



Manual de Identidade  
Abril 2023

Dinis Antunes 102802

Ricardo Cerqueira 102886

Sofia Bermudez 103242

Tiago Marques Soares 103647

# Introdução

Este manual foi desenvolvido para orientar a utilização correta e consistente da identidade gráfica da marca KORU em todas as suas aplicações.

Aqui pode-se encontrar as diretrizes para o uso do logótipo, paleta de cores, tipografia, imagens e demais elementos visuais que compõem a identidade da marca.

É essencial que essas diretrizes sejam seguidas com rigor para garantir a consistência da comunicação visual da marca e o fortalecimento da sua imagem junto ao público.

# Índice

## Introdução

02

## Estratégia

04

- Nossa visão
- Adjetivos
- Propósito
- Princípios
- Estratégia de marca
- Tagline
- Tom de voz
- Na escrita

## Logótipo

15

- Logótipo
- Versões
- Grelha de construção
- Margens mínimas de segurança
- Dimensões mínimas
- Comportamento sobre fundos cromáticos
- Comportamento sobre fundos fotográficos
- Usos incorretos

## Cores

24

- Paleta de cores principais
- Paleta de cores secundárias
- Títulos e texto

## Composição

29

- Grelha
- Margens e *layout*

## Tipografia

32

- Fonte
- Hierarquia
- Fonte Reserva

## Gráficos

36

- Ilustração
- Iconografia
- Iconografia com cor

## Aplicação da Marca

41

# ESTRATÉGIA

Estratégia

## Nossa visão

# Ser a solução para o investimento nos projetos do futuro

Koru baseia-se a sua comunicação de marca numa só visão. Esta visão é alcançada com as pessoas que usufruem do Koru, sejam estas organizadores de eventos, concorrentes com projetos ou participantes na votação.

Queremos que as pessoas que usufruírem o nosso produto, sintam a nossa ferramenta como algo que torna os processos democráticos e de colaboração ubíquos no seu dia-a-dia.

Queremos que a partilha de ideias e decisões sejam potencializadas pela nossa plataforma que de outra forma não teriam lugar.

Queremos criar um produto compatível a todos os suportes e personalizável a qualquer evento, receptível à diversidade inerente à inovação.

Por fim, queremos que Koru seja a solução que ajude a audiência investir no projeto certo.

Estratégia  
**Adjetivos**



Estratégia

## Propósito

Dar  
plataforma a  
todas as ideias  
inovadoras

Poder criar um espaço de expressão para ideias de cariz inovador é a nossa principal motivação para criar este projeto. Por sua vez, esta plataforma dará espaço ao seu financiamento e reconhecimento, possibilitando a concretização de ideias.



Estratégia  
**Princípios**

dinâmica

**melhorar a experiência dos participantes**

Estratégia  
**Princípios**



amplificação

aumentar a participação do público

Estratégia  
**Princípios**

# transparência

**tornar os sistemas de voto mais  
democráticos**



Estratégia

## Estratégia de marca

Visão

A solução digital para  
votar nos projetos do  
futuro

Propósito

Dar plataforma a todas  
as ideias inovadoras

Princípios

Dinâmica

Melhorar a experiência dos  
participantes

Amplificação

aumentar a participação do público

Transparência

tornar os sistemas de voto mais  
democráticos

Estratégia  
**Tagline**

empowering  
new ideas

valorizar  
a  
inovação

ideias que se tornam  
realidade  
através do Koru

fornecer a plataforma  
para possibilitar o  
sucesso

# Estratégia

## Tom de voz

O nosso tom de voz é a reflexão dos nossos valores, identidade e posicionamento.

Queremos que a nossa comunicação seja direta e natural na vida das pessoas.

### Clareza

Com a nossa forma de comunicar, queremos manter a simplicidade e o pragmatismo, tornando-as acessíveis a todos os níveis de literacia.

### Leveza

O sentido de humor é essencial para a comunicação transparente do e para assegurar bom ambiente na realização de eventos no Koru.

### Clareza

Com a nossa forma de comunicar, queremos manter a simplicidade e o pragmatismo, tornando-as acessíveis a todos os níveis de literacia.

### Consciência

Focando nos nossos valores de justiça, democracia e transparência, a nossa linguagem passará um caráter ético e que sensibilizará para o uso justo do nosso produto.

### Proximidade

Abordaremos o cliente diretamente, recorrendo à utilização da segunda pessoa, como se de um amigo se tratasse.

Estratégia

## Tom de voz - Na escrita

A escrita de Koru é sempre feita com a primeira letra em maiúscula, com exceção se o resto da frase estiver toda em maiúsculas. O gênero de Koru é permutável, podendo ser designado de ‘a Koru’ ou ‘o Koru’. A nossa tagline é sempre escrita em minúsculas. Exemplos nesta página demonstram a forma correta e incorreta de aplicar estas regras de escrita.

### usos corretos

empowering new ideas

Através da aplicação móvel do Koru podemos votar nos nossos projetos preferidos. Já na versão web do Koru há um foco maior na organização de eventos.

KORU IN ACTION

### usos incorretos

Empowering new ideas

Através da aplicação móvel do koru podemos votar nos nossos projetos preferidos. Já na versão web da KORU há um foco maior na organização de eventos.

Koru IN ACTION

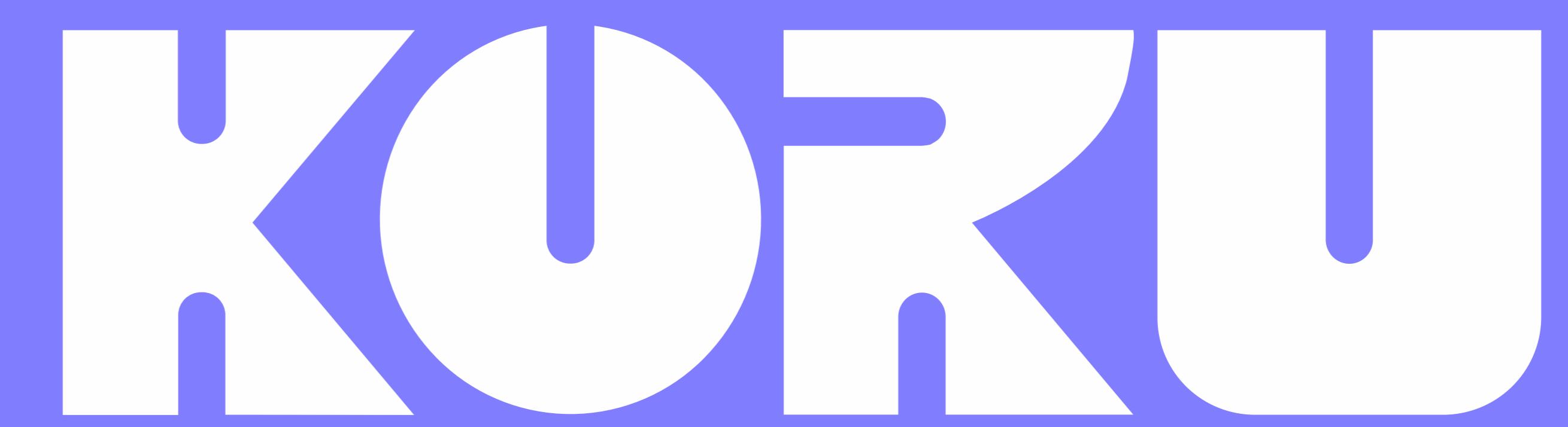
# LOGÓTIPO

## Logótipo

# Logótipo

O nosso logótipo funciona como referência ao sistema de votação com recurso a moedas representativas de categorias dentro dos concursos efetuados dentro da plataforma.

Para além disso, o design angular, juntamente com as ranhuras arredondadas das letras, tem como objetivo garantir uma imagem neutro e amigável da marca sem deixar que esta perca o sentimento de conexão à área da tecnologia e inovação.



# Logótipo

## Versões

Existem diferentes versões do logótipo, para que possa ser usado nas mais diversas situações.

### **Master Logo**

Este é o logótipo principal e deve ser sempre a escolha prioritária para representar a nossa marca.

### **Tagline logo**

Quando é necessário informação adicional que ajude a clarificar a nossa missão como marca, deve ser usado a versão com *tagline*.

### **Vertical logo**

Utilizado em situações excepcionais, quando o logótipo principal (*Master logo*) não consegue ser usado, deve-se optar pelo logótipo vertical.

### **Greyscale logo**

Quando cor não pode ser aplicada é usado o *Greyscale logo*.

### **Single colour logo**

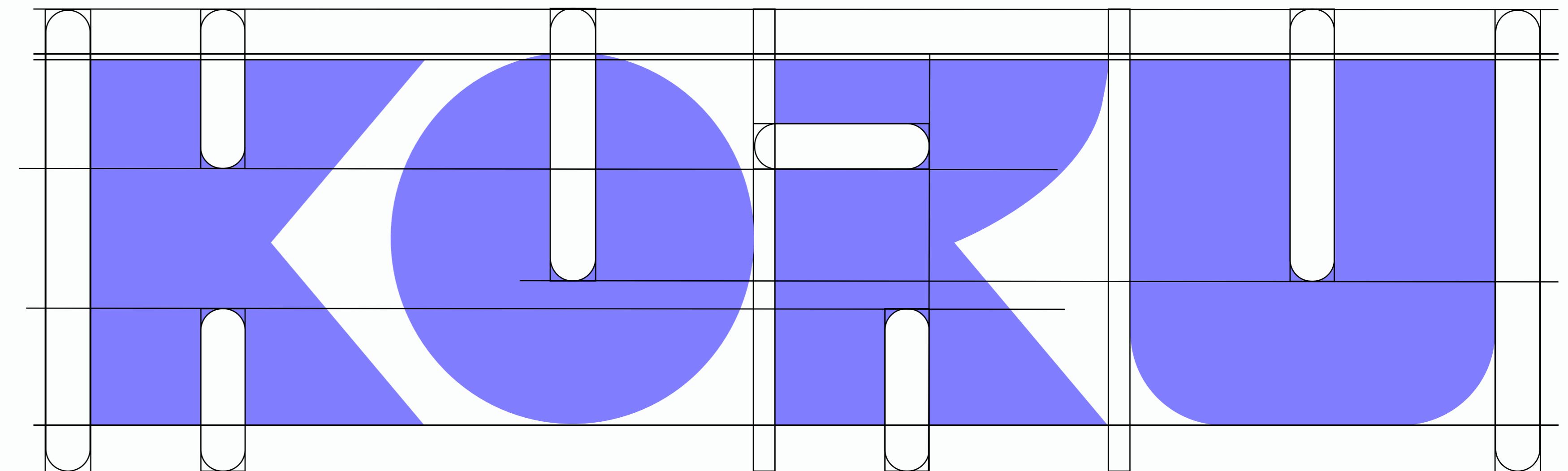
Deve ser usado apenas quando as cores primárias e a versão *Greyscale logo* não podem ser utilizadas.



## Logótipo

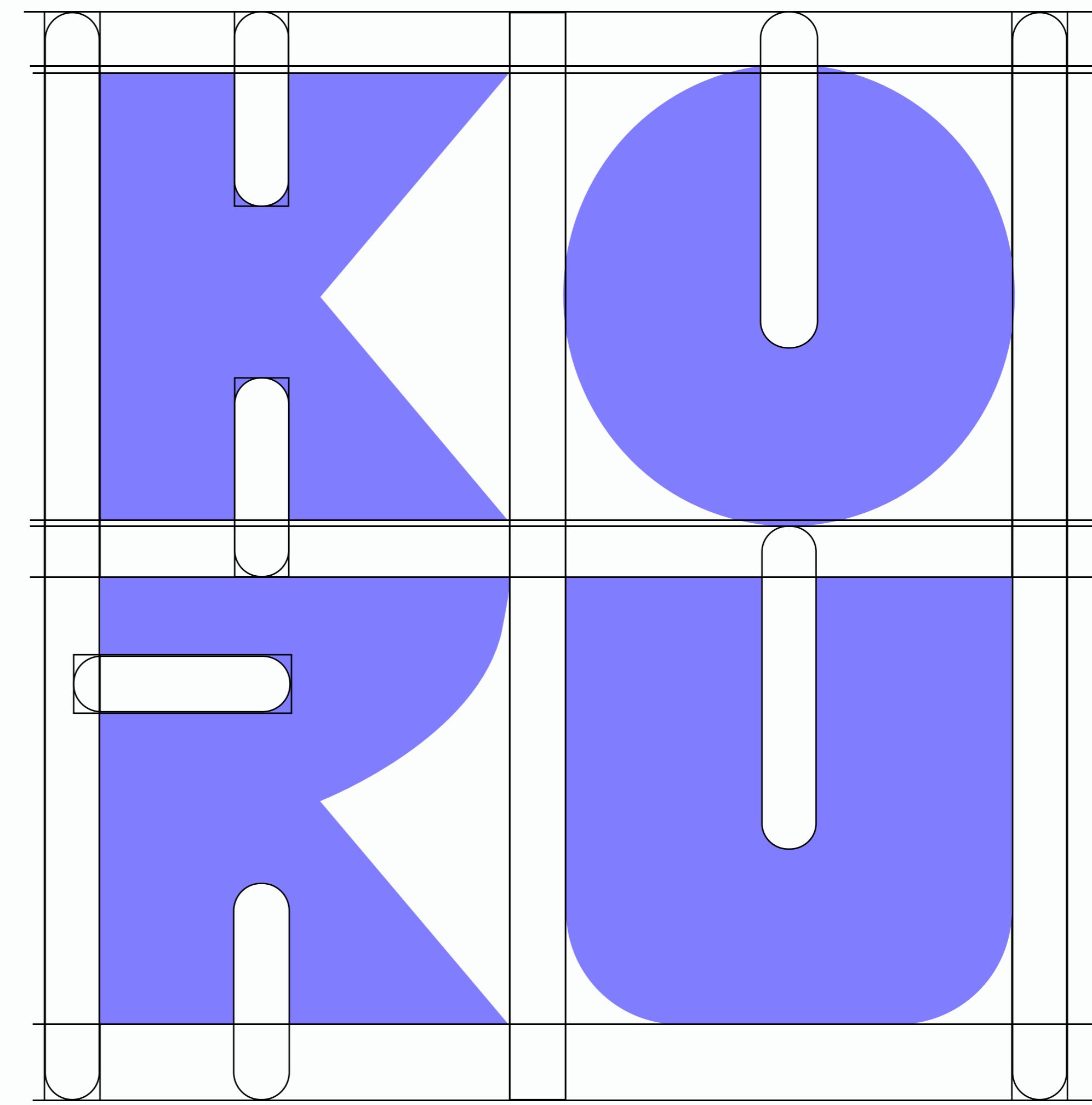
# Grelha de construção

Um grelha de construção foi utilizada como suporte para a criação do logótipo. Esta garante que o logótipo se mantém geometricamente correto e simplificado, através de formas simples e simetrias.



X → O e U

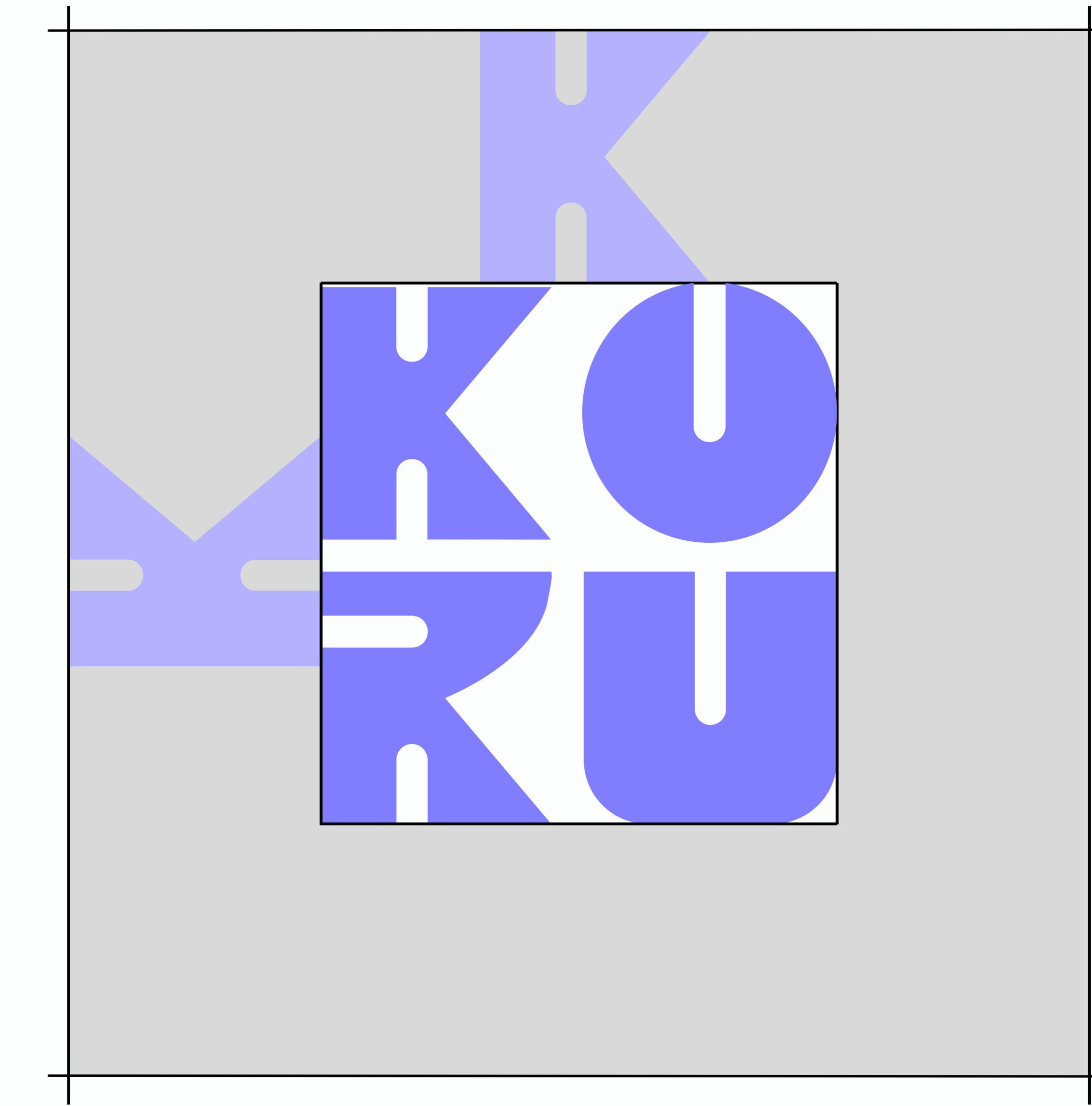
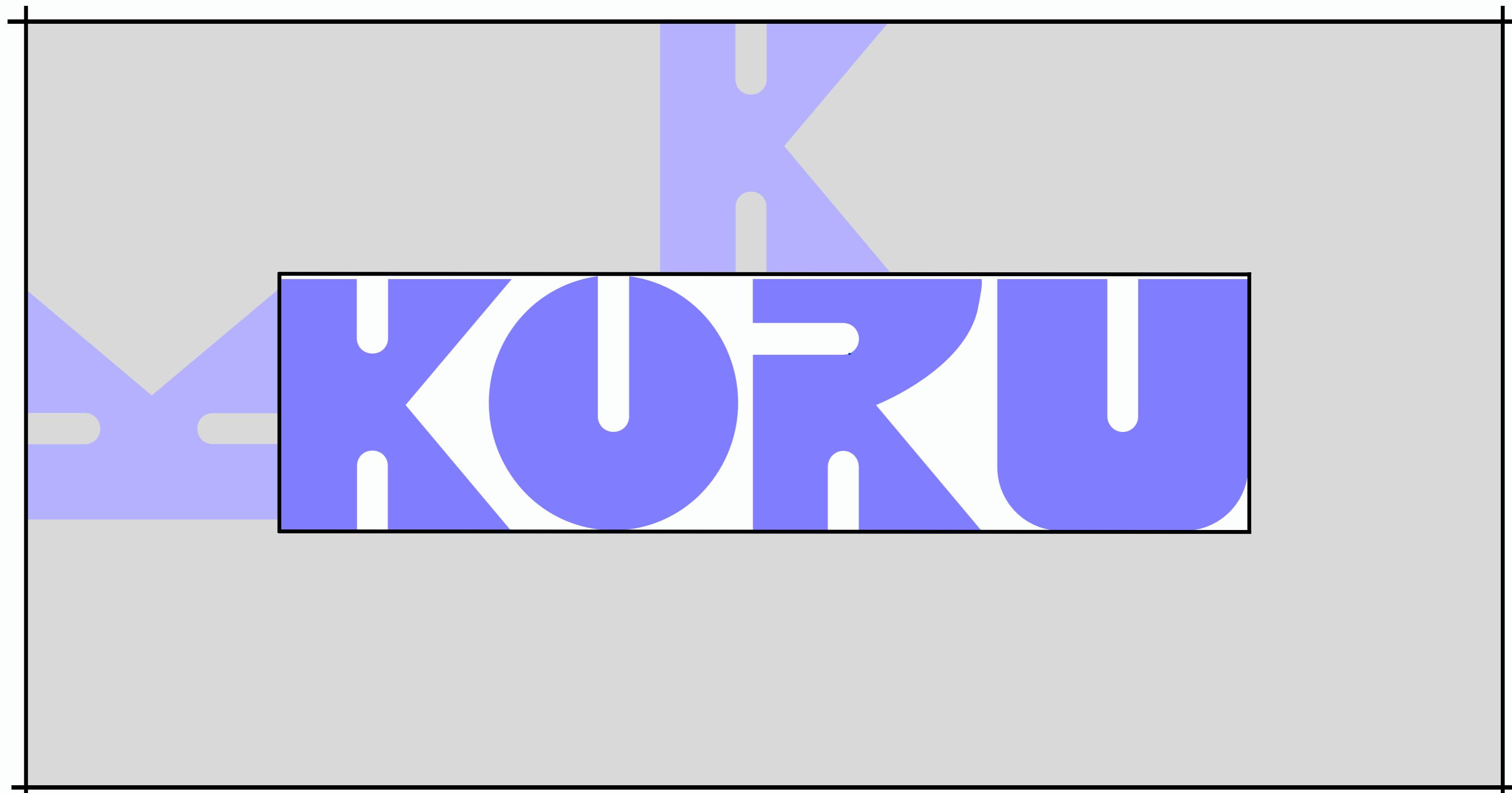
X → K e R



Logótipo

## Margens mínimas de segurança

Estas margens devem ser seguidas rigorosamente de forma a impedir que objetos e elementos estranhos à marca interfiram na sua mensagem.

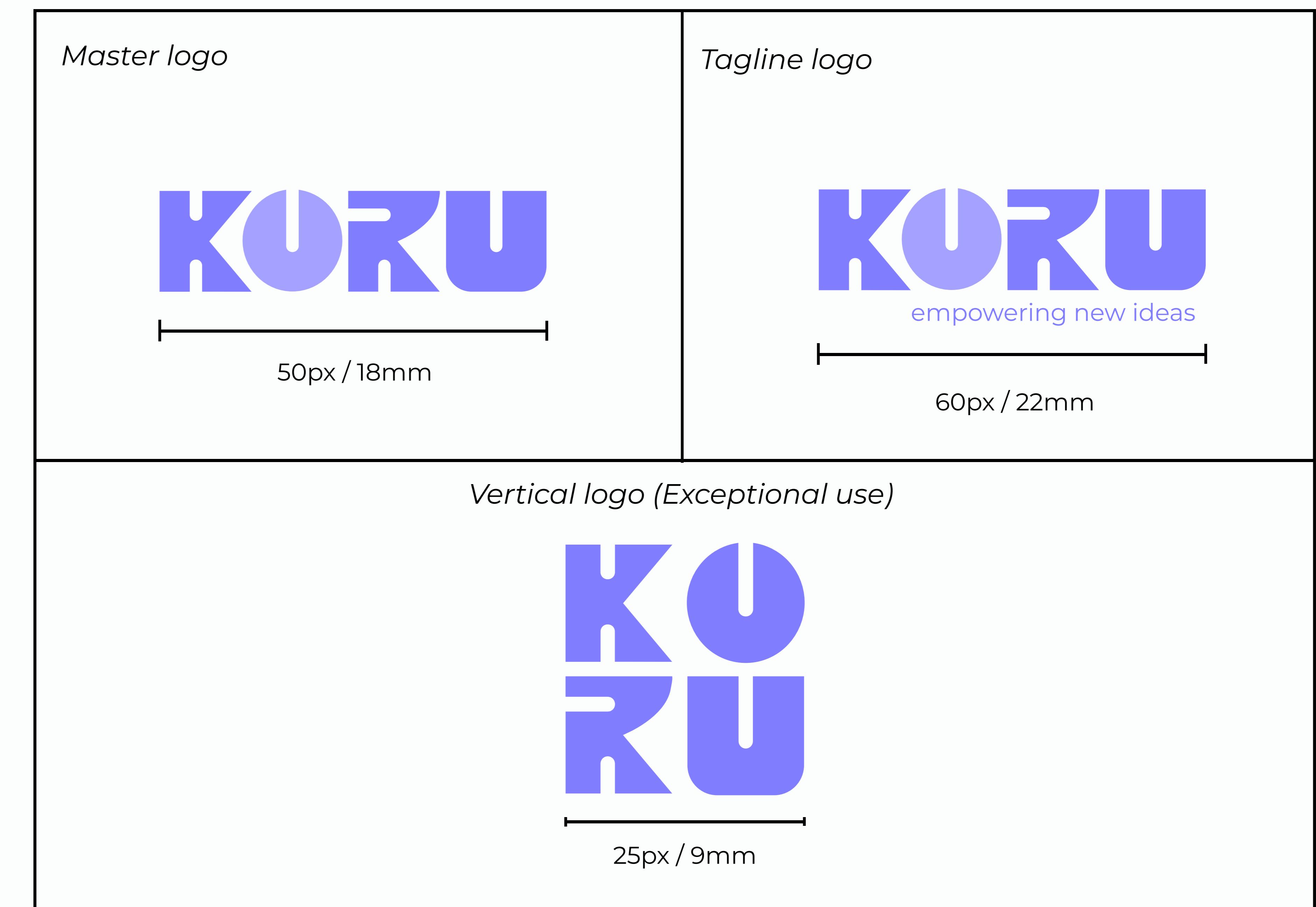


## Logótipo

# Dimensões mínimas

O *Master logo* deve ser mantido acima do tamanho mínimo de 50px em formatos digitais, e de 18mm em formatos físicos, enquanto o logótipo com *Tagline* deve ter pelo menos 60px em formatos digitais e 22mm em formatos físicos. O *Vertical logo* deve ter pelo menos 25px e 9mm, de forma a garantir a legibilidade da mesma.

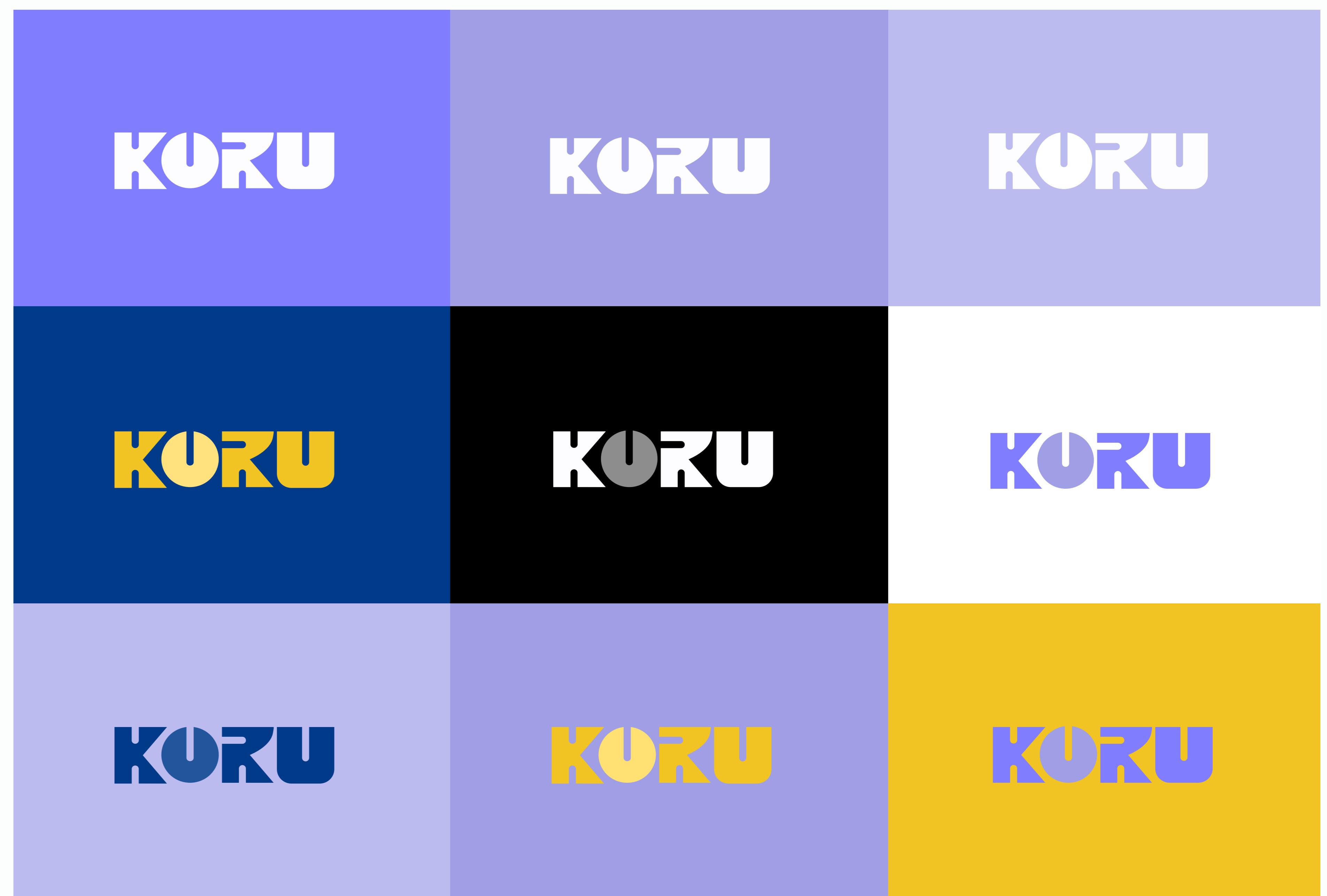
As medidas apresentadas assumem um valor de 72 pixels por polegada.



## Logótipo

# Comportamento sobre fundos cromáticos

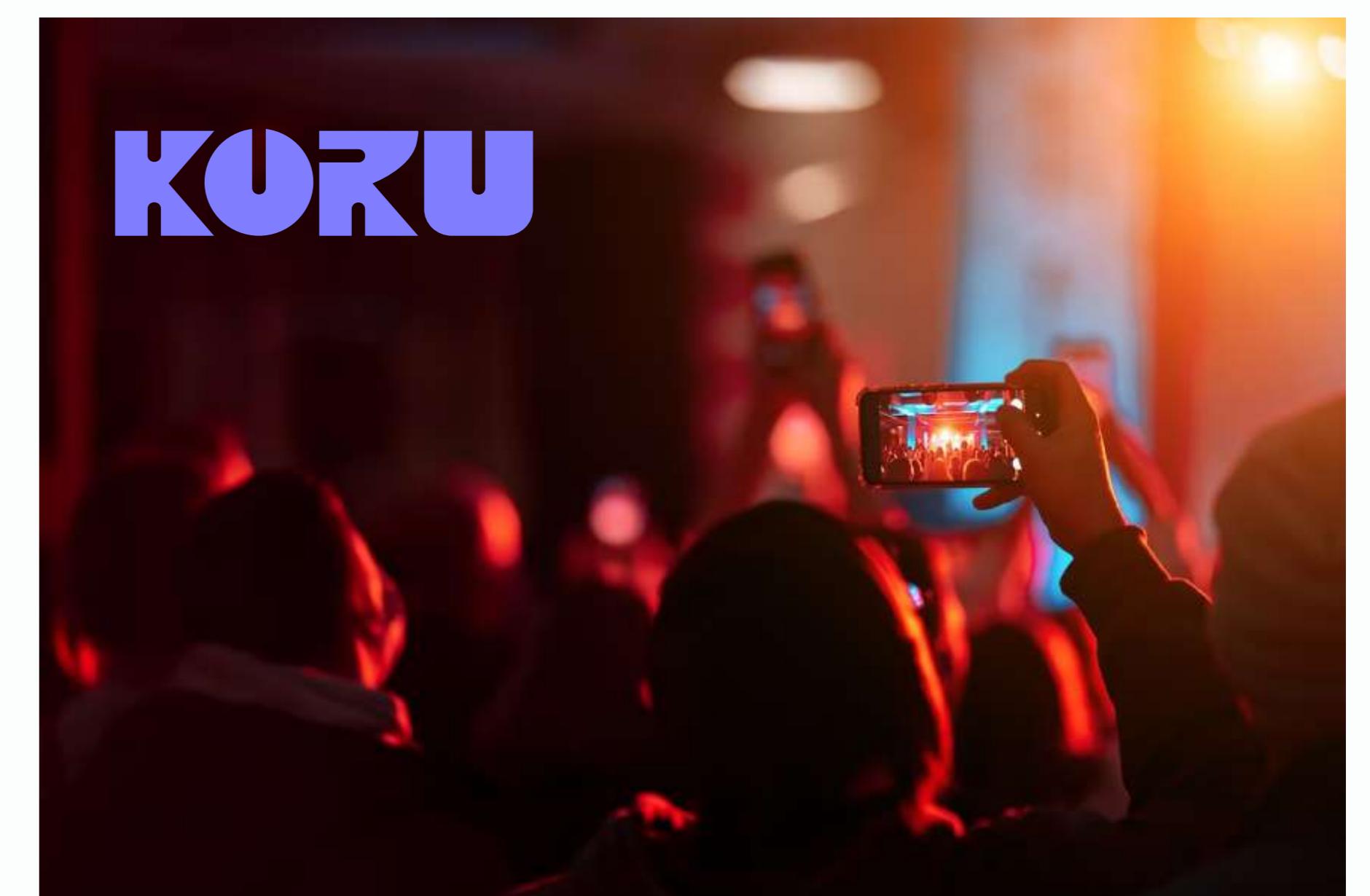
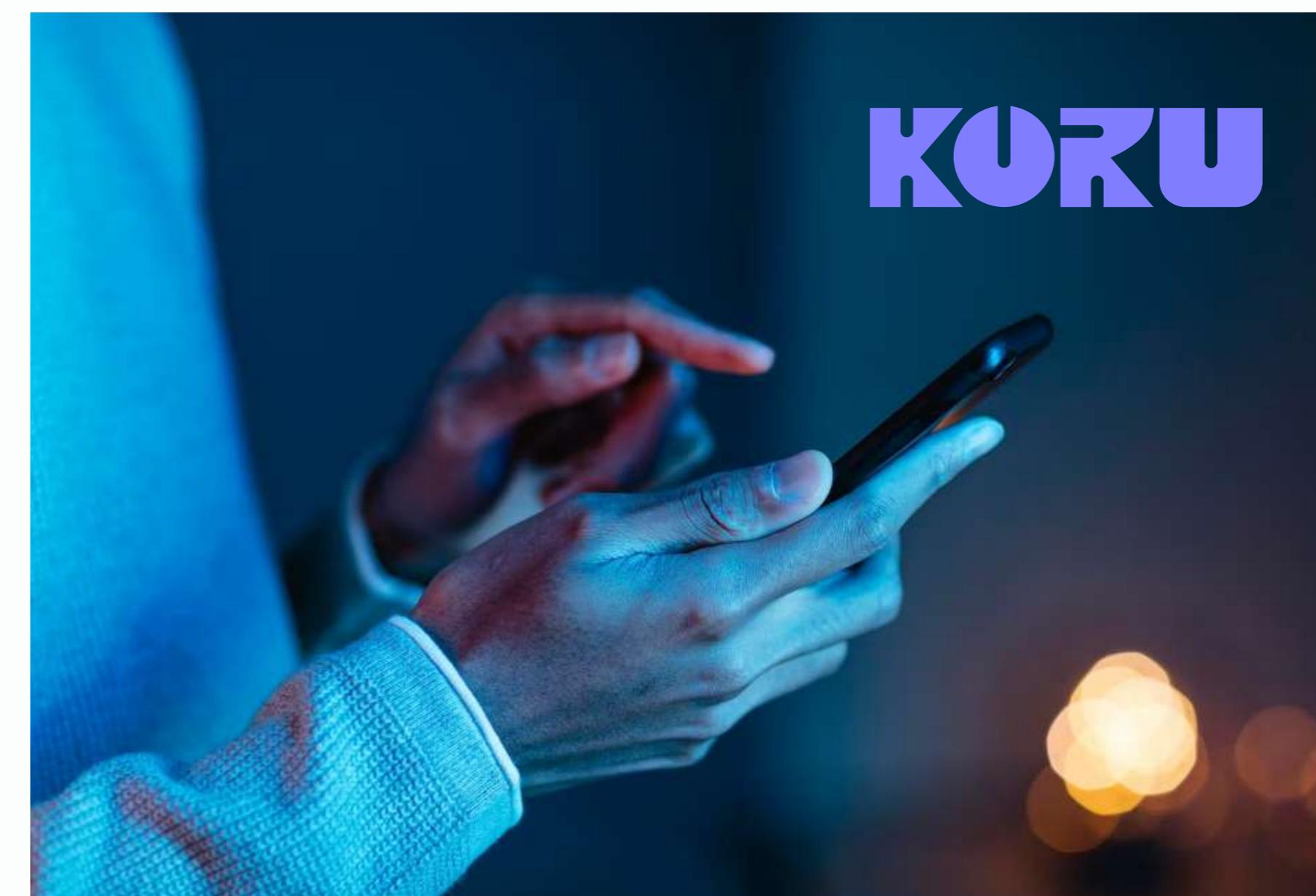
Foram criadas diferentes versões do logótipo recorrendo a uma seleção diversificada de cores que garante a versatilidade da marca.



## Logótipo

# Comportamento sobre fundos fotográficos

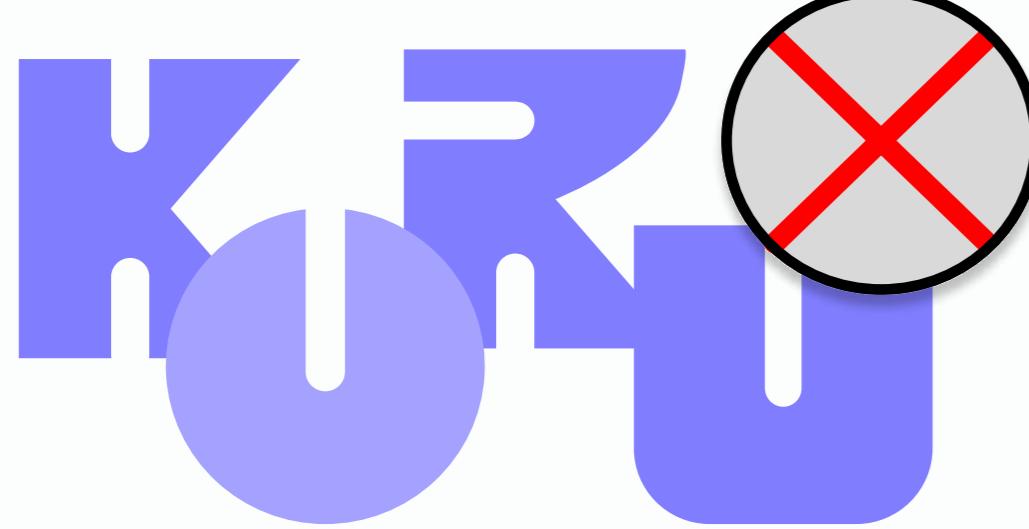
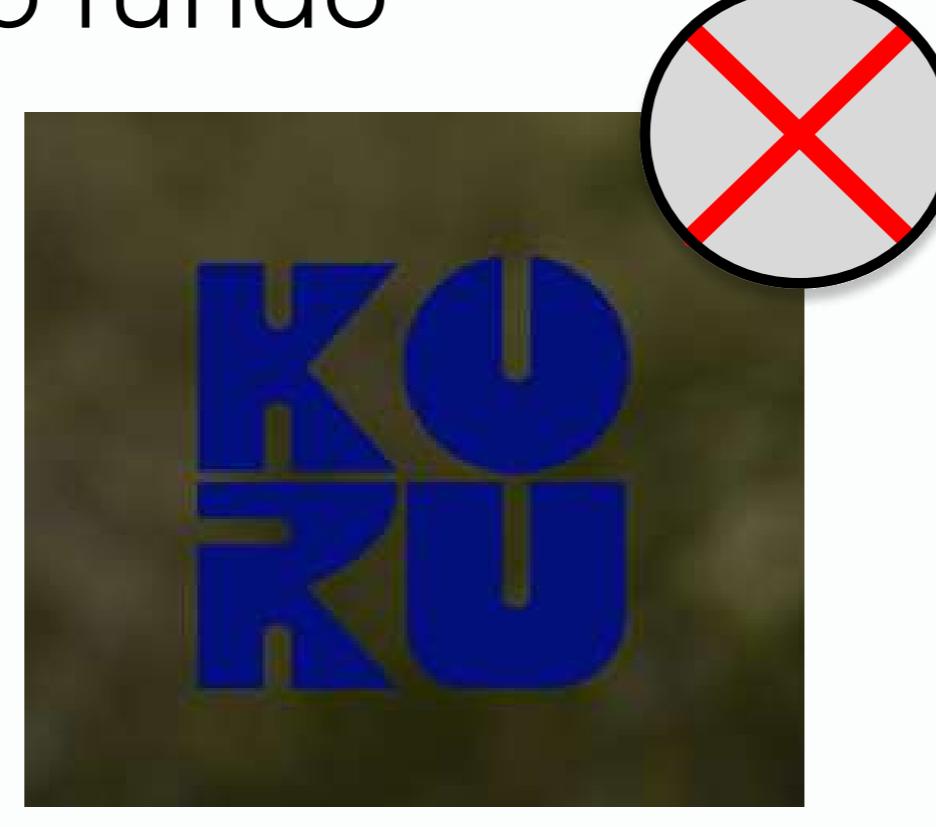
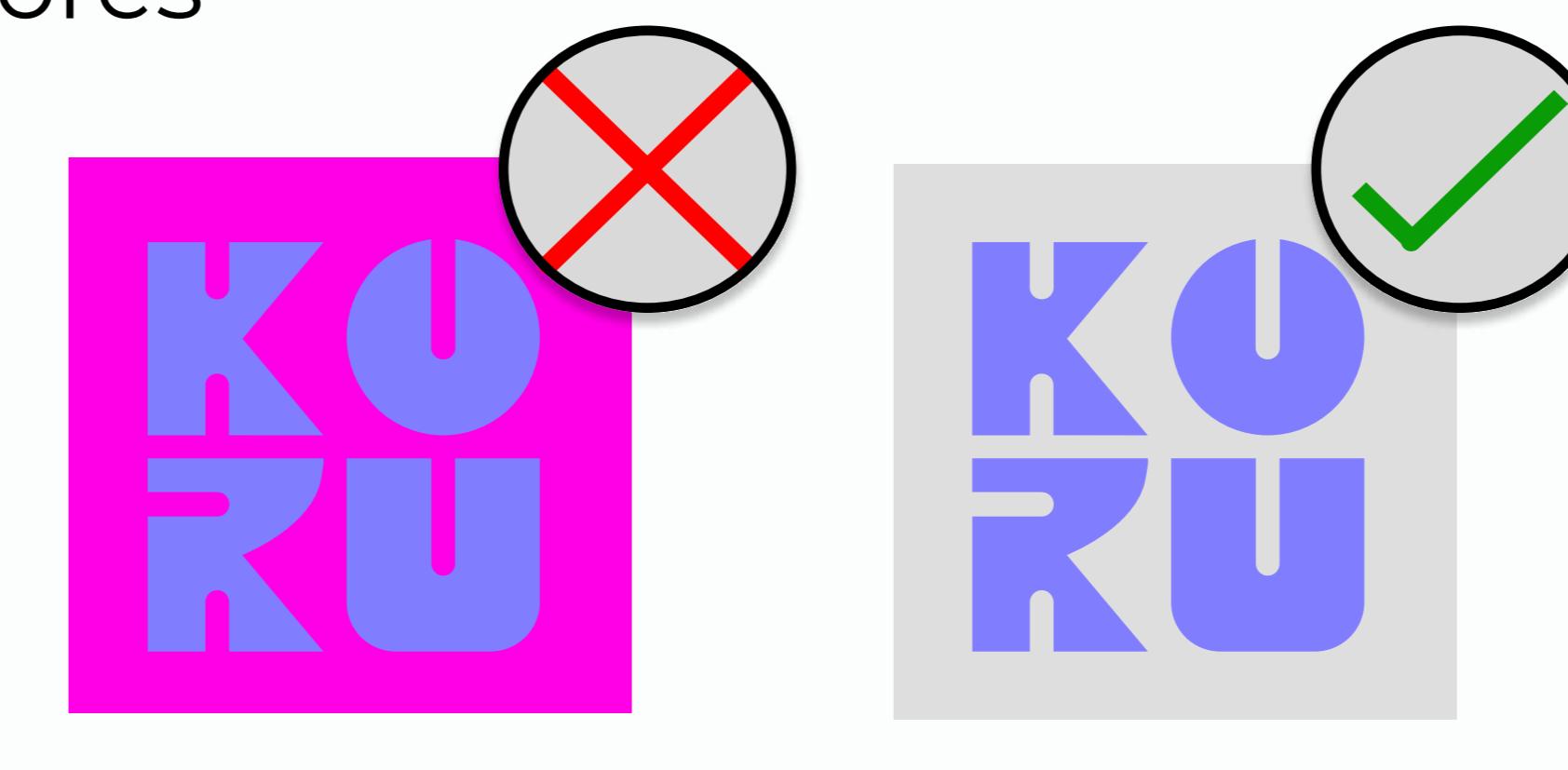
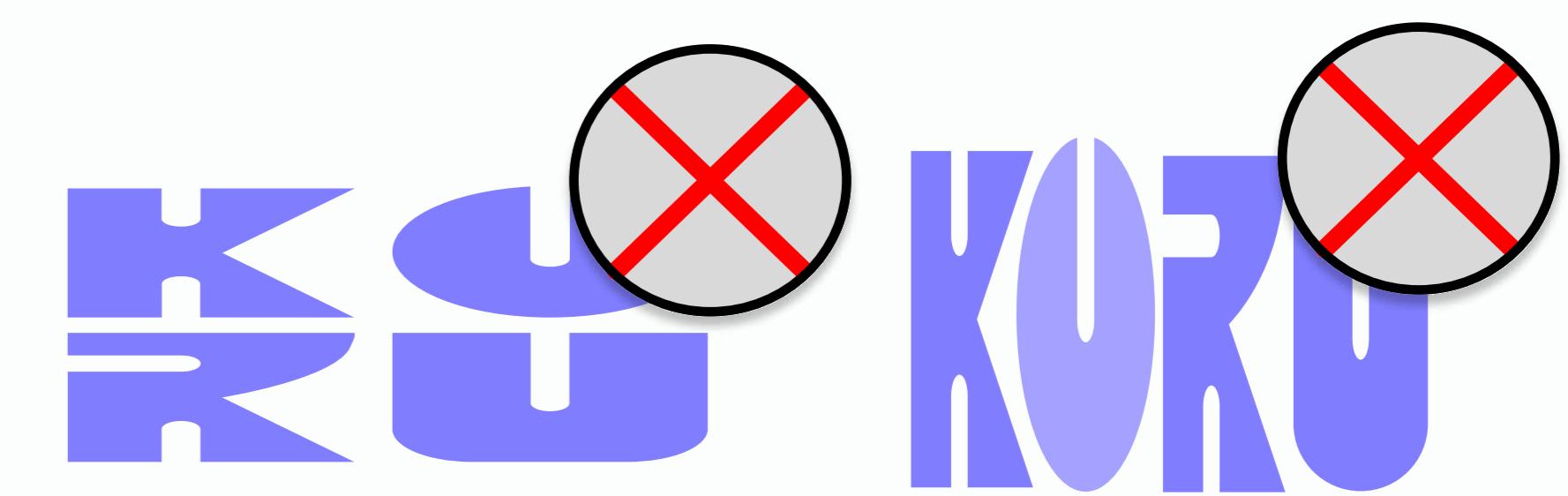
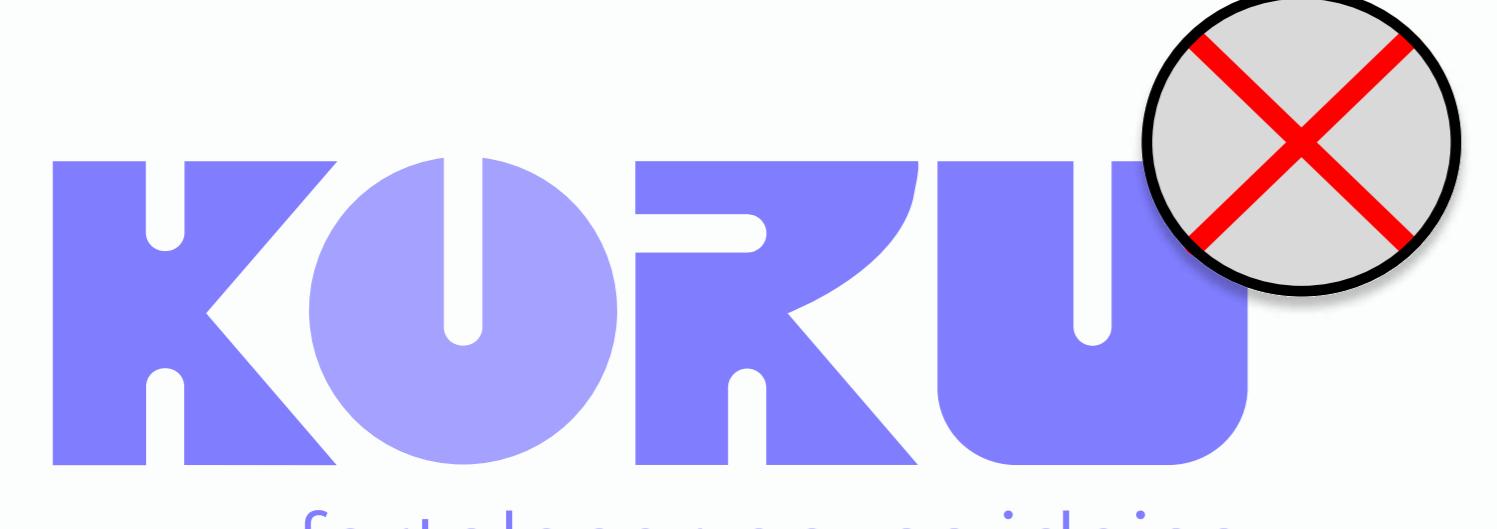
As diversas versões do logótipo devem ser utilizadas de forma responsável, garantido a harmonia de cores em todos os materiais desenvolvidos para a marca, assim como o cumprimento das outras normas da identidade de marca.



## Logótipo

# Usos incorretos

Estas regras devem ser seguidas rigorosamente para garantir a consistência e integridade dos elementos da marca, de forma a manter a mensagem da marca coerente.

Não alterar o posicionamento dos elementos 	Garantir o uso correto em relação ao fundo 	Garantir harmonia entre cores 	Não esticar o logótipo 
Não traduzir o slogan 	Não utilizar cores diferentes entre o logótipo e slogan 	Não alterar a cor do logótipo 	Não alterar a fonte do slogan 

# CORES

## Cores

# Paleta de cores principais

A nossa paleta principal é guiada principalmente pelos adjetivos de neutralidade e ubiquidade com os tons monocromáticos e calmos, confiável por ser uma intermédia entre tonalidade roxa e azul, inovador pela sua tonalidade roxa, cor única na natureza e democrático por ser pouco saturado permitindo várias associações ideológicas diversas.

RGB: R 128 G 125 B 255  
Hex: #807DFF  
CMYK: C50 M51 Y0 K0  
PMS: 2726 C  
RAL: 5015  
NCS: S 3040-R80B  
3M Scotchcal: 100-52  
Oracal 970: 750

**Blue Bell**

RGB: R 160 G 159 B 230  
Hex: #A09FE6  
CMYK: C30 M31 Y0 K10  
PMS: 2645 C  
RAL: 4005  
NCS: S 4040-R50B  
3M Scotchcal: 100-54  
Oracal 970: 349

**Heliotrope**

RGB: R 188 G 187 B 240  
Hex: #BCBBF0  
CMYK: C22 M22 Y0 K6  
PMS: 270 C  
RAL: 5024  
NCS: S 3040-B  
3M Scotchcal: 100-51  
Oracal 970: 756

**Lavender Blue**

RGB: R 255 G 255 B 255  
Hex: #FFFFFF  
CMYK: C0 M0 Y0 K0  
PMS: N/A  
RAL: 9016  
NCS: S 0500-N  
3M Scotchcal: 50-10  
Oracal 970: 010

**White**

## Cores

# Paleta de cores secundárias

Para complementar as cores principais, desenvolvemos uma paleta de cores que pudessem ser utilizadas para contrastes e contextos menos comuns da nossa marca.

RGB: R 255 G 225 B 125  
Hex: #FFE17D  
CMYK: C0 M12 Y51 K0  
PMS: 1205 C  
RAL: 1017  
NCS: S 1050-Y20R  
3M Scotchcal: 50-53  
Oracal 970: 023

**Pastel Yellow**

RGB: R 241 G 196 B 36  
Hex: #F1C424  
CMYK: C0 M19 Y85 K5  
PMS: 1235 C  
RAL: 1028  
NCS: S 0580-Y20R  
3M Scotchcal: 50-64  
Oracal 970: 020

**Marigold**

RGB: R 0 G 58 B 136  
Hex: #003A88  
CMYK: C100 M57 Y0 K47  
PMS: 286 C  
RAL: 5002  
NCS: S 4050-R90B  
3M Scotchcal: 50-12  
Oracal 970: 054

**Prussian Blue**

RGB: R 18 G 18 B 18  
Hex: #121212  
CMYK: C0 M0 Y0 K93  
PMS: Black 7 C  
RAL: 9005  
NCS: S 8000-N  
3M Scotchcal: 50-97  
Oracal 970: 090

**Jet**

## Cores

# Títulos e Texto

Exemplos de utilização de textos em fundos da paleta principal.

**White**  
**Pastel Yellow**  
**Marigold**  
**Prussian Blue**  
**Jet**

White  
empowering new ideas  
Prussian Blue  
empowering new ideas  
Jet  
empowering new ideas

**White**  
**Pastel Yellow**  
**Prussian Blue**  
**Jet**

White  
empowering new ideas  
Prussian Blue  
empowering new ideas  
Jet  
empowering new ideas

**White**  
**Blue Bell**  
**Prussian Blue**  
**Jet**

Prussian Blue  
empowering new ideas  
Jet  
empowering new ideas

**Marigold**  
**Heliotrope**  
**Blue Bell**  
**Prussian Blue**  
**Jet**

Blue Bell  
empowering new ideas  
Prussian Blue  
empowering new ideas  
Jet  
empowering new ideas

## Cores

# Títulos e Texto

Exemplos de utilização de textos em fundos da paleta secundária.

**Heliotrope**  
**Blue Bell**  
**Prussian Blue**  
**Jet**

Prussian Blue  
empowering new ideas  
Jet  
empowering new ideas

**White**  
**Blue Bell**  
**Prussian Blue**  
**Jet**

Prussian Blue  
empowering new ideas  
Jet  
empowering new ideas

**White**  
**Pastel Yellow**  
**Marigold**  
**Lavender Blue**  
**Heliotrope**  
**Blue Bell**

White  
empowering new ideas  
Marigold  
empowering new ideas

**White**  
**Pastel Yellow**  
**Marigold**  
**Lavender Blue**  
**Heliotrope**  
**Blue Bell**

White  
empowering new ideas  
Pastel Yellow  
empowering new ideas  
Marigold  
empowering new ideas  
Lavender Blue  
empowering new ideas

# COMPOSIÇÃO

# Composição Grelha

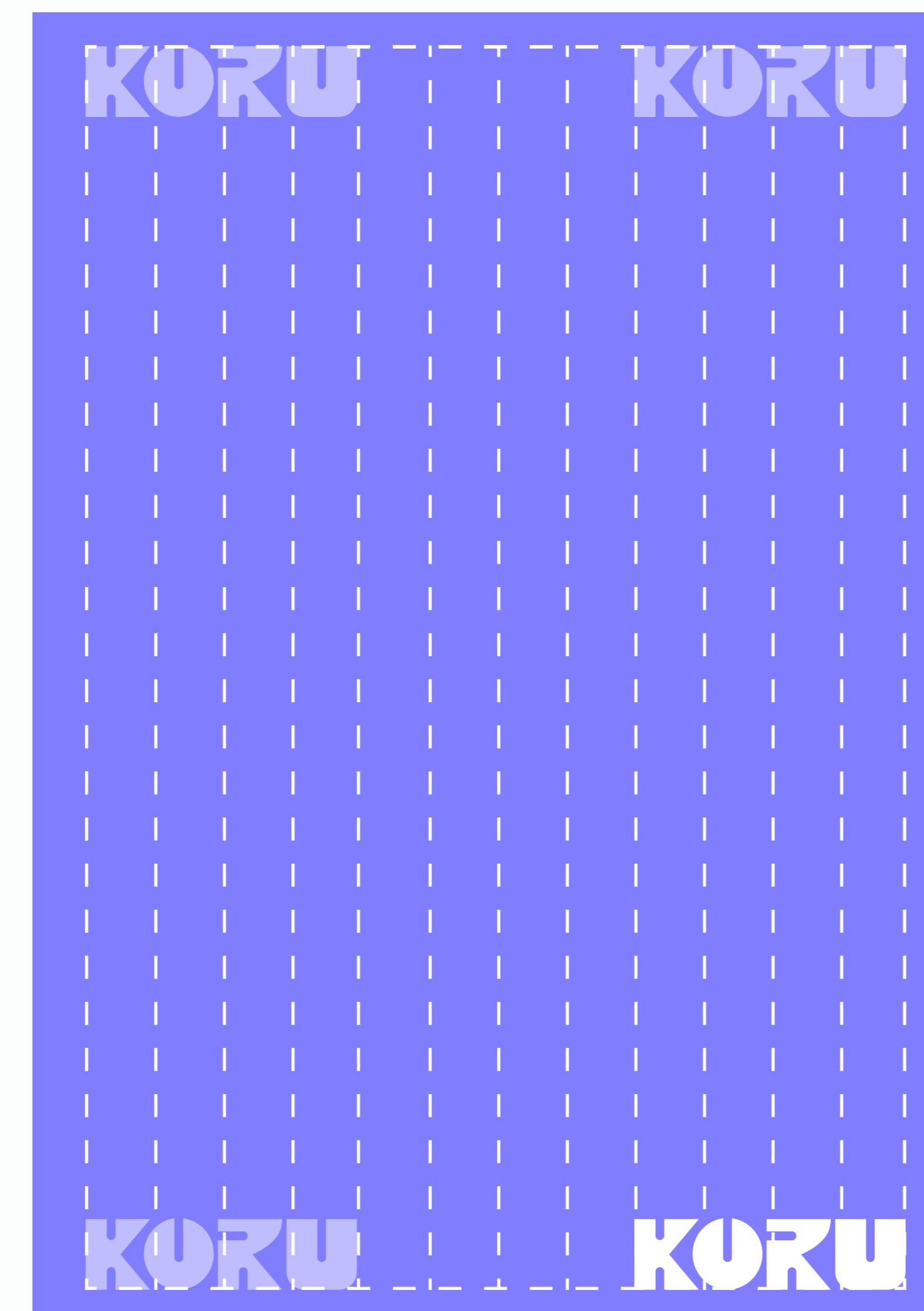
As nossas grelhas são construídas de forma simples recorrendo a uma quantidade de colunas que simplifique a aplicação da marca em diversos formatos.

Nesta página estão exemplos de utilização *standard* para diferentes contextos.

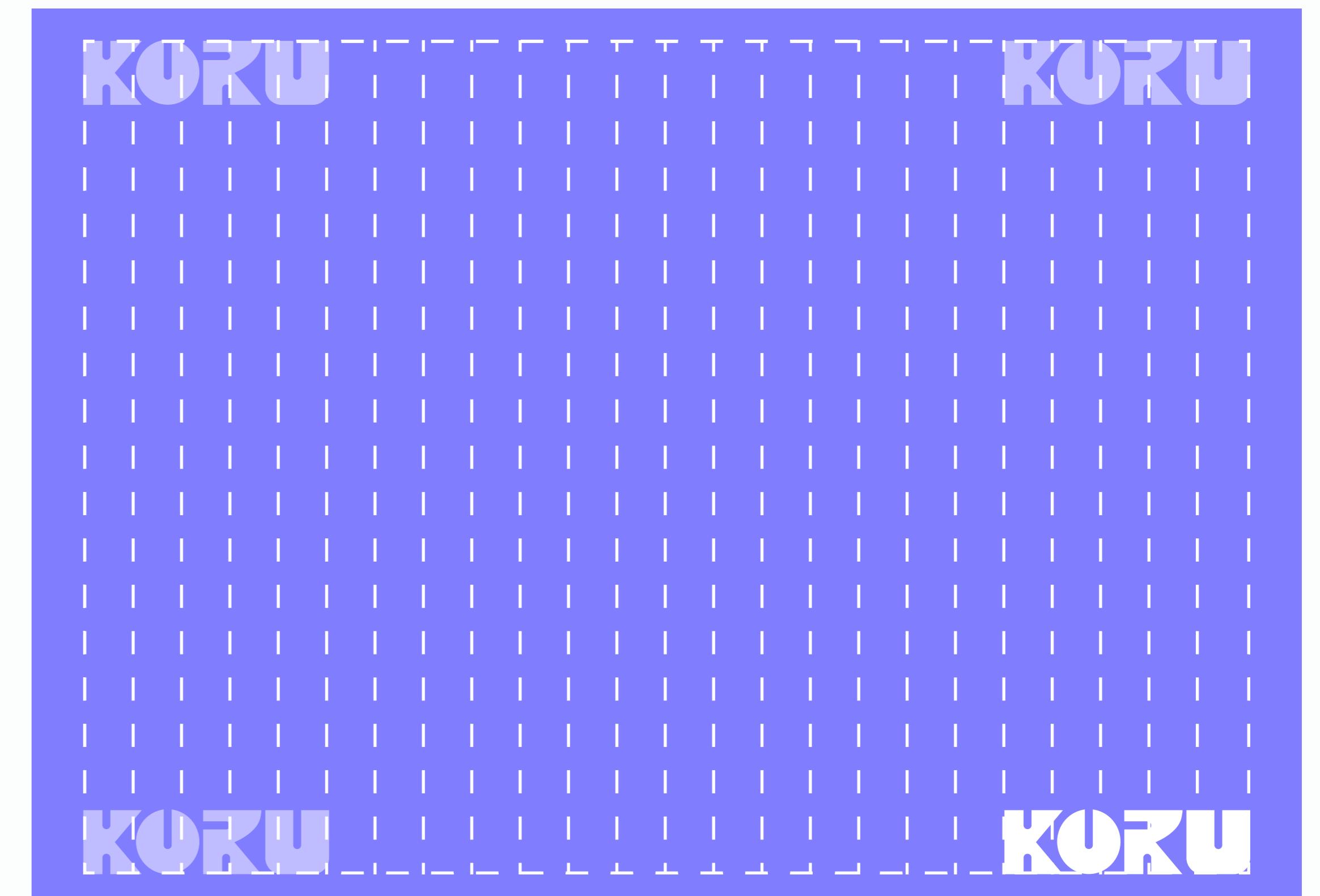
O nosso logótipo deve ser sempre utilizado num dos cantos da página, seguindo a prioridade e posicionamento demonstrados nesta página.

Convém notar que aqui são utilizados como exemplo apenas alguns formatos que consideramos ser importantes. Estes exemplos devem ser seguidos para criar grelhas, conforme necessário para outros formatos.

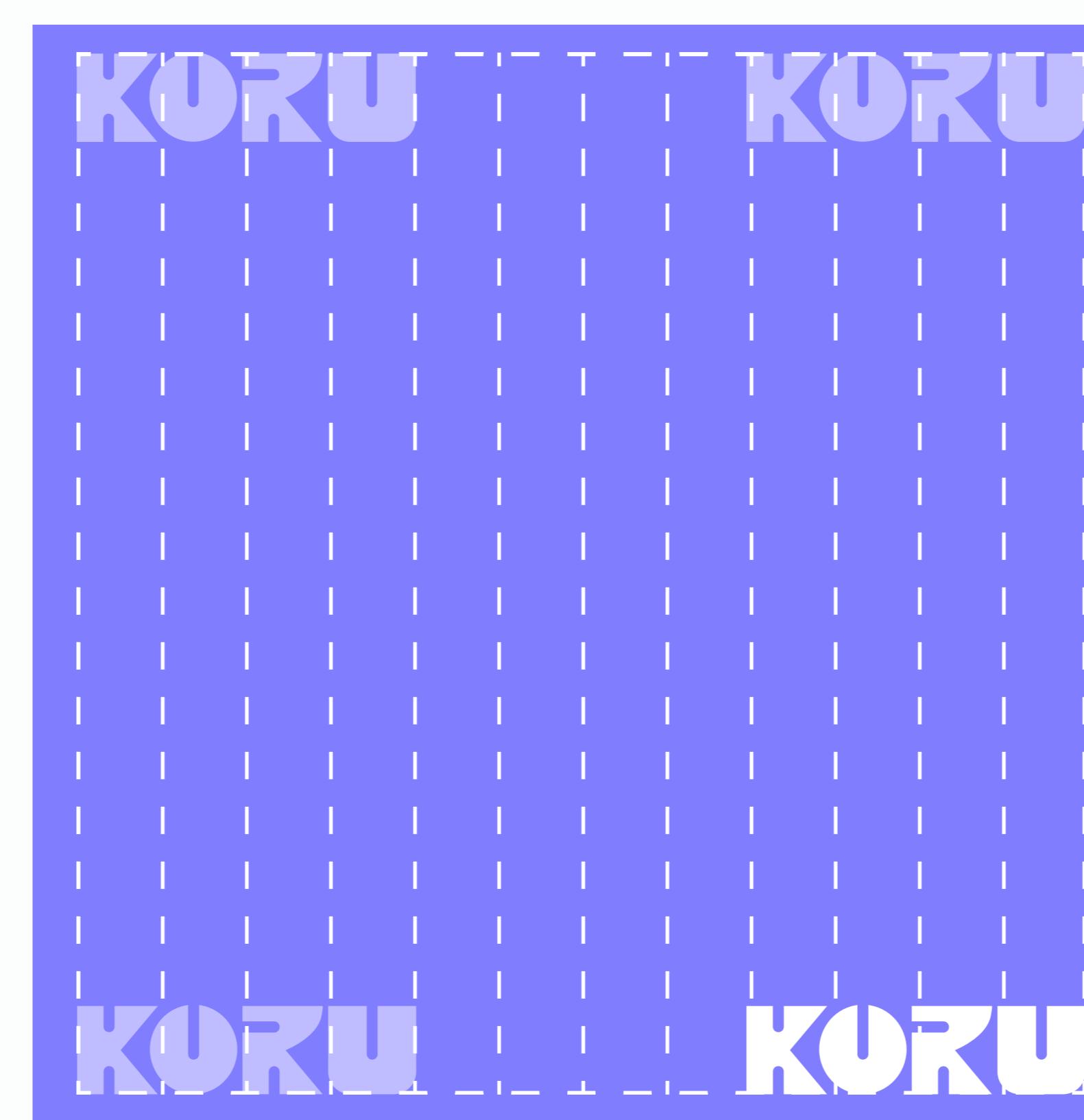
Retrato - Folha A4 (12 colunas)



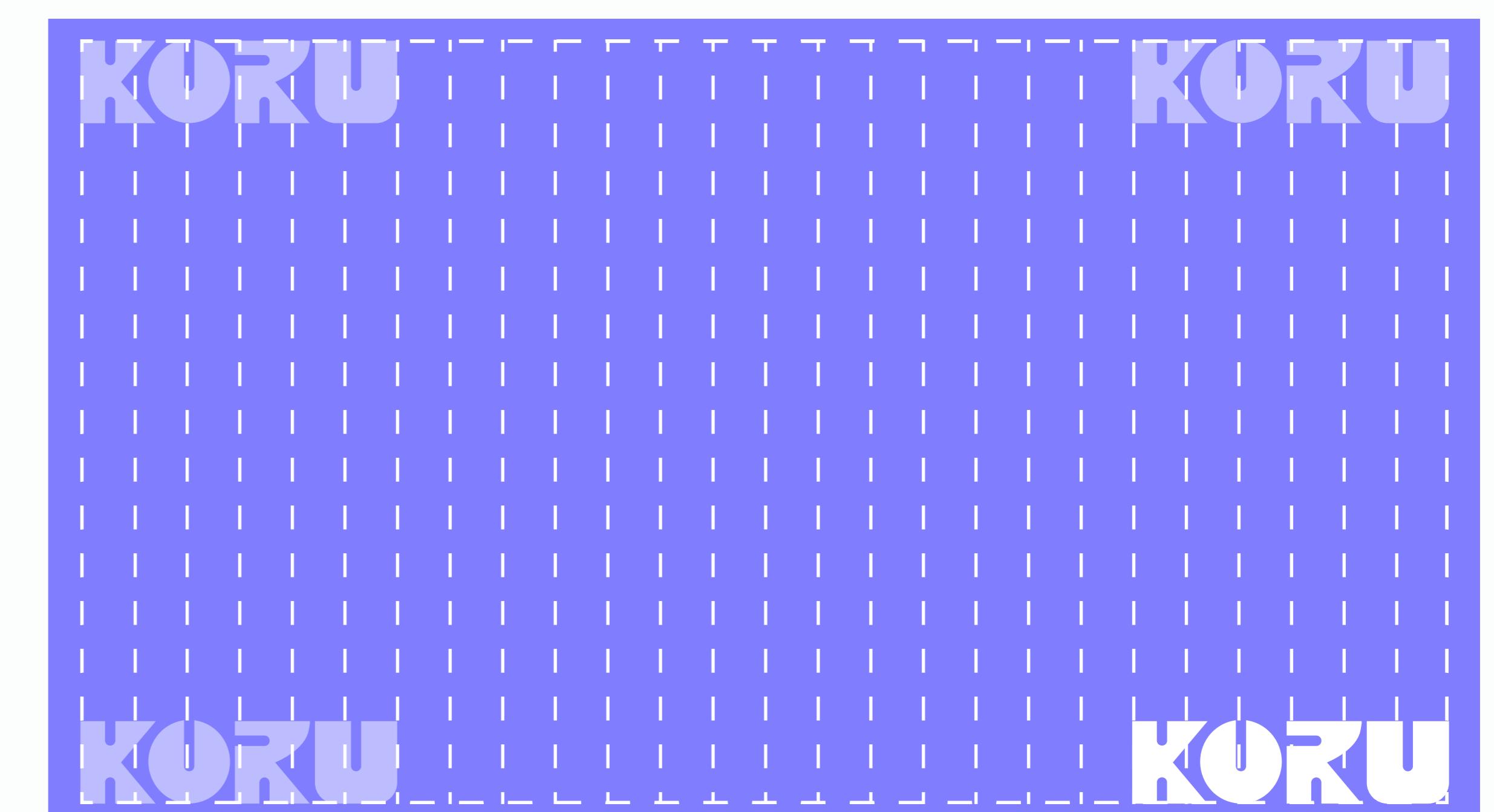
Paisagem - Folha A4 (24 colunas)



Quadrado (12 colunas)



Website/16:9 (26 colunas)



# Composição

## Margens e *layout*

Para uma boa aplicação do nosso logótipo em qualquer *layout* e formato devem ser seguidas as seguintes regras.

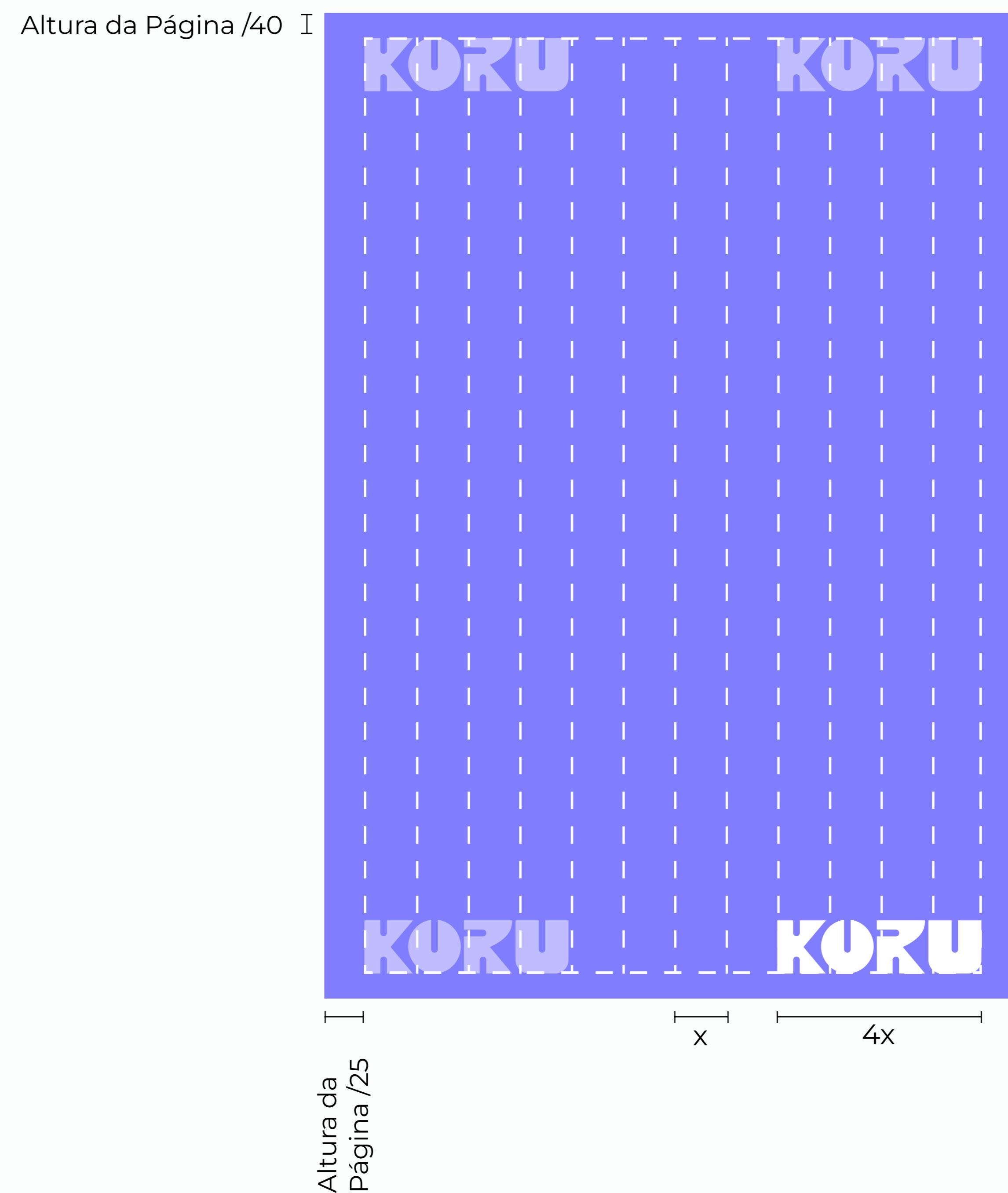
### Margens

Para posicionar corretamente o logótipo é essencial criar margens. Para formatos *standard* as margens superiores e inferiores correspondem à altura da página /40 , enquanto que as margens da direita e da esquerda correspondem à altura /25. Se o espaço for limitado ou insuficiente deve ser seguido as regras de margem mínima de segurança definidas para o logótipo.

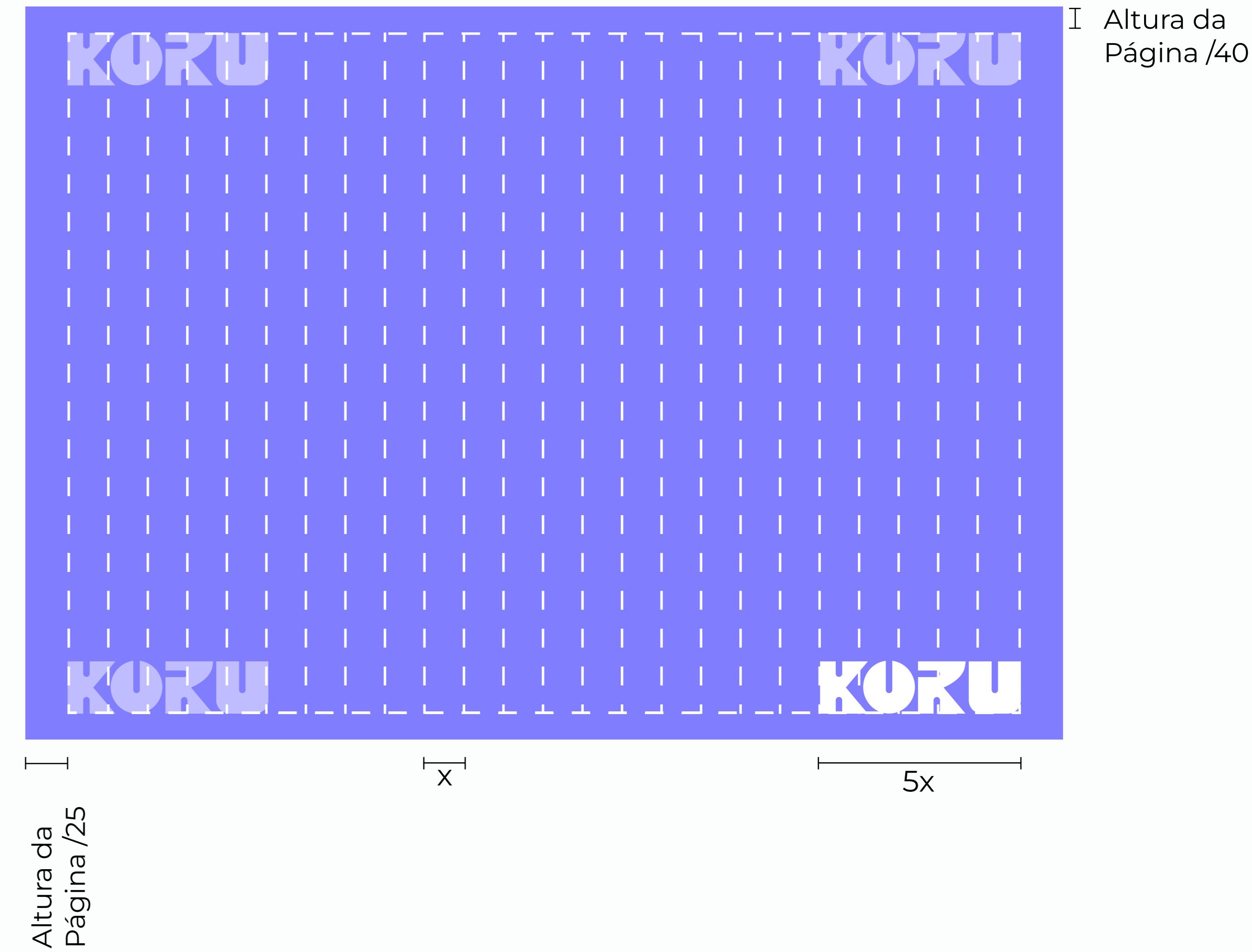
### Logótipo

O tamanho e a escala do nosso logotipo dentro de um layout é igual a 4 colunas de largura em formato retrato e 5 colunas em formato paisagem. Indicadas nesta página estão, também, as posições recomendadas para o logotipo dentro de um documento.

Retrato - Folha A4 (12 colunas)



Paisagem - Folha A4 (24 colunas)



# TIPOGRAFIA

## Tipografia

### Fonte

A escolha da fonte é um aspeto importante do design de uma aplicação web ou mobile, pois pode afetar significativamente a legibilidade, a estética e a marca da aplicação. Na KORU, optamos pela fonte Montserrat, uma escolha baseada na sua modernidade, legibilidade e adaptabilidade aos valores da nossa marca. Além disso, por ser uma fonte de open-source, a Montserrat pode ser personalizada gratuitamente para atender às nossas necessidades específicas. Como uma empresa que valoriza a inovação e a simplicidade, usar uma fonte open-source que pode ser adaptada é um ajuste natural para a nossa abordagem.

O design limpo e moderno da Montserrat encaixa-se perfeitamente com os valores da nossa marca. A facilidade de leitura da fonte é importante para garantir que nossos utilizadores possam navegar em nossa plataforma sem esforço. A Montserrat tem uma ampla variedade de pesos e estilos, o que nos permite usá-la de forma consistente em toda a nossa marca, criando uma experiência do utilizador intuitiva e agradável.

Em resumo, escolhemos a Montserrat como a fonte da KORU porque ela é moderna, legível e fácil de personalizar. Sua adaptabilidade aos valores da nossa marca, sua ampla variedade de pesos e estilos e sua facilidade de leitura garantem uma experiência do utilizador coesa e intuitiva em toda a nossa aplicação.

#### FT Base

Extra Light  
*Extra Light Italic*  
Light  
*Light Italic*  
Regular  
*Regular Italic*  
Medium  
*Medium Italic*

**SemiBold**  
***SemiBold Italic***  
**Bold**  
***Bold Italic***  
**ExtraBold**  
***ExtraBold Italic***  
**Black**  
***Black Italic***

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
0123456789€£\$%@?![]()+=^`^~

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn  
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
0123456789€£\$%@?![]()+=^`^~

# Montserrat

# Tipografia Hierarquia

A hierarquia tipográfica é importante porque ajuda a orientar o leitor e a criar uma estrutura visual para o conteúdo. Na prática, isso significa que diferentes elementos de texto devem ser formatados de forma consistente, com uma escala clara de tamanho e peso, para criar um senso de prioridade e ênfase.

Por exemplo, um Título deve ser maior e mais visível do que um Subtítulo, que por sua vez deve ser maior e mais visível do que o Body. O Leading e o Tracking também são importantes para garantir que o texto seja fácil de ler e agradável aos olhos.

Na Koru, ao seguir uma hierarquia tipográfica clara e consistente, procuramos criar uma experiência de leitura agradável e eficaz para os utilizadores, ajudando a transmitir informações importantes de forma clara e fácil de compreender.

---

**Título**  
FT Base Regular  
Pelo menos 2x maior que o Body  
90% Leading  
0 Tracking

---

**SubTítulo**  
FT Base SemiBold  
100% Body Size  
120% Leading  
0 Tracking

---

**Body**  
FT Base Regular  
120% Leading  
0 Tracking

---

**Legenda**  
FT Base Regular  
50% Body Size  
120% Leading  
0 Tracking

# Empowering new ideas

**Take your project to the next step**

Acreditamos que a tecnologia pode ser uma força positiva para a mudança social e estamos comprometidos em desenvolver ferramentas que capacitem as pessoas a tomar decisões justas e informadas.

Acreditamos que a tecnologia pode ser uma força positiva para a mudança social e estamos comprometidos em desenvolver ferramentas que capacitem as pessoas a tomar decisões justas e informadas.

# Montserrat

Tipografia

## Fonte Reserva

Quando a nossa fonte base não puder ser usada, a nossa reserva é a Open Sans.

A Open Sans é uma boa escolha como fonte reserva porque, assim como a Montserrat, é uma fonte sans-serif moderna e limpa, com uma ampla gama de pesos e estilos disponíveis.

Embora apresente uma aparência mais arredondada e suave em comparação com a Montserrat, a Open Sans é deveras semelhante a esta, facilmente legível em diferentes tamanhos e estilos de texto, e é familiar para muitos utilizadores, o que ajuda a manter a consistência visual em diferentes dispositivos e plataformas.

### FT Base

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQ  
qRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
0123456789€£\$%@?![]()+-=^`^~

### Open Sans - Reserva

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQ  
qRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
0123456789€£\$%@?![]()+-=^`^~

# GRÁFICOS

## Gráficos

# Ilustração

Para o aprofundamento da marca, desenvolvemos ilustrações que representassem cenários figurativos da utilização de algumas das funcionalidades do Koru, tal como a votação com moedas e a participação como concorrente ou organizador do evento, respetivamente na figura 1 e 2. Nesta página podemos ver a versão colorida e monocromática.



Figura 1.



Figura 2.

## Gráficos

# Ilustração



Figura 3.



Figura 4.

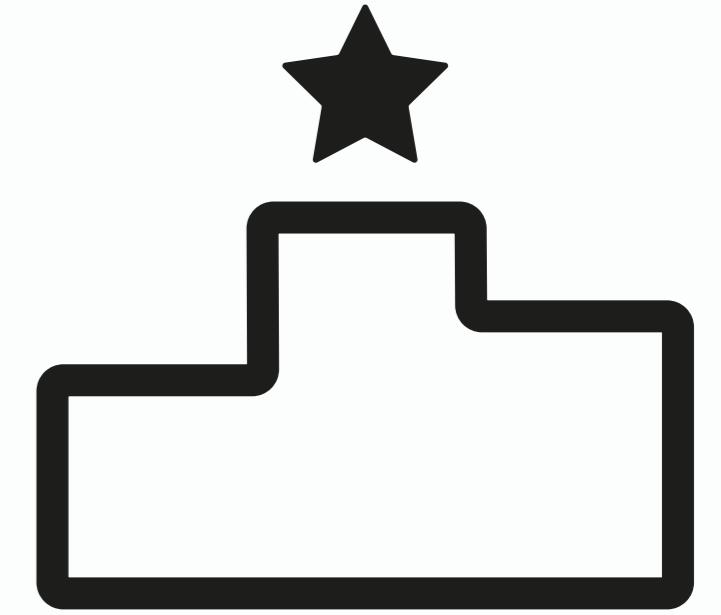
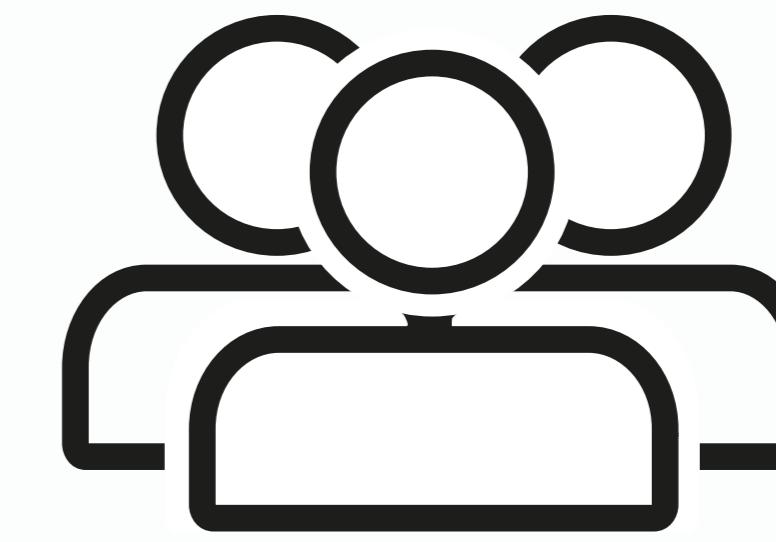
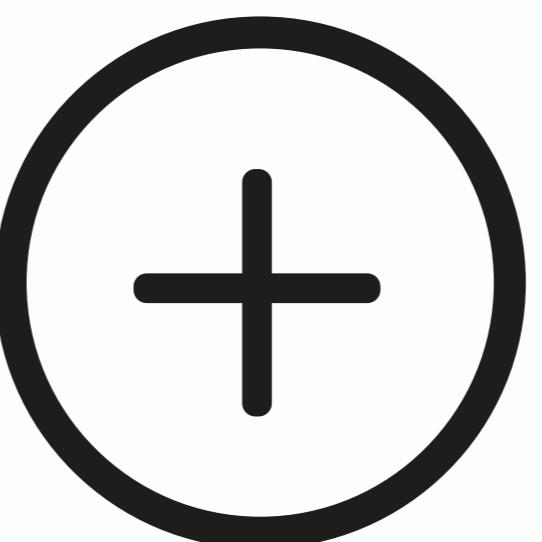
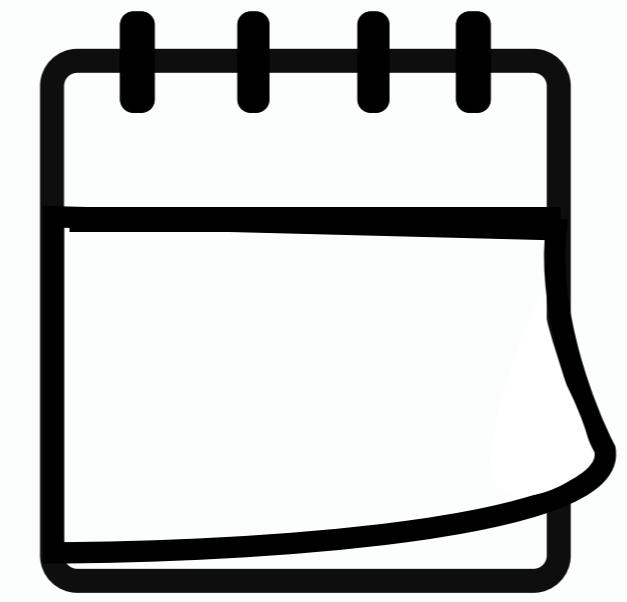
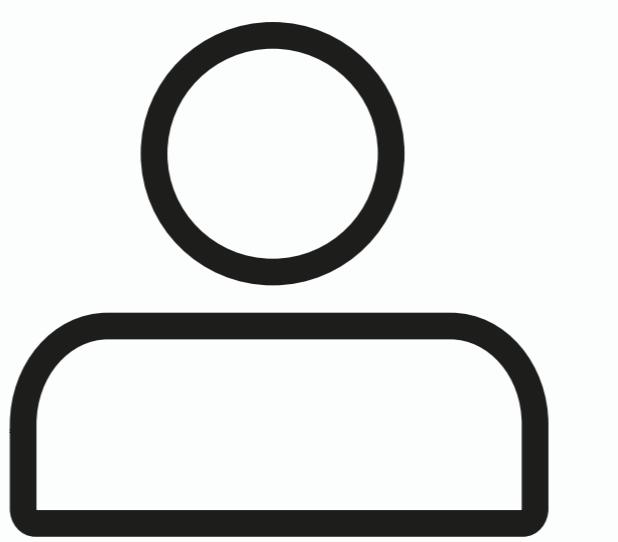
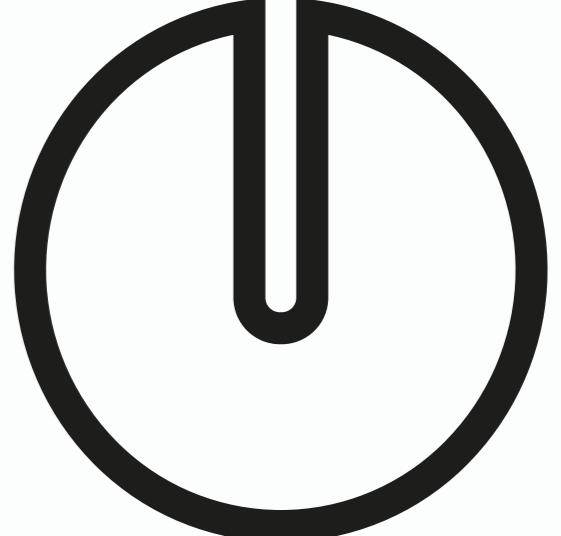
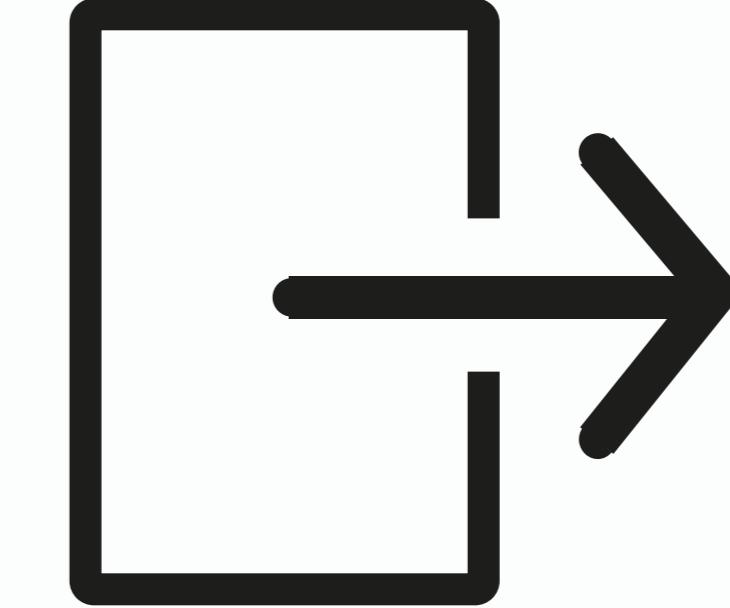
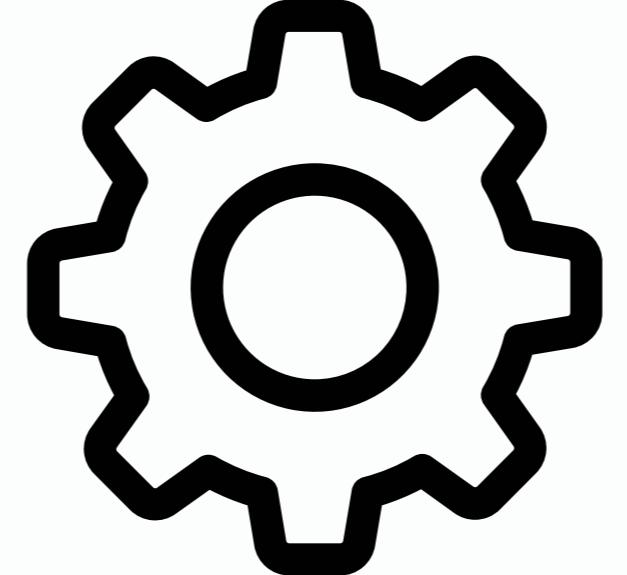
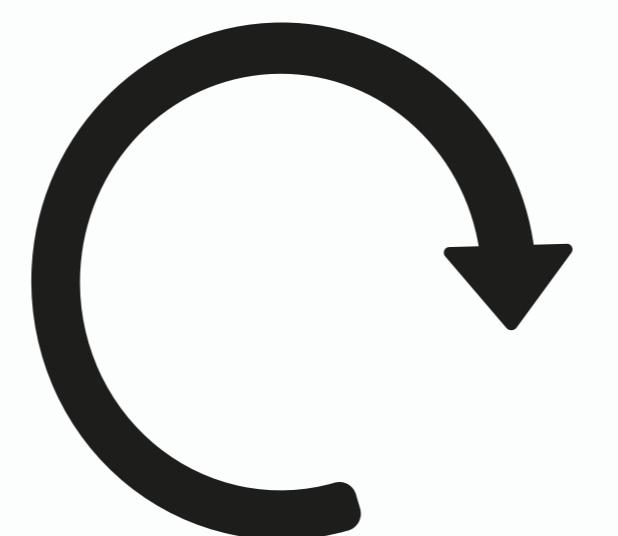
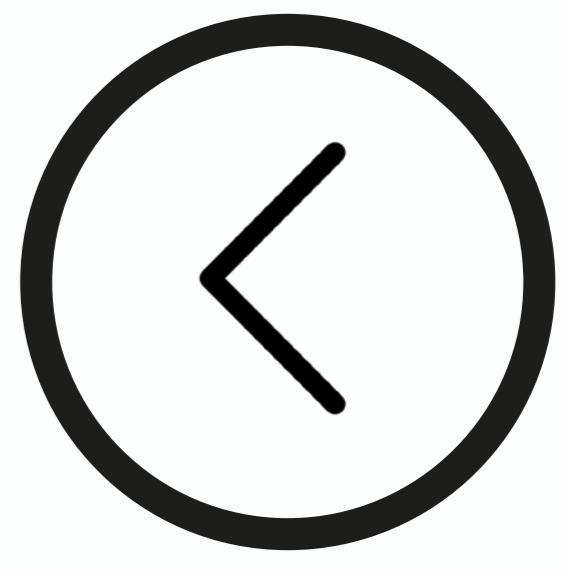
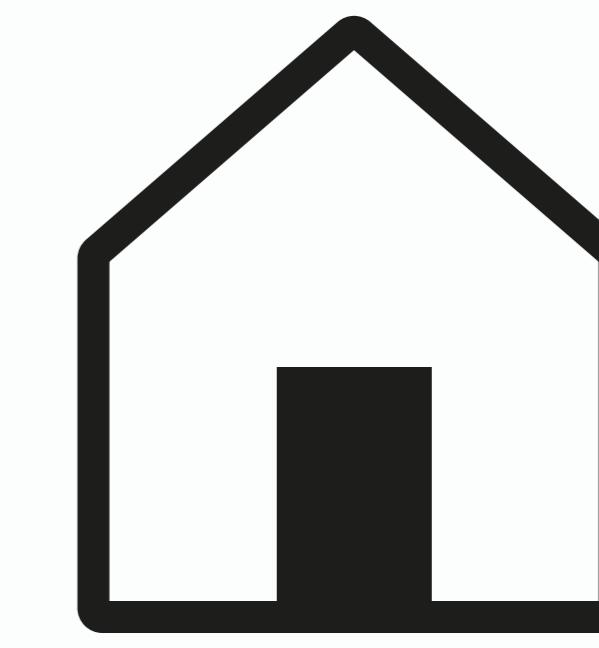
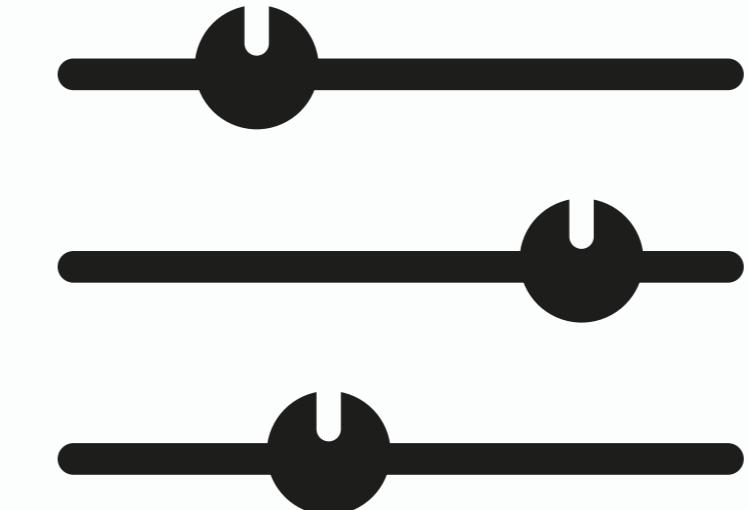
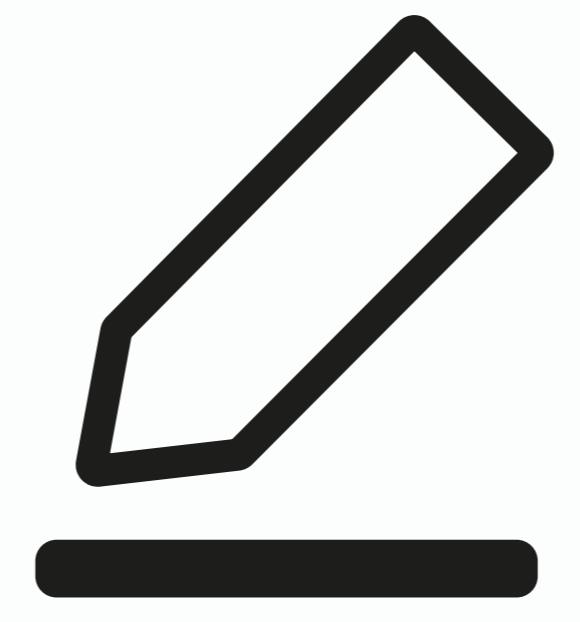
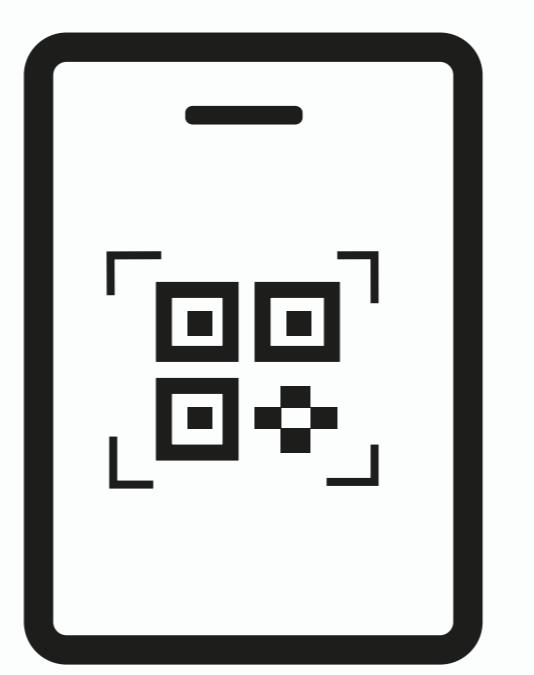
Nesta página podemos ver a versão contorno das ilustrações, podendo ser utilizadas para contextos diversos, tais como, de publicidade mas também páginas de carregamento da aplicação.

## Gráficos

# Iconografia

A biblioteca de ícones que faz parte da nossa marca é fundamental para a sua boa utilização.

A iconografia é desenhada com o intuito de ser facilmente identificável, através de um desenho minimalista com o uso de contorno de médio e grande volume e cantos arredondados.

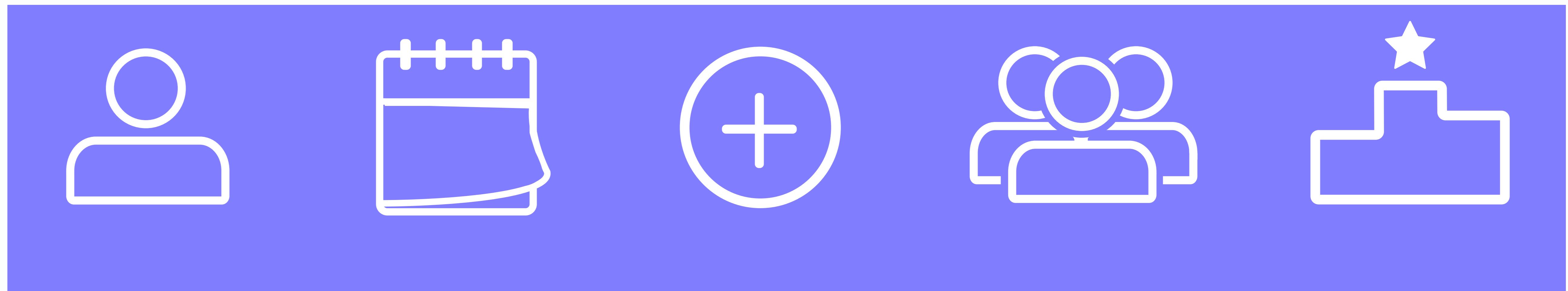
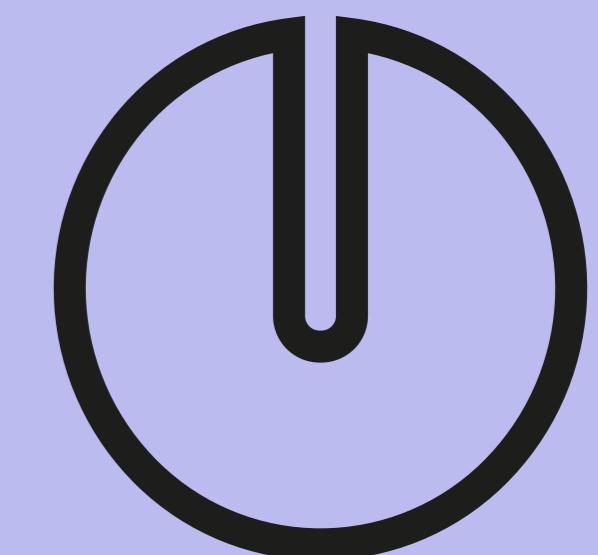
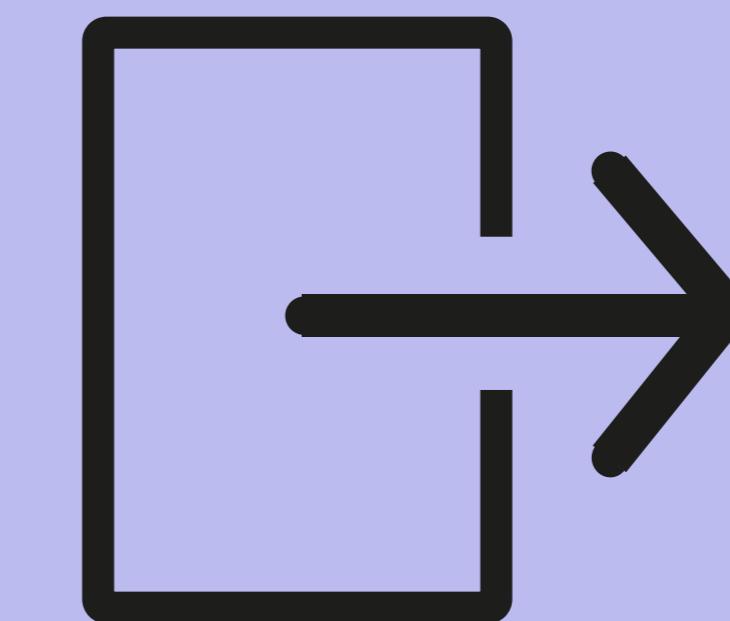
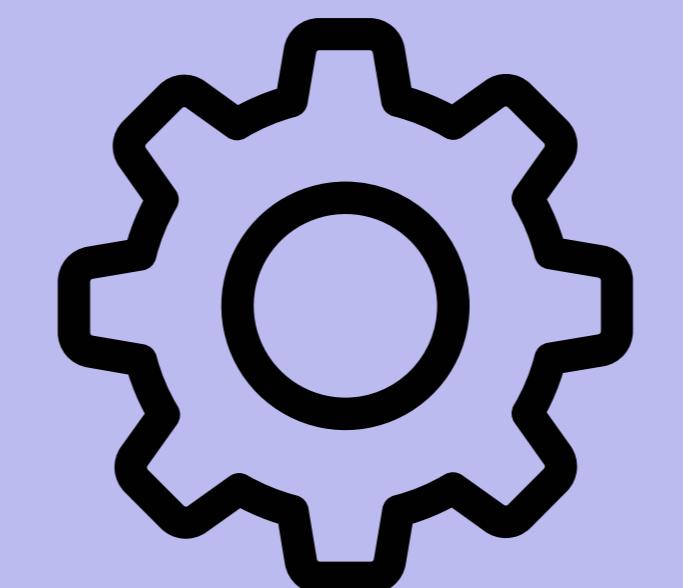
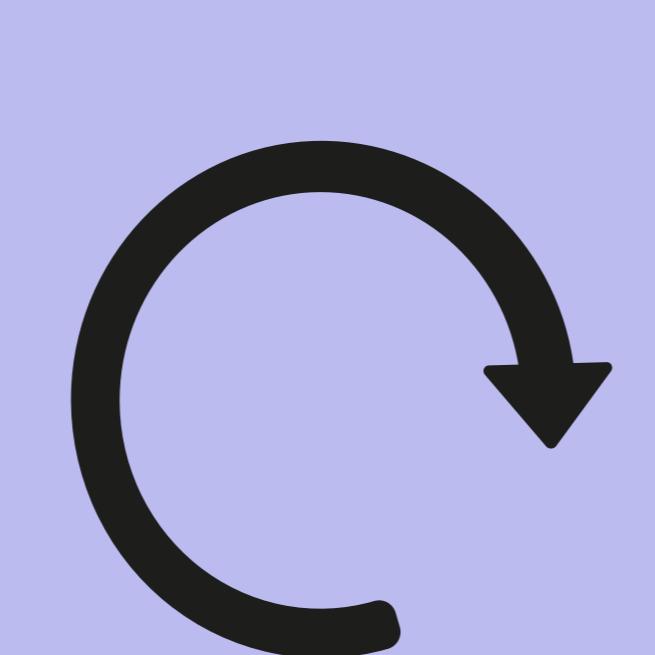
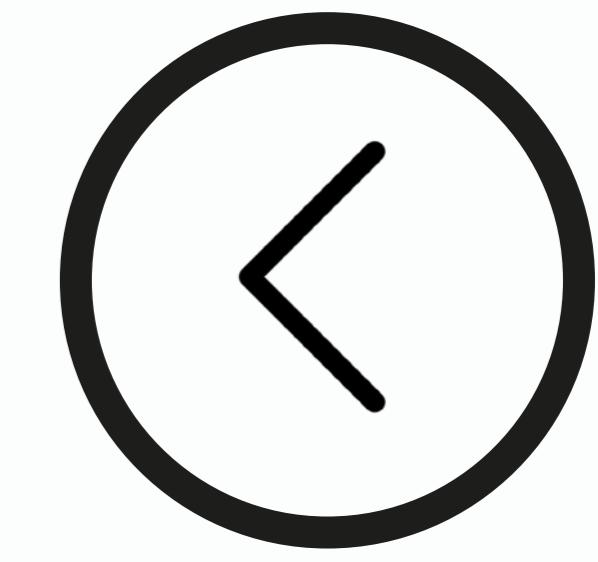
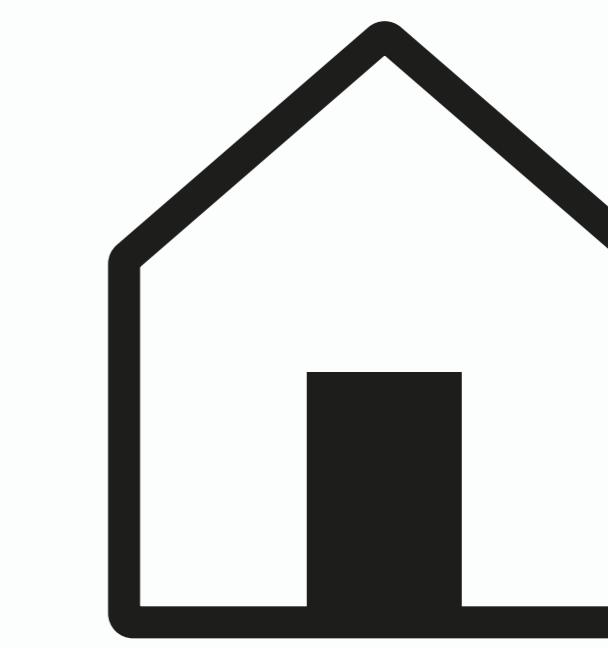
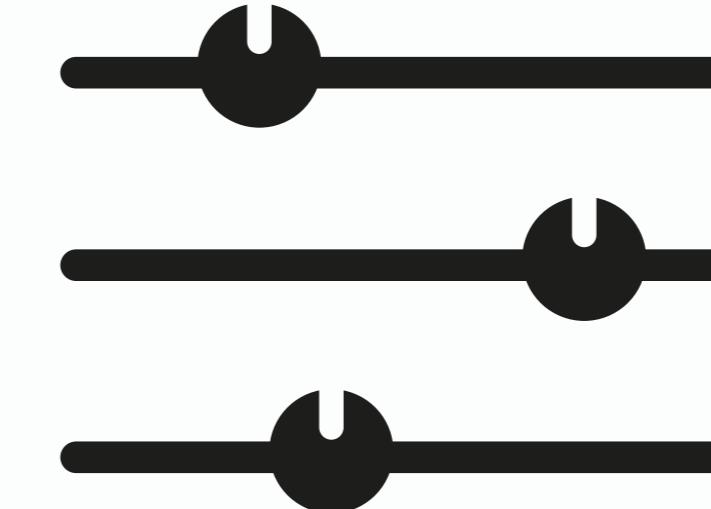
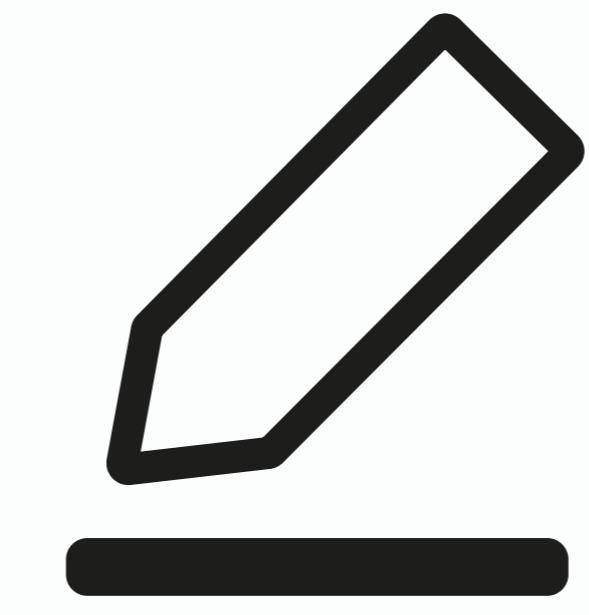
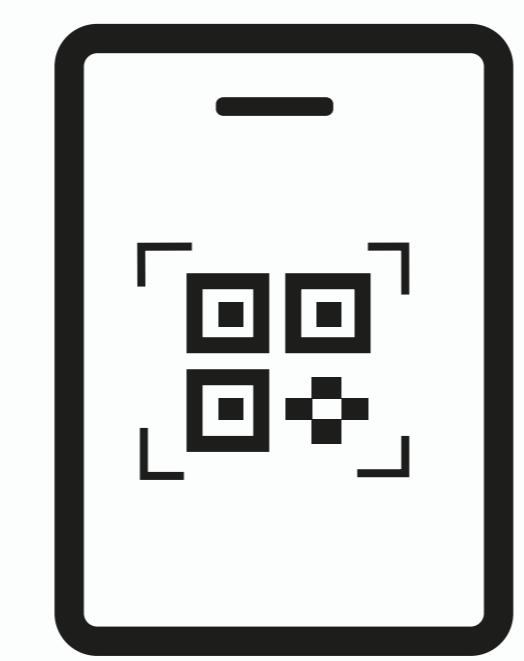


## Gráficos

# Iconografia com cor

Os nossos ícones podem ser utilizados sobre qualquer uma das nossas cores.

Podendo ser utilizados na versão branca ou preta, dependendo de qual das versões oferecer o melhor contraste possível.



# APLICAÇÃO DA MARCA

# KORU





A photograph of a young woman with blonde hair and glasses, wearing a dark green sweater, sitting at a desk in a library. She is looking down at her laptop screen with a focused expression. Behind her are bookshelves filled with books. In the foreground, there is a stack of books and papers on the desk.

**KORU**  
empowering new ideas



KORU

## Aplicação da Marca Digital - Post



Aplicação da Marca

## Digital - App



Aplicação da Marca

## Digital - Ícone



Aplicação da Marca

## Formato Físico - Cartão



Exemplo:  
Aplicação da Marca

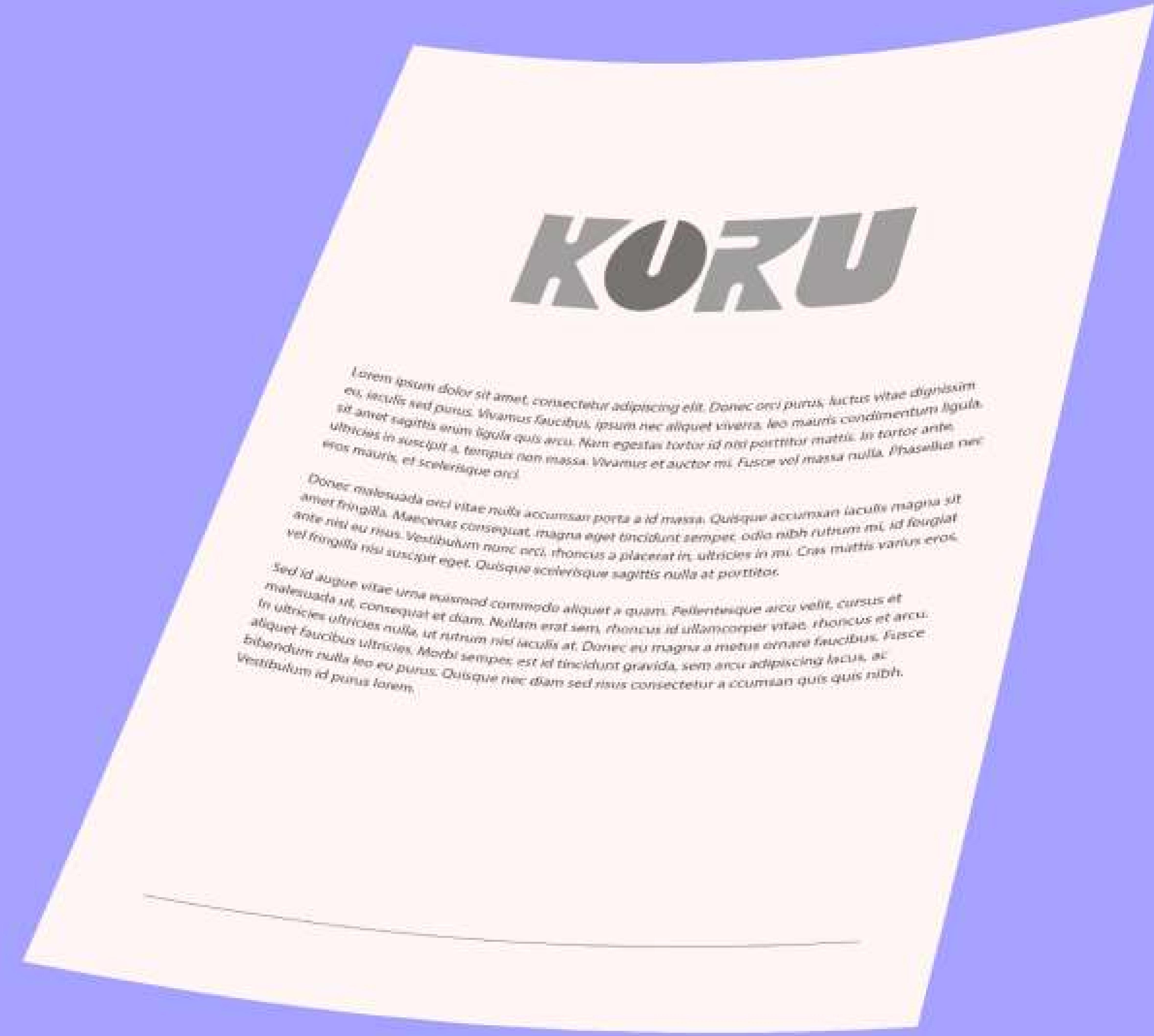
Aplicação da Marca

## Formato Físico - Poster



## Aplicação da Marca

### Formato Físico - Contrato





Manual de Identidade  
Abril 2023