

Manual de identidade da marca

Edição para apresentação aos fundadores



I N S T I T U T O
karoya

Resgatar para transbordar

Identidade visual e expressão institucional

Outubro de 2026 | Versão 3.0

Como usar este manual

Um sistema para reconhecer o Karoya, comunicar seu propósito e orientar quem cria em seu nome.

01	Direção da marca	03-09
02	Sistema visual	10-22
03	Expressão e aplicações	23-39
04	Gestão da identidade	40-43

Decisões consolidadas

Nome Karoya; assinatura em minúsculas; coração em impressão digital; y original; paleta aprovada; proporções preservadas; frase de apoio: Resgatar para transbordar.

Atualizações desta edição

A frase de apoio passa a integrar a identidade e recebe uma assinatura própria. As bordas dos vetores foram suavizadas para retirar os degraus do traçado anterior. A fachada ganha uma página exclusiva. Permanecem as marcas d'água e os oito mockups de objetos, pessoas e veículos.

Posicionamento institucional

Conectar pessoas, empresas e instituições para transformar intenção solidária em ação social responsável.



Papel do instituto

O planejamento propõe executar projetos próprios e apoiar organizações parceiras com credibilidade. A marca deve traduzir proximidade com as comunidades, capacidade de mobilização e cuidado com os recursos recebidos.

Compromisso de comunicação

Apresentar o Karoya como articulador e gestor de iniciativas sociais. Distinguir objetivos, ações realizadas e resultados comprovados. A ambição de alcance nacional é uma visão de futuro, não uma conquista já declarada.



Propósito missão e visão

Redação institucional proposta a partir dos documentos de constituição e planejamento.

Propósito

**O amor que se transforma
em ação no tempo certo.**

AMOR AO PRÓXIMO • TEMPO OPORTUNO • AÇÃO RESPONSÁVEL

Missão proposta

Conectar pessoas, empresas e instituições para desenvolver e apoiar projetos sociais que promovam dignidade, oportunidades e autonomia, com excelência, transparência e responsabilidade.

Visão proposta

Ser reconhecido entre as organizações de referência no Brasil pela mobilização de recursos e pelo desenvolvimento de projetos sociais de impacto demonstrável. O propósito sintetiza a razão de existir; a missão orienta a atuação; a visão expressa a ambição.

Valores que orientam a experiência

Os valores precisam aparecer no atendimento, nas escolhas de projeto e na prestação de contas.

- Integridade
- Generosidade
- Responsabilidade
- Gestão profissional
- Transparência
- Excelência
- Dignidade humana
- Fé em serviço

Relações humanas

Generosidade e respeito à dignidade humana pedem escuta, acolhimento e linguagem sem estereótipos. A fé traduzida em serviço ao próximo se expressa no cuidado e no atendimento sem discriminação.

Responsabilidade institucional

Integridade, transparência, excelência, responsabilidade e gestão profissional orientam informações verificáveis, critérios claros e acompanhamento das iniciativas. A experiência concreta deve sustentar o que a marca comunica.

Nome e fundamento cristão

Karoya reúne uma inspiração conceitual e fonética em Kairos e Kardia, conforme a narrativa de origem dos fundadores.



Gratidão em todas as circunstâncias

Referência fundadora • 1 Tessalonicenses 5:18

Sentido do nome

Kairos remete ao tempo oportuno; Kardia, ao coração e à intenção. Karoya é um nome criado a partir dessa inspiração, não uma palavra grega apresentada como tradução literal. Sua síntese é o agir oportuno nascido do amor ao próximo.

Fé em serviço

1 Tessalonicenses 5:18 é a referência bíblica indicada para o instituto: gratidão em todas as circunstâncias. A inspiração cristã deve conviver com o respeito às pessoas de diferentes crenças. Em citações extensas, indicar a tradução bíblica efetivamente utilizada.

Conceito do símbolo

Um coração formado por linhas de impressão digital aproxima amor, presença e singularidade humana.



- **Acolher**

Amor e proximidade

- **Plantar oportunidades**

Vida e esperança

- **Transformar vidas**

Propósito em ação

Leitura pretendida

O coração representa a intenção de acolher. A digital sugere que cada pessoa tem identidade, história e valor. As três regiões de cor expressam acolher, plantar oportunidades e transformar vidas, reunidas em um só símbolo.

Expressão visual

A digital funciona como metáfora da singularidade humana e do cuidado pessoal. A versão limpa favorece repetição e reconhecimento. Não acrescentar mãos, cruzes, personagens ou textura de tinta ao desenho consolidado.



Frase de apoio oficial

Resgatar para transbordar passa a acompanhar a expressão institucional do Instituto Karoya.

Resgatar para transbordar

Acolher pessoas. Cultivar oportunidades. Multiplicar o bem.

Sentido de comunicação

Resgatar expressa acolhimento, valorização da dignidade e abertura de oportunidades. Transbordar aponta para o bem que se multiplica nas relações e na comunidade. Essa leitura orienta a comunicação; não substitui a missão nem promete resultados individuais.

Uso da frase

Escrever Resgatar para transbordar, sem trocar palavras. Na assinatura fornecida, usar a frase abaixo do bloco verbal, em Montserrat Medium. Em textos correntes, manter caixa de frase. Em sinalização, a caixa alta é permitida com legibilidade e respiro.

Arquitetura e nomenclatura

Karoya deve permanecer como a referência principal em todas as frentes de atuação.



Projetos próprios

Descritor editorial, sem novo logotipo

Projetos parceiros

Descritor editorial, sem novo logotipo

Frentes de atuação

Descritor editorial, sem novo logotipo

Instituição e iniciativas

Na redação, usar Instituto Karoya. Na assinatura visual, preservar karoya em minúsculas e INSTITUTO em caixa alta. IKA pode aparecer em contextos administrativos que a exijam, sem substituir a marca na comunicação pública.

Áreas e frase de apoio

As áreas de atuação permanecem como descritores editoriais. Resgatar para transbordar é a frase de apoio oficial. Usar a assinatura fornecida com a frase quando houver espaço e legibilidade. Não acrescentar outros slogans à mesma composição.

Assinatura principal

A composição horizontal é a forma preferencial para comunicação institucional.



Hierarquia

O nome ocupa o maior peso de leitura. O coração se equilibra com a altura total do conjunto verbal. INSTITUTO identifica a natureza da organização, com presença secundária e largura alinhada ao nome.

Integridade

Usar o arquivo fornecido. Preservar o y original, a curva final do k, os espaços internos e a distribuição das cores. A marca não deve ser reescrita com uma fonte comercial, redesenhada a olho ou recriada por inteligência artificial a cada aplicação.

Assinatura com a frase de apoio

Uma versão complementar para apresentar a marca e sua mensagem em uma única composição.



Resgatar para transbordar

Composição

A assinatura principal permanece íntegra. Na horizontal, a frase se alinha à esquerda do bloco verbal; na vertical, fica centralizada. Reservar x entre o limite inferior do logotipo e o topo da frase. Preservar a proteção externa de x.

Leitura antes de redução

A frase tem corpo de 40 unidades em Montserrat Medium, sem compressão ou alongamento. Começar em 480 px de largura visível para a horizontal e 400 px para a vertical; testar no uso real. Se a frase não for legível, usar a marca sem frase e apresentá-la separadamente.

Construção e proporções

As medidas são relativas e devem crescer ou diminuir juntas.

Coração 404,6 u



INSTITUTO e karoya 863 u



x = 72 u

Altura total 353 u

Módulo de referência

Adotar $x = 72$ unidades do desenho. Nome: 863×281 u. INSTITUTO: 863×48 u. Distância vertical entre as palavras: 24 u, equivalente a $x/3$. A largura total da marca, sem margem, é de aproximadamente 1.339,6 u.

Relação do símbolo

Coração: $404,6 \times 353$ u. Sua altura coincide com as duas palavras juntas; sua largura equivale a 46,9% da largura de karoya. A separação entre coração e bloco verbal é x. As letras de INSTITUTO têm escala uniforme; a largura é ajustada pelo espaçamento.

Área de proteção e alinhamento

O espaço vazio protege a leitura e evita que a marca concorra com elementos vizinhos.



Proteção mínima

Reservar ao menos x em todos os lados, medido a partir dos limites visíveis da composição. Nessa área não entram textos, bordas, fotografias com informação relevante, outras marcas ou cortes de página. A margem dos arquivos horizontais fornecidos já corresponde a x.

Alinhamento editorial

Alinhar a composição pelo limite externo do conjunto, e não pelo centro do coração. Em documentos, preferir posição superior esquerda; em capas de apresentação, o conjunto pode ser centralizado. Não ajustar a distância entre símbolo e nome para preencher espaços.

Versões de composição

Desdobramentos propostos para espaços diferentes, sempre derivados do mesmo desenho.



PREFERENCIAL • HORIZONTAL



VERTICAL



SÍMBOLO

Horizontal e vertical

Priorizar a horizontal. Usar a vertical quando a área for estreita: símbolo centralizado acima do bloco verbal, com separação de x. A versão vertical fornecida usa o mesmo tamanho relativo dos elementos e a mesma organização interna das palavras.

Símbolo isolado

Usar em avatar, selo de presença e espaços onde o nome Instituto Karoya já esteja identificado por perto. O símbolo isolado não substitui a apresentação institucional em primeiro contato. A versão horizontal sem INSTITUTO não integra este sistema inicial.

Versões cromáticas

Escolher a versão pelo fundo e pelo processo de reprodução, sem improvisar combinações.



COLORIDA



UMA TINTA PRETA

Uso preferencial

Marca colorida em fundo branco. Para processos de uma tinta, usar a versão integralmente azul ou preta. O preto é uma alternativa técnica de reprodução, não uma quinta cor de expressão da marca.



UMA TINTA AZUL



NEGATIVA BRANCA

Versão negativa

Em fundos escuros, preferir a marca integralmente branca. Preservar os vazios da digital e das letras. Não aplicar azul sobre azul, não converter automaticamente para tons de cinza e não alternar aleatoriamente as três cores do coração.

Fundos e contraste da assinatura

O fundo deve permitir leitura imediata do nome e das linhas do coração.



Cor sobre branco



Branco sobre azul

Em fotografia, reservar área tranquila ou base branca com proteção.

Fundos simples

Branco é o suporte principal da versão colorida. Azul institucional recebe preferencialmente a versão branca. Em outras superfícies, testar a legibilidade no tamanho real e escolher uma versão monocromática com contraste suficiente.

Fotografias e texturas

Posicionar a marca em área visualmente tranquila. Se a imagem não oferecer espaço adequado, reservar uma faixa ou área branca com proteção mínima. Não colocar a digital sobre estampas, rostos, texto, bordas de objetos ou alternâncias fortes de claro e escuro.

Redução e legibilidade

Limites iniciais de aplicação devem preservar a leitura de INSTITUTO e a separação das linhas da digital.



400 px

Leitura confortável do conjunto



280 px

Mínimo digital inicial da horizontal



80 px

Referências de largura em tela, sem contar a margem de proteção. Escala visual ilustrativa no PDF.

Uso digital

Horizontal: mínimo inicial de 280 px de largura visível, sem contar a proteção. Na versão vertical, adotar inicialmente 240 px de largura visível. Para o símbolo isolado, começar em 80 px. Abaixo desses valores, verificar o contexto e desenvolver uma versão de microescala antes de utilizá-la.

Uso físico

Como ponto de partida para prova, adotar 50 mm para a horizontal, 35 mm para a vertical e 15 mm para o símbolo. Esses valores não homologam bordado, gravação ou papel absorvente. A prova no material final define o limite de cada processo. Não fechar vãos nem engrossar linhas de modo improvisado.

Paleta cromática principal

As quatro cores têm valores fixos em sRGB e funções consistentes na identidade.



Azul

#173D54

RGB 23, 61, 84

Confiança



Verde

#6F8745

RGB 111, 135, 69

Oportunidades



Âmbar

#D99A2B

RGB 217, 154, 43

Transformação



Terracota

#BD6248

RGB 189, 98, 72

Acolhimento

Significados adotados

Azul: confiança e estabilidade. Terracota: amor e acolhimento. Verde: vida, esperança e oportunidades. Âmbar: transformação e propósito. Esses significados expressam a narrativa escolhida pelo instituto, não efeitos psicológicos universais.

Distribuição no símbolo

Verde na região superior esquerda, âmbar na região superior direita e terracota na base. Nome e INSTITUTO em azul. O branco é o neutro de apoio e o espaço entre os traços. A cor não deve variar entre peças, arquivos ou fornecedores.

Uso da cor e reprodução

A paleta deve manter consistência visual sem transformar toda peça em uma combinação de quatro blocos de cor.



Acolher é o começo.

Escuta, oportunidade e ação responsável.



Base

Branco e azul

Ênfase

Uma cor por mensagem

Símbolo

Três cores preservadas

Composição editorial

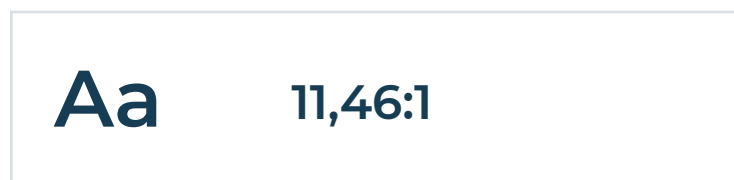
Usar branco como base de respiro, azul para texto e estrutura, e uma cor de apoio por mensagem quando possível. As três cores do coração podem coexistir na marca. Não vincular uma cor permanentemente a uma área de atuação sem uma decisão de arquitetura de marca.

Produção impressa

HEX e RGB são as referências digitais aprovadas. CMYK depende de perfil, papel e processo; Pantone exige comparação com amostra física. Esta edição não fixa equivalências de impressão. Solicitar conversão controlada, prova e registro do resultado aprovado, preservando o arquivo mestre em sRGB.

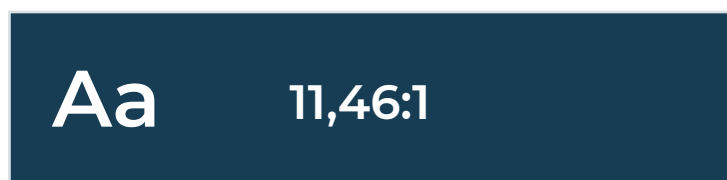
Cor e acessibilidade

Contraste de texto deve ser avaliado separadamente da presença das cores na marca.



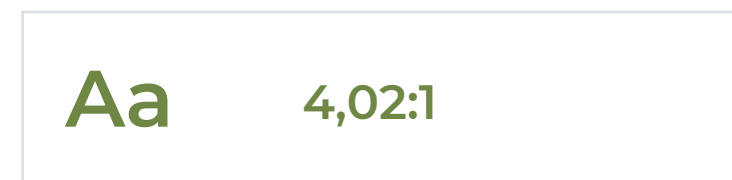
Azul / branco

Texto comum: adequado



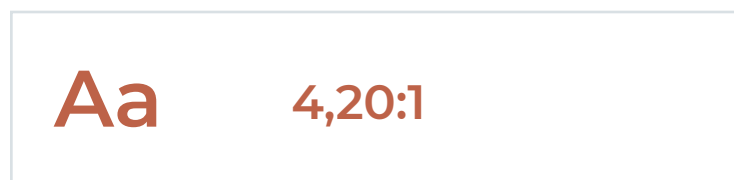
Branco / azul

Texto comum: adequado



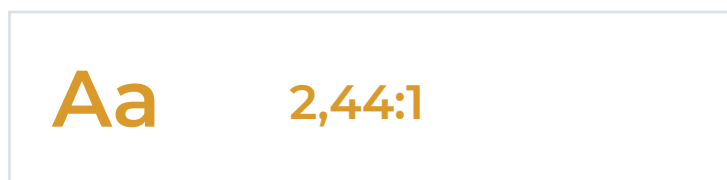
Verde / branco

Texto comum: não atende 4,5:1



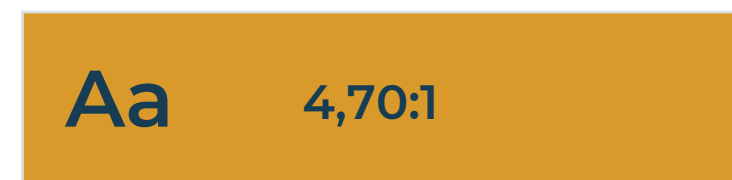
Terracota / branco

Texto comum: não atende 4,5:1



Âmbar / branco

Texto comum: não atende 4,5:1



Azul / âmbar

Texto comum: adequado

Regra para textos

Adotar 4,5:1 para textos comuns e 3:1 para textos grandes, conforme WCAG 2.2. Texto grande corresponde a pelo menos 18 pt regular ou 14 pt em negrito. Logotipos são exceção nesse critério, mas a leitura da marca continua sendo uma exigência de projeto.

Aplicação prática

Preferir azul sobre branco para textos e branco sobre azul para reversos. Âmbar não funciona como texto comum sobre branco; usar azul sobre âmbar. Verde e terracota sobre branco precisam de atenção ao tamanho. Nunca comunicar aprovação, erro ou categoria apenas pela cor.

Tipografia da marca e de apoio

O logotipo é um desenho fixo. Os textos de comunicação usam uma família tipográfica disponível e consistente.

Montserrat

Aa Bb Cc 0123456789

Acolher pessoas. Ampliar oportunidades.

Regular

Medium

SemiBold

Bold

Logotipo e frase de apoio

karoya e INSTITUTO são desenhos fixos convertidos em curvas. Os contornos desta edição foram suavizados a partir do desenho aprovado, preservando o y e as proporções. A frase de apoio usa Montserrat Medium e também está convertida em curvas nas assinaturas do kit.

Família de apoio proposta

Montserrat Regular para texto, Medium para informações de apoio, SemiBold para títulos e Bold para ênfase curta. Evitar muitos pesos na mesma peça. A família é distribuída sob SIL Open Font License; manter a licença no pacote. Arial é a alternativa operacional em ambientes sem Montserrat.

Hierarquia editorial

Organizar a informação por importância, com poucos níveis e espaço suficiente para leitura.

Acolher e criar oportunidades

Projetos que partem da escuta

Uma comunicação clara apresenta o que está sendo realizado, quem participa e como acompanhar as informações. O cuidado com a leitura também faz parte do acolhimento.

Informação complementar com data, fonte e contexto.

Padrão de partida

Em documentos A4: títulos de 24 a 32 pt; subtítulos de 15 a 18 pt; corpo de 10,5 a 12 pt; notas de pelo menos 9 pt. Em interfaces, começar com corpo de 16 px. Esses valores são pontos de partida e devem ser avaliados no contexto real.

Composição

Preferir alinhamento à esquerda, entrelinha de 1,35 a 1,5 no corpo e parágrafos curtos. Usar caixa alta em rótulos breves. Não justificar blocos estreitos, não esticar letras e não aplicar o espaçamento amplo de INSTITUTO ao texto corrente. Destaques devem servir à compreensão.

Fotografia e linguagem visual

Mostrar pessoas com dignidade e protagonismo, em situações reais e contextualizadas.



Pessoas protagonistas

Atividade, autonomia e relações reais.

Diretriz para seleção de fotografia



Contexto e consentimento

Histórias situadas, imagem autorizada.

Diretriz para seleção de fotografia



Cuidado na edição

Cor natural, legenda e informação correta.

Diretriz para seleção de fotografia

Direção de imagem

Priorizar interação, escuta, cooperação, atividades e contextos das comunidades. Buscar luz natural e cor equilibrada. Evitar encenações de sofrimento, estereótipos, filtros dramáticos e composições que apresentem o instituto como salvador de pessoas sem voz.

Cuidado editorial

Confirmar autorização de uso e contexto antes de publicar retratos, com atenção especial a crianças. Não usar imagens geradas ou de banco como evidência de atendimento real. Os mockups desta edição são simulações de aplicação, não registros de equipes, bens ou ações do instituto.

Usos incorretos

As restrições preservam reconhecimento, legibilidade e continuidade entre as aplicações.



Deformar



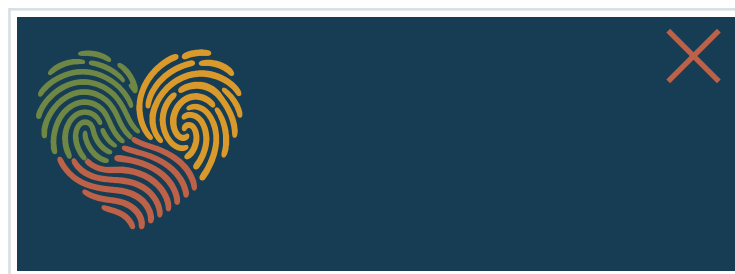
Recolorir a assinatura



Inclinar



Aplicar sombra



Perder contraste



Invadir a área de leitura

Forma e composição

Não deformar, inclinar, reorganizar as palavras, alterar o y, trocar o símbolo ou reduzir o respiro. Não recortar a assinatura nem aproximar elementos para preencher um espaço. Manter as versões auxiliares nos arquivos correspondentes.

Cor e acabamento

Não inverter a posição das cores, aplicar gradientes, efeitos tridimensionais, sombras ou contornos externos. Não reintroduzir a textura de guache descartada. Em processos limitados, escolher a versão de uma tinta, preservando o desenho.

Parcerias e assinaturas conjuntas

A composição deve esclarecer os papéis de cada organização e preservar a identidade de todas.

REALIZAÇÃO



APOIO

Parceiro

Nome ilustrativo, sem vínculo declarado

Equilíbrio óptico e proteção entre as assinaturas. Nunca fundir as marcas.

Organização

Usar legendas como Realização, Correalização e Apoio somente quando correspondam ao vínculo efetivo. Equilibrar área e peso visual, sem impor a mesma altura matemática a marcas muito diferentes. Reservar ao menos 2x entre os limites de duas assinaturas.

Cuidados

Não transformar a marca do parceiro em parte do coração ou do nome. Não aplicar marcas de órgãos, empresas ou apoiadores sem autorização. Projetos podem ter título editorial próprio, acompanhado do Karoya; uma nova identidade de projeto exige avaliação da comunicação.

Papelaria e documentos

A identidade deve organizar informações de contato, conteúdo e responsabilidade sem ornamentação excessiva.



Cartão institucional



Verso com dados confirmados

Estudos de composição; campos devem receber os dados oficiais antes do uso.

Documentos institucionais

Em papel A4, usar a marca horizontal com aproximadamente 55 a 65 mm de largura, respeitando proteção e margem. Manter texto em área clara e dados institucionais no rodapé. Usar somente razão social, contatos e dados confirmados para a peça final.

Cartões e identificação

Cartão de visita pode ter marca na frente e dados no verso. Crachá deve priorizar nome, função e identificação legível. Os modelos são composições de referência, sem contatos fictícios ou informações de atendimento. Fechamento de sangria e corte depende da gráfica.

Comunicação digital

O conteúdo deve ser compreensível rapidamente e conduzir a uma ação clara.



Instituto Karoya

Perfil identificado pelo nome

Redes sociais

Estruturar cada peça com uma mensagem principal, contexto curto e chamada para ação verificável. Em formatos quadrados e verticais, preservar áreas de respiro e testar o recorte na plataforma. Avatar pode usar o símbolo, com o nome Instituto Karoya identificado no perfil.

Acessibilidade e consistência

Incluir texto alternativo em imagens informativas, legendas em vídeos e descrição de informações visuais essenciais. Não publicar texto longo apenas como imagem. Conferir data, local, inscrição e canal de contato antes de divulgar uma ação. Não usar números de impacto sem evidência.

Apresentações e relatórios

A confiança cresce quando a informação é clara, comparável e acompanhada de evidências.



Relatório de atividades

Período e escopo do relatório



Indicador

Definição e unidade

Resultado e período

Valor apurado e data de referência

Evidência

Fonte e responsável pela apuração

Apresentações

Usar capa simples, título claro e uma ideia central por tela. Manter a marca em tamanho consistente, sem repetições decorativas. Em projeção, testar leitura a distância; textos correntes devem começar em torno de 24 pt e títulos em torno de 32 pt.

Prestação de contas

Informar período, atividade, público, recursos e método de apuração. Separar metas de resultados realizados. Para cada indicador, registrar definição, fonte e responsável. Fotografias, depoimentos e números devem ter contexto. Os modelos não representam projetos ou resultados já executados.

Uniformes sinalização e materiais

Aplicações físicas precisam ser testadas no material e no processo em que serão produzidas.



Objetos

Pessoas

Mobilidade

Acessórios

Uniformes e sinalização

Em camiseta branca, usar a versão colorida; em azul, preferir a branca. Dimensionar a marca pela área e pela distância de leitura. Em placas, manter informações de serviço maiores e mais legíveis que os elementos decorativos.

Produção

Bordado, serigrafia, gravação e recorte possuem limites diferentes. Solicitar amostra para confirmar separação das linhas e legibilidade. Os mockups das próximas páginas ilustram a presença da marca em superfícies reais; a produção deve usar os arquivos vetoriais aprovados e medidas específicas de cada fornecedor.

Copo reutilizável

Presença da marca em encontros, reuniões e momentos de acolhimento.



Aplicação colorida sobre base branca. Preservar leitura, área de proteção e resistência da impressão à lavagem.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Caneca institucional

Uma aplicação cotidiana que aproxima o instituto de colaboradores e parceiros.



A curvatura da cerâmica pede prova de posição e de cor. Manter a assinatura completa na face principal.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Squeeze institucional

Identidade aplicada a um objeto útil em atividades e deslocamentos.



A versão vertical favorece a superfície estreita. Conferir tamanho mínimo, curvatura e durabilidade da gravação ou impressão.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Caneta institucional

Uma aplicação discreta para reuniões, formações e materiais de apoio.



O corpo estreito exige prova em escala real. Este estudo usa a marca branca; não simplificar os traços sem uma versão específica aprovada.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Transporte de passageiros

Identificação clara para um veículo de apoio ao deslocamento de pessoas.



Aplicar a marca em painéis opacos, com respiro. Medidas e adesivação dependem do modelo escolhido; preservar vidros, iluminação e identificações obrigatórias.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Transporte de carga

Presença institucional em um utilitário compacto para logística e entregas.



Estudo de veículo da categoria Fiorino. Dimensionar a assinatura para a lateral disponível e manter a leitura mesmo com portas e recortes da carroceria.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Camisetas em uso

A marca ganha presença por meio das pessoas que a representam.



Versão colorida em camiseta branca e negativa em camiseta azul. Avaliar conforto, tecido, técnica de aplicação e legibilidade nas dobras.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Boné institucional

Uma extensão prática da identidade para atividades externas.



A curvatura do painel frontal exige prova. Transfer, estampa e bordado têm limites diferentes; o desenho detalhado não deve ser reduzido sem validação.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Fachada institucional

A identidade atual recebe quem chega: coração, nome e frase de apoio em uma composição de presença.



Estudo visual de fachada com a identidade atual e a frase Resgatar para transbordar. Para execução, usar os vetores do kit e conferir medidas, materiais, contraste e leitura à distância.

Simulação visual de aplicação • imagem gerada por IA

Voz e textos institucionais

Uma voz acolhedora, clara e responsável, que transforma valores em informação útil.

Acolhedora

Escutar antes de falar.
Tratar pessoas pelo nome.
Respeitar histórias e escolhas.

Clara

Explicar a ação.
Informar o próximo passo.
Usar palavras familiares.

Responsável

Distinguir plano e resultado.
Dar contexto aos dados.
Prestar contas com precisão.

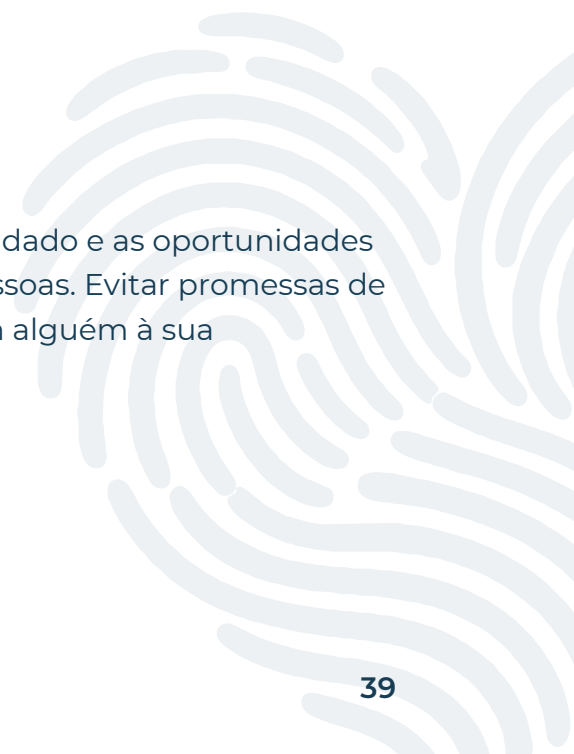
Resgatar para transbordar

Frase de apoio oficial

Resgatar para transbordar. Preservar essas palavras e essa ordem. A frase acompanha a marca em capas, apresentações e sinalização; pode aparecer como mensagem editorial, sem ser incorporada improvisadamente ao logotipo.

Tom de comunicação

Acolhedor, claro e responsável. Apresentar o cuidado e as oportunidades com respeito às histórias e à autonomia das pessoas. Evitar promessas de resultados garantidos e narrativas que reduzam alguém à sua vulnerabilidade.



Arquivos e entrega técnica

Escolher o formato adequado evita redesenho, perda de qualidade e desvio de cor.

SVG

Mestre vetorial

Escala e edição de contornos

Usar os arquivos do kit vigente

PDF

Intercâmbio vetorial

Visualização e fornecedores

Usar os arquivos do kit vigente

PNG

Aplicação digital

Transparência e tamanho definido

Usar os arquivos do kit vigente

Formatos e nitidez

SVG e PDF guardam curvas vetoriais: preferir esses arquivos em ampliação, impressão e sinalização. PNG transparente de 4.000 px atende aplicações digitais. Usar o tamanho apropriado, sem ampliar capturas de tela ou extrair logotipos de mockups.

O que foi corrigido

Os vetores anteriores conservavam pequenos degraus do traçado de uma imagem. A revisão suaviza esses contornos, sem trocar o desenho aprovado. Os mockups continuam sendo imagens raster ilustrativas; para fabricar, usar o vetor e conferir a prova do fornecedor.

Governança e controle de qualidade

Uma única referência de arquivos, com responsabilidade clara por aprovar e atualizar aplicações.



Registro de aprovação • Responsável • Data • Canal • Versão do arquivo

Responsáveis propostos

A diretoria valida princípios e mudanças estruturais. Um responsável pela comunicação mantém os arquivos, verifica peças e orienta fornecedores. Equipes e parceiros recebem somente a versão vigente. Alterações de símbolo, cor, tipografia ou arquitetura devem gerar nova versão registrada.

Verificação antes da publicação

Conferir arquivo correto, proporção, proteção, contraste, texto, dados, autorização de imagens e contexto de resultados. Para impressão, conferir prova e processo. Para o digital, testar recorte e leitura em tela. Guardar a peça aprovada e registrar responsável, data, canal e versão da marca.

Implantação e deliberação

A apresentação aos fundadores deve concluir com decisões registradas e responsáveis definidos.



Adotar

Registrar decisões dos fundadores



Organizar

Centralizar arquivos e responsáveis



Aplicar

Adaptar canais e documentos



Validar

Provar materiais e atualizar padrões

A implantação avança com decisões documentadas e versões rastreáveis.

Decisões desta edição

Ratificar a assinatura consolidada e a paleta; adotar ou ajustar a redação de missão e visão; confirmar Montserrat como apoio; validar as versões auxiliares e a linguagem; nomear o responsável pela marca. Essas decisões não pressupõem aprovação já realizada pela assembleia ou diretoria.

Sequência de implantação

Centralizar o kit v3, substituir os arquivos anteriores e comunicar a frase aprovada. Adaptar documentos, perfis e apresentações. Antes da produção física, conferir dimensões, materiais e prova no processo escolhido. Manter o histórico de versões.

Referências e escopo da edição

Fontes institucionais e técnicas que sustentam o conteúdo e os critérios deste manual.

Fontes institucionais

Constituição e estatuto • Planejamento da associação • Decisões de marca

Tipografia

github.com/JulietaUla/Montserrat

Contraste

w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/contrast-minimum

Pacote de identidade

Manual PDF • Conteúdo editável • Marcas • Paleta • Fontes e licença

Base institucional

Documento Instituto Karoya versão final, páginas 2–3 e 9–10: denominação, intenção fundadora, finalidade e não discriminação. Associação de 20 de outubro de 2026, páginas 1–5: propósito, visão, valores e modelo de atuação. Decisões desta conversa: nome, símbolo, cores, tipografia visual, y original e proporções.

Referências técnicas

Montserrat: repositório oficial de Julieta Ulanovsky e licença SIL OFL incluída no kit. W3C: WCAG 2.2, compreensão do critério 1.4.3 para contraste. A referência bíblica foi indicada pelo fundador. A edição é destinada à apresentação e adoção do sistema; não documenta validação industrial de todas as aplicações.