



**Manual de imagen corporativa
de la Compañía de Jesús en España**

01

Construcción de la nueva marca

Origen de la marca de la Compañía de Jesús

La imagen de marca que la Compañía de Jesús en España ha venido utilizando en los últimos años se debe a un diseño original de Elías López, sj en el que se empleaba el monograma IHS o JHS –procedente del nombre de Jesús en caracteres griegos ΙΗΣΟΥΣ– con un trazado a imitación de rúbrica, en un tono azul pálido (Pantone 441), junto con la leyenda en negro «JESUITAS» con una tipografía Baker Signet de caja alta.

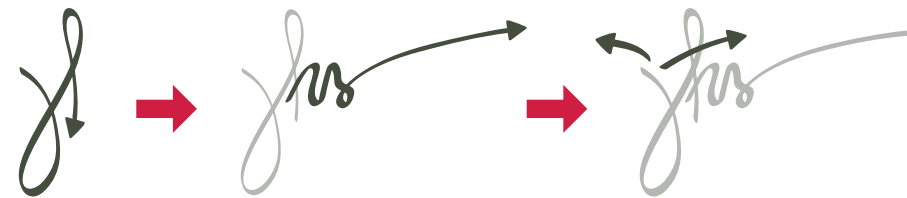
La marca resultante se ha implantado muy bien durante este tiempo, de manera que ha pasado a ser un símbolo reconocible y con un poder de comunicación que no conviene perder.

Pero también es cierto que este diseño plantea algunas dificultades de integración con otros textos incorporados al mismo (subtítulos, leyendas secundarias, etc.), además de no tener completamente resuelta su reproducción en ciertas variantes, como es el caso de la impresión a una sola tinta.

Por ello, el punto de partida va a ser respetar la imagen creada y ya implantada, pero adaptarla a las necesidades generadas por la Compañía en función de su nueva estructura.

Trabajando el símbolo

Partiendo del JHS original, el primer paso es estudiar su diseño, en el que se observa que se puede destacar más la dinámica natural del trazo caligráfico. Por otro lado, un giro de 10° en sentido horario hará que el trazo largo de la 's' permita un mejor acomodo del texto. Además, el símbolo se adaptará a una caja de proporciones 1×1,62.

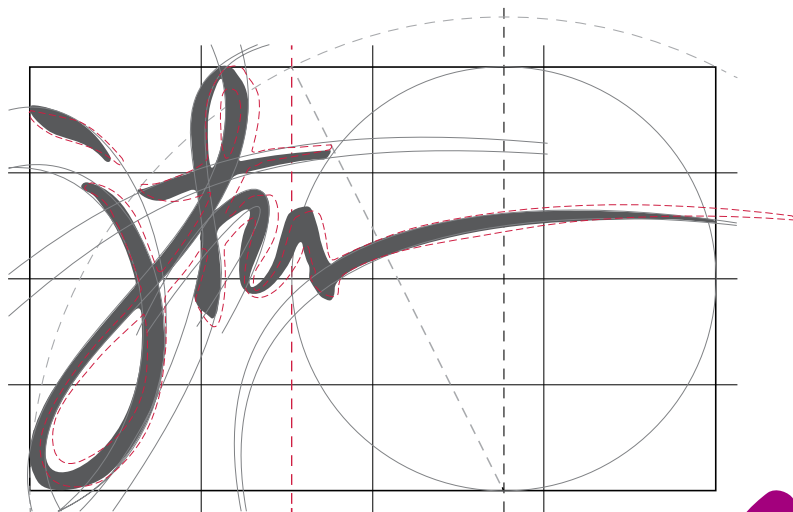


dinámica del trazo



giro de 10°

rediseño y encaje de proporciones

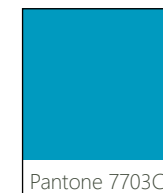


Teniendo en cuenta estas premisas se elabora el rediseño del símbolo, intentando dotar de fluidez al trazo sin que pierda la personalidad original. Para ello se cuidan los ejes principales del trazo, ajustándolos a la caja prevista y destacando las dinámicas estudiadas. Además, se anticipa el encaje en la retícula constructiva (ver página 12).

El resultado conserva la fuerza del diseño original, pero resulta más compensado.

Color del símbolo

Se apuesta por el tono azul como color corporativo, pero buscando una gama que dé un aire de frescura a la marca. La opción escogida es Pantone 7703C, que se combinará con Pantone 447C (ver página 9):



Construcción del logotipo

La leyenda «Jesuitas» que constituye el logotipo se pasa a caja baja y con una tipografía de carácter formal y moderna, como es la familia Neuton (ver pág. 10). Se trata de una fuente con remates, lo que confiere seriedad institucional, pero ligeramente estrecha y de curvas suaves.

Neuton Extralight

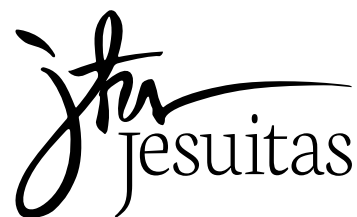
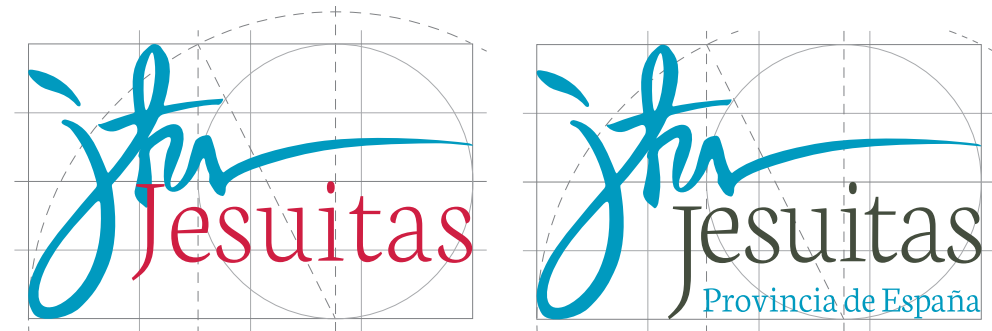
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz1234567890

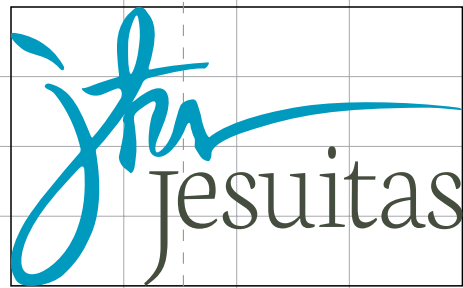
El logotipo se sitúa bajo el trazo largo del símbolo JHS, de manera que las masas del conjunto queden bien equilibradas, se comprueba que el Pantone 447C destaca sin conflictos sobre el azul.

La descendente de la ‘jota’ mayúscula inicial se prolonga ligeramente y se altera el interletraje para compensar espacios.

Esta será la imagen genérica de la marca, en la que resaltan bien tanto la palabra «Jesuitas» como el símbolo.

Se ensayan composiciones con textos secundarios. También se hace alguna prueba de reducción y se convierte el conjunto a una única tinta.





Versiones derivadas de la marca principal

La adaptación de la marca principal a las lenguas cooficiales se ciñe a la retícula constructiva. La solución adoptada para la versión gallega «Xesuítas» supone redibujar la ‘x’ inicial para que mantenga la pauta original.

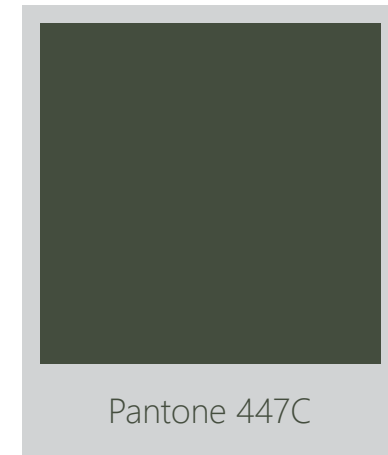
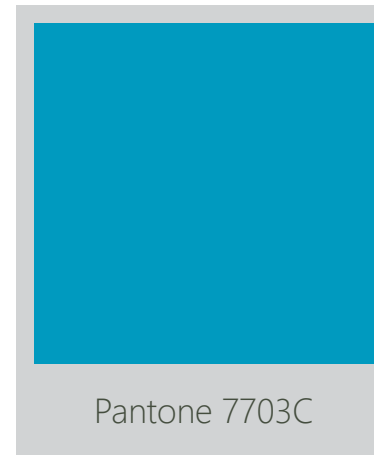
02

Normas de aplicación

Colores

Los colores corporativos para la imagen genérica Compañía de Jesús en España son exclusivamente dos: azul Pantone 7703C y gris Pantone 447C. No se contemplan alteraciones de estos colores, aparte de las alternativas monocromáticas o en escala de grises previstas en el apartado «Aplicaciones cromáticas» (ver página 13).

Existe además una gama de colores complementarios para la identificación de los distintos sectores apostólicos (ver página 25).



COLORES PARA USO EN IMPRESIÓN OFFSET Y DIGITAL:

Pantone 7703C

Composición cuatricromía CMYK:

cyan:	78%
magenta:	18%
amarillo:	17%
negro:	0%

Pantone 447C

Composición cuatricromía CMYK:

cyan:	16%
magenta:	0%
amarillo:	31%
negro:	82%

COLORES PARA USO EN WEB Y APLICACIONES OFFICE:

Colores RGB:

rojo:	0
verde:	157
azul:	190

Color web:

#009dbe

Colores RGB:

rojo:	72
verde:	78
azul:	65

Color web:

#484e41

COLORES PARA USO EN VINILOS Y PINTURAS:

Sistema RAL:

aproximadamente 5012

Sistema RAL:

aproximadamente 6602

Neuton Extralight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Neuton Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Neuton Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Neuton Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890*

Tipografía

La tipografía institucional para la Compañía de Jesús en España es Neuton, una fuente con licencia de uso libre OFL diseñada por Brian M. Zick. en 2010. Incluye seis familias (Extralight, Light, Regular, Italic, Bold y Extrabold), pero en este caso se prescindirá de las dos últimas.

En palabras del autor, Neuton pretende ser «una fresca alternativa a Times New Roman, en una elegante mezcla de simplificación, curvas y ángulos».

Para la creación del logotipo se ha utilizado Neuton Extralight.

Si fuera necesario, una fuente de sustitución para Neuton puede ser LinuxLibertine Display.

Tipografía secundaria

WeblySleek es la tipografía secundaria, pensada para acompañar a la principal en determinados documentos. Es una fuente de palo seco, sin remates, lo que proporciona un buen contraste con Neuton. Fue diseñada por Mat Douglas en 2012 y tiene licencia de uso libre OFL.

WeblySleek UI Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

WeblySleek UI Semilight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

WeblySleek UI Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

WeblySleek UI Semilight Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

WeblySleek UI Semibold

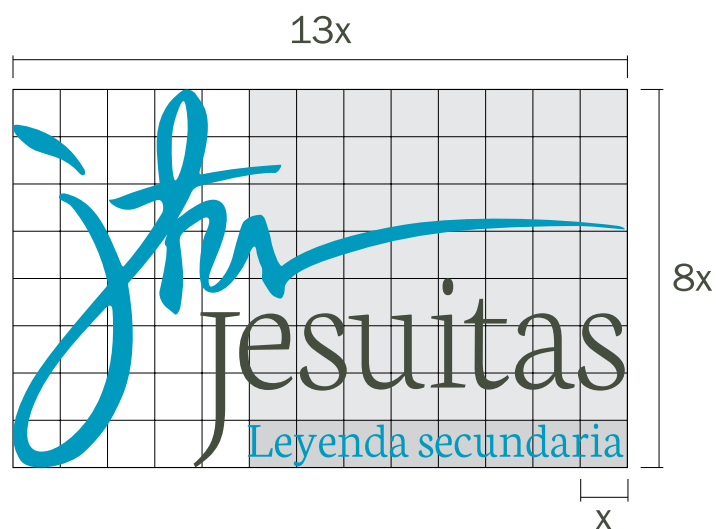
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

WeblySleek UI Semibold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890



Retícula constructiva y área de protección

La medida básica 'x' se obtiene de la proporción asignada a la logomarca, lo que permite establecer una retícula modular en la que es aconsejable acomodar la leyenda secundaria. Para los casos en los que esta leyenda excede el tamaño de la retícula véase lo referido a marcas de **segundo nivel** en la sección «Derivados de marca» (página 23).

El área de protección es el espacio alrededor de la logomarca que debe ser respetado, sin que lo invada ningún elemento de imagen o texto. Es especialmente importante aplicar esta norma para los casos de convivencia con otras marcas o símbolos.

Se ha establecido como un área perimetral de anchura 2x.

Tamaño mínimo de reproducción

Para no afectar la legibilidad de la marca, se fija un tamaño mínimo de reproducción de 15 mm de altura en casos de impresión offset.

Si se emplean otros métodos (estampación, serigrafía), el tamaño mínimo asciende a 20 mm de altura.

Para visualización en pantalla no es aconsejable una dimensión en altura menor de 100 px.



Aplicaciones cromáticas

A la versión en color desarrollada se suman las variantes en escala de grises o a una tinta para su reproducción en distintos medios.

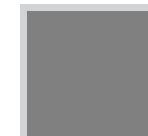
En determinados casos, si entra en conflicto con el color de fondo, se puede admitir convertir a blanco el tono gris de la leyenda «Jesuitas».

La logomarca a una tinta se refiere únicamente al negro, o al blanco para versión en negativo. No se contempla el uso de otros colores.

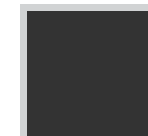
VERSIÓN EN COLOR PANTONE O CUATRICROMÍA:



VERSIÓN EN ESCALA DE GRISES O BLANCO Y NEGRO



Negro 50%



Negro 80%

VERSIONES A UNA TINTA (POSITIVO Y NEGATIVO)



Convivencia con otras marcas

En los casos en que la marca Compañía de Jesús en España deba aparecer junto a las marcas de otras instituciones, se respetará el área de protección. Si en la convivencia con esas otras marcas no hay una jerarquía, el tamaño de las mismas se procurará igualar en altura.



Uso de la marca

Se pretende que el símbolo JHS adquiera suficiente entidad como para ser identificado por sí mismo. Actualmente ya es una marca reconocible en ámbitos propios y afines a la Compañía de Jesús, por lo que se admite su empleo aislado de la logomarca. En todo caso se recomienda tener en cuenta a qué público potencial va a llegar, por si se hace necesaria la inclusión o no de la leyenda «Jesuitas».

El símbolo se adapta muy bien a empleos decorativos como marcas de agua, tramados para fondos de página, etc.

Por otro lado, la logomarca sin leyenda secundaria se empleará en cuantos casos haya que referirse a la Compañía de Jesús en España en genérico, sin adscribirla a un organigrama concreto.



CAMBIOS EN PROPORCIONES HORIZONTAL O VERTICAL:



CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN O PROPORCIONES DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS:



CAMBIOS EN COLORES O TIPOGRAFÍAS:



Usos incorrectos

La imagen de una marca (y la institución que representa) se define en buena parte por el cuidado que se ponga en el uso de la misma. El esfuerzo de comunicar determinados valores de la Compañía de Jesús en España queda empobrecido por un mal uso de su logomarca. Por ello se insiste en que se tenga especial atención en utilizar correctamente la logomarca y sus variantes y aplicaciones.

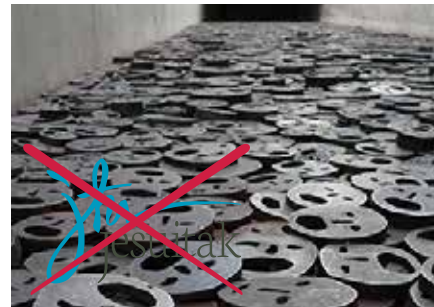
Cualquier alteración en este sentido desvirtúa la idea que se trata de comunicar. Se presentan a modo de ejemplo algunos de los usos incorrectos más frecuentes, que tienen que ver con la distorsión de la imagen original o su empleo en medios inadecuados.

Respecto a esto último, se recomienda cuidar especialmente el efecto que vaya a tener situar la marca en determinados fondos, especialmente fotografías, para las que una buena solución es rodearla de un marco blanco basado en la zona de protección (ver página 12).

GIRO DE ALGÚN ELEMENTO:



USO EN DISTINTOS FONDOS:



03

**Derivados de marca:
las plataformas apostólicas
y los sectores apostólicos**

La articulación de la Compañía de Jesús en España contempla dos niveles de organización que precisan de marcas derivadas de la logomarca principal: las plataformas apostólicas y los sectores apostólicos.

Plataformas apostólicas. Primer nivel

Se contemplan marcas de un **primer nivel**, correspondientes a una división territorial de la Provincia, en las que debe aparecer la logomarca principal junto con la leyenda.

Este primer nivel incluye 23 Plataformas Apostólicas Locales (PAL) y 2 Plataformas Apostólicas Territoriales (PAT). Cada una de ellas obtiene su marca a partir de la cuadrícula base de la logomarca principal. La leyenda se justifica a la derecha, repartida en dos líneas si fuera necesario, dada la variada longitud de las denominaciones de las distintas Plataformas. Se emplea la tipografía Neuton en color Pantone 7703:





En cuanto a las Plataformas Territoriales, se busca una imagen distintiva dentro de la uniformidad gráfica, para lo que se recurre a un recuadro en Pantone 7703 sobre el que se escribe la denominación de la PAT en Neuton blanca, siempre de acuerdo a la retícula constructiva:



En los archivos adjuntos a este Manual se proporcionan las marcas para cada una de las PAL y PAT existentes.

Plataformas apostólicas. Segundo nivel

Hay un **segundo nivel** de derivados de la logomarca principal, para el que se facilitan unas normas de construcción de la imagen, de manera que puedan crearse en función de las necesidades particulares.

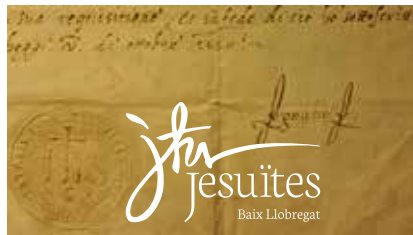
Para ello, se amplía la retícula constructiva de tal modo que la marca principal cede protagonismo a las leyendas precisas, el nombre de la Plataforma se desplaza a la derecha y en la parte inferior se genera un recuadro en gris (Pantone 447 al 75%) en el que situar la denominación de la submarca, con espacio suficiente para casos de biligüismo:



Este mismo esquema puede funcionar para las **firmas** de los coordinadores de Plataformas o cuantos cargos se requieran.

En los archivos adjuntos a este Manual se proporciona la gráfica básica para componer cada una de estas submarcas.





Plataformas apostólicas. Normas de uso

Se establecen unas normas básicas de aplicación de la submarca Jesuitas. El área de protección, el tamaño mínimo de reproducción y la convivencia con otras marcas se ciñen a los criterios establecidos para la logomarca «Jesuitas».

En los casos en que estas submarcas precisen situarse sobre fondos de distinto color, se recomienda recurrir a una reserva blanca respetando el área de protección. Si fuera estrictamente necesario, cabe servirse de versiones monocromáticas en blanco o negro de acuerdo a la imagen de fondo.

Como usos indebidos, se insiste en la importancia de no alterar la disposición de los elementos de la submarca, o cambiar gratuitamente tipografía y colores, todo ello contrario a la idea de establecer una imagen de marca cuidada y homogénea.



Sectores apostólicos. Primer nivel

Los sectores apostólicos constituyen otra gran articulación dentro de la estructura de la Compañía de Jesús en España.

En un **primer nivel** se distinguen cinco submarcas: social, educación (Educsi), pastoral, formación y universidades (Unijes). Cada una de ellas requiere una identificación propia, por lo que se recurre a un código de colores que estará presente en todo el desarrollo de la submarca. Se han escogido colores vivos, en ciertos casos que remitan a la estética propia de algunos sectores.

Pantone 390

Composición cuatricromía CMYK:

cyan:	36%
magenta:	10%
amarillo:	100%
negro:	0%

Colores RGB:

rojo:	182
verde:	189
azul:	0

Color web: #b6bd00

Pantone 144

Composición cuatricromía CMYK:

cyan:	2%
magenta:	54%
amarillo:	98%
negro:	0%

Colores RGB:

rojo:	238
verde:	137
azul:	6

Color web: #ee8906

Pantone 641

Composición cuatricromía CMYK:

cyan:	100%
magenta:	45%
amarillo:	18%
negro:	0%

Colores RGB:

rojo:	0
verde:	101
azul:	161

Color web: #0065a0

Pantone 2415

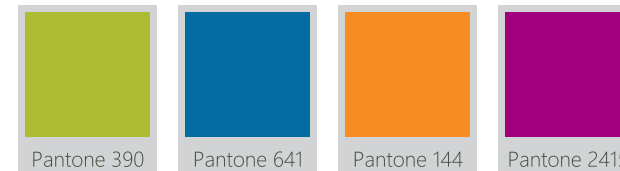
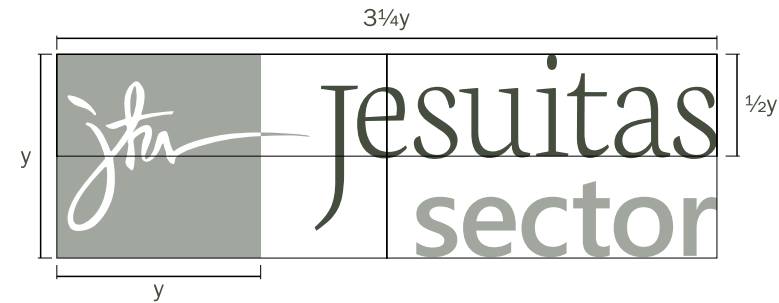
Composición cuatricromía CMYK:

cyan:	44%
magenta:	100%
amarillo:	2%
negro:	1%

Colores RGB:

rojo:	163
verde:	0
azul:	125

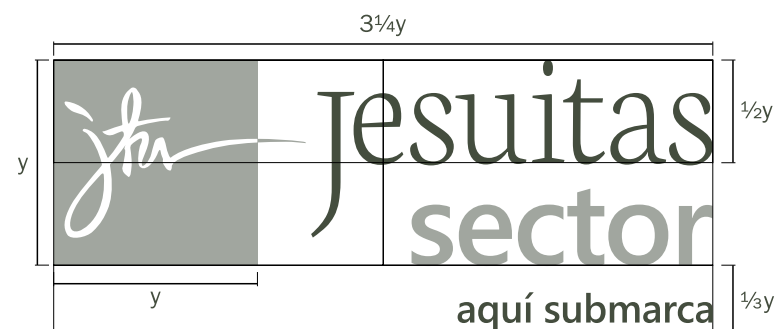
Color web: #a3007d





Respecto a las denominaciones, se aprovecha la sólida implantación de que ya disfrutaban las marcas propias «Educsi» y «Unijes» para emplearlas sin necesidad de traducción.

La creación de las logomarcas derivadas emplea el símbolo JHS integrado en una masa de color cuadrada, junto a la que se dispone la leyenda «jesuitas» procedente de la logomarca principal, acompañada de la denominación del sector en la tipografía secundaria WeblySleek. Los trazos descendentes en las letras de algunas denominaciones («p» en pastoral) rompen la línea base de la retícula constructiva.



El sector de universidades Unijes cuenta con un desarrollo de marca propio, en sintonía con la marca general aunque incorporando algunas variantes propias. Cuenta con su propio Manual de Imagen Corporativa al que se remite desde aquí.

Para el resto de los sectores, se contemplan las variantes en las distintas lenguas cooficiales.

Sectores apostólicos. Segundo nivel

En un *segundo nivel* de derivados de la logomarca principal, la retícula se amplía un tercio de su altura para dar cabida a la submarca de acuerdo a cada necesidad planteada:

La misma pauta se sigue para componer las firmas de los distintos cargos de cada sector.

En los archivos adjuntos a este Manual se proporcionan las marcas creadas para los cuatro sectores, o en su caso la gráfica de base necesaria para componer cada una de estas submarcas o firmas.





Sectores apostólicos. Normas de uso

En el caso de las submarcas para los sectores apostólicos, el área de protección, el tamaño mínimo de reproducción y la convivencia con otras marcas se ciñen igualmente a los criterios establecidos para la logomarca «Jesuitas».

En ningún caso se contempla la opción de alterar el código de colores, aunque la reproducción en blanco y negro o determinados usos hagan preciso el empleo de versiones monocromáticas en negro o blanco .

Cualquier modificación en la tipografía, tamaño o disposición de las submarcas se considera un uso indebido de las mismas.



04

Desarrollo de las aplicaciones

Logomarca básica. Algunas aplicaciones

En este último apartado se ofrecen diseños concretos de uso de la logomarca en algunas aplicaciones de papelería, web, promocionales, etc.

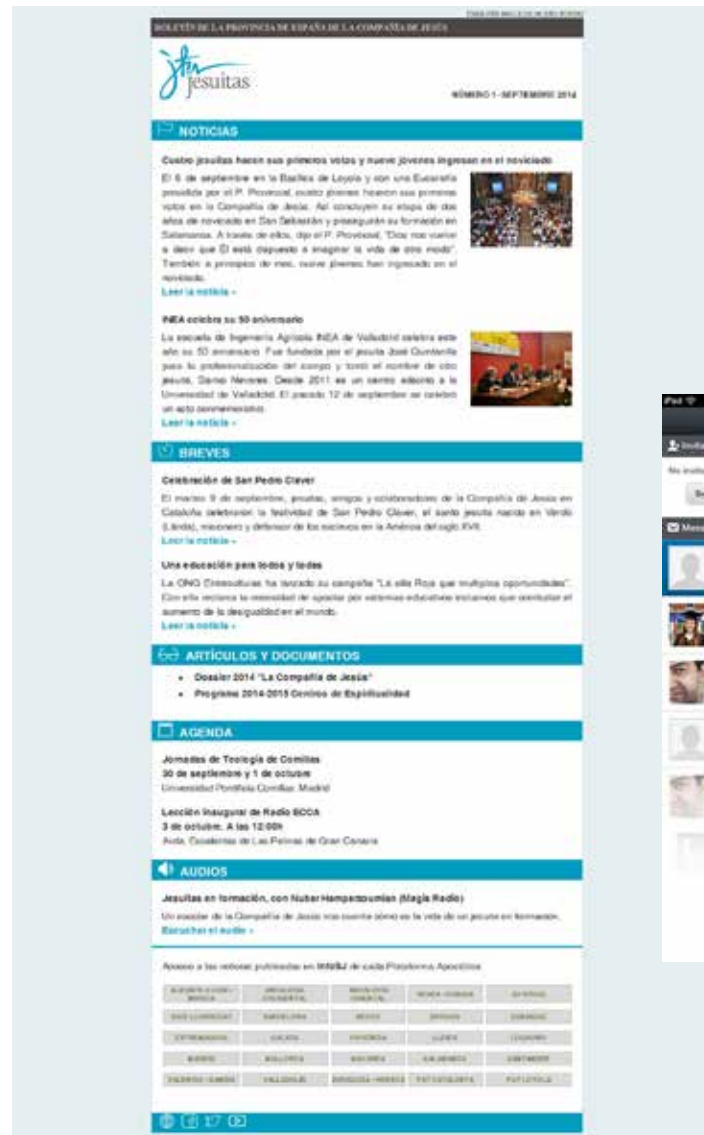


PAPELERÍA BÁSICA

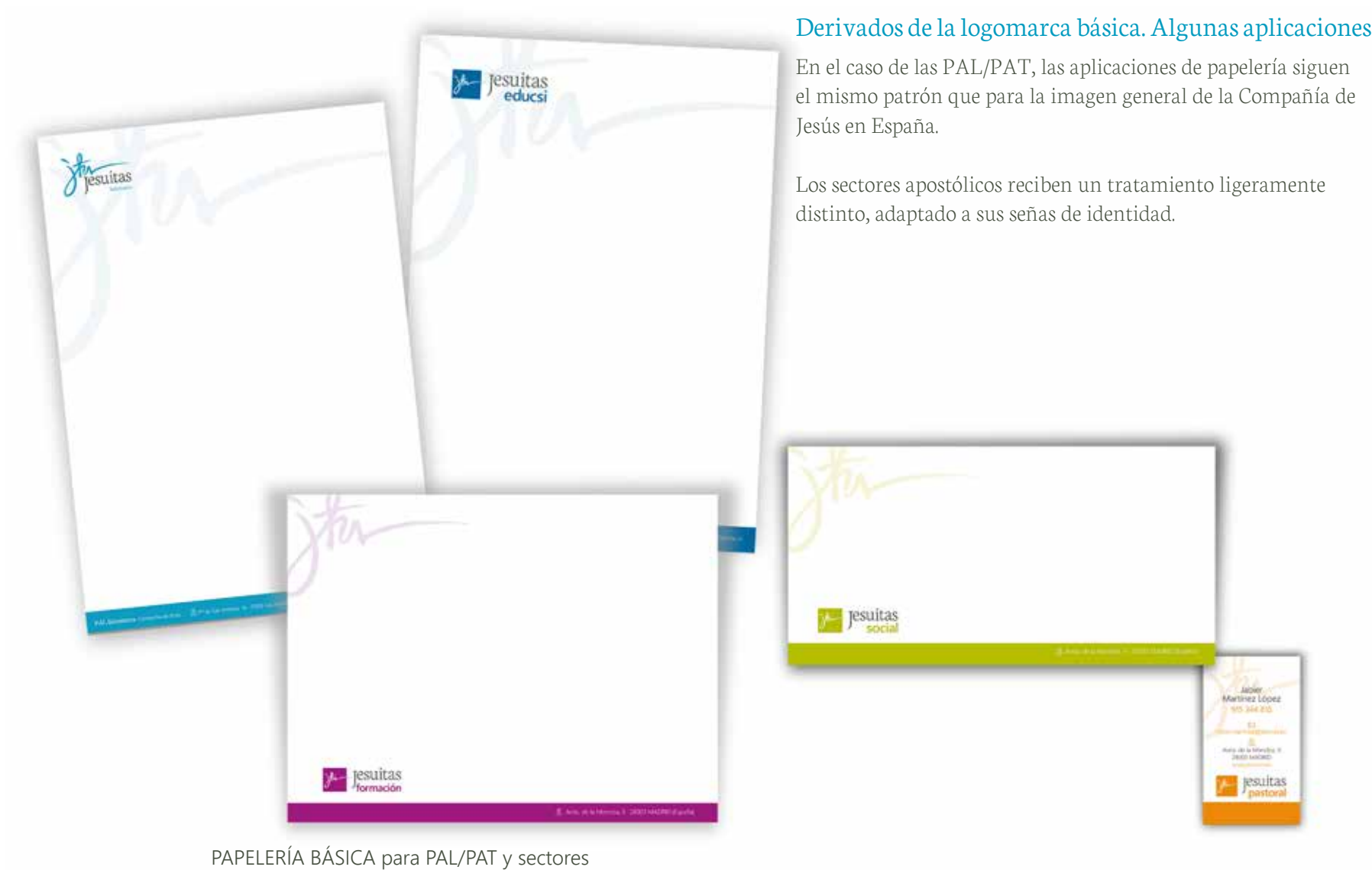


OTRAS APLICACIONES: subcarpeta, carpeta con solapas, galleta para CD/DVD papel de envolver, tríptico, fondo de pantalla, camisetas, bolsa con asa, tarjetón 210x100

En los adjuntos a este Manual se proporcionan los archivos que permitan la adaptación de estos diseños a las necesidades concretas que se presenten en cada caso.



NEWSLETTER



Derivados de la logomarca básica. Algunas aplicaciones

En el caso de las PAL/PAT, las aplicaciones de papelería siguen el mismo patrón que para la imagen general de la Compañía de Jesús en España.

Los sectores apostólicos reciben un tratamiento ligeramente distinto, adaptado a sus señas de identidad.

Aplicaciones web

Como propuesta genérica para las páginas web de PAL/PAT, se establece una cabecera con un diseño común, previsto para unas dimensiones 980x130 px en la que aparecen los elementos mínimos de la logomarca, pudiendo ser enriquecidos con la gráfica característica de cada plataforma apostólica.



MODELO DE PÁGINA WEB PARA UNA PAL/PAT



En los adjuntos a este Manual se proporcionan los archivos que permitan la adaptación de estos diseños a las necesidades concretas que se presenten en cada caso.

OTRAS APLICACIONES: tríptico genérico, subcarpeta, galleta para CD/DVD

