



**TeachBeyond**

Transformational Education Services

Guía de Marca y Estilo



Propósito de una guía de estilo	4
Nuestra Marca	6
El logotipo	10
Colores	22
Tipografía	24
Elementos Gráficos	26
Fotografía y videografía	28
Lenguaje y tono	34
Redes Sociales y Boletines informativos	38
La traducción	40
Términos de marca	42
Texto modelo	43

El propósito de este guía es darle las herramientas que necesita para representar a TeachBeyond de una manera apropiada y consistente. Nuestra esperanza es que encuentre el contenido de este folleto útil e inspirador mientras busca honrar al Señor a través de su asociación con TeachBeyond.

Las guías de la marca y el estilo son esenciales para crear y mantener una presencia profesional y respetada alrededor de todo el mundo. Con miembros que sirven en países alrededor de todo el mundo, TeachBeyond es una organización verdaderamente global, y tenemos mucho cuidado por representar bien a TeachBeyond.

Ya sea usted un asociado de la organización o un educador que sirve con TeachBeyond, esta guía ha sido diseñada para servirle a usted. Por favor, consúltela con frecuencia cuando diseñe y comparta cualquier contenido o material relacionado con TeachBeyond. Al seguir estas directrices ayudará a que la marca TeachBeyond permanezca clara y reconocible.

Esta guía incluye información sobre TeachBeyond, nuestros valores, nuestro tono, nuestros asociados, nuestro logotipo, elementos de diseño, lenguaje, fotografía, redes sociales, y mucho más. Lo animamos a leer la guía entera, familiarizarse con TeachBeyond y unirse en expandir las buenas nuevas a través de la educación transformadora.



## NUESTRA MARCA

Nuestro Nombre

Oración de Visión

Declaración de la Misión

Valores, Personalidad, y Tono

## NUESTRO NOMBRE

El nombre TeachBeyond se captura mejor en dos palabras simples nuestro entendimiento de la gran Comisión en Mateo 28, donde Jesús dice, "Vayan, pues, y hagan discípulos a los habitantes de todas las naciones...enseñándoles a cumplir todo lo que yo les he mandado".

La palabra *beyond* (más allá) sugiere cruzar los límites geográficos. También indica nuestro compromiso de enseñar más allá de formas de educación con una sola dimensión, o formas utilitarias, nuestro compromiso de enseñar de una forma holística que promueva el crecimiento personal y transformador y el beneficio social duradero.

Nuestro nombre refleja nuestra misión organizacional así como nuestro reto para los cristianos de **pensar más allá de su contexto actual, para animar su crecimiento como educadores transformadores, para inspirarlos a que se involucren y ayudarlos a ir donde Dios los guía.**

*Vayan, pues, y hagan discípulos a los habitantes de todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo, y enseñándoles a cumplir todo lo que yo les he mandado. Y sepan ustedes que yo estoy con ustedes todos los días hasta el fin del mundo.*

MATEO 28:19-20 (LBLA)

## MISIÓN

Como seguidores de Jesús somos una comunidad mundial que provee la educación transformadora a los niños y adultos. Proveemos servicios de enseñanza y aprendizaje para ver a los individuos y las comunidades convertirse en todo lo que Dios quiere, promoviendo el crecimiento personal holístico y el beneficio social duradero.

## ORACIÓN

Deseamos con todo el corazón servir al mundo de nuestro padre, amar a Jesucristo y ver en los individuos y las comunidades la transformación de Espíritu Santo a través de la educación.

## VISIÓN

Un mundo donde los individuos y comunidades lleguen a ser todo lo que Dios desea.

## VALORES

Humildad. Amor. Excelencia. Asociación.

## PERSONALIDAD

Activo. Accesible. Apasionado. Entusiasmado.

## TONO

Nuestro tono es animado y lleno de esperanza, claro y fácil para entender, un tono que trate a las personas con dignidad en la manera en que los presentan a través de fotos y copias.

A group of children are smiling and laughing in a dusty outdoor setting. In the foreground, a young girl in a red tank top is laughing joyfully, with her arms outstretched. To her right, a young boy in a light blue shirt is also smiling broadly. Behind them, other children are visible, including a boy in a blue and white shirt and a girl in a red shirt. In the background, a woman in a pink shirt is holding a young girl in a green shirt. The ground is dusty and there is a stone wall on the left side.

## EL LOGOTIPO

Nuestro logotipo

Elementos y versiones

Tamaño y espacio

Errores comunes

## EL LOGOTIPO

ESTE ES LA VERSIÓN PRIMARIA DE NUESTRO LOGOTIPO. UTILICE DOS TONOS DE AZUL CON NUESTRO LEMA ABAJO. SE DEBE USAR EL LOGOTIPO SIN LEMA SI EL LEMA YA SE HA PUESTO DE OTRA PARTE DE LA PIEZA O SI SE CONVERTIRÁ ILEGIBLE EN EL TAMAÑO PEQUEÑO.

El símbolo (el círculo), la marca denominativa (TeachBeyond), y el lema (Transformational Education Services), forman el logotipo de TeachBeyond. Juntos, el logotipo refleja muchas ideas centrales de nuestros crecimientos. El símbolo es un libro abierto estilizado, simboliza no solamente la educación pero más importante, el papel de la Palabra de Dios en la educación como misión. El libro abierto se ha puesto en un círculo, que representa el globo. Las líneas cruzadas evoca un sentido de movimiento a fuera

**-más allá-** retratando un reparto de la educación alrededor del mundo. Las páginas del libro se presentan como tres líneas y representan la integración Bíblica, la adaptación intercultural, y la transformación espiritual - tres elementos esenciales para una misión de educación efectiva. El toque de una ventana gótica que sale en la intersección de las líneas refleja el papel central de la educación en el crecimiento de la iglesia, y el papel central de la iglesia en el desarrollo y la difusión de la educación.



## USO DE COLORES

Puede usar la versión negra sólida del logo en un trasfondo blanco o claro, en la fotografía, o si la estética exige su uso.



Usa el logotipo blanco en un trasfondo oscuro o colorado, una foto, o si la estética exige su uso.



## ESPACIO CLARO

Asegúrese de dejar un espacio claro alrededor del logotipo igual al 20% de la altura de logotipo para asegurar la legibilidad. Este espacio aísla el logotipo de cualquier cosa que pueda distraer o competir con ello, como elementos gráficos o el texto.







## ERRORES COMUNES

Para mantener la integridad de la marca, hay algunas reglas para tener en mente. Rotar, colorear de nuevo, o distorsionar al logotipo de cualquier manera que puede comprometer al logotipo. Por favor, no añada ningunas ornamentaciones al logotipo tales como un contorno, una sombra, u otras decoraciones.

SÍ SE DEBE DESCARGAR EL LOGOTIPO EN [TEACHBEYOND.ORG/BRAND](https://teachbeyond.org/brand)

SÍ SE DEBE MANDAR UN CORREO ELECTRÓNICO A [COMMUNICATIONS@TEACHBEYOND.ORG](mailto:COMMUNICATIONS@TEACHBEYOND.ORG) SI TIENES UNA PREGUNTA SOBRE EL USO DEL LOGOTIPO.

NO GIRE NI CAMBIE EL DIRECCIÓN DE LOGOTIPO.

NO ALARGUE NI DISTORCIONE EL LOGOTIPO.

NO CUBRA NI quite ninguna parte del logotipo.

NO CAMBIE EL COLOR DEL LOGOTIPO.

NO ALTERE EL LEMA NI añada un texto adicional al logotipo.

NO UTILICE LA MARCA DEL GLOBO POR SÍ SOLA.

## LOGOTIPO ENCIMA DE UN TRASFONDO DE FOTO

Hay algunas maneras de usar el logotipo en las imágenes, pero se debe usar con cuidado, asegurándose que el logotipo y el texto no sean bloqueados por la foto de transfondo.



SI SE DEBE COLOCAR EL LOGOTÍPO EN LA ESQUINA PERMITIENDO UN ESPACIO ADECUADO.

NO UTILICE EL LOGOTIPO PRINCIPAL (EL DE COLOR) ENCIMA DE UNA IMAGEN.

NO COLOQUE EL LOGOTIPO ENCIMA DE LAS PARTES IMPORTANTES EN LA FOTO, POR EJEMPLO, LA CARA DE ALGUIEN.



## OTROS CONSEJOS DE LOGOTIPO

Cuando se utiliza el logotipo de TeachBeyond junto con otro logotipo, asegúrese que los logotipos estén escalados para tener el mismo peso visual.

Asegurese de mantener un espacio apropiado entre los logotipos y alinee los logotipos a través de centros verticales o horizontales. Una buena herramienta de medida es el globo de TeachBeyond.

ALINEADO AL CENTRO HORIZONTAL



ESPACIO ENTRE LOGOTIPOS

ALINEADO AL CENTRO VERTICAL



## OTROS LOGOTIPOS Y LEMAS

Cuando representa una sub-marca de TeachBeyond, una entidad nacional, o un departamento, por favor, use el logotipo correcto con sus directrices.

Algunos departamentos pueden usar nuestro lema de ministerio con su propio logotipo. Al usar el lema, quita la necesidad de usar el logotipo entero en los materiales.



EJEMPLO DEL LOGOTIPO DE UNA ENTIDAD NACIONAL



EJEMPLO DEL LEMA DE UN MINISTERIO





## COLORES

### PALETA DE COLORES

Nuestra paleta refleja el espíritu de TeachBeyond. Utilizamos colores intensos y modernos que se pueden encontrar alrededor del mundo. Los nombres de los colores se eligieron para honrar de manera divertida a los alimentos de diferentes culturas.

#### COLORES

**PMS 343**  
**RGB 10 86 64**  
**CMYK 89 41 78 38**  
**HEX 0a5640**

**PMS 1625**  
**RGB 255, 164 137**  
**CMYK 0 44 42 0**  
**HEX ffa489**

**PMS 7700**  
**RGB 163, 200 277**  
**CMYK 92 62 32 12**  
**HEX 185a7d**

**PMS 7759**  
**RGB 197, 178 0**  
**CMYK 26 22 100 1**  
**HEX c5b200**

**PMS 174**  
**RGB 153, 57 33**  
**CMYK 27 87 99 23**  
**HEX 993921**

SPIRULINA

PEACH

BLUE CORN

CURRY

SUMAC



# TIPOGRAFÍA

## NUESTRAS TIPOGRAFÍAS

La tipografía es una herramienta excelente si lo usa de manera consistente. Los tipos de letra tanto para los titulares como para el cuerpo del texto representan mejor la sensación accesible, clara y global de nuestra organización. Estas familias de tipografía se debe usar en todas las publicaciones impresas y en línea. **Si Sofia Pro no está disponible, Century Gothic es el alternativo preferido, que viene ya instalado en las computadoras de Windows y Apple también.**

Puede cambiar el tamaño de la tipografía según las necesidades de la pieza, por favor no cambie ni la relación entre el tamaño y el primer renglón, ni la relación de tamaño de tipografía entre el título, subtítulo, y cuerpo.

TIPOGRAFÍA

## SOFIA PRO

- Sofia Pro Light
- Sofia Pro Light Italic*
- Sofia Pro Regular
- Sofia Pro Regular*
- Sofia Pro Medium
- Sofia Pro Medium Italic*
- Sofia Pro Semi Bold
- Sofia Pro Semi Bold Italic*

**Dónde se debe utilizar Sofia Pro:** Titulares, subtítulos, y el cuerpo de documentos

**Cómo se debe utilizar Sofia Pro:** MAYÚSCULAS. O mayúsculas y minúsculas para los oraciones

## RIFT

- RIFT REGULAR
- RIFT MEDIUM
- RIFT DEMI
- RIFT BOLD

**Dónde se debe utilizar Rift:** Titulares y subtítulos

**Cómo se debe utilizar Rift:** MAYÚSCULAS

## ACTIVE

- Active Regular

**Dónde se debe utilizar Active:** Titulares, subtítulos, y citas

**Cómo se debe utilizar Sofia Pro:** MAYÚSCULAS, minúsculas. O mayúsculas y minúsculas para las oraciones



## ELEMENTOS GRÁFICOS

MEXICO NIGER PALESTINE PAPUA NEW GUINEA PARAGUAY  
PHILIPPINES ROMANIA RUSSIAN FEDERATION RWANDA SPAIN  
SWITZERLAND TANZANIA THAILAND TURKEY UNITED STATES OF  
AMERICA UNITED KINGDOM

Bloques de color para crear un equilibrio, atraer la vista a una una área específica, y añadir color.

El teletipo de países, una lista de algunos países donde servimos, el cual se debe usar como un elemento de información y un elemento gráfico.

Texturas blanquecinas, para crear bloques de color más suaves, fondos o interés visual para fotografías o páginas en blanco.

### LOGRANDO EL ESTILO

Junto con los colores y la tipografía, los elementos gráficos ayudan a lograr la mirada y sentido de TeachBeyond. Estos elementos son diseñados para utilizar con la intención de subrayar y apoyar a otros elementos y añadir interés visual a los materiales.

Estos elementos deben ser utilizados según la discreción del usuario, y siempre se debe usar con un ojo artístico. El equipo de Communications usa estos elementos con mucha frecuencia pero también están disponibles para ayudar a otros cuando sea necesario.

Las fronteras "selladas" añaden el interés visual y valorizan los tejidos importantes alrededor del mundo.



Líneas dibujadas a mano para subrayar.



A young girl with braids is dancing joyfully in a room decorated with balloons. She is wearing a white dress with a colorful butterfly pattern. Another child in a pink dress is visible behind her, also dancing. The room has blue walls and a wooden cabinet in the background.

# FOTOGRAFÍA Y VIDEOGRAFÍA

Método

Ejemplos

## NUESTRO MÉTODO

Se ha desarrollado un estilo distintivo basado en nuestra personalidad y tono, y es una parte importante de la marca TeachBeyond.

Nuestro objetivo es ser dignos, respetuosos, considerados y amables con aquellos a quienes retratamos, teniendo en cuenta el tono de nuestra marca: activo, accesible, apasionado, entusiasta, emocionado, esperanzado.

¡Las caras sonrientes, el movimiento, el color, los espacios educativos y las ubicaciones globales son aspectos de la fotografía y la videografía que esperamos ver!

Nos encanta el aspecto de la luz natural, el estilo de fotoperiodismo, la poca profundidad de campo, las situaciones creíbles y las fotografías y videos de alta calidad. A menudo, haremos uso de fotografías duotono haciendo uso de los colores de nuestra marca, lo que permitirá que la foto se use como fondo o bloque de color.







### Video

Los videos que producimos deben ser auténticos, interesantes, y divertidos, guardando en mente el tono de nuestra marca y estilo.

Los efectos y transiciones deben seguir la mirada de TeachBeyond, con elementos simples y naturales. Según sea necesario, las pantallas de introducción o pantallas concluyentes deben ser gráficos o animaciones aprobados.

La voz en off y las entrevistas deben ser de alta calidad y claras cuando sea posible. La música de fondo debe ser instrumental y debe haber humor, contenido, y estilo del video.

A group of people are running through a field of tall, golden-brown grass. In the background, there is a dense forest of green trees under a clear blue sky. The scene is bright and sunny.

**LENGUAJE**

**Y TONO**

Método

Redes Sociales y Hojas Informativas

## EL DELETREO DE TEACHBEYOND

Cuando se hace referencia a TeachBeyond por escrito, deletréalo como una sola palabra, con el "T" y el "B" mayúscula. No haga nunca referencia a TeachBeyond como Teach Beyond, Teachbeyond, teachbeyond, o TB.

TEACHBEYOND USA EL MANUAL DE LA NUEVA GRAMÁTICA DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA PARA MANTENER LA REGULARIDAD POR TODA LA ORGANIZACIÓN.

## TONO

**Ser accesible:** A TeachBeyond le gusta mucho "reclutar amigos", entonces escribe como si hablara con un amigo. No rellene sus oraciones con jerga que pueda confundir a sus lectores.

**No sea complicado:** Uno o dos frases dentro de una oración es suficiente. Si sus oraciones son demasiado complicadas, sus lectores estarán confundidos.

**Sea Preciso:** Asegúrese de que los números o estadísticas que incluya estén actualizados.

**Sea respetuoso:** No retrate a las otras organizaciones, culturas, gobiernos, o individuos de una manera negativa.

## CONSEJOS PARA LA ESCRITURA

TeachBeyond prefiere que los cuentos se cuenten en primera persona.

Por favor incluya solo un espacio después de un periodo.

## REDES SOCIALES Y HOJAS INFORMATIVAS

La meta de estos consejos es proveer una guía para los miembros de TeachBeyond con su uso de las redes sociales, incluyendo hojas informativas electrónicas, un blog, un fórum, cuentas en redes sociales, videos, y otros sitios y servicios que permiten los usuarios compartir información con otros.

¡Queremos proveer guías claras y sencillas para ayudarlo a sentirse más comodo y lleno de confianza al compartir su vida y sus historias, impactando sus propias esferas de influencia!

Usted es, en primer lugar, un representante de Dios, y en segundo lugar un representante de TeachBeyond y sus proyectos y países socios. Sabemos que esto es mucho, por eso hemos creado estas guías y le aconsejamos:

**Que las cosas que comparte digitalmente pueden ser visto por todos.** Muestre humildad, amabilidad, y respeto para su país anfitrión y su pueblo en su escritura y representación visual. Recuerde que la gente pueden ver lo que ha escrito sobre ellos o su área.

**Siga las leyes, políticas, y guías del proyecto donde sirve,** en particular con respeto a la información que comparte sobre los estudiantes y colegas.

Sea ético, respetuoso, y responsable cuando saque y use fotos de niños o adultos vulnerables en sus hojas informativas.

**Pedir permiso antes de compartir una foto en su hoja informativa.**

**Evita compartir información delicada** de otros miembros de TeachBeyond, proyectos, u organizaciones asociadas. No necesita compartir el nombre real de una persona para que la historia tenga un impacto.

Cuídese por su seguridad y la de otros tomando sabias decisiones sobre compartir o no compartir su ubicación y sus interacciones.

No olvide que cuando comparta fotos de su vida, es importante mantener el profesionalismo y la propiedad. Las descripciones no siempre acompañan a las fotos ni pueden contar la historia completa, así que si una foto existe por sí sola, considere lo que la foto podría comunicar a alguien que la ve fuera de contexto.

Asegúrese que cumpla con **La política de Safeguarding y Código de Conducta de TeachBeyond que ha firmado.** Puede encontrar esa política en español en el sitio web [teachbeyond.org/safeguarding/policy](https://teachbeyond.org/safeguarding/policy).

Recuerde, aunque usted sea un representante de TeachBeyond, sus comentarios fotos o videos personales, no hablan directamente por nuestra organización.

**Sea consciente que cualquier cosa que comparte es permanente, para siempre y más, amen.**

## LA TRADUCCIÓN

Como una organización global, tenemos la oportunidad de proveer materiales en múltiples idiomas. La mayoría de los materiales son únicos, y serán traducidos específicamente en el idioma deseado.

Los nombres de escuelas, campamentos, y programas deben seguir la guía del grupo que representan. Sin embargo, hay algunas palabras y nombres que siempre debe aparecer de esta manera:

**TeachBeyond**

**Beyond Borders**

**LinGo**

**Safeguarding**





**TeachBeyond**

Transformational Education Services

COSTA RICA CZECH  
ATIC REPUBLIC OF  
ICAN REPUBLIC  
FRANCE GREECE  
UNGARY INDONESIA  
MAURITIUS MEXICO  
APUA NEW GUINEA  
NES ROMANIA  
N RWANDA SPAIN  
ANIA THAILAND  
TES OF AMERICA  
LBANIA ARGENTINA  
E BOLIVIA BRAZIL  
COLOMBIA COSTA  
IC DEMOCRATIC  
ONGO DOMINICAN  
ETHIOPIA FRANCE  
A HAITI HUNGARY  
ZAKHSTAN  
NIGER PALESTINE  
PARAGUAY  
IA RUSSIAN  
A SPAIN  
ANIA THAILAND  
BANGLADESH  
ZIL CAMBODIA  
COSTA RICA CZECH  
ATIC REPUBLIC OF  
ICAN REPUBLIC  
FRANCE GREECE  
UNGARY INDONESIA