



REDE COM A RUA

Manual
de marca



Índice

1. Sobre nós

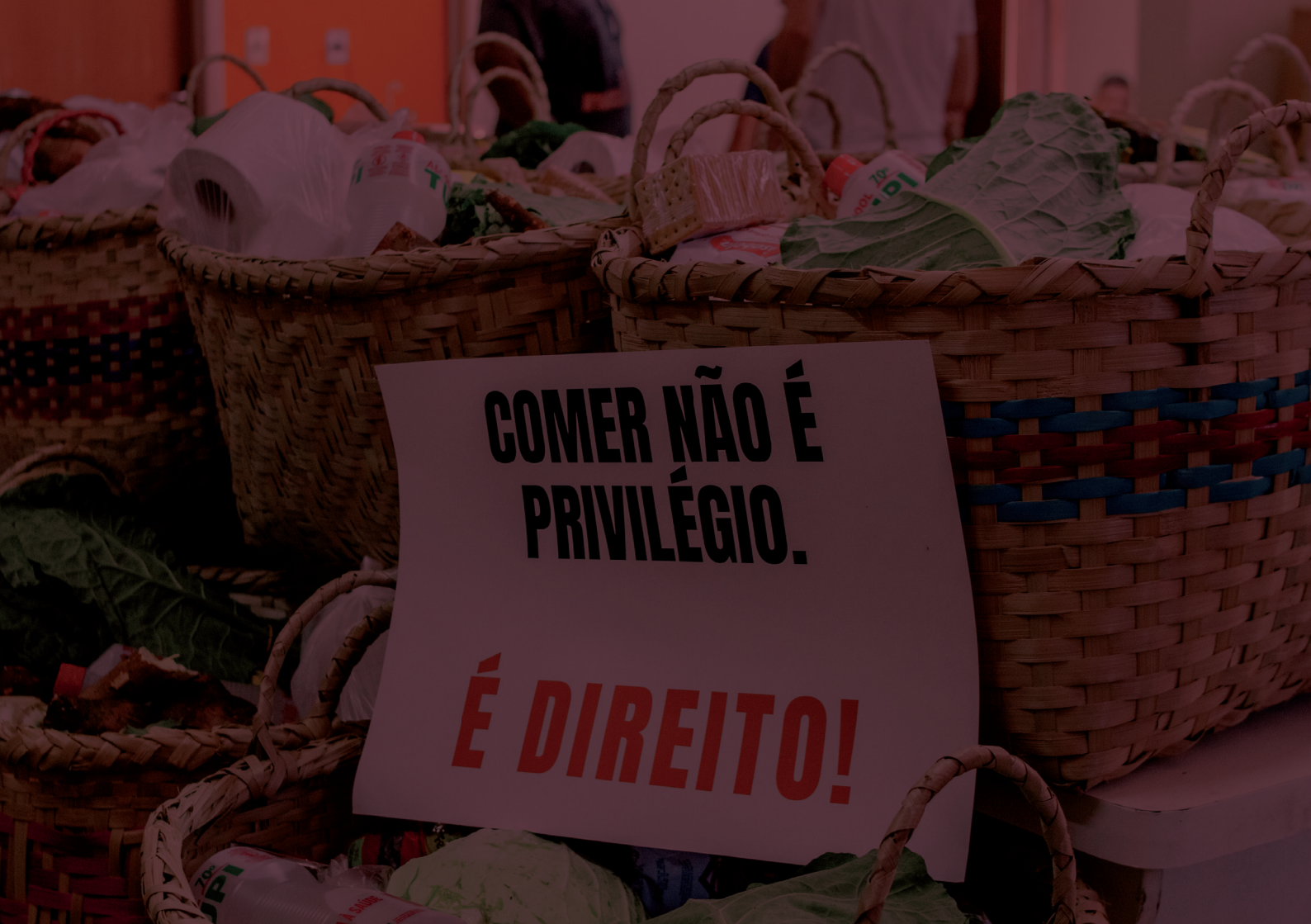
- 03 Rede Com a Rua
- 04 Nossa história
- 05 Nossa missão
- 06 Nossos valores
- 07 Nossa visão

2. Identidade Visual e verbal

- 09 Logotipo
- 10 Variações
- 11 Não faça
- 12 Tipografia
- 13 Hierarquia de fontes
- 13 Alinhamento do texto
- 14 Nossas cores
- 17 Nossa voz
- 18 Nosso tom de voz

3. Identidade fotográfica

- 21 Planos detalhados
- 22 Planos gerais, equipes e voluntários
- 22 Gráficos e infográficos
- 22 Depoimentos
- 22 Legenda e texto alternativo
- 23 Redes sociais: formatos e dimensões

A photograph showing several woven baskets filled with various food items, including green leafy vegetables and plastic bottles. In the foreground, a white sign with bold black and red text is placed over the baskets. The background is slightly blurred, showing an indoor setting with other people and baskets.

**COMER NÃO É
PRIVILÉGIO.**

É DIREITO!

Sobre nós

Criada em 2020, a Rede com a Rua é uma união entre grupos da sociedade civil de Florianópolis. Juntos, atuamos para dar suporte contínuo às pessoas em situação de rua, atendendo às suas necessidades e garantindo sua dignidade e seus direitos.

Acreditamos que a melhor forma de fazer isso é nos aproximando, escutando com atenção e construindo vínculos de confiança com essas pessoas.



Nossa história

Durante a pandemia da COVID-19, a falta de um plano emergencial para a população em situação de rua em Florianópolis impulsionou a união de diversos grupos da sociedade civil que, até então, atuavam de maneira isolada. Entendemos que, trabalhando de forma conjunta e coordenada, conseguiríamos ampliar o impacto e a eficácia de nossas ações, principalmente em tempos de crise.

Embora a pandemia tenha chegado ao fim, os direitos das pessoas em situação de rua continuam sendo sistematicamente ignorados pela sociedade e pelo poder público. Por isso, a Rede com a Rua segue atuando e fortalecendo iniciativas da sociedade civil comprometidas com a melhoria das condições de vida e a inclusão social dessas pessoas.

Nossa missão

A Rede com a Rua tem como objetivo oferecer suporte contínuo e programado às pessoas em situação de rua, atendendo às suas necessidades e garantindo sua dignidade e seus direitos, por meio da aproximação, escuta qualificada e construção gradual de vínculos de confiança.



Nossos valores

Cooperação

Trabalhamos em conjunto, combinando esforços, recursos e conhecimentos para alcançar um objetivo comum: defender a dignidade e os direitos das pessoas em situação de rua.

Solidariedade

Reconhecemos as pessoas em situação de rua como indivíduos com histórias e necessidades próprias e oferecemos o suporte necessário a cada uma das etapas por elas percorridas até a sua autonomia.

Respeito

Respeitamos e acolhemos as diferenças de origem, raça, idade, deficiência, nacionalidade, gênero, orientação sexual e religiosa das pessoas em situação de rua. Reconhecemos sua importância como membros da sociedade e atuamos para assegurar que vivam com dignidade.

Nossa visão

Trabalhamos por um futuro onde todas as pessoas

tenham seus direitos civis, políticos,
sociais, culturais e econômicos
respeitados e protegidos.



A photograph showing two individuals in white lab coats and face masks. The person on the left is handing a white bowl filled with a yellowish soup to the person on the right. The background is slightly blurred, showing other people in similar attire. The overall lighting is soft and warm, with a slight reddish tint. The text 'Identidade visual' is overlaid in the center in a bold, white, sans-serif font.

Identidade visual

Versão principal

Logotipo



Logotipo

Variações

NEGATIVO



POSITIVO



VARIAÇÃO - BORDÔ



VARIAÇÃO - LARANJA



VARIAÇÃO - ROXO



Logotipo

Não faça

As restrições de uso servem para que a marca não seja descaracterizada, prejudicando assim a sua identificação.

Fique atento na hora de aplicar a marca para não distorcer, não trocar cor, não aplicar contorno, não trocar tipografia, não alterar hierarquia da composição, não alterar espessura dos traços.



Não distorcer



Não usar cores fora da paleta padrão



Não aplicar contorno



Não alterar espessura

Tipografia

As tipografias da marca são a Rubik, Poppins e Source Code Pro, que devem ser usadas em todas as aplicações da marca.

FONTE PRINCIPAL

Rubik Light
Rubik Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY
0123456789

FONTE SECUNDÁRIA

Poppins Light
Poppins Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY
0123456789

FONTE APLICAÇÃO EM REGORTES

Source Code Pro Light
Source Code Pro Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY
0123456789

Hierarquia de fontes

Sistema que organiza tamanhos e estilos tipográficos para destacar a relevância das informações. Orienta o leitor, facilita a leitura, destaca o que é mais importante, melhorar a experiência do usuário e garante a consistência visual da marca.

Título 1
Rubik ExtraBold

TÍTULO IMPACTANTE

Subtítulo
Rubik SemiBold

Escreva um subtítulo objetivo

Título 3
Rubik Medium

Usar para indicar subseções dentro de uma seção maior, detalhar ou expandir tópicos abordados em títulos secundários.

Corpo de texto
Poppins Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore.

Legendas
Poppins Regular

legendar vídeos e conteúdos audiovisuais a fim de tornar o conteúdo acessível

Alinhamento de texto



Prefira o alinhamento à esquerda ao formatar textos para websites.






Prefira o alinhamento central para legendas.

Nossas cores



Cores primárias: ajudam o público a identificar a organização.

HEX CODE: #E66322	CMYK: 0 57 85 10	RGB: 230 99 34	HEX CODE: #550000	CMYK: 0 100 100 67	RGB: 85 0 0
					

Cores secundárias: destacam e complementam as cores primárias.

HEX CODE: #f2884b	CMYK: 0 44 69 5	RGB: 242 136 75	HEX CODE: #823D55	CMYK: 0 53 35 49	RGB: 130 61 85	HEX CODE: #7A5149	CMYK: 0 34 40 52	RGB: 122 81 73
								

Cores neutras: proporcionam equilíbrio e flexibilidade.

HEX CODE: #F2F1EC	CMYK: 0 0 2 5	RGB: 242 242 237	HEX CODE: #363636	CMYK: 0 0 0 79	RGB: 54 54 54
					

**TODAS AS PESSOAS
TÊM DIREITO A UMA
ALIMENTAÇÃO
ADEQUADA**

**Identidade
verbal**



Nossa voz

Engajada e Militante: assume uma postura crítica em relação às injustiças sociais e econômicas. Mostra comprometimento contínuo com a luta por direitos e a denúncia de sistemas opressores.

Inclusiva e Humana: valoriza a dignidade e o respeito em cada interação, reconhecendo e acolhendo as diversidades e necessidades individuais.

Comunitária e Colaborativa: trabalha em parceria com outras iniciativas, destacando a importância dessa articulação para fortalecer as ações e ampliar o impacto social.

Estratégica e Adaptável: atua de forma estratégica e planeja cuidadosamente para alcançar o máximo impacto social. Ao mesmo tempo, sabe ser flexível, aproveita as oportunidades e busca se adaptar às mudanças e contratempos.

Nosso tom de voz

Informativo e Acessível:

usamos uma linguagem clara e direta para garantir a compreensão e o engajamento do público nas ações e debates. Evitamos jargões acadêmicos e estruturas de frases complexas. Adotamos um tom mais casual, transmitindo a informação de forma acessível e eficaz.

Convocatório e Motivador:

convidamos a comunidade a se envolver ativamente, fornecendo informações claras sobre as iniciativas e oportunidades de participação. Destacamos avanços e impactos positivos para inspirar confiança e gerar um sentimento de realização.

Respeitoso e Empático:

abordamos cada tema com a seriedade e o respeito que ele merece, adotando uma abordagem calorosa e sensível. Damos voz às necessidades e sentimentos das pessoas em situação de rua, promovendo a empatia e o reconhecimento como membros importantes da sociedade.

EM VEZ DE: "As doações são fundamentais para assegurar a continuidade dos serviços prestados pelas cozinhas solidárias, promovendo a segurança alimentar e nutricional."

USAMOS: "Sua doação ajuda a manter as cozinhas solidárias funcionando e a garantir que todos tenham acesso a alimentos nutritivos."

EM VEZ DE: "Venha nos ajudar na distribuição de sopas e agasalhos"

USAMOS: "Junte-se a nós no Sopão da Madrugada, nesta quarta-feira, às 23h, na Paróquia Santo Antônio. Vamos aquecer a noite de quem mais precisa. Sua participação faz toda a diferença!"

EM VEZ DE: "Quem não tem a proteção de uma casa, não goza de anteparo contra as adversidades externas e os tratamentos degradantes; está em exposição às mais diversas formas de violência."

USAMOS: "Quem vive nas ruas, sem a proteção de um lar, enfrenta diariamente adversidades climáticas, tratamentos desumanos e diversas formas de violência".

Nossa linguagem é:

- Clara
- Concisa
- Informativa
- Inclusiva

Nós não somos:

- Impessoais
- Autoritários
- Conservadores
- Arrogantes
- Prepotentes
- Negligentes
- Levianos

Não usamos termos excludentes e linguagem capacitista. Caso surja alguma dúvida sobre o uso de uma palavra que possa ser considerada ofensiva ou excludente, procuramos outras alternativas e formas de nos expressar.



NO SABADO: 18-15
AOS DOMINGOS:
07.30 - 09.30 - 18.00 - 19.30
NOVENA DE N. SRA PERPETUO SOCORRO
QUARTAS-FEIRAS: 15-00

Identidade fotográfica



Fotografias

Para proteger a privacidade e a dignidade das pessoas em situação de rua, não utilizamos imagens ou vídeos em que seus rostos sejam visíveis. Somente use materiais que identifiquem os indivíduos caso estes tenham condições de consentir e autorizar a divulgação.



Como comunicar de forma respeitosa e inclusiva:

Planos Detalhados:

Foque em detalhes significativos, como mãos recebendo mantimentos, o ambiente ao redor, equipamentos e utensílios utilizados. Transmita a essência do trabalho sem invadir a privacidade.



Planos Gerais:

Fotografe o ambiente geral e a disposição dos espaços para mostrar a amplitude e a organização das atividades.

Equipes e voluntários

Escolha imagens que retratam a interação entre voluntários, dando prioridade a interações e reações genuínas. Sempre solicite a permissão dos voluntários e da comunidade antes de fotografar e utilizar suas imagens.



Gráficos e Infográficos:

Mostre dados e resultados através de gráficos e infográficos. Destaque o número de refeições distribuídas, pessoas impactadas, grupos envolvidos e doações arrecadadas.

Depoimentos:

Colete e compartilhe depoimentos que expliquem a importância das ações, esclareçam dúvidas e convidem a sociedade a participar da luta pelo direito das pessoas em situação de rua.

Legenda e texto alternativo:

Para garantir inclusão e igualdade de acesso à informação, adicionamos legendas a todos os nossos vídeos e materiais audiovisuais, tornando-os acessíveis para pessoas com deficiência auditiva. Também usamos o "texto alternativo", um recurso de acessibilidade do Instagram que descreve as imagens para usuários com deficiência visual.



Redes sociais: formatos e dimensões

Instagram:

Imagem de perfil: 720 x 720 pixels

Imagem quadrada feed: 1080 x 1080 pixels

Imagem horizontal feed: 1080 x 566 pixels

Imagem vertical feed: 1080 x 1350 pixels

Instagram Stories: 1080 x 1920 pixels

Vídeo Reels: 1080 x 1920 pixels

Imagem capa Reels: 1080 x 1920 pixels

Imagem capa destaques: 1080 x 608 pixels

LinkedIn:

Imagem de perfil: 170 x 170 pixels (desktop) e 128 x 128 pixels (celular)

Imagem capa do perfil: 851 x 315 pixels

Imagem quadrada feed: 1200 x 1200 pixels

Imagem horizontal feed: 1200 x 630 pixels

Imagem capa de eventos: 1200 x 628 pixels

Facebook Stories: 1080 x 1920 pixels – 9:16

Vídeo formato quadrado: 1080 x 1080 pixels

Vídeo formato horizontal: 1280 x 720 pixels

Vídeo formato vertical: 720 x 1280 pixels

Twitter:

Imagem de perfil: 400 x 400 pixels

Imagem capa: 1500 x 500 pixels

Imagem quadrada: 1200 x 1200

Imagem horizontal: 600 x 335 pixels

Imagem + link: 800 x 800 pixels ou 800 x 418 pixels

**Fale
conosco:**

Endereço de e-mail:
redecomarua@gmail.com

Redes Sociais:
Instagram: [@redecomarua](https://www.instagram.com/redecomarua)
Twitter: [@redecomarua](https://twitter.com/redecomarua)

**COMER NÃO É
PRIVILÉGIO.**

É DIREITO!