



# OEI

## Manual de identidad

Manual de identidade

Organización de Estados  
Iberoamericanos

Organização de Estados  
Ibero-americanos

## o. Índice

---

p. 3 **Introducción**  
Introdução

---

p. 4 **Marca**  
Marca

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

p. 15 Convivencia de marca  
Coexistência entre marcas

p. 21 Cobranding  
Co-Branding

---

p. 25 **Colores**  
Cores

---

p. 32 **Tipografía**  
Tipografia

---

p. 34 **Fotografía**  
Fotografia

---

p. 35 **Gráfica**  
Grafismo

---

### 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.

The image shows the logo 'OEI' in a large, bold, dark gray sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a modern, minimalist feel. The 'O' is a simple circle, the 'E' has three horizontal bars, and the 'I' is a solid vertical bar.

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.



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.

### Versiones prohibidas — Versões proibidas

### PT

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





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.



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

1.



2.



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

3.



4.



ES

Versiones prohibidas — Versões proibidas

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.



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.



ES **Versiones prohibidas — Versões proibidas**

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

PT  
A marca não pode não ser colorida sobre fundos coloridos.



# 1. Marca

## 1.4 Área de respeito

# Marca

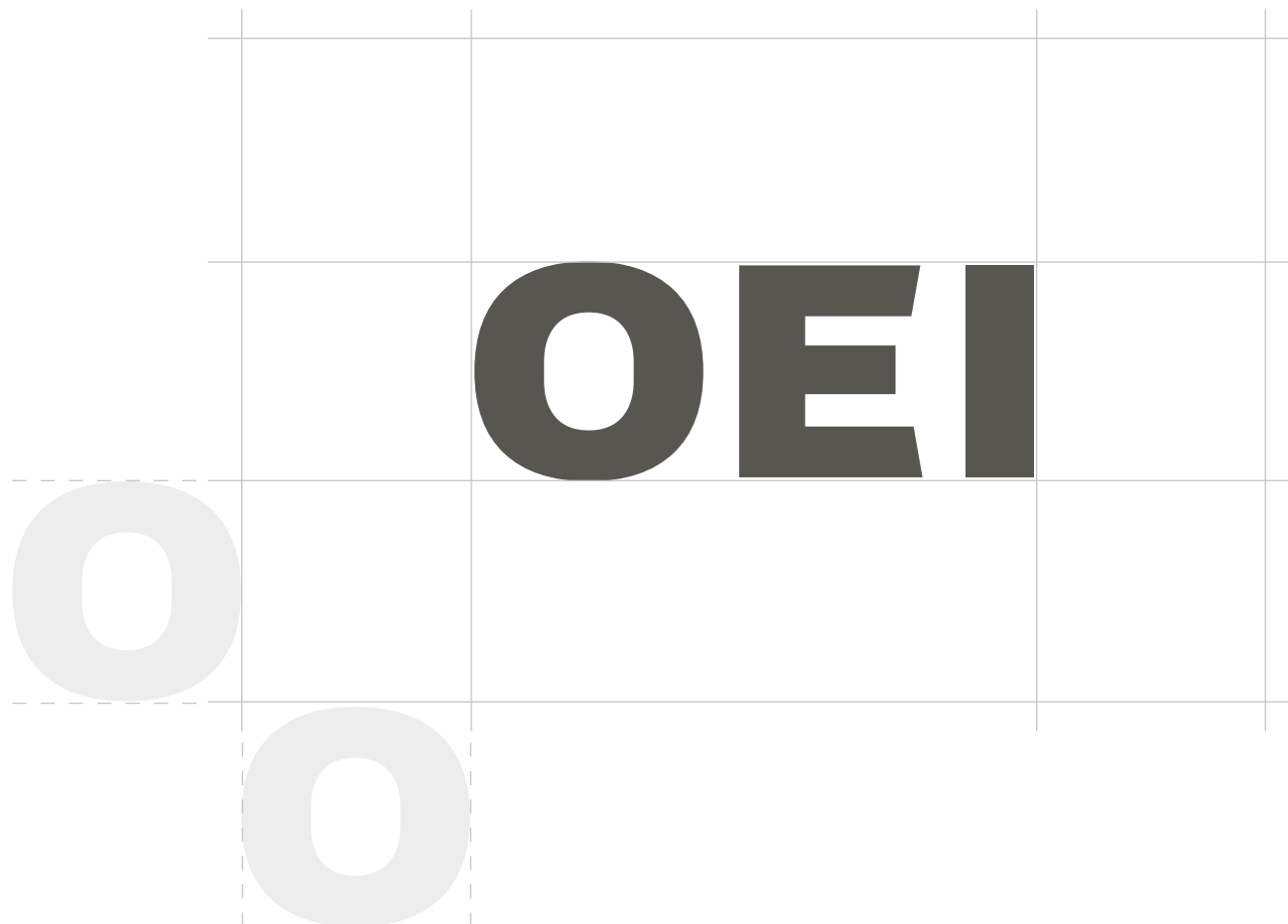
## Área de proteção

### 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”.



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 iberomericana.

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.

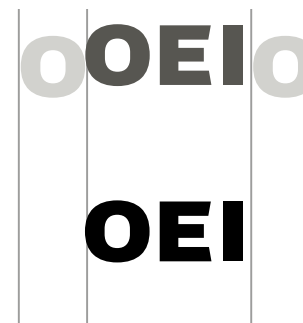


ES

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.





ES

La ubicación del logotipo de la OEI dependerá de si se presenta de forma individual o en conjunto con otras entidades. A continuación, se describen las distintas situaciones y cómo debe aplicarse cada una.

PT

A posição do logotipo da OEI varia de acordo com o uso, individual ou em conjunto com outras instituições. A seguir, descrevemos as diferentes situações e como cada uma deve ser aplicada.



ES

**LOGO OEI SOLO**

Quando el diseño incluye únicamente el logotipo de la OEI, este debe colocarse según las llamadas “zonas fuertes” de la composición visual. Estas zonas se ordenan de mayor a menor impacto visual:

1. Abajo a la derecha
2. Arriba a la izquierda
3. Arriba a la derecha
4. Abajo a la izquierda

La elección de la zona dependerá del tipo de pieza y del equilibrio visual general del diseño.

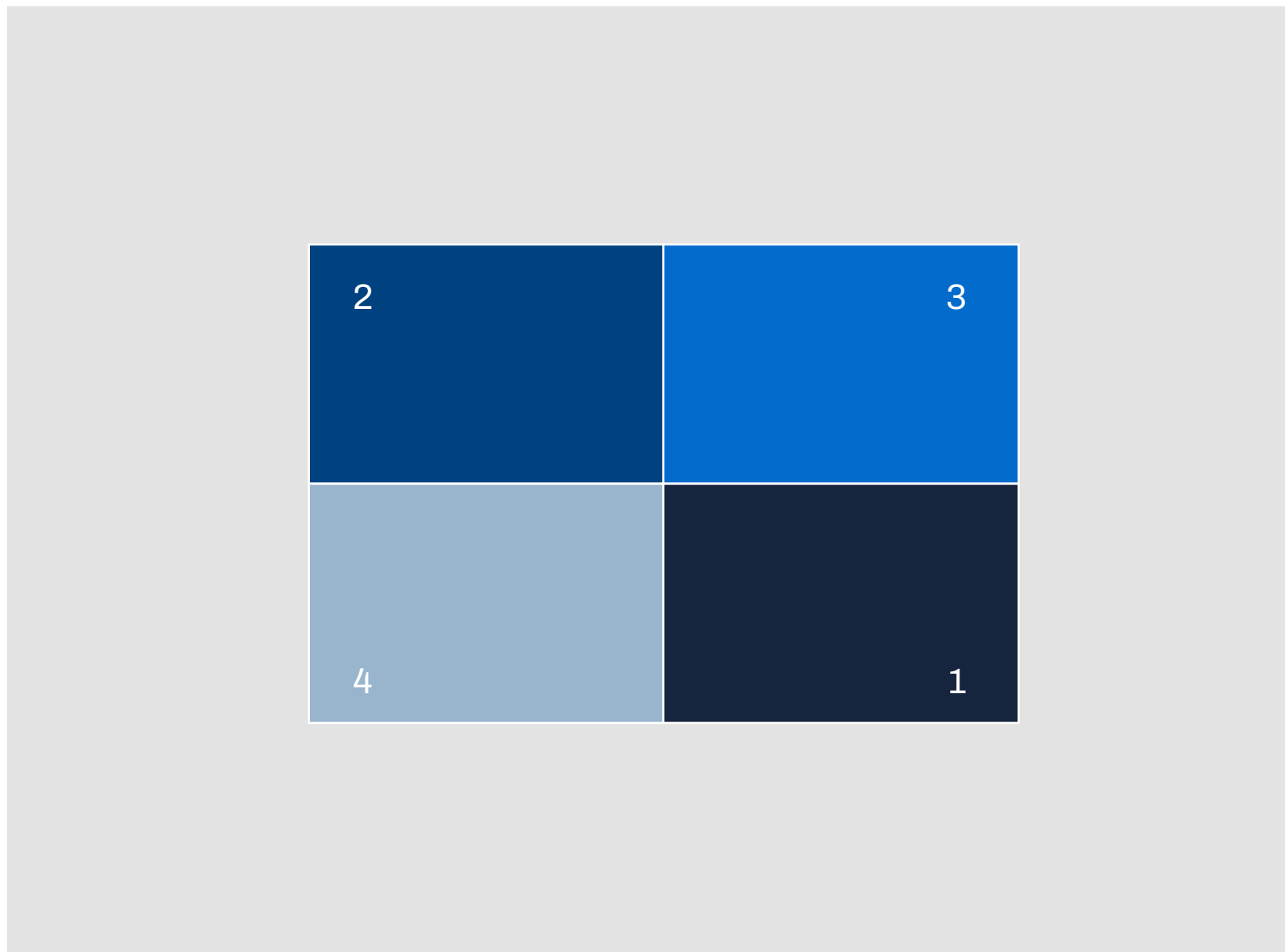
PT

**LOGOTIPO OEI SOZINHO**

Quando o design incluir apenas o logotipo da OEI, este deve ser colocado de acordo com as chamadas “zonas fortes” da composição visual. Essas zonas são ordenadas de maior para menor impacto visual:

1. Canto inferior direito
2. Canto superior esquerdo
3. Canto superior direito
4. Canto inferior esquerdo

A escolha da zona dependerá do tipo de peça e do equilíbrio visual geral do design.



ES

### LOGO CON SOCIO

Cuando el logotipo de la OEI aparece junto al de otras entidades, se deberá considerar el grado de participación de la OEI en el proyecto:

Si la OEI actúa como coorganización, su logotipo debe ocupar una posición destacada, idealmente al inicio de la fila de logos (más hacia la izquierda). Esto responde al sentido de lectura predominante en el ámbito occidental, que es de izquierda a derecha.

Si la OEI tiene una menor implicación en la iniciativa, el logotipo deberá colocarse más hacia la derecha en la banda de logotipos.



PT

### LOGOTIPO COM PARCEIRO

Quando o logotipo da OEI aparece junto com o de outras instituições, devemos considerar o grau de participação da OEI no projeto:

Se a OEI for coorganizadora, seu logotipo deve ocupar uma posição de destaque, de preferência no início da barra de logotipos (mais à esquerda). Isso responde ao sentido de leitura predominante no âmbito ocidental, que é da esquerda para a direita.

Se a OEI tiver uma menor implicação na iniciativa, o logotipo deve ser colocado mais à direita na barra de logotipos.



ES

**LOGO CON SOCIO**

Si la OEI participa como entidad colaboradora, financiadora o de apoyo secundario, su logotipo se ubicará en una posición menos prominente (más hacia la derecha), acompañado, si se considera oportuno, de una leyenda que aclare su rol en el proyecto. Algunos ejemplos de leyendas son:

“Con el apoyo de:”

“Con la colaboración de:”

“Con la financiación de:”



CON EL APOYO DE: **OEI**

PT

**LOGOTIPO COM PARCEIRO**

Se a OEI participar como organização colaboradora, financiadora ou de apoio secundário, seu logotipo será colocado em uma posição menos proeminente (mais à direita), acompanhado, se for o caso, de uma legenda que esclareça seu papel no projeto. Alguns exemplos de legendas são:

“Com o apoio de:”

“Com a colaboração de:”

“Com o financiamento de:”



COM O APOIO DE: **OEI**

ES

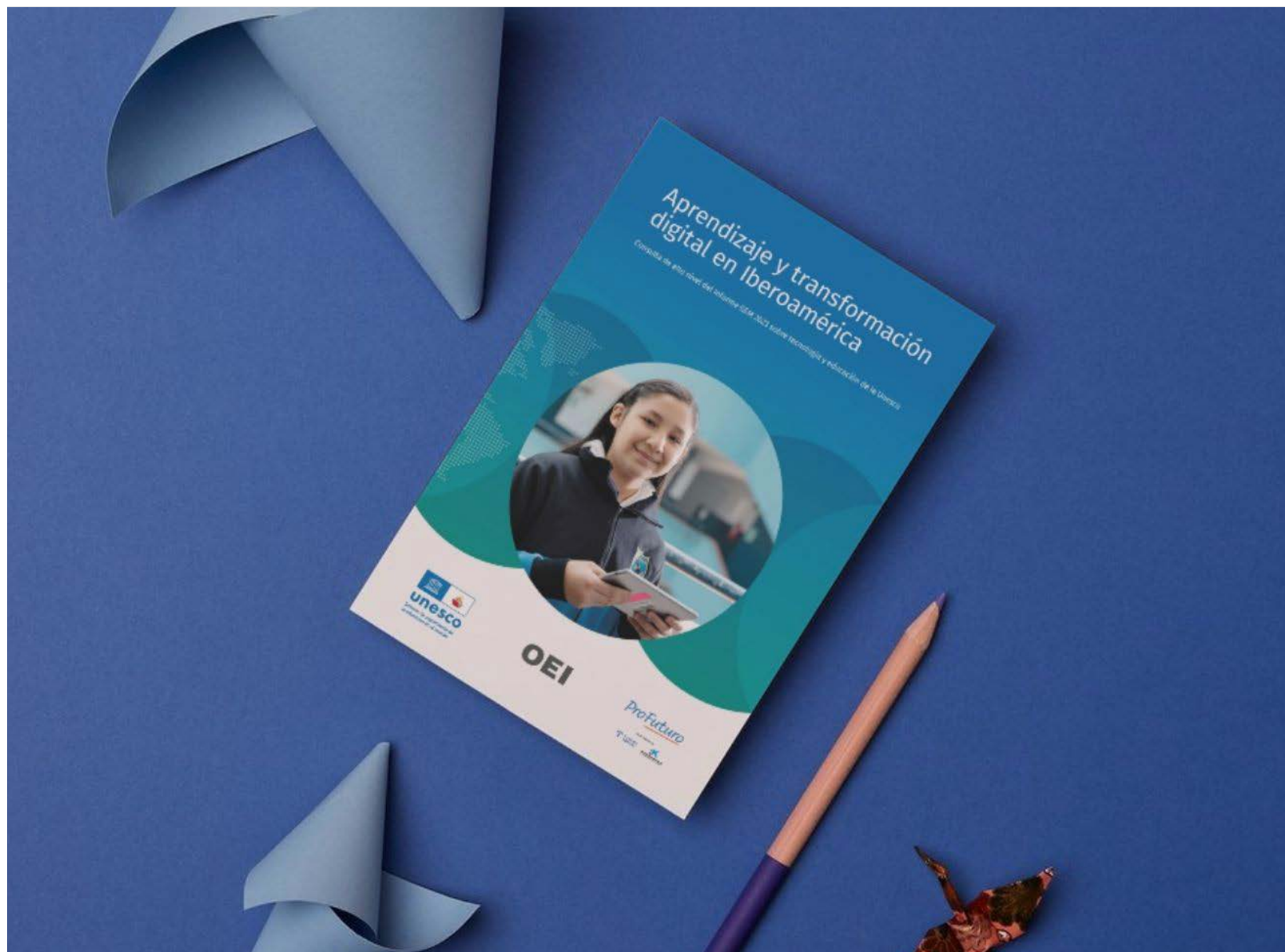
**CÓMO DISEÑAR IMÁGENES  
CON OTRAS ENTIDADES  
(COBRANDING)**

Cuando desarrollamos un proyecto en conjunto con otra entidad y es necesario crear una imagen gráfica, el sistema visual dependerá del nivel de participación e implicación de la OEI en dicha iniciativa. A continuación, se detallan las distintas situaciones y sus respectivas recomendaciones:

PT

**COMO CRIAR IMAGENS COM  
OUTRAS INSTITUIÇÕES  
(CO-BRANDING)**

Quando desenvolvermos um projeto em colaboração com outra instituição e for necessário criar uma imagem gráfica, o sistema visual dependerá do nível de participação e envolvimento da OEI nessa iniciativa. A seguir, detalhamos as diferentes situações e suas respectivas recomendações:





## ES

### 100% A 70% DE FINANCIACIÓN O LIDERAZGO DE LA OEI:

Cuando la OEI asume la mayor parte de la organización, financiación o liderazgo la identidad gráfica debe alinearse completamente con el manual de identidad institucional.

Debe utilizarse:

- La tipografía Archivo (o Arial, únicamente en contextos donde no sea posible emplear Archivo).
- Los colores corporativos de la OEI. En el caso de tratarse de una iniciativa temática, se pueden complementar con colores secundarios autorizados.
- El sistema gráfico propio de la marca, incluyendo el uso de las líneas gráficas características de la OEI.
- El logotipo de la OEI en la banda de logos debe colocarse al inicio.

## PT

### 100% A 70% DE FINANCIAMENTO OU LIDERANÇA DA OEI:

Quando a OEI for responsável pela maior parte da organização, financiamento ou liderança, a identidade gráfica deve estar totalmente alinhada com o manual de identidade institucional.

Devemos utilizar:

- A fonte Archivo (ou Arial, somente em contextos em que não seja possível usar Archivo).
- As cores institucionais da OEI. Quando se tratar de uma iniciativa temática, elas podem ser complementadas com cores secundárias autorizadas.
- O grafismo próprio da marca, incluindo o uso das linhas gráficas características da OEI.
- O logotipo da OEI no início da barra de logotipos.



ES

**70% A 30% DE FINANCIACIÓN COMPARTIDA  
CON OTROS SOCIOS**

Cuando la participación de la OEI se comparte con otras entidades, la identidad visual del proyecto debe reflejar un equilibrio, mezclando la identidad de ambas marcas. Es recomendable:

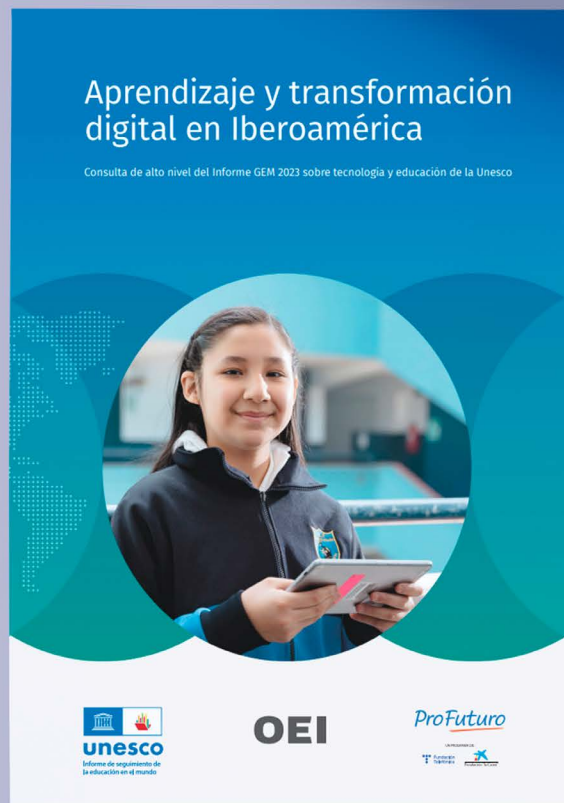
- Combinar colores corporativos representativos de ambas organizaciones.
- Diseñar composiciones tipográficas que integren tipografías de ambas marcas, si la coherencia lo permite.
- Negociar un diseño visual conjunto que respete los valores gráficos de ambas entidades.
- No deben utilizarse las líneas gráficas de la OEI, ya que son elementos distintivos y exclusivos de su identidad visual.

PT

**70% A 30% DE FINANCIAMENTO  
COMPARTILHADO COM OUTROS PARCEIROS**

Quando o financiamento for compartilhado com outras instituições, a identidade visual do projeto deve refletir equilíbrio entre as marcas envolvidas, combinando elementos de ambas. É recomendável:

- Combinar cores institucionais representativas das instituições envolvidas.
- Criar composições tipográficas, seguindo as diretrizes dos manuais institucionais e os acordos estabelecidos.
- Definir um design visual conjunto que respeite os valores gráficos das instituições envolvidas.
- Não devemos utilizar as linhas gráficas da OEI, uma vez que são elementos distintivos e exclusivos de sua identidade visual.



ES

**30% A 1% DE FINANCIACIÓN O APOYO INSTITUCIONAL DE LA OEI**

En estos casos, la OEI no participa activamente en el diseño de la imagen gráfica del proyecto. No se debe aplicar la identidad visual institucional dentro del diseño general. Debe cuidarse únicamente la correcta inclusión del logotipo, asegurando:

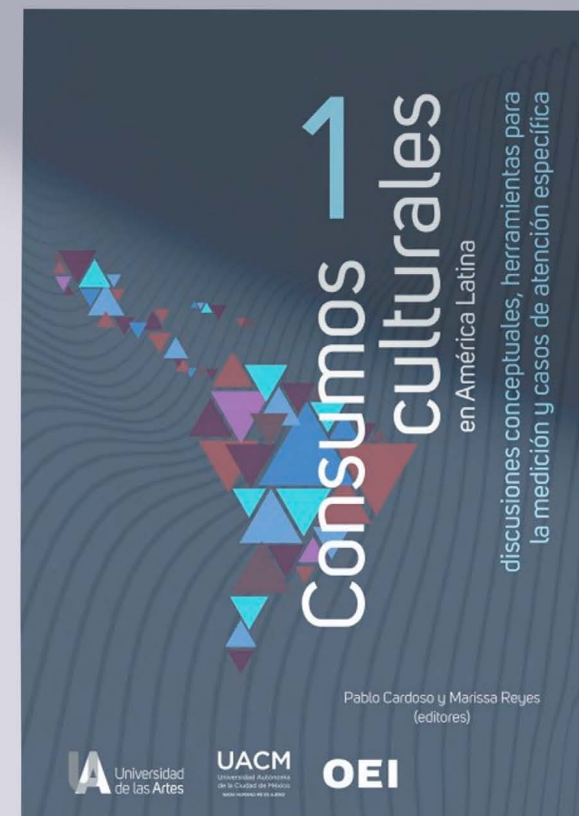
- Su colocación adecuada en función del grado de participación.
- El respeto de las proporciones, márgenes de seguridad y tamaños mínimos establecidos en este manual.
- Si corresponde, considerar que el logotipo sea acompañado con la leyenda correspondiente ("Con el apoyo de", "Con la colaboración de", etc.) si aplica.

PT

**30% A 1% DE FINANCIAMENTO OU APOIO INSTITUCIONAL DA OEI**

Nesses casos, a OEI não participa ativamente do design da imagem gráfica do projeto. A identidade visual institucional não deve ser aplicada no design geral. Devemos cuidar apenas da inclusão correta do logotipo, garantindo:

- Sua colocação adequada em função do grau de participação.
- O respeito pelas proporções, margens de segurança e tamanhos mínimos estabelecidos neste manual.
- Que o logotipo seja acompanhado da legenda correspondente ("Com o apoio de", "Com a colaboração de", etc.), se aplicável.





ES

Son los colores corporativos son los principales de la identidad visual de la OEI. En todas las piezas corporativas se tienen que utilizar estos colores como los principales.

Las variaciones de los colores corporativos son recursos que se pueden utilizar en elementos que no sean los principales de la marca, como por ejemplo usarlos para diseñar gráficas, cuadros, infografías ...

Si se usan como fondo, el texto debe tener buen contraste y ser siempre legible:

- “AAA”: muy legible
- “AA”: legible
- “---”: no legible

PT

As cores institucionais são as principais da identidade visual da OEI.

Todas as peças institucionais devem utilizar estas cores como principais.

As variações das cores institucionais são recursos que podem ser utilizados em elementos que não sejam os principais da marca, como, por exemplo, na criação de gráficos, quadros, infográficos...

Se forem utilizadas como fundo, o texto deve ter um bom contraste e ser sempre legível:

- “AAA”: muito legível
- “AA”: legível
- “---”: não legível

COLORES CORPORATIVOS  
CORES INSTITUCIONAIS

CMYK: 100, 10, 0, 74 RGB: 0, 60, 66 HEX: #003c43	CMYK: 100, 10, 0, 43 RGB: 0 131 146 HEX: #008392	Turquesa CMYK: 80, 0, 25, 0 RGB: 0, 174, 195 HEX: #00aec3 ---AAA	CMYK: 56, 6, 0, 3 RGB: 110, 233, 248 HEX: #6ee9f8	CMYK: 16, 2, 0, 5 RGB: 204, 239, 243 HEX: #cceff3
CMYK: 6, 0, 100, 67 RGB: 79, 84, 0 HEX: #4f5400	CMYK: 5, 0, 100, 47 RGB: 127, 134, 0 HEX: #7f8600	Lima CMYK: 30 0 100 0 RGB: 199 211 1 HEX: #c7d301 ---AAA	CMYK: 3, 0, 54, 0 RGB: 247, 255, 118 HEX: #f7ff76	CMYK: 1, 0, 17, 4 RGB: 244, 246, 204 HEX: #f4f6cc
CMYK: 98, 0, 21, 60 RGB: 2, 101, 80 HEX: #026550	CMYK: 98, 0, 21, 51 RGB: 3, 124, 98 HEX: #037c62	Esmeralda CMYK: 85 0 60 0 RGB: 4 165 131 HEX: #04a583 AAAA	CMYK: 68, 0, 14, 5 RGB: 78, 242, 207 HEX: #4ef2cf	CMYK: 13, 0, 3, 1 RGB: 220, 252, 245 HEX: #dcfcf5
CMYK: 98, 47, 0, 75 RGB: 1, 34, 64 HEX: #012240	CMYK: 99, 48%, 0, 6 RGB: 1, 50, 96 HEX: #013260	MarinoMarinho CMYK: 100 65 0 30 RGB: 1 67 128 HEX: #014380 AAA---	CMYK: 99, 48, 0, 20 RGB: 2, 107, 204 HEX: #026bcc	CMYK: 25, 12, 0, 20 RGB: 153, 180, 204 HEX: #99b4cc

## 2. Colores

### 2.2 Colores complementarios

## Cores

### Cores complementares

#### ES

Los colores complementarios sirven para enriquecer los colores corporativos y se asocian a temas transversales de la OEI.

Se utilizan como apoyo en materiales que requieran más variedad cromática, manteniendo siempre la prioridad de los colores corporativos.

Su uso debe ser coherente y equilibrado para conservar la identidad de la marca.

CIUDADANÍA  
SOSTENIBILIDAD  
INNOVACIÓN  
COMUNIDAD  
LIDERAZGO

CIDADANIA  
SUSTENTABILIDADE  
INOVAÇÃO  
COMUNIDADE  
LIDERANÇA

IGUALDAD  
CIUDADANÍA  
INNOVACIÓN  
DERECHOS  
LIDERAZGO  
GOBERNANZA

IGUALDADE  
CIDADANIA  
INOVAÇÃO  
COMUNIDADE  
DIREITOS  
LIDERANÇA  
GOVERNANÇA

IGUALDAD  
CIUDADANÍA  
PRODUCTIVIDAD  
COMUNIDAD  
LIDERAZGO  
GOBERNANZA

IGUALDADE  
CIDADANIA  
PRODUTIVIDADE  
COMUNIDADE  
LIDERANÇA  
GOVERNANÇA

#### PT

As cores complementares servem para enriquecer as cores institucionais e estão associadas a temas transversais da OEI.

São utilizadas como apoio em materiais que requerem mais variedade cromática, mantendo sempre a prioridade das cores institucionais.

Sua utilização deve ser coerente e equilibrada para preservar a identidade da marca.

CIUDADANÍA  
SOSTENIBILIDAD  
PRODUCTIVIDAD  
INNOVACIÓN  
COMUNIDAD

CIDADANIA  
SUSTENTABILIDADE  
PRODUTIVIDADE  
INOVAÇÃO  
COMUNIDADE

IGUALDAD  
DIGITALIZACIÓN  
PRODUCTIVIDAD  
COMUNIDAD  
DERECHOS

IGUALDADE  
DIGITALIZAÇÃO  
PRODUTIVIDADE  
COMUNIDADE  
DIREITOS

IGUALDAD  
DIGITALIZACIÓN  
COMUNIDAD  
DERECHOS

IGUALDADE  
DIGITALIZAÇÃO  
COMUNIDADE  
DIREITOS

DIGITALIZACIÓN  
PRODUCTIVIDAD  
INNOVACIÓN  
COMUNIDAD  
DERECHOS  
LIDERAZGO  
GOBERNANZA

DIGITALIZAÇÃO  
PRODUTIVIDADE  
INOVAÇÃO  
COMUNIDADE  
DIREITOS  
LIDERANÇA  
GOVERNANÇA

#### COLORES COMPLEMENTARIOS · CORES COMPLEMENTARES

					<b>Ocre</b> CMYK: 0, 16, 73, 9 RGB: 233, 196, 64 HEX: #e9c440 --- AAA		
					<b>Naranja Laranja</b> CMYK: 0, 50, 94, 0 RGB: 250 147 5 HEX: #fa9305 AA AAA		
					<b>Fresa Morango</b> CMYK: 0, 88, 70, 15 RGB: 216, 27, 65 HEX: #d81b41 AAA AA		
					<b>Verde</b> CMYK: 54, 0, 69, 21 RGB: 93, 201, 63 HEX: #5dc93f --- AAA		
					<b>Lila Lilás</b> CMYK: 32, 41, 0, 2 RGB: 170, 147, 251 HEX: #aa93fb --- AAA		
					<b>Morado Roxo</b> CMYK: 0, 95, 3, 42 RGB: 147, 7, 142 HEX: #93078e AAA AA		
					<b>Azul</b> CMYK: 87, 77, 0, 25 RGB: 24, 44, 191 HEX: #182cbf AAA ---		

ES

Estos colores SE PUEDEN USAR en:

- Diseños relacionados con temas transversales: publicaciones o informes temáticos, premios, programa, proyectos, eventos, ...
- Infografías y/o gráficos donde se necesitan múltiples colores que se diferencien entre ellos.
- Ilustraciones y materiales que precisen de una paleta de colores más amplia.

Estos colores NO SE PUEDEN USAR en:

- Para diseñar piezas corporativas de la marca OEI, por ejemplo, en el Programa Presupuesto se usan los colores corporativos, pero si se habla de un tema específico, como la digitalización, se puede utilizar los colores complementarios correspondientes.
- Diseños sobre las áreas misionales de la OEI. Por ejemplo, una imagen para el área de educación debe tener los colores corporativos, en cambio, si es sobre educación y sostenibilidad, sí podríamos usar los colores complementarios relacionados con sostenibilidad.

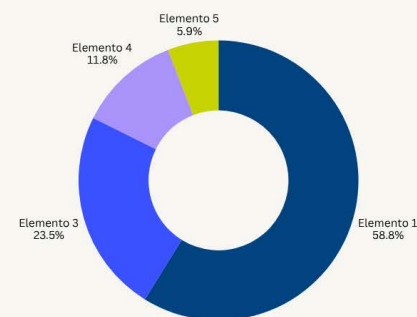
PT

Essas cores PODEM SER USADAS em:

- Designs relacionados a temas transversais: publicações ou relatórios temáticos, prêmios, programas, projetos, eventos, etc.
- Infográficos e/ou gráficos que exijam várias cores diferenciadas entre si.
- Ilustrações e materiais que exijam uma paleta de cores mais ampla.

Essas cores NÃO PODEM SER USADAS:

- Para criar peças institucionais da marca OEI. Por exemplo, no Programa-Orçamento, aplicam-se as cores institucionais. Já em materiais sobre temas específicos, como digitalização, podemos usar as cores complementares correspondentes a cada tema.
- Em designs sobre os eixos temáticos (áreas prioritárias) da OEI. Por exemplo, uma imagem para a área de educação deve ter as cores institucionais, mas se for sobre educação e sustentabilidade, podemos usar as cores complementares relacionadas à sustentabilidade.



## 2. Colores

### 2.2 Colores complementarios

## Cores

### Cores complementares

ES

#### NORMA IMPORTANTE:

La gráfica de marca (las tres líneas rectas y curvas) siempre debe ir con colores corporativos en su tonalidad 100%.

Las áreas misionales de la organización emplean los colores corporativos como base principal. Solo cuando abordan un tema específico pueden incorporar los colores complementarios para reforzar y diferenciar la comunicación visual.

PT

#### REGRA IMPORTANTE:

Devemos sempre aplicar o elemento gráfico (as três linhas retas e curvas), utilizando as cores institucionais em sua tonalidade original (100%), sem variações.

Os eixos temáticos (áreas prioritárias) da organização utilizam as cores institucionais como base principal. As cores complementares só devem ser aplicadas em materiais sobre subtemas, para destacar e diferenciar a comunicação visual.



## 2. Colores

### 2.2 Colores complementarios

## Cores

### Cores complementares

ES

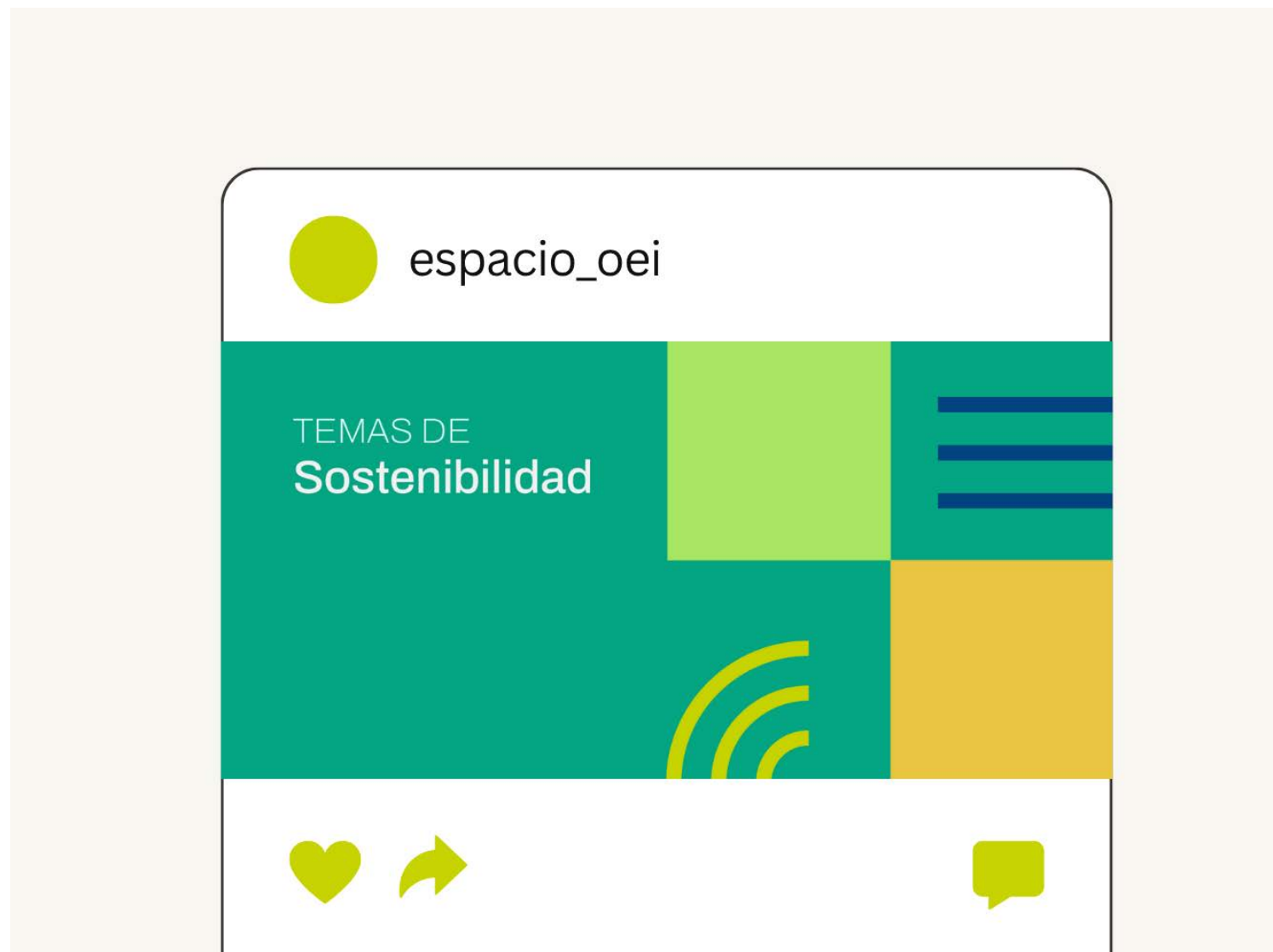
Si vamos a diseñar una imagen sobre sostenibilidad, ¿cómo combinamos los colores? Para ello, tenemos que:

- Elegir un color corporativo, en este caso escogemos el esmeralda.
- Si utilizamos la gráfica, tenemos que hacerlo con los colores corporativos. En este caso, el lima y el marino.
- Para completar la imagen y jugar con otras combinaciones que reflejen la idea de sostenibilidad, agregamos el verde y el ocre de los colores complementarios.

PT

Se tiver que criar uma imagem sobre sustentabilidade, como combinar as cores? Para isso, siga estas orientações:

- Escolha uma cor institucional – neste caso, a cor esmeralda.
- Se utilizar o elemento gráfico, aplique-o sempre com as cores institucionais. Neste exemplo, lima e marinho.
- Para complementar a imagem e criar outras combinações que expressem o conceito de sustentabilidade, pode adicionar o verde e o ocre, pertencentes à paleta de cores complementares.



ES

Son tonos neutros que aportan equilibrio y profesionalismo. Cada gris tiene una función específica:

Gris grafito: se usa en el logotipo y en titulares en español.

Gris bilingüe: se usa en textos y titulares en portugués cuando coexisten los dos idiomas.

Gris claro: se usa principalmente como color de fondo.

Impresión en tinta negra:

Cuando solo se puede imprimir en una tinta, los grises se consiguen con porcentajes de negro: 100% (negro absoluto), 85%, 60%, 20%.

PT

São tons neutros que transmitem equilíbrio e profissionalismo. Cada tom de cinza tem uma função específica:

Cinza grafite: utilizado no logotipo e em títulos em espanhol.

Cinza bilíngue: utilizado em textos e títulos em português quando ambos os idiomas aparecem juntos.

Cinza claro: utilizado principalmente como cor de fundo

Impressão em tinta preta:

Quando a reprodução for feita em apenas uma cor (preto), os tons de cinza devem ser obtidos com diferentes porcentagens de preto:

100% (preto absoluto), 85%, 60% e 20%.

Composición de los colores grises corporativos

Composição dos cinza corporativos

<b>Grafito</b>	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

### ES

Los colores deben combinarse de forma que el texto sea siempre fácil de leer.

No todos los colores contrastan bien entre sí. Siempre que pongas texto sobre un fondo de color, asegúrate de que tiene suficiente contraste.

Para medir el contraste entre el texto y el color de fondo, existen estándares de contraste (AA y AAA, siendo este último el más alto). Son niveles de cumplimiento para la legibilidad de los textos en la web y que nos sirven como guía para diseñar imágenes con texto.

### PT

As cores devem ser combinadas de forma que o texto seja sempre legível, fácil de ler.

Nem todas as combinações de cores oferecem bom contraste. Sempre que houver texto sobre um fundo colorido, garanta contraste suficiente entre ambos.

Para medir o contraste entre texto e fundo, utilizamos os padrões de contraste (AA e AAA, sendo AAA o nível mais alto). Esses padrões servem como referência de legibilidade para o design de textos em ambientes digitais, como o site, e também como guia para criar peças gráficas com texto.



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



! ? ( ) - , ; . :

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



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**



### 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.



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.

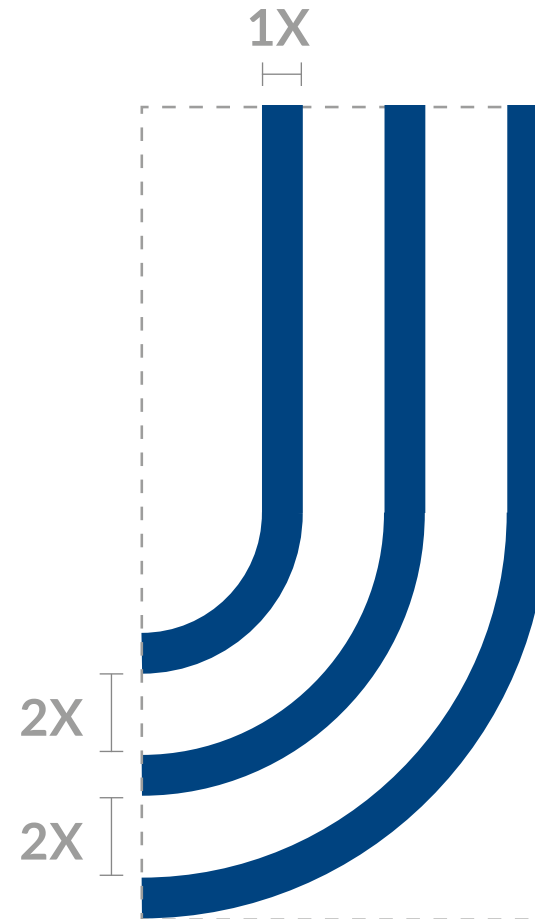
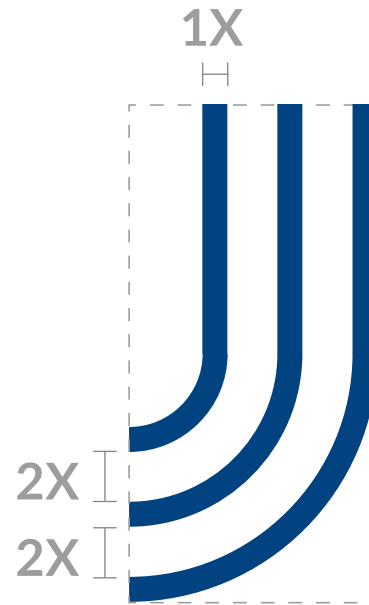


ES

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.



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 uniéndolos 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 conceituais 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



# OEI

[oei.int](http://oei.int)