

DOSSIER DE PROJETO 2

Identidade visual de uma marca tecnológica





PESQUISA

NORTH VPN

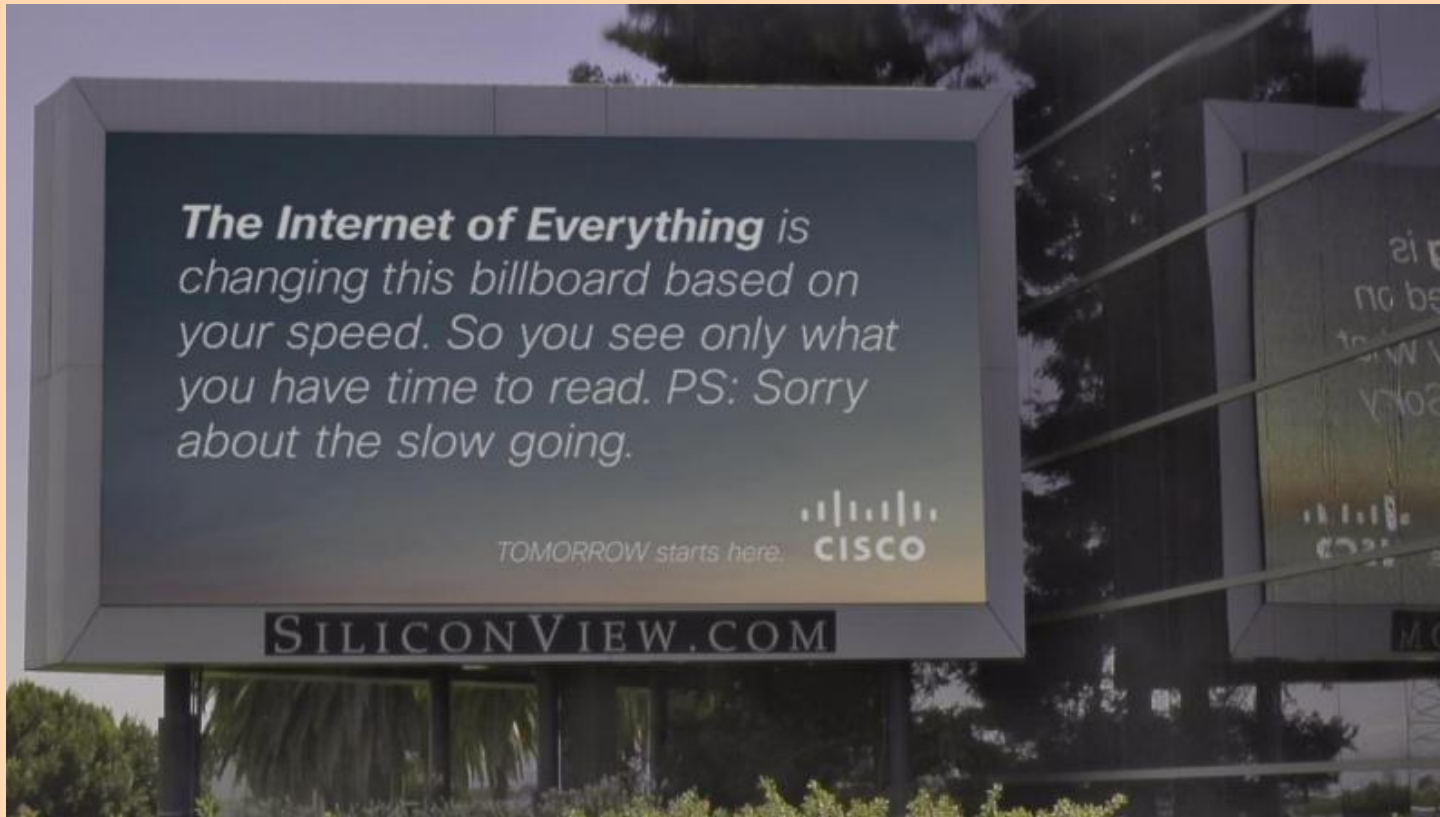


A NordVPN é reconhecida globalmente como uma das maiores empresas no setor de soluções de privacidade online, com especialização em VPN, proteção de identidade digital e encriptação de dados. O foco primordial da marca é garantir que a navegação dos utilizadores seja segura, anónima e eficazmente protegida contra hackers, monitorização e espionagem digital.

A sua campanha de billboard mais emblemática foi exibida em Times Square sob o nome “Talk to a Hacker”. Nesta iniciativa, hackers éticos interagiam diretamente com o público para demonstrar a simplicidade com que se pode aceder a dados pessoais que estão expostos online.

O objetivo central do billboard era alertar para a falsa sensação de segurança e, consequentemente, incentivar a adoção de soluções robustas de proteção digital. A mensagem transmitida de forma impactante era: “Os teus dados podem estar mais expostos do que imaginas.”

CISCO



A Cisco é uma líder tecnológica global, reconhecida pelas suas soluções de hardware e software de rede e por ser uma das pioneiras e principais impulsionadoras do conceito “Internet of Everything” - IoE.

Numa demonstração do poder e da aplicação do IoE, a empresa instalou um billboard interativo. Este painel promovia o conceito do IoE, alterando dinamicamente o seu conteúdo com base na velocidade do tráfego que passava no local. O objetivo da tecnologia era assegurar que os condutores apenas visualizavam a mensagem que tinham tempo real para ler, um facto que era reforçado pela própria mensagem no painel.

O principal objetivo desta ação era demonstrar, de forma prática e inteligente, a aplicação do IoE em cenários quotidianos, como a gestão do fluxo de trânsito.

A mensagem central, “TOMORROW starts here”, posicionava ainda a Cisco como a impulsionadora de um futuro tecnológico totalmente conectado, adaptável e relevante.

HISCOX



A Hiscox é uma seguradora internacional, com uma forte especialização em seguros de risco especializado, incluindo seguros para pequenas empresas e, crucialmente, seguros contra ciberataques.

Numa campanha de publicidade exterior, a Hiscox instalou um billboard que funcionava como um medidor de ameaças em tempo real. O painel exibia graficamente o número crescente de ataques digitais diários.

A mensagem principal era imediatamente perceptível e alarmante, acompanhada por um contador que mostrava o número total de ataques a servidores no dia, reforçando a dimensão constante da ameaça.

O objetivo desta intervenção era educar e alertar o público — especialmente os proprietários de pequenos negócios — para a prevalência e o risco real dos cibercrimes. A Hiscox posicionava-se, assim, como a solução indispensável, transmitindo a sua promessa.

PALO ALTO



A Palo Alto Networks é uma líder global em cibersegurança, especializada em soluções avançadas de firewalls e segurança na cloud, focando-se na prevenção de ciberataques para empresas e organizações em todo o mundo.

Numa campanha de marketing que capitaliza a crescente preocupação com as ameaças digitais potenciadas pela IA, a empresa utilizou um billboard para promover a sua nova tecnologia. A peça publicitária focava-se no lançamento do Cortex Cloud, uma solução de segurança na cloud em tempo real alimentada pela sua própria tecnologia de IA, a Precision AI.

A mensagem procurava sublinhar que as defesas tradicionais são insuficientes no panorama atual, onde os atacantes já utilizam IA. A campanha tinha como objetivo principal posicionar a Palo Alto Networks como a parceira de cibersegurança de eleição destacando a sofisticação da sua tecnologia encorajando as empresas a adotarem o futuro da segurança na cloud.

CYBERARK



A CyberArk é líder global em Segurança de Identidade, especializando-se na proteção do acesso privilegiado e na prevenção de ataques que resultam de credenciais roubadas ou do erro humano.

Numa campanha exterior poderosa e minimalista, o painel apresenta uma figura humana enquadrada num triângulo de néon, transmitindo um sentimento de alerta.

O foco primordial da peça publicitária é o fator humano como a maior vulnerabilidade na cibersegurança. O conceito central é que, ao contrário dos softwares que podem ser corrigidos após a descoberta de uma falha, o erro de um utilizador é uma falha constante e incontornável. A mensagem sublinha a necessidade de proteção para além das defesas tradicionais.

O objetivo desta campanha era posicionar a CyberArk como a solução que mitiga o risco mais intratável da era digital, protegendo identidades e acessos privilegiados. Ao resolver o problema inerente à falibilidade humana.

The background is a solid light orange color. It features two large, dark brown, wavy, organic shapes that resemble stylized leaves or petals. These shapes are positioned on the left and right sides of the frame. Overlaid on these dark shapes are thin, white, wavy lines that follow the contours of the dark areas, creating a layered, ethereal effect. In the center of the image, the word "CONCEITO" is written in a white, serif, all-caps font.

CONCEITO