



**DESENVOLVIMENTO  
DE MARCA**

---

2014

Este guia aborda os conceitos que nortearam o desenvolvimento da marca Safernet e dos elementos de sua identidade visual – signo, cor, tipografia – além de oferecer exemplos de peças gráficas e digitais, orientando, assim, todos aqueles responsáveis por sua aplicação.

Manifesto	<b>7</b>
Desenvolvimento	<b>12</b>
A marca	<b>14</b>
Paleta cromática	<b>16</b>
Tipografia institucional	<b>20</b>
Tipografias complementares	<b>22</b>
Versões da marca institucional	<b>24</b>
Versões da marca alternativa	<b>26</b>
Cuidados na aplicação	<b>28</b>
Comportamento de marca	<b>38</b>
Arquivos digitais	<b>46</b>

A educação promove o conhecimento.

O conhecimento proporciona escolhas.

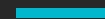
Quem tem escolhas, tem liberdade para optar.

Navegar com liberdade é navegar com segurança.

É fazer boas escolhas online.

Um indivíduo que detém o conhecimento é, antes de tudo, capaz de fazer escolhas.

A proposta da Safernet é educar para uma navegação livre e segura. É educar para boas escolhas online.



Uma sociedade que reconhece a **LIBERDADE** dos indivíduos é uma sociedade sem julgamentos de valores e sem violência, pois respeita o direito de cada um. É isso o que a Safernet deseja para a internet.

Seu trabalho é promover a **EDUCAÇÃO** para que as pessoas tenham consciência de como usar a internet de maneira segura, sempre resguardando os princípios de liberdade de expressão e direitos humanos.

**“Age com mais  
liberdade quem  
melhor compreende  
as alternativas  
que precedem.”**

— Descartes

# Três atributos foram especialmente importantes no processo de criação da nova marca:

## ABRANGÊNCIA



Não apenas pela vasta gama de serviços oferecidos pela Safernet, como por sua presença e cobertura nacional e internacionalmente.

## PROXIMIDADE



Um dos desafios foi criar uma marca que se aproximasse emocionalmente do público e representasse a proteção envolvida em seu trabalho de educação.

## LIBERDADE



A proposta da Safernet não é impor limites no uso da internet, e sim, conscientizar sobre os cuidados necessários para a navegação com liberdade.





## Paleta cromática

---

Além de sugerir **CREDIBILIDADE** e estimular a **CONVERSAÇÃO**, o azul é geralmente utilizado para transmitir **CALMA**, **ESTABILIDADE** e **RESPONSABILIDADE**. O azul-claro é **AMIGÁVEL** e está associado à **PAZ** em diversas culturas.



AZUL

---

C 80 M 0 Y 20 K 0

R 0 G 182 B 205

O cinza escuro usado na tipografia garante boa **PRESENÇA** e **LEGIBILIDADE** da marca em todas as aplicações.



CINZA ESCURO

---

C 0 M 0 Y 0 K 95

R 35 G 31 B 32

## Paleta cromática

---

Nas aplicações da marca em preto e branco, o cinza claro substitui o azul.



CINZA CLARO

---

C 0 M 0 Y 0 K 50  
R 148 G 148 B 148

Utilizado como cor de apoio na comunicação de **ALERTA** – em infográficos que precisem de destaque especial – o vermelho é uma cor assertiva e estimula a atenção.



VERMELHO

---

C 0 M 95 Y 80 K 0  
R 235 G 44 B 60



Deve ser flexível e de fácil utilização, e deve prover uma grande gama de variações para permitir hierarquias.

**CLAREZA E LEGIBILIDADE** são pré-requisitos.

## Helvetica Neue Lt Std

Originalmente projetada, em 1957, pelo designer suíço Max Miedinger, que buscou a neutralidade formal para que a mensagem seja transmitida de maneira clara e eficiente – sem barreiras. Em 1983, a versão Neue ganhou uma gama maior de variações de pesos e recebeu pequenos ajustes para aperfeiçoar seu desenho.

A universalidade da Helvetica ajuda na **COGNIÇÃO DA IDENTIDADE** da Safernet.

# Akzidenz-Grotesk

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

---

Criada em 1896, pela type foundry Berthold em Berlim, esta fonte tornou-se um grande sucesso e foi muito imitada por várias fundições de tipos. Como todas as sans serif da época, Akzidenz Grotesk era principalmente usada como um tipo **DISPLAY**, entretanto foi incluída posteriormente uma caixa-baixa para textos.

# Glegoo

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

---

Com estilo regular, tem um equilíbrio preciso de formas, contornos e linhas. Esses atributos se somam para ajudar a **LEITURA DO TEXTO**. Mesmo em corpo pequeno, ela gera uma textura agradável em parágrafos longos, e também tem plenas condições compor títulos com presença e elegância.

## Versões da marca institucional

### POSITIVA

Colorida



Preto e branco



A traço



### NEGATIVA



## Versões da marca alternativa PARA USO EM EVENTOS INTERNACIONAIS

### POSITIVA

Colorida



Preto e branco



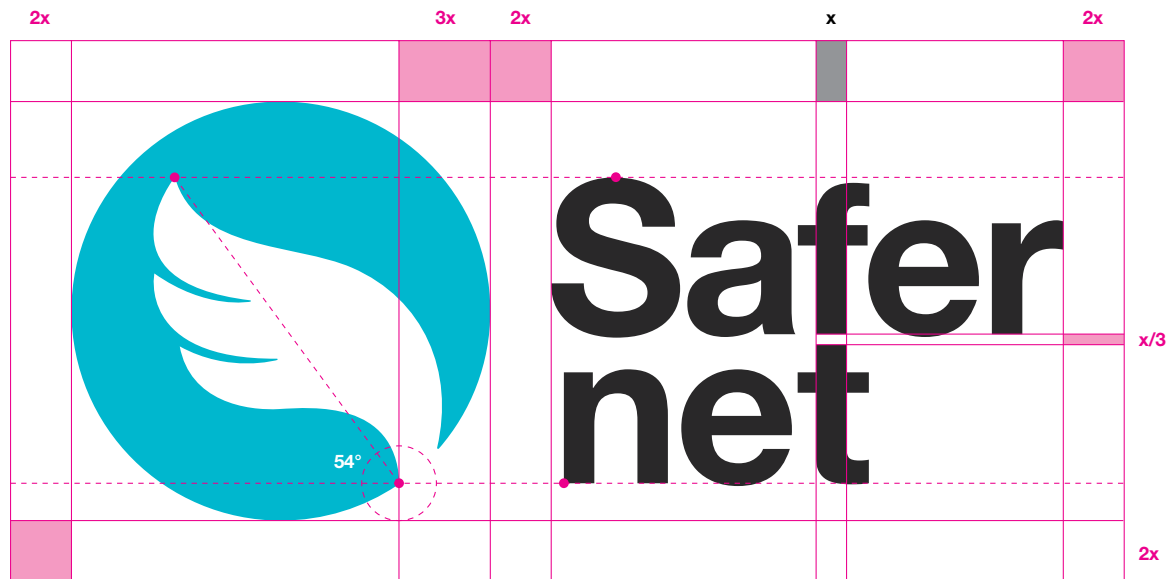
A traço



### NEGATIVA



## Cuidados na aplicação



### PROPORÇÕES DE CONSTRUÇÃO

Os grids mostram as relações de proporção e alinhamento dos elementos que compõem a marca. Serve de guia para aplicações como letra-caixa, adesivos de recorte, pintura etc.



## Cuidados na aplicação

5 mm ou 00 px



10 mm ou 00 px



### REDUÇÃO MÁXIMA

Para garantir boa legibilidade em todas as aplicações, a marca não deve ser usada com menos de **5 MM / 00 PIXELS DE ALTURA** (em mídias digitais) na versão horizontal, ou **10 MM / 00 PIXELS DE ALTURA** (em mídias digitais) na versão vertical.



### ÁREA DE PROTEÇÃO

Deve-se sempre respeitar a margem de respiro ao redor da marca, evitando que outros elementos gráficos comprometam a leitura.

Não aplicar sobre fundos que não apresentem contraste



Não aplicar sobre fundos conturbados



Não desrespeitar a área de proteção da marca



Não alterar as cores



Não distorcer



Não alterar a tipografia



Não rotacionar



Não desrespeitar a proporção entre os elementos



### USOS INCORRETOS

É importante respeitar todos os elementos que constituem a marca. Estes são alguns exemplos de usos que devem ser evitados.



## Cuidados na aplicação



### TAG PARA ENDOSSO DE CAMPANHAS

Em assinaturas de peças de comunicação e campanhas, a marca deve aparecer como tag que cumpre duas funções: assegurar a legibilidade sobre fundos diversos e mantendo a unidade visual entre as peças.

Para que o tag apresente coerência entre os materiais de comunicação, é importante que seu grid de construção seja sempre respeitado.

O tag pode aparecer em apenas três variações de cor, de acordo com a necessidade de leitura e contraste com a imagem de fundo.



## Cuidados na aplicação

### USO DO TAG NOS MATERIAIS

Em campanhas e materiais de comunicação desenvolvidos pela Safernet, o tag pode aparecer de duas maneiras: no topo ou no rodapé, de acordo com os exemplos abaixo:



Acima, exemplo em que a marca da Safernet precise aparecer com mais destaque. A cor de fundo do tag pode variar (entre branco, azul ou preto) de acordo com a melhor visibilidade de cada material.



Acima, exemplo em que a marca da Safernet precise aparecer com menos destaque. A cor de fundo do tag pode variar (entre branco, azul ou preto) de acordo com a melhor visibilidade de cada material.

### USO DO TAG + TAGLINE NOS MATERIAIS

Há ainda a opção de uso do tag com a tagline, de acordo com os exemplos abaixo:



No cabeçalho, a tagline deve aparecer com a metade da altura do tag.



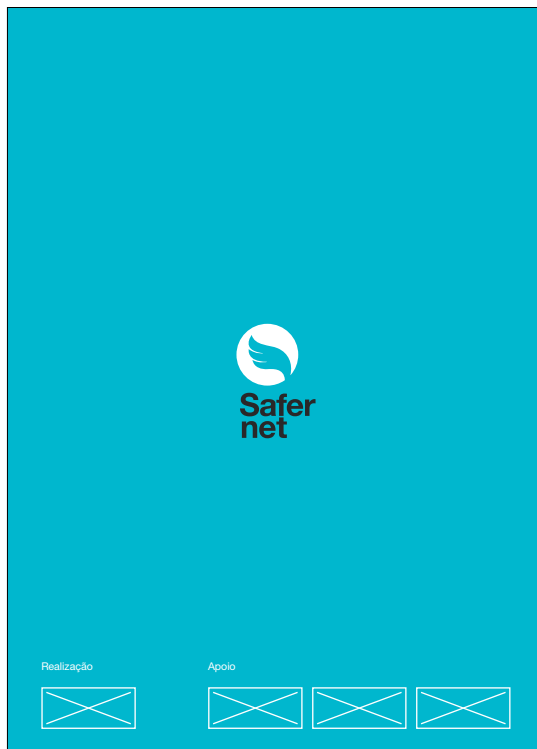
No rodapé, a tagline deve aparecer com o triplo da largura do tag.

## Cuidados na aplicação

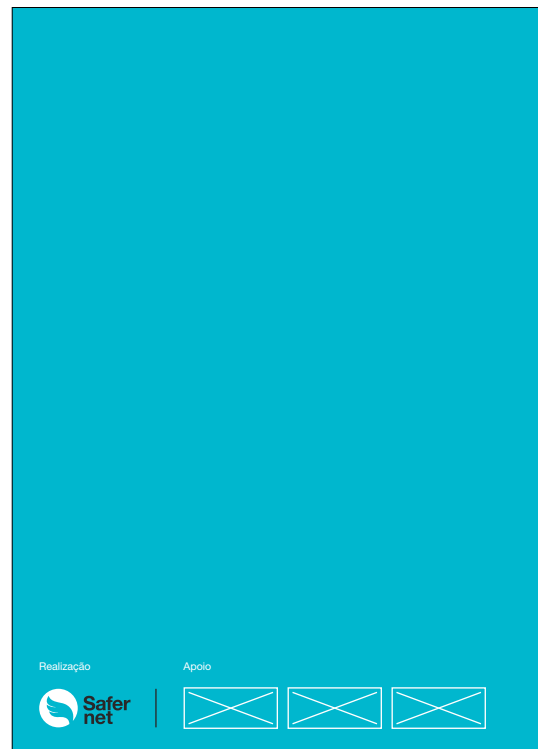
### ASSINATURA DA MARCA EM MATERIAIS

Para materiais produzidos pela Safernet com endosso ou apoio de outras marcas

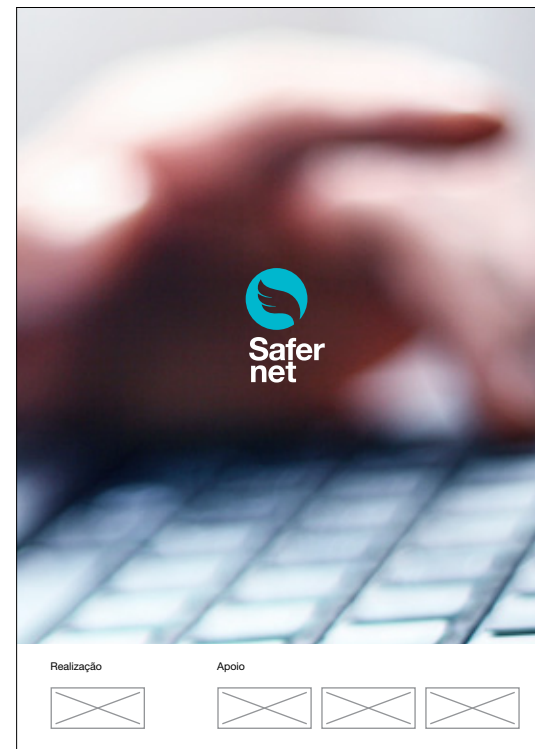
– como cartazes ou versos de livros – a marca deve respeitar um dos seguintes exemplos:



Marca Safernet no centro, e demais marcas no rodapé, devidamente sinalizadas de acordo com sua participação e hierarquia no projeto.



Marca Safernet alinhada com as demais marcas, separada por uma barra vertical e devidamente sinalizadas de acordo com a participação e hierarquia no projeto.



A mesma regra se aplica aqui, mas em materiais com fundos conturbados, em que a leitura das marcas se torne difícil, deve-se resguardar uma área branca para a aplicação das marcas.



**O projeto gráfico aplicado aos materiais institucionais da Safernet apresenta e estabelece uma unidade visual para qualquer presença da marca no tempo. O resultado do processo de pesquisa, planejamento, posicionamento e construção da marca é apresentado aqui por meio de um comportamento visual.**

---

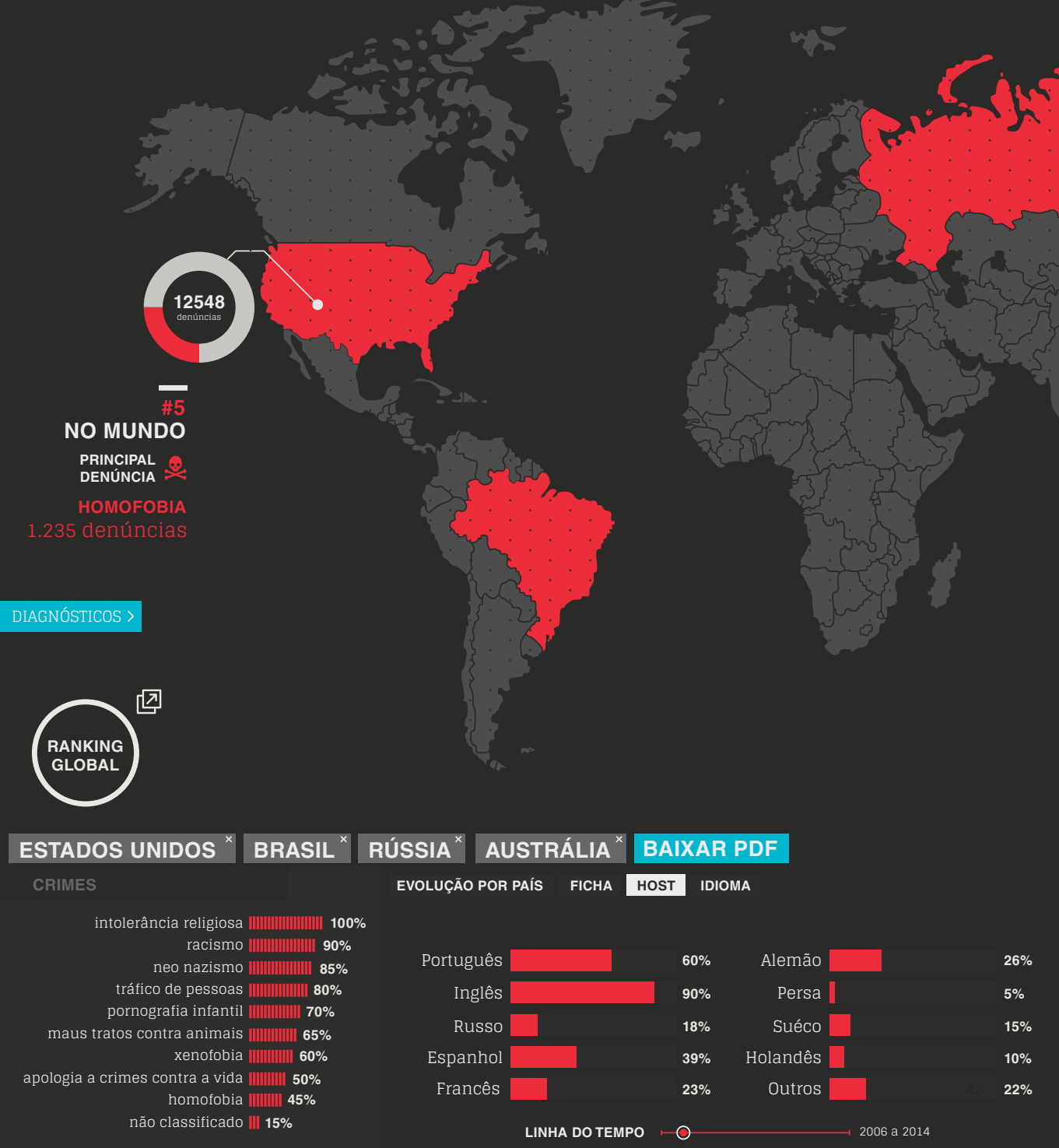
**EDUCAÇÃO PARA O USO SEGURO DA INTERNET.** Elementos como a tagline e as hashtags podem aparecer nas peças, com o intuito de aproveitar os próprios materiais para expressar os conceitos do novo posicionamento.

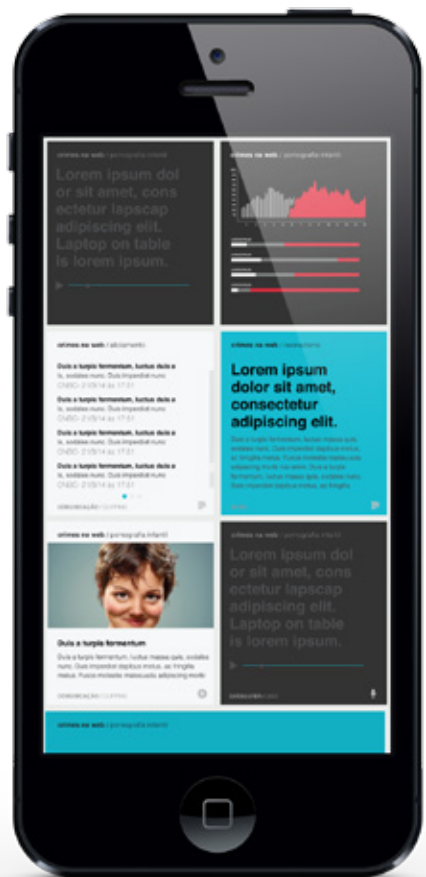
A utilização de etiquetas “únicas” de endereçamento permite a personalização de materiais diversos disponíveis no mercado. A economicidade é essencial para a imagem de uma organização não governamental sem fins lucrativos — **REDUÇÃO DOS CUSTOS** de produção com praticidade. A presença predominante do azul e as formas de aplicação propostas foram pensadas de modo a criar um **AMBIENTE FIEL À MARCA.**



## Comportamento de marca











TAOcriativo

[WWW.TAOCRIATIVO.COM.BR](http://WWW.TAOCRIATIVO.COM.BR)