

MANUAL DE
NORMAS GRÁFICAS

Identidade Visual, Tom de Comunicação e Utilizações Práticas

UMA BOA QUESTÃO

Manual de normas gráficas Cooperativa Uma Boa Questão

Versão 2.0 Outubro de 2026

TUDO É QUESTIONÁVEL
NADA É VINCULATIVO
NINGUÉM TEM EXCLUSIVIDADE

Os três princípios que orientam a cooperativa e que este manual assume como método.

COMO USAR ESTE MANUAL

"Tudo é questionável, nada é vinculativo, ninguém tem exclusividade." Uma identidade com este lema precisa, ainda assim, de algumas regras claras. Por isso este manual organiza-se em três níveis, e cada regra, orientação ou liberdade estão devidamente marcadas.

REGRA

NÃO SE ALTERA SOZINHO

Identidade institucional: logo margens e tamanhos mínimos, neutros e contraste mínimo, dados legais. São regras definidas e alterar exige um processo de decisão (ver página 35).

ORIENTAÇÃO

FAZ-SE ASSIM

Faz-se assim, salvo boa razão. Tipografia, grelhas, hierarquias, uso do acento, tom de voz. Podes desviar-te se explicares porquê, e, se o desvio ajudar os outros, propõe-no.

LIBERDADE

CRIA À VONTADE

Cria à vontade dentro de limites. Projetos, eventos e campanhas: variantes cromáticas, versões especiais do logo, padrões, fotografia. Só ficam limites de legibilidade e acessibilidade.

COMO LER

Parte 1 · O nosso MUNDO, quem somos e como falamos. Parte 2 · Este MUNDO, o sistema visual e regras gráficas. Parte 3 · Deste MUNDO, a aplicação a website, documentos, redes e produtos físicos.

ÍNDICE

Como usar este manual 4
Índice 5

O NOSSO MUNDO 6

Quem somos 7
Cooperativa multissetorial 8
Missão e valores 9
As dez questões 10
Voz e tom 11

ESTE MUNDO 12

Logo - versões 13
Margens e tamanhos mínimos 14
Logo em positivo e negativo 15
Versões especiais e usos indevidos 16
Cor - princípios 17
Neutros e RGB: base e escalas 18
Tipografia 19
Hierarquia tipográfica 20
Tokens claro e escuro 21
Elementos gráficos 22
Ícones 23

DESTE MUNDO 24

Website 25
Relatórios 26
Atas 27
Papel timbrado e outros 28
Estacionários 29
Rodapé de e-mail 30
Redes sociais - formatos 31
Redes sociais - regras 32
Branded merchandise - regras 33
Branded merchandise - exemplos 34
Verificações e propostas de alteração 35



O NOSSO MUNDO

Quem somos, o que defendemos e como falamos.

PARTE 01

O NOSSO MUNDO

QUEM SOMOS

A Cooperativa Uma Boa Questão, CRL (UBQ) existe para promover a transformação social e cultural através de redes colaborativas que ligam pessoas, ideias e comunidades. Nasceu de um encontro improvável entre o movimento Hip-Hop e a economia solidária, e da convicção de que a cultura, a arte e a educação podem e devem ser agentes transformadores nas comunidades.

Hoje é uma cooperativa multissetorial e multiterritorial, reconhecida em Diário da República, com cerca de 25 membros a atuar no Sabugal, Lourinhã, Arruda dos Vinhos, Caparica e Porto.

> **"AQUI NÃO ENCONTRARÁS CERTEZAS ABSOLUTAS, MAS SIM BOAS QUESTÕES."**
>
> Caderno de Boas-Vindas

2019-2020 · A IDEIA

Nasce do encontro entre Hip-Hop e economia solidária, com jovens ativistas culturais de várias regiões.

2024 · FORMALIZAÇÃO

Três membros levam o projeto avante e juntam-se cinco fundadores: nasce a Cooperativa Uma Boa Questão, CRL.

2025 · PARCERIA UNINORTE

Parceria estratégica com a Uninorte, Cooperativa Polivalente: aliada fundamental na missão.

HOJE · MULTITERRITORIAL

Cerca de 25 membros, formados, ativos e felizes com a sua atividade na cooperativa.

COOPERATIVA MULTISSETORIAL

PORQUE OS PROBLEMAS REAIS NÃO VÊM SEPARADOS. E AS SOLUÇÕES TAMBÉM NÃO DEVIAM VIR.

Ser multissetorial é juntar pessoas, ideias e áreas diferentes para criar soluções mais completas e reais. Dá mais trabalho, mas cria ligações e possibilidades que estruturas tradicionais dificilmente alcançam.



UMA ESTRUTURA SEM CHEFES

PROPRIETÁRIO. TRABALHADOR. DECISOR.

Cada membro é, ao mesmo tempo, proprietário, trabalhador e decisor. Não há patrões nem empregados: todos têm voz nas decisões e responsabilidade no sucesso do coletivo.

O QUE ISTO MUDA NO DESIGN

A marca fala em "nós", mostra pessoas e processos (não só produto), e deixa espaço a cada projeto para criar a sua variante.

MISSÃO E VALORES

MISSÃO

Estabelecer uma rede colaborativa que simplifica a vida a quem produz, a quem transforma, a quem consome e a quem disponibiliza produtos ou serviços culturais, artesanais, locais e educacionais que se enquadram nos nossos valores.

CONCEBER QUE PODE SER DIVERTIDO EDUCAR E SER EDUCADO.

Criar espaço para questionar e ser questionado.

Cumplicidade

HONESTIDADE

Integridade

Pertença

LIBERDADE

Ânimo

SUSTENTABILIDADE

Tolerância

Polivalência

Responsabilidade Individual

AS DEZ QUESTÕES

Os dez temas do Caderno de Boas-Vindas, cada um ligado a um Objetivo de Desenvolvimento Sustentável. São o esqueleto dos nossos conteúdos: um texto, um relatório ou um post deve poder ligar-se a uma delas e usar o ícone da etiqueta ODS correspondente.

I COOPERAR

O que significa cooperar na UBQ?

ODS 17

II QUESTIONAR

Qual é o poder transformador de uma boa questão?

ODS 4

III ECONOMIA

Como construímos uma economia cooperativa justa e sustentável?

ODS 8

IV TECNOLOGIA

Como usamos a tecnologia para democratizar o poder?

ODS 9

V REDES

Como construímos redes de cooperação que combatem desigualdades?

ODS 10

VI HIP-HOP

Como a cultura Hip-Hop nos ensina a construir comunidades resilientes?

ODS 11

VII MULTISSETORIAL

Porque somos uma cooperativa multissetorial?

ODS 12

VIII REGENERAR

O que significa pensar e agir de forma regenerativa?

ODS 15

IX GOVERNANÇA

Como praticamos governança transparente e participativa?

ODS 16

X ALIMENTO LOCAL

Como nos tornamos vizinhos do alimento e da produção local?

ODS 2

VOZ E TOM

1 PERGUNTAR ANTES DE AFIRMAR

Abrimos com uma questão antes de fechar com um slogan.

2 NÓS, NÃO ELES

Falamos no plural. Os membros são cocriadores, não público.

3 CLARO E CONCRETO

Frases curtas, exemplos reais e uma ação concreta no fim.

4 TECNOLOGIA EXPLICADA

Blockchain, DAO ou Web3 aparecem sempre com uma frase simples.

5 DIVERSÃO COM SERIEDADE

Humor na rua, rigor nas contas e nas decisões.

COMO ESCREVEMOS O NOSSO NOME

Em texto corrido	**Uma Boa Questão**	abreviatura UBQ a partir da 2.ª menção
Formal / legal	**Cooperativa Uma Boa Questão, CRL**	contratos, atas, faturas
Domínio e handles	**umaboaquestao**	minúsculas, sem acentos
No logo	**UMA BOAOꓯTSƎUϽ**	só dentro do artwork do logo
Evitar	**Umaboaquestao**	grafias a evitar

EM VEZ DE

"A UBQ oferece soluções inovadoras de governança descentralizada para entidades."

EXPERIMENTA

"E se as decisões da tua cooperativa fossem tão fáceis de consultar como um grupo de chat? Na BrightGov, propostas e votos ficam registados, e à vista de todos."



ESTE MUNDO

O sistema visual: logo, cor, tipografia e elementos.

PARTE 02

LOGO - VERSÕES



ICONOGRÁFICA

REGRA

Para espaços reduzidos, quando o nome da marca já aparece noutro elemento (texto, outro slide, outra parte do vídeo).

UMA BOA QUESTÃO

TIPOGRÁFICA

REGRA

Para espaços horizontais, quando outros elementos da marca estão presentes ou a relação com a marca já está estabelecida.



UMA BOA QUESTÃO

INSTITUCIONAL

REGRA

Versão por defeito: ícone sobre o nome. Documentos, primeira apresentação, qualquer contexto sem outro contexto de marca.



UMA BOA QUESTÃO

HORIZONTAL

REGRA

Ícone à esquerda, nome à direita. Para cabeçalhos de website, e-mail e papel timbrado, onde a altura é pequena.

COMO ESCOLHER

Nome já visível: iconográfica
Marca já conhecida e espaço largo: tipográfica
Em caso de dúvida: institucional
Altura útil < 25 mm: horizontal

MARGENS E TAMANHOS MÍNIMOS



x = altura da letra "O" do nome

TAMANHOS MÍNIMOS

Versão	Impressão	Ecrã
Institucional	30 mm	88 × 135 px
Horizontal	40 mm	120 px de largura
Iconográfica	15 mm	30 × 46 px
Ícone sem texturas (favicon)	—	16 × 24,5 px
Tipográfica	55 mm	160 px de largura

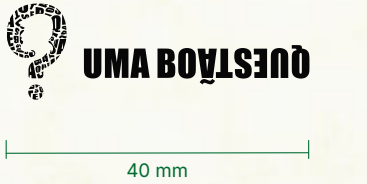
- A margem é um mínimo: mais espaço vazio destaca melhor a marca.

  Não há limites máximos de tamanho.
- Favicon e ícones pequenos usam só o ícone, sem o nome.

TAMANHO REAL EM IMPRESSÃO









LOGO EM POSITIVO E NEGATIVO

No institucional o logo é sempre preto ou branco. A cor é reservada a projetos e eventos. Escolhe o fundo; a versão do logo segue o contraste (rácio WCAG indicado em cada fundo).

PAPEL
19,1 : 1



UMA BOA QUESTÃO

TINTA
19,1 : 1



UMA BOA QUESTÃO

AZUL 500
7,1 : 1



UMA BOA QUESTÃO

VERDE 700
6,9 : 1



UMA BOA QUESTÃO

VERMELHO 600
6,1 : 1



UMA BOA QUESTÃO

FOTOGRAFIA
DUOTONE



UMA BOA QUESTÃO

VERSÕES ESPECIAIS E USOS INDEVIDOS

VERSÕES ESPECIAIS

LIBERDADE





- O logo funciona como máscara: preenche-o com as cores, padrões ou ícones do projeto.
- Usa o esquema cromático do evento ou projeto.
- São versões publicitárias, nunca em situações institucionais.
- Mantém o perfil da cabeça legível e a regra de contraste.

USOS INDEVIDOS

REGRA



Não esticar nem alterar proporções



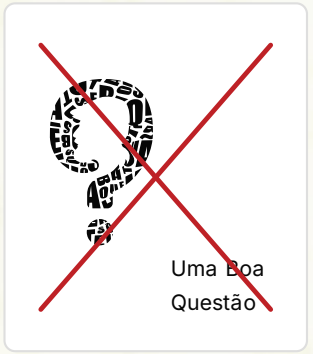
Não rodar



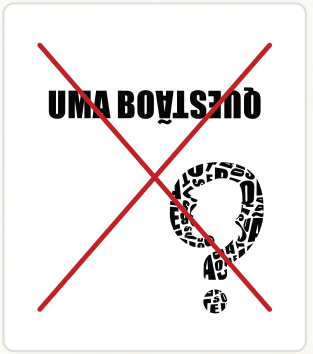
Não usar sem contraste



Não aplicar sombras nem efeitos



Não trocar a tipografia



Não reposicionar elementos

COR - PRINCÍPIOS

O TUDO E O NADA

As cores principais da marca não são, na realidade, cores: são a luz e a sua ausência. Preto e branco, a soma de todas as cores e a sua não existência. Como os nossos valores: bem definidos e sem falhas na integridade.

1 NEUTROS

Preto, branco e uma escala de cinzentos. São 90 % de qualquer peça.

2 TONS BASE

Versões usáveis do vermelho, verde e azul (escalas de 9 passos) para interface, gráficos e destaques.

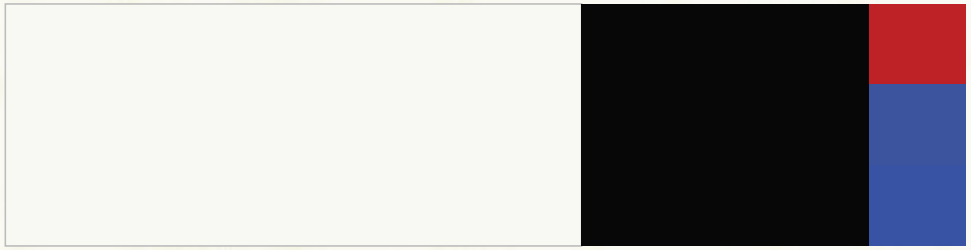
3 SINAL RGB

Vermelho, verde e azul puros (#FF0000, #00FF00, #0000FF): a ligação ao digital. O vermelho e o verde só como efeito, sobre preto. O azul #0000FF é também a cor de ação (botões, ligações e títulos de secção).

MODO ESCURO



MODO CLARO



Regra 60-30-10 nos dois modos. Os 10 % são um tom base. Em projetos e eventos (liberdade) a cor pode ultrapassar os 10 %.

NEUTROS E RGB: BASE E ESCALAS

NEUTROS

N0	N50 Papel	N100	N200	N300	N400	N500	N600	N700	N800	N900	N950 Tinta	N1000
#FFFFFF	#F9F9F4	#EFEFE9	#DEDEDE	#BCBCBC	#999999	#6B6B6B	#4A4A4A	#282828	#1F1F1F	#0F0F0F	#070707	#000000

VERMELHO

Sinal #FF0000 **Base** #ED2930

100	200	300	400	500	600	700	800	900
#FDE5E6	#FAC3C5	#F69498	#F25E64 ESCURO	#ED2930	#BE2126 CLARO	#93191E	#681215	#3E0B0C

VERDE

Sinal #00FF00 **Base** #00A94F

100	200	300	400	500	600	700	800	900
#E0F5EA	#B8E7CE	#80D4A7	#40BE7B	#00A94F ESCURO	#00873F	#006931 CLARO	#004A23	#002C15

AZUL

Sinal #0000FF **Base** #3953A4

100	200	300	400	500	600	700	800	900
#E7EAF4	#C8CFE6	#9CA9D2 ESCURO	#6A7EBB	#3953A4 CLARO	#2E4283	#233366	#192548	#0F162B

CLARO e ESCURO assinalam o passo mais próximo da cor base que cumpre o contraste mínimo (4,5 : 1) como texto -ou como fundo com texto branco / preto -no modo claro sobre Papel e no modo escuro sobre Tinta. Os restantes passos servem para fundos, contornos e gráficos. O Sinal do vermelho e do verde (RGB puro) fica só para efeitos, sobre preto; o azul puro #0000FF é a cor de ação e o #8F9BFF a sua versão para texto e ligações no modo escuro.”

TIPOGRAFIA

TÍTULOS

ORIENTAÇÃO

TUDO É QUESTIONÁVEL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ÃÕÇÉ 0123456789 ?!

Impact nos títulos: é a tipografia original do logo e existe na maioria dos sistemas, por isso é a escolha no website, em Word, Docs e e-mail. Em PDF e redes, onde a Impact não pode ser incorporada com licença livre, usa-se a Anton (licença aberta), com o mesmo carácter. Maiúsculas nos títulos de secção e de destaque; maiúsculas e minúsculas permitidas em títulos curtos de cartão. Nunca em corpo de texto.

TEXTO

ORIENTAÇÃO

Aa Arial

Regular *Medium* **Semibold** ***Bold*** **Italic**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ãõçéêá 0123456789 .,;:!?«»""@#%&

Arial é o tipo de texto por defeito (website, Word, Docs, e-mail): está em todos os sistemas e não exige carregar fontes. Inter usa-se em PDF e redes sociais, onde pode ser incorporada: foi desenhada para ecrã, com acentos portugueses completos. Hierarquia com pesos 400–700 e itálico, sem "light".

ONDE USAR

Contexto	Títulos	Texto
Website	IMPACT	Arial
Redes sociais	Anton	Inter
Relatórios em PDF	Anton	Inter
Word · Docs · Slides	IMPACT	Arial
E-mail	Arial Bold	Arial

PILHAS CSS

```
--font-display: Impact, Haettenschweiler,
  "Anton", "Arial Narrow", sans-serif;
--font-text: Arial, "Liberation Sans",
  Helvetica, sans-serif;
```

HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

NÍVEL · AMOSTRA	FONTE	WEB (PX)	DOC. (PT)	REDES (PX)
TUDO É QUESTIONÁVEL	Impact/Anton - maiúsculas	64 / 68	40 / 44	96–140
NADA É VINCULATIVO	Impact/Anton - maiúsculas	44 / 48	28 / 32	72
NINGUÉM TEM EXCLUSIVIDADE	Impact/Anton	32 / 36	20 / 24	48
Uma boa questão abre caminhos	Arial Bold/Inter 600	22 / 30	13 / 18	36
Cooperar é criar, partilhar e transformar em conjunto.	Arial 400/Inter 400	16–18 / 28	10,5 / 15	32 / 44
Legenda de imagem · Hip Hop Day Lourinhã	Arial/ Inter 500	13 / 18	8,5 / 12	24
AÇÃO CONCRETA	Arial/700/Inter 700 - maiúsc.	11 / 16	7,5 / 10	22

- Medida de leitura: 60–75 caracteres por linha.
- Alinhamento à esquerda; nunca justificado.
- Mínimos: 16 px no ecrã, 10 pt em documentos.
- Anton só em maiúsculas; um nível de título por bloco.
- Pesos de Inter para hierarquia -evita misturar três tamanhos seguidos.
- Redes: valores para telas de 1080 px de largura.

TOKENS CLARO E ESCURO

Token	Claro	Escuro	Contraste *
--ubq-bg	#F9F9F4	#070707	
--ubq-surface	#FFFFFF	#1F1F1F	
--ubq-surface-2	#EFEFE9	#282828	
--ubq-border	#BCBCBC	#4A4A4A	
--ubq-field-border	#6B6B6B	#6B6B6B	5,0 · 3,8
--ubq-text	#070707	#F9F9F4	19,1 · 19,1
--ubq-text-muted	#4A4A4A	#BCBCBC	8,4 · 10,6
--ubq-accent	#0000FF	#8F9BFF	6,7 · 5,1
--ubq-on-accent	#FFFFFF	#070707	7,1 · 5,1
--ubq-link	#0000FF	#8F9BFF	6,7 · 8,7
--ubq-ok	#006931	#40BE7B	6,5 · 8,5
--ubq-danger	#BE2126	#F25E64	5,8 · 6,3

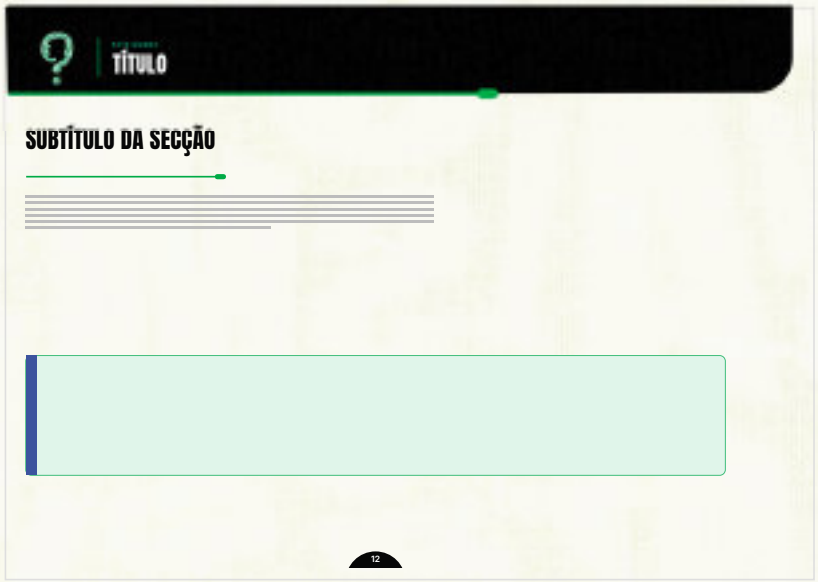
* texto sobre o fundo do modo (on-accent: sobre o acento). Mínimo exigido: 4,5 : 1 (WCAG AA) para texto normal.

Modo escuro automático (prefers-color-scheme) com opção manual.
Sem sombras: a profundidade vem de superfícies e contornos.





ELEMENTOS GRÁFICOS



Cabeçalho e etiqueta de página

Faixa Tinta com fim arredondado, ícone, sobretítulo, título e linha-ponto na cor da parte. Semicírculo numerado no fundo.

SEPARADORES

LIBERDADE



Linha-ponto

Tira de texto

Pincelada

Pontilhado

PARTE 02

ESTE MUNDO

Título de secção

Linha-ponto e título de secção separam blocos (o ponto é o "O" do logotipo). Tira de texto: rodapés e fechos de página. Pincelada: suporte de texto sobre foto. Pontilhado: índices e tabelas.

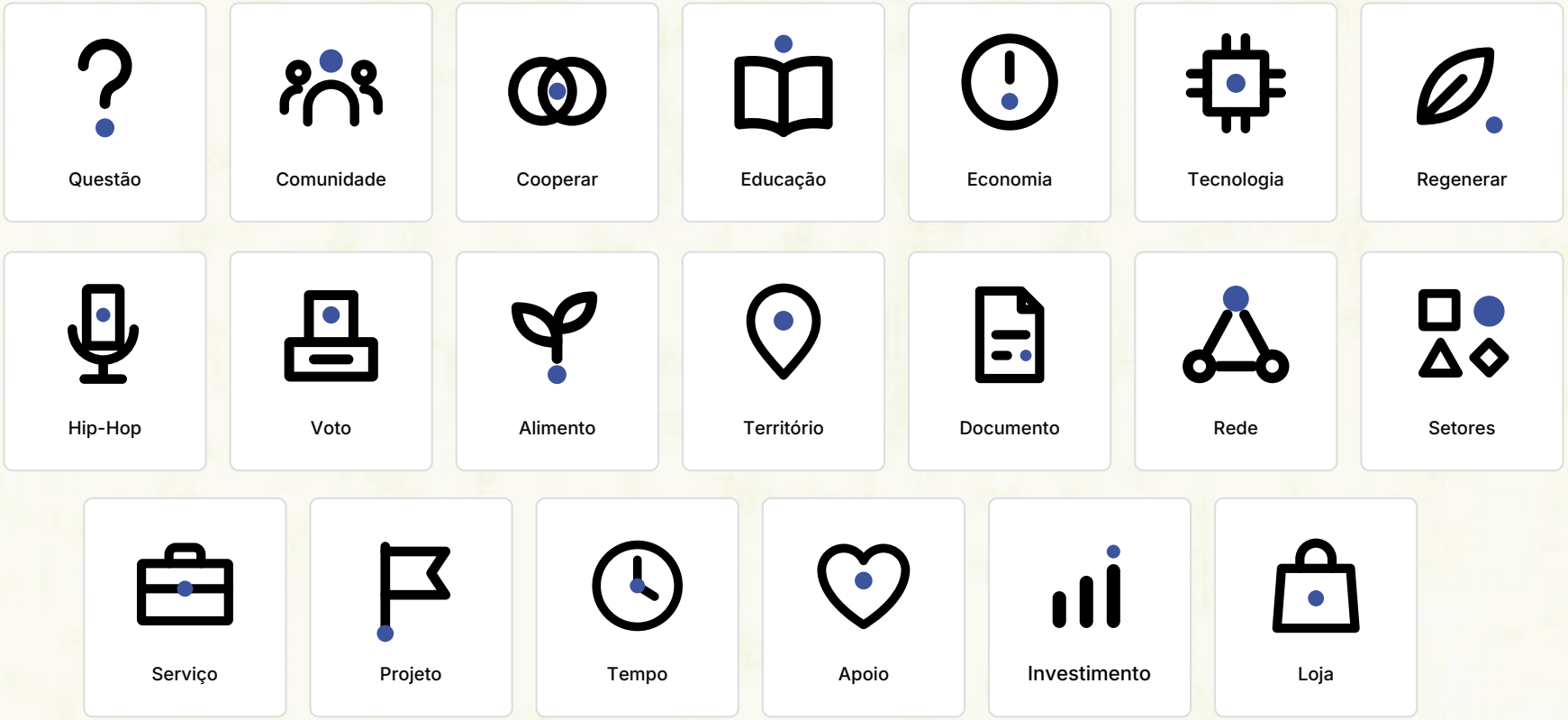
FUNDO DE LETRAS

ORIENTAÇÃO

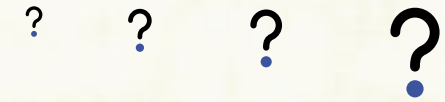


Textura da identidade: letras gigantes inclinadas, quase invisíveis. Nunca atrás de texto corrido sem película; contraste máximo de 9 % na área de texto.

ÍCONES



TAMANHOS



COR



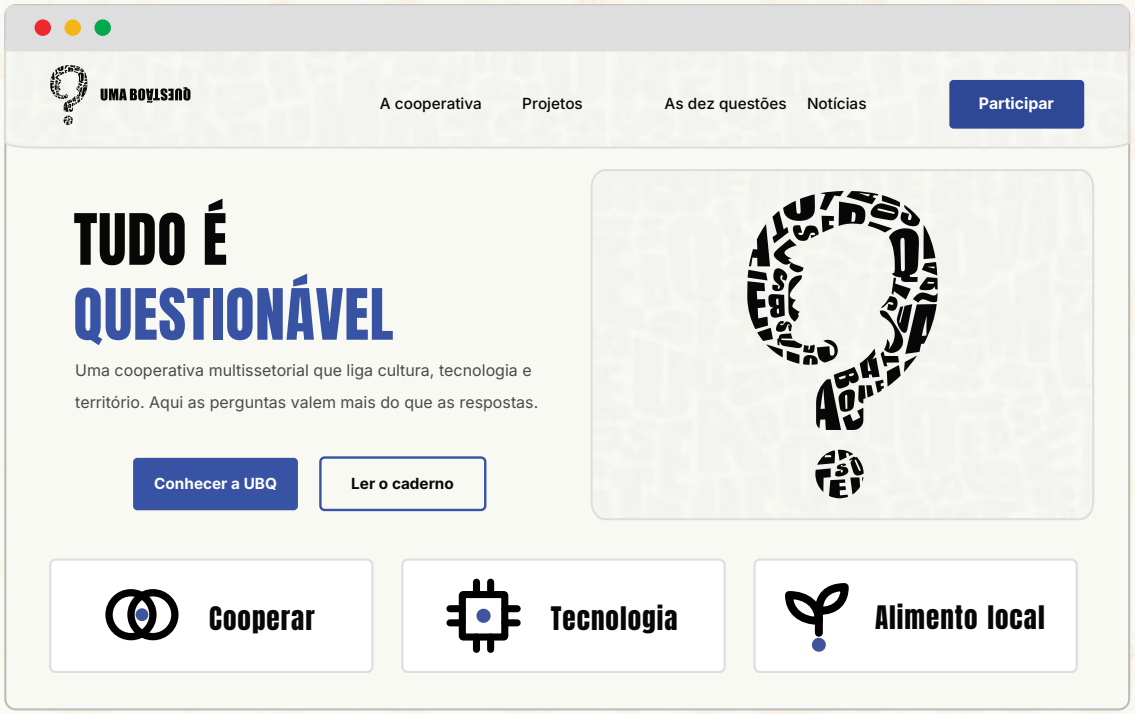
ORIENTAÇÃO Conjunto inicial de 20: novos ícones seguem a mesma grelha e o mesmo estilo.



DESTE MUNDO

A aplicação: website, documentos oficiais e redes sociais.

PARTE 03



Modo claro · desktop



Modo escuro · mobile

ESTRUTURA

ORIENTAÇÃO

- Grelha de 12 colunas, largura máxima 1200 px, margens 24 px (16 px em mobile).
- Pontos de rutura: 360 · 768 · 1024 · 1280 px.
- Cabeçalho com o logo tipográfico, pesquisa, botão de modo claro/escuro e um só botão de ação.

ESTILO

ORIENTAÇÃO

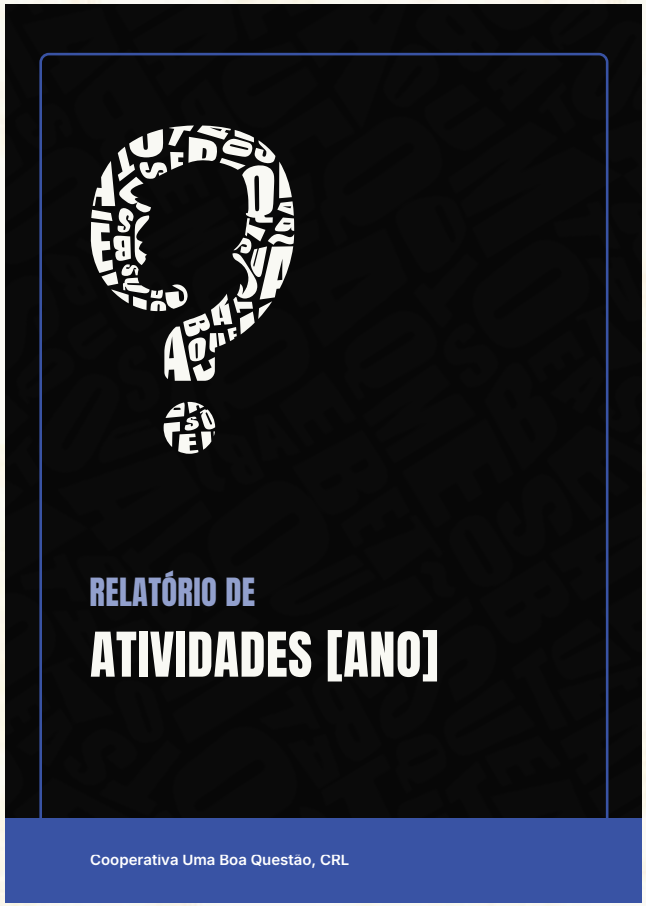
- Fundo Papel ou Tinta; um só acento por página.
- Impact nos títulos e Arial no texto (fontes do sistema); Anton onde a Impact não existe.
- Fotografia em duotone; botões e campos em pílula, cartões cantos de 8 px e contorno de 1 px.

ACESSIBILIDADE E TÉCNICA

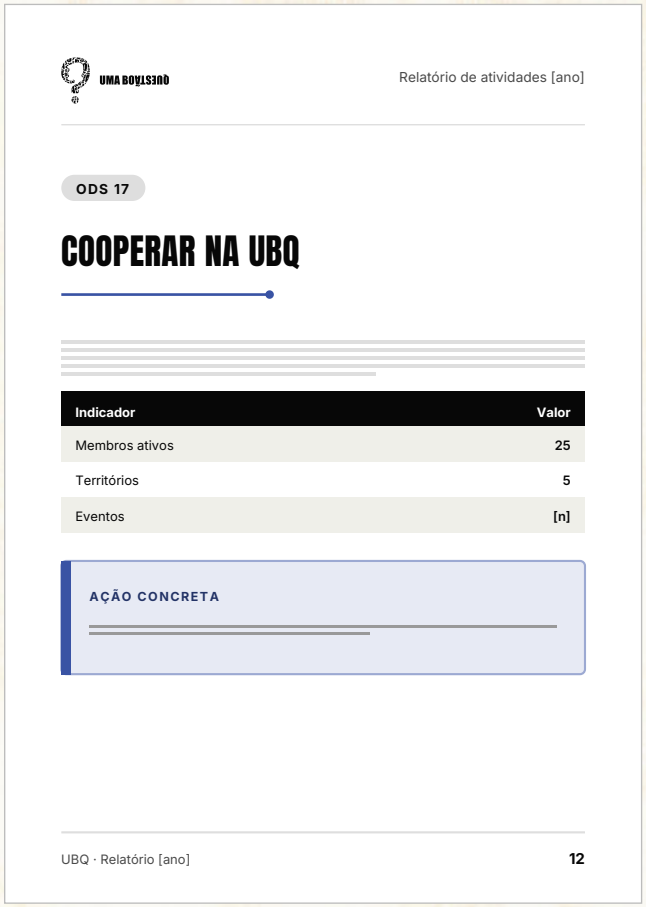
REGRA

- Contraste mínimo 4,5 : 1 (tokens da página 21); foco visível de 2 px em azul.
- Texto alternativo em todas as imagens; lang="pt-PT".
- Favicon: ícone sem texturas, 32 e 180 px; dados de contacto no rodapé.

RELATÓRIOS



Capa



Página interior

ESTRUTURA

ORIENTAÇÃO

- Capa · mensagem da direção · índice.
- Uma secção por questão do Caderno, com etiqueta ODS e indicadores.
- Contas · anexos.

FORMATO

ORIENTAÇÃO

- A4 vertical; margens 20 mm (interior 24 mm).
- Corpo Inter 10,5 / 15 pt; títulos Anton 20–28 pt.
- Neutros + um acento por relatório; gráficos até 3 tons base.
- Tabelas: cabeçalho Tinta, linhas alternadas N100.
- Referência: UBQ-REL-AAAA-NN. Exportar PDF/A.

UMA BOA QUESTÃO

ATA N.º 2026/07

Assembleia Geral Ordinária

DATA	[dd/mm/aaaa]
HORA	[hh:mm]
LOCAL	[presencial / online]
PRESENÇAS	[n] de [n] membros · quórum: [sim/não]

ORDEM DE TRABALHOS

1. _____
2. _____
3. _____

DELIBERAÇÕES

Ponto 1

_____

Votos: a favor [n] · contra [n] · abstenções [n]

Ponto 2

_____

Votos: a favor [n] · contra [n] · abstenções [n]

Presidente da mesa _____ Secretário da mesa _____

Cooperativa Uma Boa Questão, CRL · NIPC 518 240 282

DETALHE · QUADRO DE DELIBERAÇÃO

Ponto	A favor	Contra	Abst.
1. Contas	18	0	2
2. Plano	20	0	0
3. Admissão	17	1	2

Exemplo fictício. Números ilustrativos.

Registo BrightGov: [ligação ou código da votação]

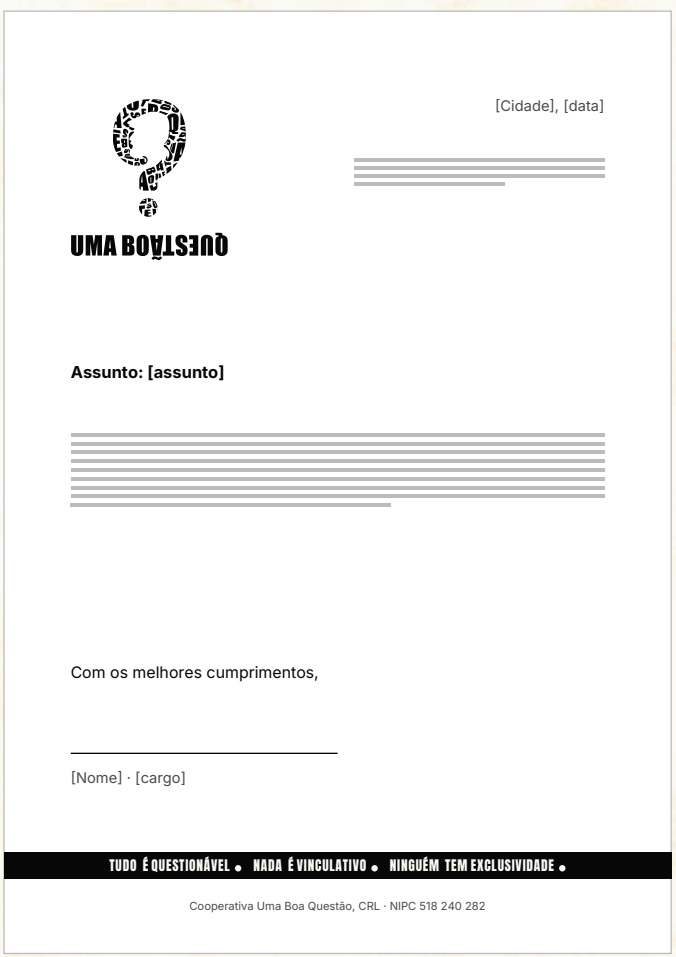
REGRAS

REGRA

- Só preto e branco: legível e imprimível a preto e branco.
- Numeração: Ata n.º AAAA/NN.
- Tipo da reunião no subtítulo (AG, direção, projeto).
- Presenças, quórum e votos sempre registados.
- Ligação ao registo digital quando houver (BrightGov).
- Arial 11 pt em Word / Docs; Inter 10,5 pt em PDF.

Estrutura a validar com os estatutos e o Código Cooperativo antes de uso oficial.

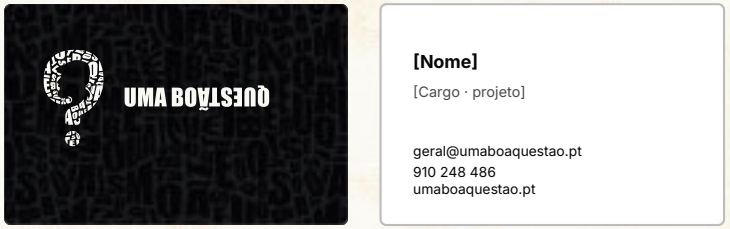
PAPEL TIMBRADO E OUTROS



Carta · A4



Envelope DL



Cartão de visita · 85 × 55 mm (frente e verso)

RODAPÉ LEGAL (OFICIAL)

Cooperativa Uma Boa Questão, CRL · NIPC 518 240 282
Rua Dr. José Ribeiro Toscano Pessoa, 14 – 1.º dto, 2825-089 Monte de Caparica
geral@umaboaquestao.pt · 910 248 486

REGRAS

REGRA

- Logo institucional vertical (ou horizontal) em preto sobre papel branco ou Papel.
- Margens de 25 mm; corpo 10,5 pt.
- Tira de texto no rodapé, por cima do rodapé legal.
- Rodapé legal em todos os documentos oficiais.
- Impressão a uma cor (N1000) é sempre válida.
- Cartão: frente Tinta, verso Papel; contactos só no verso.

ESTACIONÁRIOS



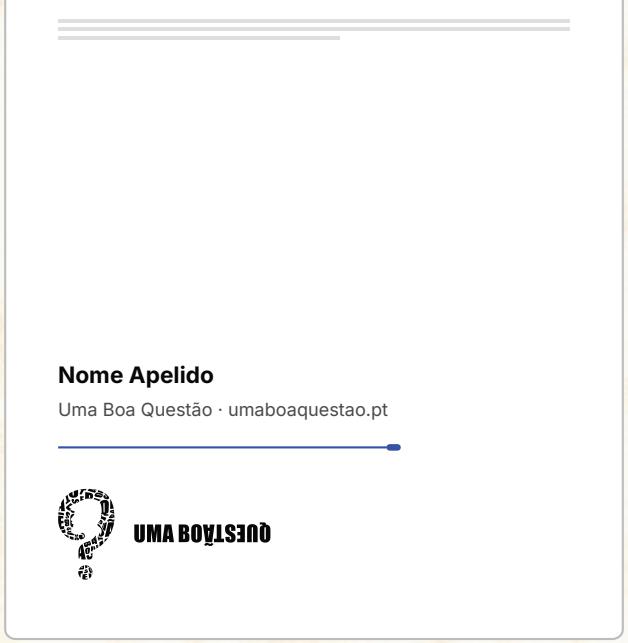
RODAPÉ DE E-MAIL

ORIENTAÇÃO



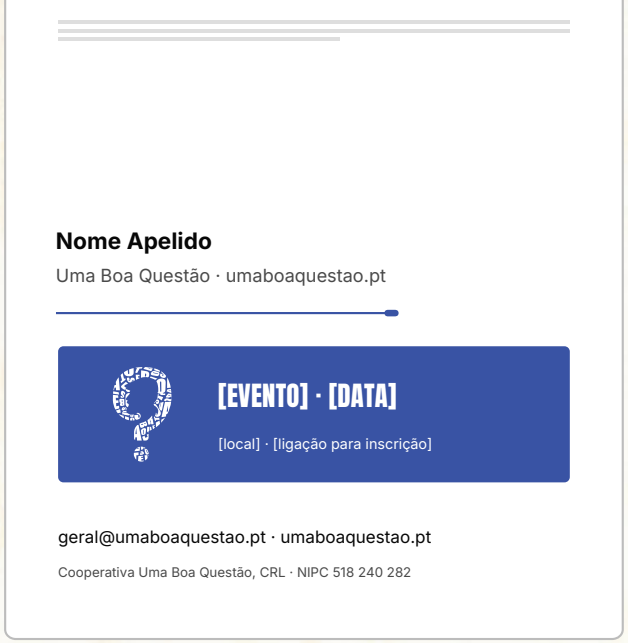
A · Completo (primeira mensagem)

- Largura 600 px, estrutura em tabela HTML.
- Arial 13 / 18 px - sem fontes web (não carregam em muitos clientes).
- Texto #070707 sobre #FFFFFF; ligações em #3953A4 sublinhadas.



B · Curto (respostas)

- Logo em PNG @2× com altura de 48 px e fundo próprio, para sobreviver ao modo escuro.
- Alojar a imagem (não enviar como anexo); texto alternativo "Uma Boa Questão".
- Máximo de uma versão de evento por mês.



C · Evento ou campanha

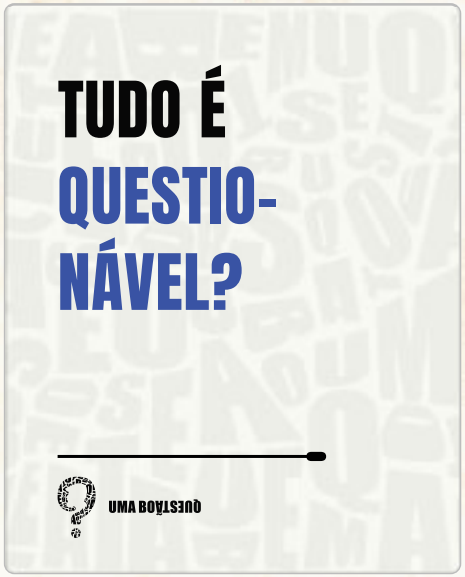
- Mensagem curta, ação clara no primeiro parágrafo (tom e voz: página 11).
- Assinatura A só na primeira mensagem; B nas respostas.
- Aviso de confidencialidade: a definir com a direção.

REDES SOCIAIS - FORMATOS



Post com fotografia

1080 × 1350 px (4:5)



Post tipográfico

1080 × 1350 px (4:5)



Story / Reel

1080 × 1920 px (9:16) · zonas seguras de 14 % no topo e na base

REGRAS

REGRA

- Pincelada preta + texto branco sobre fotografia; texto Tinta sobre fundo claro.
- Um só acento por peça (a cor do projeto) e logo sempre presente.
- Margem de segurança do logo (x) respeitada em todos os formatos.
- Texto principal: Anton, mínimo de 24 px a 1080 px de largura.



Capa de página (proporção ~4:1)

Medidas exatas variam por rede: confirmar antes de exportar. Logo e texto no terço central.

REDES SOCIAIS - REGRAS

AVATAR



Ícone sem texturas, centrado, num círculo com margem x.

FOTOGRAFIA DUOTONE



Azul · por defeito Verde Vermelho Mono

TEXTO SOBRE IMAGEM

ORIENTAÇÃO

- Pincelada preta com texto branco, ou película Tinta a 45 %.
- Anton, mínimo de 24 px a 1080 px; máximo de 3 linhas.
- Nunca texto sobre zonas de ruído da imagem.

ACESSIBILIDADE

REGRA

- Texto alternativo em todas as imagens; legendas em todos os vídeos.
- Contraste de 4,5 : 1 no texto; nunca só a cor para dar sentido.
- Hashtags no fim em CamelCase (#UmaBoaQuestão).

PROJETOS E EVENTOS

LIBERDADE

- Versão especial do logo e cor do evento, nunca no perfil.
- O perfil mantém sempre o ícone institucional.
- Fotografia: pessoas e processos antes de produto.

BRANDED MERCHANDISE REGRAS

LOGO

REGRA

- Logo limpo (sem textura), preto ou branco, com contraste mínimo de 4,5 : 1 entre tinta e produto.
- Tamanhos mínimos da página 14 e margem x respeitados. Nunca cortar o logo em costuras ou dobras.
- Escolher a versão do logo pelo tipo de produto (institucional em têxteis e sacos (≥ 30 mm), iconográfica em bonés, autocolantes, canecas e cadernos (≥ 15 mm), horizontal em fitas e embalagens (≥ 40 mm), tipográfica em canetas (≥ 55 mm).

COR E TÉCNICA

ORIENTAÇÃO

- Base Tinta ou Papel, uma só cor de impressão e, no máximo, um acento (tom base) por peça.
- Serigrafia ou transfer em têxteis; bordado só com o ícone, em tamanho grande; gravação a laser em madeira e metal.
- Sem sombras nem gradientes.
- Edições de evento ou projeto: versão especial do logo, cor do evento, frases em Anton e fundo de letras.





MATERIAIS E PRODUÇÃO

ORIENTAÇÃO

- Materiais orgânicos, reciclados ou locais; tintas à base de água; produção local ou na rede; séries pequenas e sob encomenda.
- Embalagem mínima, sem plástico desnecessário, com etiqueta umaboaquestao.pt.
- Aprovar prova de cor ou amostra antes de cada produção.
- A etiquetagem legal (composição, origem) é do fornecedor: confirmar.

BRANDED MERCHANDISE EXEMPLOS



VERIFICAÇÕES E PROPOSTAS DE ALTERAÇÃO

LISTA PRÁTICA DE VERIFICAÇÃO

- [ ] Versão do logo certa, tamanho mínimo e margem x respeitados.
- [ ] Fundo e logo com contraste de 4,5 : 1.
- [ ] Neutros dominam; um só acento.
- [ ] Títulos em Anton / Impact, texto em Inter / Arial.
- [ ] Nome escrito como na página 11.
- [ ] Termos técnicos explicados (blockchain, DAO, Web3).
- [ ] Testado em modo claro e escuro.
- [ ] Texto alternativo nas imagens; legendas nos vídeos.
- [ ] Documento oficial: número, data e rodapé legal.
- [ ] Abre com uma questão ou convida à ação.

COMO PROPOR ALTERAÇÕES A ESTE MANUAL

1. **PROPOR**

   Abre uma proposta (BrightGov ou assembleia): o que muda, porquê e um exemplo visual.

2. **DISCUTIR**

   Aberta a todos os membros, durante um prazo combinado (sugestão: 14 dias).

3. **DECIDIR**

   Regra: assembleia ou direção. Orientação: grupo de identidade. Liberdade: não precisa.

4. **REGISTAR**

   Atualiza o manual, regista no historial e publica a nova versão (1.1, 1.2...).



UMA BOA QUESTÃO

Cooperativa Uma Boa Questão, CRL

Rua Dr. José Ribeiro Toscano Pessoa, 14 – 1.º dto, 2825-089 Monte de Caparica
geral@umaboaquestao.pt · 910 248 486 · umaboaquestao.pt

© 2026 Uma Boa Questão · Todos os direitos reservados
Para mais informações, contactem geral@umaboaquestao.pt