

# Guia

somos **coop** 



**SomosCoop:**  
o cooperativismo  
mais unido e mais  
forte em todo o Brasil.

O SomosCoop foi criado para identificar, ressignificar e dar visibilidade ao cooperativismo no país. O Sistema OCB é seu principal representante, mas é só com o engajamento das cooperativas que o nosso movimento ganha força.



**Propósito:** a razão de existir, o objetivo. É como a causa pretende contribuir para a sociedade.

## PROPÓSITO DO COOPERATIVISMO

Transformar o mundo em um lugar mais justo, feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos.

**Este guia traz  
um resumo das  
principais diretrizes  
de comunicação do  
nosso movimento.**

O conteúdo que você vai encontrar aqui tem o objetivo de inspirar e nortear as expressões SomosCoop. O uso consistente da identidade do movimento é muito importante, porque contribui para a força e o reconhecimento da causa cooperativista. Aproprie-se da nossa linguagem e espalhe nossa ideia por aí.

Para saber mais sobre o movimento, as novidades e fazer *download* de materiais prontos, acesse **somos.coop.br**

## **Principais objetivos de comunicação**

- Facilitar o entendimento sobre o cooperativismo, trabalhando na sua ressignificação.
- Despertar o sentimento de orgulho e pertencimento nos cooperados.
- Estimular a intercooperação.

# Sumário

GUIA SOMOSCOOP

1

Marca SomosCoop **13**

2

Convivência de marcas **35**

3

Carimbo SomosCoop **49**

4

Linguagem visual SomosCoop **65**

5

Linguagem verbal SomosCoop **83**



# 1.

## **Marca SomosCoop**

Conheça alguns dos conceitos que guiaram a criação da nossa marca e as diretrizes para utilizá-la na comunicação da sua cooperativa ou unidades estaduais do Sistema OCB. São diferentes versões e possibilidades de aplicação para facilitar e inspirar a sua participação na divulgação do movimento.

A marca gráfica SomosCoop está alinhada, estratégica e visualmente, com o movimento cooperativista internacional COOP. Por isso, traz seu logotipo como parte da marca. Junto à palavra *coop*, vem o *somos*, responsável por congrega os brasileiros ao movimento. A palavra *somos* é construída a partir da tipografia Intro e garante uma marca harmônica, humana e inclusiva.

A marca é composta por dois importantes símbolos: o elo, presente em *coop*, que reflete a essência do cooperativismo, e a bandeira do Brasil dentro de um círculo, que identifica o movimento no país.



## Assinatura versão positiva

O movimento SomosCoop conta com seis possibilidades de assinaturas para uso em fundos de **cor branca**. O uso preferencial é da versão horizontal simples ou com *tagline*.

- 👁 **Esses exemplos de assinatura se aplicam para versões em cor e monocromática, e seus desdobramentos: positiva e negativa.**

versão horizontal

versão vertical

assinatura  
simples

somoscoop

somos  
coop

assinatura  
com *tagline*  
(topo)

Somos o  
cooperativismo  
no Brasil  
somoscoop

Somos o  
cooperativismo  
no Brasil  
somos  
coop

assinatura  
com *tagline*  
(base)

somoscoop  
Somos o  
cooperativismo  
no Brasil

somos  
coop  
Somos o  
cooperativismo  
no Brasil

## 1.3

## Assinatura versão negativa

O movimento SomosCoop conta com seis possibilidades de assinaturas para **fundos escuros**. O uso preferencial é da versão horizontal simples ou com *tagline*.

- 👁 Esses exemplos de assinatura se aplicam para versões em cor e monocromática, e seus desdobramentos: positiva e negativa.

versão horizontal

versão vertical

assinatura  
simples

somoscoop»

somos  
coop»assinatura  
com *tagline*  
(topo)Somos o  
cooperativismo  
no Brasil  
somoscoop»Somos o  
cooperativismo  
no Brasil  
somos  
coop»assinatura  
com *tagline*  
(base)somoscoop»  
Somos o  
cooperativismo  
no Brasilsomos  
coop»  
Somos o  
cooperativismo  
no Brasil

**SOBRE FUNDOS COM AS CORES INSTITUCIONAIS**

Para aplicações sobre fundos com as cores do movimento, deve-se utilizar preferencialmente a versão da marca em cores; já as versões monocromáticas devem ser escolhidas nos casos em que:



**Há o comprometimento da leitura com a marca em cores.**



**Há restrições de reprodução, como serigrafia.**

versões  
em cores



versões  
monocromáticas



### **SOBRE FUNDOS COLORIDOS DIVERSOS**

Deve-se utilizar preferencialmente a versão monocromática sobre fundos variados (cores não institucionais).

É importante observar:



**Para tons escuros e médios, utilize a marca monocromática versão negativa.**



**Para tons claros, utilize a marca monocromática versão positiva.**



### SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Quando for aplicar a marca gráfica sobre fundos fotográficos, recomenda-se observar os seguintes pontos de atenção:



**Escolha um espaço limpo, respeite a área de proteção e evite que elementos causem ruídos à leitura da marca.**



**Tenha atenção com o contraste e a legibilidade da marca ao escolher a versão colorida ou monocromática.**



**Não aplique a marca sobre fundos fotográficos complexos.**



## Redução máxima

Visando a legibilidade dos elementos da marca gráfica SomosCoop, foi definida a redução máxima para aplicações da marca impressa.



**A redução máxima da marca SomosCoop tem como referência o tamanho mínimo da marca “coop”: 12mm.**

**Para versões da marca com *tagline*, a referência da redução máxima da marca “coop” é de 14mm.**

**Não é permitida a aplicação da marca em dimensões inferiores a essas.**

### Reduções máximas: assinaturas SomosCoop simples



### Reduções máximas: assinaturas SomosCoop com *tagline*



## 1.8

## Área de proteção

A área de proteção da marca SomosCoop tem a função de resguardá-la da interferência de outros elementos gráficos, como textos e imagens, garantindo legibilidade, integridade e impacto desejado.

O espaço marcado com um “x”, equivalente à altura da letra “c” de “coop”, é a distância mínima a ser mantida em torno da marca.

As medidas são referentes à altura da letra “c” de “coop”.



## Assinatura conjunta

Para a convivência próxima entre marcas, deve-se respeitar a hierarquia entre elas; e o movimento SomosCoop, na maioria das vezes, endossa outras marcas. Sendo assim, o SomosCoop deve vir à direita ou abaixo de marcas endossadas por ele. Veja, ao lado, os exemplos.

A distância mínima entre as marcas deve respeitar duas vezes a altura “x” de “coop”. E a escolha pela assinatura horizontal ou vertical deverá ser feita pela harmonia do conjunto, assim como pela definição do peso visual entre as marcas.

### Veja os exemplos:



Alinhamento central dos logotipos (visando equilíbrio visual)



A marca da cooperativa pode ter mais destaque que a marca SomosCoop



Alinhamento central dos logotipos (visando equilíbrio visual)



A marca da cooperativa pode ter mais destaque que a marca SomosCoop

## Usos incorretos

A marca é um dos pontos de contato mais importantes na identidade do movimento SomosCoop. Ela contribui para a construção de um significado maior para o cooperativismo e seu reconhecimento.

É importante manter sua integridade, consistência e evitar a banalização de seu uso. Ao lado, apresentamos usos incorretos.

**!** Em caso de dúvidas ou em situações especiais, entre em contato com a comunicação do Sistema OCB pelo e-mail: [contato@somos.coop.br](mailto:contato@somos.coop.br)

**👁** Veja, abaixo, os exemplos incorretos:

FESTA JUNINA  
SOMOSCOOP



Não utilizar a marca para dar nome a eventos

somos  
coop



Não redimensionar elementos da marca

somos  
coop



Não alterar elementos da marca

somoscoop



Não alterar a cor da marca e elementos



## 2.

### **Convivência de marcas**

Aqui, você vai ver como as marcas do movimento e da sua cooperativa podem funcionar juntas e mostrar todo o potencial do cooperativismo. São quatro possibilidades de convivência que você confere nas páginas seguintes.



### **Marca SomosCoop como PROTAGONISTA:**

É quando você inclui a marca da sua cooperativa nos materiais já produzidos pelo nosso movimento. Na Central da Marca, você encontra várias peças disponíveis para *download*.

### **Marca SomosCoop como ASSINATURA CONJUNTA:**

Quando as duas marcas dividem a assinatura da comunicação.

### **Marca SomosCoop como APOIO:**

Quando a marca SomosCoop endossa as comunicações da sua cooperativa, mostrando como o seu negócio faz parte de um movimento muito maior.

### **Carimbo SomosCoop:**

Um carimbo criado para identificar e fortalecer o cooperativismo no Brasil. Você pode aplicá-lo em seus produtos e serviços.

## 2.1

## SomosCoop como protagonista

Quando o movimento SomosCoop é o principal tema da expressão, sua identidade tem destaque. Na Central da Marca, é possível encontrar um enxoval de peças do movimento. As unidades estaduais do Sistema OCB e cooperativas podem e devem fazer uso delas.

Nesses casos, o SomosCoop é o protagonista, e a outra marca entra como uma associação ao movimento.

**!** Para mais informações sobre aplicação da marca SomosCoop, consulte o capítulo 1 deste guia.

### Convivência de marcas



A marca da cooperativa é assinada na área predeterminada, na versão positiva e em cores.



Não altere cores, fontes ou formas, pois, neste caso, a identidade que se destaca é a do SomosCoop.



## SomosCoop como apoio

Uma unidade estadual do Sistema OCB ou cooperativa pode aplicar a marca do movimento SomosCoop em campanhas ou ações que já estiver realizando.

Quando o movimento não é o protagonista, além de entrar com menos destaque, ele pode assumir a cor da marca da instituição ou do material a ser impresso, para não haver concorrência pela atenção.

**! Quando o movimento for um apoio, usar a marca SomosCoop convivendo com a marca da instituição.**



Exemplo de uso da marca **monocromática** em material de comunicação.

Exemplo de uso da marca **colorida** em brinde promocional.



### Convivência de marcas



Esta aplicação da marca SomosCoop é utilizada em peças de comunicação, promocionais e institucionais.

A marca SomosCoop tem flexibilidade para assinar a versão colorida ou a monocromática na cor da identidade da cooperativa.

## 2.3

## SomosCoop assinatura conjunta

Uma unidade estadual ou cooperativa pode aplicar a marca do movimento SomosCoop em conjunto à sua marca. Em casos de convivência de marcas muito próximas, como em materiais institucionais, é importante atentar para as regras de assinatura conjunta. Nesses casos, existem distâncias mínimas para a área de proteção.

**! Para mais informações sobre aplicação da marca SomosCoop, consulte o capítulo 1 deste guia.**



As marcas da cooperativa e do movimento SomosCoop estão em equilíbrio visual.

2.4

## SomosCoop **carimbo**

O carimbo SomosCoop tem cor e símbolos proprietários que identificam e qualificam os produtos e serviços das cooperativas do Brasil associadas ao Sistema OCB.

**!** Para mais informações sobre a aplicação do carimbo SomosCoop, consulte o capítulo 3 deste guia.



Convivência de marcas



O carimbo tem flexibilidade de aplicação de cor.



## 2.5

Usos incorretos de **convivência**

Atente para os exemplos que **não devem ser cometidos**, ilustrados neste capítulo.

- ! **Caso tenha alguma dúvida em relação à aplicação da marca SomosCoop ou do carimbo SomosCoop, entre em contato com a unidade do Sistema OCB em seu estado.**



Não assine embalagens, uniformes, frotas ou algum elemento que identifique de forma primária serviços ou produtos de cooperativas com a marca SomosCoop.



Não altere cores, estilo das formas ou fonte das peças SomosCoop como **protagonista**.



Não assine peças de comunicação promocionais com o carimbo SomosCoop.



Não assine peças de comunicação promocionais com a marca SomosCoop em mais destaque do que a marca da cooperativa.



# 3.

## **Carimbo SomosCoop**

O carimbo SomosCoop pode ser usado em produtos, serviços e comunicações das cooperativas. Ajuda a divulgar o cooperativismo, mostrando sua presença e relevância no mercado nacional e internacional.

## 3.1

## Carimbo SomosCoop

O carimbo SomosCoop está alinhado, estratégica e visualmente, com o movimento cooperativista internacional “coop”.

Ele é composto por dois importantes símbolos: um box com cantos arredondados e a palavra SomosCoop com a bandeira do Brasil dentro de um círculo que identifica serviços e produtos feitos no país. O carimbo tem uma forma própria para ter boa aplicação, garantir leitura e contribuir para identificação e reconhecimento.

Carimbo SomosCoop



O carimbo SomosCoop conta com três possibilidades de assinaturas (simples, *tagline* e com *QR code*).

A assinatura simples é a mais versátil e pode ser utilizada em várias aplicações, como: embalagens, cartões etc. As assinaturas com *tagline* e *QR code* são versões mais completas, pois trazem mais informações, porém é preciso atentar para regras de redução máxima.

Carimbo SomosCoop simples

Carimbo com *tagline*Carimbo com *QR code*

## 3.3

## Aplicações versões

O carimbo SomosCoop tem flexibilidade de aplicação. É possível mudar sua cor para que ele entre em sintonia com as cores da marca ou tons que prevaleçam na embalagem e materiais gráficos. Para que o carimbo tenha sua leitura garantida, é preciso estar atento ao contraste.

**!** É importante estar atento à legibilidade do carimbo.

Carimbo SomosCoop

Cor predominante  
embalagem ou  
materiais gráficos

Versão adequada

Cor predominante  
embalagem ou  
materiais gráficos

Versão adequada



## Exemplos:



O carimbo tem flexibilidade de aplicação de cor: pode assumir a cor da identidade da cooperativa, tons próximos ou mesmo ser usado nas cores institucionais SomosCoop.

## 3.4

## Redução máxima

Visando a legibilidade dos elementos do carimbo SomosCoop, foi definida a redução máxima para suas aplicações.



A redução máxima do carimbo SomosCoop tem como referência o tamanho mínimo da marca “coop”: 12mm.

Para versões do carimbo com *tagline* ou *QR code*, a redução máxima é de 37mm e 48mm, respectivamente. A ideia, mais uma vez, é garantir a leitura.

Não é permitida a aplicação do carimbo em dimensões inferiores a essas.

### Redução máxima: carimbo SomosCoop simples:



### Reduções máximas: carimbo com *tagline* e carimbo com *QR code*:



## 3.5

## Área de proteção

A área de proteção do carimbo SomosCoop tem a função de resguardá-lo da interferência de outros elementos gráficos, como textos e imagens, garantindo a sua legibilidade, integridade e impacto desejado. O espaço marcado com um “x”, equivalente à altura da letra “c” de “coop”, é a distância mínima a ser mantida em torno da marca.



Fique atento aos exemplos apresentados ao lado. Eles trazem aplicações incorretas, que não devem ser feitas.

**!** Em caso de dúvidas ou em situações especiais, entre em contato com a comunicação do Sistema OCB pelo e-mail: [contato@somos.coop.br](mailto:contato@somos.coop.br)



Não alterar elementos da marca.



Não alterar a cor e elementos que fazem parte do carimbo.



Não utilizar o carimbo na mesma cor da embalagem.



Não distorcer ou acrescentar qualquer outro elemento ao carimbo.



# 4.

## Linguagem visual **SomosCoop**

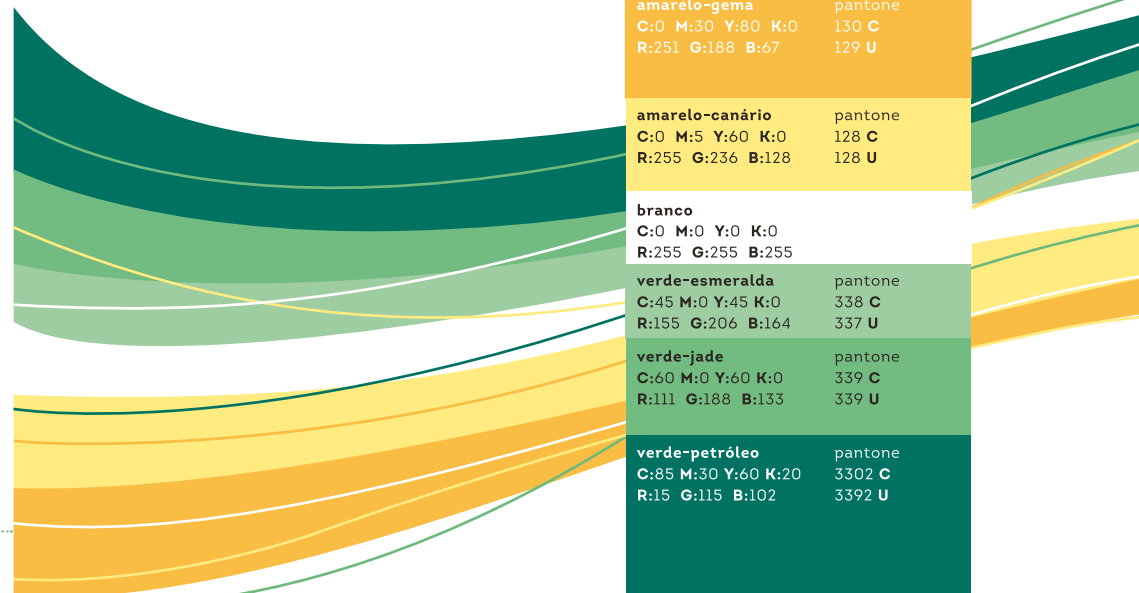
Paleta de cores, tipografia, fotografia, conheça todos os elementos da nossa linguagem, seus conceitos e diretrizes de aplicação. A nossa identidade visual é a forma como as pessoas vão enxergar o movimento e o cooperativismo no Brasil. Cuide bem dela.

## 4.1

## Paleta de cores

A paleta de cores do movimento tem inspiração na bandeira no Brasil e no símbolo do Sistema OCB (pinheiros verdes num círculo amarelo).

Entretanto, os tons utilizados não são exatamente os mesmos, eles são uma releitura e trazem um aspecto mais contemporâneo e proprietário para o movimento.



A família tipográfica Intro foi escolhida para representar o movimento. É ela que vai dar voz e forma aos textos do SomosCoop.

Uma tipografia que combina funcionalidade com cuidado, uma família equilibrada, humana e com personalidade.

A família tipográfica Intro é licenciada, por isso é preciso adquirir o direito de uso da fonte.


[www.linotype.com](http://www.linotype.com)



black book  
bold light  
regular thin

**Os registros fotográficos do SomosCoop trazem a força vital do movimento: as pessoas. Elas que fazem o cooperativismo acontecer e são protagonistas dessa história.**

As fotografias mostram prioritariamente mais de uma pessoa, reforçando a ideia de cooperação. Em casos especiais, podemos apresentar apenas um personagem, mostrando a sua história, e o conceito da cooperação deverá ser reforçado nos textos. É importante que essas pessoas sejam fotografadas de forma espontânea.



A ideia é buscar uma luz inspiradora e revelar cores vibrantes, reforçando a vivacidade do movimento.

Em suma, as fotos refletem os pilares do movimento por meio das técnicas e temas, que são apresentados nos exemplos a seguir, nas próximas páginas.



## COLABORAÇÃO

Fotos que deixam claro que a força coletiva é importante para crescimento e conquistas.

Ângulos e planos inusitados trazem um novo olhar e valorizam o espírito de cooperação.



## CUIDADO

O registro fotográfico de pessoas em ação, de algo sendo feito com cuidado.

Foco e desfoque ajudam a direcionar o olhar para o que importa na imagem.





### VOZ ATIVA

Um movimento com voz ativa se reflete na imagem de pessoas que se comunicam, que se entendem, que cooperam.

Registros que reforçam a importância da troca e do diálogo, com uma luz ambiente que ajuda a inspirar e contagiar com a mensagem.



### INSPIRAÇÃO

Fotografias ligadas conceitualmente ao tema cooperação servem como inspiração para reflexão.

Invasão de luz, profundidade de campo, *close* e nuances de cores são algumas possibilidades para trazer um ar mais inspirador às imagens.

## Padronagem

As padronagens têm origem no entrelaçamento das linhas do grafismo. A espessura das linhas é aumentada para gerar maior peso gráfico à composição.

Trazemos uma composição com as cores do movimento SomosCoop. O dinamismo das linhas transmite a ideia de caminhos que se cruzam, reforçando a proposta de uma rede colaborativa.

**! A composição das linhas é flexível, não havendo um forma rígida para acontecer.**



As ilustrações têm origem nos **elementos formais: as linhas**. Elas são ativas e se transformam, são ricas em possibilidades e significados. Desenhos simples e inspiradores que transmitem sua mensagem com clareza e leveza. Desenhos que contribuem para a ideia da rede e conexões presentes no cooperativismo.

somoscoop



Linhas nos tons verde-claro, verde-escuro e amarelo envolvem, abraçam e inspiram movimento. Elas traduzem o cooperativismo em forma de um grafismo dinâmico: linhas orgânicas, que se movimentam com cuidado, promovendo encontros, lembrando uma rede colaborativa.





# 5.

## Linguagem verbal SomosCoop

Aqui você vai encontrar informações para inspirar todos aqueles que trabalham para divulgar o cooperativismo e o movimento SomosCoop a partir da produção de conteúdo. Vamos unificar o estilo para que todos tenham uma só voz: clara e forte.

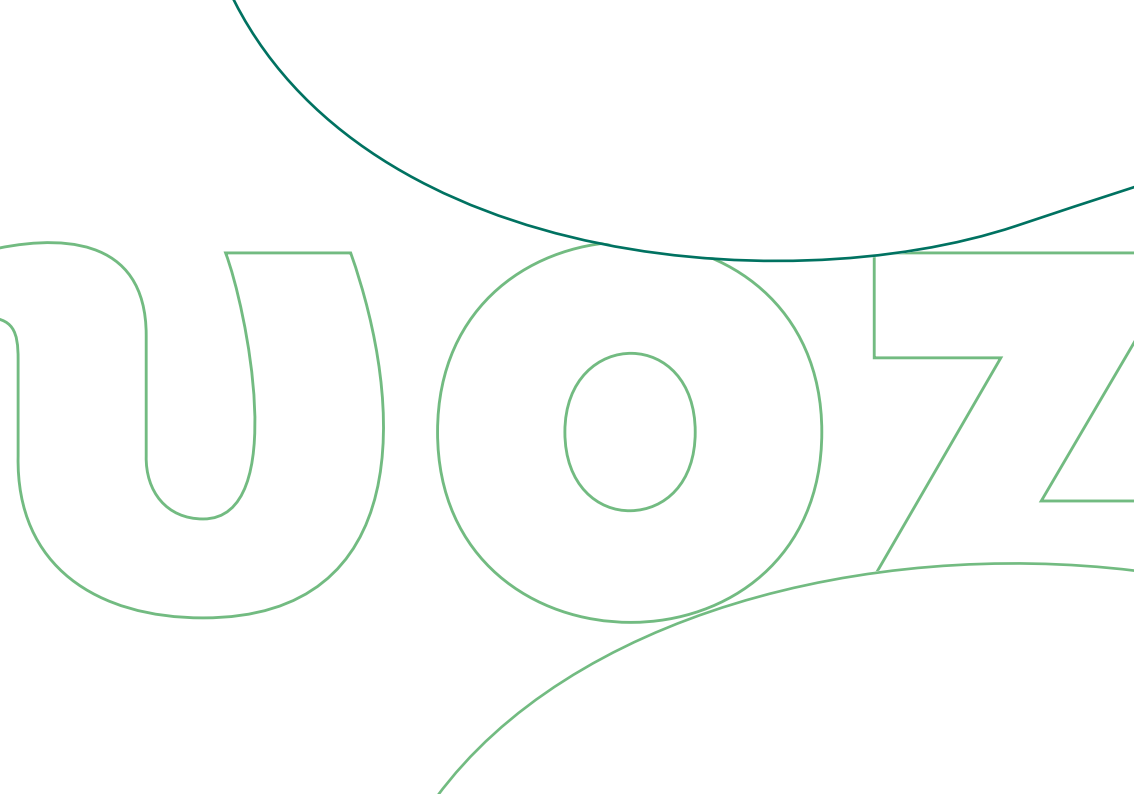


## O que é tom de voz?

### É como a nossa marca fala.

Sem um tom de voz definido, nossa comunicação vai sempre depender de quem está passando a mensagem na hora. Cada um vai imprimir o seu jeito de falar ao discurso, e a nossa marca nunca terá uma voz proprietária.

Contar com uma identidade verbal é ter personalidade, unidade e força. É definir um padrão de comunicação capaz de transparecer os nossos valores e a nossa proposta enquanto modelo de negócio. Este guia é uma ferramenta para aplicarmos a nossa identidade verbal no dia a dia do nosso trabalho.



## **Como definimos a identidade verbal?**

Ela é definida a partir de um processo que vai desvendar a personalidade que a marca já tem e traduzi-la em um manual de tom de voz.

A marca ganha uma ferramenta para criar conteúdos e construir mensagens em qualquer canal.

Como não poderia deixar de ser, os atributos do SomosCoop estão diretamente relacionados à filosofia do cooperativismo. Conheça, nas próximas páginas, um pouco mais sobre a nossa essência e quais são as melhores estratégias para comunicarmos tudo o que somos, queremos e podemos fazer.

## A essência SomosCoop

Nosso movimento foi criado para ressignificar e fortalecer o cooperativismo no Brasil, e o discurso é uma ferramenta fundamental para fazer isso acontecer. A nossa comunicação precisa transparecer os principais atributos da marca:

**Cuidadosa:** acolhe, orienta.

**Colaborativa:** agrega, desenvolve.

**Voz Ativa:** positiva, inteligente.

**Inspiradora:** resiliente, transformadora.



## Os ingredientes do discurso

Foi a partir dessa essência que criamos ingredientes para inspirar e compor o nosso tom de voz e suas diversas formas de expressão.

- **Didático:** falar de forma simples, direta e explicativa. Transformar informações densas em textos mais acessíveis.

Ex.: Mais que um modelo de negócios, o cooperativismo é uma filosofia de vida que mostra que é possível unir desenvolvimento econômico e desenvolvimento social, produtividade e sustentabilidade, o individual e o coletivo.

# Próximo

- **Próximo:** falar no coletivo com uma linguagem mais humana, mais leve, reforçando uma das principais características do cooperativismo: o fazer junto.

Ex.: Quando a gente realiza um trabalho voluntário, ganha muito mais do que doa: valores, respeito, fortalecimento do espírito de equipe e mais habilidades.

- **Porta-voz:** fala em nome do cooperativismo, coloca-se como uma referência sobre o assunto e inspira e convida pessoas a conhecer e fazer parte do nosso modelo de negócio. Tem um propósito claro.

Ex.: Trabalhamos para conectar pessoas em torno do cooperativismo e transformar o mundo em um lugar mais feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos.



- **Ampliador de consciência:** lembra que tudo funciona em rede, que somos interdependentes. Informa sobre a importância de um mundo mais justo e equilibrado e coloca o cooperativismo como meio para alcançar tudo isso.

Ex.: Vivemos em rede. O que um faz sempre interfere na vida do outro. Os melhores resultados vêm quando o todo trabalha pelo todo. Isso não só é possível, como já é realidade para milhões de brasileiros. Uma realidade com cada vez mais oportunidades.

- **Equilíbrio:** mostra os dois lados do cooperativismo: o competitivo e o colaborador, o pessoal e o organizacional. Podemos explorar esse equilíbrio para contemplar diversos tipos de pessoas e ideais.

Ex.: O cooperativismo coloca do mesmo lado a sustentabilidade e a produtividade, o meu e o nosso, a leveza e o impacto.

- **Otimista:** enquanto todos destacam o que está errado com o mundo ou sonham com um planeta melhor, o movimento SomosCoop mostra o que pode ser feito agora. É propositivo.

Ex.: Ser cooperativista é saber que somos todos um só. É acreditar que só é possível ter um mundo justo e equilibrado quando o desenvolvimento econômico e social andam de mãos dadas. Mais do que acreditar nisso, ser cooperativista é trabalhar por isso.

# Histórias Reais

- **Convite:** o movimento SomosCoop deve sempre fazer um convite, chamar para a ação, estimular o engajamento. A ideia é aproveitar as oportunidades para instigar as pessoas a saber mais, a fazer parte do movimento, a apoiar o cooperativismo etc.

Ex.: Venha conhecer mais sobre a nossa forma de transformar o mundo.

- **Histórias reais:** ao trabalhar com histórias reais, conseguimos mostrar como o cooperativismo funciona na prática e exemplificar o potencial que o nosso modelo de negócio tem de impactar a vida das pessoas e das comunidades. É também uma forma de inspirar mais pessoas a fazer parte do nosso movimento.

Ex.: “O cooperativismo me ajudou a construir uma nova realidade, para mim e para minha família. E, assim, a gente foi transformando e melhorando a comunidade inteira.”  
(depoimento de um cooperado)

## Mas como isso funciona na prática?

### Passo a passo

#### 1. Conheça e experimente todos os ingredientes

No início, este guia será seu companheiro inseparável, mas, com a prática, você vai se apropriando, e usar um tom de voz com a essência SomosCoop ficará cada vez mais natural. Sempre que precisar criar algum texto ou passar qualquer mensagem, pegue o guia, passeie pelos ingredientes e inspire-se para construir o seu discurso.

#### 2. Identifique o seu público

Perceba que, dependendo do público para o qual a comunicação se destina, alguns atributos da marca se sobressaem. Você pode se guiar pelo quadro da página seguinte na hora de escolher os ingredientes para criar o discurso.

Cuidadora/Prestativa		Guerreira/Ativista	
Cuidadora Acolhe Orienta	Colaborativa Agrega Desenvolve	Voz ativa Positiva Inteligente	Inspiradora Resiliente Transformadora
Como age com os mais próximos		Como se mostra para o mundo, espalha e concretiza seu ideal	
Cooperativas Cooperados Funcionários Comunidades		Sociedade civil Imprensa Poder público	
Elementos para seu discurso		Elementos para seu discurso	
Somos Juntos Vamos Todos Cooperativismo Compartilhar Trabalho	Unir forças Caminho Construir Conquistas Meta Agregar	Escolha Equilíbrio Mundo Diferença Cooperativismo Solução Desenvolvimento	Possível Realizações Brasil/país Economia Social Impacto

### 3. Considere também o meio da mensagem

Assim como uma pessoa conversa de maneiras diferentes no ambiente de trabalho, com os amigos, com os pais ou com os filhos, além de pensar no público, a marca adapta o seu discurso às situações, ao meio de comunicação, sem nunca perder a sua essência.

Nas redes sociais, por exemplo, é possível ser ainda mais leve do que em um boletim informativo. No entanto, vamos sempre nos lembrar de que, ainda que a mensagem esteja sendo enviada para uma instituição, nosso destinatário é sempre uma pessoa, e o objetivo é criar conexões. Não é possível ser coloquial o tempo todo, mas isso não significa que seja preciso falar difícil para sermos respeitados ou respeitosos.

## Como a informação se desdobra nos diferentes meios

### **Informação principal**

Oportunidade para as cooperativas brasileiras do setor frutícola se inscreverem em feira na Espanha.

### **Notícia**

Cooperativas de produtores de frutas têm a chance de participar de feira na Espanha. A participação contará com o apoio do governo, e as cooperativas podem se inscrever até 18 de junho.

### **Redes sociais**

O cooperativismo brasileiro vai desembarcar na Espanha. Se a sua cooperativa produz frutas, tem a chance de ir com a gente.

Inscrições até 18 de junho.

Nas redes sociais, a interação com outros usuários é tão importante quanto a publicação de conteúdo. Respostas aos comentários, curtir e comentar outros perfis, tudo isso é essencial para conquistar mais engajamento para a nossa causa.

# SomosCoop

## 4. Coloque a mão na massa

Com ingredientes, público-alvo e meio de comunicação em mente, você está pronto para falar em nome do nosso movimento. Se a palavra tem poder, imagine quando todos nós falamos juntos.

## SomosCoop - é assim que se escreve o nome do movimento

Nosso nome precisa ser escrito com o primeiro S e o C em caixa-alta e não pode ser desmembrado em duas palavras. SomosCoop se escreve sempre junto, como todos nós no cooperativismo.

**! Conte com a comunicação do Sistema OCB para colocar em prática o jeito SomosCoop de falar sobre o cooperativismo brasileiro. Em caso de dúvidas ou em situações especiais, entre em contato pelo e-mail: [contato@somos.coop.br](mailto:contato@somos.coop.br)**

## Anotações

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Anotações

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



VEM COM A GENTE  
**somos.coop.br**

