



oikos
cooperação e desenvolvimento

MANUAL DE MARCA E NORMAS GRÁFICAS

**O DESIGN É O EMBAIXADOR
SILENCIOSO DA MARCA.**

PAUL RAND

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS OIKOS



1 **QUEM É A OIKOS**
Quem Somos
O que fazemos

2 **A NOSSA CARA**
| LOGOTIPO
O nome Oikos
História do logotipo
Logotipo e variantes
Utilizações corretas

3 **A NOSSA IDENTIDADE**
| MATERIAIS INSTITUCIONAIS
Esquema de cores
Tipografia
Elementos gráficos
Estacionário
Utilização de fotografias

4 **VISIBILIDADE E**
MERCHANDISING

5 **COMUNICAÇÃO ON-LINE**
Comunicação WEB
Redes Sociais

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

Este é o Manual de Marca Normas Gráficas da Oikos, um documento fundamental para a consistência visual e comunicação eficaz da nossa marca.

É um guia abrangente que estabelece diretrizes claras sobre o uso adequado dos elementos visuais da marca Oikos, incluindo logotipos, cores, tipografia e outros elementos gráficos. Serve como um ponto de referência para todas as pessoas envolvidas na criação e produção de materiais de marketing, design e comunicação da nossa Organização, sejam equipes internas, fornecedores ou parceiros.

Seguir as normas gráficas definidas neste manual garante que a nossa marca é reconhecida e lembrada de forma consistente e íntegra, independentemente dos diferentes países onde atua, meios ou suportes onde é utilizada. A coesão visual ajuda a fortalecer a identidade da marca Oikos e a transmitir os seus valores, criando confiança e credibilidade junto dos nossos públicos-alvo.

É importante referir que este Manual de Normas Gráficas não é um documento estático, mas sim uma referência viva que pode e deve ser atualizada à medida que a marca evolui e novas necessidades surgem.

Utilize este manual com cuidado e atenção, enquanto ferramenta valiosa para manter a integridade visual da marca Oikos. Siga as diretrizes estabelecidas o melhor possível para que a Oikos beneficie de uma identidade visual sólida e coerente.



A NOSSA INSPIRAÇÃO

ERRADICAR A POBREZA PARA QUE TODAS AS PESSOAS
USUFRUAM DO DIREITO A UMA VIDA DIGNA.



QUEM É A OIKOS?

SOBRE NÓS E O QUE FAZEMOS



QUEM SOMOS

A Oikos – Cooperação e Desenvolvimento é uma Associação sem fins lucrativos, reconhecida internacionalmente como Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD), fundada em Portugal em 1988.

Acreditamos num mundo sem pobreza e injustiça, onde o desenvolvimento humano seja equitativo e sustentável à escala local e global. Por isso, assumimos como missão erradicar a pobreza e reduzir as desigualdades para que todas as pessoas usufruam do direito a uma vida digna.

Atuamos nas áreas do ambiente e alterações climáticas; segurança alimentar e economia local; acesso aos serviços sociais básicos; cidadania e direitos humanos.

Somos uma ONGD portuguesa voltada para o Mundo. Por isso, trabalhamos com as comunidades e regiões mais pobres e vulneráveis, independentemente da sua localização geográfica. Atualmente estamos presentes em Portugal, África e América Latina.





ESTA É A NOSSA VISÃO

Um mundo sem pobreza e injustiça onde o desenvolvimento humano seja equitativo e sustentável à escala local e global.



ASSUMIMOS COMO MISSÃO

Erradicar a pobreza e reduzir as desigualdades para que todas as pessoas usufruam do direito a uma vida digna.



TEMOS COMO AMBIÇÃO

Sermos reconhecidos como uma organização internacional líder no desenvolvimento de soluções sustentáveis para erradicar a pobreza.

ASSINATURA DE MARCA

Uma assinatura de marca acrescenta-nos conteúdo. A assinatura funciona como um slogan. Uma frase que define, resume e identifica o posicionamento da Oikos. Criada com base nos conceitos transversais ao trabalho da Oikos, mas também facilmente entendíveis pelo público em geral: a justiça e a sustentabilidade.

**JUNTOS POR UM MUNDO
MAIS JUSTO E SUSTENTÁVEL**





VALORES QUE PARTILHAMOS



EQUIDADE



**LIBERDADE
E LIDERANÇA**



SOLIDARIEDADE



RESPONSABILIDADE



**CONHECIMENTO
E INOVAÇÃO**



**TRANSPARÊNCIA
E ACCOUNTABILITY**

O QUE FAZEMOS

A atividade da Oikos foca-se em 4 principais eixos estratégicos temáticos.



AMBIENTE E ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

Conservamos o ambiente e a biodiversidade; promovemos o uso sustentável dos recursos naturais, a preparação e prevenção de catástrofes, a mitigação e adaptação às alterações climáticas.



SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONOMIA LOCAL

Promovemos o acesso físico, social e económico a alimentos suficientes, seguros e nutricionalmente adequados, além de apoiar a produção e economia local.



ACESSO AOS SERVIÇOS SOCIAIS BÁSICOS

Apoiamos ao acesso aos serviços sociais básicos, especialmente habitação, educação, saúde, água potável e saneamento básico.



CIDADANIA E DIREITOS HUMANOS

Reforçamos a capacidade da sociedade civil organizada na defesa dos seus direitos, no acesso à educação, saúde e participação democrática.



A NOSSA CARA

LOGOTIPO

2

O NOME OIKOS

Oikos é uma palavra grega que significa casa, universo habitado.

É ainda raiz de palavras muito importantes na lógica do desenvolvimento:

- **Ecologia** (Oikos-logos) meio ambiente e biodiversidade.
- **Economia** (Oikos-nomos) produção, distribuição e consumo de bens e serviços.
- **Ecumenismo** (Oikoumene) união apesar das diferenças.



A HISTÓRIA DO NOSSO LOGOTIPO



1991

Primeiro logotipo da Oikos desde que há registro



1999

Total mudança visual e introdução do verde. O Mundo evoca o C e D de cooperação e desenvolvimento



2004

Atualização de Cores para a predominância do verde



2007 - 2022

Novo tipo de letra e simplificação sem iconografia associada



2023

Ajuste para melhor leitura e arrumação visual. Acrescento de complemento com Mundo desde 2022

LOGOTIPO PRINCIPAL

Margens de segurança

- A assinatura “cooperação e desenvolvimento” deve acompanhar sempre o tamanho total da palavra "oikos".
- O tipo de letra do logotipo é FFInfo.
- Outros elementos gráficos não devem interferir com o perímetro de segurança estipulado.

Dimensões mínimas

- Tamanho mínimo, com assinatura: 17 mm de largura
- Tamanho mínimo, sem assinatura: 4 mm de altura

A caixa clara à volta do logotipo corresponde ao "perímetro de segurança", isto é, o espaço livre mínimo que o logo terá de ter ao seu redor em todas as utilizações. Como referência, utilizamos o diâmetro da bolinha do i, da palavra Oikos.



com assinatura



sem assinatura



VERSÕES POLI E MONOCROMÁTICAS

APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS CROMÁTICOS

Em fundos mais escuros utiliza-se o logotipo a branco e em fundos mais claros a preto.

Em fundos brancos ou muito esbatidos, sempre que o contraste de cores o permita, utilizar o logotipo na cor principal.



USO CORRETO DO LOGOTIPO

FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Sempre que o fundo seja liso e permita um elevado nível de contraste, o logotipo pode usar-se com cor. Caso contrário, utilizar a preto ou branco.

UTILIZAÇÕES INCORRETAS

Regra geral, não se deve desconfigurar o logotipo em nenhuma situação.



NÃO RODAR

NÃO COMPRIMIR

NÃO ESTICAR

NÃO MUDAR CORES

NÃO MUDAR TIPO DE LETRA

CO-BRANDING E COMUNICAÇÃO DE PROJETOS

- Quando associado a outros logotipos de financiadores ou parceiros, o logotipo da Oikos deve ser exibido de forma tão visível quanto os restantes e ter pelo menos o mesmo tamanho de leitura. Devem ser repetidas as regras de utilização do logotipo da Oikos em todos os materiais no que respeita às proibições, margens de segurança e tamanho mínimo.
- Os projetos que necessitem de desenvolver linha gráfica própria devem ter um manual de visibilidade aprovado pela sede: Direção de Operações + Comunicação.
- Não existindo linha gráfica própria, para cada projeto deve ser criado um carrossel de logotipos próprio a usar em todos os materiais, seguindo o modelo aqui representado neste slide.
- Todas as peças de comunicação gráfica, audiovisual e digital a serem produzidos no âmbito de projetos da Oikos devem, tanto quanto possível, ser comunicados seguindo as normas gráficas da Oikos.
- No caso de peças de comunicação em que o logotipo não pode ser visualizado, como reportagens de audio ou vídeos, em algum momento deve ser dada a visibilidade à Oikos, parceiros e financiadores. Exemplo: “Este é um trabalho implementado pela Oikos, em parceria com abc, financiado por xyz).
- Sempre que exista alguma contradição na utilização de logotipos, imposta por parceiros ou financiadores, que possa afetar as normas gráficas da Oikos, deve ser submetida a análise à Comunicação da Oikos.

IMPLEMENTAÇÃO



PARCERIA



FINANCIAMENTO



COMPLEMENTO DE LOGO INSTITUCIONAL

- A usar como ilustração adicional de marca.
- Pode ser usado em brindes, produtos e campanhas.
- Não substitui o logotipo principal de forma isolada em materiais institucionais.
- Não deve ser usado em carrosséis de logotipos de financiadores ou parceiros.
- CONTIGO é de utilização adicional. Simboliza a nossa presença com as comunidades, com os parceiros, com financiadores e público em geral.



contigo



contigo



A NOSSA IDENTIDADE

MATERIAIS INSTITUCIONAIS

3

PERSONALIDADE DA MARCA



SINCERA

É honesta e cumpre o que promete. Valoriza uma relação transparente com os seus e com quem se relaciona.



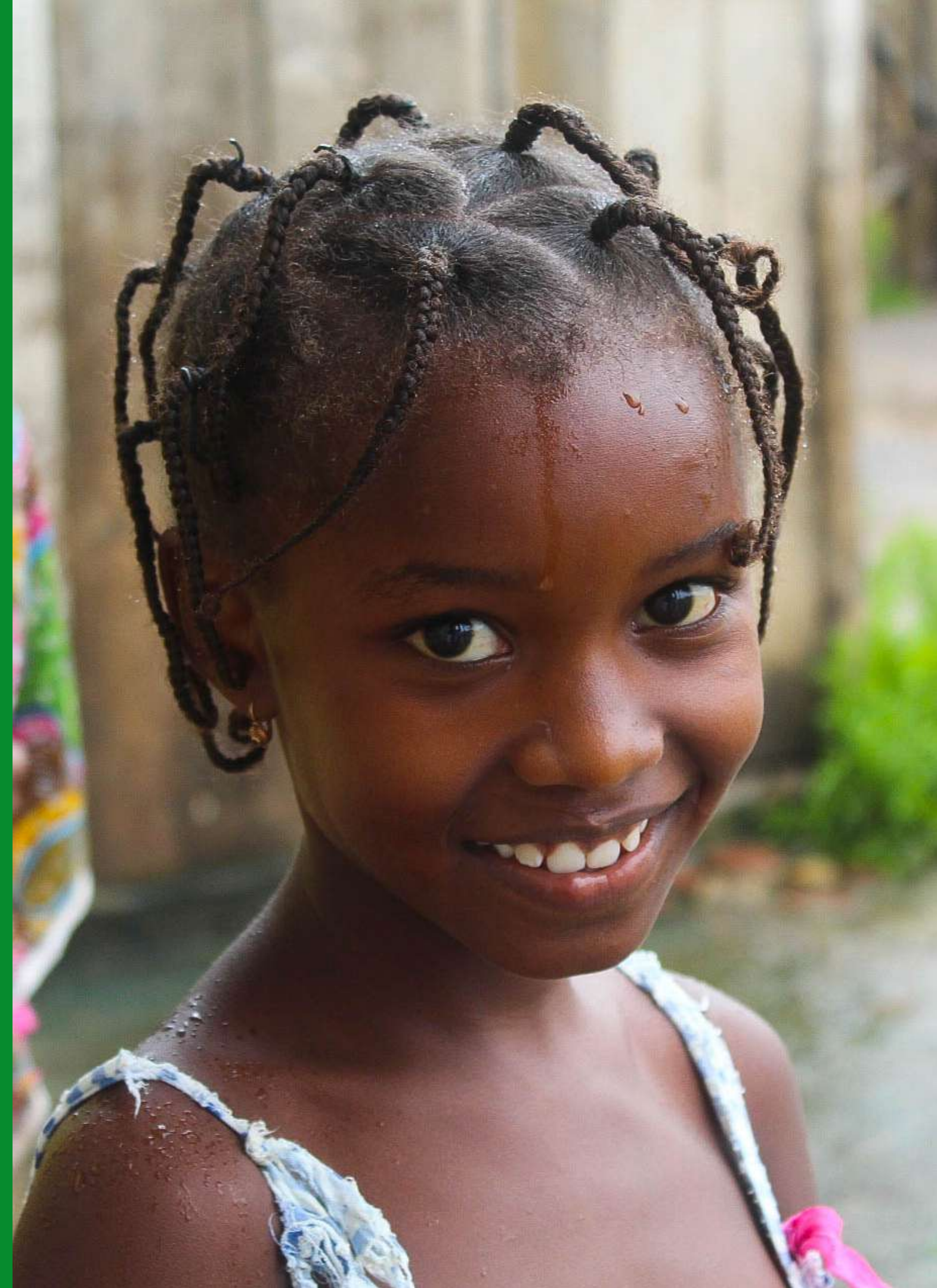
AFETUOSA

Valoriza a família e a construção de relações duradouras. É íntegra, amigável, e sensível aos problemas do Mundo. Luta por causas sociais e não tolera a injustiça.

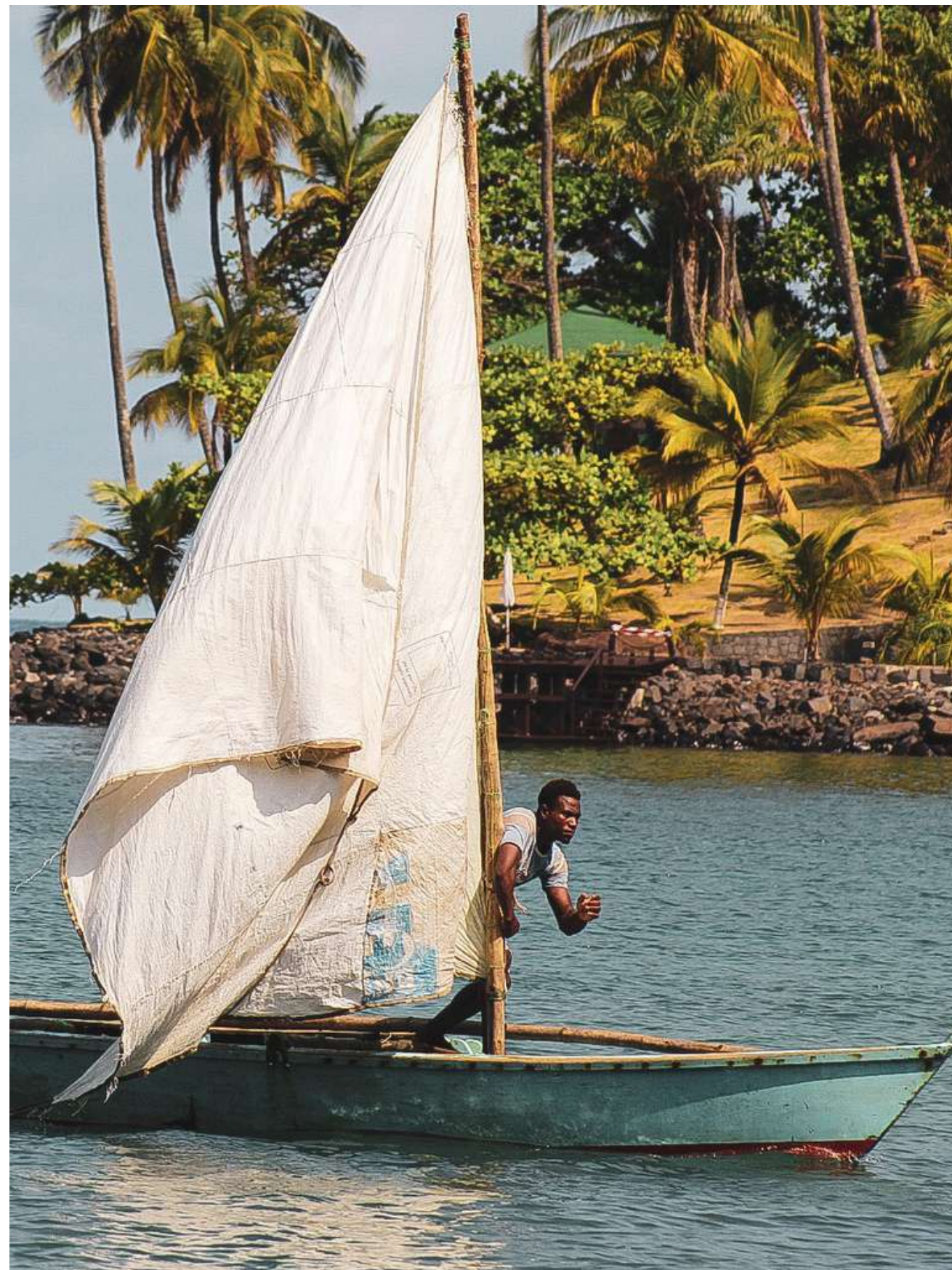


COMPETENTE E CONFIÁVEL

Trabalhadora, persistente e confiante nas suas capacidades. Dedicada e especialista na sua área de atividade.

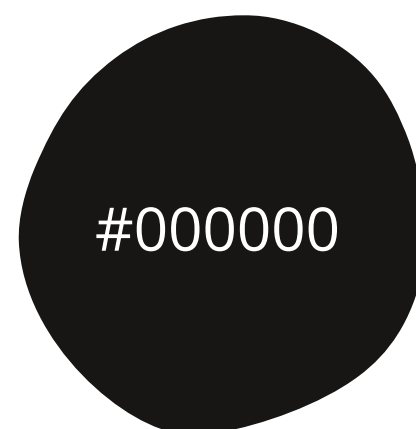


MOODBOARD PALETTE DE CORES



Cores terrenas que evocam a natureza, o solo e a diversidade cultural.

CORES INSTITUCIONAIS



CORES COMPLEMENTARES - EIXOS TEMÁTICOS



CORES NEUTRAS



CÓDIGOS DE CORES

RGB	HEX	CMYK	WEBSAFE	PANTONE
6, 139, 46	#068B2E	86, 20, 100, 7	#009933	2258C
0, 0, 0	#000000	0, 0, 0, 100	#000000	Process Black
255, 255, 255	#FFFFFF	0, 0, 0, 0	#FFFFFF	White

CORES INSTITUCIONAIS

RGB	HEX	CMYK	WEBSAFE
0, 90, 67	#005A43	90, 39, 78, 35	#006633
153, 76, 46	#994C2E	28, 76, 98, 22	#993333
221, 153, 79	#DD994F	12, 44, 79, 0	#CC9966
52, 100, 111	#34646F	82, 49, 45, 19	#336666

CORES COMPLEMENTARES

RGB	HEX	CMYK	WEBSAFE
62, 62, 62	#3E3E3E	68, 61, 60, 49	#333333
226, 226, 226	#E2E2E2	10, 7, 8, 0	#CCCCCC
238, 236, 225	#EEECE1	6, 4, 11, 0	#FFFCC
198, 225, 168	#C6E1A8	24, 0, 42, 0	#CCCC99

CORES NEUTRAS

FUNDOS E FOTOS COM TRANSPARÊNCIAS

Usar transparências sobre fotos pode ser útil para criar destaques. Respeitar regras comuns mantém uma coerência:

1) Sobre imagem completa:

- Foto preto e branco ou cores com 60% de opacidade a verde.
- Foto a cores com 40% de opacidade a preto.

2) Sobre parte da imagem, para blocos de texto, foto a cores com 75% de opacidade a verde.

VERDE OIKOS A 60% DE OPACIDADE

+



=

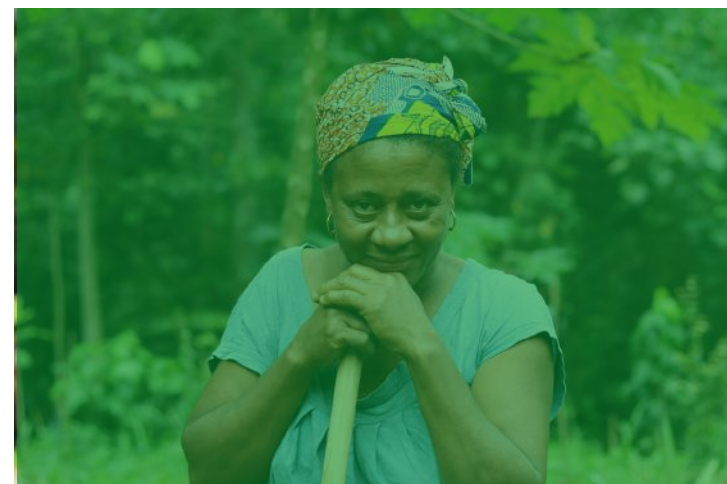


VERDE OIKOS A 60% DE OPACIDADE

+



=



PRETO A 40% DE OPACIDADE

+



=



CAIXA COM TEXTO A VERDE COM A 75% DE OPACIDADE



NORMAS TIPOGRÁFICAS E ORTOGRÁFICAS

A tipografia (tipo de letra e regras de utilização) fazem parte da imagem da Oikos e são um elemento fundamental na identidade gráfica da organização.

INDICAÇÕES

- 1** Quando escrita no meio de um texto, a marca deve ser escrita com O maiúsculo e restantes minúsculas. "Oikos" e "Oikos – cooperação e desenvolvimento". Não utilizar OIKOS (visualmente é totalmente diferente do nosso logotipo), nem em itálico. Se necessário, admite-se o uso do Bold.
- 2** O tipo de letra a usar em documentos internos e de trabalho deverá ser CALIBRI. É um tipo de letra lido em todos os computadores e evitamos desformatações sempre que mudamos o usuário.
- 3** Os textos devem ser alinhados à esquerda. A hifenização nem sempre é a mais correta em word ou programas de imagem e evitamos desta forma que fiquem grandes espaços entre o texto, que produz um efeito visual desagradável.
- 4** A Oikos adotou o acordo ortográfico para comunicação externa. Independentemente de se concordar pessoalmente ou não, é este o formato que se deverá utilizar para comunicação formal da Oikos.
- 5** Tu ou você? Por norma, a comunicação da Oikos utiliza o "Você". Apesar de ser mais formal, é também mais consensual e reflete uma abordagem mais adequada ao público da Oikos. No entanto, para projetos e temas que têm como target públicos jovens, é utilizado o trato por "Tu", evocando uma maior proximidade, jovialidade e coloquialidade na comunicação.

TIPOGRAFIA

Fonte Primária

A tipografia é uma ferramenta poderosa de marca quando usada de forma consistente. InfoOTDisp é o nosso tipo de letra corporativo e a fonte original do logotipo da Oikos.

É um tipo de letra único, simples e de fácil leitura.

Deve ser usado apenas em materiais institucionais gráficos - não é uma fonte de uso livre e por isso não é assumida em dispositivos onde não está instalada.

InfoOTDisp

ABCDEFGHIJKL

MNOPRSTUVWXYZ

abcdefghijkl

mnoqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Aa

TIPOGRAFIA

Fontes Secundárias

Conjunto de fontes que melhor se enquadram com o nosso estilo de marca e que podem ser usadas em materiais impressos, relatórios, documentos internos e Web, em combinação com a INFO. São ainda usadas, apenas de forma exclusiva:

- Para email: Sans Serif
 - Para site Oikos: Boogaloo
-



Utilização preferencial para apresentações PPT, materiais de projeto ou documentos internos.

CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Uso preferencial em Relatórios, apresentações ou outros documentos.

OPEN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Uso preferencial em Brochuras e materiais de design.

MONTSERRAT CLASSIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

ELEMENTOS GRÁFICOS

As áreas estratégicas da Oikos, bem como os setores de atividade, têm ícones que podem ser usados como ilustrações.

As áreas estratégicas têm cor própria e os restantes ícones devem ser usados a preto em fundo branco ou branco com fundo verde.

FUNDOS COM COR



AMBIENTE
E ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



SEGURANÇA
ALIMENTAR E
ECONOMIA LOCAL



ACESSO AOS
SERVIÇOS SOCIAIS
BÁSICOS



CIDADANIA
E DIREITOS
HUMANOS

SEM FUNDOS



AMBIENTE
E ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



SEGURANÇA
ALIMENTAR E
ECONOMIA LOCAL



ACESSO AOS
SERVIÇOS SOCIAIS
BÁSICOS



CIDADANIA
E DIREITOS
HUMANOS



AMBIENTE
E ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



SEGURANÇA
ALIMENTAR E
ECONOMIA LOCAL



ACESSO AOS
SERVIÇOS SOCIAIS
BÁSICOS



CIDADANIA
E DIREITOS
HUMANOS

ÍCONES SETORES DE ATIVIDADE

Cada setor de atividade tem um ícone próprio que poderá ser utilizado na respectiva língua, a cinzento ou a branco.



**AMBIENTE E
RECURSOS
NATURAIS**



**RESILIÊNCIA E
ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS**



**MEIOS DE
SUBSISTÊNCIA**



**ABRIGO E
INFRAESTRUTURAS**



**SEGURANÇA
ALIMENTAR**



EDUCAÇÃO



**ÁGUA E
SANEAMENTO**



SAÚDE



**CULTURA E
COMUNIDADES**

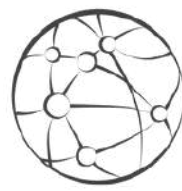
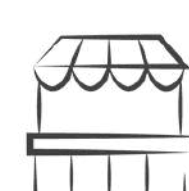
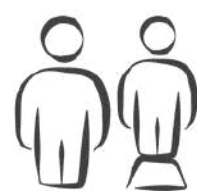
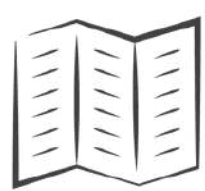
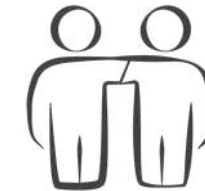


**ESPAÇO CÍVICO
E DIREITOS
HUMANOS**



**DESENVOLVIMENTO
DA ECONOMIA LOCAL**

BANCO DE ÍCONES ADICIONAIS



ESTACIONÁRIO CORPORATIVO

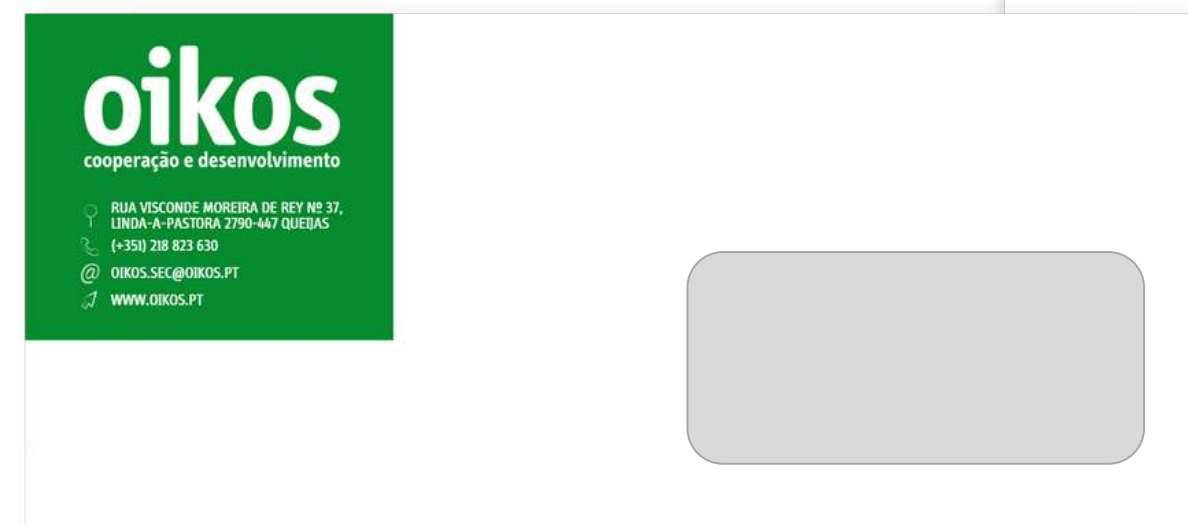
O tipo de papel a utilizar deve ter sempre em atenção as questões ambientais e sociais relacionadas com a sua produção.

O papel deve ser, por princípio, reciclado ou o menos prejudicial para o ambiente possível. São exemplo os papéis isentos de cloro (TCF) e que não recorrem a celulose oriunda de florestas em perigo de extinção; ou os papéis que incorporam resíduos orgânicos na sua produção.

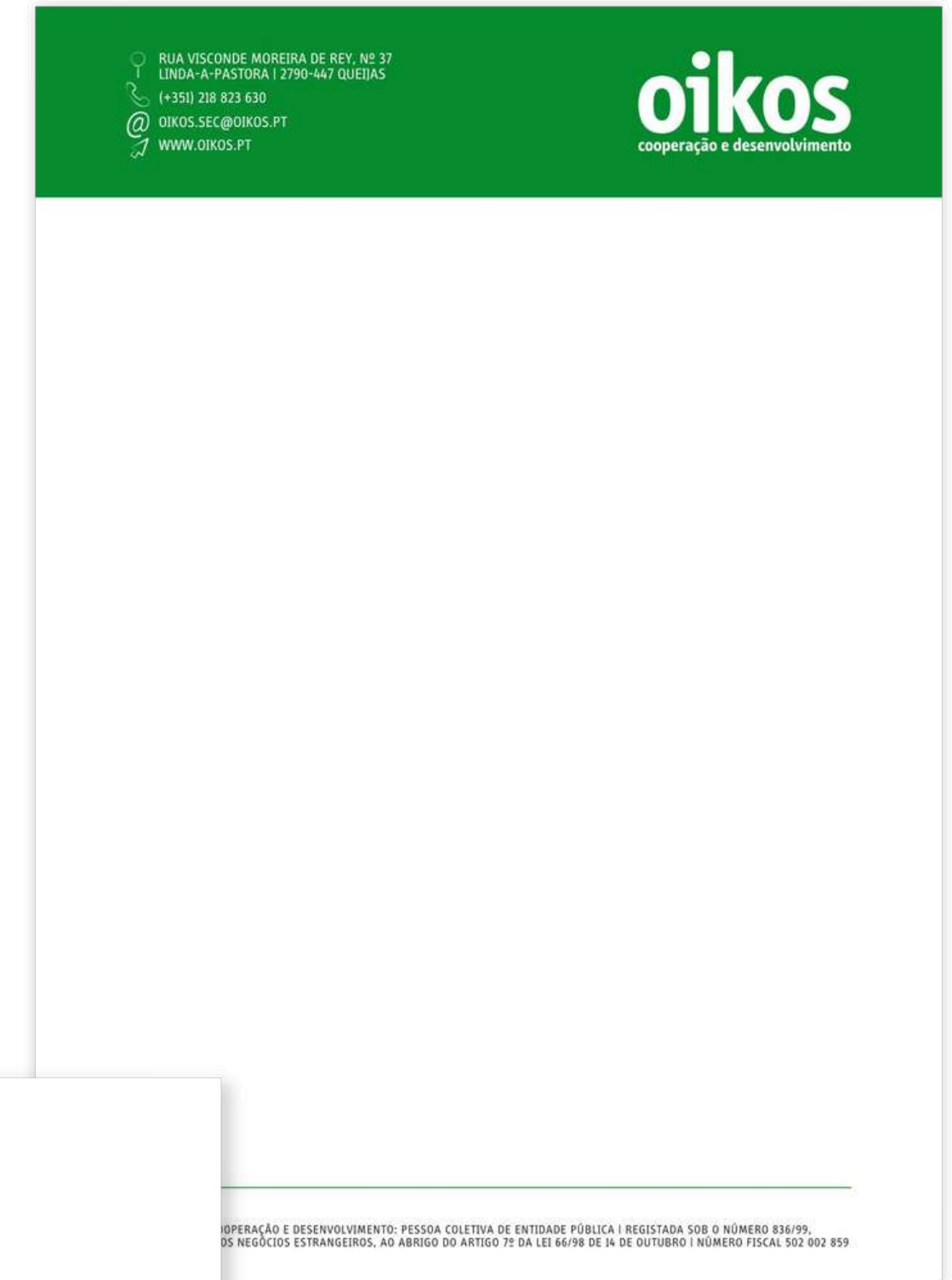
CARTÃO DE VISITA



ENVELOPE



PAPEL DE CARTA



ASSINATURAS DE EMAIL

As assinaturas devem ser uniformizadas e usadas por todos(as) os(as) colaboradores(as) da Organização.

- Não devem ser alteradas ou adaptadas ao gosto pessoal individual.
- Podem ser feitas adaptações locais, com o ano desde que a Oikos está no país.
- Os links das redes sociais devem redireccionar para as para as redes locais, caso existam.

NOME COMPLETO

NOME DA FUNÇÃO

oikos
cooperação e desenvolvimento

RUA VISCONDE MOREIRA DE REY, 37 LINDA-A-PASTORA 2790-447 QUEIJAS

+351 218 823 630 | +351 96 456 77 56

Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD), fundada em Portugal em 1988. NIF 502 002 859

oikos.pt | [Instagram](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#)

Sujeito a sigilo profissional de acordo com a lei e [termos](#) de confidencialidade.

♻️ Imprima de forma responsável.

Letra assinatura: Verdana 10pts Nome e Função + 8pts restante
Letra corpo de email: Verdana – normal ou tamanho 10 a preto

EM OCASIÕES ESPECIAIS OU CAMPANHAS, DE FORMA PONTUAL, A COMUNICAÇÃO PODE ENVIAR INDICAÇÕES OU IMAGENS PARA ADAPTAÇÃO DA ASSINATURA DURANTE UM PERÍODO DE TEMPO.



VISIBILIDADE E MERCHANDISING

PRODUTOS E MATERIAIS

4

A photograph of two men in a tropical setting, looking upwards at palm trees. The man in the foreground has long dreadlocks and is wearing a light-colored t-shirt. The man behind him is wearing a green and purple shirt. The background is filled with tall palm trees and a clear sky. The text is overlaid on the image.

FOTOGRAFIA

A COISA MAIS DIFÍCIL NA FOTOGRAFIA É SER SIMPLES:
A EXPONTANEIDADE PRESERVA A FORÇA E ESSÊNCIA DA IMAGEM.



A OIKOS REVÊ-SE EM IMAGENS POSITIVAS QUE REFLITAM ESPERANÇA E RESILIÊNCIA.

As imagens desempenham um papel fundamental na ligação emocional na comunicação de uma organização.

A Oikos pretende que essa ligação através de imagens seja representada por **imagens positivas**, que **enalteçam as pessoas e lugares** com quem e onde trabalha.

A OIKOS PRIORIZA O RESPEITO E DIGNIDADE NA UTILIZAÇÃO DE IMAGENS.

- Não exploramos a vulnerabilidade e sofrimento das pessoas.
- Somos sensíveis ao contexto: as nossas imagens devem documentar a situação de forma respeitosa.
- Contar uma história é mais importante do que a técnica: a Oikos prefere sobretudo imagens que retratem o momento, com situações autênticas e significativas.



A FOTOGRAFIA É UMA FERRAMENTA PODEROSA PARA CONTAR UMA HISTÓRIA

PESSOAS

É importante retratar expressões. Um rosto transmite proximidade. Devem ser utilizadas fotos ao nível da pessoa e evitar fotos tiradas de cima para baixo. Idealmente as fotos devem ser em locais amplos, com pouca informação de fundo e todas à mesma luz (só sol ou só sombra). Preferir a cor, evitar preto e branco e nunca utilizar filtros de cor.

LOCAIS

Trabalhando em diferentes pontos do mundo, é fundamental que as imagens da Oikos transmitam a envolvente para conseguir uma maior aproximação e familiaridade à comunicação.

OBJETOS

É importante destacar resultados. Incluir um “objeto” de trabalho, um símbolo de destaque do momento ou focos aproximados cria normalmente fotografias representativas e visualmente apelativas.

MOVIMENTO

Conseguir retratar o movimento numa imagem torna a fotografia mais real, dinâmica e de interesse reforçado.

oikos
cooperação e desenvolvimento



CONSENTIMENTO PARA RECOLHA DE IMAGENS

O consentimento é fundamental, garantindo o respeito à privacidade e aos direitos individuais das pessoas.

COMO?



*Modelos disponíveis no Manual de Ética da Oikos.

POLÍTICA DE ÉTICA

Qualquer pessoa que recolha imagens em nome da Oikos deve ter conhecimento da sua política ética. Além disso, deve estar completamente informada sobre o propósito das imagens que irá recolher, a história envolvente e os requisitos necessários.

CONSENTIMENTO EXPRESSO

Sempre que possível deve haver um consentimento individual, explícito e informado da pessoa. Não substituindo, admite-se excepcionalmente a autorização em grupo feita ao líder da comunidade ou responsável de grupo.

CRIANÇAS E PESSOAS VULNERÁVEIS

É necessário obter o consentimento dos pais ou responsáveis legais ao fotografar menores de idade ou pessoas que não têm capacidade legal para dar seu próprio consentimento.

DIREITO DE RECUSAR

Respeitamos o direito da pessoa de recusar ser fotografada. Mesmo que já tenha sido dado este consentimento, devemos respeitar caso a pessoa queira parar de ser fotografada/filmada.

USO EM CAMPANHAS

Se utilização da imagem for para alguma campanha de âmbito global da Oikos, todos os passos anteriores são expressamente obrigatórios. A pessoa deve ser informada não só da recolha da imagem como do fim da sua utilização.

FLYERS E CARTAZES

As imagens devem ser positivas e apelar à inclusão e representatividade.

- Deve-se assegurar um bom destaque e leitura da marca Oikos e, quando possível, associar uma frase de destaque com pouca informação.
- Usar imagens de boa qualidade e resolução que sejam representativas da Oikos.
- Usar uma linguagem clara e concisa.
- Incluir uma chamada à ação: informações claras de como as pessoas se podem relacionar com a Oikos.
- Escolher o tamanho e formato adequado: fácil de manusear e que permita que o conteúdo seja legível.
- Utilizar o código de cores da Oikos para todo o tipo de material institucional. Salvaguardam-se adaptações conforme manuais de comunicação adaptados a cada projeto e os respetivos materiais.

JUNTOS POR UM MUNDO MAIS JUSTO E SUSTENTÁVEL

Somos uma Associação sem fins lucrativos Portuguesa, que trabalha em Portugal e no Mundo desde 1988 com as comunidades de regiões e países mais pobres e vulneráveis.

Partilhe a nossa missão:
Erradicar a pobreza para que todas as pessoas usufruam do direito a uma vida digna.

oikos
cooperação e desenvolvimento

www.oikos.pt

oikos

COMO APOIAR

DOAR
MBWAY "Ser Solidário" ou 93 733 86 03
IBAN PT50 0036 0265 9910 0013225 29

SER ASSOCIADO
Participe da vida da nossa Associação.

OFERECER TEMPO
Colabore dentro da sua área profissional e de conhecimento.

COMPRAR
Apoie os nossos Negócios Sociais.

PARTILHAR
Divulgue a nossa mensagem a mais pessoas.

FOMENTAMOS A SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONOMIA LOCAL

PROTEGEMOS O AMBIENTE E ATUAMOS CONTRA AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

APOIAMOS O ACESSO AOS SERVIÇOS SOCIAIS BÁSICOS

INCENTIVAMOS A PARTICIPAÇÃO CÍVICA E DIREITOS HUMANOS

EDUCAMOS PARA A CIDADANIA GLOBAL

OIKOS EM NÚMEROS

9 PAÍSES DE INTERVENÇÃO

627.407 PESSOAS BENEFICIADAS

34 PROJETOS EM CURSO

321 ORGANIZAÇÕES APOIADAS

90% DOS RECURSOS APLICADOS DIRETAMENTE NA ATIVIDADE

T-SHIRTS INSTITUCIONAIS

O vestuário institucional permite uma representação da Oikos de forma clara e profissional.

- O uso pode ser quer em tshirt ou polo, em branco com logo a verde + preto ou verde com logo a branco, garantindo uma identificação visual rápida e consistente com a nossa marca.
- A utilização de coletes deve garantir a mesma consistência de cores. Em fundo bege, a melhor leitura será com o logotipo principal, a verde e preto.
- Sempre que possível, a produção deve ser feita no país onde se irá usar, estimulando a economia local.



T-SHIRTS DE PROJETOS

- Para vestuário identificativo de projetos, a identidade da Oikos deve ser respeitada da mesma forma que deve ser dada a devida visibilidade a parceiros e financiadores.
- A análise de posição de logotipos deve ter em conta: especificações de comunicação de cada projeto e normas de cada financiador. Preferencialmente, a utilização será como o exemplo abaixo: o peito com o logotipo da Oikos e dos parceiros, nas mangas os financiadores e nas costas todos.
- No caso de se incluir texto para descrever o projeto, deve usar-se a letra INFO ou a definida nas especificações de cada projeto. Estas podem influenciar também a cor têxtil, mas preferencialmente será branco ou verde.



O MERCHANDISING DEVE SER PRODUZIDO DE FORMA RESPONSÁVEL

- Os brindes produzidos pela Oikos devem maximizar os benefícios sociais e ambientais positivos.
- Devem ser produzidos com materiais renováveis, reciclados, recicláveis ou compostáveis, de forma a reduzir o uso de recursos naturais.
- Deve ser de utilidade, para que não se torne um desperdício.
- Quando possível, deve ter uma mensagem: o brinde pode ser uma oportunidade para conscienciar as pessoas sobre a importância da sustentabilidade e a necessidade de cuidar do meio ambiente.





COMUNICAÇÃO ONLINE

WEB E REDES SOCIAIS

5

COMUNICAÇÃO WEB

MICROSITES OU BLOGUES DE PROJETO

Sites temáticos ou específicos de projetos devem indicar sempre o contexto da sua criação e mostrar resultados e/ou impactos. Idealmente, devem ser complementados com histórias de vida ou testemunhos. Algumas notas importantes:

- Projetos e campanhas têm muitas vezes linhas de comunicação próprias. No entanto, é preciso assegurar a ligação à Oikos, nomeadamente com logotipo, área reservada sobre a Oikos e ligação ao site institucional www.oikos.pt.
- Sempre que possível, deve existir alguma ligação com as normas gráficas da Oikos.
- Devem ser usados tipos de letra “websafe”. Ou seja, que todos os computadores têm e que permitem, para além de boa leitura, que fique de igual forma formatado independentemente do computador ou browser usado.
- Deve ser assegurada a devida visibilidade a parceiros e financiadores envolvidos no projeto ou campanha.





REDES SOCIAIS SÃO CONEXÕES. REDES SOCIAIS SÃO PUBLICIDADE. REDES SOCIAIS SÃO SERVIÇO PÚBLICO.

As redes sociais são consideradas a maior atividade on-line. Por isso é nas redes sociais que a Oikos aposta fortemente para manter uma comunicação diária.

Além de aumentar a visibilidade, as redes sociais são ótimos canais de relacionamento, permitindo-nos construir uma relação de proximidade.

A Oikos tem presença institucional em diferentes redes sociais desde 2009, fazendo a gestão dos canais:



[oikos.cd](https://www.facebook.com/oikos.cd)



[oikos_ongd](https://www.instagram.com/oikos_ongd)



[oikos-ong](https://www.linkedin.com/company/oikos-ong)



[OikosONGD](https://twitter.com/OikosONGD)



[oikoscd](https://www.youtube.com/channel/UC...)



REDES SOCIAIS LOCAIS

oikos
cooperação e desenvolvimento

A Oikos optou pela descentralização das suas redes para promover uma maior interação e ligação à realidade local. Isto permite maior autonomia da equipa e maior visibilidade local seja pela aproximação à língua, ao país, a parceiros e financiadores.

BOAS PRÁTICAS:

- Os editores locais são responsáveis pela gestão destas redes. A Oikos institucional pode intervir sempre que se justifique.
- Incluir na apresentação: ONGD portuguesa com atividade internacional em (x país) Desde 1988 juntos por um mundo mais justo e sustentável. [@oikos_ongd](#)
- Todas as publicações devem identificar a Oikos Institucional para reforço da marca e aumento de alcance orgânico de ambas as páginas.
- As páginas da Oikos podem e devem ser um veículo de informação além trabalho da Oikos, contribuindo para divulgação de temáticas diretamente implicadas na nossa ação. É importante assegurar a veracidade da informação e credibilidade das fontes.



REDES SOCIAIS LOCAIS



- Em termos gráficos, deve-se manter a coerência de cores e normas gráficas da Oikos sempre que seja comunicação institucional. Em comunicação de projeto, deve ser respeitada a identidade individual, mas procurando um equilíbrio geral no conjunto do feed.
- As fotografias e vídeos devem ser editados para melhorar as suas cores (procurar ter um equilíbrio de cores vividas) e qualidade.
- Para destaques dá-se sempre prioridade à cor verde, quer seja sobre fotos com transparência, quer seja em fundos com textos ou infografias.
- Quando necessário, poderá utilizar-se o logo da Oikos simplificado (apenas Oikos) no canto inferior direito, ou centrado ao meio em cima ou em baixo da foto.
- As fontes utilizadas devem ser as fontes oficiais da Oikos.
- É importante diversificar as formas de publicação: infografias, fotografias, reels, vídeos, stories e links.
- Todos os parceiros e financiadores devem estar devidamente identificados sempre que se trate de uma informação acerca de um projeto.

Acima de tudo, o mais importante será todas as redes sociais das várias delegações manterem uma uniformidade entre si, para que se compreenda que estão todas a representar a Oikos e a sua identidade de marca. Quanto mais coerente for esta representação, mais reconhecimento e visibilidade terá a Oikos.



A COMUNICAÇÃO TEM A CAPACIDADE DE UNIR PESSOAS,
INSPIRAR MUDANÇAS POSITIVAS E PROMOVER UM MUNDO
MAIS JUSTO E INCLUSIVO.

ESTE MANUAL PRETENDE CONTRIBUIR PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE VISUAL SÓLIDA E COESA DA OIKOS, CAPAZ DE TRANSMITIR A ESSÊNCIA DA NOSSA MARCA.

QUALQUER DÚVIDA SOBRE A UTILIZAÇÃO DESTE MANUAL OU APLICAÇÃO DAS NORMAS GRÁFICAS DEVE SER ESCLARECIDA COM: COMUNICA@OIKOS.PT

ESTE MANUAL, TODOS OS LOGOTIPOS, ICONOGRAFIA, TODOS OS MATERIAIS AQUI DESCRITOS E DIVERSOS MODELOS DE UTILIZAÇÃO, PODEM SER ENCONTRADOS E DESCARREGADOS NESTA PÁGINA. (LINK)

WWW.OIKOS.PT

