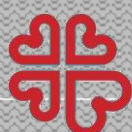


2023

De la identidad visual de Cáritas Diocesana de Cádiz

Normas de uso y actuación



Cáritas
Diocesana de Cádiz



Índice.

1. .INTRODUCCIÓN
2. .ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD VISUAL
3. .EL CONJUNTO DE IDENTIDAD VISUAL O CORPORATIVA
4. .DEL USO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE CÁRITAS DIOCESANA DE CÁDIZ.
5. .USOS DE LA IDENTIDAD VISUAL.
6. .MERCHANDISING
7. .SEÑALÉTICA EXTERIOR E INTERIOR.
8. .DATOS DE CONTACTO.

1. Introducción

Este documento sobre la identidad visual de Caritas, pretende velar y reforzar la imagen institucional en el ámbito de Caritas Diocesana de Cádiz.

Nuestra identidad visual está presente en todos los niveles de Caritas (parroquia, proyectos, Servicios Generales), en los medios de comunicación y en cualquier lugar donde esta deba hacerse pública. Por ello, es necesario tener claridad sobre el uso de nuestra imagen.

Nuestra identidad visual evoca una trayectoria de trabajo con los más desfavorecidos dentro de la Iglesia y una vocación de desarrollar esta labor con gran profesionalidad.

Este documento debe ser conocido por todos los agentes de Caritas Diocesana de Cádiz con el objetivo de lograr un uso adecuado en el ámbito interno de nuestra entidad y evitar un mal uso por parte de entidades externas.

2. Elementos de la identidad visual

Isotipo (cuatro corazones)

La identidad visual de Caritas se basa en el símbolo identificativo que conocemos desde su aprobación en el año 1995. Creado por **Eduardo Requena**, se trata de un símbolo fuerte a la vez que equilibrado, impactante a la vez que simple, que aporta además un importante componente de modernidad y reúne, entre otros, los siguientes atributos básicos de la identidad de Caritas:

- Su carácter de trabajo social, solidario, representado simbólicamente por la utilización del corazón como símbolo.
- Su carácter organizativo y la necesidad de aunar esfuerzos, simbolizado por la unión de los corazones.
- La idea de acogida que representa el hecho de que uno de los cuatro corazones sea diferente (más grande), que entendemos puede tener dos lecturas: representar la acogida de la persona necesitada que demanda los servicios de Caritas y también la integración de un nuevo miembro voluntario o colaborador de la organización.
- Su carácter confesional, simbolizado por la cruz que forma el ensamblaje de estos cuatro corazones en su unión.

Logotipo (isotipo + Caritas)

Todos los atributos de identidad, que definen la institución a través de los **cuatro corazones**, se refuerzan notablemente con la denominación o «marca», es decir la palabra **“CÁRITAS”**. Esta palabra hace referencia expresa a la idea de **caridad**, con todas las connotaciones religiosas que esta palabra contiene, especialmente escrita en latín, lengua oficial de la Iglesia.

Denominación territorial

Primer nivel (Diocesana de Cádiz)

Hace referencia a la estructura territorial de la organización. Estará siempre asociada al logotipo para indicar la Diócesis donde se utiliza.

Para la denominación se utilizará la tipografía Gill Sans Std Bold Italic, e irá en rojo Pantone 186 C (el logotipo también irá siempre en Pantone 186 C).

Se puede construir de forma vertical y horizontal.



Segundo nivel

Puede ser necesario un segundo nivel de denominación, como, por ejemplo, para denominar: Parroquia, Áreas, Programas y Centros, etc. En este caso se utilizará la tipografía Gill Sans Std Italic del mismo tamaño que en el primer nivel de denominación, pero en **color negro**.

En este ámbito, el segundo nivel llevará previamente la denominación diocesana incluida en la construcción de la identidad visual.



Leyenda especial

Se ha dado el caso de la inclusión de un eslogan aparte de las denominaciones. En este caso se utilizarán las mismas reglas del segundo nivel pudiendo ir colocado como un primer nivel o como un segundo nivel si existe denominación de primer nivel. Cuando se incluye esta leyenda especial no se permite la denominación de segundo nivel, puesto que la remplace este eslogan.

Identificación

El isotipo (cuatro corazones), por sí mismo, podrá constituirse en identificador de Caritas, aunque la **identificación preferente** será la unión de isotipo (cuatro corazones) y logotipo (palabra CÁRITAS), a los que se añadirá la denominación según los casos.

3. El conjunto de identidad visual o corporativa

Llamaremos conjunto de identidad visual o corporativa al formado por la unión del **isotipo (cuatro corazones)**, el **logotipo (palabra CÁRITAS)** y, en su caso, la **denominación territorial (Diocesana de Cádiz)**. Los elementos que componen la identidad han de ser ensamblados adecuadamente para lograr un efecto visual estético y homogéneo.

Sólo existirán dos formas de representación: la distribución **horizontal** de los elementos y la distribución **vertical**.

La construcción de la identidad corporativa se hace, únicamente, con un **programa digital** que gestiona el **Servicio de Comunicación de Caritas Diocesana de Cádiz** bajo la supervisión de la dirección de Caritas Diocesana de Cádiz. **Fuera de este departamento no se puede construir el “logo” sin la debida autorización.**

4. Del uso de la identidad corporativa de Caritas Diocesana de Cádiz.

El uso de la identidad corporativa está regulado en el Estatuto de Caritas Diocesana de Cádiz desde el año 2017.

Veamos qué dice el texto del Estatuto sobre este asunto:

Artículo 6. Del uso del nombre y la imagen de Cáritas.

1. *El nombre de Cáritas es propiedad de Cáritas Española y como tal está registrado, no pudiendo ser utilizado sino por las Cáritas Diocesanas y las Cáritas Regionales que han sido autorizadas para tal uso por el propietario en virtud de acuerdos suscritos para tal fin.*
2. *En el ámbito de aplicación de este Estatuto, será el director de Cáritas Diocesana de Cádiz quien determine, en su caso, la conveniencia y oportunidad del uso del nombre y la imagen de Cáritas en los distintos niveles de actuación de la corporación.*
3. *El uso de la marca y del logotipo de Cáritas en locales, proyectos, cartelería, colectas, revistas, publicidad, páginas web o cualquier otro medio de comunicación, en los distintos niveles de Cáritas Diocesana, así como el procedimiento de autorización para su empleo, seguirá el protocolo general de Cáritas Española, según el Manual de Imagen e Identidad Corporativa aprobado por su Consejo General.*

De este modo, solo bajo la autorización del director diocesano se puede usar cualquier elemento de la identidad visual de Cáritas Diocesana de Cádiz.

5. Usos de la identidad visual.

La identidad visual tiene muchas aplicaciones en el desarrollo de la vida de Cáritas. Podemos encontrar los elementos que nos identifican en la rotulación de centros, en papelería corporativa, en nuestra web confederal, en los perfiles de redes sociales, en cartelería... Estos ámbitos son propios de Cáritas y, sin embargo, no pueden ser usados sin la debida autorización de la dirección diocesana.

En algunas ocasiones, entidades externas a Cáritas ofrecen su colaboración organizando actividades de diferente carácter y nos solicitan el uso de nuestro “logotipo” para publicitar dicha actividad. Para estos casos, debemos saber que, aunque la colaboración sea posible, en ningún caso, podemos ceder el uso de nuestro “logotipo”, pues esos actos no son organizados por Cáritas sino por una entidad externa.

Aunque el “logotipo” no debe aparecer en esta publicidad, es necesario indicar aquí que es necesario especificar, por parte de la organización, que los beneficios irán destinados a **Cáritas**, y, es necesario indicar a qué parroquia se entregará o si es a Cáritas Diocesana de Cádiz. Ejemplo: Los beneficios obtenidos irán destinados a la obra social de Cáritas Diocesana de Cádiz – Los

beneficios obtenidos se destinarán a Caritas en la Parroquia de San Ramón. Recordamos que no se podrá usar el “logotipo” ni el tipo de letra con el que se escribe CÁRITAS oficialmente.

6. Merchandising

En algunas ocasiones, debemos utilizar en actividades institucionales objetos promocionales, también llamados «reclamos publicitarios». Varían en tamaño y valor, de acuerdo con la identidad de Caritas y el acto en cuestión.

En general, debemos seguir las normas de identidad corporativa, adaptando el conjunto de identidad visual a cada objeto según sus características. Lo que debemos respetar sin excepción es la tipografía y los colores institucionales.

La aplicación en estos “artículos publicitarios” pueden ser bolígrafos, carpetas, “display”, abanicos, tazas...

En cualquier caso, como manual de referencia hay que remitirse siempre al “Manual de Normas Gráficas” de Caritas Española que se puede encontrar en la Intranet de Caritas.

El uso de la identidad visual en estos soportes, deben ser autorizados por la dirección diocesana.

7. Señalética exterior e interior.

Los centros y dependencias de Caritas deben estar identificados siguiendo la normativa de construcción de la identidad visual.

En todo momento se observará la normativa explicada anteriormente, así como proporciones y distancias entre elementos. Por la gran diversidad de locales y situaciones específicas que tenemos en la Diócesis— es necesario que consultemos con el Servicio de Comunicación de Caritas Diocesana de Cádiz que acompañará y asesorará la rotulación tanto interior como exterior.

Rotulación exterior

En cualquier rotulación exterior de Caritas se deberá incluir como elemento principal el conjunto de identidad corporativa, pudiéndose incluir las denominaciones de primer y segundo nivel pertinentes. Deberá aparecer manteniendo siempre las indicaciones en este documento y del Servicio de Comunicación.

Rotulación interior

En cualquier rotulación interior de las dependencias de Caritas se puede prescindir del conjunto de identidad corporativa, aunque se recomienda la inclusión del isotipo, total o parcial, o del logotipo.

8. Datos de contacto.

Para más información o cualquier consulta pueden dirigirse a:

Servicio de Comunicación
Caritas Diocesana de Cádiz
comunicacion@caritascadiz.es

Cádiz, abril 2023