



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



1. INTRODUCCIÓN

2. LA MARCA

2.1 Filosofía

2.2 Representación

2.3 Construcción

2.4 Color

2.5 Positivo /negativo

2.6 Tamaños

2.7 Tipografía

3. VARIANTES Y OTROS USOS

4. USOS NO CORRECTOS





Este manual de identidad recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de CONVER.

Como elementos constitutivos se delimitan pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la institución.

La consolidación de la imagen de la marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta ante la presentación de la imagen institucional.

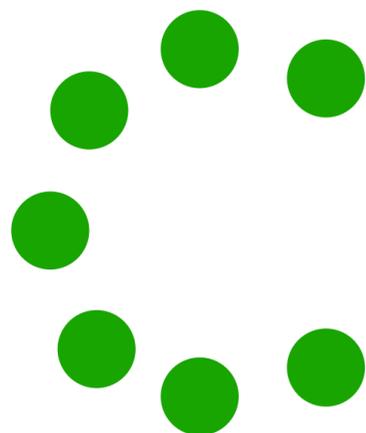
Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía fiel que abra a las posibilidades de creación en la comunicación.

*“Hacia una Vida Consagrada
intercongregacional, intercultural
e itinerante”*



2

LA MARCA



Cristocentrismo

CONVER

Abreviatura de Conferencia Venezolana de Religiosas y Religiosos.



Isologo de Conver

FILOSOFÍA DEL ISOLOGO DE CONVER

Estos 7 puntos que conforman el isologo se presentan en forma de "C", recordando el llamado a tener una vida Cristocéntrica, pues cada acto de la vida humana en lo individual y comunitario está centrada en la persona de Cristo Jesús, fuente viva de enseñanza quien con su Palabra nos anuncia la Verdad.

Las siglas CONVER en el isologo significan: Conferencia Venezolana de Religiosas y Religiosos.

Cada círculo representa a un aspecto de la Vida Consagrada en Venezuela, estos son:

• Orante

Es un Don que se forma con la Gracia de Dios; es la disposición al encuentro con el Padre a través del diálogo íntimo y comunitario, y la actitud de escucha de la Palabra a ejemplo de María.

• Comprometida

Comprende la vivencia de las bienaventuranzas con el compromiso a vivir amando a Dios sobre todas las cosas y al prójimo, especialmente con el más necesitado, en lo social y en la compañía y escucha del clamor del pueblo.

• Misionera

Hace referencia a la actitud de anuncio a partir del llamado que Dios hace a cada uno, viviendo los signos del Reino aquí y ahora.

• Dinámica

El dinamismo cristiano permite caminar en constante renovación de acuerdo a los signos de los tiempos, acompañado del llamado a vivir en coherencia de creencia y testimoniar en las acciones.

• En Comunión

Comprende una vida de caridad, el llamado a vivir en intercongregacionalidad, que a su vez permite caminar en sinodalidad.

• En Salida

Jesús con su ejemplo invita a vivir en itinerancia en la cotidianidad, realizando servicios en concreto, estando siempre dispuestos a vivir y dar vida.

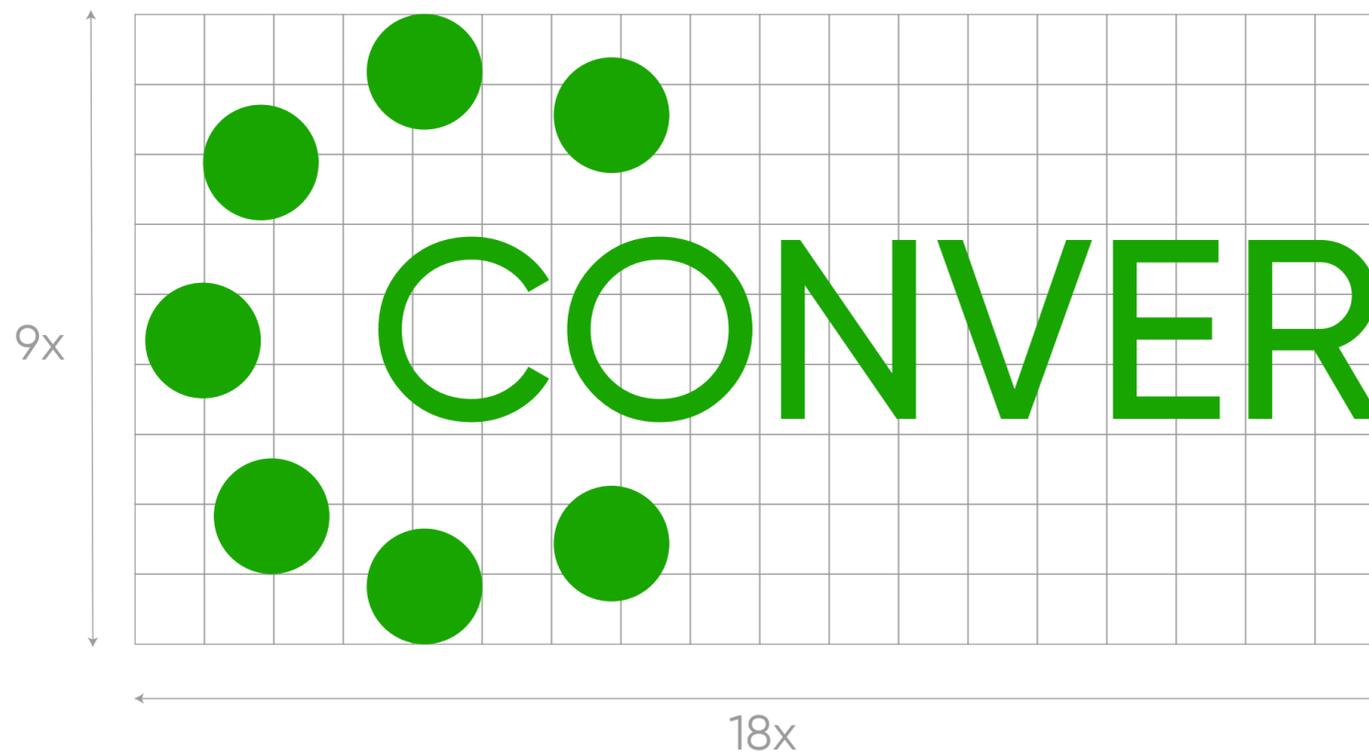
• En Conversión

Consiste en el proceso de abrirse a la novedad del Espíritu en comunión con la Iglesia, entendiendo las riquezas de cada pueblo que nutren la tarea evangelizadora.



CONSTRUCCIÓN Y MODULACIÓN

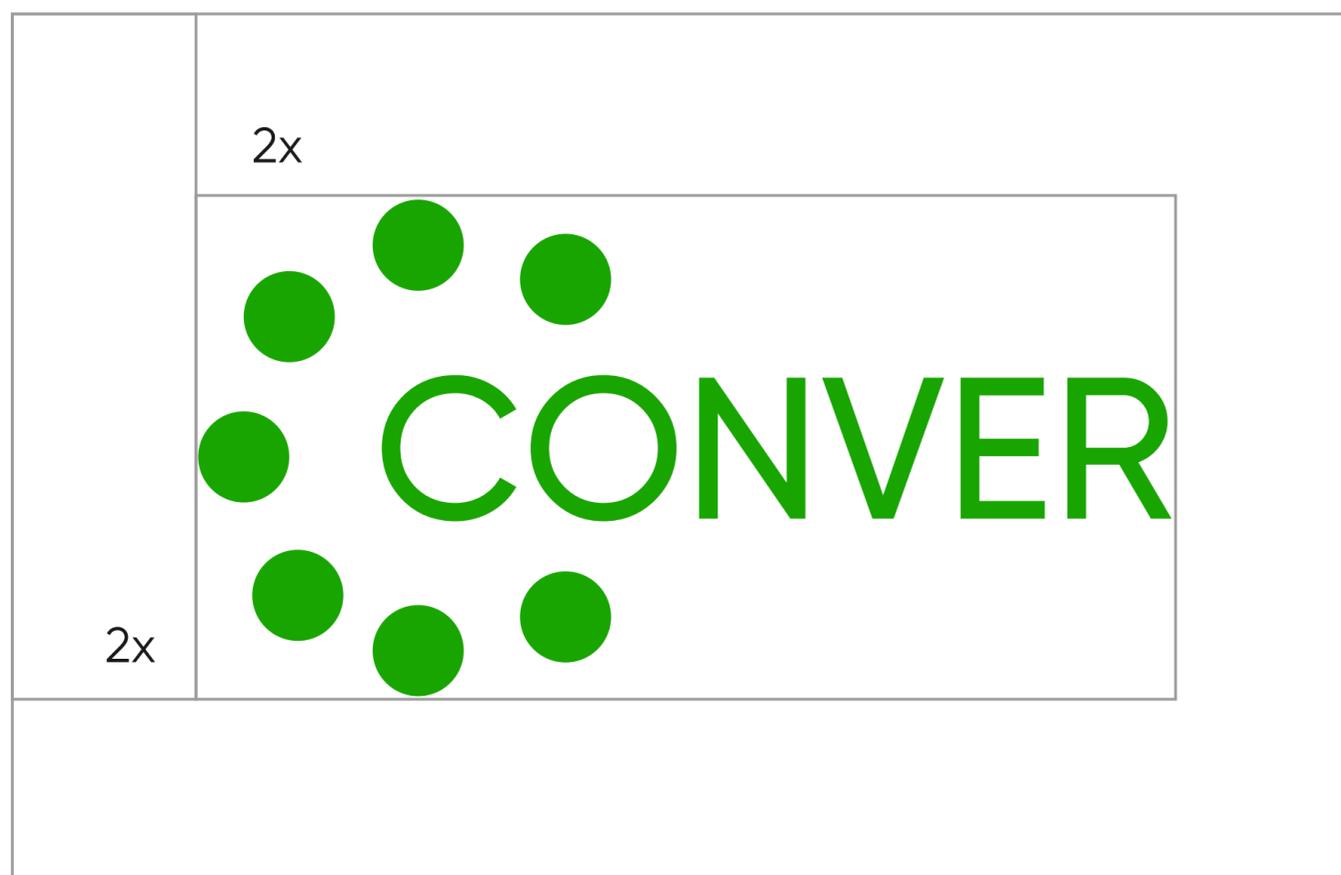
El isologo se construye sobre una retícula rectangular de 9x18, con la siguiente unidad de medida se asegura la correcta proporción de la marca.



ÁREA DE PROTECCIÓN

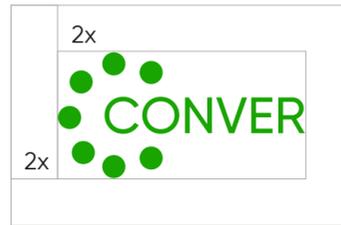
Para evitar que cualquier otro elemento gráfico invada al isologo y le reste protagonismo al nivel de lectura, se dispondrá de un espacio alrededor delimitado por la medida "X", en el cual no se deberá colocar ningún elemento como: textos, dibujos u otros logotipos, bajo ninguna circunstancia.

No es aceptable la interferencia de elementos gráficos al isologo, ya que distorciona la imagen gráfica de identidad y crea un concepto diferente al que se maneja.

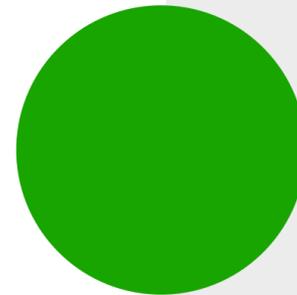


INCORPORACIÓN DEL ISOLOGO DE CONVER CON RESPECTO A OTROS LOGOTIPOS

El isologo de CONVER debe estar dispuesto en la diagramación con el debido respeto, por lo tanto deberá estar localizado en un espacio que mantenga igual importancia que los otros logotipos y con el debido resguardo del área de seguridad, manteniendo la jerarquización respectiva y el tamaño similar a las otras identidades.



Modelo de alineación recomendada para el isologo de CONVER

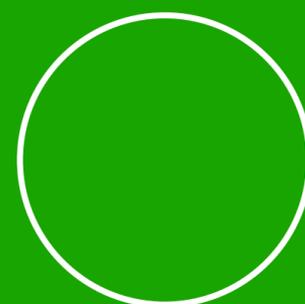


Pantone 361 C

CMYK C:79% M:0% Y:100% K:0%

RGB R:36 G:164 B:26

HTML #24a41a



Pantone 361 C
CMYK C:79% M:0% Y:100% K:0%
RGB R:36 G:164 B:26
HTML #24a41a

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa y digital.

Impresión
OFFSET/SERIGRAFÍA



30 mm



20 mm

Digital
WEB/VIDEO



160 px



100 px



GILROY LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



GILROY REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



GILROY MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



GILROY BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Familia tipográfica recomendada para acompañar a la imagen corporativa es Gilroy.

Esta se deberá utilizar en toda comunicación interna señalética y comunicación externa.

Se eligió esta tipografía por su claridad, estilo sencillo, y buena legibilidad

La tipografía Gilroy, se puede encontrar en:
<https://www.dafontfree.io/gilroy-font-family/>



3

VARIANTES Y OTROS USOS



Uso en fondos de color e imágenes

Fondo de color claro no corporativo

Imagen o fotografía con predominio oscuro





CONVER

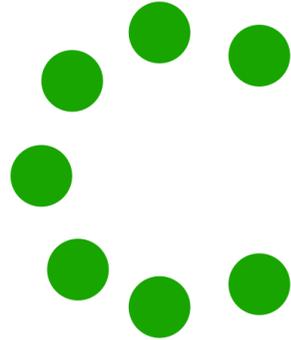
Fondo de color oscuro no corporativo

Imagen o fotografía con dominante clara



CONVER

Uso para favicon (portal web)



Observación:

El equipo de medios de la Conferencia Venezolana de Religiosas y Religiosos, tiene la libre potestad de variar la paleta de colores aplicables en el isologo solo cuando sea estrictamente necesario.

De igual forma, todos los documentos, diseños y obras realizadas previamente ante la publicación del presente manual de identidad conservan su validez institucional.



LOGO DE LAS DELEGACIONES

Con el objetivo de trabajar todos juntos con una misma identidad, las delegaciones de CONVER usarán el isotipo añadiendo el nombre de la delegación en la parte posterior con un área delimitada desde la letra N a la R del isotipo original, y no se deberá colocar ningún elemento como: textos, dibujos u otros elementos gráficos, bajo ninguna circunstancia.



4

USOS NO
CORRECTOS



MAL USO O MODIFICACIÓN DE LOS COLORES CORPORATIVOS



Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca.

El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma.



CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN O ELIMINACIÓN DE LOS ELEMENTOS



CAMBIO DE TIPOGRAFÍA



DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES HORIZONTAL Y VERTICAL



USO EN BAJA RESOLUCIÓN



USO DE EFECTOS

Fondo de color claro



Fondo de color oscuro



Usos incorrectos sobre fondo de color

Imagen de color claro



Imagen de color oscuro



