



ANEP

Manual de Arquitectura de Marca

2026 | 1ª edición

Presentación

El manual de arquitectura de marca institucional de la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP) documenta los criterios generales para la producción y emisión de mensajes visuales de comunicación, que permiten transmitir más información y estimular la reafirmación de vínculos entre nuestra sociedad y la ANEP.

Todo acto donde la ANEP está presente comunica directa o indirectamente sobre la institución y su comunidad: una campaña publicitaria, un comunicado de prensa, afiches, cartelería, un diploma, un certificado, una constancia de inscripción, los uniformes son algunas de las diversas expresiones que construyen en nuestra sociedad una imagen de la ANEP.

La comunicación es parte integral de la gestión de una institución. El tratamiento riguroso, claro y ordenado de la comunicación visual redundará en un vínculo más eficaz y racional con la sociedad. Este manual de identidad visual institucional tiene como objetivo la racionalización de la gestión de la comunicación. En él se presenta una amplia gama de piezas de comunicación, lo que además sienta líneas orientadoras para resolver nuevos que se presenten. Las innovaciones, una vez evaluadas por la Dirección de Comunicación Institucional de la ANEP, se agregarán en el futuro a este volumen en forma de anexos. El manual, como la comunicación que permite, es abierto, dinámico y cambiante, por ello esta edición puede ampliarse en el futuro con nuevas aplicaciones.

La arquitectura de marca de la ANEP y toda la comunicación institucional debe propender a emitir mensajes claros, inteligentes, estéticamente valiosos y coherentes. La correcta aplicación de las reglas que establece este manual, por parte de quienes tienen responsabilidad y funciones en estos asuntos dentro de la comunidad educativa, será de fundamental importancia para lograr una comunicación efectiva.

Este manual fue creado para uso de la ANEP y sus proveedores gráficos, publicitarios, etc. En él se determinan los lineamientos estéticos y gráficos generales, y un sistema de marca y submarcas racional que tiene el objetivo del rápido reconocimiento de la ANEP como emisor, así como la mejora de la recordación de los mensajes emitidos.

De su correcto uso, del respeto a sus lineamientos y de nuestra capacidad de crear en base al presente manual las interpretaciones que resuelvan los futuros desafíos comunicacionales depende, en buena medida, la construcción de la imagen de nuestra institución. Un complejo proceso público, en el que nos toca asumir las correspondientes responsabilidades como emisor.

Arquitectura de marca

La ANEP es una institución heterogénea y dinámica con muchas áreas que tienen necesidades propias de comunicación. El hecho de comunicar lo que es una organización o sus servicios de una manera eficiente, no se trata de lanzar mensajes sobre lo que es la institución a través de herramientas digitales o analógicas. Supone mucho más y para ello hay que tener el desarrollo de una arquitectura de marca previamente diseñada.

La arquitectura de marca tiene que organizar las submarcas, y también definir los criterios y dirección para la creación de nuevas submarcas. Ello implica establecer y definir cuestiones clave que permitan saber el rol de cada área como extensión de la marca o submarca. En cada caso, además, se debe establecer el tipo de solución de comunicación visual que le corresponde.

La arquitectura de marca describe la estructura institucional, define y hace más visibles los roles, las relaciones y las jerarquías entre las áreas de la institución o de sus subsistemas. Al mismo tiempo, transmite claridad a las audiencias y un sentido de orden, propósito y dirección al conjunto de la organización.

Desde el punto de vista operativo optimiza los costos de gestión y permite detectar solapamientos entre áreas existentes, identificar marcas que conceptualmente no encajan en el portafolio y destacar espacios.

El sistema de arquitectura de marca de la ANEP permite que estas áreas puedan desplegar su propia firma, que esta firma sea coherente con la identidad general, y que permita visualizar la relación jerárquica que tienen dentro de la institución.

Para ello se definen criterios visuales del logotipo y sus usos, como utilizar las tipografías institucionales y la relación entre ellas. Establece criterios tipográficos y ayuda a establecer los niveles de la institución.

También comprende un conjunto de elementos visuales complementarios que completan la identidad visual, tales como líneas colores, texturas, etcétera.

Cómo usar este manual

Este manual es la herramienta fundamental para lograr una efectiva comunicación visual. Su función es poner a disposición de los diferentes actores de la gestión de la imagen de la institución las reglas de aplicación de una forma clara, simple y efectiva. Es en ese sentido que se recomienda una recorrida integral del documento.

Ante cualquier situación no contemplada en el presente manual o duda respecto a alguna de las piezas definidas en él, por favor contactarse con la Dirección de Comunicación Institucional de la ANEP (comunicacionadm@anep.edu.uy).

Cómo tener una versión digital actualizada de este manual

Contamos con una versión en formato PDF del manual: www.anep.edu.uy/acerca-anep/identidad alojada en la web de la ANEP, que permite la descarga de los siguientes archivos: logotipo de la ANEP, Escudo de la República O. del Uruguay, logotipos de los subsistemas y todos los elementos básicos de identificación que componen la identidad visual de la ANEP.

El presente manual como todos sus contenidos, incluyendo el logotipo, ha sido aprobados por las autoridades de la ANEP, según Resolución N°832 Acta N°9 Exp. 2026-25-1-000797, del 14 de abril de 2026.

Preguntas frecuentes

¿Para qué sirve un manual de Arquitectura de Marca?

Un manual de Arquitectura de Marca Institucional cumple varias funciones que parten del desarrollo de la comunicación y se extienden a la optimización de la gestión y el manejo de recursos. Del mismo amplio abanico que estas conforman, quizás la principal sea contribuir a mejorar la relación de la institución con la sociedad toda.

Desde el punto de vista interno, este manual constituye una herramienta para la gestión de la comunicación a todos los niveles, lo que permite una mayor eficiencia, ahorro de recursos y el mantenimiento de un alto estándar de calidad.

¿En qué me va ser útil este material?

El éxito de la mejora de la comunicación de la ANEP con toda la sociedad, de la cual es parte, depende del compromiso de todos los funcionarios y de la comunidad educativa de utilizar este material con responsabilidad. Este manual es una herramienta fundamental para la comunicación y el funcionamiento de una institución como la ANEP.

¿Cómo se usa este manual?

Cada página del manual ilustra alguna de las aplicaciones de la institución y sus características técnicas (material, tipo de impresión, etc.) y también posee la información para gestionar dicha aplicación: se indica, por ejemplo, colores, características tipográficas.

¿Qué pasa si tengo más dudas acerca de una aplicación en concreto?

Por favor comunicarse con la Dirección de Comunicación Institucional de la ANEP:

comunicacionadm@anep.edu.uy

que aclarará las dudas y brindará información y asesoramiento de cómo proceder para la implementación de la identidad visual institucional.

¿Qué son los subsistemas?

Son los cinco sistemas jurídico/administrativos que integran la ANEP: Consejo Directivo Central, Consejo de Formación en Educación, Dirección General de Educación Inicial y Primaria, Dirección General de Educación Secundaria y la Dirección General de Educación Técnico Profesional.

Logotipo institucional

El logotipo es el signo identificador principal de la institución y deberá aparecer –en cualquiera de las variantes establecidas en este manual– en toda comunicación de la ANEP, de los Consejos y Direcciones Generales, como cualquier otra institución que sea parte de la ANEP.

The image shows the word "ANEP" in a large, bold, blue, sans-serif typeface. The letters are thick and have a clean, modern look. The 'A' has a rounded top, the 'N' is composed of two thick vertical strokes and a diagonal stroke, the 'E' has three horizontal bars, and the 'P' has a thick vertical stem and a rounded bowl.

Color institucional

El color institucional de la ANEP es el Cian al 100 %; se priorizará su uso en todas las piezas de comunicación. En el logotipo el cian se utiliza solo para la sigla ANEP y las líneas verticales separadoras de las submarcas. Para la descripción y las submarcas se utilizará el negro (siempre al 100 %). En las versiones monocromáticas del logotipo se usará el mismo color para marca, líneas verticales y submarcas. Este color puede ser negro o blanco y ningún otro. En resumen, para los identificadores básicos de la ANEP solo pueden usarse el cian, el negro y el blanco.



100 % Cian (C)
0 % Magenta (M)
0 % Amarillo (Y)
0 % Negro (K)

Pantone Process CYAN C
Pantone Process CYAN U

R: 0
G: 174
B: 239

#00afef

ANEP
ADMINISTRACIÓN
NACIONAL DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

ANEP
ADMINISTRACIÓN
NACIONAL DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



Paletas de colores complementarios

Se establecen dos paletas complementarias para el uso en diferentes aplicaciones. La paleta de colores complementaria primaria es la que tiene prioridad. También se establece el oro para el uso exclusivamente protocolar.

Colores institucionales paleta **primaria**



100 % cian
80 % magenta
0 % amarillo
30 % negro

R: 18 G: 50 B: 116
Hexa: #123273
Pantone 287 C



0 % cian
30 % magenta
100 % amarillo
0 % negro

R: 255 G: 204 B: 0
Hexa: #ffb800
Pantone 1235 C

Colores institucionales **protocolar**



Hot stamping ORO (metálico)
o Pantone 871 C

No se admiten variantes en tinta plata
o combinación de tintas de proceso.

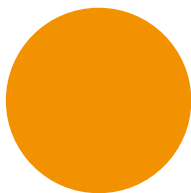
Colores institucionales paleta **secundaria**

Verde



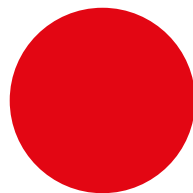
Cian 50 %
Magenta 0 %
Amarillo 100 %
Negro 0 %

Naranja



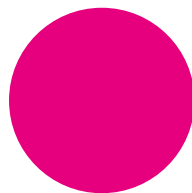
Cian 0 %
Magenta 50 %
Amarillo 100 %
Negro 0 %

Rojo



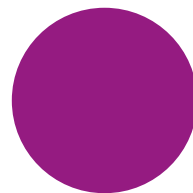
Cian 0 %
Magenta 100 %
Amarillo 100 %
Negro 0 %

Magenta



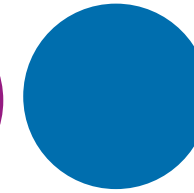
Cian 0 %
Magenta 100 %
Amarillo 0 %
Negro 0 %

Violeta



Cian 50 %
Magenta 100 %
Amarillo 0 %
Negro 0 %

Azul 2



Cian 100 %
Magenta 35 %
Amarillo 0 %
Negro 15 %

Combinaciones con colores de fondo / Subsistemas

Si el fondo tiene más de 30% de densidad debe usarse el logotipo en color blanco.





Tipografías

Tipografía institucional de nombres

Fieldwork

Para uso exclusivo en el desarrollo de la arquitectura de marca (Consejos, Direcciones Generales, submarcas y descripciones de áreas), papelería institucional y piezas gráficas institucionales generadas en la Dirección de Comunicación Institucional de la ANEP.

Fieldwork Hum Hair

Fieldwork Hum Italic Hair

Fieldwork Hum Thin

Fieldwork Hum Italic Thin

Fieldwork Hum Light

Fieldwork Hum Italic Light

Fieldwork Hum Regular

Fieldwork Hum Italic Regular

Fieldwork Hum DemiBold

Fieldwork Hum Italic DemiBold

Fieldwork Hum Bold

Fieldwork Hum Italic Bold

Fieldwork Hum Black

Fieldwork Hum Italic Black

Fieldwork Hum Fat

Fieldwork Hum Italic Fat

A B C D E F G H I J K L M N

Ñ 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

ñ o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

* - + = / @ \$ % & / () = ! ?

Tipografía institucional complementaria

Source Sans Pro (OTF y TTF)

Es la tipografía indicada para todo tipo de documentos generados en las distintas áreas de la ANEP. Es de uso libre (Open font license), fácil acceso y con una gran variedad de estilos, disponible para todos los sistemas operativos de computadoras (Windows, MacOS y Linux/Unix). También está disponible para el desarrollo de sitios, aplicaciones web y aplicaciones para equipos móviles.

La tipografía **Source Sans Pro** puede ser descargada gratuitamente desde el sitio de la ANEP (<https://www.anep.edu.uy/acerca-anep/identidad>). En caso de no poder instalarla en su equipo las tipografías alternativas a usar son **Helvética** o **Arial**.

*No se deben de utilizar las tipografías:
Comic Sans, Futura, Trebuchet
ni cualquier otra tipografía sans serif, serif,
manuscrita o fantasía, que no sean
las indicadas anteriormente.*

Source Sans Pro Extra light

Source Sans Pro Extra light italic

Source Sans Pro Light

Source Sans Pro Light italic

Source Sans Pro Regular

Source Sans Pro Regular italic

Source Sans Pro Semi bold

Source Sans Pro Semi bold italic

Source Sans Pro Bold

Source Sans Pro Bold italic

Source Sans Pro Black

Source Sans Pro Black italic

A B C D E F G H I J K L M N

Ñ 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

ñ o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

* - + = / @ \$ % & / () = ! ?



Arquitectura

Tipografías / uso en la arquitectura de marca

Construcción de textos de las submarcas para los Consejos

En el nombre que describe cada subsistema se utiliza la familia tipográfica **Fieldwork** en forma exclusiva, de acuerdo al desarrollo de la arquitectura de marca.

Se establecen un máximo de tres niveles para todas las piezas gráficas institucionales de acuerdo al criterio que se explica a continuación.



Nivel 1
SUBSISTEMA
CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL

Fieldwork Hum DemiBold, Mayúsculas, Interletraje Óptico, Tracking 0.
Interlineado relación 1/1,15, ej.: cuerpo 10 pt / 11,5 pt.

Nivel 2
DIRECCIÓN
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL

Fieldwork Hum Light, Mayúsculas, Interletraje Óptico, Tracking 0.
Interlineado relación 1/1,15, ej.: cuerpo 10 pt / 11,5 pt.
Fieldwork Hum DemiBold, Mayúsculas, Interletraje Óptico, Tracking 0.
Interlineado relación 1/1,15, ej.: cuerpo 10 pt / 11,5 pt.

Nivel 3
ÁREA
DIRECCIÓN SECTORIAL DE INTEGRACIÓN EDUCATIVA

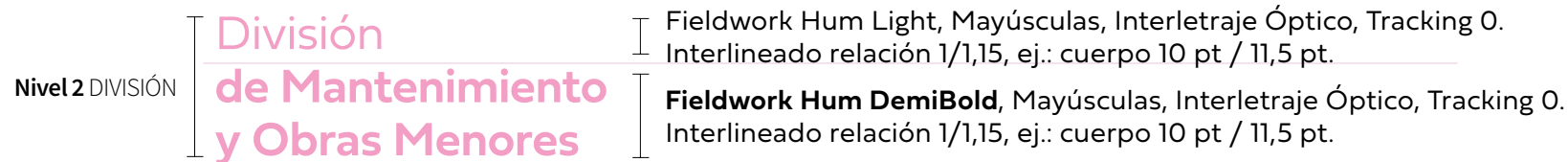
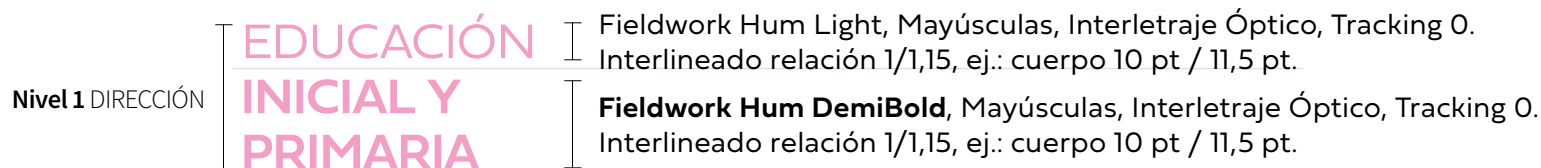
Fieldwork Hum Light, Mayúsculas, Interletraje Óptico, Tracking 0.
Interlineado relación 1/1,15, ej.: cuerpo 10 pt / 11,5 pt.
Fieldwork Hum DemiBold, Mayúsculas, Interletraje Óptico, Tracking 0.
Interlineado relación 1/1,15, ej.: cuerpo 10 pt / 11,5 pt.

Tipografías / uso en la arquitectura de marca

Construcción de textos de las submarcas para las Direcciones Generales

En el nombre que describe cada subsistema se utiliza la familia tipográfica **Fieldwork** en forma exclusiva, de acuerdo al desarrollo de la arquitectura de marca.

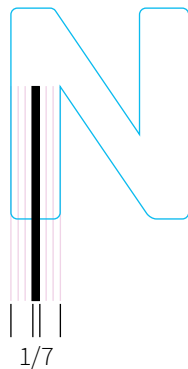
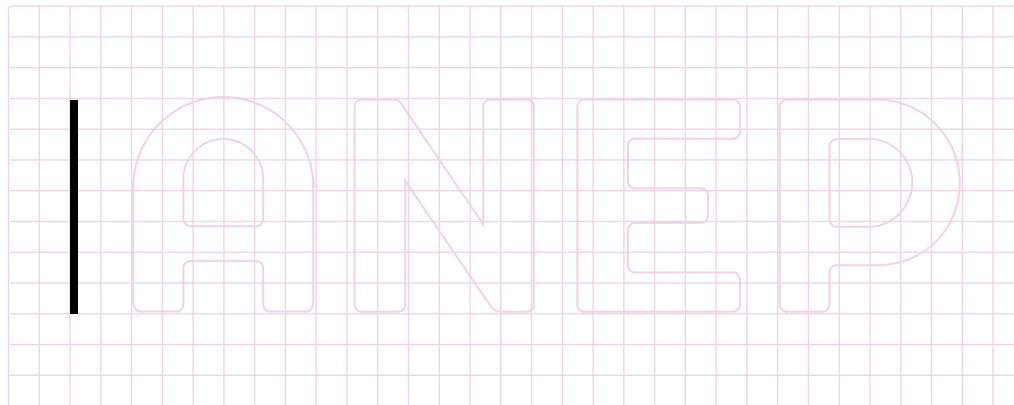
Se establecen un máximo de dos niveles para todas las piezas gráficas institucionales de acuerdo al criterio que se explica a continuación.



Arquitectura de marca

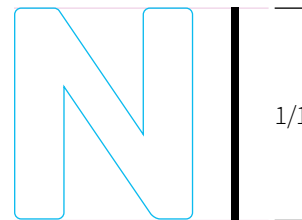
Línea separadora de textos

La **línea de color cian** se utilizará sólo para separar el texto descriptivo del nombre de los Subsistemas definido como nivel 1 del texto descriptivo de nivel 2. Sólo se utiliza en la versiones horizontales del logotipo.



Grosor de la línea vertical

El ancho de la línea vertical es de una séptima parte del grosor del asta de la letra N como se muestra en el esquema.



Altura de la línea vertical

La altura de la línea vertical es la misma que la de la letra N como se muestra en el esquema.

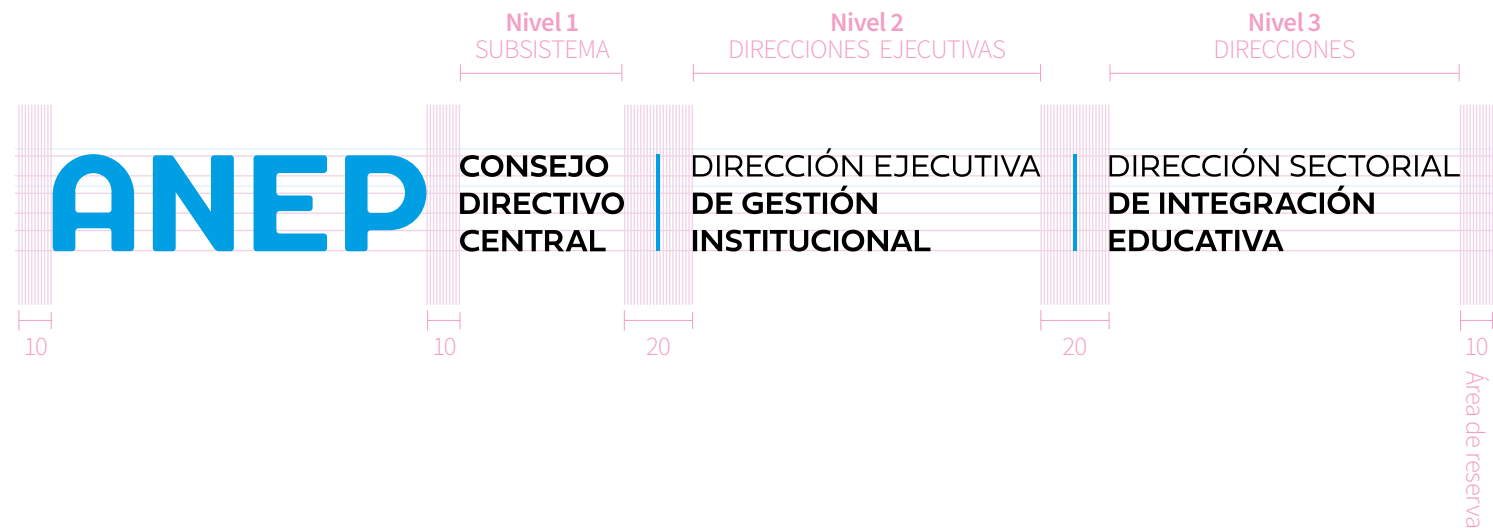
Arquitectura de marca

En todos los casos el logotipo debe ir acompañado con la descripción en texto del nivel al que pertenece en la institución, ya sea sólo Administración Nacional de Educación Pública o uno de sus subsistemas. En el caso de los subsistemas (submarcas) posteriormente puede llevar además la descripción de una de sus áreas, en caso de ser necesario. Para ello la arquitectura de marca se desarrolla hasta tres niveles, como se muestra en los ejemplos que están a continuación. Definimos el conjunto de: logotipo ANEP + texto descriptivo del subsistema + línea cian + texto de área; como firma.

Construcción de las submarcas horizontales

Para todas las firmas se elimina el uso de siglas (ej.: CODICEN, DGEIP, DEGES, DGETP, UTU, CFE, DSPE, UCDIE, etc.) y se definen tres bloques de información con diferentes estilos tipográficos, separados por una línea color cian vertical de igual tamaño. La línea tiene el alto y grosor ya determinados anteriormente. No se admiten íconos o isotipos de ninguna dirección, área y/o programa.

Se recomienda el uso de este tipo de construcción de firma.

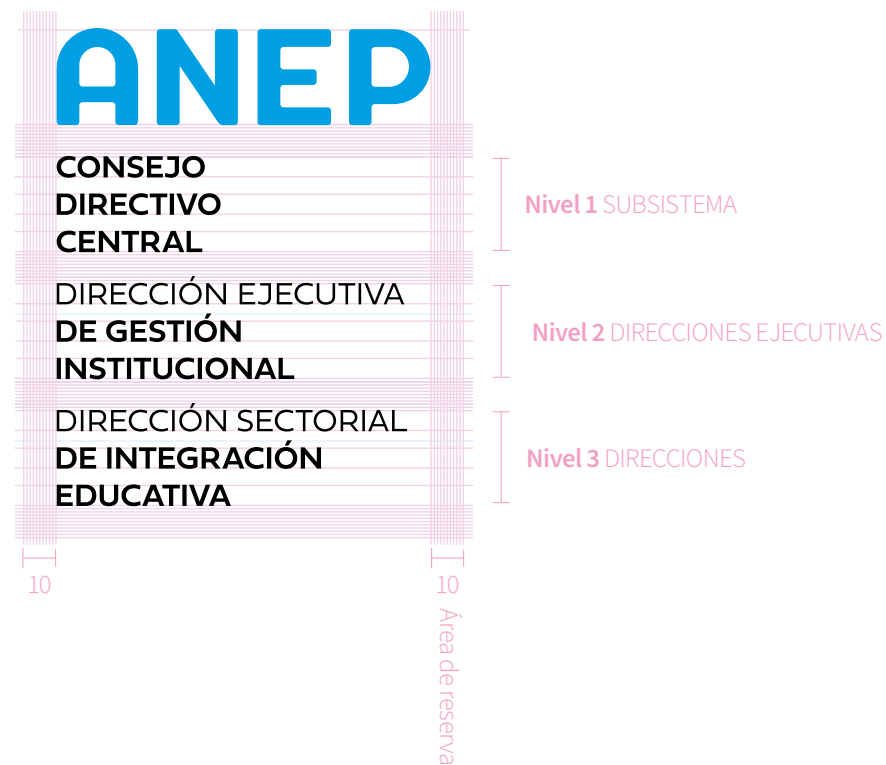


Las áreas del **cuarto nivel** son las Divisiones, Gerencias, Secretarías, Programas, Proyectos, Sistemas, etc. que no serán incluidas.

Arquitectura de marca

Construcción de las submarcas verticales

Para todas las firmas se elimina el uso de siglas (ej.: CODICEN, DGEIP, DEGES, DGETP, CFE, DSPE, UCDIE, etc.) y se definen tres bloques de información con diferentes estilos tipográficos, separados por un espacio blanco determinado en el esquema. No se admiten íconos o isotipos de ninguna dirección, área y/o programa.



Arquitectura de marca

Construcción del logotipo de la ANEP junto a las submarcas de los Consejos

Al logotipo de la ANEP lo acompaña debajo o a su derecha, tres líneas de texto con la descripción del subsistema, debe respetar los diferentes estilos tipográficos establecidos anteriormente.

Para todos los casos se elimina el uso de todo tipo de siglas (ej.: CODICEN, DGEIP, DEGES, DGETP, CFE, DSPE, UC DIE, etc.).

Las tipografías deben ser en negro o blanco según el fondo. No se admiten íconos o isotipos.

Por tanto la estructura es: logotipo ANEP + texto descriptivo del subsistema.



Arquitectura de marca

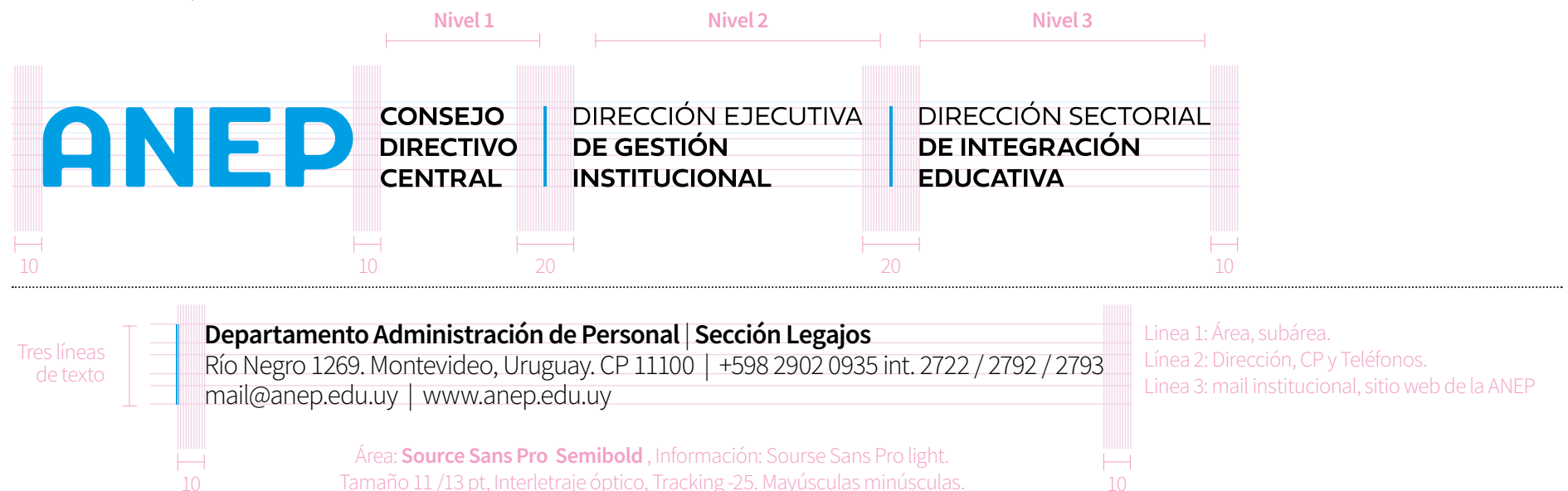
Hojas membretadas

La confección de las hojas membretadas estará a cargo de la Dirección de Comunicación Institucional del CODICEN para lo cual se deberá solicitar la realización de la misma enviando todos los datos actualizados a través del correo electrónico comunicacionadm@anep.edu.uy

Cabezales: lleva el logotipo junto a dos bloques de información con diferentes estilos tipográficos, ya explicados en este manual, separados por una línea color cian vertical. La línea tiene el alto y grosor ya determinados anteriormente.

Pie: se define un bloque de información con dos estilos tipográficos (Source Sans Pro light y bold). Debe ir acompañado de una línea color cian vertical a la izquierda del texto cuya altura será la de las tres líneas de texto de color cian, el grosor ya ha sido determinado anteriormente. No se admiten íconos o isotipos de ninguna dirección, área y/o programa. Las áreas son las Divisiones, Gerencias, Secretarías, Programas, Proyectos, Sistemas, etc. que deben estar en la tipografía bold, el texto con la información restante irá en light.

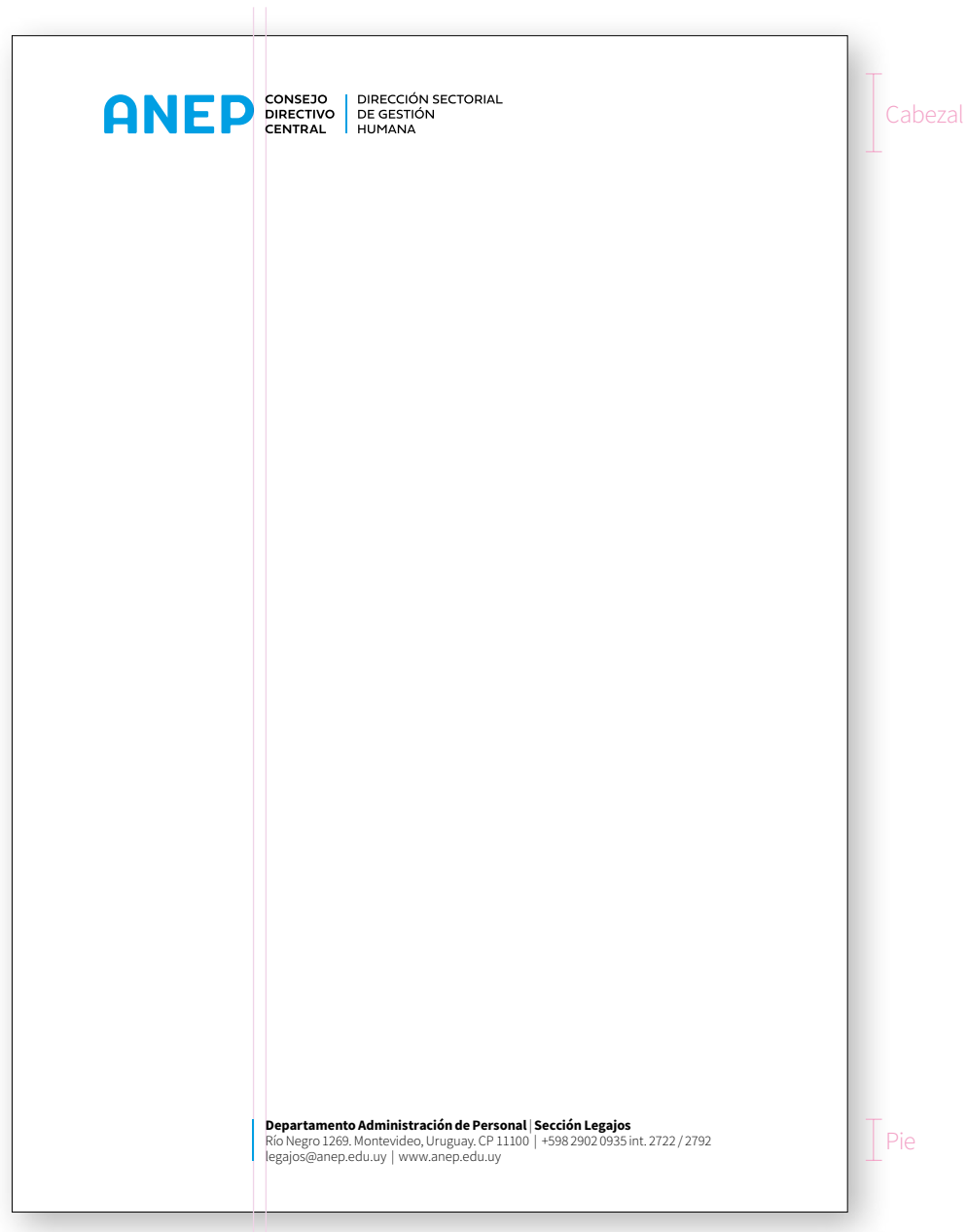
En los cabezales y los pie se eliminan todo tipo de siglas (ej.: CODICEN, DGEIP, DEGES, DGETP, CFE, DSPE, UC DIE, etc.).



Arquitectura de marca

Hojas membretadas

La línea en cian y los textos deben de estar alineados como se muestra en el esquema.



Arquitectura de marca

Firma de correos electrónicos

La confección de la firma en el pie de *mail* es responsabilidad de cada usuario, ya que se realiza en la aplicación de correo electrónico que cada uno utilice. Para su configuración el usuario deberá contar con la contraseña personal correspondiente. En las firmas de correo electrónico no se permite el uso de siglas. De esta forma se consigue una correcta lectura de la firma, a pesar de las limitaciones técnicas de algunos sistemas de correo electrónico.

Se debe utilizar tipografías **sans serif** (palo seco) de acuerdo a la plataforma de correo electrónico que se utilice. En todos los casos la estructura del pie debe ser la misma. Tipografías a utilizar según el sistema de correo electrónico: **Source Sans Pro, Helvética o Arial**.

Se deberá solicitar la realización del archivo PNG con el logotipo de ANEP respetando la arquitectura de marca que se establece en este manual a través del mail comunicacionadm@anep.edu.uy.

No se admite el uso del Escudo Nacional, íconos o isotipos de ninguna dirección, área y/o programa.

Nombre del usuario Mayúsculas/Minúsculas NEGRITA Negro. Cpo. 12		Línea de separación Negro		Título/s, Cargo del usuario Mayúsculas/Minúsculas REGULAR Negro. Cpo. 12		
Fernanda Martincorena Aguiar				Mgstr. en Educación, Asesora Pedagógica		Editado en la opción de Firmas del servicio de correo electrónico Zimbra de la ANEP
		CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL		DIRECCIÓN EJECUTIVA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL		Provisto por la Dirección de Comunicación Institucional (PNG)
Departamento de Administración de Personal				Sección Personal No Docente		Editado en la opción de Firmas del servicio de correo electrónico Zimbra de la ANEP
Av. Libertador Juan A. Lavalleja 1409, piso 3. Montevideo, Uruguay. CP 11100.						
Departamento, División, Sección, Unidad, etc. (según corresponda) Mayúsculas/Minúsculas SEMIBOLD O BOLD, Cpo. 12. Color Negro						
Dirección completa (calle, número, piso, oficina, ciudad, país y código postal) Mayúsculas/Minúsculas REGULAR, Cpo. 12. Color Negro						
Teléfono: +598 2900 7070, int. 3306/ 4460; +598 2908 9609				www.anep.edu.uy		Editado en la opción de Firmas del servicio de correo electrónico Zimbra de la ANEP
Teléfonos Mayúsculas/Minúsculas REGULAR, Cpo. 12 Color Negro		Línea Negro		Sitio web Minúsculas REGULAR, Cpo. 12 Color Negro		

Arquitectura de marca

Firma de correos electrónicos

Vista final de una firma en el sistema Zimbra de la ANEP.

Fernanda Martincorena Aguiar | Mgstr. en Educación, Asesora Pedagógica



Departamento de Administración de Personal | Sección Personal No Docente

Av. Libertador Juan A. Lavalleja 1409, piso 3. Montevideo, Uruguay. CP 11100.

Teléfono: +598 2900 7070, int. 3306/ 4460; +598 2908 9609 | www.anep.edu.uy

=====PRIVACIDAD DE ESTE MENSAJE=====

Este mensaje está dirigido exclusivamente a las personas que tienen las direcciones de correo electrónico especificadas en los destinatarios dentro de su encabezado. Si por error usted ha recibido este mensaje, por ningún motivo debe revelar su contenido, copiarlo, distribuirlo o utilizarlo. Le solicitamos por favor comuniquen el error a la dirección de correo electrónico remitente y elimine dicho mensaje junto con cualquier documento adjunto que pudiera contener. Los derechos de privacidad y confidencialidad de la información en este mensaje no deben perderse por el hecho de haberse transmitido erróneamente o por causas de interferencias en el funcionamiento de los sistemas de correo y canales de comunicación. Los datos contenidos en este mensaje están protegidos por la Ley 18.331 Ley de Protección de Datos Personales y Acción de Habeas Data cuyo alcance puede encontrar en: <https://www.datospersonales.gub.uy/inicio/normativa/nacional/leyes/>. Toda opinión que se expresa en este mensaje pertenece a la persona remitente por lo que no debe entenderse necesariamente como una opinión de ANEP y/o de las entidades que la integran, a menos que el remitente esté autorizado para hacerlo o expresamente lo diga en el mismo mensaje. En consideración a que los mensajes enviados de manera electrónica pueden ser interceptados y manipulados, ANEP y las entidades que la integran no se hacen responsables si los mensajes llegan con demora respecto de la fecha de su envío por el remitente, incompletos, eliminados o con algún programa malicioso denominado como virus informático.

Firma de correo electrónico
en el sistema Zimbra de la ANEP

Texto de advertencia puesto
por el sistema Zimbra de la ANEP



Excepciones

Arquitectura de marca

Excepciones a la marca

La Dirección de Comunicación Institucional del Codicen, como responsable de la arquitectura de marca, conjuntamente con las diferentes áreas de Comunicación de cada subsistema serán los responsables del análisis y definición de la necesidad de una excepción a la arquitectura de marca.

Se autorizan variantes de arquitectura de marca de la ANEP de acuerdo a lo ya explicado, pero en todos los casos los nombres homenaje o consigna que posean las excepciones, se desarrollan dentro de un sello.

Ejemplo:



Excepciones a la marca / Sello complementario

Las variantes de arquitectura de marca de la ANEP tienen un sello circular con el sol nacional en su centro y la tipografía envolviendo al mismo. En todos los casos, los nombres homenaje o consigna que posean deberán estar escritos todo en mayúsculas y separados con un pequeño círculo. No se deben usar versiones a color del sol o del sello, solo se usarán las aprobadas por este manual.



Usos incorrectos

Es importante que el logotipo se perciba consistentemente en los distintos entornos donde aparezca. Por esta razón, se deben utilizar siempre los archivos digitales descargados del sitio institucional, sin deformarlos de ninguna manera, sin agregados de ningún tipo y siguiendo las guías de uso detalladas en este manual. Se deben respetar los colores autorizados, cualquier otro tipo de combinación no está recomendada.





Crterios Editoriales

Criterios Editoriales

Uso de siglas

De acuerdo con lo definido por el Consejo Directivo Central se debe de evitar el uso de siglas o acrónimos en títulos de cualquier tipo de texto de la ANEP. En el caso de ser un texto de un documento, sí es posible su uso, utilizando los siguientes criterios:

Las siglas son palabras formadas por la yuxtaposición de las iniciales o letras de un conjunto de palabras. Debe aclararse su significado la primera vez que aparecen en un texto. Según su mecanismo de lectura e integración lingüística, se clasifican en:

- Siglas (propriadamente dichas): se leen deletreando cada una de sus letras (DGEIP, DGETP, BPS).
- Acrónimos: son las siglas que se leen de forma silábica, como una palabra común (Codicen, Prolee, Paemfe, Paepu, Udelar).

Reglas de escritura

Únicamente los acrónimos (de lectura silábica) de cinco letras o más que sean nombres propios se escriben con mayúscula inicial y las demás letras en minúscula. Las siglas que se leen por deletreo mantienen todas sus letras en mayúsculas, independientemente de su extensión (ej.: DGETP).

Las siglas se escriben sin puntos y no marcan el plural, (ej.: ISBN).

Aunque en la lengua oral tienden a tomar marca de plural ([oenejés] = ‘organizaciones no gubernamentales’), son invariables en la escritura: ej.: las ONG; por ello, cuando se quiere aludir a varios referentes es recomendable introducir la sigla con determinantes que indiquen pluralidad: Representantes de algunas/varias/numerosas ONG se reunieron en Montevideo.

Se denominan acrónimos lexicalizados las siglas que han pasado a formar parte del léxico común como sustantivos ordinarios. Estos se escriben totalmente en minúsculas y admiten el plural: diu (dispositivos intrauterinos); pymes (pequeñas y medianas empresas).

	Solo iniciales hasta 4 letras	Solo iniciales más de 4 letras	No solo iniciales
Pronunciables	ANEP	Ceibal	Codicen, Udelar
Impronunciables	CFP	DGETP	DGPLAN

Uso de Versalitas

Dado que su finalidad es meramente estética y no es una opción disponible en las diferentes plataformas de trabajo, no se autoriza su uso. Asimismo, hay tipografías que en su versión versalita no tienen una buena lectura ya que sólo reducen las letras mayúsculas.

Componen este manual referencias prescriptivas de la Real Academia Española, así como acotaciones del Manual Pautas para Optimizar la Escritura de Contenidos del Estado uruguayo publicado en gub.uy

Criterios Editoriales

Las publicaciones que se realizan desde la ANEP son variadas y van dirigidas a diferentes públicos, por ello antes de establecer criterios es importantes definir algunos conceptos. Las siguientes definiciones no distinguen publicaciones digitales o impresas, porque se implementará de igual manera.

Tipos de publicaciones, según formato

Libro Es un impreso encuadernado que desarrolla extensamente un tema basado en su título. Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte. No periódico que contiene más de 48 páginas, excluidas las cubiertas.

Manual Publicación que por su extensión y profundidad de contenido se asemeja a un libro e instructivo.

Informe o Memo Informe en que se expone algo que debe tenerse en cuenta para un asunto determinado.

Revista Publicaciones frecuentes enfocadas en un tema que se desarrolla a través de secciones.

Boletín Publicación que informa a los integrantes de una comunidad, institución o empresa.

Periódico Publicación de gran formato, con temáticas variadas desde noticias hasta investigaciones científicas.

Folleto Transmite información de productos, servicios de una empresa o algún tema en general.

Catálogo Ofrecen información de los productos o servicios de una empresa y sus características.

Tipos de público objetivo

Externo Estudiantes, familia de los estudiantes, población en general. Educación privada.

Interno Funcionarios de la ANEP, docentes y no docentes.

Criterios Editoriales

Una vez definidos estos conceptos estableceremos criterios que se aplicarán a los diferentes tipos de públicos y publicación (con más de tres páginas).

Tapa

Se hará diferenciación según público objetivo. Aplica a libro, revista, boletines, catálogo, manual.

Público Externo

Unicamente logotipo de ANEP sin ningún texto descriptivo.

The logo consists of the letters 'ANEP' in a bold, blue, sans-serif font.

Público Interno

Logotipo de ANEP con descripción:
Administración Nacional de Educación Pública
en los casos de más un subsistema.

The logo features the blue 'ANEP' text followed by the full name 'ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA' in a smaller, black, sans-serif font.

Público Interno

Logotipo de ANEP con descripción de un solo subsistema.

The logo shows the blue 'ANEP' text followed by 'CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL' in a smaller, black, sans-serif font.The logo shows the blue 'ANEP' text followed by 'EDUCACIÓN SECUNDARIA' in a smaller, black, sans-serif font.The logo shows the blue 'ANEP' text followed by 'CONSEJO DE FORMACIÓN EN EDUCACIÓN' in a smaller, black, sans-serif font.The logo shows the blue 'ANEP' text followed by 'EDUCACIÓN INICIAL Y PRIMARIA' in a smaller, black, sans-serif font.The logo features the blue 'ANEP' text, a vertical line, a gold gear icon, the blue 'UTU' text, another vertical line, and 'EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL' in a smaller, black, sans-serif font.

Criterios Editoriales

Portadilla

Es la primera página que aparece luego de la tapa. Se hará diferenciación según público objetivo. Aplica a libro, revista, boletines, catálogo, manual.

Externo

Logotipo de ANEP más un subsistema, si corresponde

ANEP CONSEJO
DIRECTIVO
CENTRAL

ANEP EDUCACIÓN
SECUNDARIA

ANEP CONSEJO
DE FORMACIÓN
EN EDUCACIÓN

ANEP EDUCACIÓN
INICIAL Y
PRIMARIA

ANEP |  **UTU** | EDUCACIÓN
TÉCNICO
PROFESIONAL

Interno

Logotipo de ANEP más un subsistema y un tercer nivel, si corresponde

ANEP CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL | DIRECCIÓN EJECUTIVA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL | DIRECCIÓN SECTORIAL DE INTEGRACIÓN EDUCATIVA

Crterios Editoriales

Página de autoridades

Aparece luego de la portadilla. No se hará diferenciación según público objetivo. Aplica a libro, revista, boletines, catálogo, manual.

Se destinará una hoja para nombrar a las autoridades que estén al mando al momento de la publicación, luego del cargo que ocupan y bajo el subtítulo del subsistema o dirección a la que pertenecen, no se utilizarán siglas. En esta hoja no irán mas niveles de jerarquía que los nombrados.

El orden será el siguiente:

Consejo Directivo Central

PRESIDENTE/A
CONSEJERO/A 1
CONSEJERO/A 2
CONSEJERO/A 3
CONSEJERO/A 4

Dirección General de Educación Inicial y Primaria

DIRECTOR/A GENERAL
SUBDIRECTOR/A

Dirección General de Educación Secundaria

DIRECTOR/A GENERAL
SUBDIRECTOR/A

Dirección General de Educación Técnico Profesional

DIRECTOR/A GENERAL
SUBDIRECTOR/A

Consejo de Formación en Educación

PRESIDENTE/A
CONSEJERO/A 1
CONSEJERO/A 2
CONSEJERO/A 3
CONSEJERO/A ESTUDIANTEL

Dirección Ejecutiva de Políticas Educativas Codicen

DIRECTOR/A EJECUTIVO

Dirección Ejecutiva de Gestión Institucional Codicen

DIRECTOR/A EJECUTIVA

Criterios Editoriales

Página de autores

Aparece luego de la página de autoridades. No se hará diferenciación según público objetivo. Aplica a libro, revista, boletines, catálogo, manual.

Se destinará una hoja para nombrar a los autores de cada publicación, se nombrará de mayor a menor jerarquía, comenzando a partir del tercer nivel. En caso que sea una publicación que incluya más de una dependencia de un mismo nivel se describirá el mismo y luego se continuará con el otro, serán ordenados de manera alfabética.

Ejemplo:

DIRECCIÓN SECTORIAL DE INTEGRACIÓN EDUCATIVA	Nivel 3
Equipo de Ampliación del Tiempo Educativo	Nivel 4
Dispositivo Campamentos Educativos	Nivel 5

DIRECCIÓN SECTORIAL DE PLANIFICACIÓN EDUCATIVA	Nivel 3
División de Investigación, Evaluación y Estadística	Nivel 4
Departamento de Investigación y Estadística Educativa	Nivel 5

EQUIPO TÉCNICO

Redacción del informe

Alberto Severino

Alberto Severino

Alberto Severino

Alberto Severino

Alberto Severino

DISEÑO DE CAMPO, MUESTREO Y RELEVAMIENTO

Alberto Severino

Alberto Severino

Alberto Severino

Alberto Severino

Alberto Severino

Criterios Editoriales

Colofón

Es la página al reverso de la portadilla. No se hará diferenciación según público objetivo. Aplica a libro, revista, boletines, catálogo, manual.

Se incluyen información como ISBN, deposito legal, editorial, autores responsables del diseño, maquetación, armado, ilustraciones, etc.

Ejemplo:

© ANEP 2025

PRIMERA EDICIÓN: ANEP, 2025

Diseño, diagramación y armado:
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

ISBN: 1221390982309
Depósito Legal: 12312873

Impreso en XXXXXX SA

Colección PEDAGOGÍA NACIONAL



El presente manual está vinculado con el Manual de Identidad Visual. La arquitectura de marca puede tener modificaciones. Por favor ingrese al sitio web de la ANEP para confirmar que cuenta con la última edición. Muchas gracias.



Manual de Identidad Visual

Primera Edición, abril 2026.

Diseño y desarrollo

Dirección de Comunicación Institucional Consejo Directivo Central.

Departamento de Comunicación Social Dirección General de Educación Inicial y Primaria.

Dirección de Comunicación Social Dirección General de Educación Secundaria.

División Comunicaciones y Cultura Dirección General de Educación Técnico Profesional.

Departamento de Comunicaciones Consejo de Formación en Educación.



ANEP