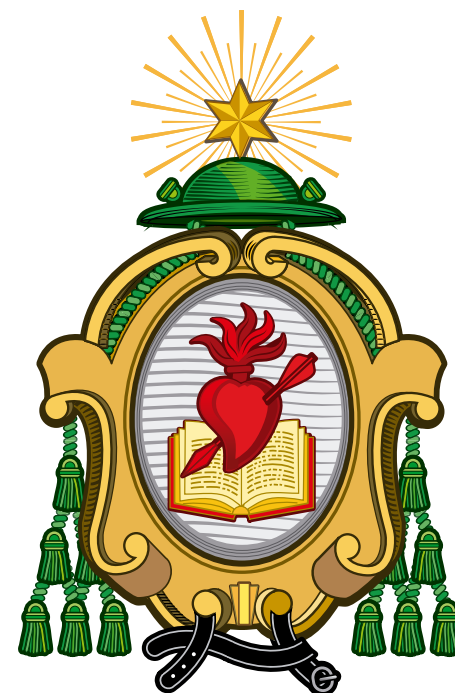
6
Escudo
oficial

6.1. Escudo oficial

El escudo es el símbolo identificados que actúa como emblema institucional de la Orden de Agustinos Recoletos.

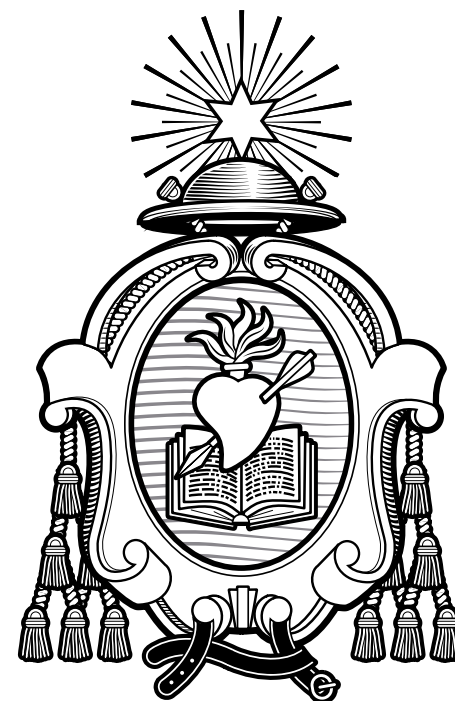
El escudo no podrá ser reproducido en ninguna forma distinta a las recogidas en este manual. Tampoco podrá ser integrado con otros elementos para formar una nueva marca o signo de identidad.

Su uso será interno. Dará validez a los documentos oficiales y ser reserva para aquellos soportes de carácter protocolario u oficial que lo exijan.



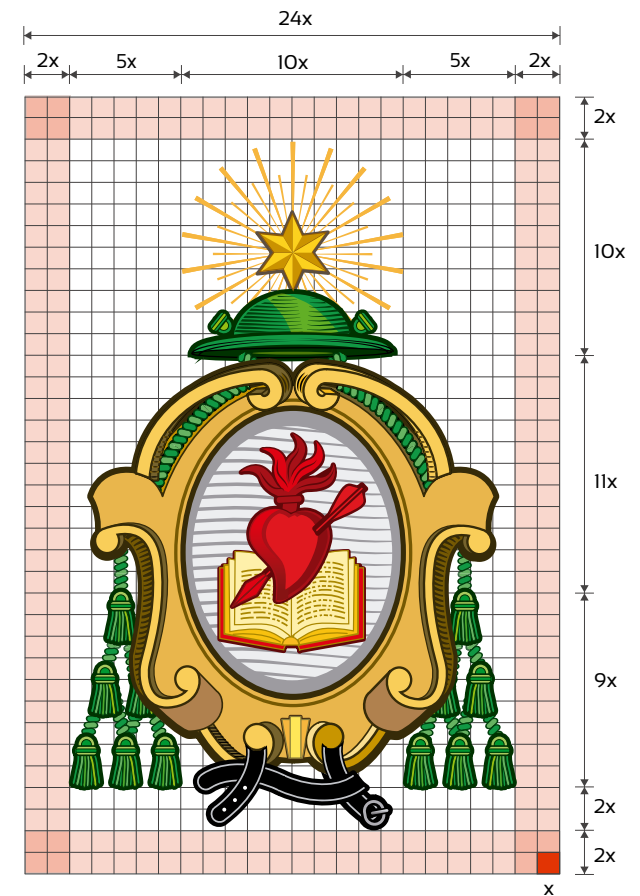
6.2. Escudo oficial **versión blanco y negro**

Escudo a una tinta



6.3. Escudo oficial **plano**

Plano. Área de reserva es el espacio que hay que dejar alrededor del escudo. Ningún otro elemento podrá rebasar ese límite, evitando así la contaminación visual del escudo.

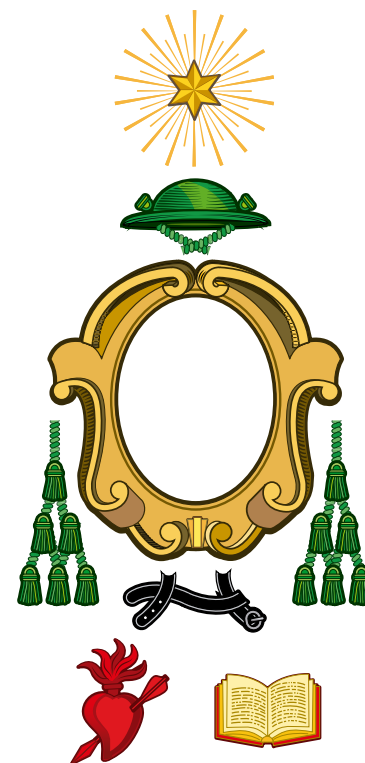


6.4. Escudo oficial **reducción máxima**

Se marca como reducción mínima del escudo de 15 mm



Elementos del escudo



- 1 ESTRELLA DE 6 PUNTAS
- 2 CAPELO: DE COLOR VERDE (SINOPLE)
- 3 ESCUDO:
- 4 CORDON DEL CAPELO (VERDES CON 2 X 6 BORLAS VERDES -1,2,3). CORRESPONDE A LA JERARQUÍA DE ORDEN MENDICANTE.
- 5 CORREA AGUSTINO RECOLETA
- 6 LLAMAS: SIMBOLO CORAZÓN ARDIENTE

6.6. Escudo Orden Agustinos Recoletos

Colores

C 27% R 117
M 100% G 30
Y 100% B 24
K 35% # 751e18
Pantone 484 C

C 39% R 121
M 45% G 103
Y 100% B 36
K 35% # 796724
Pantone 119 C

C 30% R 162
M 50% G 125
Y 75% B 78
K 10% # a27d4e
Pantone 729 C

C 100% R 47
M 90% G 55
Y 0% B 136
K 0% # 2f3788
Pantone 287 C

C 21% R 146
M 100% G 30
Y 100% B 28
K 16% # 921e1c
Pantone 7620 C

C 20% R 201
M 21% G 183
Y 80% B 83
K 4% # c9b753
Pantone 7751 C

C 0% R 250
M 32% G 182
Y 93% B 17
K 0% # FAB611
Pantone 1235 C

C 99% R 34
M 77% G 53
Y 5% B 106
K 37% # 22356a
Pantone 294 C

C 17% R 163
M 100% G 29
Y 100% B 29
K 8% # a31d1d
Pantone 7626 C

C 16% R 209
M 22% G 184
Y 89% B 93
K 3% # d1b83f
Pantone 7752 C

C 2% R 247
M 8% G 225
Y 78% B 90
K 0% # f7e15a
Pantone 729 C

C 99% R 45
M 77% G 71
Y 5% B 144
K 1% # 2d4790
Pantone 7687 C

C 1% R 193
M 100% G 13
Y 95% B 32
K 1% # c10d20
Pantone 485 C

C 2% R 245
M 12% G 218
Y 80% B 84
K 0% # f5da54
Pantone 114 C

C 0% R 217
M 0% G 217
Y 0% B 217
K 20% # d9d9d9
Pantone Cool Gray 1 C

C 90% R 56
M 33% G 101
Y 93% B 57
K 27% # 386539
Pantone 349 C

C 10% R 194
M 93% G 11
Y 93% B 25
K 2% # c22a22
Pantone 349 C

C 6% R 329
M 9% G 223
Y 62% B 126
K 0% # efd7e
Pantone 127 C

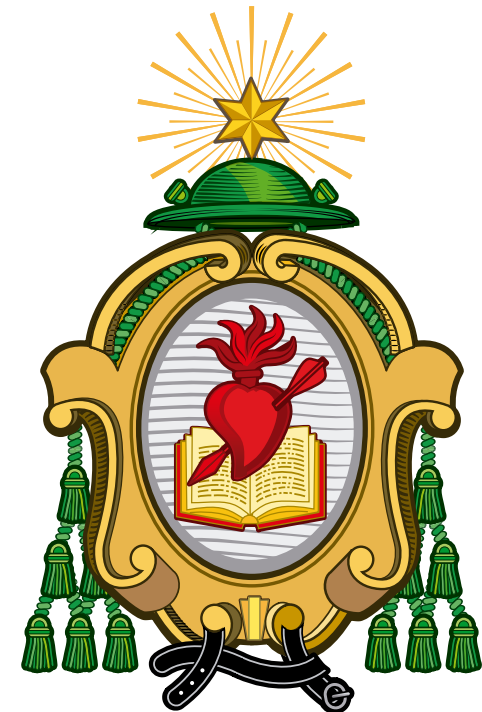
C 0% R 177
M 0% G 177
Y 0% B 176
K 40% # b1b1b0
Pantone Cool Gray 5 C

C 80% R 83
M 17% G 149
Y 93% B 74
K 3% # 53954a
Pantone 7739 C

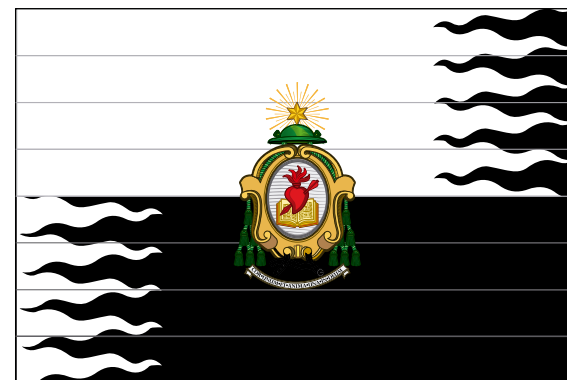
C 2% R 249
M 5% G 234
Y 60% B 135
K 0% # f9ea87
Pantone 602 C

C 0% R 88
M 0% G 87
Y 0% B 87
K 80% # 585757
Pantone 425 C

C 50% R 161
M 0% G 191
Y 100% B 55
K 0% # a1bf37
Pantone 373 C

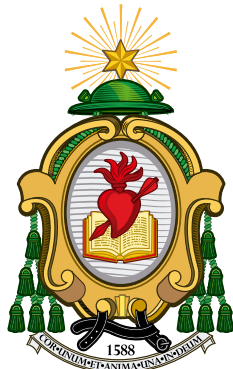


6.7. Bandera de la Orden



150cm

Elementos de la bandera



Escudo de la Orden. En la parte inferior lleva la leyenda y el año del nacimiento de la Orden.



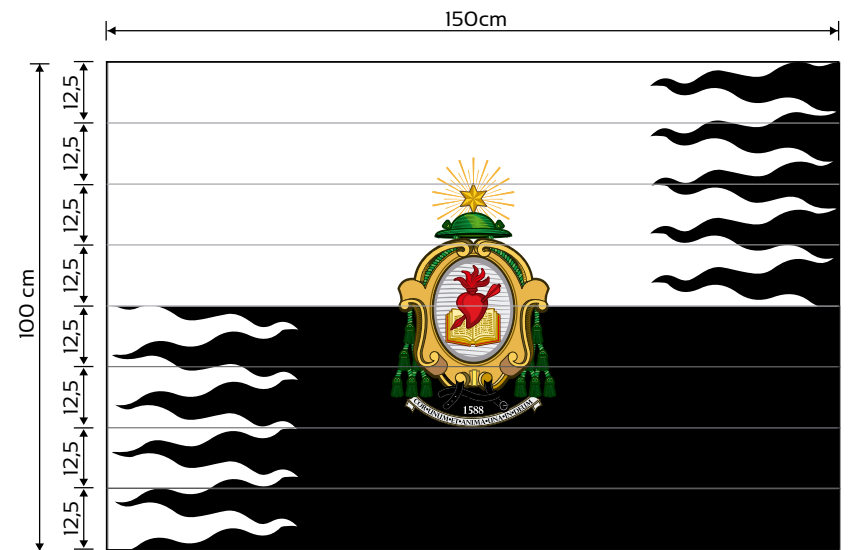
Negro: símbolo del color del hábito y de la correa.



Color blanco: símbolo del bautismo y de Cristo resucitado.



Llamas: símbolo del corazón ardiente





El paso del color negro inferior al blanco superior representa el camino de transformación interior (llamas) del hombre hasta alcanzar la unión plena con Dios. La llama blanca es Dios, la llama negra el hombre. Cada lengua de llama representa a cada miembro de la comunidad, que arde y se consume para hacer realidad el lema de la Orden.

- 1 ESCUDO DE LA ORDEN
- 2 LEMA DE LA ORDEN: COR UNUM ET ANIMA UNA IN DEUM
- 3 COLOR BLANCO: SIMBOLO BAUTISMO, RESURRECCIÓN, DIOS, SALVACIÓN
- 4 COLOR NEGRO: SIMBOLO HABITO, CORREA.
- 5 LLAMAS: SIMBOLO CORAZÓN ARDIENTE

6.8. Descripción tipográfica

Son las fuentes oficiales que autoriza la Orden de Agustinos Recoletos para todas sus comunicaciones. Incluye el logotipo, el slogan, la papelería, el sitio web y los textos corridos.

ESCUDO OFICIAL

PERPETUA

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890!@#\$%^&*~;

SANSATION (Italic)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890!@#\$%^&~;*

SANSATION (Bold)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890!@#\$%^&*~;

SANSATION (Bold italic)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

01234567890!@#\$%^&*~;

.

6.9. Emblema

El escudo es el símbolo identificados que actúa como emblema institucional de la Orden de Agustinos Recoletos.

El escudo no podrá ser reproducido en ninguna forma distinta a las recogidas en este manual. Tampoco podrá ser integrado con otros elementos para formar una nueva marca o signo de identidad.

Su uso será interno. Dará validez a los documentos oficiales y ser reserva para aquellos soportes de carácter protocolario u oficial que lo exijan.



6.10. Sello. Variantes



6.10. EMBLEMAS **provincias**

