

TENT

Brand Guidelines



Px

Introduction

Px

Logo

Px

Typography

Px

Color

Px

Photography

Px

Layout

Px

Social

Introduction



These guidelines are set up to establish the visual brand and create consistency across all communication channels for Tent. All assets, frameworks, and guardrails are created to build a design language that will powerfully express the Tent personality across a range of touch points.

This is a living, dynamic document that will grow as the design system is cultivated and expanded upon.

Contact

Noni Rossini

Director of Communications

noni@tent.org

Maia Bix

Research and Communications Manager

maia@tent.org

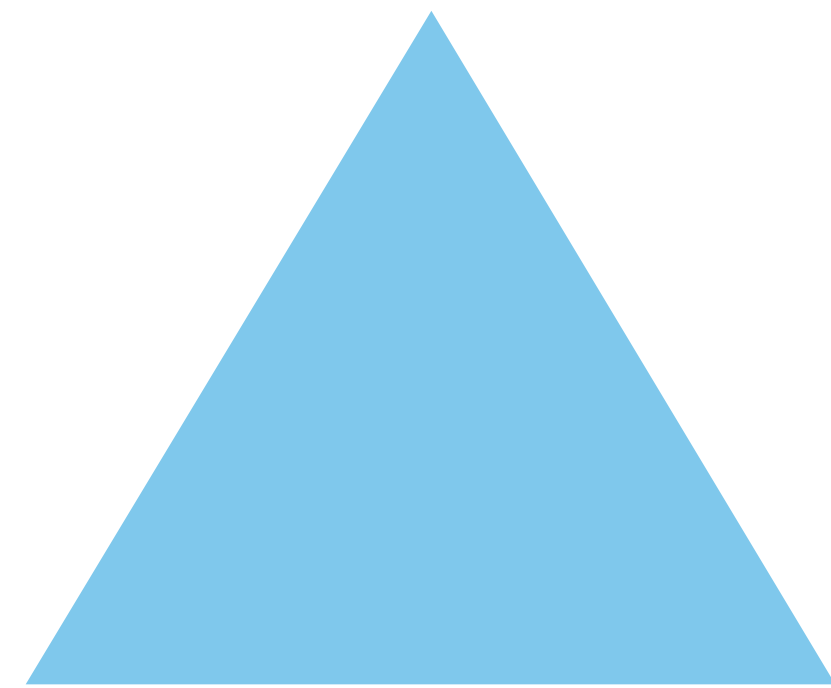
Logo



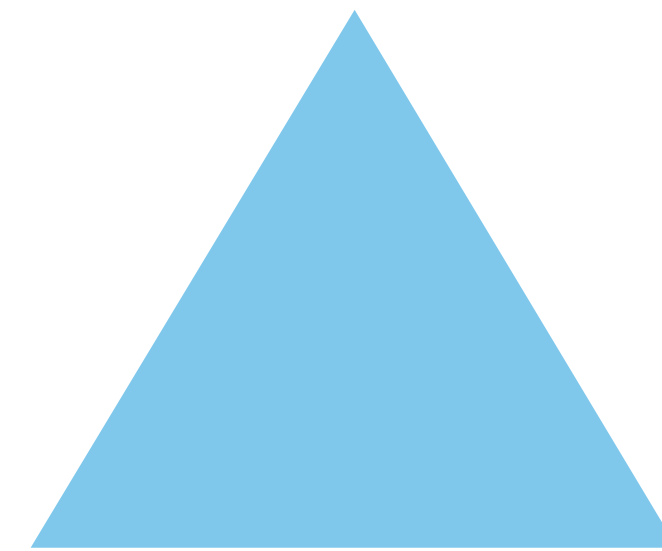
The Logo

The logo represents Tent graphically. The combination of the iconic cyan triangle and the wordmark is the preferred way of the logo use. In cases of limited space, the icon can appear by itself without the wordmark.

Logo

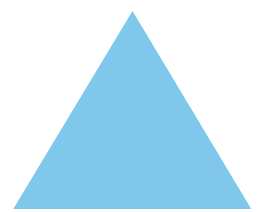
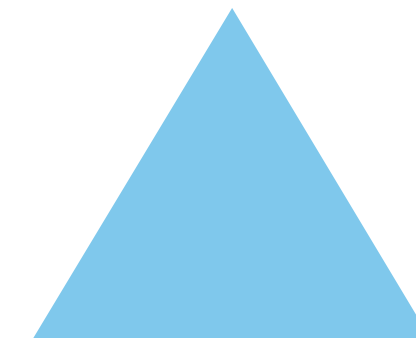


TENT



TENT

Icon

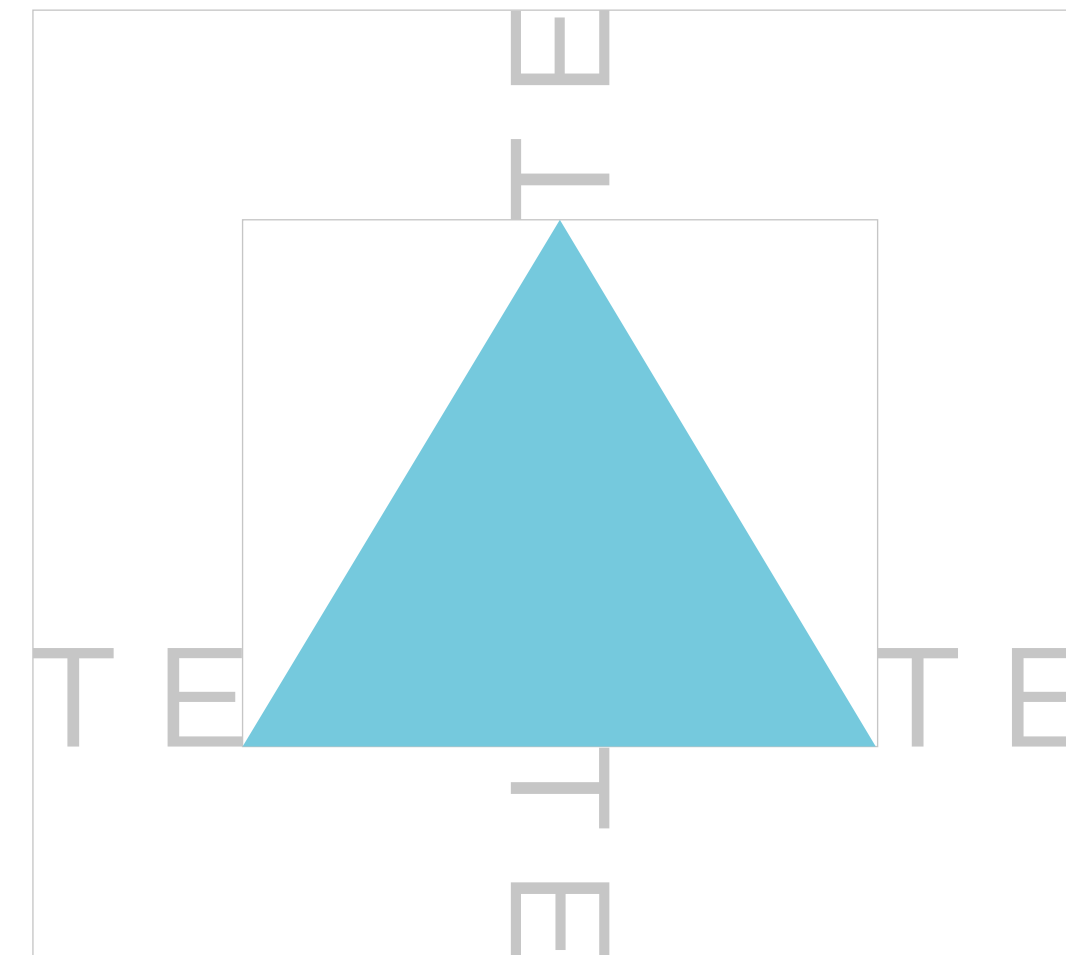
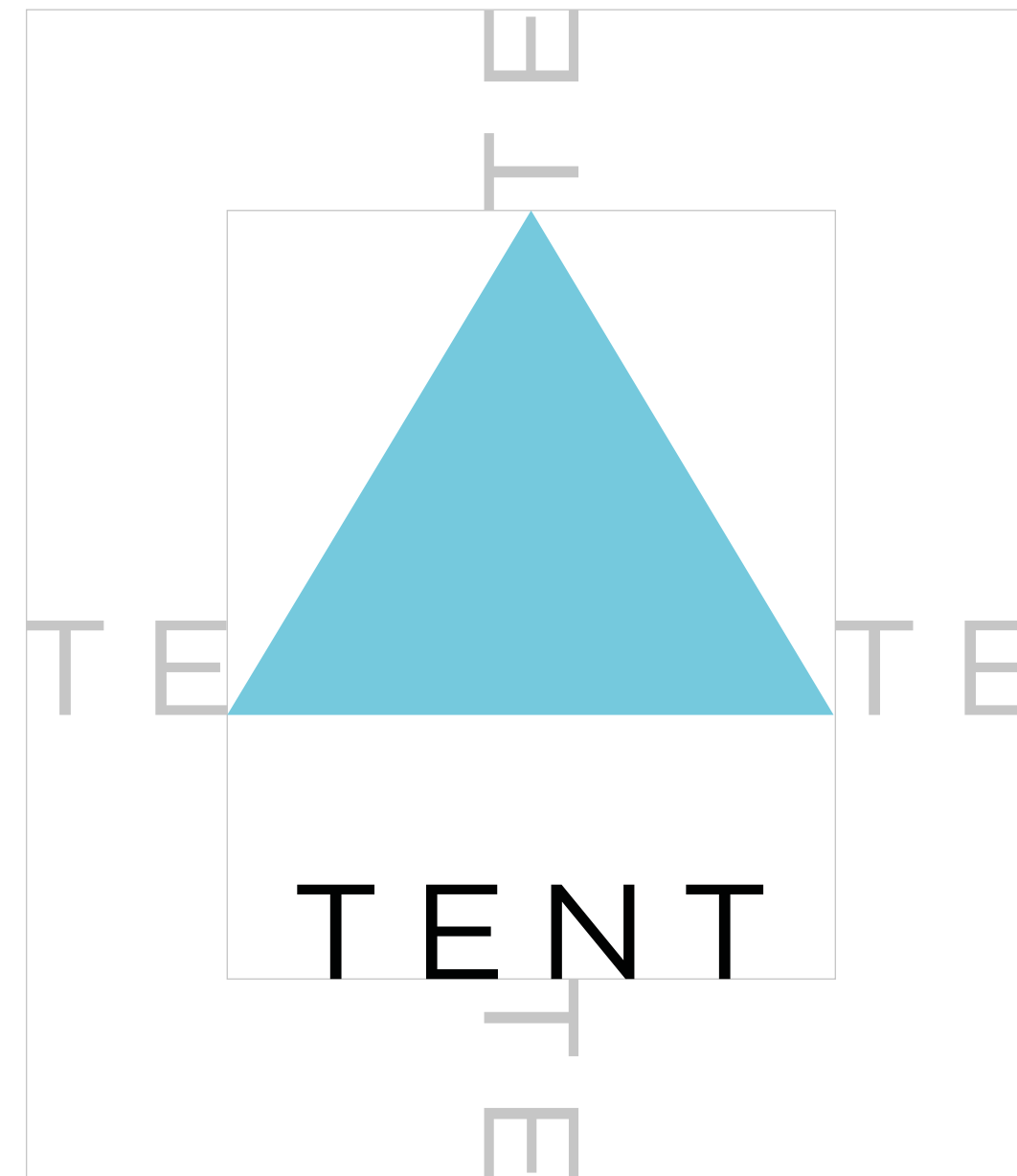


Logo Safe Zone

The logo requires a certain amount of clear space to ensure its visibility and readability across all channels.

Usage

The clear space should be equivalent to the “TE” of the wordmark. Use these measurements to ensure that there is enough space around the icon and wordmark.



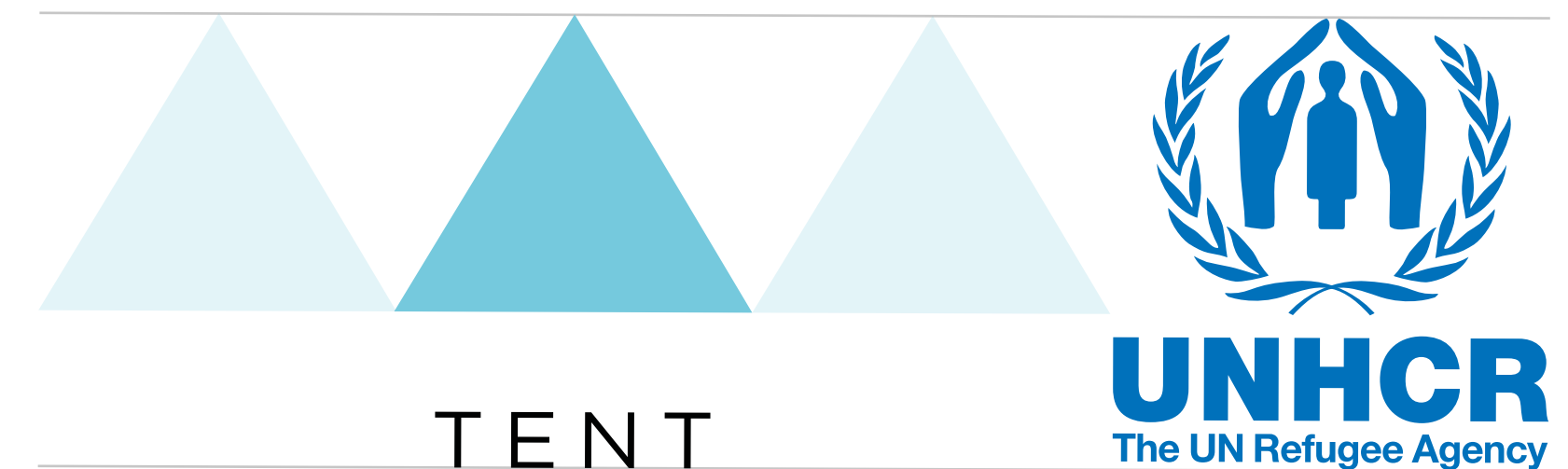
Logo and Partner Logos

In cases of partner logos, it is important to use specific rules to give both logos enough space.

Usage

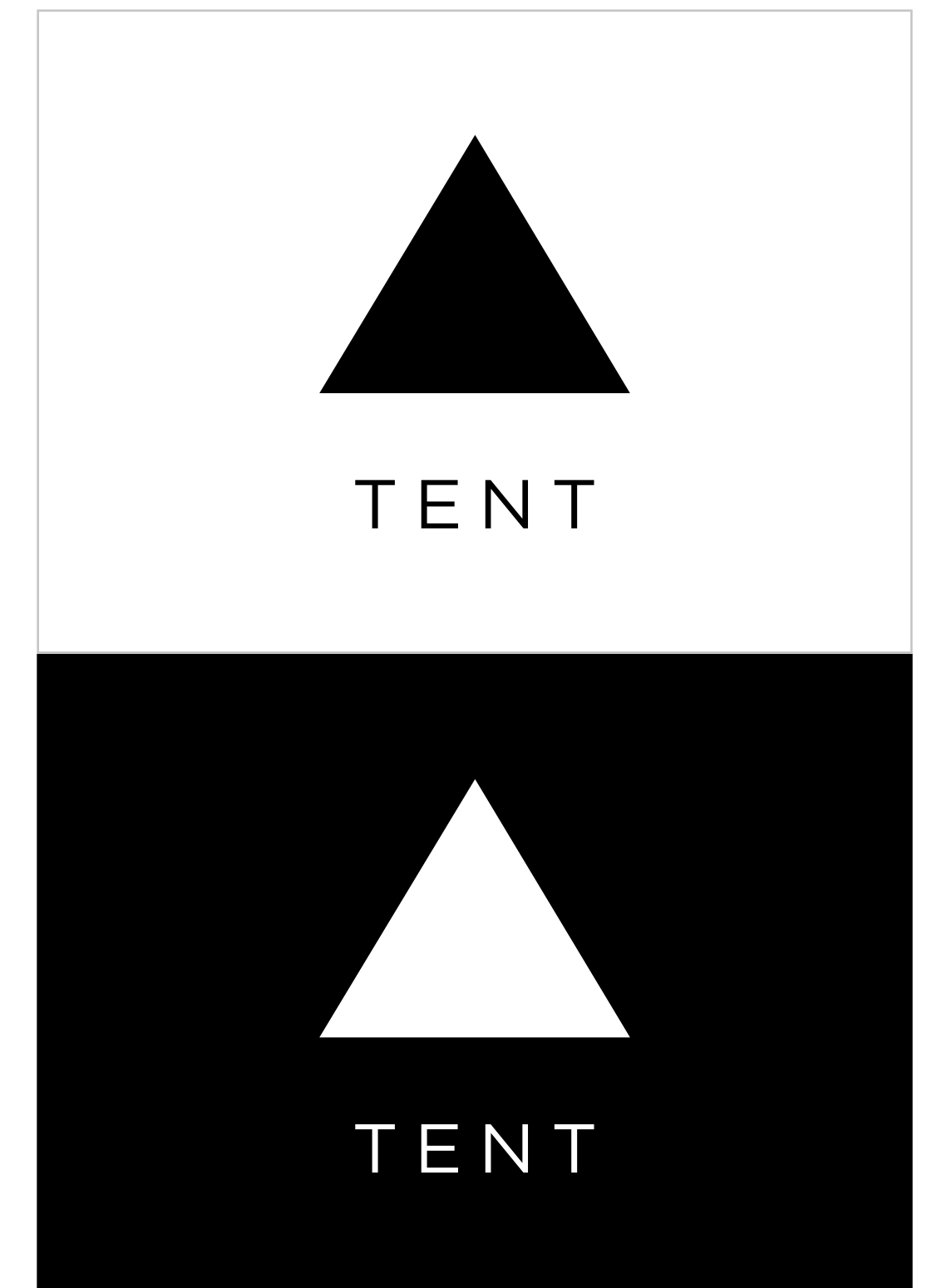
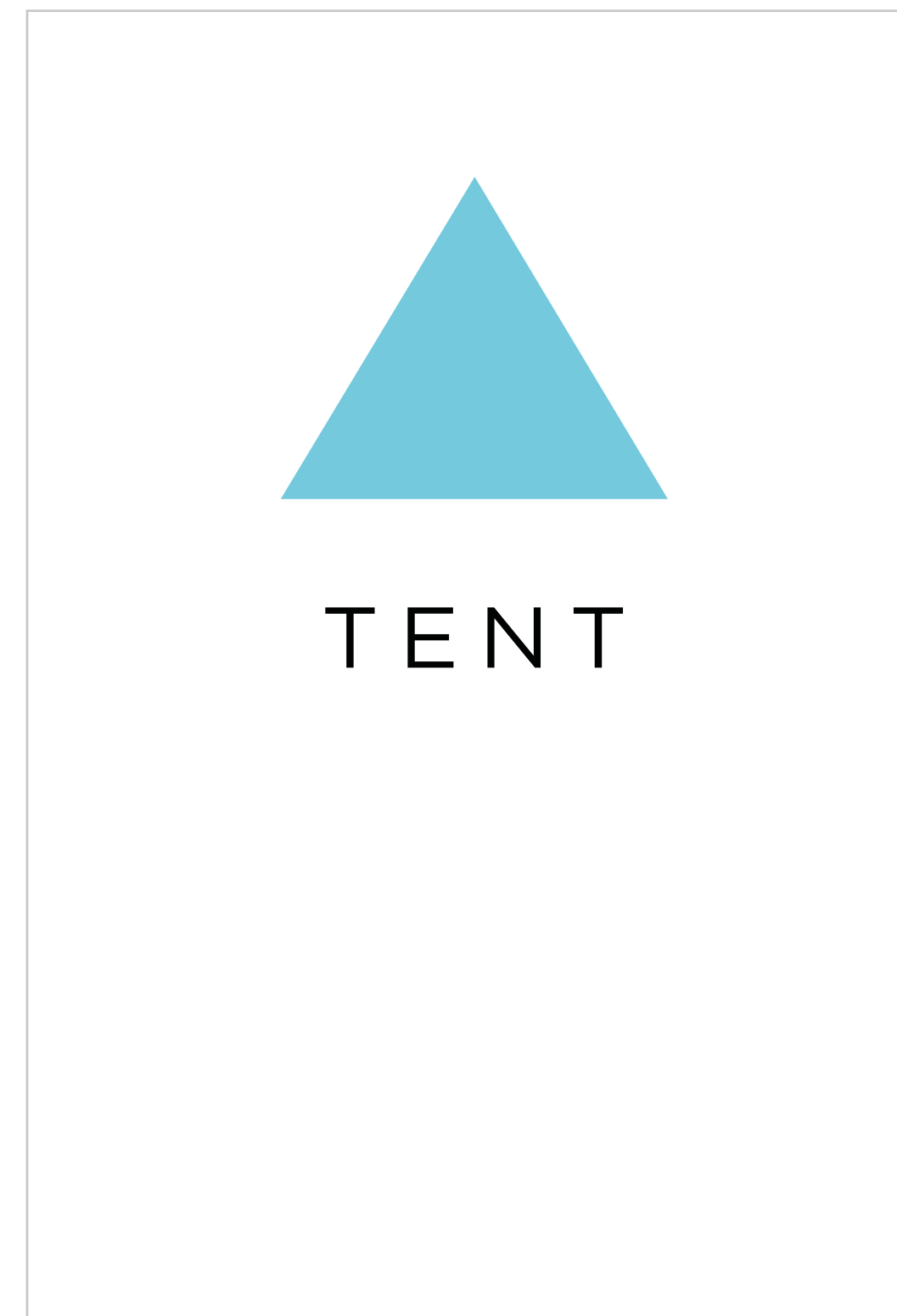
Have a distance of at least one triangle to the left and to the right of the Tent logo, and make sure that both the Tent and the partner logos have the same height.

The exceptions are longer horizontal logos. Make sure that they are not higher than $\frac{1}{3}$ of the Tent logo.

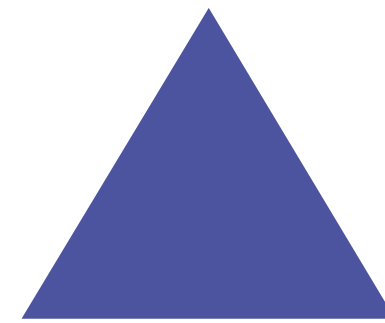


Logo Color and Background

To guarantee the readability of the logo, it should be placed on a white background. In case of background images, ideally, the logo is placed on a white solid overlay to guarantee its readability in every size.

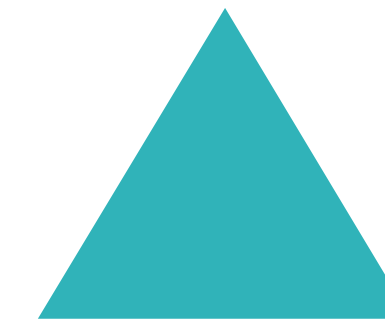


Don'ts



TENT

Don't change the color of the icon.



TENT

Don't change the color of the wordmark.



TENT

Don't stretch or rotate the logo.



Don't place the logo on vibrant color backgrounds.



TENT

Don't scale just one part of the logo.



Don't use the cyan logo on a black background.

Typography



Typeface

The brand typeface is Aktiv Grotesk, available in six weights.

Aktiv Black

Aktiv Extra Bold

Aktiv Bold

Aktiv Regular

Aktiv Light

Aktiv Thin

Color



Primary Palette



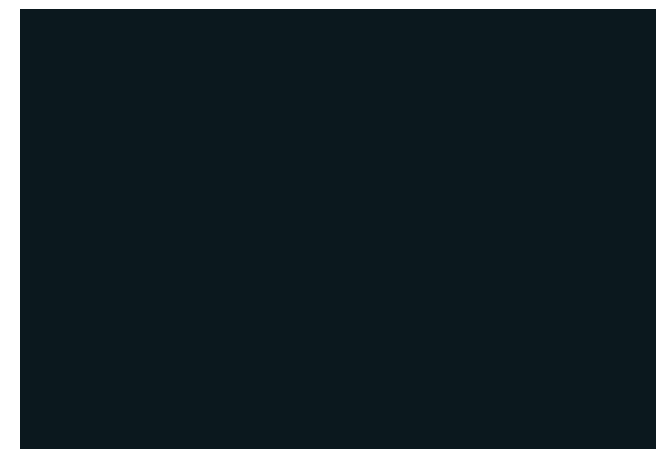
Main
HEX #73CCE0
RGB 115 204 224
CMYK 50 0 0 5



Tiffany
HEX #07BEB8
RGB 7 190 184
CMYK 70 0 30 3



Rich Black
HEX #093A3E
RGB 9 58 62
CMYK 100 31 38 78



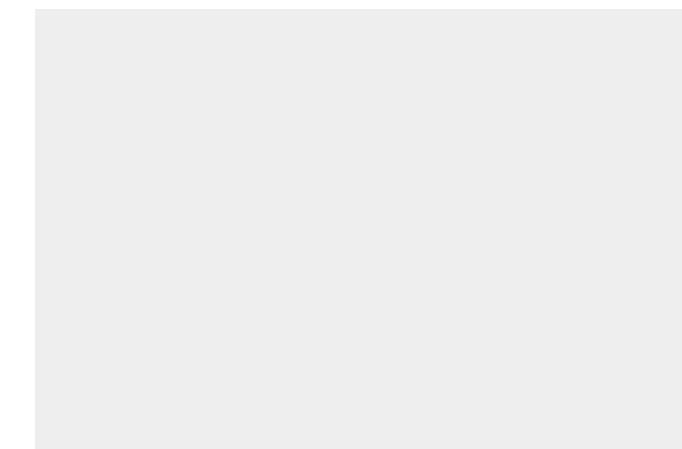
Charcoal
HEX #0B181E
RGB 11 24 30
CMYK 10 10 10 95



Mine Shaft
HEX #444444
RGB 68 68 68
CMYK 0 0 0 85



Silver Chalice
HEX #999999
RGB 153 153 153
CMYK 0 0 0 40



Gallery
HEX #EEEEEE
RGB 238 238 238
CMYK 0 0 0 15

Secondary Palette



Secondary Tiffany
HEX #00C7C4
RGB 0 199 196
CMYK 80 0 25 0



Secondary Navy
HEX #05426B
RGB 5 66 107
CMYK 100 75 15 30



Secondary Pink
HEX #FC7A99
RGB 252 122 153
CMYK 0 75 15 0



Secondary lime
HEX #B8CF54
RGB 184 207 84
CMYK 40 0 70 0



Secondary purple
HEX #786EBD
RGB 120 110 189
CMYK 60 55 0 5



Secondary Orange
HEX #F68C60
RGB 246 140 96
CMYK 0 55 65 0

Photography



Photography Overview

People should be the main focus in every photograph.

The protagonists should be shown in their natural environment, preferably at work and/or surrounded by other people in a community.

The images should not look staged, but rather have documentary aesthetic to them.

All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.



People

Every image should have at least one person in focus; this should be in an authentic moment, either at work or in a group of people.

If images are shown together, in a magazine for example, make sure that there is diversity across the images as a whole



All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.

Environment & Light

The environment should feel authentic and professional. Natural light settings are preferred, while studio set-ups or staged scenarios should be avoided.



All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.

Don'ts

All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.



No political messages.



No black-and-white photography.



No children/minors.



Be aware of clichés.



No violence.



No dramatic images.

Layouts



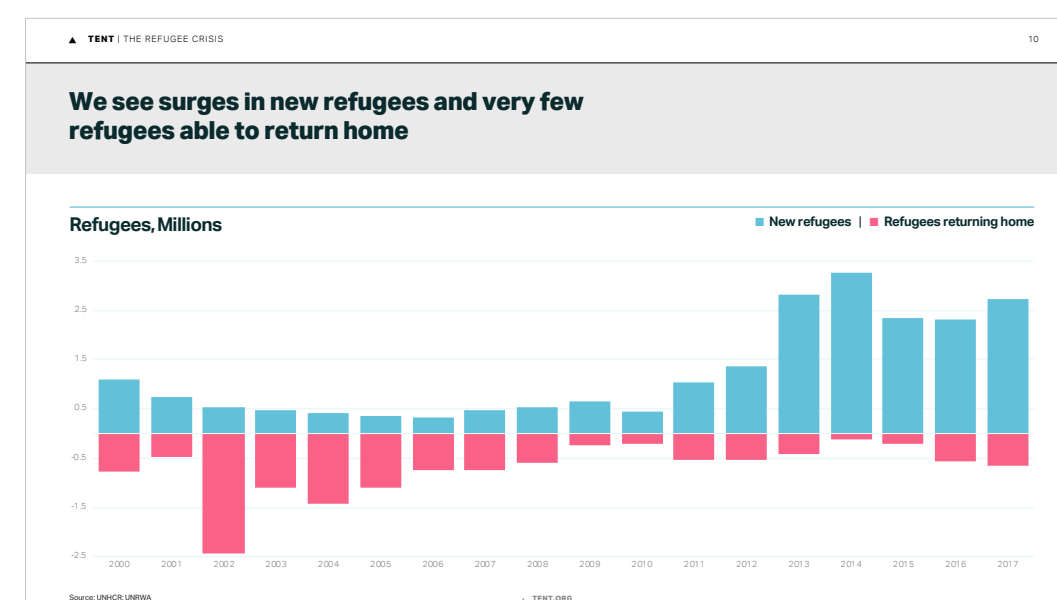
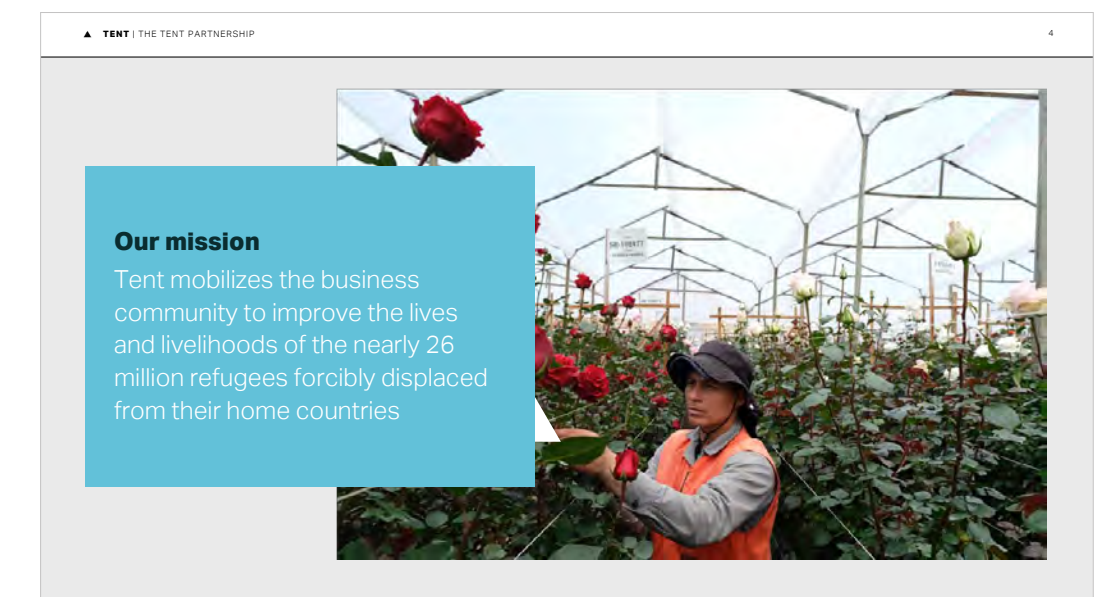
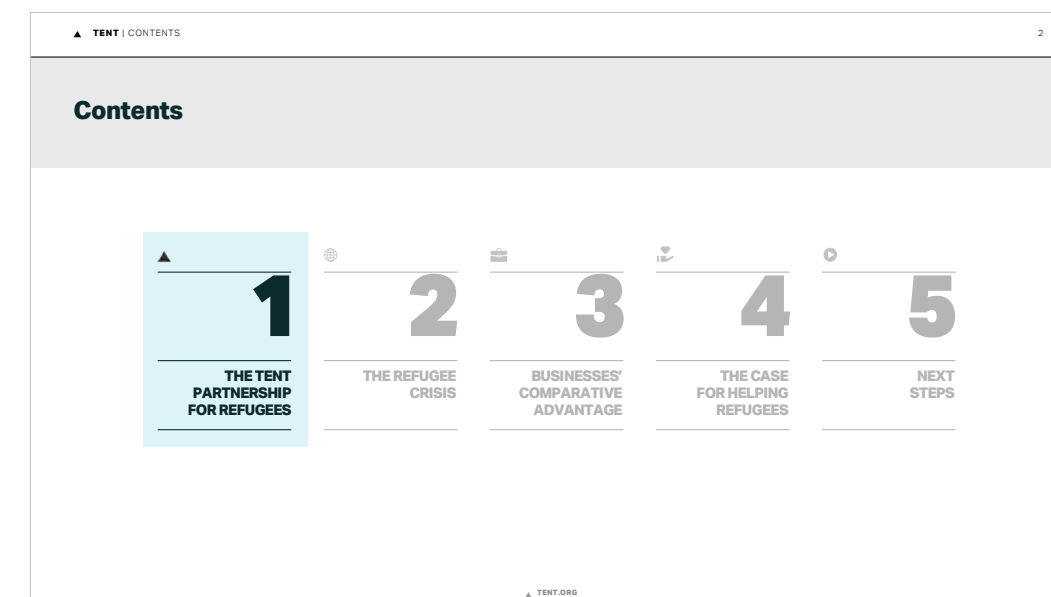
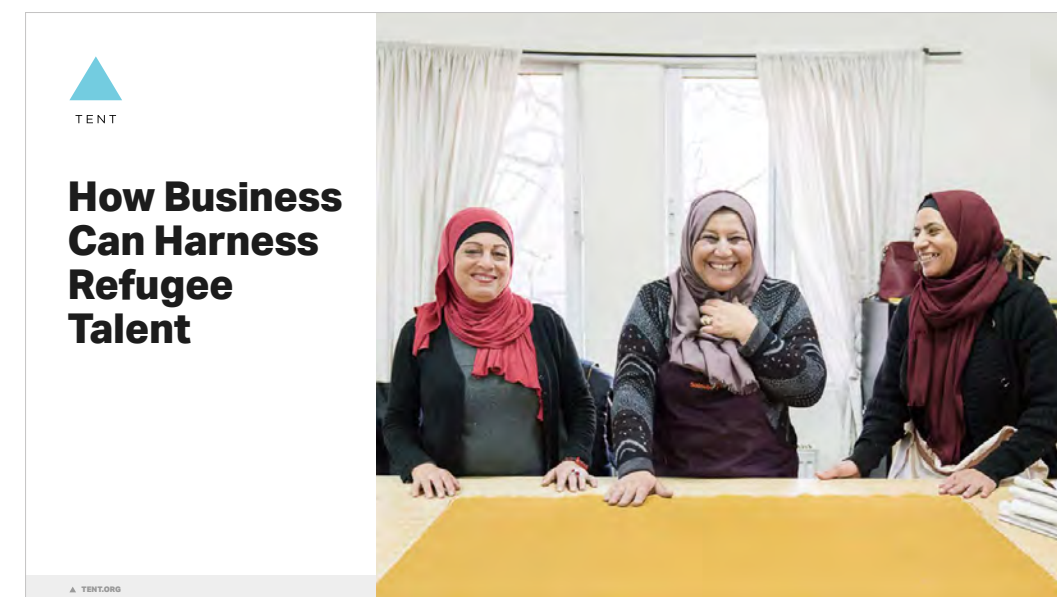
Presentations

Our presentation template includes varied styles enabling us to stay consistent when showcasing different forms of information.

Tent's primary, neutral and bright color palettes are used, although white should be the main color of use.

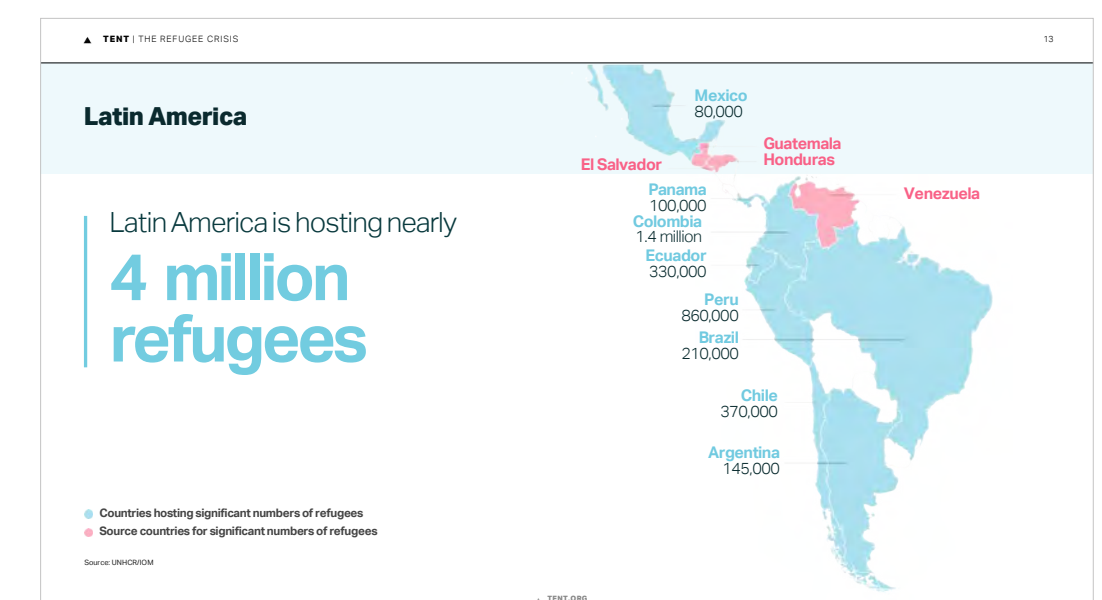
The examples show how we are minimalist in our design approach - using white space, with pings of our neutral color palette where the information we are presenting allows.

All images are samples only and should not be published. To be replaced with licensed or self produced photography. Tent does not own the rights to these images.



Businesses have the greatest impact when they leverage their core competencies to help refugees

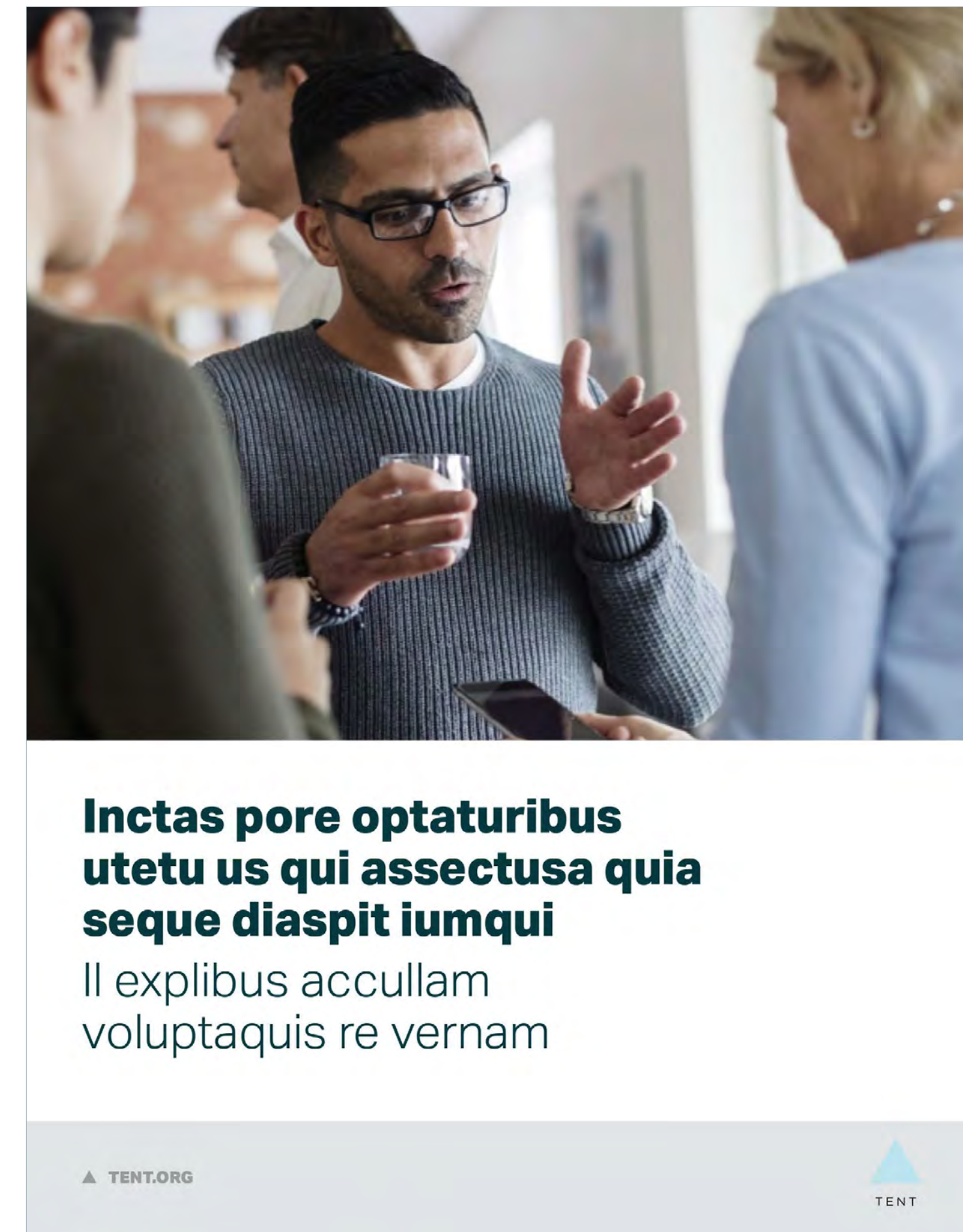
- Hiring + Training**: Integrate refugees into your workforce through hiring and training
- Supply Chains**: Leverage global supply chain and vendors to support refugees
- Entrepreneurship**: Support and enable refugee entrepreneurs and small businesses
- Service Delivery**: Tailor commercial goods + services to better reach refugee populations



Front Covers

Demonstrated here is how we build the front covers for our reports.

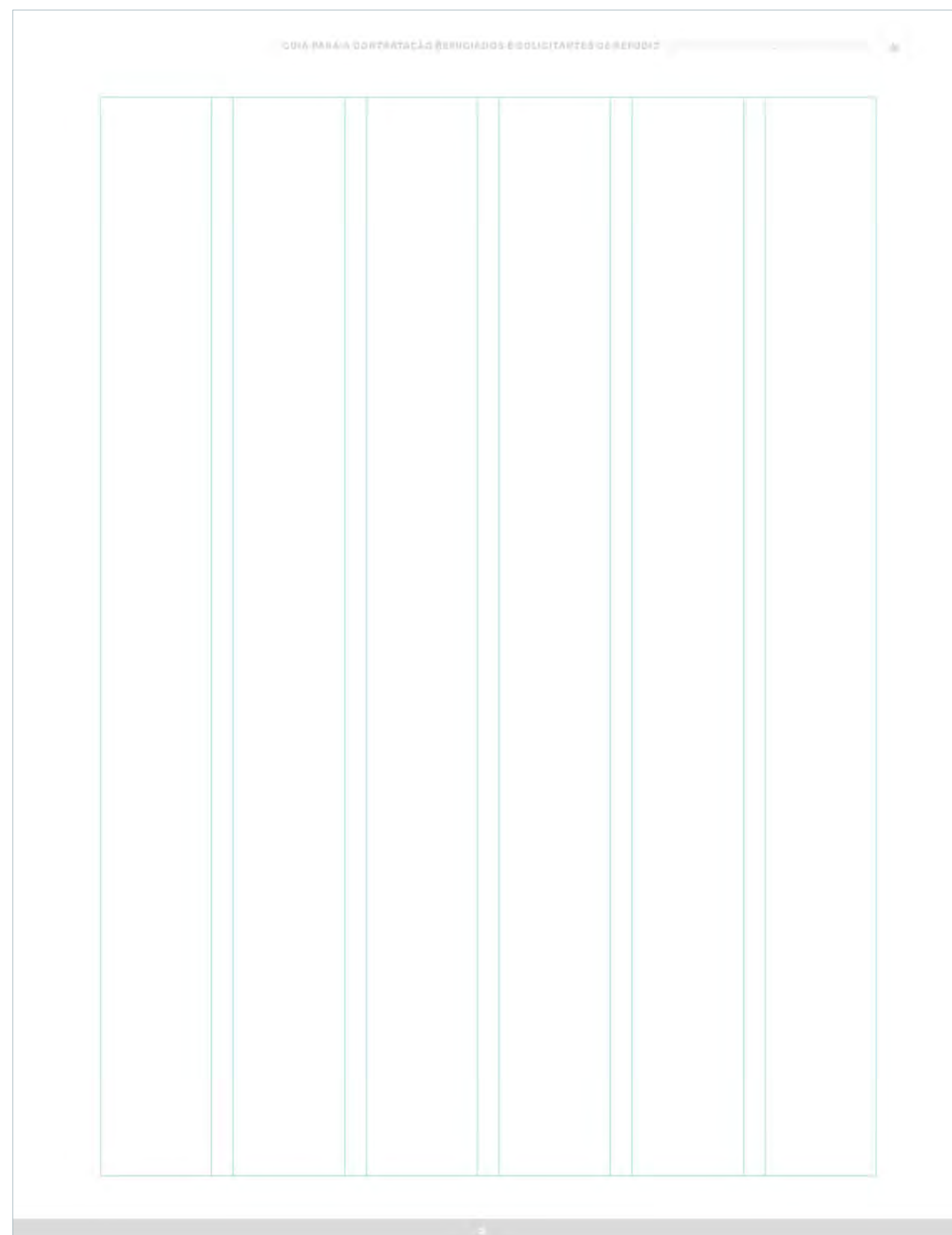
Print collateral is to be created on a six-column grid.



All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.

Report Spreads

The inside of our reports is also to be created on a six-column grid.

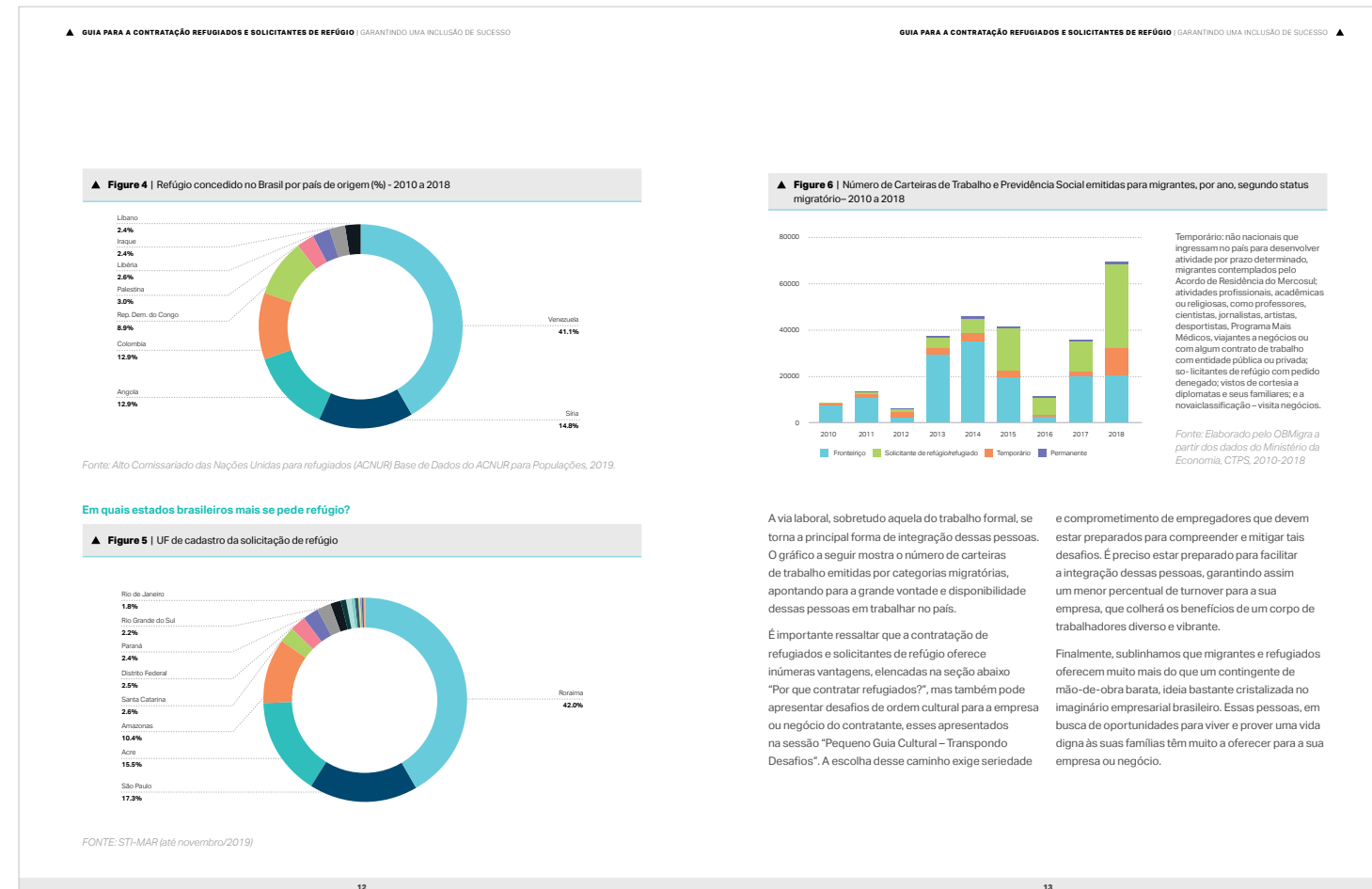


All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.



Reports

Índice		Acônimos	
ACRÔNIMOS	5	ACNUR	Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados
1. INTRODUÇÃO	6	CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
Brasil, formado e construído por migrantes e refugiados	7	CNIG	Conselho Nacional de Imigração
Ferramenta Ativa	8	CONARE	Comitê Nacional para os Refugiados
Panorama Geral da População Refugiada e Solicitante de Refúgio no Brasil Contemporâneo	8	CPF	Cadastro de Pessoa Física
2. POR QUE CONTRATAR REFUGIADOS E SOLICITANTES DE REFÚGIO?	14	CRNM	Carteira do Registro Nacional Migratório
3. COMO CONTRATAR REFUGIADOS E SOLICITANTES DE REFÚGIO?	18	DRPU	Defensoria Pública da União
Amparo Legal	19	MJSP	Ministério da Justiça e Segurança Pública
Contratações	20	MPT	Ministério Público do Trabalho
Lista de Documentos Necessários para a Formalização da Contratação de Refugiados e Solicitantes de Refúgio	20	OIM	Organização Internacional para as Migrações
Imagens Ilustrativas	21	OMS	Organização Mundial da Saúde
O que fazer quando o documento do funcionário expirar?	23	PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
4. ONDE CONTRATAR REFUGIADOS E SOLICITANTES DE REFÚGIO?	24	PF	Polícia Federal
O que fazer caso sua empresa ou negócio esteja fora das grandes capitais e tenha interesse em contratar pessoas sob a proteção da lei do refúgio?	26	RH	Recursos Humanos
5. PEQUENO GUIA CULTURAL – TRANSPONDO DESAFIOS	28	RNM	Registro Nacional Migratório
Vulnerabilidades	29	SEI	Sistema Eletrônico de Informações
Recursos Humanos	29	SISCONARE	Sistema do Comitê Nacional para os Refugiados
Dicas para uma Parceria Produtiva no Local de Trabalho	32	SISMIGRA	Sistema de Registro Nacional Migratório
APÊNDICE	36		
Exemplos de Boas Práticas	36		
Instituições Públicas Responsáveis por Questões Migratórias	37		
Instituições Públicas e Organismos Internacionais Encarregados de Questões Migratórias e Trabalhistas	37		
Sociedade Civil: Algumas Organizações de Referência que Apoiam Refugiados, Solicitantes de Refúgio e Migrantes	37		
Material Disponível para Informar e Educar Seu Time para a Questão Migratória	39		
Referências Bibliográficas	39		



1. Introdução

Morbi luctus est vel enim hendrent ornare placeret eget turpis. Proin efficitur orci sit amet feugiat scelerisque. Praesent mattis eget felis nec lacinia.

BRASIL, FORMADO E CONSTRUÍDO POR MIGRANTES E REFUGIADOS: A história do Brasil é marcada pelos fluxos migratórios que o formaram. Desde o início do processo de constituição do Estado-nação pessoas vindas de outros países, de maneira voluntária ou trazidas forçosamente, e os povos originários, trabalharam em sua construção. Ao final do século XIX e início do século XX, o país recebeu importantes fluxos migratórios. Do Japão – que enfrentava crise econômica, do Oriente Médio – formado por pessoas que, acima de tudo, buscavam liberdade religiosa e posteriormente do Chile – formado por aqueles que buscavam refúgio da ditadura militar.

Frente a este histórico, o Brasil foi o primeiro país do Cone Sul a ratificar, em 1960, a Convenção Internacional de 1951, relativa ao Estatuto do Refugiado. Foi também o primeiro da região a sancionar a lei nacional especificamente voltada para o refúgio em 1997. Em 1998 estabeleceu o CONARE – Comitê Nacional para os Refugiados – e em 1999, o Programa de Resseguramento Solidário para este mesmo público.

As migrações para o Brasil voltaram a crescer no século XXI

Já no século XXI, o Brasil acolheu diversas ondas migratórias, sobretudo de pessoas que se refugiaram no país enquanto fugiam de instabilidades políticas – angolanas, congolezes, sírios; econômicas – bolivianos, semegaleses, bengaleses; e de desastres naturais – haitianos.

O fluxo migratório mais recente é o de refugiados e migrantes venezuelanos, que já representa o maior fluxo migratório para o Brasil do século XXI. Desde 2016, nacionais da Venezuela, país fronteiriço ao norte do Brasil, vêm chegando ao país em busca de uma alternativa para a fome, a violência e a instabilidade política de seu país.

A Polícia Federal estima que cerca de 260 mil venezuelanos vivem atualmente no país. 86% (75.903) das pessoas deste grupo está em Florianópolis, 12,7% (11.657) em Manaus, e somente 9,2% (11.903) está em São Paulo, onde historicamente se concentrou a maioria dos fluxos de refugiados e migrantes internacionais no Brasil.

Olhar para a história do país nos ensina a melhor compreender a mobilidade humana, que pode ser desencadeada por fatores políticos e religiosos, mas também sociais, econômicos e ambientais. Esses fluxos podem ser observados na vida cotidiana de um país diverso e miscigenado, que tem sua identidade gajada na mobilidade. É importante, portanto, que comecemos este diálogo tendo em mente a premissa de que somos todos migrantes, como de um dos mites de uma campanha do Ministério da Justiça de combate à xenofobia.

Este é um guia que tem o objetivo de apresentar os caminhos e ferramentas para empresas ou negócios que estejam buscando contratar refugiados e solicitantes de refúgio? Para tanto, ele busca humanizar fluxos migratórios para compreendermos que esses são sempre formados por indivíduos em busca da sobrevivência e de condições mais dignas de vida. Como todos nós, essas são pessoas dotadas de direitos humanos e liberdades fundamentais, bem como responsáveis por corresponder com seus deveres no país de acolhida.

Caso sua empresa esteja fora dos grandes polos econômicos do país, é provável que você tenha mais dificuldade para encontrar alguma instituição que faça a mediação deste tipo de contratação. Neste caso, alguns caminhos podem ser tomados:

1. Entre em contato com a Tent Partnership for Refugees, que poderá auxiliar sua empresa a desenhando um plano estratégico para abordar o tema;
2. Entre em contato com alguma organização da sociedade civil listada no apêndice e veja se existe a possibilidade de se organizar um processo seletivo à distância;
3. Identifique a instituição que mais se adequou ao perfil de sua vaga, busque informar-se sobre a metodologia por ela utilizada e se organize para se deslocar até a cidade em que ela atua para realizar o processo seletivo presencialmente. Considere a necessidade de organizar também o deslocamento dos funcionários contratados;
4. Entre em contato com uma organização internacional, como o ACNUR, e peça orientação;
5. Tem sido cada vez mais comum grupos de refugiados e solicitantes de refúgio se organizarem através de coletivos ou associações com o objetivo de se manterem próximos e articulados dentro da comunidade em que estão inseridos. Busque informações sobre esses coletivos para que através deles também possa se conectar com potenciais candidatos para sua vaga.

Seja agente ativo da mudança em sua sociedade. Informe-se e leve a informação para a sua cidade, respondendo, assim, com ciclos de desinformação e xenofobia.

O QUE FAZER CASO SUA EMPRESA OU NEGÓCIO ESTEJA FORA DAS GRANDES CAPITAIS E TENHA INTERESSE EM CONTRATAR PESSOAS SOB A PROTEÇÃO DA LEI DO REFÚGIO?

Dada a urgência com que precisamos estabelecer um meio de subsistência para si e para as famílias que muitas vezes ficaram em seus países, esses indivíduos geralmente estão dispostos a se locomover, se estabelecer em novas localidades, e até mesmo a aceitar trabalhos que impliquem deslocamento constante.

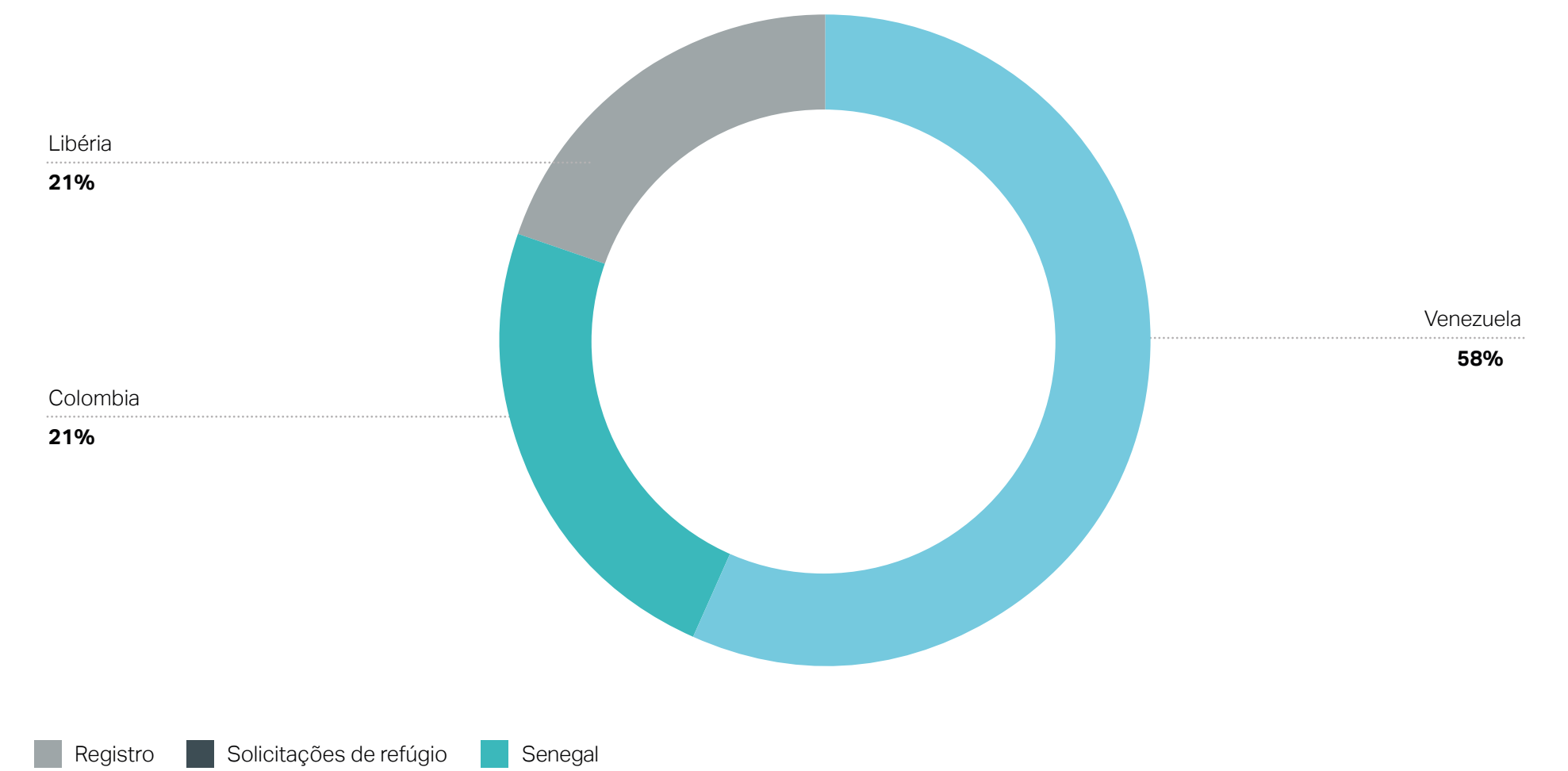
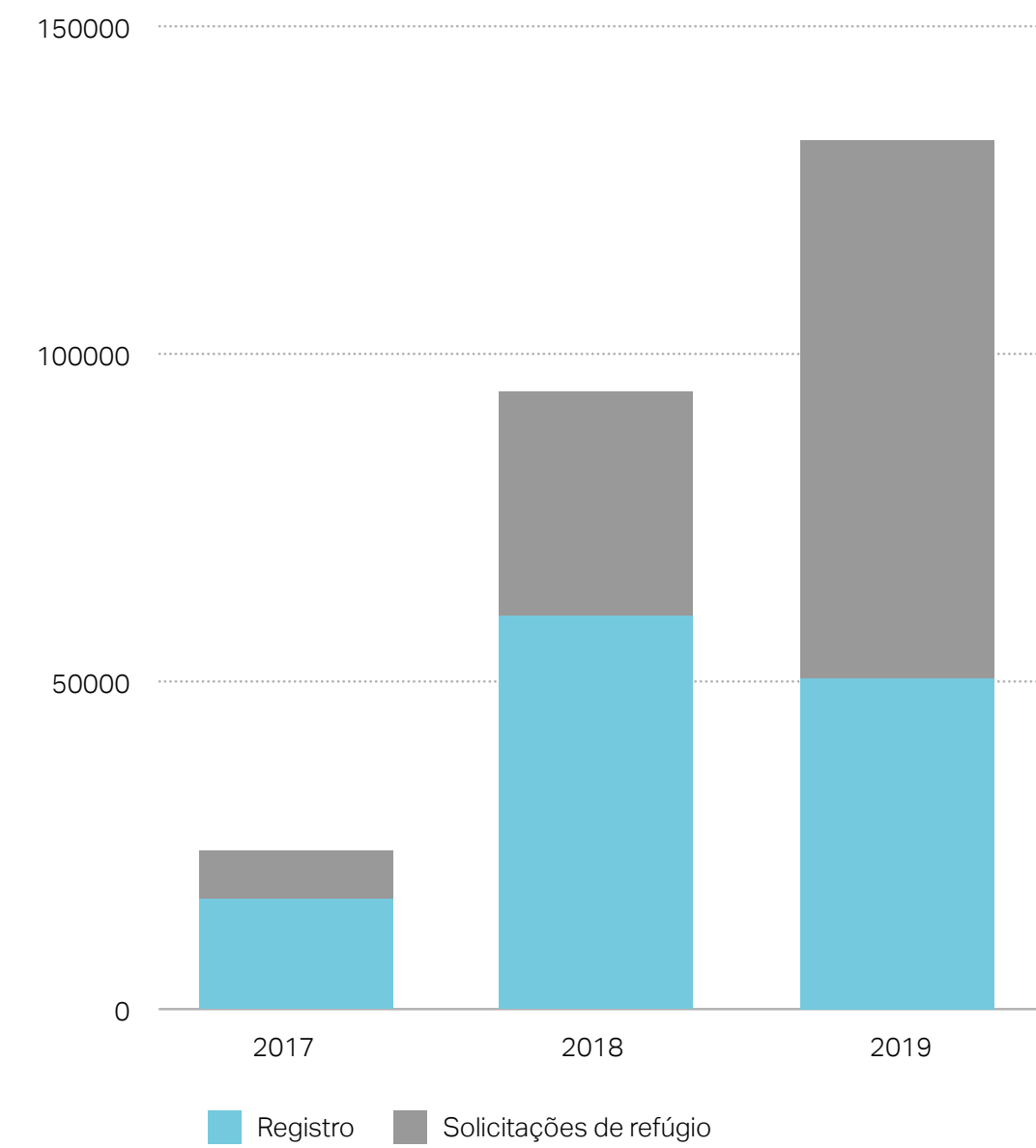
All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.

Infographics - Color



Single-Shade Diagrams

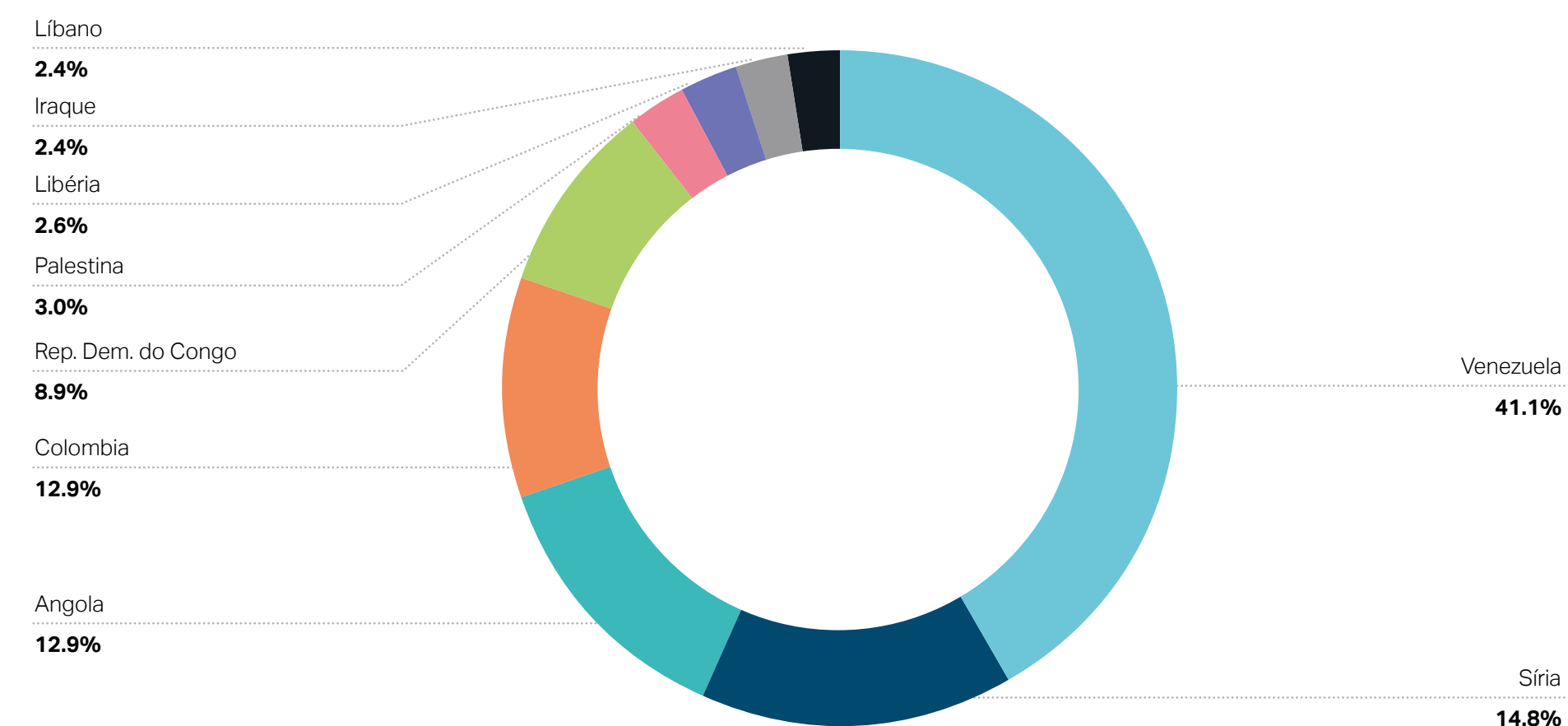
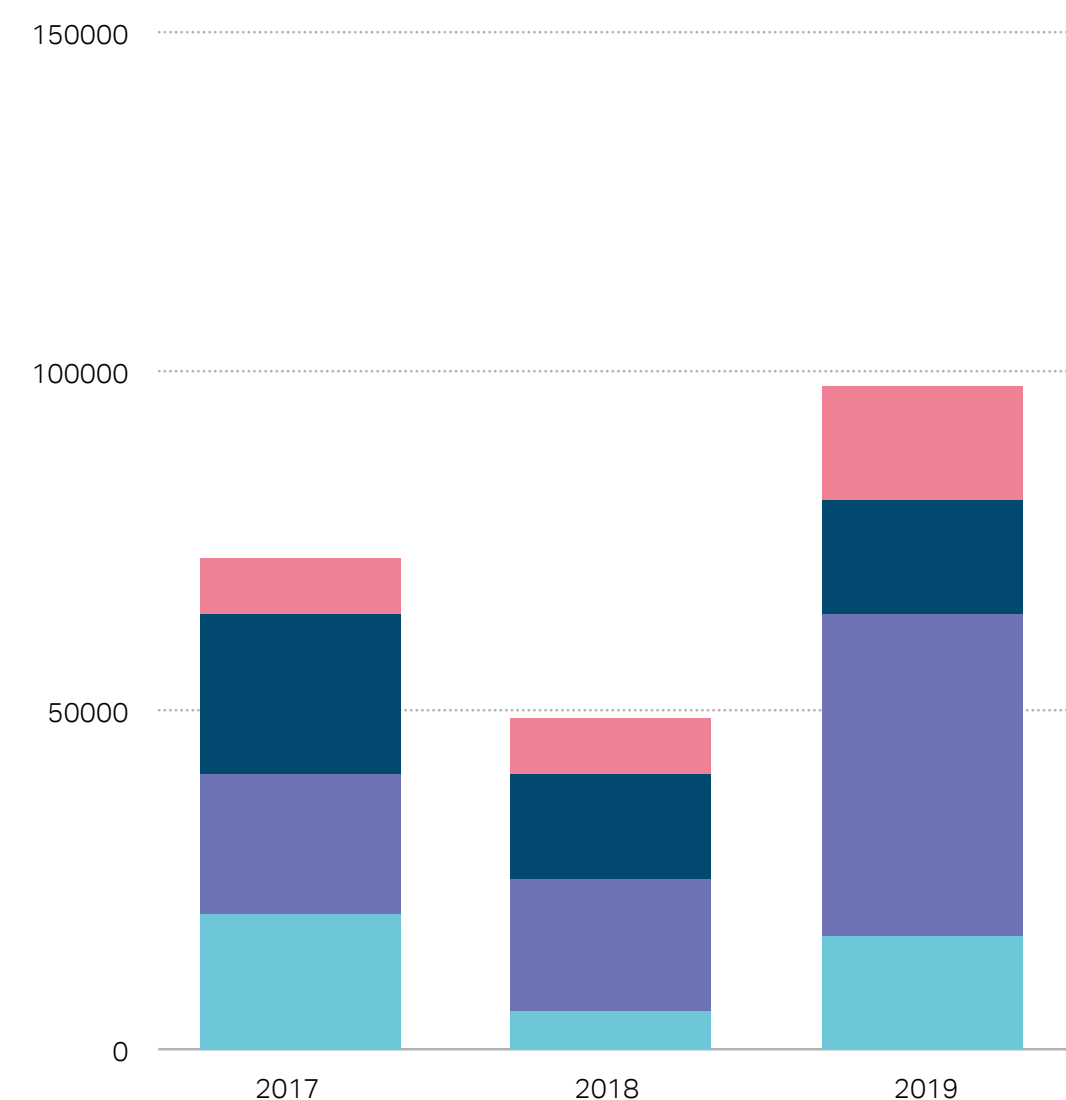
Tent's bright color palette and color shades should be used for diagrams. Ensure that if you have multiple diagrams per page, the same shades should be used across the diagrams.



Multi-Shade Diagrams

In the case of diagrams with more than three data points, please use a combination of our primary color palette and our bright color palette.

If there are more than seven data points, the neutral color palette can also be introduced so that each data point has a unique color and is easy to identify.

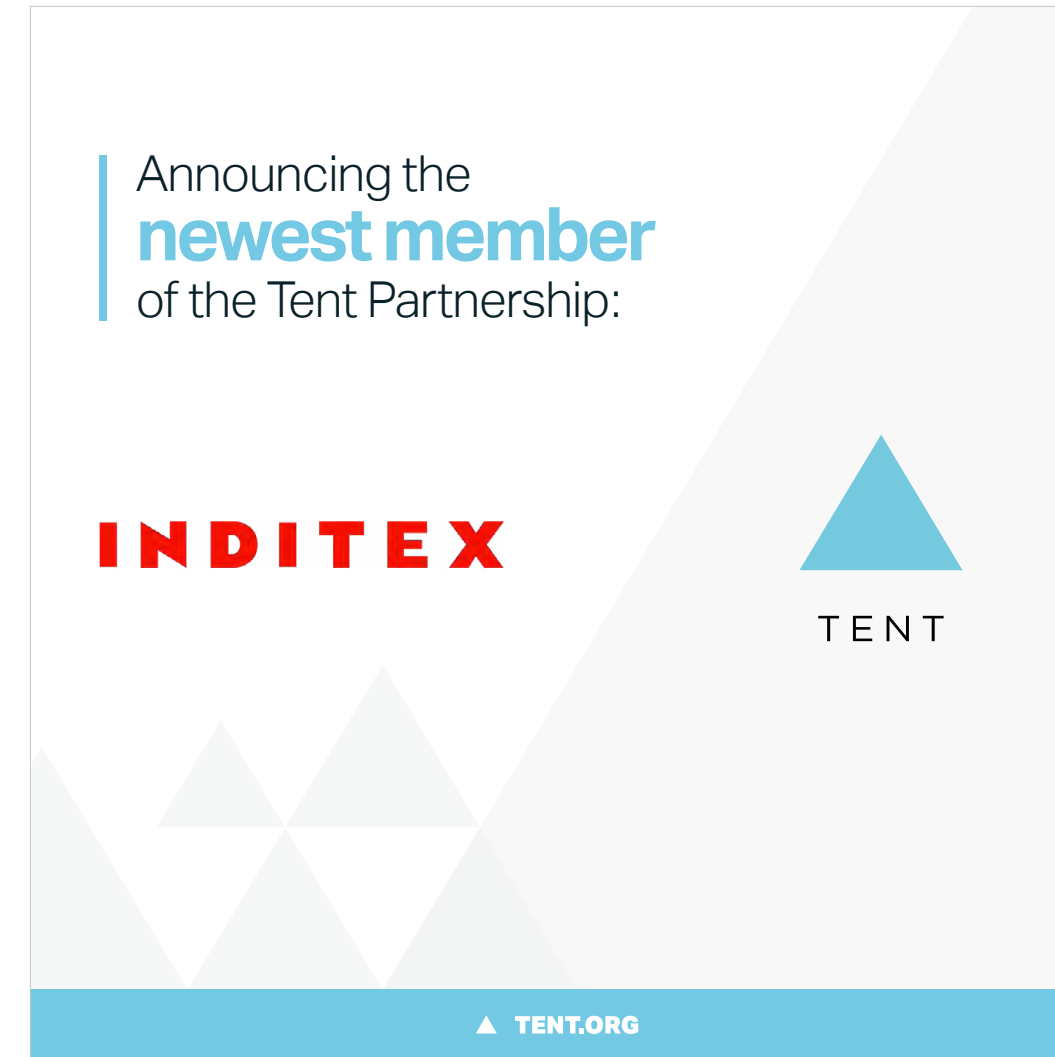
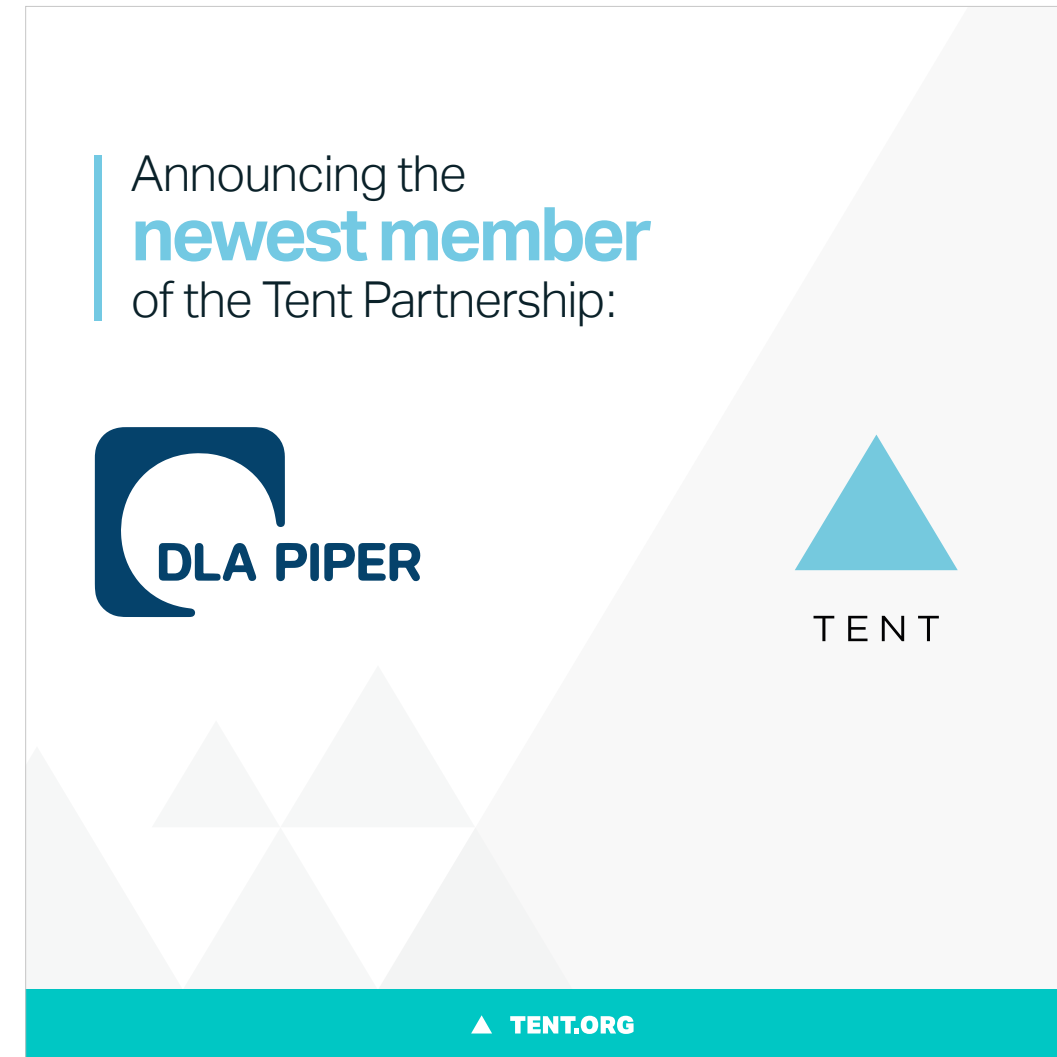


Social



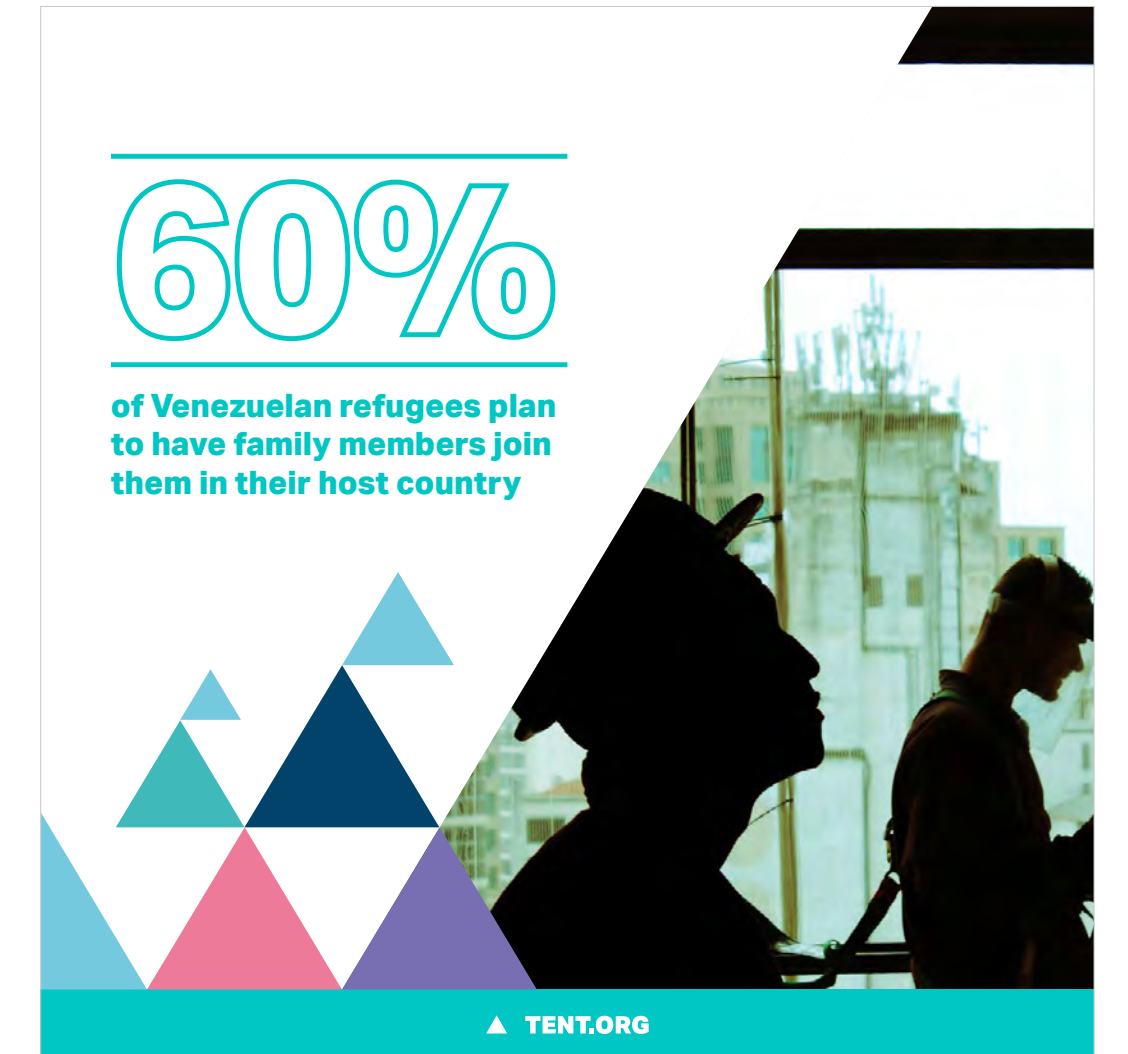
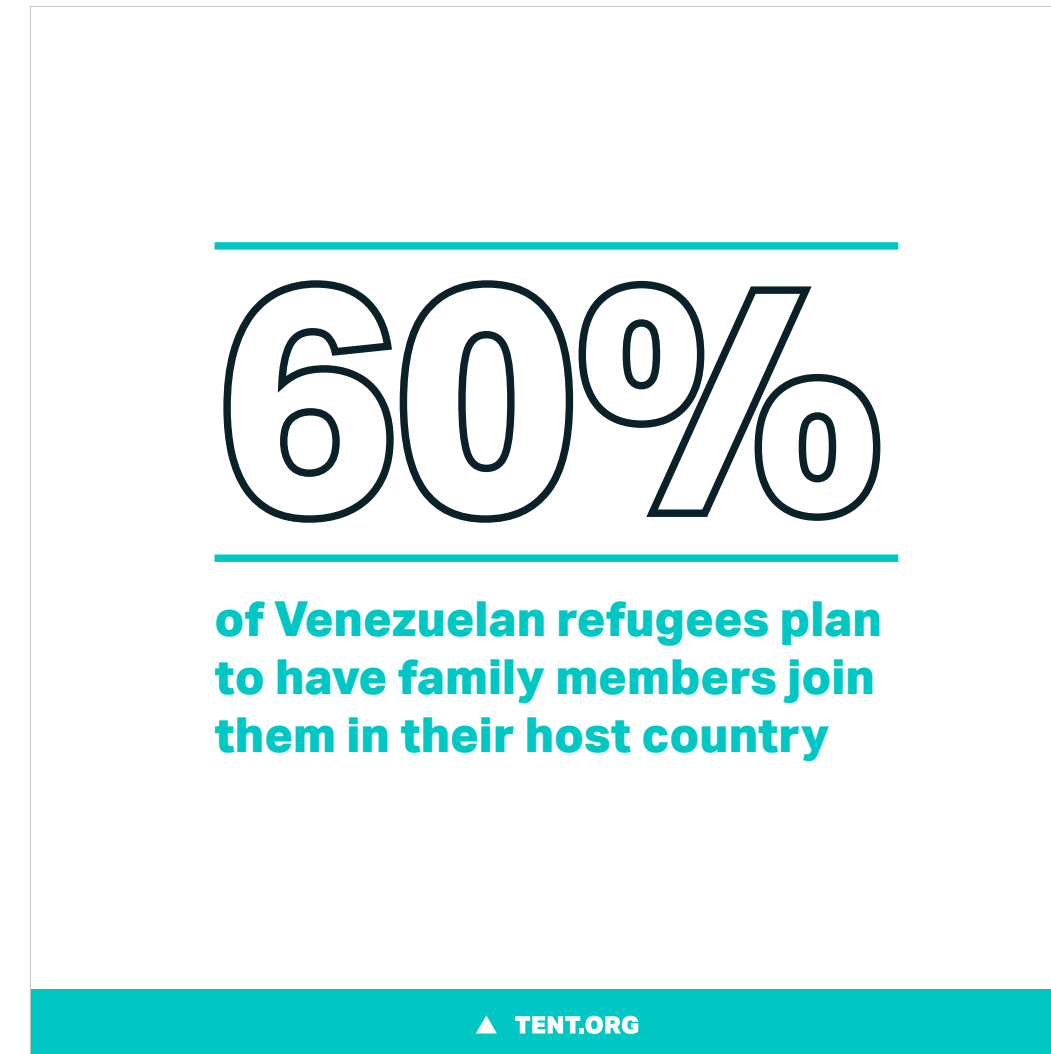
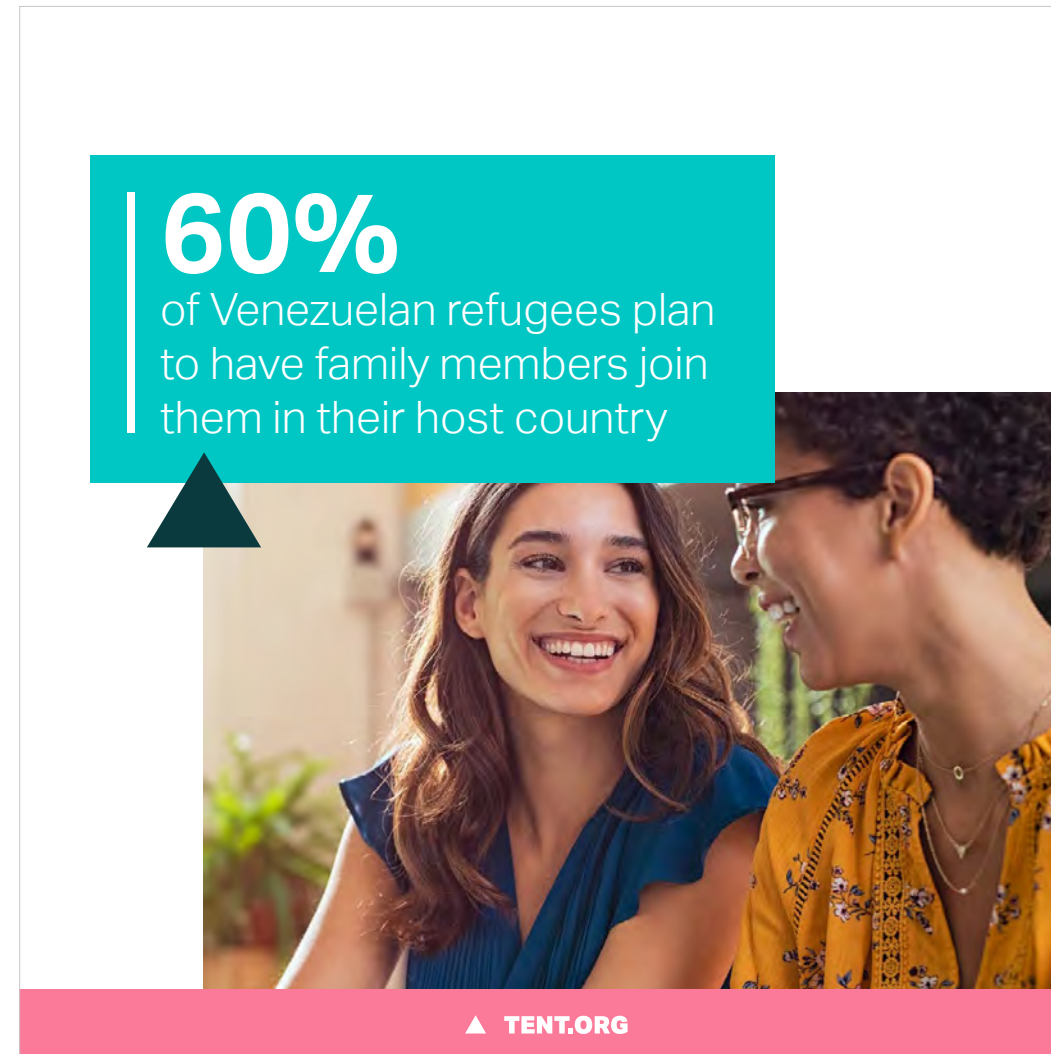
Social

Partnership Announcements



Social

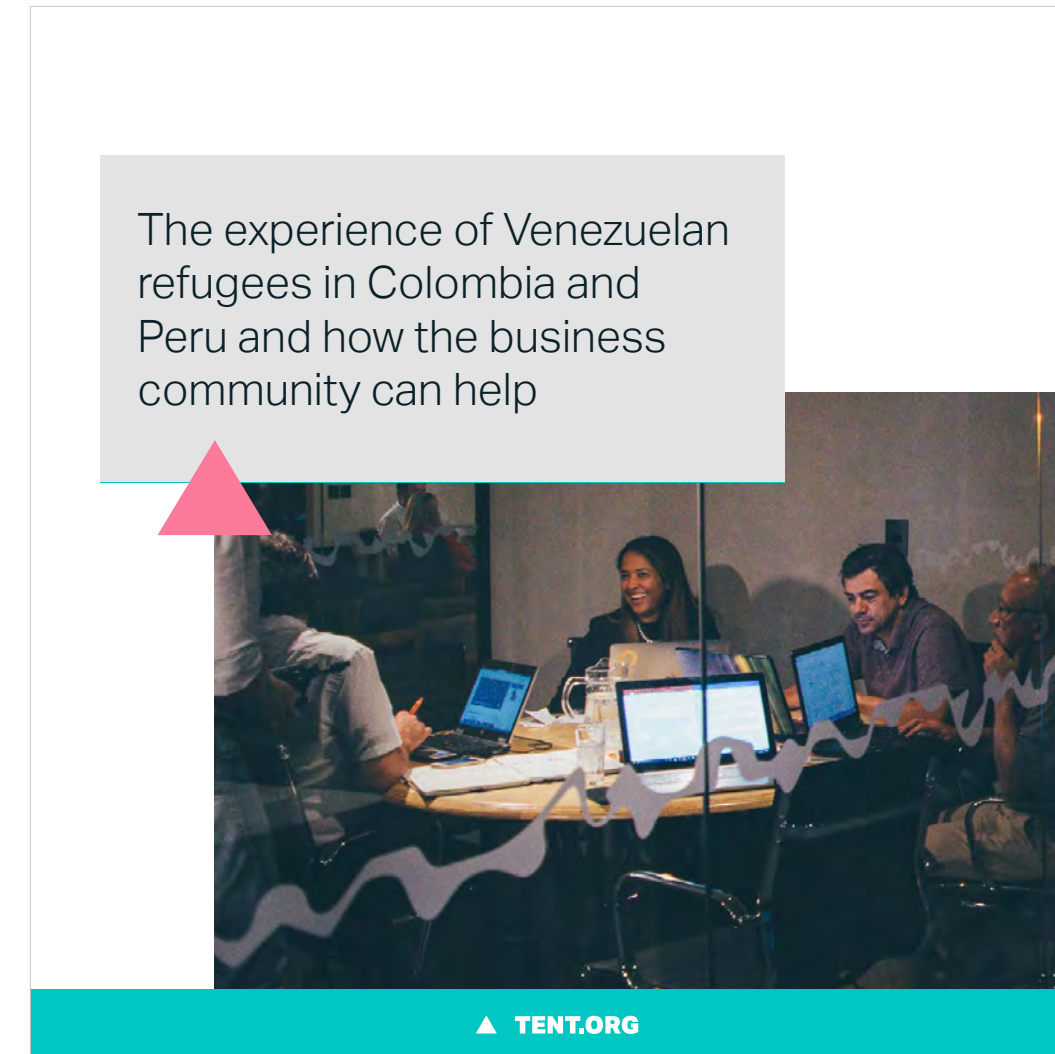
Stat Cards



All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.

Social

Photo Card w/ Text



All images are samples only and should not be published.
To be replaced with licensed or self produced photography.
Tent does not own the rights to these images.

Social

Report Launch Card



Quote Card

