

A close-up photograph of a hand holding a black pen with a silver nib, poised to write on an open notebook. The background is a blurred blue and white. The text 'identidad corporativa' is overlaid in the upper right.

identidad  
corporativa



editorial augustinus



editorial augustinus



# editorial augustinus

## Introducción

La Orden de Agustinos Recoletos cuenta con una editorial que promueve el conocimiento y la difusión de la vida, obra y pensamiento de San Agustín. A través de los más de 100 libros publicados en torno a su figura y mediante las revistas *Avgvstinvs* y *Recollectio*, la Orden ha conseguido ser un referente en el estudio y análisis de la figura de Agustín de Hipona.

El Manual de Identidad Corporativa presenta los usos correctos del símbolo y del logotipo. Todas las publicaciones que se hagan a partir de este deben seguir las instrucciones que aquí se detallan.



capítulo 1  
identificadores básicos

## 1.1. Símbolo + logotipo = **marca**

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



Símbolo



Logotipo

**marca = símbolo + logotipo**

## 1.2. Símbolo **editorial augustinus**

Para la elaboración del símbolo se han usado las dos primeras palabras del nombre **AUGUSTINUS**. Se quiere simbolizar así el distintivo de la editorial y dar fuerza a lo que la distingue.

El símbolo de marca representa un anagrama con el nombre de **AUGUSTINUS**, un círculo que lo envuelve, símbolo de la **COMUNIDAD AGUSTINIANA** que **BUSCA LA VERDAD**, de color rojo, reflejo de su pasión y color del **CORAZÓN** que distingue a los seguidores de Agustín.



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

### 1.3. Versiones de la **marca**

Versión **vertical**



Versión **horizontal**



### 1.3. Planimetría de la **marca**

En esta imagen se representa la red de trazado aplicable a cualquier sistema de medición para un uso posterior.

Es importante destacar que las líneas de ubicación realizan un trabajo exacto, por lo que es prudente observar al pié de la letra las acotaciones que aquí se muestran.

a



a

## 1.4. Reducciones

Dentro del abanico de necesidades comunicacionales existen algunas que exigen la reducción símbolo-logotipo.

En este apartado fijamos el mínimo al cual puede llegar a reducirse este a fin de mantener la armonía en el conjunto, las proporciones y la finalidad irrenunciable de su perfecta visualización.

Los otros ejemplos de mayor tamaño sirven como referencia o en su caso de modelo.

No hay tamaño máximo del logotipo ya que dependerá de su aplicación.

Escala 100 %



Escala 75 %



Escala 50 %



Escala 25 %



## 1.5. Áreas de aislamiento

Para una presentación consistente es importante mantener alrededor de la marca un área de seguridad que la proteja de otros textos, bordes, gráficas o ilustraciones.

No respetar el área de seguridad afecta la legibilidad y el impacto visual.

El área de seguridad que debe mantenerse alrededor de la marca es el siguiente.



**a** área de aislamiento. Zona de seguridad



**a** área de aislamiento zona de seguridad

## 1.5. Tipografías

El alfabeto corporativo **MYDIAD PRO FAMILY** será utilizado junto con el logotipo para nombrar las actividades que ofrece la editorial augustinus.

La tipografía complementaria **SANSATION** junto con el alfabeto corporativo cumple con el objetivo de vital importancia que es e de su amplia difusión en los distintos medios de impresión.

### Alfabeto corporativo

#### Mydiad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#### Mydiad Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

#### Mydiad Pro Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#### Mydiad Pro Bold Condensed

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

### Tipografías compatibles

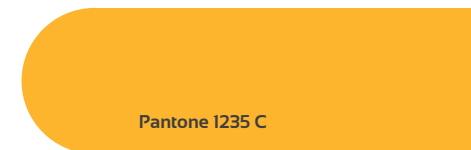
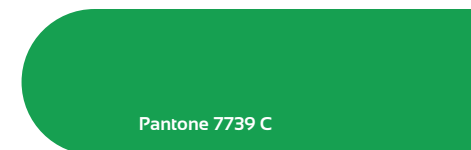
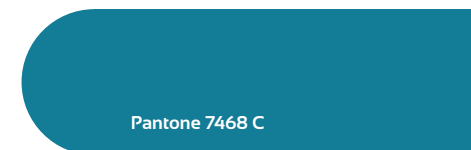
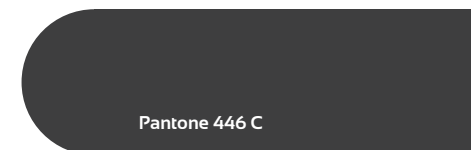
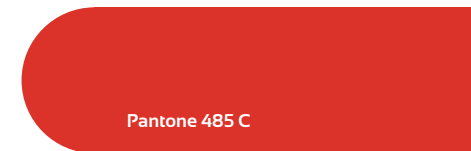
#### Sansation

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## 1.6. Colores corporativos

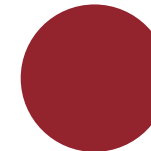
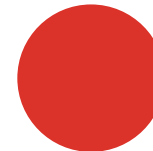
Los colores para impresión serán colores PANTONE que aseguran la correcta aplicación de los colores corporativos del Símbolo, el color de fondo y el Logo-tipo. En las siguientes páginas se definen las referencias PANTONE y códigos cromáticos para poder ser aplicados según los diferentes soportes y medios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

El sistema de color PANTONE es el código universal más fidedigno que existe y sirve de base y modelo para cualquier sistema cromático. 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.



Se mantienen los colores corporativos originales de la marca, esto viene motivado por la necesidad de transmitir visualmente la personalidad de la EDITORIAL EUGUSTINUS.

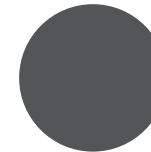
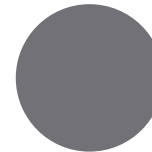
El rojo es un color que transmite una gran fuerza, como contraste se utiliza el negro, que añade solidez y estabilidad al conjunto de elementos que construye la marca.



C	0%	R	195
M	95%	G	54
Y	100%	B	14
K	0%	#	c2360e

Pantone 485 C

C	41,9 %	R	119
M	100%	G	26
Y	92%	B	38
K	19%	#	7b1927



C	64%	R	114
M	56%	G	113
Y	51%	B	117
K	1%	#	727175

Pantone

C	77 %	R	67
M	75%	G	65
Y	65%	B	66
K	31%	#	7b1927

## 1.7. Colores complementarios



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**



## 1.5. Usos incorrectos

El uso incorrecto del logotipo puede transmitir mensajes confusos y nunca debe ser comprometido a adaptarse a un determinado diseño o sistema de interpretación.

En los apartados anteriores quedan expuestas las necesidades respecto a la construcción y usos del símbolo-logotipo de la EDITORIAL AUGUSTINUS.

Para evitar cambios en las proporciones, composición o en los colores, se mantendrán los objetivos de identificación que se reflejan en el manual.





si buscas la verdad

san **agustín** tiene algo que decirte



capítulo 2  
papelería

## 2.1. Papelería corporativa

Todos los elementos que integran este apartado de papelería corporativa llevan los mismos signos de identidad visual de la Marca EDITORIAL AUGUSTINUS 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 han 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

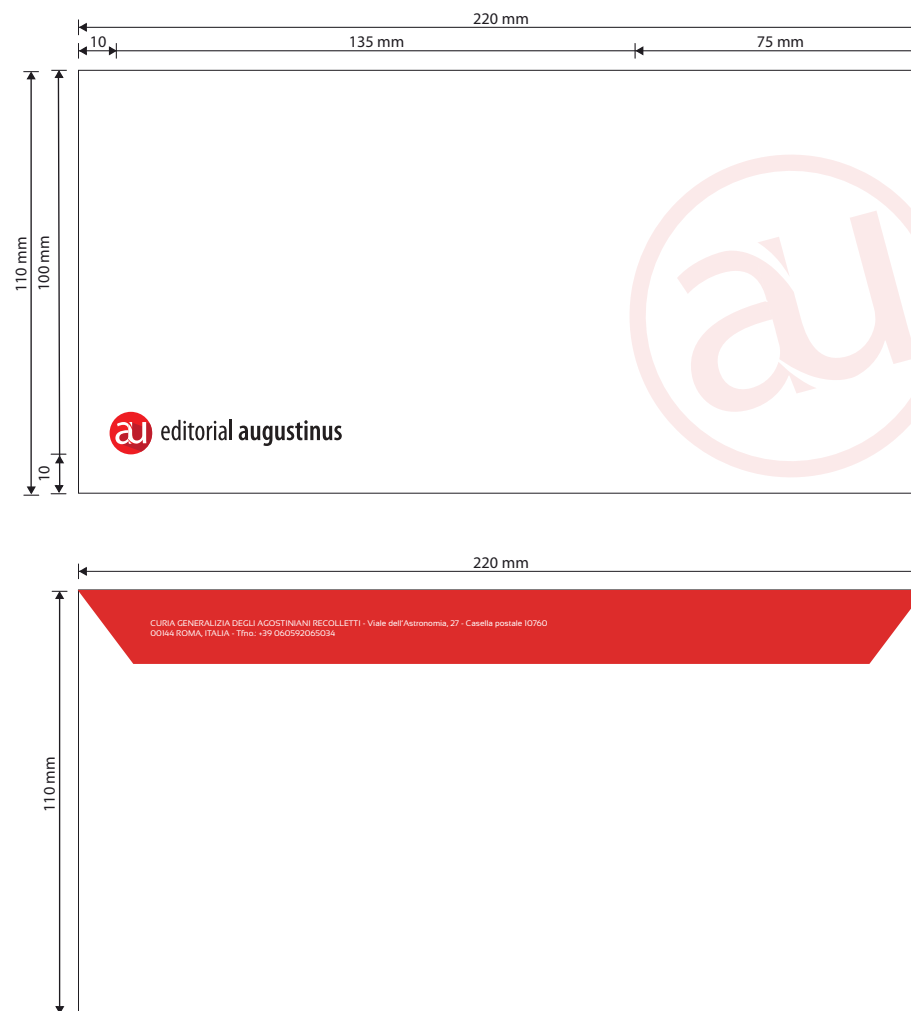
Dirección:  
Sansation 6 puntos, regular. Traking 50%  
Color: Pantone 485 C

Símbolo:  
Inclinado al 15°, opacidad del 20%



## 4.7. Sobre americano **Modelo 01**

Formato:  
110 x 220 mm





**au** editorial augustinus

+65 8198 0501  
+65 8198 0401

www.artisanhrinfo.com  
artisanhr@artisan.com

Jurong East, ArtisanHR  
Centre, Singapore, 2002

#### A LA FAMILIA AGUSTINO-RECOLETA

Estimado hermano:

La Orden de AGUSTINOS RECOLETOS es una gran familia formada por religiosos, monjas, fraternidades seculares y jóvenes. 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 en ocasiones 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.**

*Fr. Miguel Miró*  
Fr. Miguel Miró Miró  
Prior General



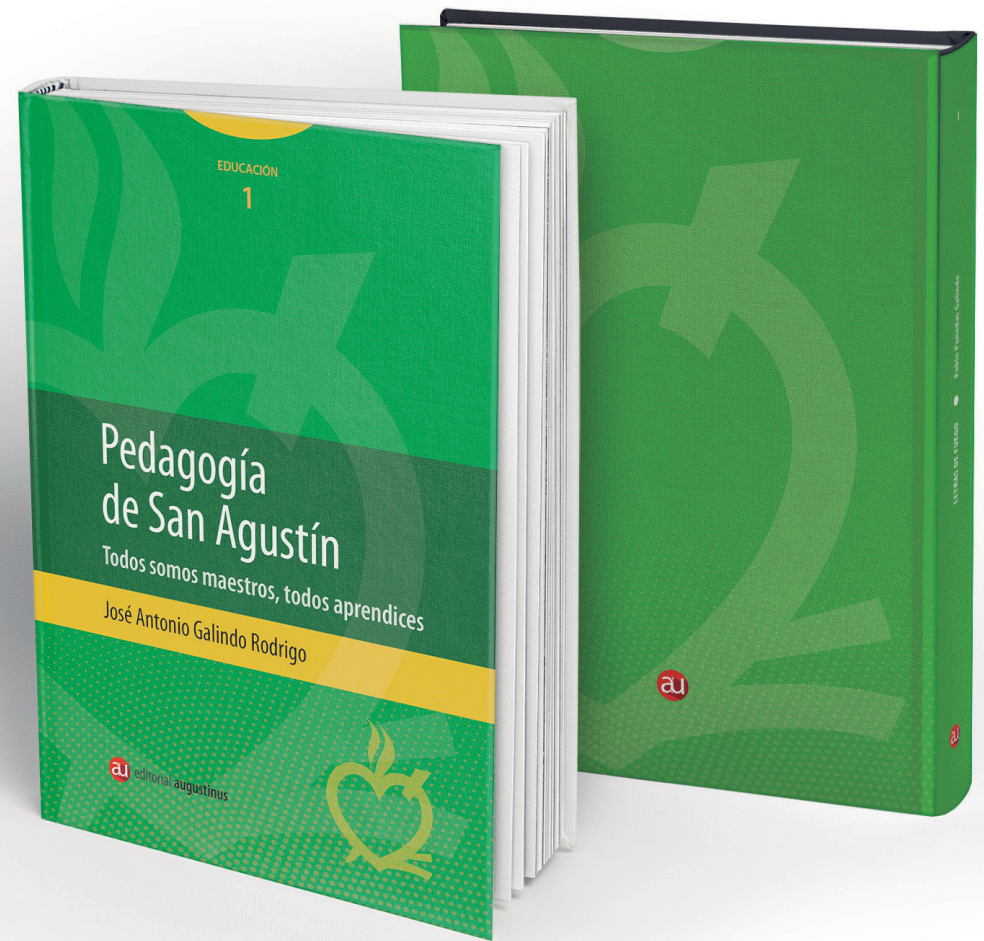
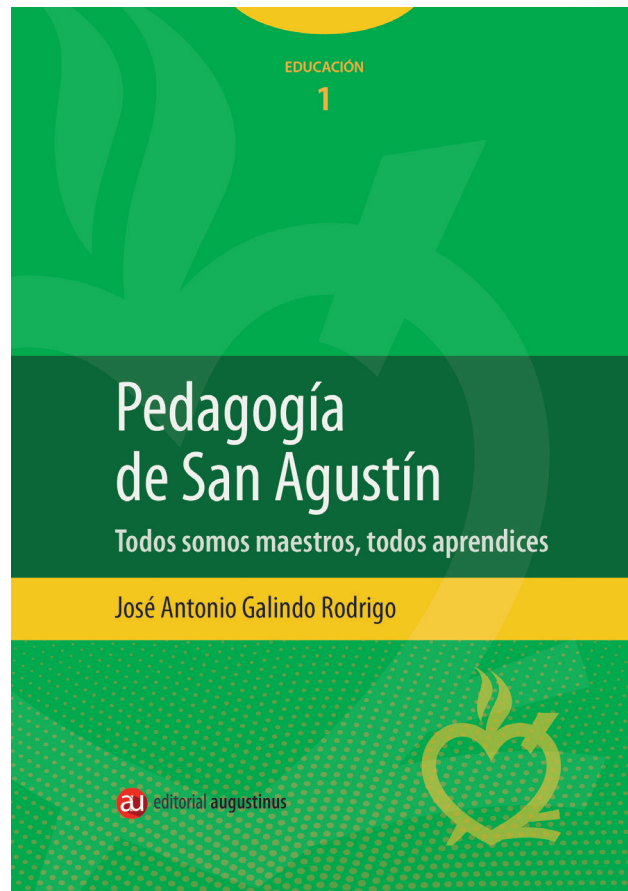


capítulo 4  
Colecciones

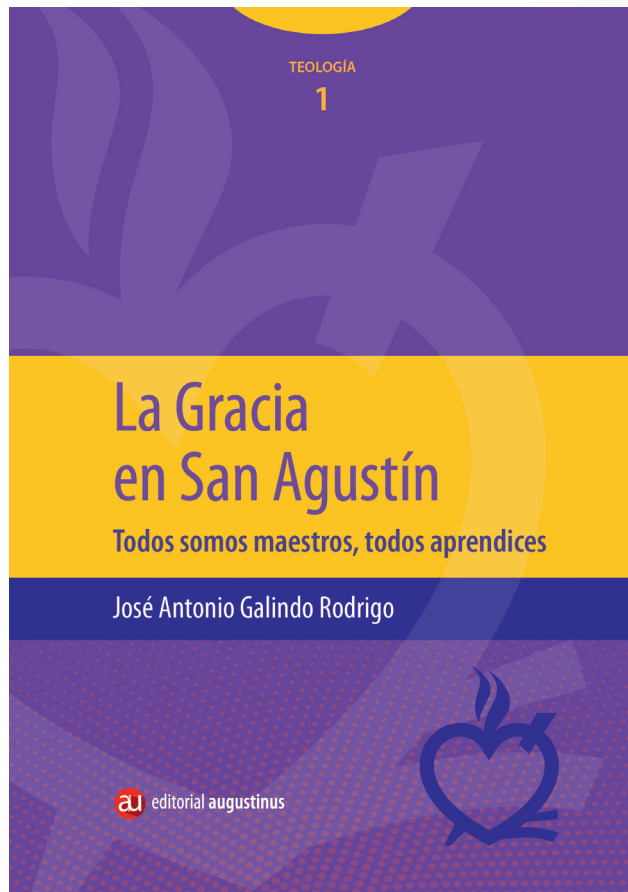
## 4.1. Colección **Espiritualidad**



## 4.2. Colección **Educación**

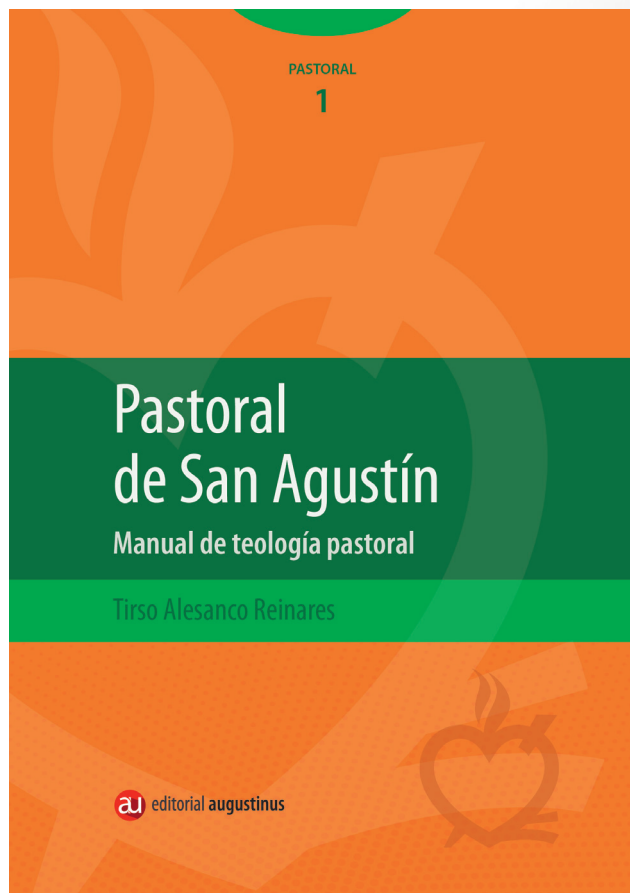


### 4.3. Colección **Teología**



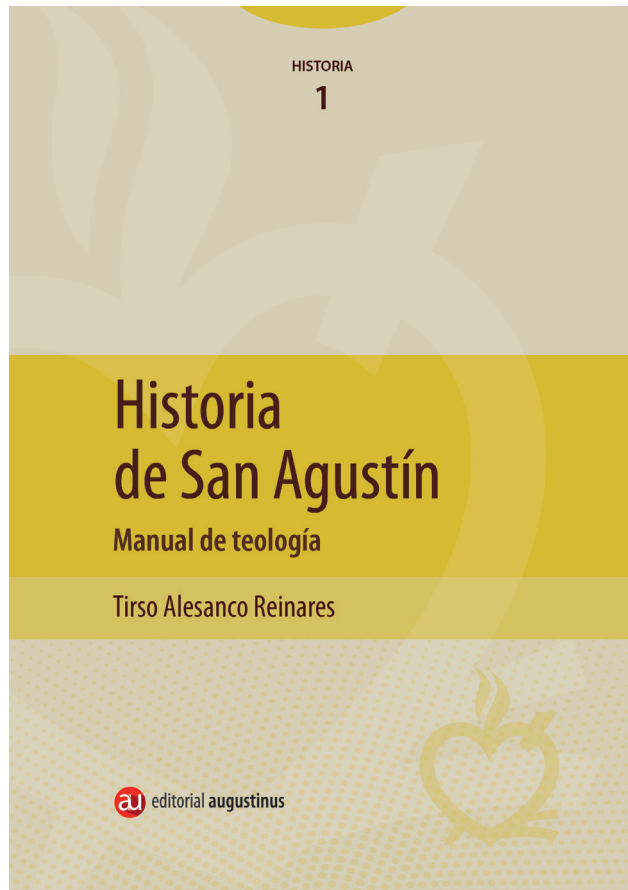
**au** editorial augustinus

## 4.4. Colección **Pastoral**



**au** editorial augustinus

## 4.5. Colección **Historia**



**au** editorial augustinus

## 4.6. Colección **Autores**

