

# OEI

## Manual de identidad

Manual de identidade

Organización de Estados  
Iberoamericanos

Organização de Estados  
Ibero-americanos

p. 3 **Introducción**  
Introdução

p. 4 **Marca**  
Marca

p. 4 Construcción de marca  
y versiones prohibidas  
Construção de marcas  
e versões proibidas

p. 15 Acrónimo  
Sigla

p. 17 Convivencia de marca  
Coexistência entre marcas

p. 19 **Color**  
Cores

p. 21 **Tipografía**  
Tipografia

p. 24 **Fotografía**  
Fotografia

p. 27 **Gráfica**  
Grafismo

p. 32 **Aplicaciones**  
Aplicações

p. 32 Carpeta A4  
Pasta de folha A4

p. 33 Carpeta de trabajo  
Pasta de trabalho

p. 34 Tarjeta de visita  
Cartão de visita

p. 37 Sobre americano  
Envelope americano

p. 38 Sobre A4  
Envelope A4

p. 39 Tarjetón  
Postal

p. 40 Portada documento técnico  
Capa de documento técnico

p. 41 CD/DVD  
CD/DVD

p. 42 USB  
Pendrive

p. 43 Presentación  
Apresentação

p. 47 Hoja de carta  
Papel timbrado

p. 49 Invitación  
Convite

p. 50 Identificador de sobremesa  
Identificador de mesa

p. 51 Nota de prensa  
Comunicado de imprensa

p. 52 Convocatoria de prensa  
Convocatória de imprensa

p. 53 Fax y memorandum  
Fax e memorando

p. 54 Orden interna  
Ordens internas

p. 55 Folleto  
Folheto

p. 58 Directorios  
Painel informativo

p. 59 Rótulos direccionales  
Rótulos direcionais

p. 60 Rótulos de localización  
Rótulos de localização

p. 62 Roll-up  
Roll-up

p. 63 Bandera y banderines  
Bandeiras e bandeirinhas

p. 64 Sello de caucho  
Carimbos de borracha

p. 65 Lanyard  
Lanyards

p. 66 Bolígrafo  
Caneta

p. 68 Lapicero  
Lápis

p. 69 Libreta  
Bloco de notas

p. 70 Cuaderno  
Caderno

p. 71 Marca páginas  
Marcadores de livros

p. 72 Bolsa de papel  
Sacola de papel

p. 73 Bolsa de tela  
Sacola de tecido

p. 74 Llaveros  
Chaveiros

p. 75 Portalápices  
Porta-lápis

p. 77 Pegatinas  
Adesivos

p. 78 Chapas  
Bótons

p. 79 Camiseta  
Camiseta

p. 80 Perfil Facebook  
Perfil Facebook

p. 81 Perfil Flickr  
Perfil Flickr

p. 82 Perfil Twitter  
Perfil Twitter

p. 86 Perfil YouTube  
Perfil YouTube

p. 84 Perfil LinkedIn  
Perfil LinkedIn

p. 85 Perfil Instagram  
Perfil Instagram

p. 86 Perfil Redes sociales  
Perfil Redes sociales

p. 87 Favicon  
Favicon

p. 88 Firma Email  
Assinatura de e-mail

p. 89 Newsletter  
Newsletter

p. 90 Banner web  
Banner web

p. 91 Proporción imágenes digitales  
Proporção das imagens digitais

p. 93 **Programas  
y publicaciones**  
Programas e  
publicações

p. 95 Programa presupuesto  
Programa Orçamento

p. 100 Revista Iberoamericana  
de educación  
Revista ibero-americana  
de educação

p. 106 Diagnóstico de la Educación  
superior en Iberoamérica  
Diagnóstico da educação  
superior nos países  
ibero-americanos

p. 112 Instituto Iberoamericano para  
la educación y la productividad  
IIEYP  
Instituto Ibero-americano para  
a Educação e a Produtividade  
(IIEYP)

p. 118 Revista Iberoamericana de  
ciencia, tecnología y sociedad  
Revista CTS

p. 124 Evaluación del programa  
Paulo Freyre  
Avaliação Paulo Freire

p. 130 CILPE  
CILPE

ES

Somos la OEI, el mayor organismo de cooperación entre países iberoamericanos y de habla española y portuguesa.

Concebimos la educación, la ciencia y la cultura como herramientas para el desarrollo humano y como creadoras de oportunidades para lograr un futuro mejor para todos.

Trabajamos directamente con los gobiernos de nuestros países miembros, respondiendo a sus prioridades y fortaleciendo sus políticas públicas a través de programas y proyectos diseñados por personas altamente cualificadas y comprometidas con la generación de impacto positivo en toda la sociedad.

Somos una organización contemporánea, moderna, conectora, diversa y transparente. Con 70 años de experiencia, queremos seguir siendo un referente que se base en el conocimiento compartido.

Así nos queremos mostrar. Con esta identidad equilibramos nuestro ser y nuestro parecer.

Trabajamos con y para las personas; para transformar realidades en toda la cadena de valor: desde lo institucional, lo técnico y el terreno.

**Trabajamos para que las cosas sucedan.**

PT

Somos a OEI, o maior organismo de cooperação entre os países ibero-americanos e de língua espanhola e portuguesa.

Encaramos a educação, a ciência e a cultura como ferramentas para o desenvolvimento humano e como criadoras de oportunidades para alcançar um futuro melhor para todos.

Trabalhamos diretamente com os governos dos nossos países membros, respondendo às suas prioridades e fortalecendo as suas políticas públicas através de programas e projetos concebidos por pessoas altamente qualificadas e empenhadas na geração de impacto positivo em toda a sociedade.

Somos uma organização contemporânea, moderna, conectora, diversa e transparente. Com 70 anos de experiência, queremos continuar sendo uma referência baseada no conhecimento compartilhado.

É assim que queremos nos apresentar. Com esta identidade, equilibramos o nosso ser e o nosso parecer.

Trabalhamos com e para as pessoas; para transformar realidades em toda a cadeia de valor: desde o nível institucional ao terreno, passando pelo técnico.

**Trabalhamos para que as coisas aconteçam.**

# 1. Marca

## 1.1 Versión principal

# Marca

## Versão principal

### ES

Para la marca se ha elegido el acrónimo de la organización que utilizan tanto los públicos internos como externos para nombrar la entidad.

Hemos creado una marca única, modificando tipografías que actualizan y subrayan el carácter humanista de la organización. El resultado es una marca equilibrada, con presencia, sencilla y clara.

El color escogido para su versión positiva es el grafito. Este color dota a la marca de solidez y cercanía sin perder seriedad y contundencia.

Ha de usarse de forma inalterable e inmodificable y no debe componerse como texto. Se han de usar los archivos de marca creados para tal fin.

### PT

Para a marca, foi escolhida a sigla da organização, que é usada tanto por públicos internos como externos para designar a entidade.

Criamos uma marca única, modificando tipos de letra que atualizam e sublinham o caráter humanista da organização. O resultado é uma marca equilibrada, com presença, simples e clara.

A cor escolhida para a versão positiva é grafite. Esta cor confere solidez e proximidade à marca, sem perder seriedade e impacto.

Deverá ser usada de forma inalterável e imutável, não devendo ser composta como texto. Deverão ser usados os arquivos de marca criados para tal fim.



1. **Marca**  
1.2 Versión invertida

**Marca**  
Versão inversa

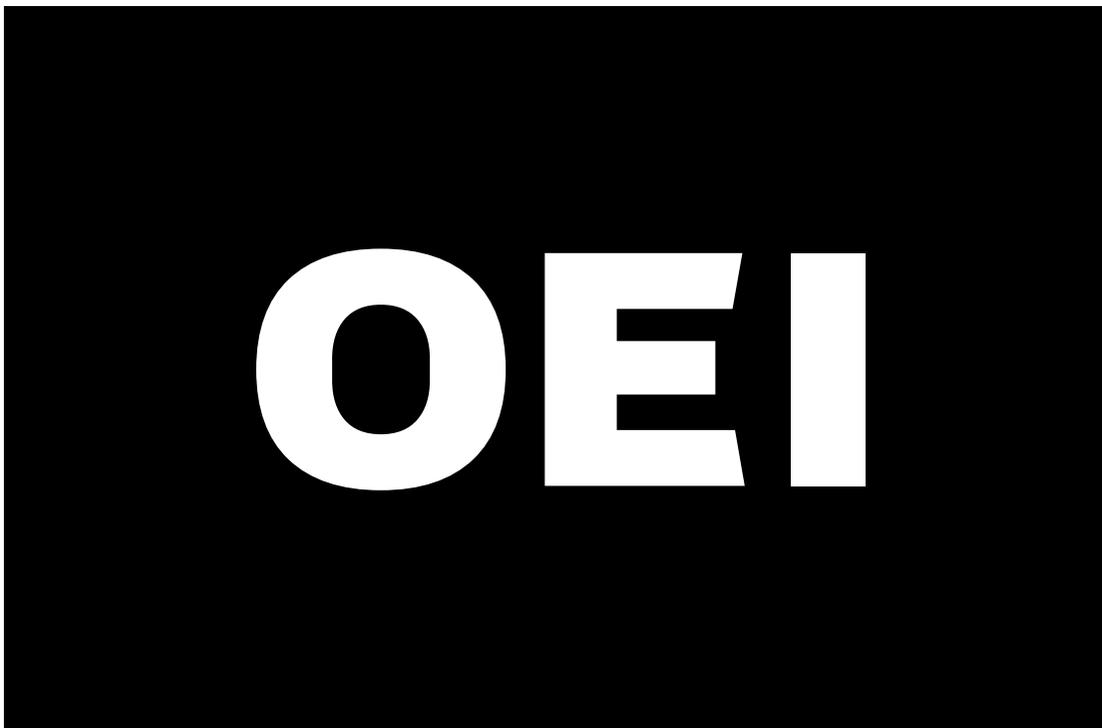
---

ES

La versión inversa o en negativo de la marca es en blanco. Ha de emplearse en fondos muy oscuros o negros para que facilite su total legibilidad.

PT

A versão inversa ou em negativo da marca é em branco. Deverá ser aplicada em fundos muito escuros ou pretos para facilitar uma legibilidade total.



ES

Estas versiones solo podrán utilizarse como se muestra, sobre fondos de color corporativo.

PT

Estas versões apenas poderão ser usadas como são mostradas, sobre fundos de cor corporativa.



# 1. Marca

## 1.2 Versión invertida

# Marca

## Versão inversa

ES

El criterio de uso de una u otra versión será la legibilidad con respecto al fondo sobre el que tenga que ir situada la marca.

Observar la poca legibilidad de las versiones prohibidas.

PT

O critério que determinará o uso de uma ou outra versão será a legibilidade em relação ao fundo sobre o qual a marca deva ser colocada.

Observe-se a pouca legibilidade das versões proibidas.

Versión correcta — Versão correta



Versión prohibida — Versão proibida



Versión correcta — Versão correta



Versión prohibida — Versão proibida



# 1. Marca

## 1.3 Versiones prohibidas

# Marca

## Versões proibidas

ES

La marca no podrá componerse en ningún otro color que no sea el grafito o el blanco, ni siquiera en los colores corporativos.

PT

A marca não poderá ser composta em qualquer outra cor que não seja grafite ou branco, nem mesmo nas cores corporativas.

Versiones prohibidas — Versões proibidas



# 1. Marca

## 1.3 Versiones prohibidas

# Marca

## Versões proibidas

### ES

1. No hacer uso de diferentes colores
2. No usar línea de contorno
3. No usar degradados
4. No componerla con otras tipografías

### PT

1. Não fazer uso de cores diferentes
2. Não usar linha de contorno
3. Não usar degradações
4. Não compor com outros tipos de letra

### Versiones prohibidas — Versões proibidas

1.



2.



3.



4.



# 1. Marca

## 1.3 Versiones prohibidas

# Marca

## Versões proibidas

ES

Versiones prohibidas — Versões proibidas

1. No escalarla sin guardar proporciones, deformándola
2. No añadir efectos como, por ejemplo, sombra
3. No componerla en minúsculas
4. No modificar el espacio entre letras

PT

1. Não dimensionar sem manter as proporções, deformando-a
2. Não adicionar efeitos como, por exemplo, sombra
3. Não compor em minúsculas
4. Não modificar o espaço entre as letras

1.



2.



3.



4.



# 1. Marca

## 1.3 Versiones prohibidas

# Marca

## Versões proibidas

### Versiones prohibidas — Versões proibidas

ES

1. No rotar
2. No añadirle ningún tagline o desarrollo del nombre de la organización
3. No añadirle otros elementos
4. No componerla en vertical

PT

1. Não rodar
2. Não incluir qualquer slogan ou nome por extenso da organização
3. Não adicionar outros elementos
4. Não compor na vertical

1.



2.



3.



4.



# 1. Marca

## 1.3 Versiones prohibidas

# Marca

## Versões proibidas

ES

1. No usar la marca sobre fotografía
2. No usar la marca sobre la gráfica corporativa
3. No usar el logotipo sobre texturas u otros elementos gráficos que dificulten su lectura

PT

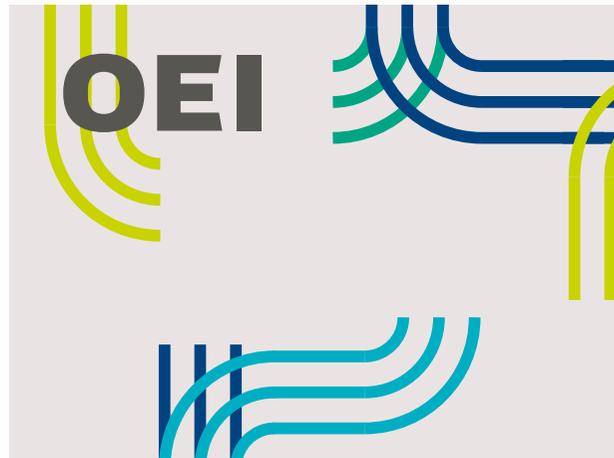
1. Não usar a marca sobreposta em fotografias
2. Não usar a marca sobreposta no grafismo corporativo
3. Não usar o logotipo sobre texturas ou outros elementos gráficos que dificultem a leitura

### Versiones prohibidas — Versões proibidas

1.



2.



3.



# 1. Marca

## 1.3 Versiones prohibidas

# Marca

## Versões proibidas

ES

La marca no podrá ir en colores sobre fondos de color.

PT

A marca não pode não ser colorida sobre fundos coloridos.

Versiones prohibidas — Versões proibidas



# 1. Marca

## 1.4 Área de respeito

# Marca

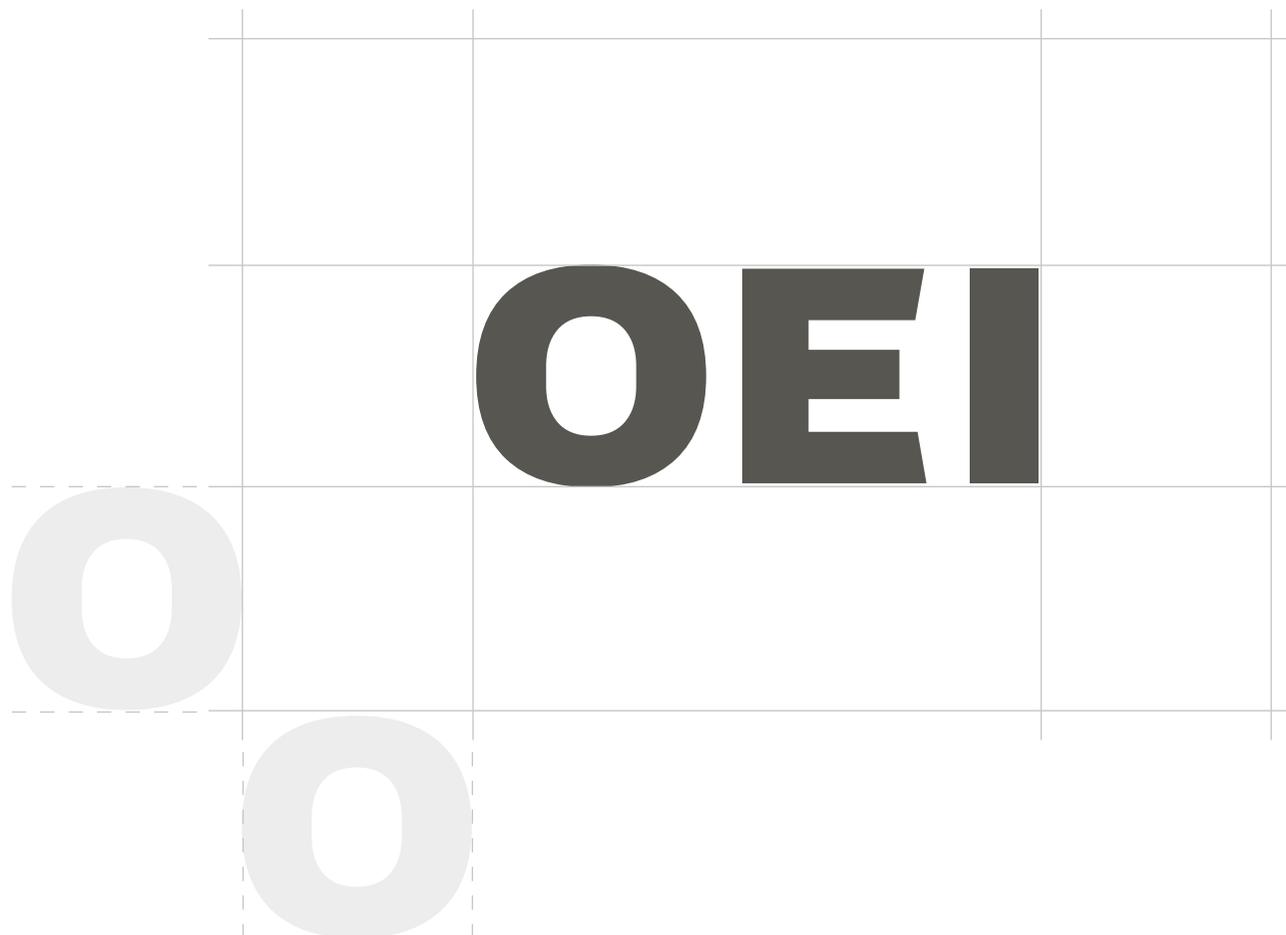
## Área de proteção

### ES

La marca deberá tener a su alrededor un “espacio de respeto”, a fin de asegurar su correcta legibilidad y presencia. Este espacio corresponde en sus lados horizontales al ancho de la “O” y en los verticales a la altura de la “O”.

### PT

A marca deverá ter, em seu redor, um “espaço de proteção”, de modo a assegurar uma leitura e presença adequada. Esse espaço corresponde nos lados horizontais à largura da letra “O” e nos verticais à altura da letra “O”.



# 1. Marca

1.5 Acrónimo disociado

# Marca

Sigla dissociada

ES

Este elemento es una composición disociada de la marca, por lo que han de colocarse siempre a una distancia suficiente para que no formen una unidad entre sí.

El desarrollo del acrónimo nunca irá compuesto como texto. Se han de usar los archivos “desarrollo de acrónimo” creados para este contexto.

El texto en español irá siempre en grafito y el portugués en el gris reseñado para tal fin.

PT

Este elemento é uma composição dissociada da marca, e como tal, deverá ser sempre colocado a uma distância suficiente para que ambos não formem uma unidade entre si.

O significado da sigla por extenso nunca será composto como texto. Deverão ser usados os arquivos “significado da sigla por extenso” criados para este contexto.

O texto em espanhol será sempre em grafito, e o português no cinza indicado para esse fim.



**Organización de Estados  
Iberoamericanos**

Organização de Estados  
Ibero-americanos

# 1. Marca

1.6 Acrónimo asociado

# Marca

Sigla asociada

ES

En caso de que la disociación no sea posible por tratarse de una pieza pequeña, los dos elementos deberán convivir, de manera excepcional, respetando siempre los márgenes de respeto de cada uno, alineados correctamente y guardando las proporciones indicadas entre sí.

PT

No caso de não ser possível a dissociação por se tratar de uma peça pequena, os dois elementos deverão coexistir, excepcionalmente, respeitando sempre as margens de proteção de cada um, alinhados corretamente e mantendo as proporções indicadas entre si.



ES

Uno de los grandes hallazgos de la nueva marca es su contundencia al presentarla junto a otras con las que convive habitualmente.

Gracias a su gran visibilidad y legibilidad, consigue ser mejor recordada en la mente de nuestros usuarios.

Esto es una ventaja para la organización dentro del marco de la cooperación iberomaricana.

PT

Uma das grandes descobertas da nova marca é o impacto que a mesma tem quando apresentada junto de outras marcas com as quais coexiste habitualmente.

Graças à excelente visibilidade e legibilidade, a nova marca é mais facilmente recordada pelos nossos utilizadores.

Isso se traduz numa vantagem para a organização no âmbito da cooperação ibero-americana.

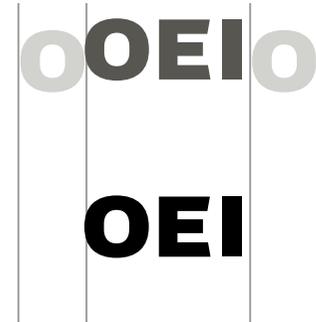


ES

Cuando nuestra marca conviva con otras, deberá guardarse el “espacio de respeto” y el tamaño estará equilibrado con respecto a los demás para asegurar una línea armónica.

PT

Quando a nossa marca tiver de coexistir com outras, deverá manter-se o “espaço de proteção”, e o tamanho deverá ser equilibrado em relação às restantes, para assegurar uma linha harmoniosa.



## 2. Colores

Colores vivos

## Cores

Cores vivas

ES

Aquí se muestran los colores corporativos en tonalidades vivas. Se utilizarán fundamentalmente en la gráfica, así como en la versión negativa de la marca (OEI).

Su correcto uso se explica en las aplicaciones del manual. Al componer texto sobre ellos, es importante atender siempre a la legibilidad.

- Blanco: el espacio en blanco tiene una presencia esencial en todas las piezas corporativas y de comunicación, como expresión de la claridad y transparencia que rigen la organización. Se genera, por tanto, una línea gráfica con mucho aire que facilita la atención.

Prohibiciones:

- En la comunicación, nunca se hará uso de colores e intensidades diferentes a estos.

PT

As cores corporativas são mostradas aqui em tons vivos. Serão usadas essencialmente no grafismo, bem como na versão negativa da marca (OEI).

A sua utilização correta é explicada nas aplicações do manual. Ao compor texto sobre essas cores, é importante ter a legibilidade sempre em conta.

- Branco: o espaço em branco tem uma presença essencial em todas as peças corporativas e de comunicação, como expressão da claridade e da transparência que governam a organização. Assim, é gerada uma linha gráfica bem arejada que facilita a atenção.

Proibições:

- Na comunicação, nunca serão usadas cores e intensidades diferentes destas.

**Blanco**  
Branco

CMYK: 0 0 0 0  
RGB: 255 255 255  
HEX: #FFFFFF

**Turquesa**

CMYK: 80 0 25 0  
PANTONE: 312 C

RGB: 0 174 195  
HEX: #00aec3

**Lima**

CMYK: 30 0 100 0  
PANTONE: 390 C

RGB: 199 211 1  
HEX: #c7d301

**Marino**

Azul-marinho

CMYK: 100 65 0 30  
PANTONE: 287 C

RGB: 1 67 128  
HEX: #014380

**Esmeralda**

CMYK: 85 0 60 0  
PANTONE: 339 C

RGB: 4 165 131  
HEX: #04a583

## 2. Colores

Colores grises

## Cores

Cores cinzas

ES

Aquí se muestran los colores grises corporativos.

El color gris grafito se utiliza principalmente en la marca OEI. También en el desarrollo del acrónimo en español, así como en titulares.

El color gris bilingüe se utiliza para componer los textos en portugués en el desarrollo del acrónimo y titulares en portugués cuando coexistan los dos idiomas.

El color gris claro se utiliza principalmente para fondos.

El uso de equivalencia a una tinta solo se empleará cuando no quede más remedio que imprimir en una sola tinta negra. Los colores grises entonces se consiguen en porcentaje: desde 100%, que es el negro absoluto, bajando el porcentaje hasta conseguir las distintas graduaciones de gris, 85%, 60%, 20%.

PT

Aqui, são mostrados todos os cinza corporativos.

A cor cinza grafite é usada principalmente na marca OEI. Também se usa no significado da sigla por extenso em espanhol, bem como nos títulos.

A cor cinza bilingue é usada para compor os textos em português e no significado da sigla por extenso e títulos em português, quando as duas línguas coexistirem.

A cor cinza claro é usada principalmente para fundos.

A utilização de equivalência a uma tinta apenas será empregue quando não houver outra alternativa a não ser imprimir numa única tinta preta. Portanto, os cinzas são definidos como porcentagens: desde 100%, que é o preto absoluto, a porcentagem vai diminuindo de modo a obter as diferentes gradações de cinza, 85%, 60%, 20%.

### Composición de los colores grises corporativos

Composição dos cinza corporativos

<b>Grafito</b> Grafite	CMYK: 0 0 10 80 Pantone: 425 C RGB: 86 85 80 HEX: #565550
<b>Gris bilingüe</b> Cinza bilingue	CMYK: 0 0 5 65 Pantone: 423 C RGB: 123 122 119 HEX: #7b7a77
<b>Gris claro</b> Cinza claro	CMYK: 10 10 10 0 Pantone: Cool Gray 2C RGB: 233 228 226 HEX: e9e4e2

### Equivalencia a una tinta negra

Equivalência a uma tinta preta

CMYK: 0 0 0 85
CMYK: 0 0 0 60
CMYK: 0 0 0 20

### 3. Tipografía

#### 3.1 Tipografía corporativa

### Tipografia

#### Tipo de letra corporativa

ES

Archivo es nuestra tipografía corporativa “de gala”. Es una tipografía creada en Latinoamérica, libre de derechos. Su uso se restringe a las piezas hechas por los profesionales de la comunicación con propósito promocional y publicitario, hacia el exterior de la organización.

PT

Archivo é o nosso tipo de letra corporativa “de gala”. É um tipo de letra criado na América Latina, livre de direitos autorais. A sua utilização é restrita a peças elaboradas pelos profissionais da comunicação, com fins promocionais e publicitários, voltadas para o exterior da organização.

#### Archivo

**1 2 3 4 5 6 7 8 9**

**! ? ( ) - , ; . :**

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**

1 2 3 4 5 6 7 8 9

! ? ( ) - , ; . :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



### 3. Tipografía

#### 3.2 Tipografía de uso diario

### Tipografia

#### Tipo de letra de uso corrente

ES

La Arial es nuestra tipografía corporativa “de uso diario”. Se utilizará en la comunicación interna, en la creación de documentación diversa generada normalmente por el resto de empleados que no son profesionales de la comunicación.

PT

O Arial é o nosso tipo de letra “de uso corrente”. Será utilizado na comunicação interna, na criação de documentação diversa gerada, normalmente, pelos restantes funcionários que não são profissionais de comunicação.

## Arial

**1 2 3 4 5 6 7 8 9**

**! ? ( ) - , ; . :**

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**

1 2 3 4 5 6 7 8 9

! ? ( ) - , ; . :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



### 3. Tipografía

#### 3.3 Tipografía de uso diario

### Tipografia

#### Tipo de letra de uso corrente

ES

El uso de plataformas online para crear imágenes y recursos gráficos para redes sociales, vídeos etc. es una buena opción que obtiene resultados profesionales. Algunas de estas plataformas usan tipografías con distintos nombres que son muy similares a las nuestras.

Para facilitar su uso, se han buscado estas alternativas tipográficas para las principales plataformas usadas por la OEI como Canva, Genially, Wevideo y Infogram.

PT

A utilização de plataformas online para criar imagens e recursos gráficos para as redes sociais, vídeos, etc. é uma boa opção que atinge resultados profissionais. Algumas destas plataformas usam tipos de letra com diferentes nomes que são muito semelhantes às nossas.

Para facilitar a sua utilização, procuramos alternativas tipográficas para as principais plataformas usadas pela OEI, tais como Canva, Genially, Wevideo e Infogram.

---

#### Tipografía de gala

#### Tipo de letra de gala

#### Archivo

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

---

#### Microsoft Office

#### Arial

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

---

#### Canva

#### Arialle

a b c d e f g h i j k l m ñ o p q r s t u v w x y z

---

#### Genially

#### Arimo

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

---

#### Wevideo

#### Roboto

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

---

#### Infogram

#### Arial

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

## 4. Fotografía

Estilo de imágenes

## Fotografia

Estilo de imagens

ES

Las imágenes empleadas en la comunicación tienen como protagonistas a las personas, en el contexto en que se relacionan con la OEI, mostrando la amplitud de temas que trabaja la organización. Han de ser un reflejo de los valores sobre los que se basa la OEI. Se tendrán en cuenta los principios de diversidad, equidad y respeto que rigen la organización. Es importante, como organismo nacido de los Estados Iberoamericanos, romper los tópicos que puedan darse fuera de las diversas culturas que nos representan, y evitar también la condescendencia y el paternalismo. Queremos atender a lo contemporáneo desde lo contemporáneo.



PT

As imagens usadas na comunicação têm as pessoas como protagonistas, no contexto em que se relacionam com a OEI, mostrando a abrangência dos temas com que a organização trabalha. Devem ser um reflexo dos valores nos quais a OEI assenta. Serão tidos em consideração os princípios de diversidade, equidade e respeito que governam a organização. Tratando-se de um organismo nascido dos estados ibero-americanos, é importante romper com ideias preconcebidas que possam existir fora das diversas culturas que nos representam e evitar também a condescendência e o paternalismo. Queremos atender o contemporâneo a partir do contemporâneo.



## 4. Fotografía

Estilo de imágenes

## Fotografia

Estilo de imagens

ES

La fotografías institucionales y técnicas deberán seguir los mismos principios de diversidad y equidad, siendo icónicas y profesionales.

En todas las imágenes publicadas por la OEI deberá atenderse a la Ley de Protección de Datos y referirse en su caso a la fuente de procedencia.



PT

As fotografias institucionais e técnicas deverão seguir os mesmos princípios de diversidade e equidade, devendo ser icônicas e profissionais.

Em todas as imagens publicadas pela OEI, deverá ser cumprida a Lei de Proteção de Dados e, quando apropriado, referir a fonte do conteúdo.



## 4. Fotografía

Estilo de imágenes

## Fotografia

Estilo de imagens

ES

La calidad y contenido de las fotografías ha de atender a las distintas realidades de los territorios, siendo lo más contemporáneas y profesionales posible. Se tendrá en cuenta cómo se desarrollan la educación, la ciencia y la cultura iberoamericana hoy en día.



PT

A qualidade e o conteúdo das fotografias deverão ter em conta as diferentes realidades dos territórios, sendo o mais contemporâneas e profissionais possível. Devemos ter em consideração o desenvolvimento da educação, da ciência e da cultura ibero-americanas nos dias de hoje.



#### ES

La gráfica de la identidad está compuesta por tres líneas paralelas en referencia a las tres áreas temáticas principales sobre las que actúa la OEI (educación, ciencia y cultura) y las curvas representan las tres líneas de acción en el sector de la cooperación (institucional, técnica y social). Los dos espacios iguales entre las tres líneas simbolizan la transparencia que rige a la OEI como organización.

#### PT

O grafismo da identidade é composto por três linhas paralelas em referência às três principais áreas temáticas de intervenção da OEI (educação, ciência e cultura) e as curvas representam as três linhas de ação no setor da cooperação (institucional, técnica e social). Os dois espaços iguais entre as três linhas simbolizam a transparência que governa a OEI como organização.

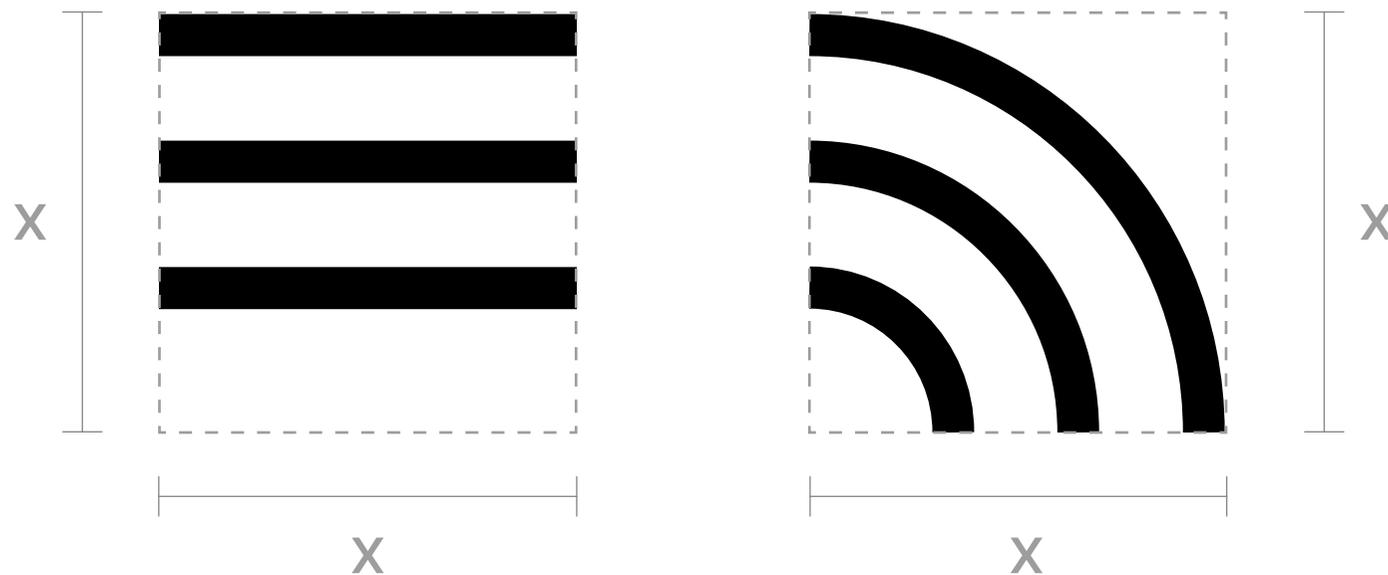


ES

La gráfica corporativa se construye a partir de la unidad perfecta del cuadrado.

PT

O grafismo corporativo é construído a partir da unidade perfeita do quadrado.

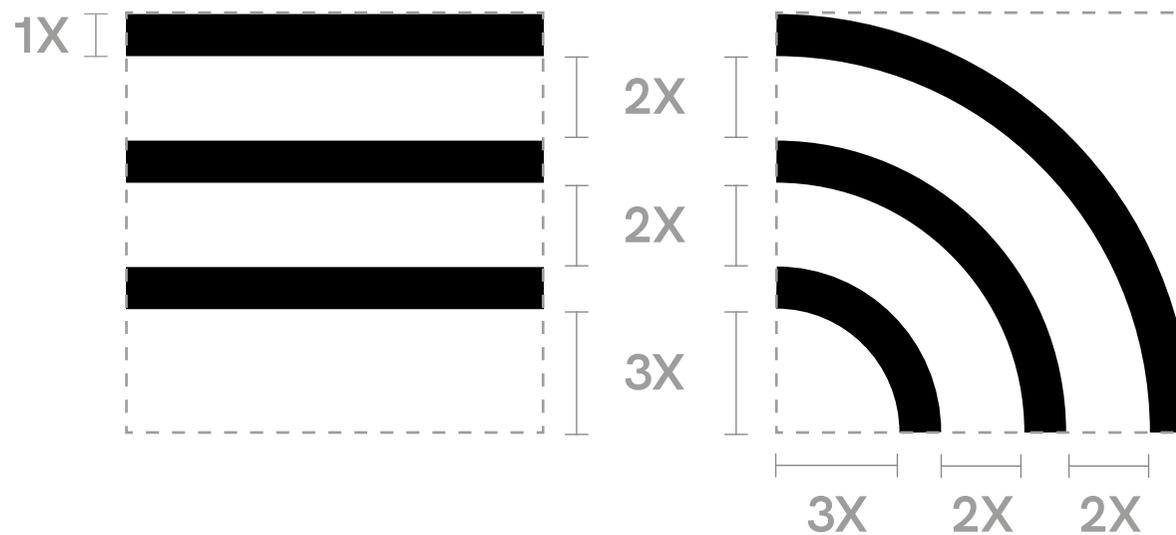


ES

El tamaño y las distancias de los elementos de la gráfica deberán respetar las proporciones que se indican.

PT

O tamanho e as distâncias dos elementos do grafismo deverão respeitar as proporções indicadas.

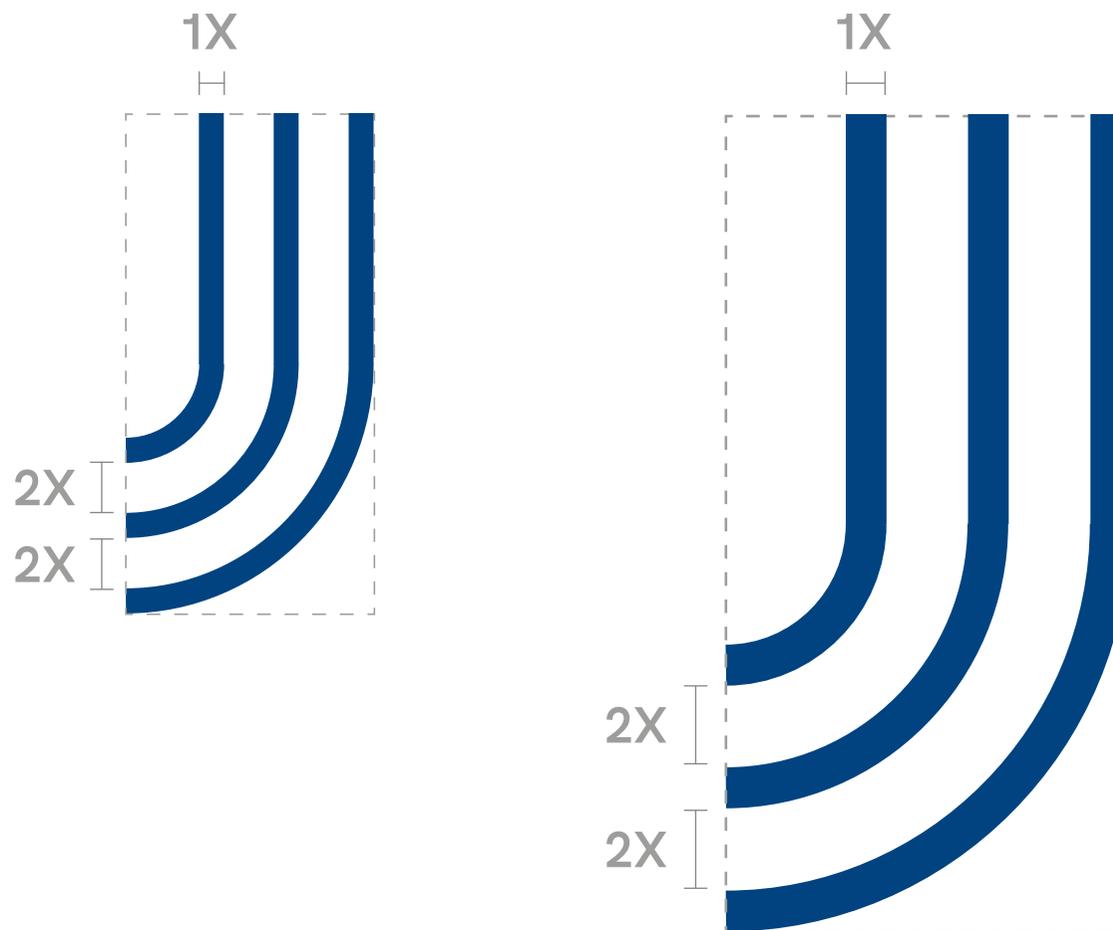


ES

Cualquier escalado de la gráfica debe realizarse guardando todas las proporciones.

PT

Qualquer tipo de escalamento do grafismo deverá ser efetuado mantendo todas as proporções.



## 5. Gráfica

### 5.4 Composición

## Grafismo

### Composição

ES

El objetivo de esta gráfica es representar los valores de nuestra organización, significando el camino / viaje que conlleva la cooperación.

Estas descripciones de las composiciones son conceptuales y no técnicas.

- **Línea recta:** determinante, continuo, en equipo, en paralelo y en la misma dirección
- **Curva:** persiguiendo el cambio
- **Pivote:** pivotando e iterando
- **Bifurcación:** probando distintas direcciones y uniéndonos a otras
- **Semicírculo:** onda expansiva, fluyendo en el camino.

Estas son las formas que se podrán combinar libremente en un juego gráfico dinámico pudiendo generarse un sin fin de caminos variados en dirección y color, que irán ilustrando nuestras piezas de comunicación e identidad.

PT

O objetivo deste grafismo é representar os valores da nossa organização, significando o caminho / viagem que a cooperação implica.

As seguintes descrições das composições são conceptuais e não técnicas.

- **Linha reta:** determinante, contínuo, em equipe, em paralelo na mesma direção
- **Curva:** em busca da mudança
- **Pivô:** pivoteamento e repetição
- **Bifurcação:** experimentando diferentes direções e juntando-nos a outras
- **Semicírculo:** onda expansiva, fluindo no caminho.

Estas são as formas em que podem ser combinados livremente e num jogo gráfico dinâmico, permitindo gerar uma infinidade de caminhos variados em direção e cor, que vão ilustrar as nossas peças de comunicação e identidade.

Línea recta — Linha reta



Línea curva — Linha curva



Pivote — Pivô



Bifurcación — Bifurcação



Semicírculo — Semicírculo



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.1 Carpeta hojas A4

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Pasta de folha A4

#### ES

En las aplicaciones donde se usa la gráfica corporativa se observa un patrón. En este caso, la carpeta se compondrá:

- Encabezado de la pieza por la marca y el desarrollo del acrónimo, guardando una distancia prudencial que los disocie y en el tamaño relativo correcto que han de cumplir.
- Color blanco en el fondo, predominante, como símbolo de claridad y transparencia, propiciando un buen volumen de “espacio vacío” que haga respirar la composición y facilite la legibilidad y convivencia de los elementos de la pieza.

Esta pieza solo contendrá gráfica en su parte exterior para poder adaptarse a las plantillas de desarrollo de diferentes proveedores.

#### PT

Nas aplicações em que é usado o grafismo corporativo, aplica-se um padrão. Neste caso, a capa será composta por:

- Cabeçalho composto pela marca e pelo significado da sigla por extenso, mantendo uma distância prudencial que os dissocie, e no tamanho relativo correto que devem cumprir.
- Cor branca de fundo, predominante, como símbolo de claridade e transparência, propiciando um bom volume de “espaço vazio” que deixe a composição respirar e facilite a legibilidade e a coexistência dos elementos da peça.

Esta peça apenas conterà grafismo na sua parte exterior para poder adaptar-se aos modelos de desenvolvimento de diferentes fornecedores.



## 6. Aplicaciones

6.1 Papelería

6.1.2 Carpeta de trabajo

## Aplicações

Artigos de papeleria

Pasta de trabalho

ES

Esta es una carpeta de trabajo impresa a una sola tinta. En este caso, tinta negra, que como se puede observar se usan distintos porcentajes de tono para simular los colores.

PT

Esta é uma pasta de trabalho impressa em tinta única. Neste caso, tinta preta que, como se pode observar, surge com diferentes porcentagens de tom para simular cores.



## 6. Aplicaciones

## Aplicações

### 6.1 Papelería

### Artigos de papelaria

#### 6.1.3 Tarjeta del Secretario General

#### Cartão do Secretário Geral

#### ES

Las tarjetas de visita se crean a doble cara.

Anverso: se muestra la marca junto a la gráfica.

Reverso: se compone la información en bilingüe. Con la tipografía de gala (Archivo) tal y como se muestra en el ejemplo.

A destacar en esta aplicación: las líneas rectoras de la organización, educación, ciencia y cultura, se unen al desarrollo del acrónimo en esta pieza, como excepción en todo el desarrollo de la marca.

#### PT

Os cartões de visita são criados com frente e verso.

Frente: a marca é mostrada junto ao grafismo.

Verso: é composto pela informação bilingue. Com o tipo de letra “de gala” (Archivo) tal como mostrado no exemplo.

A destacar nesta aplicação: as linhas orientadoras da organização, educação, ciência e cultura, unem-se ao significado da sigla por extenso nesta peça, como exceção em todo o desenvolvimento da marca.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.4 Tarjeta Directora General

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Cartão Diretora Geral

#### ES

Las tarjetas de visita se crean a doble cara.

Anverso: se muestra la marca junto a la gráfica.

Reverso: se compone la información en bilingüe. Con la tipografía de gala (Archivo) tal y como se muestra en el ejemplo.

El desarrollo del acrónimo es el normalizado en toda la identidad, tal y como se muestra en el ejemplo.

A destacar en esta aplicación: se muestra un ejemplo de composición de cargo extenso y cómo realizar la composición.

#### PT

Os cartões de visita são criados com frente e verso.

Frente: a marca é mostrada junto ao grafismo.

Verso: é composto pela informação bilingue. Com o tipo de letra “de gala” (Archivo) tal como mostrado no exemplo.

O significado da sigla por extenso é normalizado em toda a identidade, como se pode ver no exemplo.

A destacar nesta aplicação: é mostrado um bom exemplo de composição de cargo extenso e como elaborar a composição.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.4 Tarjeta empleados

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Cartão funcionários

#### ES

Las tarjetas de visita se crean a doble cara.

Anverso: se muestra la marca junto a la gráfica.

Reverso: se compone la información en bilingüe. Con la tipografía de gala (Archivo) tal y como se muestra en el ejemplo.

El desarrollo del acrónimo es el normalizado en toda la identidad, tal y como se muestra en el ejemplo.

#### PT

Os cartões de visita são criados com frente e verso.

Frente: a marca é mostrada junto ao grafismo.

Verso: é composto pela informação bilingue. Com o tipo de letra de gala (Archivo) como é mostrado no exemplo.

O significado da sigla por extenso é normalizado em toda a identidade, como se pode ver no exemplo.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.5 Sobre americano

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Envelope americano

#### ES

- Fondo blanco predominante
- Encabezado con la marca y el desarrollo del acrónimo, disociados y en el tamaño relativo correcto.
- Detalle de la gráfica corporativa junto con la dirección postal de la oficina correspondiente y la web.

#### PT

- Fundo branco predominante
- Cabeçalho com a marca e o significado da sigla por extenso, dissociados e no tamanho relativo correto.
- Detalhe do grafismo corporativo juntamente com o endereço postal do escritório correspondente e o site.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.6 Sobre A4

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Envelope A4

#### ES

- Fondo blanco predominante.
- Encabezado con la marca y el desarrollo del acrónimo, disociados y en el tamaño relativo correcto.
- Detalle de la gráfica correspondiente junto con la dirección postal de la oficina correspondiente y la web.

#### PT

- Fundo branco predominante.
- Cabeçalho com a marca e significado da sigla por extenso, dissociados e no tamanho relativo correto.
- Detalhe do grafismo correspondente juntamente com o endereço postal do escritório correspondente e o site.



## 6. Aplicaciones

6.1 Papelería

6.1.7 Tarjetón

## Aplicações

Artigos de papelaria

Postal

ES

Frontal:

- Fondo blanco predominante.
- Convivencia de la marca y el desarrollo del acrónimo, disociados guardando una alineación correcta.
- Gráfica corporativa de las tres líneas paralelas corporativas recorriendo el espacio, respetando el espacio en blanco.

Trasera:

Texto compuesto con la tipografía “de diario”

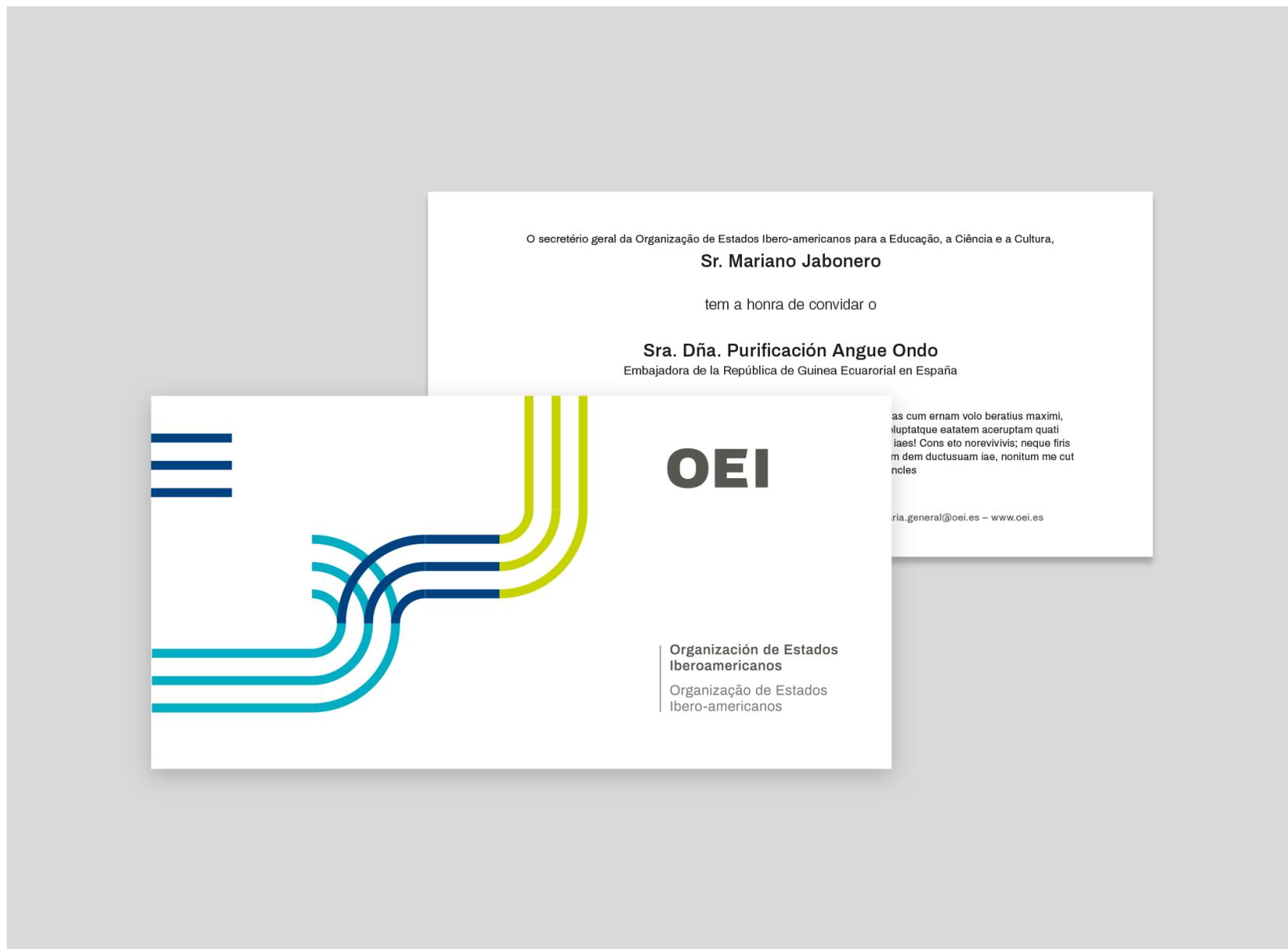
PT

Frente:

- Fundo branco predominante.
- Coexistência da marca e do significado da sigla por extenso, dissociados e mantendo um alinhamento correto.
- Grafismo corporativo das três linhas paralelas corporativas percorrendo o espaço, respeitando o espaço em branco.

Verso:

Texto composto com o tipo de letra de uso corrente.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.8 Portada documento técnico

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Capa de documento técnico

#### ES

- Fondo blanco predominante.
- La marca encabeza la composición en la esquina superior derecha.
- Los textos en español y portugués aparecen conviviendo en igualdad jerárquica y en sus colores correspondientes. La tipografía en este caso es la "de diario", puesto que es un elemento de comunicación interna.
- El desarrollo del acrónimo cierra la pieza, disociado de la marca y correctamente alineado y proporcionado.

#### PT

- Fundo branco predominante.
- A marca encabeça a composição no canto superior direito.
- Os textos em espanhol e português aparecem coexistindo em igualdade hierárquica e nas cores correspondentes. O tipo de letra neste caso é o "de uso corrente", dado que se trata de um elemento de comunicação interna.
- O significado da sigla por extenso fecha a peça, dissociado da marca, alinhado de forma correta e proporcional.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.9 CD / DVD

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### CD / DVD

#### ES

- Fondo blanco compartido con fondo gris.
- Encabezado con la marca y el desarrollo del acrónimo, disociados y en el tamaño relativo correcto.
- Las tres líneas corporativas en color recorriendo la pieza, con máximo respeto a la composición.
- El título del CD se compone en español y portugués conviviendo en igualdad jerárquica con sus colores correspondientes. La tipografía para componer el título del CD es "de diario".

#### PT

- Fundo branco partilhado com fundo cinza.
- Cabeçalho com a marca e o significado da sigla por extenso, dissociados e no tamanho relativo correto.
- As três linhas corporativas em cores percorrendo a peça, com o máximo de respeito pela composição.
- O título do CD é composto em espanhol e português, coexistindo em igualdade hierárquica com as cores correspondentes. O tipo de letra para compor o título do CD é "de uso corrente".



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.10 Memoria USB

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Pendrive

#### ES

- Una parte de la pieza irá por entero en el color corporativo de la OEI (puede ser cualquiera de estos: turquesa, lima, marino y esmeralda).
- En la parte complementaria, irá la marca en su versión negativa sobre fondo negro y guardando los márgenes de respeto con respecto a los límites de la pieza.

#### PT

- Uma parte da peça será inteiramente da cor corporativa da OEI (pode ser qualquer uma destas: turquesa, lima, azul-marinho e esmeralda).
- Na parte complementar, ficará a marca na versão negativa, sobre fundo negro e mantendo as margens de proteção em relação aos limites da peça.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.11 Presentación

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Apresentação

#### ES

Se juega de forma armónica y equilibrada con:

- Fondo blanco predominante.
- Imagen ilustrativa del contenido de la comunicación, escogida según los principios visuales de la marca.
- La marca encabeza la pieza.
- Las tres líneas paralelas de la gráfica corporativa. Estarán dispuestas sobre espacios donde hay ausencia de información relevante y respetando el resto de elementos que acompañan al espacio en blanco.

#### PT

Combina-se de forma harmónica e equilibrada com:

- Fundo branco predominante.
- Imagem ilustrativa do conteúdo da comunicação, escolhida de acordo com os princípios visuais da marca.
- A marca encabeça a peça.
- As três linhas paralelas do grafismo corporativo estarão dispostas sobre espaços onde há ausência de informação relevante e respeitando os restantes elementos que acompanham o espaço em branco.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.11 Presentación

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Apresentação

ES

Aquí se pueden observar las cotas de composición para realizar una presentación. Distancias y espacios medidos, además de cuerpos de letra aproximados, que pueden variar dependiendo del software que se utilice.

La composición de los títulos y subtítulos de la presentación se realizarán en Arial.

*Nota: Dentro de los materiales disponibles existe un JPG con este fondo de gráfica con la marca OEI.*

PT

Aqui, podemos observar as margens de composição para efetuar uma apresentação. Distâncias e espaços medidos, além de corpos de letra aproximados, que podem variar consoante o software usado.

A composição dos títulos e subtítulos da apresentação será feita em Arial.

*Nota: Dentro dos materiais disponíveis, encontra-se um JPG com este fundo de grafismo com a marca OEI.*

2,8 cm

2,8 cm

2,8 cm

**OEI**

**Título de la presentación** ← Tipografía / Tipo de letra: Arial, 35 pt

Subtítulo de la presentación ← Tipografía / Tipo de letra: Arial, 22pt

Consejo Directivo ← Tipografía / Tipo de letra: Arial, 14pt  
77ª Reunión Ordinaria  
La Antigua Guatemala  
27 Septiembre 2018

Tipografía / Tipo de letra: Arial, 11pt

Espacio para componer el título  
Espaço para compor o título

## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.11 Presentación

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Apresentação

#### ES

- En el interior de la presentación seguirá dominando el blanco como el color de transparencia y limpieza, distribuyendo la información sin que se sature la pieza.
- Se juega con las tres líneas paralelas corporativas a color en su mínima expresión, de forma que dé equilibrio a la composición.

#### PT

- No conteúdo da apresentação, o branco continuará a dominando como a cor da transparência e limpeza, distribuindo a informação sem saturar a peça.
- Joga-se com as três linhas corporativas paralelas com as cores reduzidas à mínima expressão, de modo a equilibrar a composição.



## 6. Aplicaciones

- 6.1 Papelería
- 6.1.11 Presentación

## Aplicações

- Artigos de papelaria
- Apresentação

ES

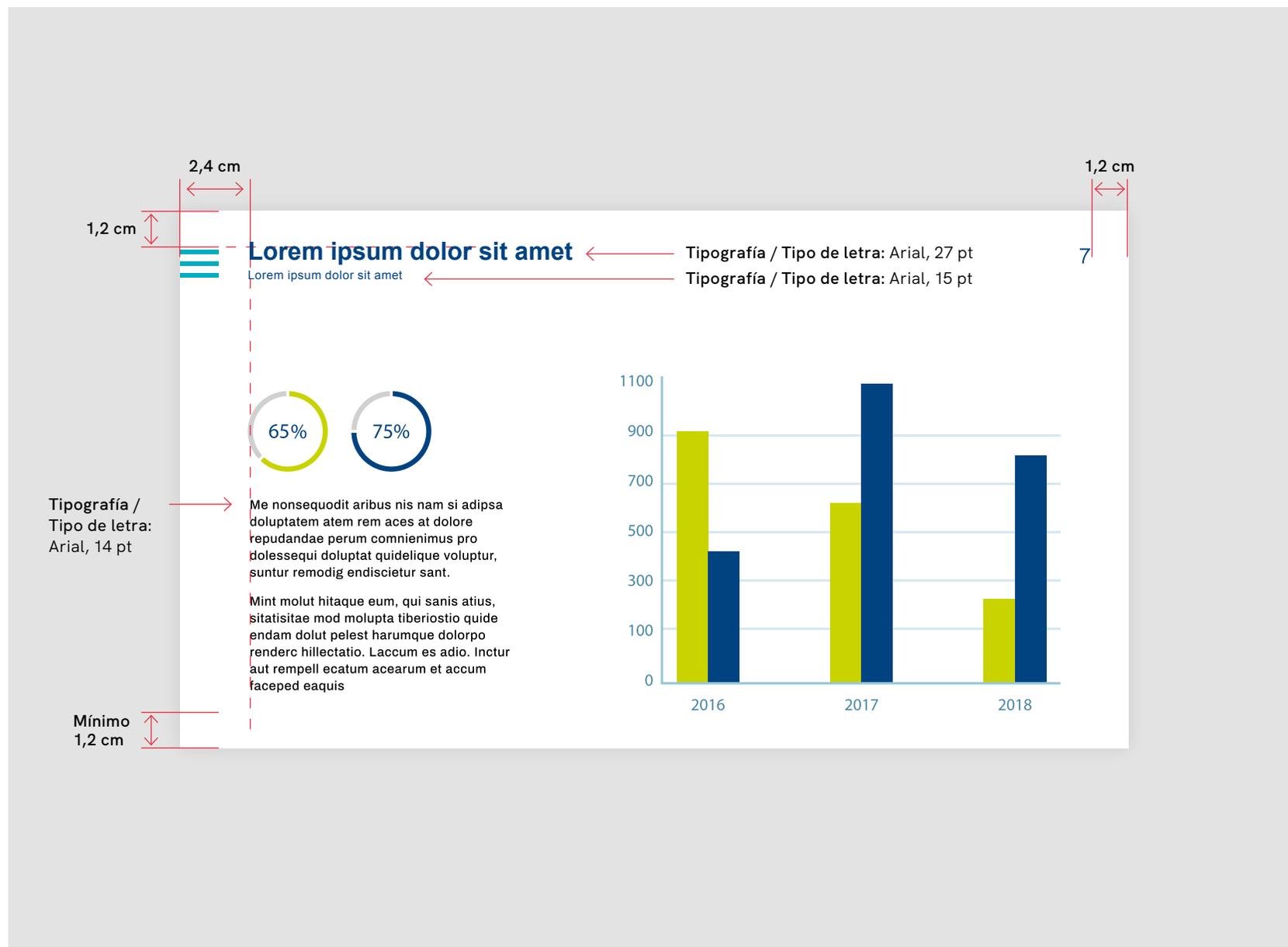
Aquí se pueden observar las cotas de composición para realizar el interior de una presentación. Distancias y espacios medidos, además de cuerpos de letra aproximados, que pueden variar dependiendo del software que se utilice.

La composición de los títulos y subtítulos de la presentación se realizarán en Arial.

PT

Aqui, podemos observar as margens de composição para elaborar o conteúdo de uma apresentação. Distâncias e espaços medidos, além de corpos de letra aproximados, que podem variar consoante o software usado.

A composição dos títulos e subtítulos da apresentação será feita em Arial.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.12 Hoja de carta

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Papel timbrado

#### ES

- Encabezado compuesto por la marca y el desarrollo del acrónimo, disociados y guardando las proporciones correctas entre sí.
- Desarrollo del acrónimo acompañado de detalle gráfica corporativa.
- Uso de tipografía “de diario” para el cuerpo del texto, que irá alineado a la izquierda.

#### PT

- Cabeçalho composto pela marca e significado da sigla por extenso, dissociados e mantendo as proporções corretas entre si.
- Significado da sigla por extenso acompanhado por detalhe do grafismo corporativo.
- Uso de tipo de letra “de uso corrente” para o corpo do texto, que deverá ficar alinhado à esquerda.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.12 Hoja de carta

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Papel timbrado

#### ES

Aquí se pueden observar las cotas de composición para realizar una hoja de carta. Distancias y espacios medidos, además de cuerpos de letra aproximados, que pueden variar dependiendo del software que se utilice.

La composición de los títulos y contenido de la carta se realizarán en Arial.

*Nota: Dentro de los materiales disponibles existe un JPG para la cabecera de la hoja de carta que consta de la marca OEI, la gráfica y el desarrollo del acrónimo.*

#### PT

Aqui, podemos observar as margens de composição para efetuar um papel timbrado. Distâncias e espaços medidos, além de corpos de letra aproximados, que podem variar consoante o software usado.

A composição dos títulos e do conteúdo da carta será feita em Arial.

*Nota: Entre os materiais disponíveis, há um JPG para o cabeçalho do papel timbrado composto pela marca OEI, o grafismo e o significado da sigla por extenso.*

Diagrama de una hoja de carta timbrada con cotas y especificaciones tipográficas. El diagrama muestra un documento con un encabezado que incluye el logo OEI y el nombre de la Organización de Estados Iberoamericanos. El cuerpo de la carta contiene un saludo y un mensaje de felicitación. El pie de página incluye la dirección y datos de contacto de la Secretaría General.

**Cotas:**

- 15 mm (margen superior izquierdo)
- 15 mm (margen superior derecho)
- 15 mm (margen inferior izquierdo)
- 30 mm (margen lateral izquierdo)
- 30 mm (margen lateral derecho)

**Especificaciones tipográficas:**

- Altura de la cabecera / Altura do cabeçalho:** 45 mm
- Margen entre cabecera y contenido / Margem entre cabeçalho e conteúdo:** mínimo 15 mm
- Tipografía / Tipo de letra:** Arial Regular
- Tamaño / Tamanho:** 10 pt
- Interlineado / Espaçamento entre linhas:** 1,15
- Tipografía / Tipo de letra:** Arial Regular
- Tamaño / Tamanho:** 7 pt

**Contenido del documento:**

SG/039/2020  
Excm. Sra. Aurora Egido  
Secretaría de la Real Academia Española  
Madrid, 18 de febrero de 2020

Excelentísima Sra. Egido:

De la manera más atenta me dirijo a usted para hacerle llegar un saludo especial y agradecerle el envío del Anuario de la Real Academia Española correspondiente al presente año.

En mi nombre y en el de la Organización de Estados Iberoamericana le felicito a Vd. y a todos los miembros de la Real Academia por su loable labor de velar por la evolución y adaptación de la lengua española.

Hago propicia la ocasión para enviarle mis más cordiales saludos.

Atentamente,

Sr. D. Mariano Jabonero Blanco  
Secretario General  
Organización de Estados Iberoamericanos  
Para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Bravo Murillo, 38 - 28015 Madrid, España - Tel.: (+34) 91 594 4382 - secretaria.general@oei.es - www.oei.es

## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.12 Invitación

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Convite

#### ES

- La marca encabeza el diseño pero, en este caso, en su versión negativa sobre fondo de color turquesa.
- Al tratarse de una pieza de comunicación externa, se emplea la tipografía "de gala" (archivo).
- Obsérvese la alineación y distribución de los elementos en el espacio.
- Se incluye un mínimo detalle de las tres líneas paralelas corporativas para ilustrar la composición dentro de la foto.

#### PT

- A marca encabeça o design, mas neste caso, na sua versão negativa sobre fundo turquesa.
- Ao tratar-se de uma peça de comunicação externa, emprega-se o tipo de letra "de gala" (Arquivo).
- Presta-se atenção ao alinhamento e à distribuição dos elementos no espaço.
- Inclui um detalhe mínimo das três linhas paralelas corporativas para ilustrar a composição, na foto.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.13 Identificador de sobremesa

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Identificador de mesa

#### ES

- Esta pieza se compondrá idealmente con la tipografía "de gala", ya que es un elemento de ámbito exterior.
- La marca encabeza la pieza seguida de los logos en co-branding. Se compone con la gráfica corporativa acompañando la composición.

#### PT

- Esta peça será composta idealmente com o tipo de letra "de gala", pois se trata de um elemento de comunicação externa.
- A marca encabeça a peça, seguida pelos logotipos em *co-branding*. É composto com o grafismo corporativo, acompanhando a composição.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.14 Nota de prensa

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Comunicado de imprensa

#### ES

- Encabezado compuesto por la marca y el desarrollo del acrónimo, disociados y guardando las proporciones correctas entre sí.
- Uso de tipografía “de diario” para el cuerpo del texto, que estará alineado a la izquierda.

#### PT

- Cabeçalho composto pela marca e pelo significado da sigla por extenso, dissociados e mantendo as proporções corretas entre si.
- Uso de tipo de letra “de uso corrente” para o corpo do texto, que deverá ficar alinhado à esquerda.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.15 Convocatoria de prensa

## Aplicações

### Artigos de papelaria

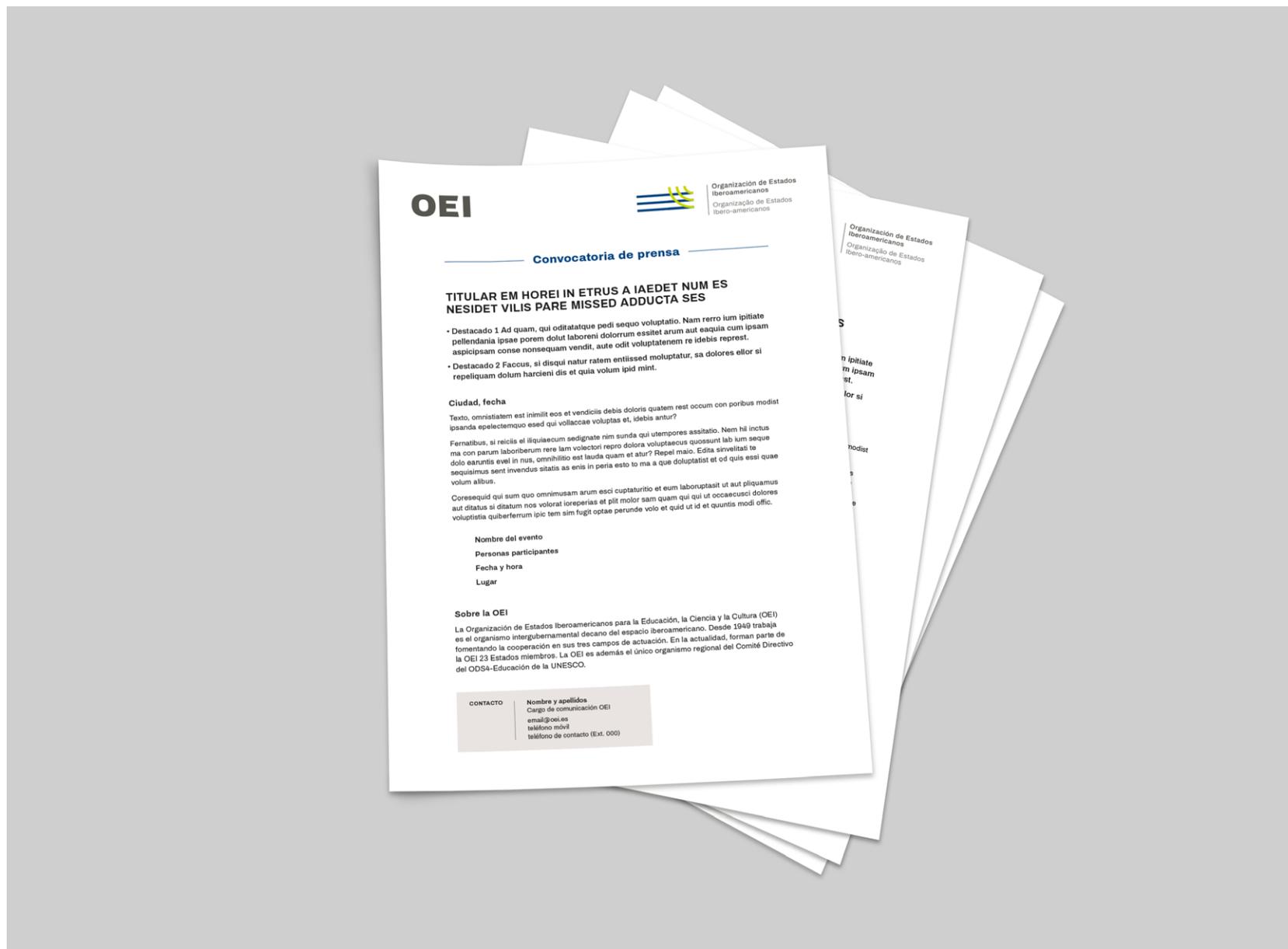
#### Convocatória de imprensa

#### ES

- Para la convocatoria de prensa hemos usado un modelo muy similar al de la nota de prensa. Entendemos que esta manera unifica los documentos del departamento de comunicación.
- Uso de tipografía “de diario” para el cuerpo del texto, que estará alineado a la izquierda.

#### PT

- Para a convocatória de imprensa, usamos um modelo muito semelhante ao do comunicado de imprensa. Entendemos que esta forma unifica os documentos do departamento de comunicação.
- Uso de tipo de letra “de uso corrente” para o corpo do texto, que deverá ficar alinhado à esquerda.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.16 Fax y memorandum

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Fax e memorando

#### ES

- La marca y el desarrollo del acrónimo, disociados y guardando las proporciones correctas entre sí, encabezan el texto.
- El desarrollo del acrónimo se acompaña del detalle gráfico corporativo.
- Uso de tipografía “de diario” para el cuerpo del texto, que está alineado a la izquierda.

#### PT

- A marca e o significado da sigla por extenso, dissociados e mantendo as proporções corretas entre si, formam o cabeçalho do texto.
- O significado da sigla por extenso é acompanhado pelo detalhe do grafismo corporativo.
- Uso de tipo de letra “de uso corrente” para o corpo do texto, que fica alinhado à esquerda.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.17 Ordenes interiores

## Aplicações

### Artigos de papelaria

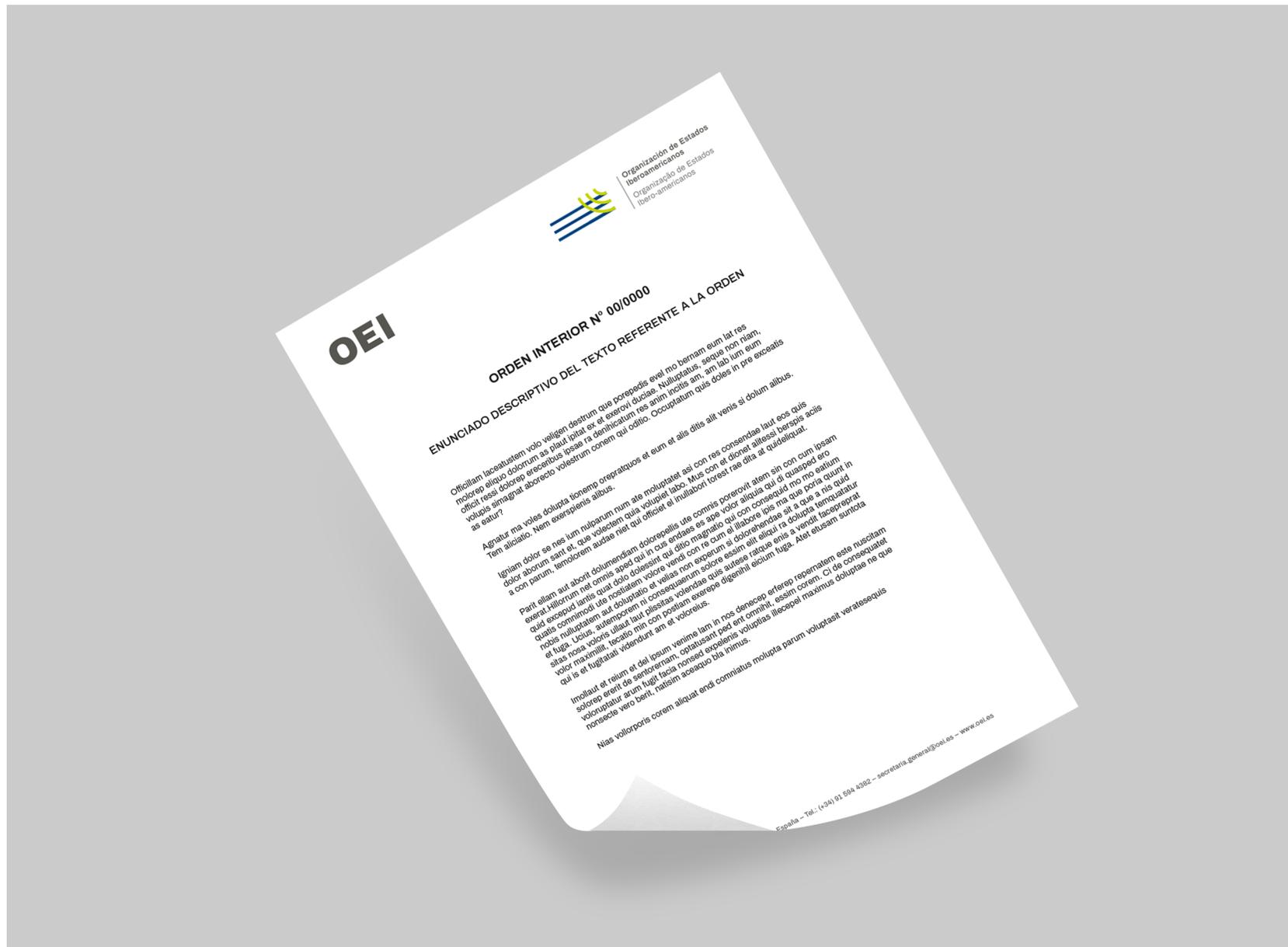
#### Ordens internas

#### ES

- La marca y el desarrollo del acrónimo, disociados y guardando las proporciones correctas entre sí, encabezan el texto.
- El desarrollo del acrónimo se acompaña del detalle gráfico corporativo.
- Uso de tipografía “de diario” para el cuerpo del texto, que está alineado a la izquierda.

#### PT

- A marca e o significado da sigla por extenso, dissociados e mantendo as proporções corretas entre si, formam o cabeçalho do texto.
- O significado da sigla por extenso é acompanhado pelo detalhe do grafismo corporativo.
- Uso de tipo de letra “de uso corrente” para o corpo do texto, que fica alinhado à esquerda.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.18 Folleto

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Folheto

#### ES

- Obsérvese la disposición, alineación y proporciones de los elementos de la pieza asegurando una composición limpia, armónica y equilibrada.
- Marca encabezando la pieza y desarrollo del acrónimo, disociados y guardando las proporciones correctas entre sí.
- Imagen ilustrativa del contenido de la comunicación, escogida según los principios visuales de la marca.
- Juego gráfico cruzando la composición sin estorbar la correcta visibilidad del resto de elementos.
- Textos compuestos en la "tipografía de gala".

#### PT

- Deverão ser considerados a disposição, o alinhamento e as proporções dos elementos da peça, de modo a assegurar uma composição limpa, harmoniosa e equilibrada.
- Marca encabeçando a peça e significado da sigla por extenso, dissociados e mantendo as proporções corretas entre si.
- Imagem ilustrativa do conteúdo da comunicação, escolhida de acordo com os princípios visuais da marca.
- Jogo gráfico que atravessa a composição sem dificultar a visibilidade dos restantes elementos.
- Textos compostos em tipo de letra "de gala".



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.18 Folleto

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Folheto

#### ES

- Fondo blanco acompañado de fondo turquesa.
- Imagen ilustrativa del contenido de la comunicación.
- Juego gráfico dinámico de las tres líneas paralelas corporativas, recorriendo la composición y sin estorbar el texto.
- Textos en español y portugués compuestos en la "tipografía de gala".
- Se podrá hacer uso de bloques de color (dentro de la gama corporativa), que aporten variedad visual y siempre respetando la composición y las alineaciones.

#### PT

- Fundo branco acompanhado por fundo turquesa.
- Imagem ilustrativa do conteúdo da comunicação.
- Jogo gráfico dinâmico das três linhas paralelas corporativas, que percorrem a composição e sem prejudicar o texto.
- Textos em espanhol e português, compostos em tipo de letra "de gala".
- É possível usar blocos de cor (dentro da gama corporativa), que conferem variedade visual, e sempre com respeito pela composição e pelos alinhamentos.



## 6. Aplicaciones

### 6.1 Papelería

#### 6.1.18 Folleto

## Aplicações

### Artigos de papelaria

#### Folheto

ES

- El interior de las piezas de comunicación se compondrán en la misma línea de diseño que los exteriores: espacios en blanco generosos, con destacados en fondo de color.

PT

- O interior das peças de comunicação será composto na mesma linha de design dos exteriores: espaços em branco generosos, com destaques em fundo de cor.



## 6. Aplicaciones

### 6.2 Señalización

#### 6.2.1 Directorios

## Aplicações

### Sinalização

#### Painel informativo

#### ES

- La señalética, cuando sea principal, irá encabezada por la marca y el desarrollo del acrónimo, acompañados de un detalle gráfico corporativo.
- Se resaltarà la planta en que se encuentre, con un fondo de color corporativo.
- Obsérvese el respeto a los principios de equilibrio y armonía en la composición y alineación de elementos.

#### PT

- A sinalização, quando for principal, será encabeçada pela marca e pelo significado da sigla por extenso, acompanhados por um detalhe gráfico corporativo.
- Será destacado o andar onde se situa, com um fundo de cor corporativa.
- Observa-se o respeito pelos princípios de equilíbrio e harmonia na composição e no alinhamento dos elementos.



## 6. Aplicaciones

### 6.2 Señalización

#### 6.2.2 Rótulos direccionales

## Aplicações

### Sinalização

#### Placas direcionais

ES

- Las zonas en la misma dirección se agruparán junto a una misma flecha de dirección.

PT

- As áreas que fiquem na mesma direção agrupam-se junto a uma única seta de direção.



## 6. Aplicaciones

### 6.2 Señalización

#### 6.2.3 Rótulos de localización

## Aplicações

### Sinalização

#### Placas de localização

#### ES

En las composiciones translucidas, como es el caso de metacrilato o cristal, atenderemos al grosor de las líneas para que sean lo suficientemente gruesas como en este ejemplo.

El nombre del cargo se compone en Archivo, la "tipografía de gala".

#### PT

Nas composições translúcidas, como é o caso do acrílico ou do vidro, será observada a grossura das linhas para que sejam suficientemente grossas, tal como neste exemplo.

O nome do cargo é composto em Archivo, o tipo de letra "de gala".



## 6. Aplicaciones

### 6.2 Señalización

#### 6.2.3 Rótulos de localización

## Aplicações

### Sinalização

#### Placas de localização

#### ES

Cuando se dé el caso, el nombre y apellido de la persona se compondrá de esta manera.

#### PT

Quando for o caso, o nome e o sobrenome da pessoa serão compostos da seguinte forma.



## 6. Aplicaciones

### 6.3 Corporativo

#### 6.3.1 Roll-up

## Aplicações

### Corporativo

#### Roll-up

#### ES

- La pieza va encabezada por la marca en su versión negativa según fondo lima.
- Desarrollo del acrónimo disociado, con fondo blanco y guardando las proporciones correctas entre sí.
- Gráfica dinámica de las tres líneas.
- Se incluyen dos bloques de colores corporativos en el fondo, equilibrando la composición y aportando dinamismo cromático al diseño.

#### PT

- A peça é encabeçada pela marca na versão negativa, segundo o fundo lima.
- Significado da sigla por extenso dissociado, com fundo branco e mantendo as proporções corretas entre si.
- Grafismo dinâmico das três linhas.
- São incluídos dois blocos de cores corporativas no fundo, que equilibram a composição e adicionam dinamismo cromático ao design.



## 6. Aplicaciones

### 6.3 Corporativo

#### 6.3.2 Banderas y banderines

## Aplicações

### Corporativo

#### Bandeiras e bandeirinhas

#### ES

En las aplicaciones sobre telas se tendrá en cuenta el diseño, para que tenga validez en los distintos estados que la tela pueda optar, sobre todo izada cuando flamea al viento o en estado de reposo.

#### PT

Nas aplicações em tecidos, o design será levado em consideração, para que seja válido nos diferentes estados que o tecido possa apresentar, sobretudo içada quando o vento sopra e em estado de repouso.



## 6. Aplicaciones

6.3 Corporativo

6.3.3 Sellos de caucho

## Aplicações

Corporativo

Carimbos de borracha

ES

- El sello es una tampografía que no tiene color. Irá en tinta de color negro o azul, dentro de las disponibles en esta técnica.

PT

- O carimbo é uma marcação em bloco que não tem cor. Será usado com tinta preta ou azul, dentro das disponíveis para esta técnica.



## 6. Aplicaciones

### 6.3 Corporativo

#### 6.3.4 Lanyards

## Aplicações

### Corporativo

#### Lanyards

ES

El lanyard va alternando, en todo el largo de la cinta, la marca en su versión positiva sobre fondo blanco (respetando de nuevo sus márgenes de respeto con los límites de la cinta) con tramos de gráfica en colores corporativos.

PT

O *lanyard* vai alternando, em toda a largura da fita, a marca na versão positiva sobre fundo branco (respeitando novamente as margens de proteção com os limites da fita) com seções de grafismo em cores corporativas.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.1 Bolígrafo

## Aplicações

### Merchandising

#### Caneta

#### ES

Los elementos de merchandising irán marcados en su versión positiva o negativa de la marca, según el color de fondo sobre el que deba ir colocado, escogiendo el mejor lugar que asegure su visibilidad de forma clara y elegante.

#### PT

Os elementos de merchandising serão marcados na versão positiva ou negativa da marca, consoante a cor de fundo sobre a qual fique colocado, escolhendo o melhor local que assegure a visibilidade de forma clara e elegante.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.1 Bolígrafo

## Aplicações

### Merchandising

#### Caneta

ES

En aquellos casos en que el espacio lo permita, podrá hacerse uso de elementos gráficos que decoren la pieza armónicamente.

PT

Nos casos em que o espaço permitir, é possível recorrer a elementos gráficos para decorar a peça de forma harmoniosa.



## 6. Aplicaciones

6.4 Merchandising

6.4.2 Lapicero

## Aplicações

Merchandising

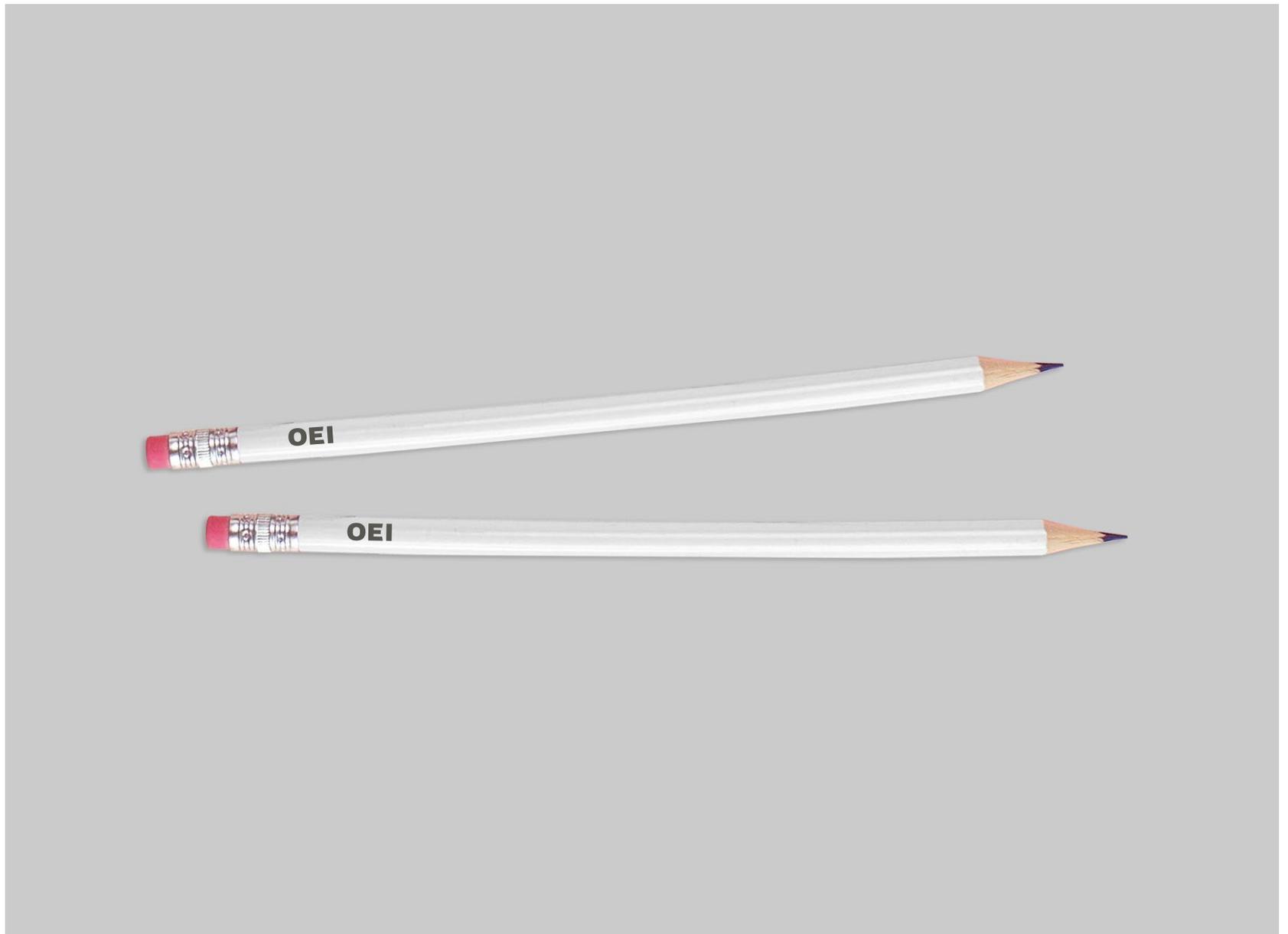
Lápis

ES

La combinación de colores preferiblemente es la marca en color grafito sobre fondo blanco.

PT

A combinação de cores preferencial é a marca em cor de grafite sobre um fundo branco.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.3 Libreta

## Aplicações

### Merchandising

#### Bloco de notas

#### ES

- Preside la marca en su versión negativa al ir sobre fondo de color.
- El desarrollo del acrónimo se sitúa disociado de la marca y guardando las proporciones correctas con ella.
- Se juega con la línea gráfica corporativa, generando caminos variados de dirección y color (corporativos siempre) a lo largo de la composición, respetando el espacio y la alineación del resto de elementos.
- En las piezas promocionales donde se pueda incluir por espacio, será interesante incluir la dirección web de la organización.

#### PT

- A marca em destaque na versão negativa por estar sobre fundo colorido.
- O significado da sigla por extenso surge dissociado da marca e mantendo as proporções corretas para com a mesma.
- Joga-se com a linha gráfica corporativa, gerando caminhos variados de direção e cor (sempre corporativa) ao longo da composição, respeitando o espaço e o alinhamento dos restantes elementos.
- Nas peças promocionais em que o espaço permita incluí-lo, seria interessante incluir o endereço do site da organização.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.4 Cuaderno

## Aplicações

### Merchandising

#### Caderno

#### ES

- Se incluye la marca y el desarrollo del acrónimo, de forma disociada, guardando las proporciones y espaciados correctos.
- La gráfica corporativa recorre el espacio, en diferentes colores y direcciones.
- Se incluyen dos bloques de colores corporativos en el fondo, generando una estructura compositiva armónica.

#### PT

- Inclui a marca e o significado da sigla por extenso, de forma dissociada, mantendo as proporções e espaçamentos corretos.
- O grafismo corporativo percorre o espaço, em diferentes cores e direções.
- São incluídos dois blocos de cores corporativas no fundo, gerando uma estrutura composicional harmoniosa.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.5 Marcapáginas

## Aplicações

### Merchandising

#### Marcadores de livros

#### ES

- El diseño se basa fundamentalmente en el juego de líneas paralelas corporativas trazando recorridos dinámicos y variados a lo largo de la composición sobre fondo blanco.
- La marca aparece en positivo respetando los márgenes de rigor.

#### PT

- O design é fundamentalmente baseado no jogo de linhas paralelas corporativas, traçando percursos dinâmicos e variados ao longo da composição sobre fundo branco.
- A marca aparece em positivo, respeitando as margens de rigor.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.6 Bolsa de papel

## Aplicações

### Merchandising

#### Sacola de papel

#### ES

- Domina la composición el juego gráfico de las tres líneas paralelas corporativas en diferentes direcciones y colores, sobre fondo blanco.
- La marca y el desarrollo del acrónimo conviven de forma disociada y guardando las proporciones y alineaciones correctas.

#### PT

- A composição é dominada pelo jogo gráfico das três linhas paralelas corporativas em diferentes direções e cores, sobre fundo branco.
- A marca e o significado da sigla por extenso coexistem de forma dissociada, mantendo as proporções e os alinhamentos corretos.



## 6. Aplicaciones

6.4 Merchandising

6.4.7 Bolsa de tela

## Aplicações

Merchandising

Sacola de tecido

ES

- Domina la composición el juego gráfico de las tres líneas paralelas corporativas, en diferentes direcciones y colores, sobre el color claro de la bolsa.

PT

- A composição é dominada pelo jogo gráfico das três linhas paralelas corporativas em diferentes direções e cores, sobre o tom claro da sacola.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.8 Llaveros

## Aplicações

### Merchandising

#### Chaveiros

#### ES

- En una cara se dispone la marca sobre fondo de color esmeralda, en su versión negativa.
- En la otra, se hace uso de un juego gráfico de las líneas corporativas, sobre fondo blanco.
- El color esmeralda es una oportunidad de diferenciación; además, tiene muy buena legibilidad.

#### PT

- Num dos lados, surge a marca sobre fundo de cor esmeralda, em versão negativa.
- No outro, é usado um jogo gráfico de linhas corporativas, sobre fundo branco.
- A cor esmeralda é uma oportunidade de diferenciação; além disso, tem uma excelente legibilidade.



## 6. Aplicaciones

6.4 Merchandising

6.4.9 Portalápices

## Aplicações

Merchandising

Porta-lápis

ES

Los productos creados en madera certificada son un buen ejemplo de artículos promocionales, en la cual la gráfica se aplica perfectamente.

PT

Os produtos criados a partir de madeira certificada são um bom exemplo de artigos promocionais, nos quais o grafismo se aplica perfeitamente.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.9 Portalápices

## Aplicações

### Merchandising

#### Porta-lápis

#### ES

La aplicación de marca sobre un elemento corpóreo circular, como puede ser un portalápices, atendermos a disponer la gráfica y la marca en ambas caras del elemento, para no perder la oportunidad de ser vista por el usuario.

#### PT

Na aplicação da marca sobre um elemento de corpo circular, tal como um porta-lápis, teremos o cuidado de exibir o grafismo e a marca em ambas as faces do elemento, para não perder a oportunidade de ser vista pelo usuário.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.10 Pegatinas

## Aplicações

### Merchandising

#### Adesivos

#### ES

- En el fondo se emplea la variedad de colores de la gama cromática corporativa.
- La marca va en su versión negativa sobre fondo de colores, y en su versión positiva gris grafito sobre fondo blanco.
- El diseño se completa con recorridos de las líneas paralelas corporativas.

#### PT

- O fundo usa as várias cores da gama cromática corporativa.
- A marca apresenta-se na versão negativa sobre fundo colorido, e na versão positiva em cinza grafito sobre fundo branco.
- O design é completado com percursos das linhas paralelas corporativas.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.11 Chapas

## Aplicações

### Merchandising

#### Bótons

#### ES

- Se puede observar cómo el juego de líneas y fondos de color pueden funcionar perfectamente en un diseño en ausencia de la marca, por tener suficiente carga identitaria.
- Los colores de fondo pueden cambiar por turquesa, lima, marino y esmeralda. Siempre y cuando se cambie la gráfica por colores legibles y que combinen con el fondo.

#### PT

- É possível observar como o jogo de linhas e fundos coloridos podem funcionar perfeitamente num design, na ausência da marca, por ter carga identitária suficiente.
- As cores de fundo podem ser trocadas por turquesa, lima, azul-marinho e esmeralda. Desde que se troque o grafismo por cores legíveis e que combinem com o fundo.



## 6. Aplicaciones

### 6.4 Merchandising

#### 6.4.12 Camiseta

## Aplicações

### Merchandising

#### Camiseta

#### ES

- Diseño formado únicamente por la marca presidiendo la composición, con aire en abundancia a su alrededor y el juego de líneas paralelas corporativas trazando recorridos dinámicos a lo largo de la composición.

#### PT

- Design formado exclusivamente pela marca, que preside a composição, com bastante espaço à sua volta, e o jogo de linhas paralelas corporativas a traçar percursos dinâmicos através da composição.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.1 Perfil Facebook

## Aplicações

### Aplicações digitais

#### Perfil de Facebook

#### ES

- En la foto de perfil de Facebook aparece la versión en negativo de la marca sobre fondo verde esmeralda.
- Para la cabecera, usaremos un sistema mixto de fotografía y fondo de color con texto. La composición de las cabeceras se expresa más adelante.

#### PT

- Na foto de perfil do Facebook, surge a versão em negativo da marca sobre fundo verde-esmeralda.
- Para o cabeçalho, vamos usar um sistema misto de fotografia e fundo colorido com texto. A composição dos cabeçalhos será especificada posteriormente.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.2 Perfil Flickr

## Aplicações

### Aplicações digitais

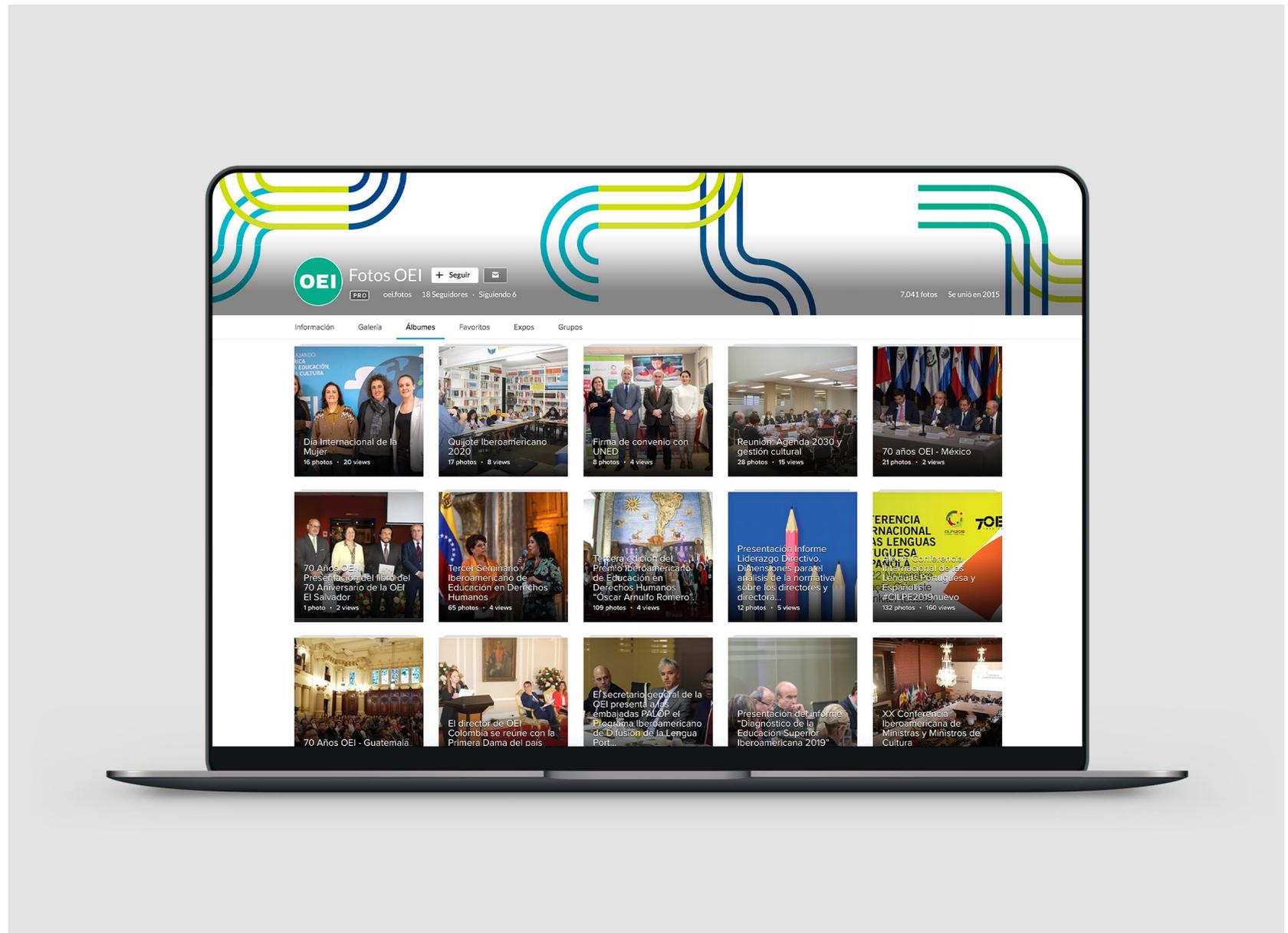
#### Perfil de Flickr

#### ES

- Para Flickr, en la foto de perfil aparece la versión en negativo de la marca sobre fondo verde esmeralda.
- En la cabecera, usar la gráfica corporativa de las líneas dinámicas de color. Usando esta gráfica, evitaremos el corte de la cabecera según la pantalla en la que se visualice.

#### PT

- Para o Flickr, na foto de perfil surge a versão em negativo da marca sobre fundo verde-esmeralda.
- No cabeçalho, usar o grafismo corporativo das linhas coloridas dinâmicas. Ao usar este grafismo, evitaremos o corte do cabeçalho conforme a tela onde for visualizado.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.3 Perfil Twitter

## Aplicações

### Aplicações digitais

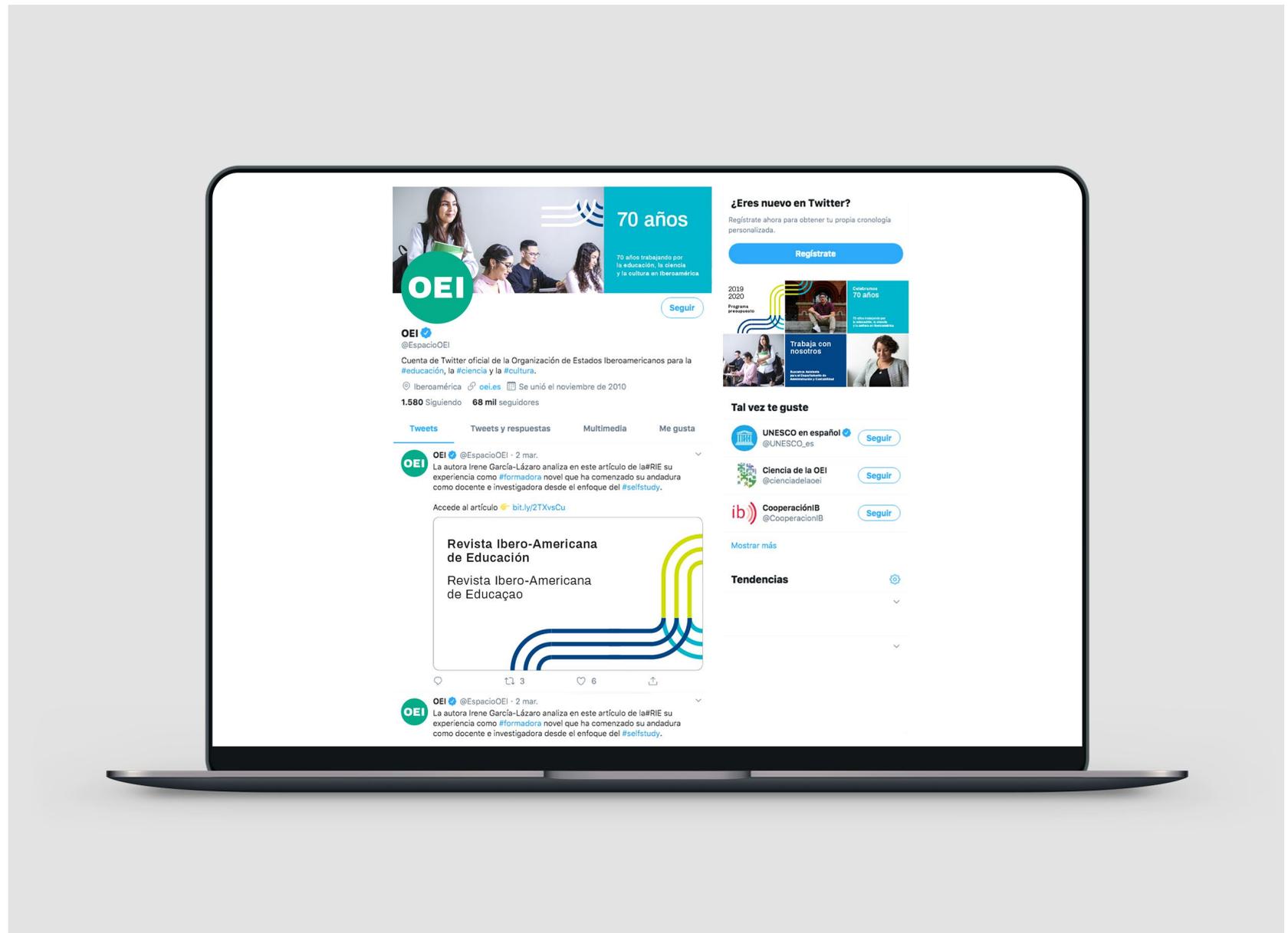
#### Perfil de Twitter

#### ES

- En la foto de perfil para Twitter se usa la versión en negativo de la marca sobre fondo verde esmeralda.
- Para la cabecera, usaremos un sistema mixto de fotografía y fondo de color con texto. La composición de las cabeceras se expresa más adelante.

#### PT

- Na foto de perfil para o Twitter, usamos a versão em negativo da marca sobre fundo verde-esmeralda.
- Para o cabeçalho, vamos usar um sistema misto de fotografia e fundo colorido com texto. A composição dos cabeçalhos será especificada posteriormente.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.4 Perfil Youtube

## Aplicações

### Aplicações digitais

#### Perfil de Youtube

#### ES

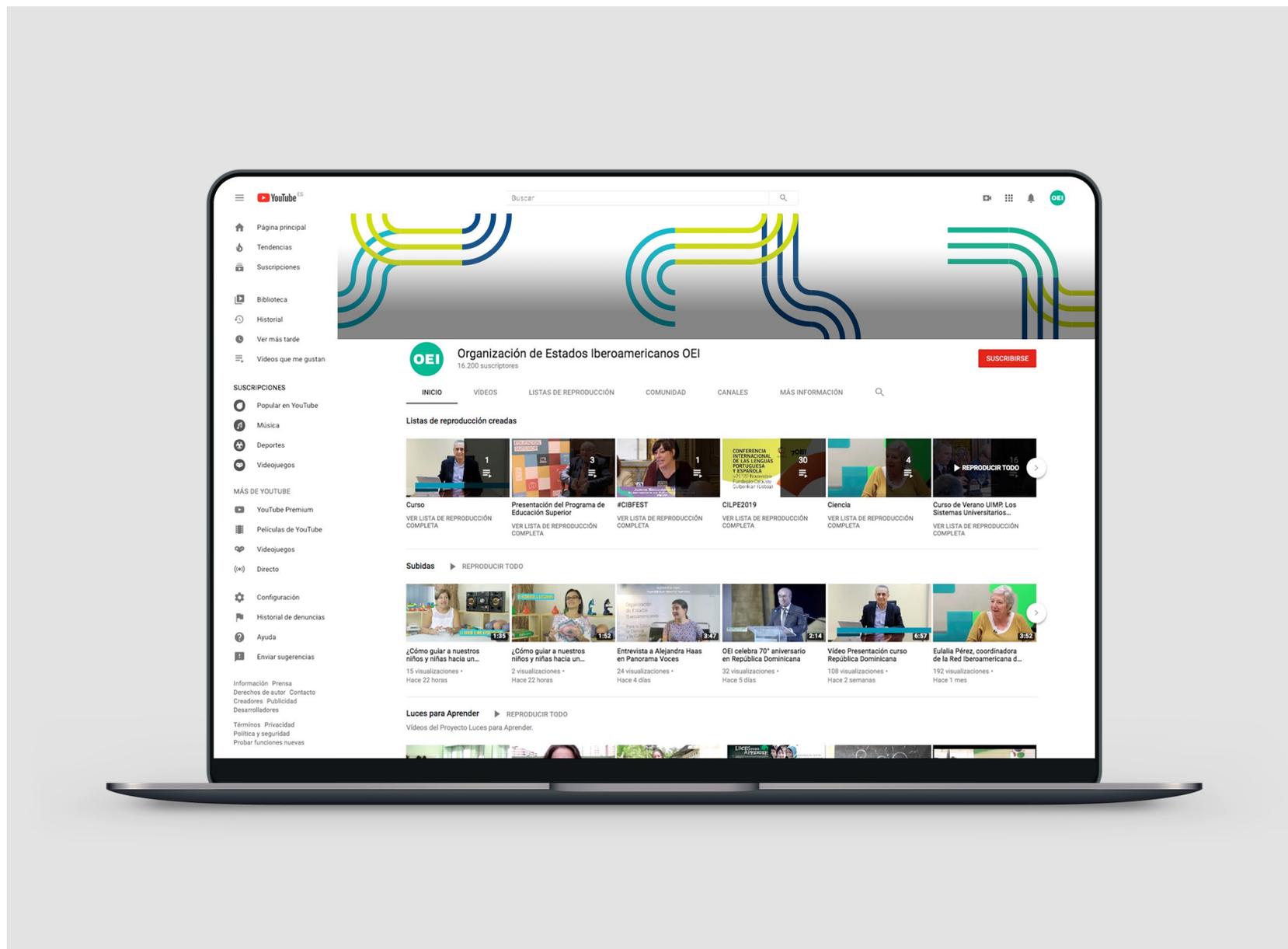
- Para el canal de Youtube, la foto de perfil lleva la versión en negativo de la marca sobre fondo verde esmeralda.

- En la cabecera, usar la gráfica corporativa de las líneas dinámicas de color. Usando esta gráfica, evitaremos el corte de la cabecera según la pantalla en la que se visualice.

#### PT

- Para o canal de Youtube, a foto de perfil apresenta a versão em negativo da marca sobre fundo verde-esmeralda.

- No cabeçalho, usar o grafismo corporativo das linhas coloridas dinâmicas. Ao usar este grafismo, evitaremos o corte do cabeçalho conforme a tela onde for visualizado.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.5 Perfil LinkedIn

## Aplicações

### Aplicações digitais

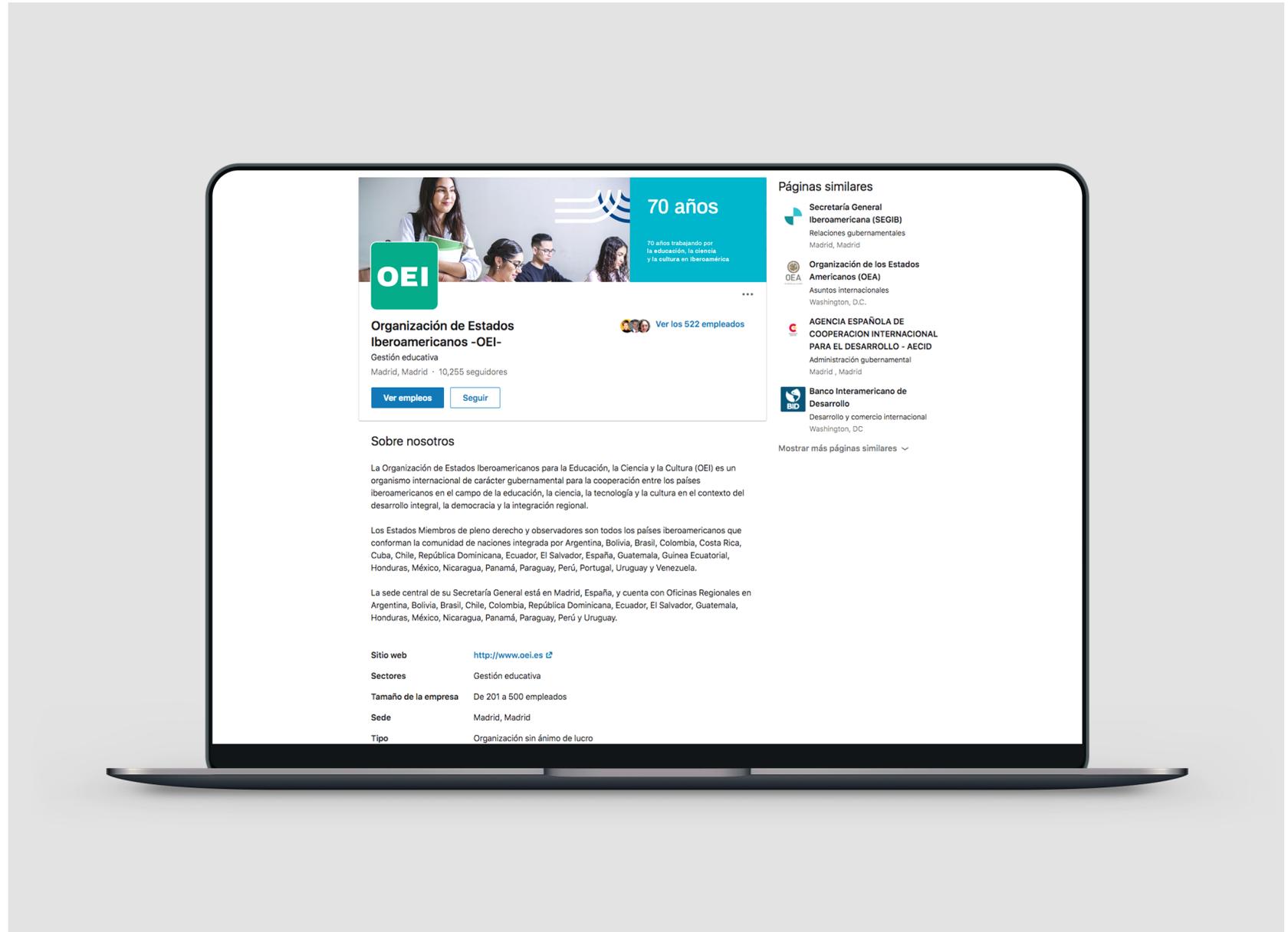
#### Perfil de LinkedIn

#### ES

- En la página de LinkedIn, la foto de perfil va en la versión en negativo de la marca sobre fondo verde esmeralda.
- Para la cabecera, usaremos un sistema mixto de fotografía y fondo de color con texto. La composición de las cabeceras se expresa más adelante.

#### PT

- Na página de LinkedIn, a foto de perfil será a versão em negativo da marca sobre fundo verde-esmeralda.
- Para o cabeçalho, vamos usar um sistema misto de fotografia e fundo colorido com texto. A composição dos cabeçalhos será especificada posteriormente.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.6 Perfil Instagram

## Aplicações

### Aplicações digitais

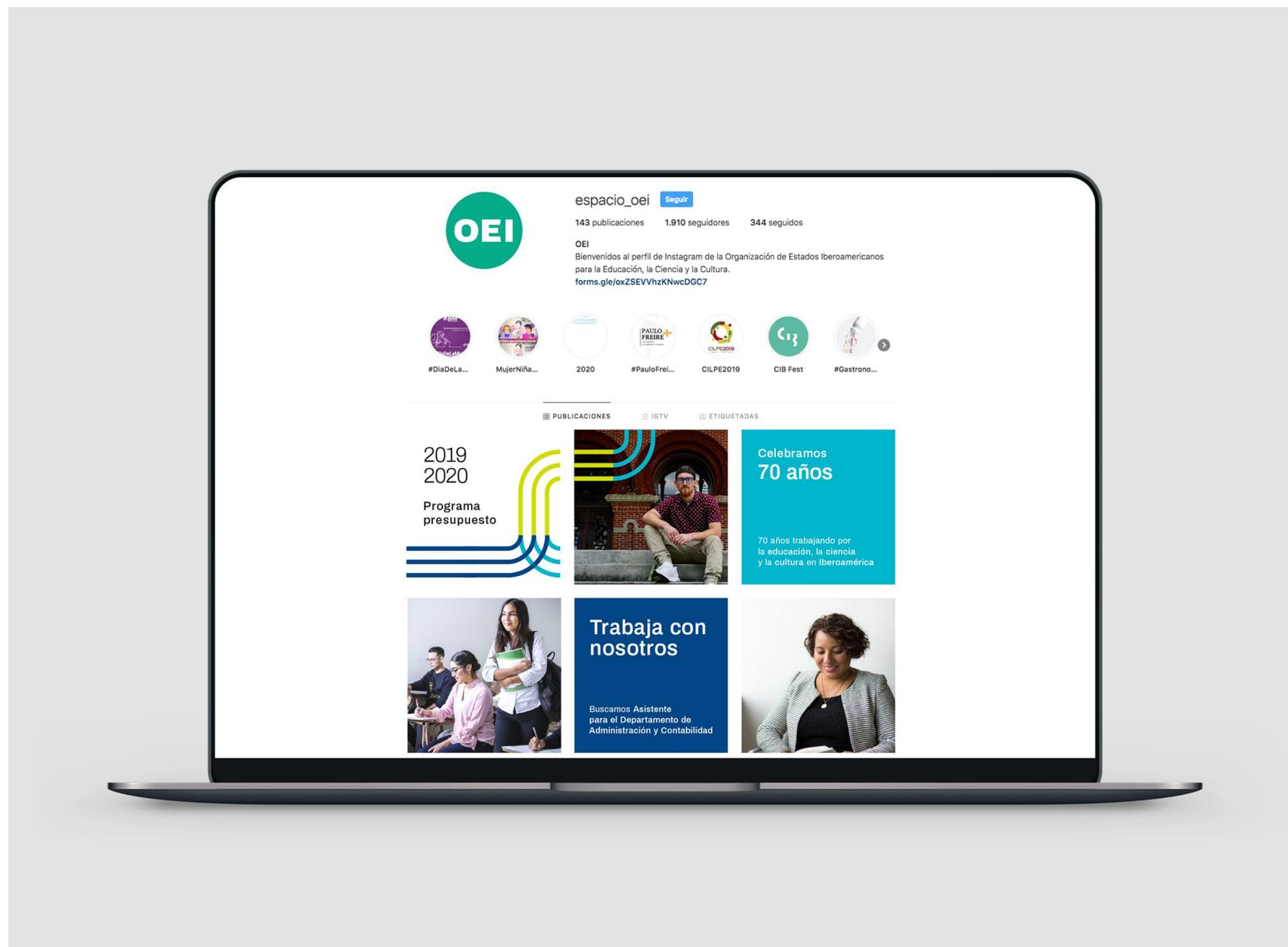
#### Perfil de Instagram

#### ES

- Para la cuenta de Instagram, la foto de perfil va en su versión en negativo de la marca sobre fondo verde esmeralda.
- Para el feed, idealmente se alternarán fotografías de personas con composiciones de gráfica corporativa y mensajes con texto en blanco. Se usará la tipografía "de gala" sobre fondo de color corporativo, a ser posible alternado los colores entre las diferentes publicaciones; esto generará un efecto visual atractivo y variado.

#### PT

- Para a conta de Instagram, a foto de perfil será a versão em negativo da marca sobre fundo verde-esmeralda.
- Para o *feed*, o ideal será alternar fotografias de pessoas com composições de grafismo corporativo e mensagens com texto em branco. Deverá ser usado o tipo de letra "de gala" sobre fundo de cor corporativa, se possível alternando as cores entre as diferentes publicações; isso cria um efeito visual atraente e variado.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.7 Perfil redes sociales

## Aplicações

### Aplicações digitais

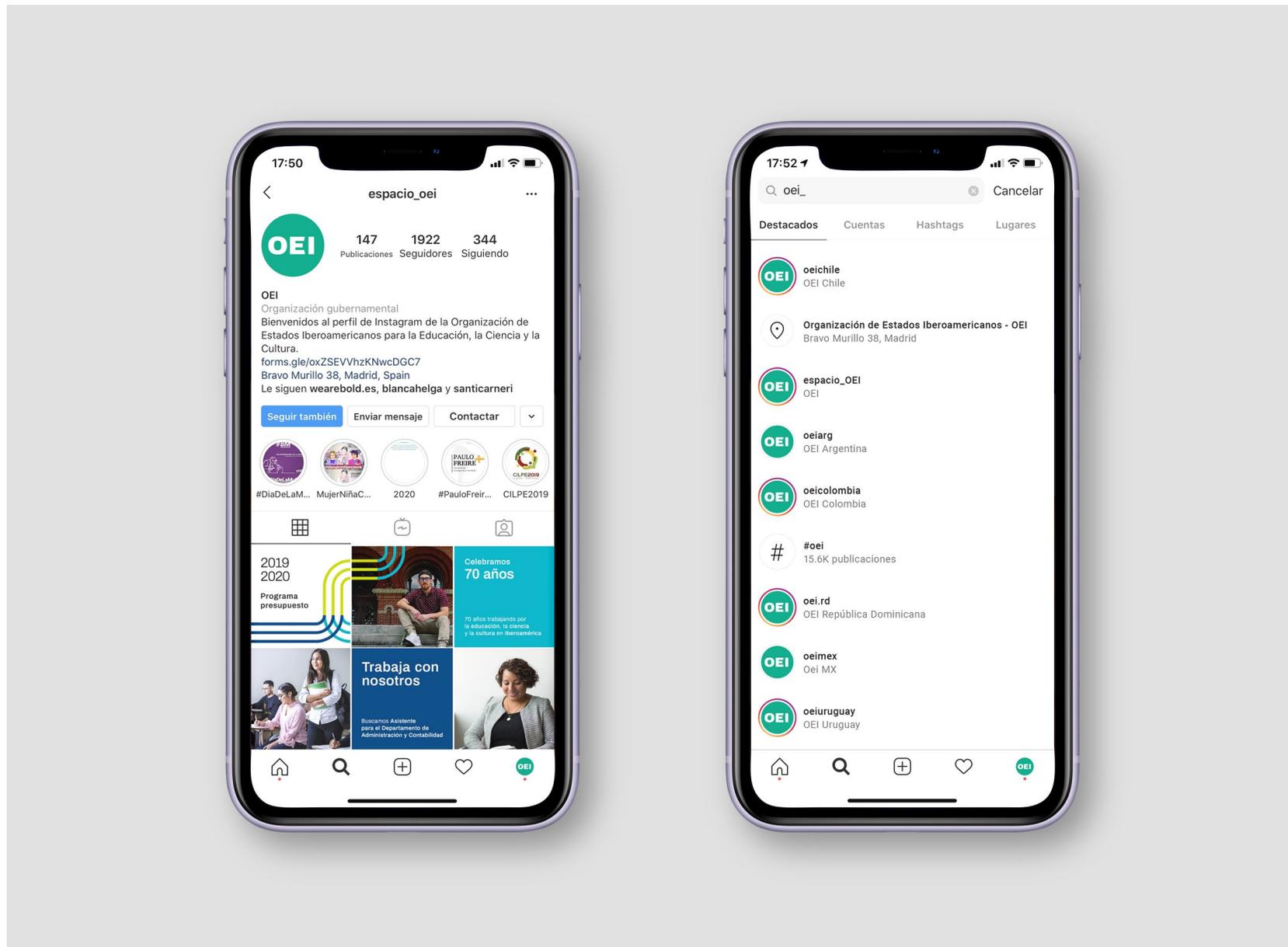
#### Perfil de redes sociais

#### ES

- Para esta foto de perfil se usará la versión en negativo de la marca sobre fondo verde esmeralda.
- Las RRSS de las diferentes oficinas de la OEI conservarán el mismo icono de perfil (marca sobre fondo esmeralda), especificando su pertenencia en el nombre de usuario, como se puede comprobar en la pantalla derecha.

#### PT

- Para esta foto de perfil, será usada a versão em negativo da marca sobre fundo verde-esmeralda.
- As redes sociais dos diversos escritórios da OEI deverão usar o mesmo ícone de perfil (marca sobre fundo esmeralda), especificando a proveniência no nome de usuário, tal como se pode observar na tela à direita.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.8 Favicon

## Aplicações

### Aplicações digitais

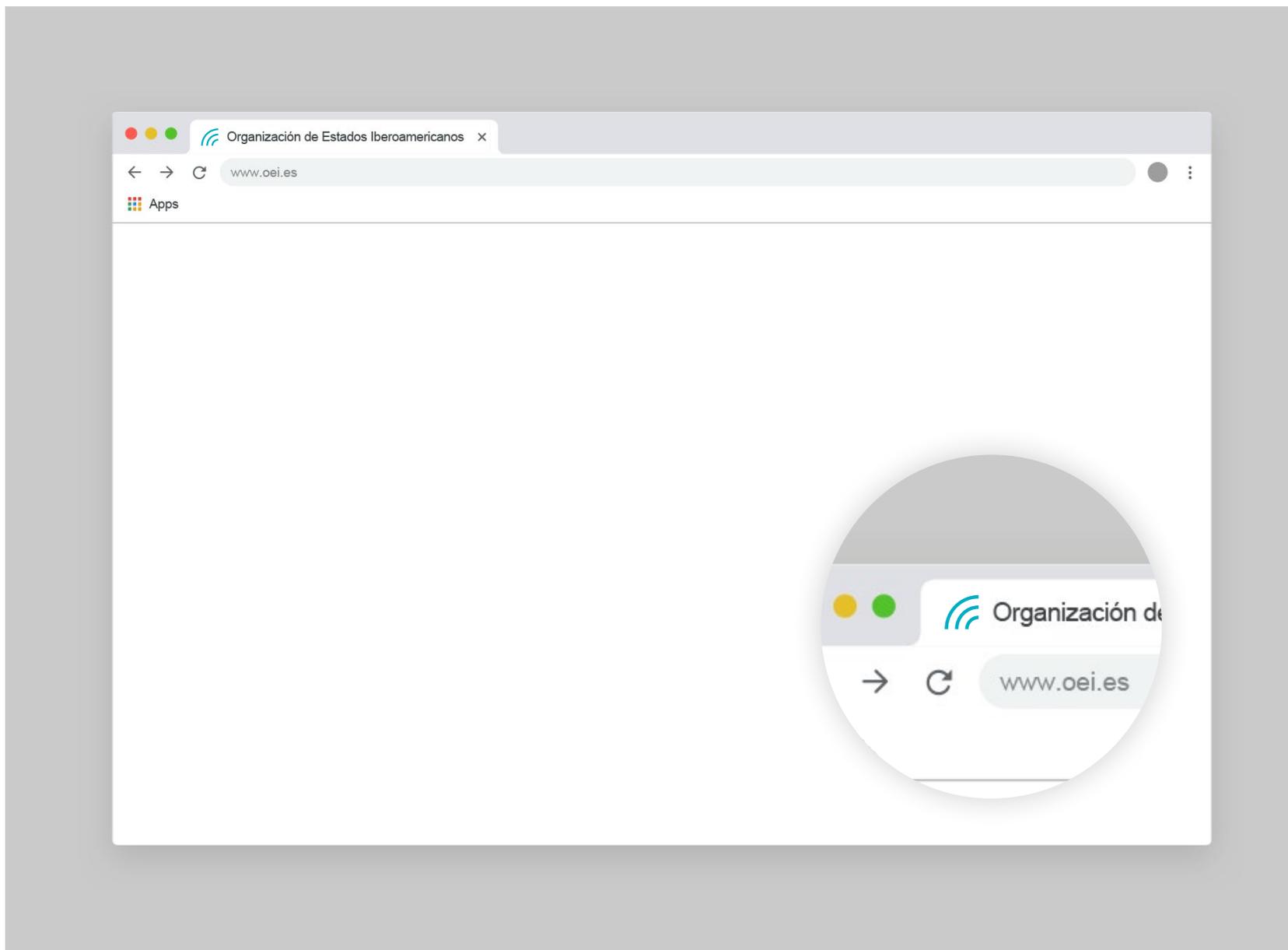
#### Favicon

ES

El favicon es el icono de página: una pequeña imagen corporativa asociada a la página web. En este caso, está formado por las tres líneas curvas en color turquesa.

PT

O favicon é o ícone do site: uma pequena imagem corporativa associada ao site. Neste caso, é formado pelas três linhas curvas de cor turquesa.



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.9 Firma email

## Aplicações

### Aplicações digitais

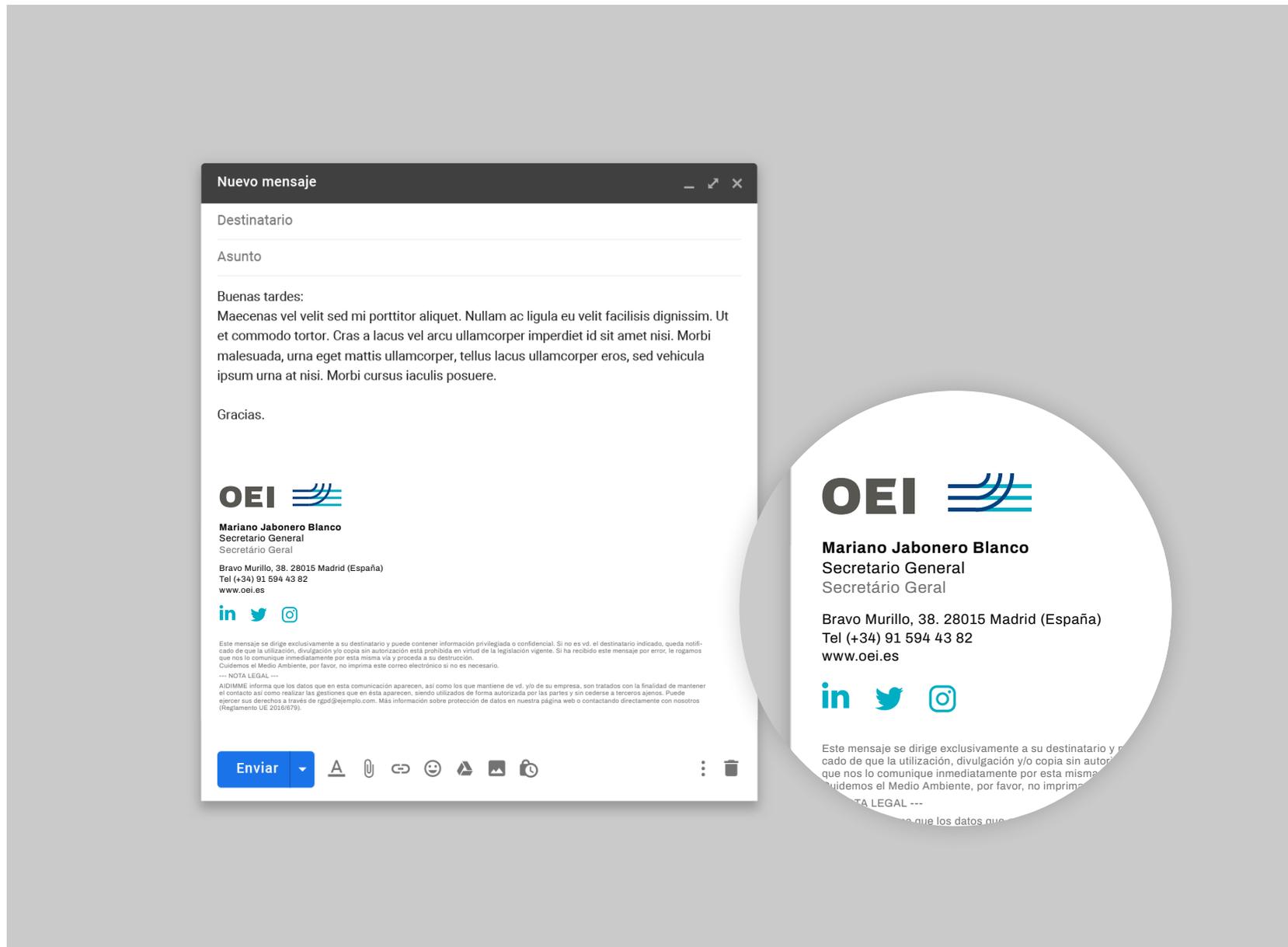
#### Assinatura de e-mail

#### ES

La firma corporativa en los e-mails irá encabezada por la marca junto con un detalle de la línea gráfica corporativa. Los datos del remitente irán compuestos en Arial (la tipografía “de diario”).

#### PT

A assinatura corporativa nos e-mails será encabeçada pela marca, juntamente com um detalhe da linha gráfica corporativa. Os dados do remetente serão compostos em Arial (o tipo de letra “de uso corrente”).



## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.10 Newsletter

## Aplicações

### Aplicações digitais

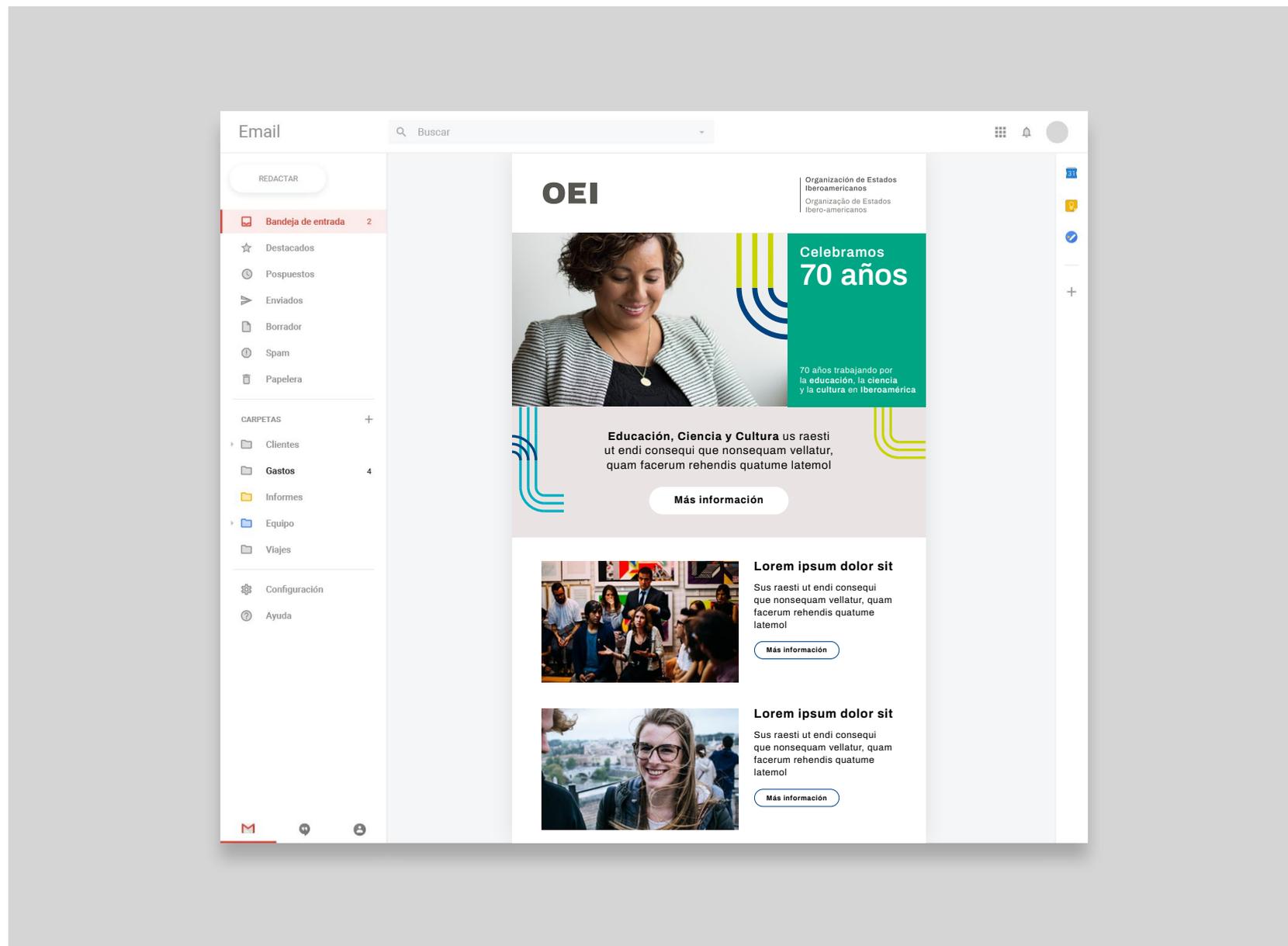
#### Newsletter

ES

La newsletter va encabezada con la marca en positivo y muestra varias fotos de personas relacionadas con la OEI. Los elementos gráficos de líneas curvas y rectas en colores corporativos acompañan, de manera discreta, las imágenes y el texto.

PT

A *newsletter* leva o cabeçalho com a marca em positivo e mostra várias fotos de pessoas relacionadas com a OEI. Os elementos gráficos de linhas curvas e retas em cores corporativas acompanham, discretamente, as imagens e o texto.



## 6. Aplicaciones

6.5 Aplicaciones digitales

6.5.11 Banner web

## Aplicações

Aplicações digitais

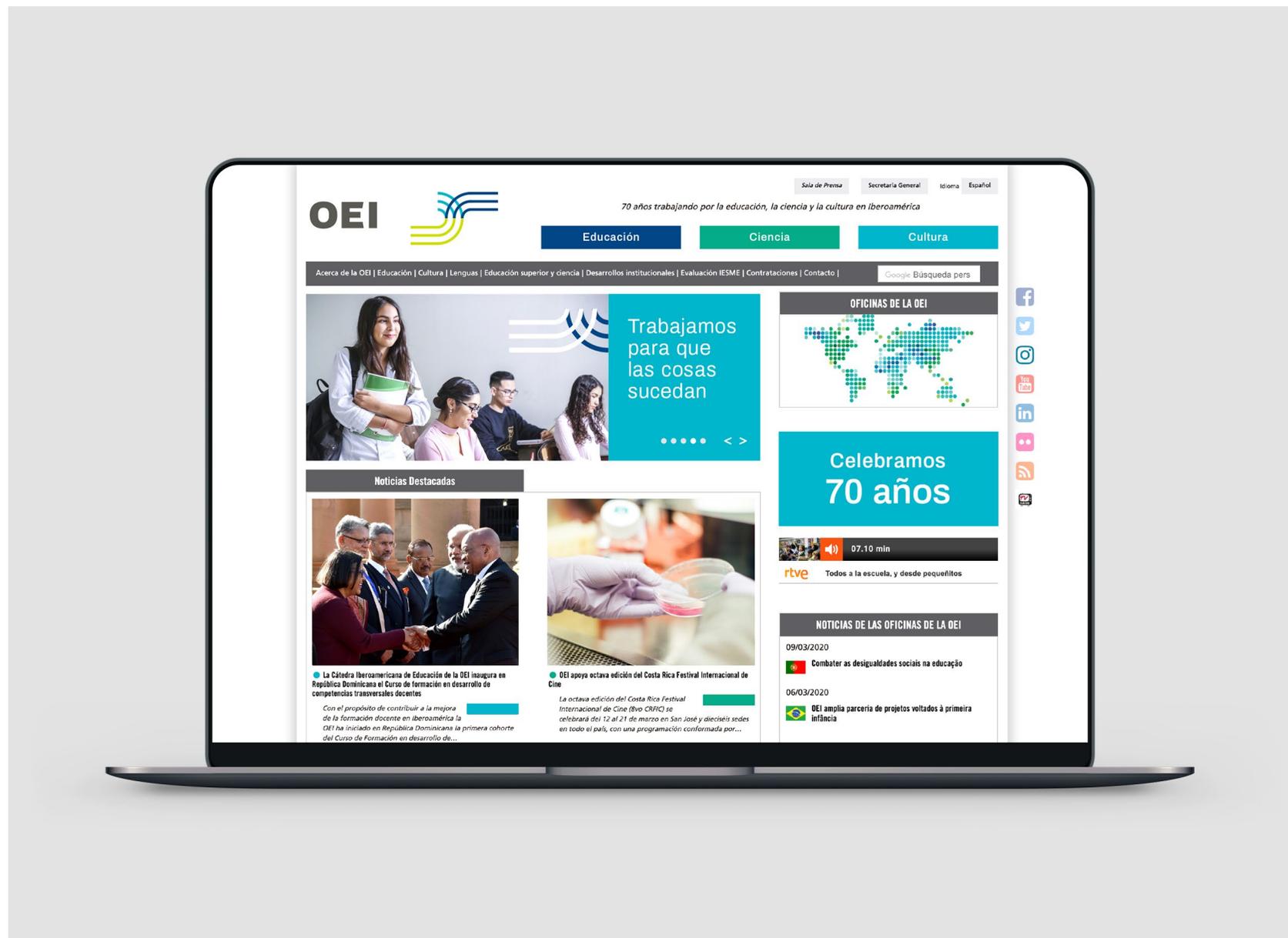
Banner web

ES

En esta aplicación, hacemos una interpretación de la antigua página web con la nueva gráfica.

PT

Nesta aplicação, fazemos uma interpretação do site antigo com o novo grafismo.



## 6. Aplicaciones Aplicações

### 6.5 Aplicaciones digitales

### Aplicações digitais

#### 6.5.12 Proporción imágenes digitales

#### Proporção das imagens digitais

ES

Esta es una guía básica para componer cabeceras y banners digitales para personal no profesional del diseño, pero que tenga que crear publicaciones.

La pieza gráfica digital básica irá compuesta por: fotografía + detalle gráfico corporativo + texto blanco sobre bloque de color.

- La imagen siempre deberá ocupar la mitad o más del espacio disponible.
- Idealmente, se cumplirá la regla de los tres tercios, ocupando la imagen 2/3 y el texto 1/3 del espacio.
- El juego de líneas corporativas irá sobre la fotografía, siempre que el espacio y su composición lo permitan y no estorben la visibilidad.

PT

O presente é um guia básico para compor cabeçalhos e banners digitais para pessoal não profissional do design, mas que precise de criar publicações.

A peça gráfica digital básica será composta por: fotografia + detalhe gráfico corporativo + texto branco sobre bloco colorido.

- A imagem deverá sempre ocupar, pelo menos, a metade do espaço disponível.
- Idealmente, deverá ser cumprida a regra dos três terços, ocupando a imagem 2/3, e o texto 1/3 do espaço.
- O jogo de linhas corporativas deverá ficar sobre a fotografia, sempre que o espaço e a respetiva composição o permitam e não prejudiquem a visibilidade.



Se cumple la regla de dedicar 2/3 del espacio a la fotografía, y 1/3 al color plano y texto

É cumprida a regra de dedicar 2/3 do espaço à fotografia e 1/3 à cor lisa e ao texto



Aunque no se cumple la regla de los tercios, la fotografía ocupa más del 50% del espacio

Embora não seja cumprida a regra dos dois terços, a fotografia ocupa mais de 50% do espaço

## 6. Aplicaciones

### 6.5 Aplicaciones digitales

#### 6.5.12 Proporción imágenes digitales

## Aplicações

### Aplicações digitais

#### Proporção das imagens digitais

ES

Aquí podemos ver las versiones prohibidas de la proporción de las imágenes digitales.

La imagen fotográfica siempre será mayor que la parte de color con texto.

PT

Aqui, podemos ver as versões proibidas da proporção das imagens digitais.

A imagem fotográfica será sempre maior do que a parte de cor com texto.

#### Versiones prohibidas — Versões proibidas



En ambos casos la fotografía ocupa menos del 50% del espacio

Em ambos os casos, a fotografia ocupa menos de 50% do espaço



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

### 7.1 Sin arquitectura de marca Sem arquitetura de marca

ES

En este proceso estratégico observamos que la oportunidad de comunicación y notoriedad de la marca OEI estaba muy diluida en sus programas y publicaciones.

A falta de un sistema de arquitectura de marca, la organización producía una cantidad de submarcas diversas que no ayudaban a visibilizar la OEI.

Entendemos que un programa no necesita ser identificado con un logotipo propio. Necesita ser identificado como parte de la OEI, porque es la OEI.

Una oficina de la OEI no necesita un logotipo propio. Necesita ser identificada como la OEI, porque es la OEI.

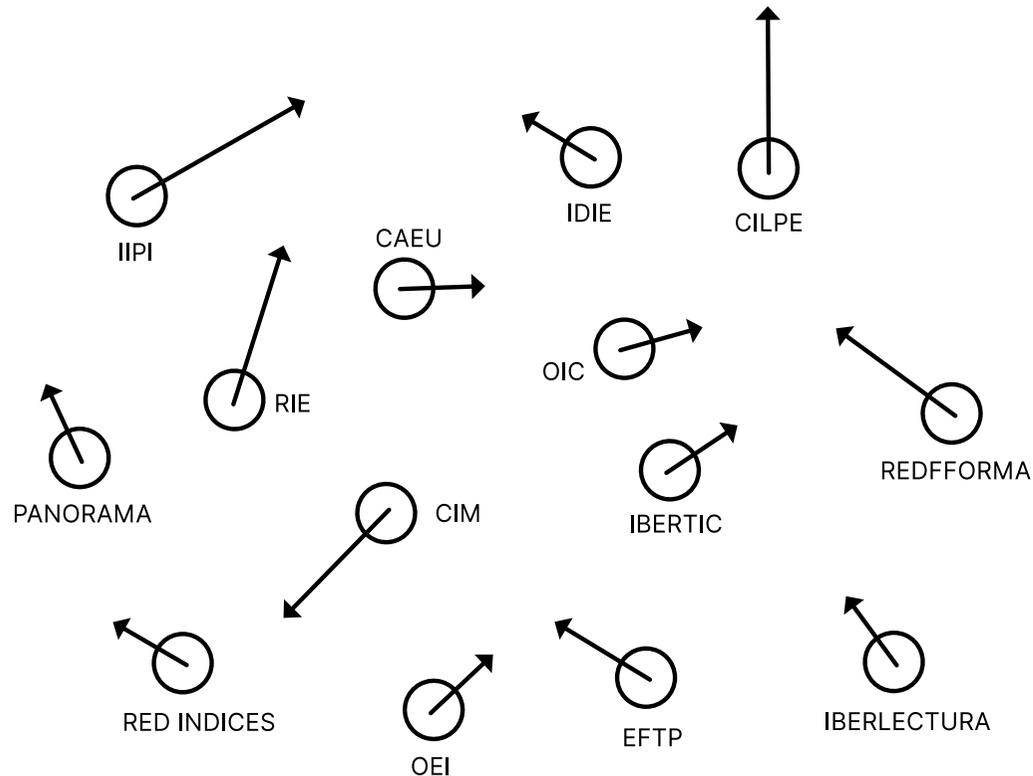
PT

Neste processo estratégico, observamos que a oportunidade de comunicação e notoriedade da marca OEI se encontrava muito diluída nos seus programas e publicações.

À falta de um sistema de arquitetura de marca, a organização produzia várias submarcas diversas que não ajudavam a dar visibilidade à OEI.

Entendemos que um programa não precisa de ser identificado com um logotipo próprio. Precisa de ser identificado como parte da OEI, porque é a OEI.

Um escritório da OEI não precisa do seu próprio logotipo. Precisa de ser identificado como a OEI, porque é a OEI.



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

### 7.1 Arquitectura de marca

### Arquitetura de marca

ES

La nueva arquitectura de marca tiene la intención de visibilizar y potenciar la marca OEI.

Primero está la marca y su posición privilegiada en las composiciones.

Inmediatamente le acompaña la gráfica, representación de la cadena de valor que caracteriza a la organización.

Con estos dos elementos tenemos la capa superior de la gráfica corporativa.

Debajo, conjugamos los dos elementos nombrados con composiciones tipográficas de los nombres de los programas.

Sumando elementos gráficos puros (cuadrado, elipse, diamante), damos respuesta a la necesidad comunicativa de los programas y publicaciones, tan importantes en la organización.

Es importante entender que todos los programas y publicaciones tienen que estar bajo el paraguas de la marca OEI.

PT

A nova arquitetura de marca pretende dar visibilidade e potenciar a marca OEI.

Em primeiro lugar, está a marca e a sua posição privilegiada nas composições.

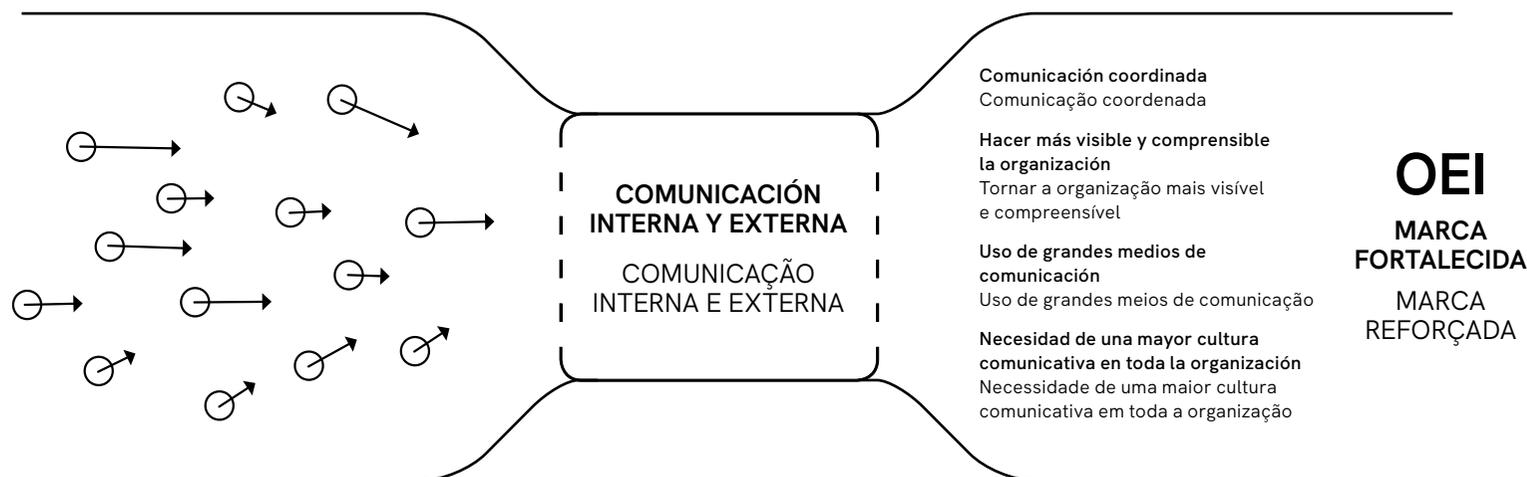
Seguidamente, é acompanhado pelo grafismo, representação da cadeia de valor que caracteriza a organização.

Com esses dois elementos, temos a camada superior do grafismo corporativo.

Abaixo, conjugamos os dois elementos referidos com composições tipográficas dos nomes dos programas.

Somando elementos gráficos puros (quadrado, elipse, diamante), damos resposta à necessidade comunicativa dos programas e publicações, tão importantes na organização.

É importante compreender que todos os programas e publicações têm de estar sob a égide da marca OEI.



# OEI

Gráfica de la marca  
Grafismo da marca



Programas  
Programas

**2019**  
**2020**  
Programa presupuesto

Revista  
**IBERO AMERICANA**  
de Educación / Educação

**Diagnóstico**  
de la educación superior en iberoamérica  
**2020**

INSTITUTO IBEROAMERICANO  
**para la educación y la productividad**

Revista Iberoamericana  
**de Ciencia, Tecnología y Sociedad**

**Evaluación Paulo Freire**  
Informe de evaluación de la fase piloto del programa

**CILPE**  
**2020**

## 7. Programas y publicaciones

### 7.1 Programa presupuesto

## Programas e publicações

### Programa Orçamento

ES

El Programa Presupuesto es una publicación corporativa de la OEI, por lo tanto la gráfica que se aplica es la propia de la organización.

Aplicamos la identidad a esta publicación empezando con una composición tipográfica con la tipografía de gala. Evitaremos los acrónimos. La composición será lo más compacta posible.

PT

O Programa Orçamento é uma publicação corporativa da OEI, e como tal, o grafismo aplicável é o da própria organização.

Aplicamos a identidade a esta publicação começando com uma composição tipográfica assente no tipo de letra “de gala”. Evitaremos as siglas. A composição será o mais compacta possível.

2019  
2020

Programa  
presupuesto

## 7. Programas y publicaciones

### 7.1 Programa presupuesto

## Programas e publicações

### Programa Orçamento

ES

El Programa Presupuesto es una publicación corporativa de la OEI, por lo tanto la gráfica que se aplica es la propia de la organización.

Aquí se muestra una publicación en papel del Programa Presupuesto. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

O Programa Orçamento é uma publicação corporativa da OEI, e como tal, o grafismo aplicável é o da própria organização.

Aqui, podemos ver uma publicação em papel do Programa Orçamento. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.1 Programa presupuesto

## Programas e publicações

### Programa Orçamento

ES

El Programa Presupuesto es una publicación corporativa de la OEI, por lo tanto la gráfica que se aplica es la propia de la organización.

Aquí se muestra un roll up del Programa Presupuesto. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica y tipografía.

PT

O Programa Orçamento é uma publicação corporativa da OEI, e como tal, o grafismo aplicável é o da própria organização.

Aqui, podemos ver um *roll-up* do Programa Orçamento. É uma composição mista: contém marca, grafismo e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.1 Programa presupuesto

## Programas e publicações

### Programa Orçamento

ES

Aquí se muestra la aplicación de banner en web de la publicación Programa Presupuesto

PT

Aqui, mostramos a aplicação do banner no site da publicação Programa Orçamento.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.1 Programa presupuesto

## Programas e publicações

### Programa Orçamento

ES

Aquí se muestra una publicación en el feed de Instagram del Programa Presupuesto. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, podemos ver uma publicação no *feed* do Instagram do Programa Orçamento. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.2 Revista Iberoamericana

## Programas e publicações

### Revista Ibero-americana

#### ES

La Revista Iberoamericana de Educación, es una publicación de la OEI y, como tal, responde a la gráfica de la misma.

Aplicamos la identidad a esta publicación empezando con una composición tipográfica con la tipografía de gala. Evitaremos los acrónimos. La composición será lo más compacta posible.

#### PT

A Revista Ibero-americana de Educação é uma publicação da OEI e, como tal, obedece ao grafismo desta.

Aplicamos a identidade a esta publicação começando com uma composição tipográfica assente no tipo de letra “de gala”. Evitaremos as siglas. A composição será o mais compacta possível.



# Revista IBERO AMERICANA de Educación / Educação

## 7. Programas y publicaciones

### 7.2 Revista Iberoamericana

## Programas e publicações

### Revista Ibero-americana

ES

En esta aplicación de gráfica a la publicación Revista Iberoamericana de Educación, hemos recreado con la nueva gráfica elementos que la publicación tenía para que, recordando a la antigua publicación, se vea con la nueva imagen renovada.

PT

Nesta aplicação do grafismo à publicação Revista Ibero-americana de Educação, recriámos elementos já existentes na publicação com o novo grafismo para que, fazendo lembrar a publicação antiga, seja vista com a nova imagem renovada.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.2 Revista Iberoamericana

## Programas e publicações

### Revista Ibero-americana

ES

Aquí se muestra una publicación en papel de la Revista Iberoamericana de Educación. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, podemos ver uma publicação em papel da Revista Ibero-americana de Educação. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

7.2 Revista Iberoamericana

Revista Ibero-americana

ES

Aquí se muestra un roll up de la Revista Iberoamericana de Educación. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, mostramos um *roll-up* da Revista Ibero-americana de Educação. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

### 7.2 Revista Iberoamericana

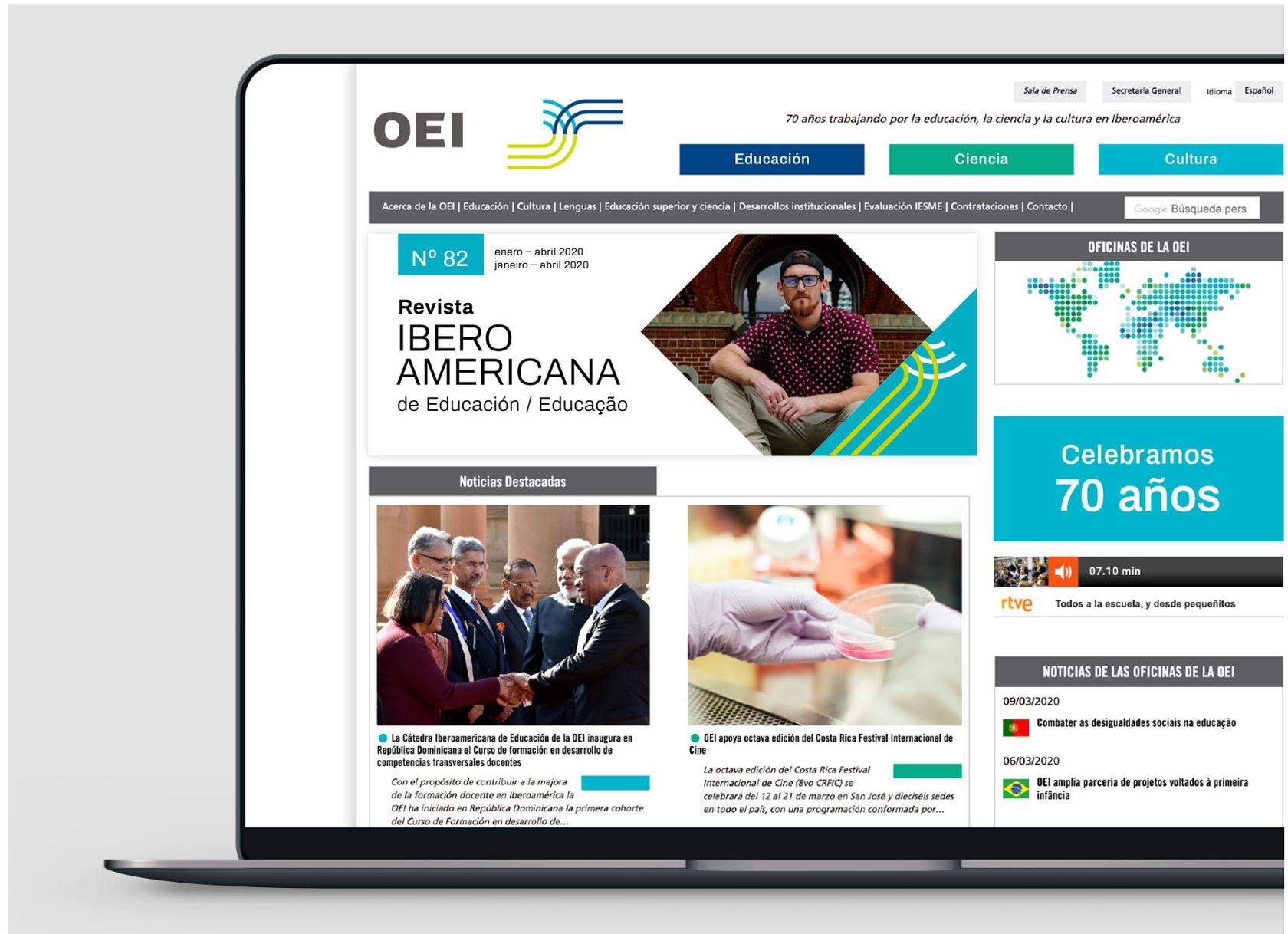
### Revista Ibero-americana

ES

Aquí se muestra la aplicación de banner web de la publicación Revista Iberoamericana de Educación, conservando los elementos esenciales cómo son las diagonales de color o la caja de la fotografía en forma de rombo.

PT

Aqui, podemos ver a aplicação do banner web da publicação Revista Ibero-americana de Educação, conservando os elementos essenciais, como por exemplo as diagonais coloridas ou a caixa da fotografia em forma de losango.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.2 Revista Iberoamericana

## Programas e publicações

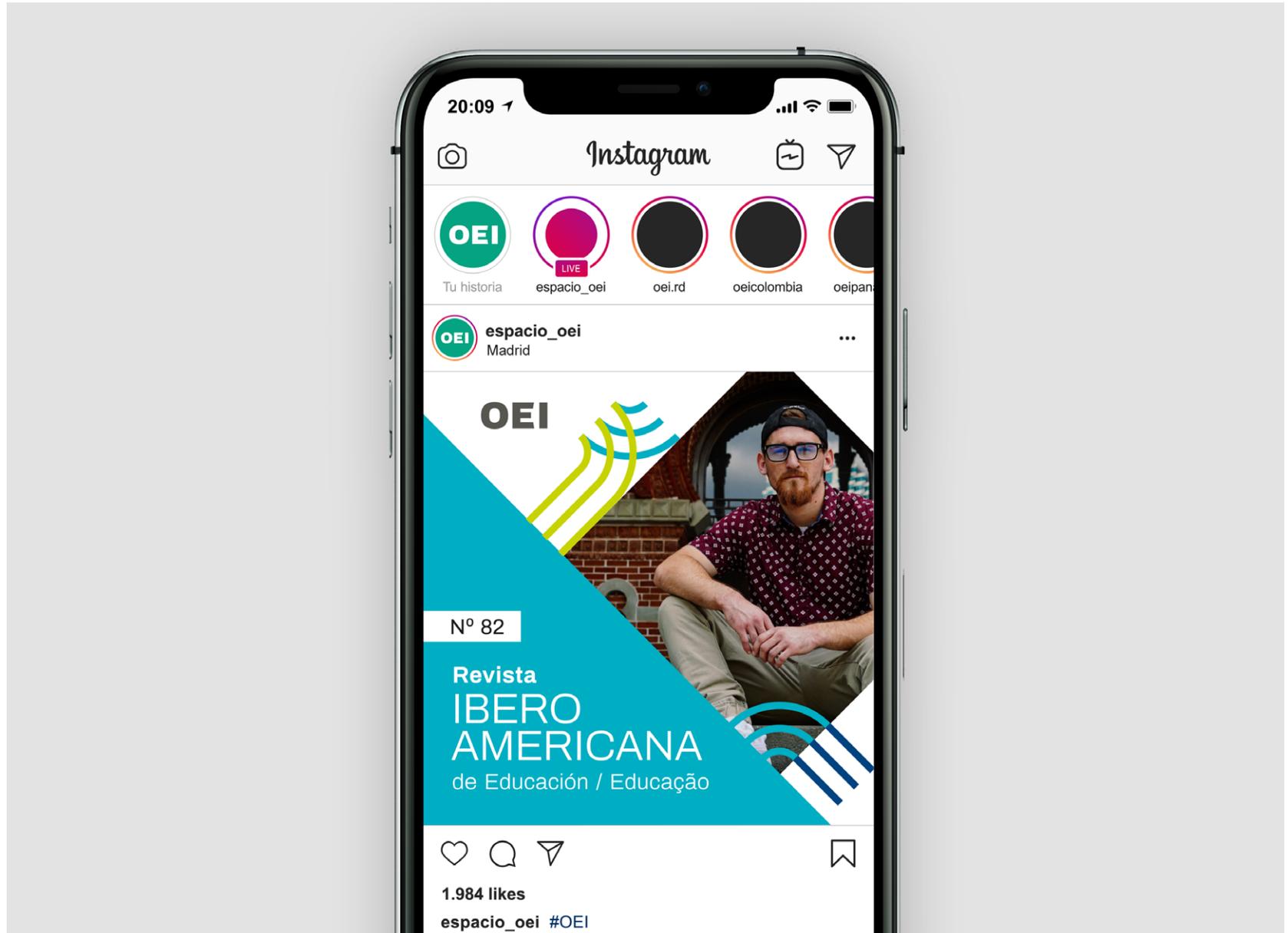
### Revista Ibero-americana

ES

Aquí se muestra una publicación en el feed de Instagram de la Revista Iberoamericana de Educación. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, podemos ver uma publicação no feed de Instagram da Revista Ibero-americana de Educação. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



ES

Diagnóstico para la educación superior en Iberoamérica es una publicación de la OEI y cómo tal responde a la gráfica de la misma.

Aplicamos la identidad a esta publicación empezando con una composición tipográfica con la tipografía de gala. Evitaremos los acrónimos. La composición será lo más compacta posible.

PT

O Diagnóstico para a Educação Superior nos Países Ibero-americanos é uma publicação da OEI e, como tal, obedece ao grafismo desta.

Aplicamos a identidade a esta publicação começando com uma composição tipográfica assente no tipo de letra “de gala”. Evitaremos as siglas. A composição será o mais compacta possível.

# Diagnóstico de la educación superior en Iberoamérica 2020

## 7. Programas y publicaciones

### 7.3 Diagnóstico educación

## Programas e publicações

### Diagnóstico da Educação

ES

Diagnóstico para la educación superior en iberoamerica es una publicación de la OEI y cómo tal responde a la gráfica de la misma. Cómo en el resto de publicaciones se ha intentado componer elementos gráficos básicos, como son estos cuadrados de color, que su conjunto forman una especie de "L", la cual recuerda a la composición de la cubierta anterior.

PT

O Diagnóstico para a Educação Superior nos Países Ibero-americanos é uma publicação da OEI e, como tal, obedece ao grafismo desta. Tal como nas restantes publicações, houve uma tentativa de compor elementos gráficos básicos, como estes quadrados coloridos, que em conjunto, formam uma espécie de "L", que recorda a composição da capa anterior.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.3 Diagnóstico educación

## Programas e publicações

### Diagnóstico da Educação

ES

Aquí se muestra una publicación en papel del Diagnóstico de la educación superior en Iberoamérica. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, podemos ver uma publicação em papel do Diagnóstico da Educação Superior nos Países Ibero-americanos. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.3 Diagnóstico educación

## Programas e publicações

### Diagnóstico da Educação

ES

Aquí se muestra un roll up del programa Diagnóstico de la educación superior en Iberoamérica. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica y tipografía.

PT

Na figura, podemos ver um *roll-up* do programa Diagnóstico da Educação Superior nos Países Ibero-americanos. É uma composição mista: contém marca, grafismo e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.3 Diagnóstico educación

## Programas e publicações

### Diagnóstico da Educação

ES

Aquí se muestra la aplicación de banner web de la publicación Diagnóstico de la educación superior en iberoamérica, conservando los elementos esenciales como son los cuadrados de color y fotografía cuadrada que componen una "L" que recuerda a la anterior publicación.

PT

Aqui, mostra-se a aplicação do banner web da publicação Diagnóstico da Educação Superior nos Países Ibero-americanos, mantendo os elementos essenciais como quadrados coloridos e fotografia quadrada que compõem um "L", que faz lembrar a publicação anterior.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.3 Diagnóstico educación

## Programas e publicações

### Diagnóstico da Educação

ES

Aquí se muestra una publicación del feed de Instagram de Diagnóstico de la educación superior en iberoamerica. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica y tipografía.

PT

Aqui, podemos ver uma publicação do feed de Instagram do Diagnóstico da Educação Superior nos Países Ibero-americanos. É uma composição mista: contém marca, grafismo e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

7.4 Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad (IIEYP)

## Programas e publicações

Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade (IIEYP)

ES

El Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad es un programa de la OEI y como tal atiende a la gráfica corporativa.

Aplicamos la identidad a esta publicación empezando con una composición tipográfica con la tipografía de gala. Evitaremos los acrónimos. La composición será lo más compacta posible.

PT

O Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade é um programa da OEI, e como tal, obedece ao grafismo corporativo.

Aplicamos a identidade a esta publicação começando com uma composição tipográfica assente no tipo de letra “de gala”. Evitaremos as siglas. A composição será o mais compacta possível.

# INSTITUTO IBEROAMERICANO para la Educación y la Productividad

## 7. Programas y publicaciones

7.4 Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad (IIEYP)

ES

El Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad es un programa de la OEI y como tal atiende a la gráfica corporativa.

Como en el resto de publicaciones, se ha intentado componer elementos gráficos básicos, como la elipse que contiene la fotografía. Acompañada de la gráfica y el color turquesa, crea un conjunto diferencial para el programa dentro del marco de la identidad gráfica de la OEI.

PT

O Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade é um programa da OEI, e como tal, obedece ao grafismo corporativo.

Tal como nas restantes publicações, houve uma tentativa de compor elementos gráficos básicos, como a elipse que contém a fotografia. Acompanhada pelo grafismo e pela cor turquesa, cria um conjunto diferenciado para o programa, mas enquadrado na identidade gráfica da OEI.

## Programas e publicações

Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade (IIEYP)



## 7. Programas y publicaciones

7.4 Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad (IIEYP)

ES

El Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad es un programa de la OEI y como tal atiende a la gráfica corporativa. En este caso hemos recreado una posible publicación, usando un marco fotográfico en forma de arco, dentro de la caja de color turquesa con gráfica corporativa.

Las composiciones tipográficas ayudan a distinguir las distintas publicaciones y programas, por eso es importante componerlas, si se puede, de la misma manera en todas las aplicaciones.

PT

O Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade é um programa da OEI, e como tal, obedece ao grafismo corporativo.

Neste caso, recriamos uma possível publicação usando uma moldura fotográfica em forma de arco, dentro da caixa de cor turquesa com grafismo corporativo.

As composições tipográficas ajudam a distinguir as diferentes publicações e programas, daí a importância de compô-las, sempre que possível, da mesma forma em todas as aplicações.

## Programas e publicações

Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade (IIEYP)



## 7. Programas y publicaciones

7.4 Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad (IIEYP)

ES

Aquí se muestra un roll up del Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Na figura, podemos ver um *roll-up* do Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.

## Programas e publicações

Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade (IIEYP)



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

7.4 Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad (IIEYP)

Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade (IIEYP)

ES

Aquí se muestra la aplicación de banner web del programa Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad. Para hacer esta adaptación es importante trasladar la composición tipográfica y el marco de la foto en forma de arco, así como la gráfica y el color.

PT

Aqui, mostramos a aplicação do banner web do programa Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade. Para fazer esta adaptação, é importante transferir a composição tipográfica e a moldura da foto em forma de arco, bem como o grafismo e a cor.



## 7. Programas y publicaciones

7.4 Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad (IIEYP)

ES

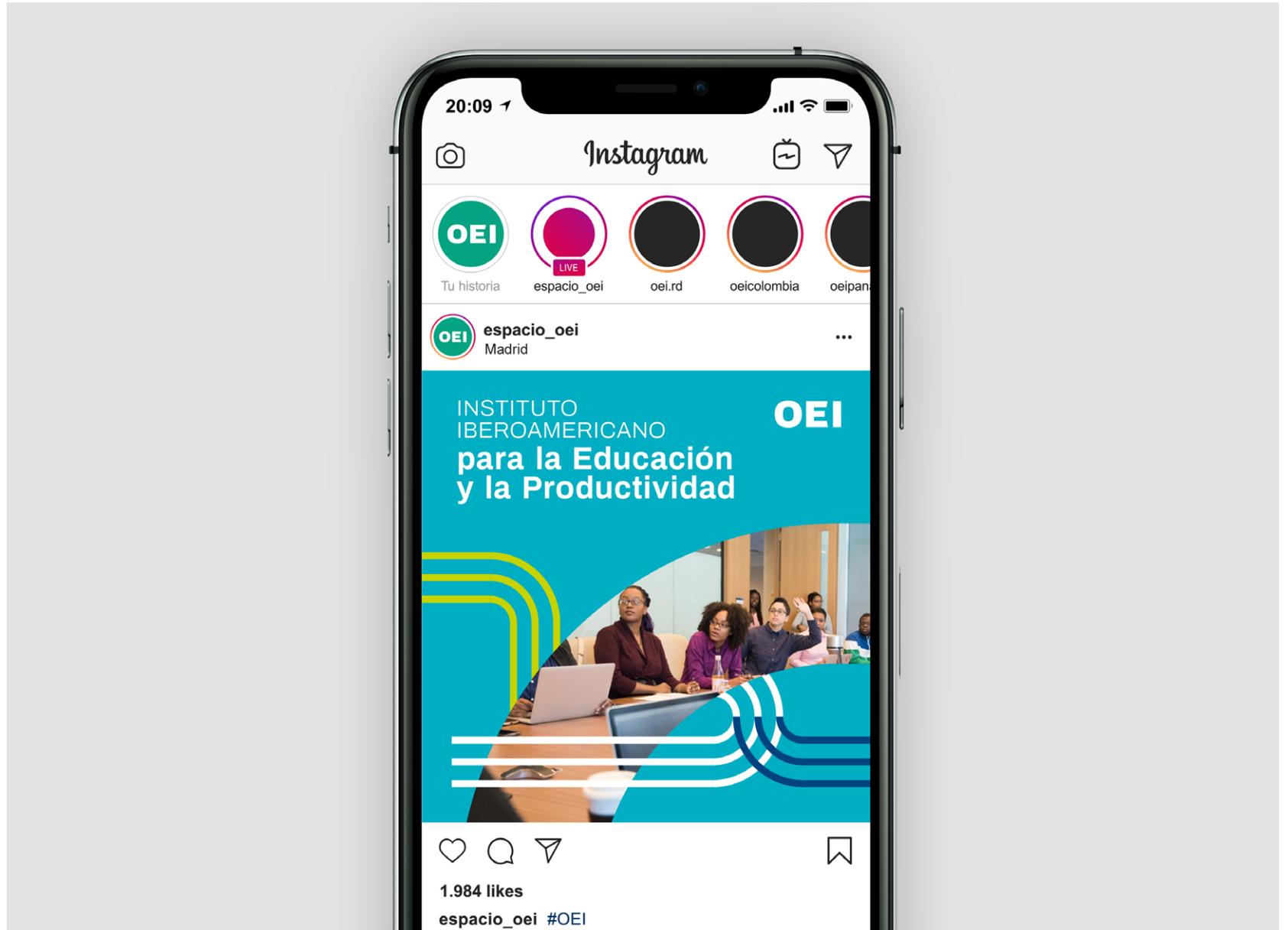
Aquí se muestra una publicación del feed de Instagram del Instituto Iberoamericano para la educación y la productividad. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, vemos uma publicação do *feed* de Instagram do Instituto Iberoamericano para a Educação e a Produtividade. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.

## Programas e publicações

Instituto Ibero-americano para a Educação e a Produtividade (IIEYP)



## 7. Programas y publicaciones

### 7.5 Revista CTS

## Programas e publicações

### Revista CTS

#### ES

Para la publicación Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad, hemos trasladado la gráfica propia de la organización a una composición que recuerda la anterior publicación.

Aplicamos la identidad a esta publicación empezando con una composición tipográfica con la tipografía de gala. Evitaremos los acrónimos. La composición será lo más compacta posible.

#### PT

Para a publicação Revista Iberoamericana de Ciência, Tecnologia e Sociedade, transferimos o grafismo próprio da organização para uma composição que faz lembrar a publicação anterior.

Aplicamos a identidade a esta publicação começando com uma composição tipográfica assente no tipo de letra “de gala”. Evitaremos as siglas. A composição será o mais compacta possível.

# Revista Iberoamericana de **Ciencia,** **Tecnología** y **Sociedad**

## 7. Programas y publicaciones

### 7.5 Revista CTS

## Programas e publicações

### Revista CTS

ES

Para la publicación Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad, hemos trasladado la gráfica propia de la organización a una composición que recuerda la anterior publicación.

Como en el resto de publicaciones, se ha intentado componer elementos gráficos básicos, como son el cuadrado que contiene la fotografía virada a turquesa. Acompañado de la gráfica, crea un conjunto diferencial para el programa dentro del marco de la identidad de la OEI.

PT

Para a publicação Revista Ibero-americana de Ciência, Tecnologia e Sociedade, transferimos o grafismo próprio da organização para uma composição que faz lembrar a publicação anterior.

Tal como nas restantes publicações, houve uma tentativa de compor elementos gráficos básicos, como o quadrado que contém a fotografia em tons de turquesa. Acompanhado pelo grafismo, cria um conjunto diferenciado para o programa que se enquadra na identidade da OEI.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.5 Revista CTS

## Programas e publicações

### Revista CTS

ES

Para la publicación Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad, hemos trasladado la gráfica propia de la organización a una composición que recuerda la anterior publicación.

PT

Para a publicação Revista Iberoamericana de Ciência, Tecnologia e Sociedade, transferimos o grafismo próprio da organização para uma composição que faz lembrar a publicação anterior.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.5 Revista CTS

## Programas e publicações

### Revista CTS

ES

Aquí se muestra un roll up de la Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, mostramos um *roll-up* da Revista Ibero-americana de Ciência, Tecnologia e Sociedade. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.5 Revista CTS

## Programas e publicações

### Revista CTS

ES

Aquí se muestra la aplicación de banner web de la publicación Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad.

Las composiciones tipográficas ayudan a distinguir las distintas publicaciones y programas, por eso es importante componerlas, si se puede, de la misma manera en todas las aplicaciones

PT

Aqui, mostra-se a aplicação do banner web da publicação Revista Ibero-americana de Ciência, Tecnologia e Sociedade.

As composições tipográficas ajudam a distinguir as diferentes publicações e programas, daí a importância de compô-las, sempre que possível, da mesma forma em todas as aplicações.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.5 Revista CTS

## Programas e publicações

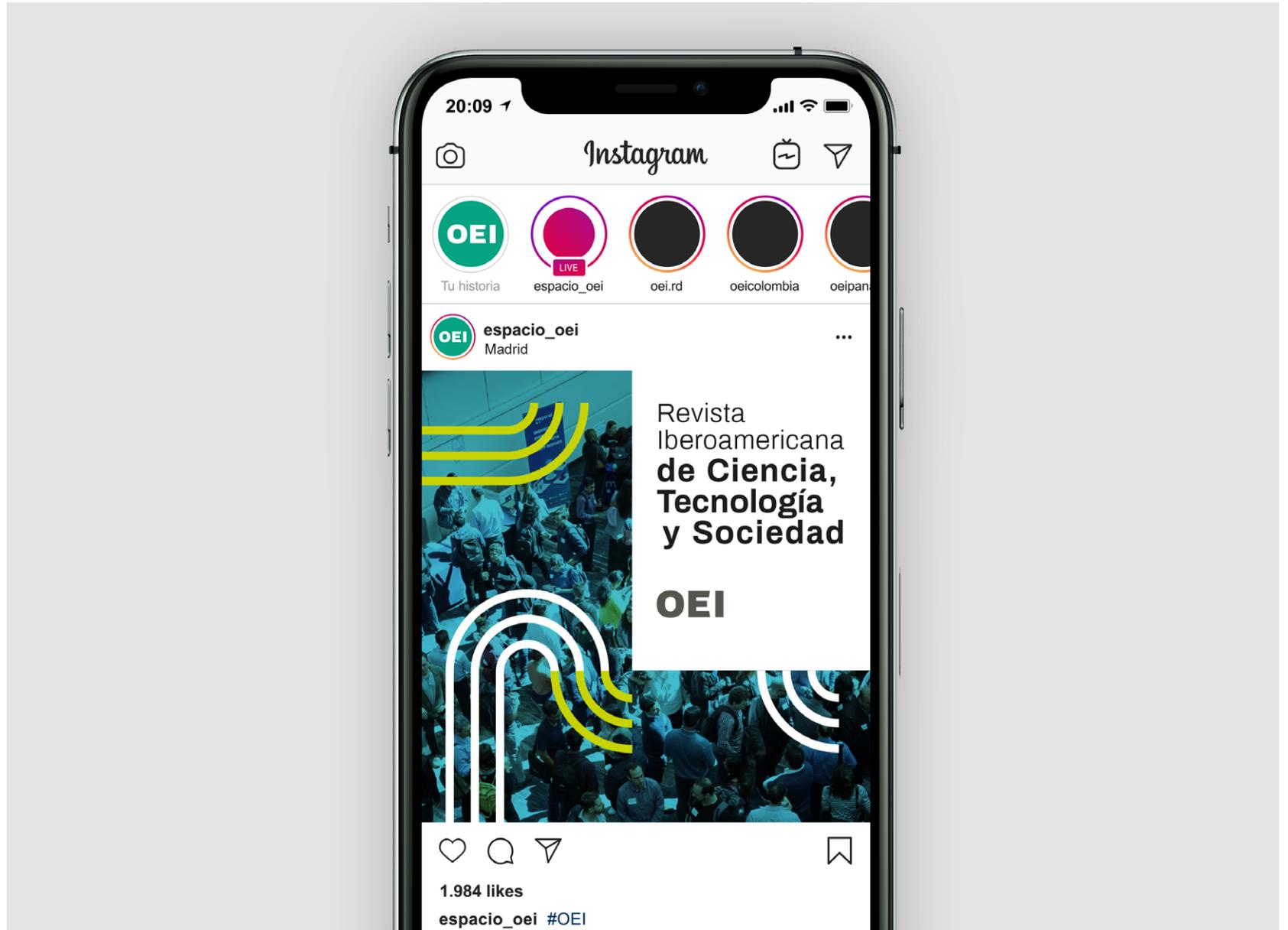
### Revista CTS

ES

Aquí se muestra una publicación en el feed de Instagram de la Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, vemos uma publicação no feed de Instagram da Revista Iberoamericana de Ciência, Tecnologia e Sociedade. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



ES

Evaluación Paulo Freire es un programa de la OEI en colaboración con Cooperación Española y como tal atiende a la gráfica corporativa.

Aplicamos la identidad a esta publicación empezando con una composición tipográfica con la tipografía de gala. Evitaremos los acrónimos. La composición será lo más compacta posible.

Las composiciones tipográficas ayudan a distinguir las distintas publicaciones y programas, por eso es importante componerlas, si se puede, de la misma manera en todas las aplicaciones.

PT

A Avaliação Paulo Freire é um programa da OEI em colaboração com a Cooperação Espanhola e, como tal, obedece ao grafismo corporativo.

Aplicamos a identidade a esta publicação começando com uma composição tipográfica assente no tipo de letra “de gala”. Evitaremos as siglas. A composição será o mais compacta possível.

As composições tipográficas ajudam a distinguir as diferentes publicações e programas, daí a importância de compô-las, sempre que possível, da mesma forma em todas as aplicações.

# Evaluación Paulo Freire

Informe de evaluación de la fase piloto del programa

## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

### 7.6 Evaluación Paulo Freyre

### Avaliação Paulo Freire

ES

Evaluación Paulo Freyre es un programa de la OEI en colaboración con Cooperación Española y como tal atiende a la gráfica corporativa.

Como en el resto de publicaciones, se ha intentado componer elementos gráficos básicos, como son la fotografía completa, hasta los límites del documento. Acompañada de la gráfica, crea un conjunto diferencial para el programa, dentro del marco de la identidad gráfica de la OEI.

PT

A Avaliação Paulo Freire é um programa da OEI em colaboração com a Cooperação Espanhola e, como tal, obedece ao grafismo corporativo.

Tal como nas restantes publicações, houve uma tentativa de compor elementos gráficos básicos, como fotografia completa, até aos limites do documento. Acompanhada pelo grafismo, cria um conjunto diferenciado para o programa, enquadrado na identidade gráfica da OEI.



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

### 7.6 Evaluación Paulo Freyre

### Avaliação Paulo Freire

ES

Evaluación Paulo Freire es un programa de la OEI en colaboración con Cooperación Española y como tal atiende a la gráfica corporativa.

Para enfatizar sobre la publicación se usa el recurso de una fotografía completa, con un cuadrado blanco para albergar el título y las marcas.

Las composiciones tipográficas ayudan a distinguir las distintas publicaciones y programas, por eso es importante componerlas, si se puede, de la misma manera en todas las aplicaciones.

PT

Avaliação Paulo Freire é um programa da OEI em colaboração com a Cooperação Espanhola e, como tal, obedece ao grafismo corporativo.

Para enfatizar sobre a publicação, usa-se o recurso de uma fotografia completa, com um quadrado branco para albergar o título e as marcas.

As composições tipográficas ajudam a distinguir as diferentes publicações e programas, daí a importância de compô-las, sempre que possível, da mesma forma em todas as aplicações.



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

### 7.6 Evaluación Paulo Freyre

### Avaliação Paulo Freire

ES

Aquí se muestra un roll up del programa Evaluación Paulo Freire en colaboración con Cooperación Española. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, mostramos um *roll-up* do programa Avaliação Paulo Freire, em colaboração com a Cooperação Espanhola. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

### 7.6 Evaluación Paulo Freyre

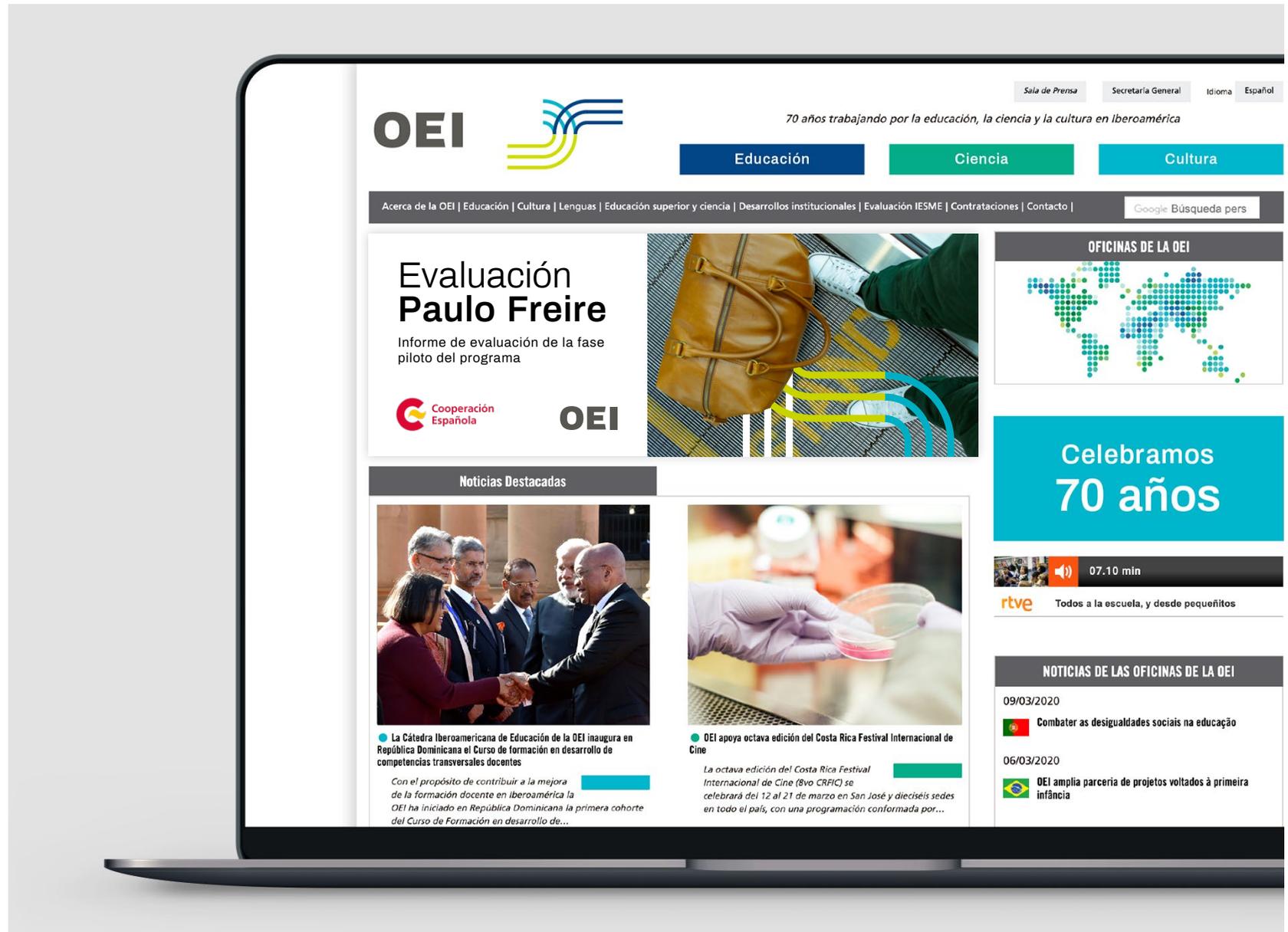
### Avaliação Paulo Freire

ES

Aquí se muestra la aplicación de banner web de la publicación Informe de Evaluación Paulo Freyre. Para hacer esta adaptación es importante trasladar la composición tipográfica y marco de la foto con gráfica.

PT

Aqui, mostramos a aplicação do banner web da publicação Relatório de Avaliação Paulo Freire. Para fazer esta adaptação, é importante transferir a composição tipográfica e a moldura da foto com grafismo.



## 7. Programas y publicaciones

## Programas e publicações

7.6 Evaluación Paulo Freyre

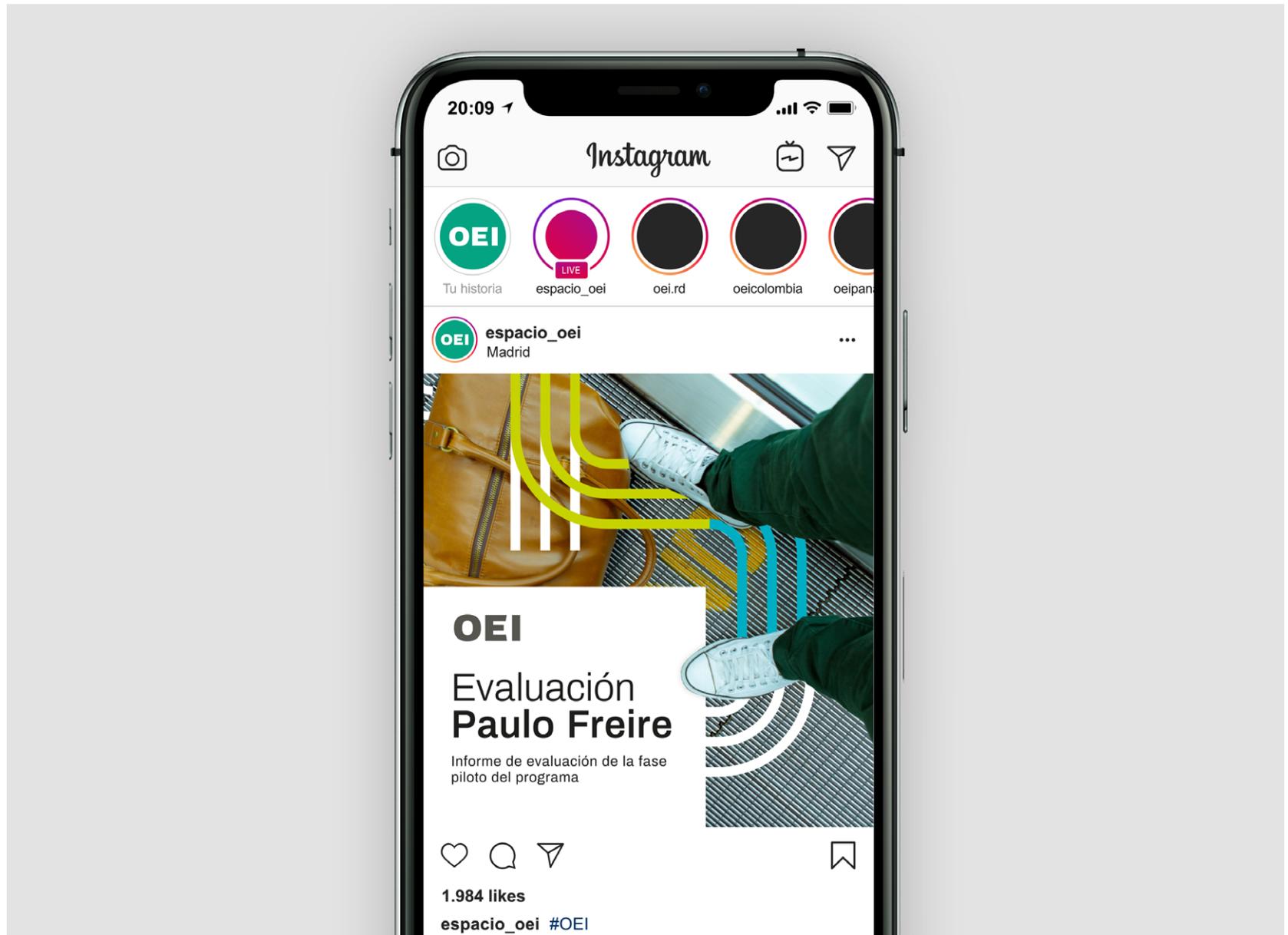
Avaliação Paulo Freire

ES

Aquí se muestra una publicación del feed de Instagram del Informe de Evaluación Paulo Freyre. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica, fotografía y tipografía.

PT

Aqui, podemos ver uma publicação do feed de Instagram do Relatório de Avaliação Paulo Freire. É uma composição mista: contém marca, grafismo, fotografia e tipografia.



#### ES

CILPE es un programa de la OEI y como tal atiende a la gráfica corporativa.

Aplicamos la identidad a esta publicación empezando con una composición tipográfica con la tipografía de gala. La composición será lo más compacta posible.

#### PT

A CILPE é um programa da OEI, e como tal, obedece ao grafismo corporativo.

Aplicamos a identidade a esta publicação começando por uma composição tipográfica com a tipografia “de gala”. A composição deverá ser tão compacta quanto possível.



**CILPE**  
**2020**

#### ES

CILPE es un programa de la OEI y como tal atiende a la gráfica corporativa. En esta adaptación hemos recurrido a los círculos y semicírculos para rememorar la gráfica anterior de este programa.

#### PT

A CILPE é um programa da OEI, e como tal, obedece ao grafismo corporativo. Nesta adaptação, recorreremos aos círculos e semicírculos para relembrar o grafismo anterior deste programa.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.7 CILPE

## Programas e publicações

### CILPE

ES

CILPE es un programa de la OEI y como tal atiende a la gráfica corporativa. En esta adaptación hemos recurrido a los círculos y semicírculos para rememorar la gráfica anterior de este programa.

Aquí se muestra un roll up del programa CILPE. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica y tipografía.

PT

A CILPE é um programa da OEI, e como tal, obedece ao grafismo corporativo. Nesta adaptação, recorreremos aos círculos e semicírculos para relembrar o grafismo anterior deste programa.

Aqui, podemos ver um *roll-up* do programa CILPE. É uma composição mista: contém marca, grafismo e tipografia.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.7 CILPE

## Programas e publicações

### CILPE

ES

Aquí se muestra la aplicación de banner web del programa CILPE 2020.

Para hacer esta adaptación es necesario trasladar la composición tipográfica junto con los fondos de color y semicírculos en una disposición horizontal.

Las composiciones tipográficas ayudan a distinguir las distintas publicaciones y programas, por eso es importante componerlas, si se puede, de la misma manera en todas las aplicaciones.

PT

Aqui, mostramos a aplicação do banner web do programa CILPE2020.

Para fazer esta adaptação, é necessário transferir a composição tipográfica juntamente com os fundos coloridos e semicírculos numa disposição horizontal.

As composições tipográficas ajudam a distinguir as diferentes publicações e programas, daí a importância de compô-las, sempre que possível, da mesma forma em todas as aplicações.



## 7. Programas y publicaciones

### 7.7 CILPE

## Programas e publicações

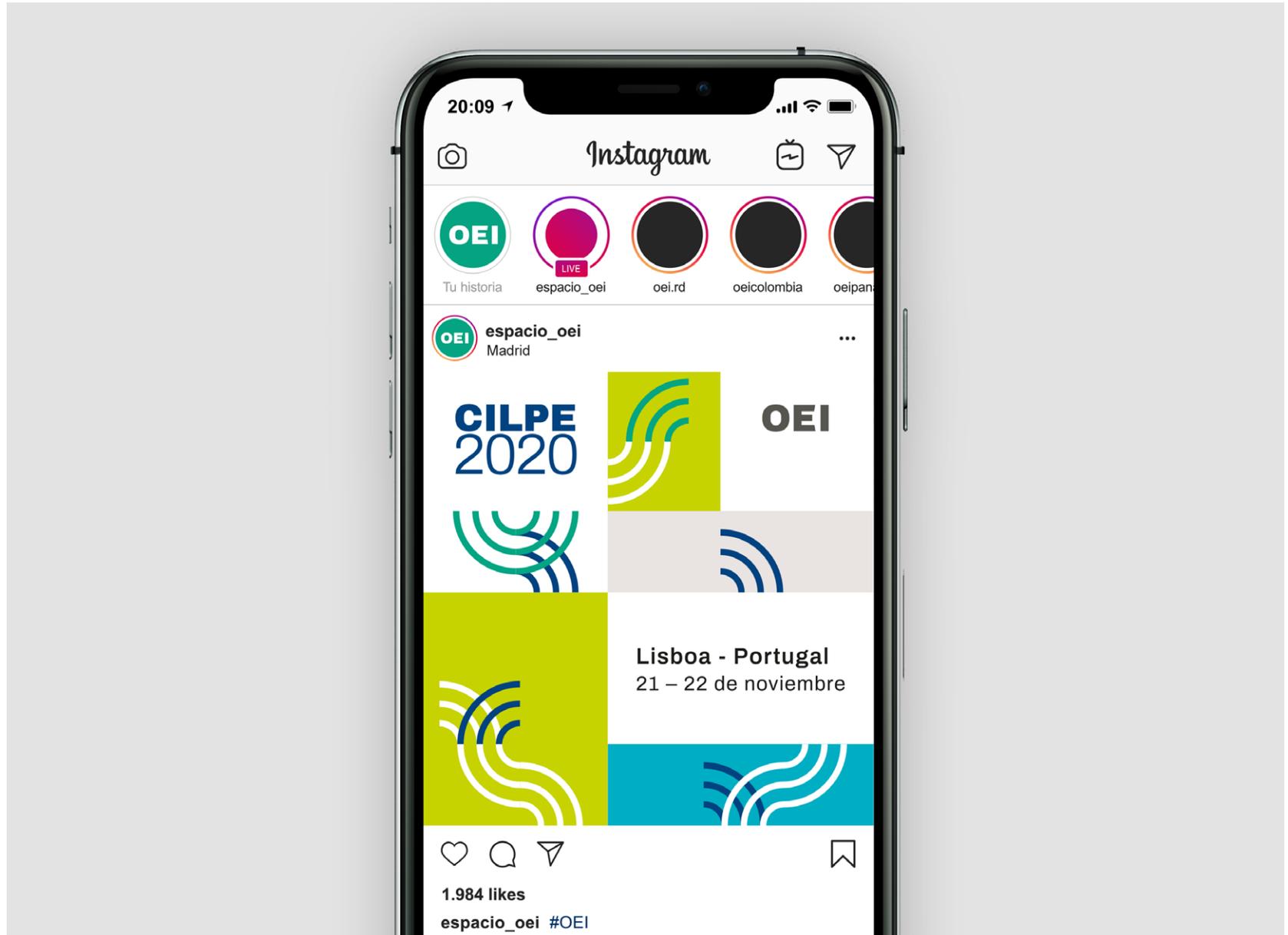
### CILPE

ES

Aquí se muestra una publicación del feed de Instagram del evento CILPE2020. Es una composición mixta: contiene la marca, gráfica y tipografía.

PT

Aqui, podemos ver uma publicação do feed de Instagram do evento CILPE2020. É uma composição mista: contém marca, grafismo e tipografia.



**OEI**

[www.oei.es](http://www.oei.es)