

MANUAL DE MARCA

somoscoop»

ABRIL DE 2024 | VERSÃO 1.0



O SomosCoop é um movimento que nasceu com o objetivo de despertar o orgulho de quem é coop e conectar pessoas que acreditam na força do trabalho coletivo.

Os movimentos vão além de uma campanha de comunicação. Eles são articulados, colaborativos, inspiradores e representam o propósito de muitas pessoas que defendem uma causa. E a nossa causa é o cooperativismo.

Queremos que o cooperativismo seja mais conhecido e reconhecido na sociedade.

O nosso **propósito** é transformar o mundo em um lugar mais justo, próspero e com melhores oportunidades para todos.

ESTE MANUAL APRESENTA AS PRINCIPAIS DIRETRIZES DO NOSSO MOVIMENTO

Aqui você encontra um conteúdo objetivo que inspira e norteia as expressões da marca SomosCoop, com o principal objetivo de promover a imagem do cooperativismo no Brasil. O uso consistente da identidade do movimento é importante porque contribui para a força e o reconhecimento do coop.

O SomosCoop é uma marca registrada do Sistema OCB, e este uso é compartilhado com as cooperativas que estão registradas e regulares com a OCB. Em caso de dúvidas sobre autorização para uso da marca, entrar em contato com a Gerência de Comunicação e Marketing do Sistema OCB, pelo canal: **comunicacao@ocb.coop.br**

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

Aproprie-se da linguagem SomosCoop e promova o coop por aí!



SUMÁRIO

1 DIRETRIZES DA MARCA SOMOSCOOP	5	2 INGREDIENTES VISUAIS	33	3 INGREDIENTES DO TOM DE VOZ	65
A marca SomosCoop	6			Tom de voz	66
Iniciativas SomosCoop	7	2.1 Cores	34	3.1 ARQUÉTIPOS	67
		Paleta cromática institucional	35	O tom de voz do SomosCoop	69
1.1 Marca SomosCoop	8	Cores aplicadas	36		
Marca SomosCoop - preferencial e secundária	9	Gradientes	37	3.2 COMO FALAMOS COM AS PESSOAS	71
Versão positiva	10			Com quem nos comunicamos?	72
Versão negativa	11	2.2 Tipografia	38	Ferramentas	74
Área de proteção	12	Tipografia - linguagem	39	Tempo verbal	79
Redução máxima	13	Tipografia - auxiliar	40	O meio e a mensagem	80
Convivência de marcas	14	Tipografia - apoio	41	Redes sociais	83
Usos incorretos	15	Tipografia - digital	42	Como não falar	84
				Vocabulários	85
1.2 Carimbo SomosCoop	16	2.3 Assinatura	43		
Carimbo SomosCoop - regras de uso	17	Assinatura	44	4 EXPRESSÕES DA MARCA	86
Versão positiva	18			4.1 Linguagem visual	87
Versão negativa	19	2.4 Fotografia	45	Aplicações	88
Área de proteção	20	Diretrizes	46		
Redução máxima	21	Aplicação de fotografia livre	47	4.2 Aplicações	102
Usos incorretos	22	Aplicação em formas retangulares	48	Avental SomosCoop	103
Variação cromática	23	Composição janela	49	Avental cooperativa + SomosCoop	104
		Composição geométrica	50	Chapéu	105
1.3 Convivência de marcas	24	O que não fazer	51	Camisa polo	106
Hierarquia	25			Boné	107
1- Promocional	26	2.5 Ilustração	52	Camisa cooperativa + SomosCoop	108
2- Assinatura conjunta	27	Banco de imagens	53	Caneta	109
3- Apoio SomosCoop	28	Autoral	54	Ecobags	110
4- Carimbo SomosCoop	29	Interferência gráfica	55		
		O que não fazer	56		
1.4 Submarcas	30				
Submarcas SomosCoop	31	2.6 Grafismo	57		
Prêmios SomosCoop	32	Grafismo	58		
		Trama	59		
		Ramos	60		
		Caminhos	61		
		2.7 Ícones	62		
		Autorais	63		
		Simplificados	64		



DIRETRIZES **1**

DA MARCA SOMOSCOOP

Cooperados da cooperativa COOSTAFE - PA



A marca SomosCoop

O movimento SomosCoop foi criado para promover o cooperativismo no Brasil. São muitas as possibilidades de engajamento no movimento, e temos diferentes iniciativas com esta marca, por isso contamos com várias versões. Ao longo deste material, iremos explicar e detalhar o uso de cada uma delas.

Marca



Marca SomosCoop

É a versão institucional da
marca do movimento.

Quando usar

É a versão utilizada no site do movimento, campanhas publicitárias, brindes, assinaturas de e-mail, redes sociais etc. Esta versão também tem sido usada por cooperativas em aplicações mais institucionais, como sites de cooperativas e papelarias.

A marca SomosCoop tem como objetivo promover as cooperativas, destacar suas histórias e boas práticas. Existem algumas iniciativas do Sistema OCB que também são focadas neste objetivo e, por isso, trazem em suas marcas o SomosCoop. Conheça essas iniciativas:



Este manual apresenta as diretrizes da marca institucional SomosCoop e do carimbo SomosCoop.

somoscoop»

MARCA **1.1**
SOMOSCOOP

MARCA SOMOSCOOP

MARCA PREFERENCIAL

A marca gráfica SomosCoop está alinhada, estratégica e visualmente, com a marca “coop”, desenvolvida pela Aliança Cooperativa Internacional. A palavra “Somos” foi incluída para reforçar o sentimento de pertencimento, e o símbolo da bandeira nacional, dentro do círculo, identifica quem são as cooperativas do Brasil.

A marca SomosCoop convive com inúmeras outras identidades visuais, por isso sua versão preferencial utiliza uma única cor, o verde-petróleo, com o objetivo de tornar a aplicação flexível e adaptável a diferentes usos e situações.

MARCA SECUNDÁRIA

A versão colorida da marca SomosCoop pode ser utilizada, sendo recomendado cuidado para a aplicação sem prejuízo da legibilidade das cores da marca.

CONSTRUÇÃO DA MARCA



A	somos	B	coop (marca internacional)	C	símbolo
---	-------	---	----------------------------	---	---------

1	VERDE-PETRÓLEO
---	----------------

C85 M30 Y60 K20
R15 G115 B102 | #0f7366
PANTONE 3292 C - 3298 U

CORES MARCA SECUNDÁRIA



1	VERDE-PETRÓLEO
---	----------------

C85 M30 Y60 K20
R15 G115 B102 | #0f7366
PANTONE 3292 C - 3298 U

2	VERDE-JADE
---	------------

C60 M0 Y60 K0
R111 G188 B133 | #6fbc85
PANTONE 339 C - 339 U

3	AMARELO-GEMA
---	--------------

C0 M30 Y80 K0
R251 G188 B67 | #fbbc43
PANTONE 130 C - 129U

MARCA SOMOSCOOP

VERSÕES

VERSÃO POSITIVA

A marca SomosCoop conta com seis possibilidades de assinaturas para uso em fundos de cor clara. O uso preferencial é da versão horizontal simples monocromática, na cor verde-petróleo.

! Aplicações sobre fundos coloridos

É importante observar o contraste entre a cor do fundo e a cor da marca.

✓ Usos corretos:



✗ Usos incorretos:



	HORIZONTAL	VERTICAL
1 ASSINATURA SIMPLES		
2 ASSINATURA COM TAGLINE TOPO		
3 ASSINATURA COM TAGLINE BASE		

MARCA SOMOSCOOP

VERSÕES

VERSÃO NEGATIVA

A marca SomosCoop conta com seis possibilidades de assinaturas para uso em fundos de cor escura. O uso preferencial é da versão horizontal simples monocromática, na cor branca.

! Aplicações sobre fundos coloridos

É importante observar o contraste entre a cor do fundo e a cor da marca.

✓ Usos corretos:



✗ Usos incorretos:



HORIZONTAL

VERTICAL

1 ASSINATURA SIMPLES

2 ASSINATURA COM TAGLINE | TOPO

3 ASSINATURA COM TAGLINE | BASE

MARCA SOMOSCOOP

REGRAS

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.

A dimensão “x”, equivalente à altura do símbolo “coop”, é a distância mínima a ser mantida em torno da marca.

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



	HORIZONTAL	VERTICAL
1 ASSINATURA SIMPLES	Diagram showing the horizontal layout of the simple signature. The logo 'somoscoop' is centered within a dashed rectangular box. The height of the box is defined by 'x' (the height of the 'c' in 'coop'). The width of the box is also defined by 'x'.	Diagram showing the vertical layout of the simple signature. The logo 'somoscoop' is centered within a dashed rectangular box. The height of the box is defined by 'x' (the height of the 'c' in 'coop'). The width of the box is also defined by 'x'.
2 ASSINATURA COM TAGLINE TOPO	Diagram showing the horizontal layout of the signature with the tagline 'Somos o cooperativismo no Brasil' at the top. The logo 'somoscoop' is centered within a dashed rectangular box. The height of the box is defined by 'x' (the height of the 'c' in 'coop'). The width of the box is also defined by 'x'.	Diagram showing the vertical layout of the signature with the tagline 'Somos o cooperativismo no Brasil' at the top. The logo 'somoscoop' is centered within a dashed rectangular box. The height of the box is defined by 'x' (the height of the 'c' in 'coop'). The width of the box is also defined by 'x'.

MARCA SOMOSCOOP

REGRAS

REDUÇÃO MÁXIMA

Foi definida a redução máxima para aplicações da marca impressa. Não é permitido aplicar em dimensões inferiores a estas ao lado.

	HORIZONTAL	VERTICAL
1 ASSINATURA SIMPLES		
2 ASSINATURA COM TAGLINE TOPO		

MARCA SOMOSCOOP

REGRAS

CONVIVÊNCIA DE MARCAS

Na hierarquia entre as marcas, o SomosCoop, na maioria das vezes, irá endossar outras. Sendo assim, deve vir à direita ou abaixo das que foram endossadas. Veja ao lado os exemplos.

A distância mínima entre as marcas deve respeitar duas vezes a altura “x”.

Alinhamento central das marcas.

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

HORIZONTAL

VERTICAL

1 ASSINATURA SIMPLES HORIZONTAL

Marca

somoscoop»

x

2x

2 ASSINATURA SIMPLES VERTICAL

Marca

somoscoop»

x

2x

Marca

somoscoop»

x

2x

Marca

somoscoop»

x

2x

somoscoop»

14

USOS INCORRETOS

É indispensável manter a integridade, consistência e evitar a banalização do uso da marca. Ao lado, apresentamos aplicações incorretas.

Em caso de dúvidas ou em situações especiais, entre em contato com a Gerência de Comunicação e Marketing do Sistema OCB pelo e-mail: **comunicacao@ocb.coop.br**.

Exemplos do que não fazer

ALTERAR COR DA MARCA



ALTERAR PROPORÇÃO



DISTORCER



COMO NOME DE EVENTO



ALTERAR FONTE



ADICIONAR ELEMENTOS



DESLOCAR ELEMENTOS



ROTACIONAR



INCLUIR EFEITOS



POUCO CONTRASTE FUNDO



ALTERAR ELEMENTOS



PREJUDICAR LEITURA





CARIMBO **1.2**

SOMOSCOOP

CARIMBO SOMOSCOOP

REGRAS DE USO DO CARIMBO

O carimbo SomosCoop foi criado para estampar produtos, serviços e materiais de comunicação das cooperativas com o intuito de tornar evidente sua relação com o movimento cooperativista. Seu objetivo é trazer mais reconhecimento para o movimento e incentivar a preferência dos consumidores e usuários por produtos de cooperativas.

Ele é composto pela marca SomosCoop e é usado em uma área de proteção própria para facilitar a aplicação, garantir a leitura e permitir a identificação e o reconhecimento rapidamente.

CONSTRUÇÃO DO CARIMBO



1

VERDE-PETRÓLEO

C85 M30 Y60 K20
R15 G115 B102 | #0f7366
PANTONE 3292 C - 3298 U

CARIMBO SOMOSCOOP VERSÕES

VERSÃO POSITIVA

O carimbo SomosCoop conta com quatro possibilidades de assinaturas. O uso preferencial é da versão vertical simples monocromática, na cor verde-petróleo.

Contudo, as formas de aplicação do carimbo são flexíveis tanto em relação às cores quanto ao formato utilizado. Em caso de dúvidas, entre em contato com a Gerência de Comunicação e Marketing do Sistema OCB pelo e-mail: **comunicacao@ocb.coop.br** para receber maior apoio e garantir a aplicação mais adequada.

! Aplicações sobre fundos coloridos

É importante observar o contraste entre a cor do fundo e a cor da marca.

✓ Usos corretos:

✗ Usos incorretos:



1 CARIMBO PREFERENCIAL



2 CARIMBO COM TAGLINE



3 CARIMBO COM QR CODE



4 CARIMBO HORIZONTAL

Uso restrito para aplicações em áreas com pouco espaço na vertical



CARIMBO SOMOSCOOP VERSÕES

VERSÃO NEGATIVA

O carimbo SomosCoop conta com quatro possibilidades de assinaturas.

O uso preferencial é da versão horizontal simples monocromática, na cor branca.

! Aplicações sobre fundos coloridos

É importante observar o contraste entre a cor do fundo e a cor da marca.

✓ Usos corretos:

✗ Usos incorretos:



1 CARIMBO PREFERENCIAL



2 CARIMBO COM TAGLINE



3 CARIMBO COM QR CODE



4 CARIMBO HORIZONTAL

Uso restrito para aplicações em áreas com pouco espaço na vertical



CARIMBO SOMOSCOOP

REGRAS

ÁREA DE PROTEÇÃO

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

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



3 ÁREA DE PROTEÇÃO

CARIMBO PREFERENCIAL



COM TAGLINE



CARIMBO COM QR CODE



CARIMBO HORIZONTAL



CARIMBO SOMOSCOOP

REGRAS

REDUÇÃO MÁXIMA

Foi definida a redução máxima para aplicações da marca impressa. Não é permitido aplicar em dimensões inferiores a estas ao lado.

A versão horizontal pode ser usada quando a área vertical for inferior à redução máxima.

CARIMBO PREFERENCIAL



23mm

COM TAGLINE



37mm

CARIMBO COM QR CODE



48mm

CARIMBO HORIZONTAL



40mm

USOS INCORRETOS

É indispensável manter a integridade, consistência e evitar a banalização do uso do carimbo. Ao lado, apresentamos aplicações incorretas.

Em caso de dúvidas ou em situações especiais, entre em contato com a Gerência de Comunicação e Marketing do Sistema OCB pelo e-mail: **comunicacao@ocb.coop.br**.

Exemplos do que não fazer

CARIMBO COM VÁRIAS CORES



ALTERAR PROPORÇÃO



DISTORCER



COMO NOME DE EVENTO



ALTERAR FONTE



ADICIONAR ELEMENTOS



DESLOCAR ELEMENTOS



ROTACIONAR



INCLUIR EFEITOS



POUCO CONTRASTE FUNDO



ALTERAR ELEMENTOS



PREJUDICAR LEITURA



CARIMBO SOMOSCOOP

VARIAÇÃO CROMÁTICA

Para tornar o cooperativismo mais conhecido em todo o País, é importante a aplicação do carimbo SomosCoop em todos os produtos, serviços e comunicações das cooperativas.

As cores do carimbo podem mudar para que ele tenha sintonia com as cores da marca ou tons que prevaleçam nas embalagens e materiais gráficos da cooperativa, com atenção ao contraste para a boa leitura.



CONVIVÊNCIA DE MARCAS **1.3**

CONVIVÊNCIA DE MARCAS

HIERARQUIA

Veja como as marcas do movimento e da sua cooperativa podem funcionar juntas e mostrar todo o potencial do cooperativismo.

SÃO QUATRO POSSIBILIDADES DE CONVIVÊNCIA.

1 PROMOCIONAL:
É quando você inclui a marca da sua cooperativa nos materiais já produzidos pelo nosso movimento.



2 ASSINATURA CONJUNTA:
Quando as duas marcas dividem a assinatura da comunicação.



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



4 CARIMBO SOMOSCOOP:
Criado para identificar e fortalecer o cooperativismo no Brasil. Você pode aplicá-lo em seus produtos e serviços.



CONFIRA OS EXEMPLOS NAS PÁGINAS SEGUINTES.

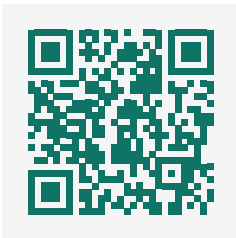
CONVIVÊNCIA DE MARCAS

1 PROMOCIONAL

Quando o movimento **SomosCoop** é o principal tema da expressão, sua identidade tem destaque.

Nesses casos, o SomosCoop é o protagonista, e a outra marca entra como uma associação ao movimento. Existem vários materiais similares a este disponíveis na Central da Marca SomosCoop. As cooperativas podem fazer download e aplicarem suas marcas nas peças para juntos promovermos o cooperativismo.

- Para mais informações sobre aplicação da marca SomosCoop, consulte o **capítulo 1** deste guia. Na Central da Marca, é possível encontrar um enxoval de peças do movimento. As Organizações Estaduais do Sistema OCB e cooperativas podem fazer uso delas.



EXEMPLO



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

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

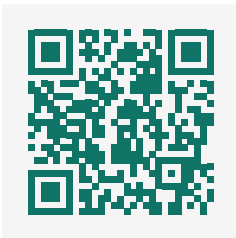
CONVIVÊNCIA DE MARCAS

2 ASSINATURA CONJUNTA

A cooperativa pode aplicar a marca do movimento SomosCoop de forma conjunta à sua própria marca. As duas convivem com o mesmo peso e destaque.

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

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



EXEMPLOS



Exemplo de uso da marca em material de comunicação



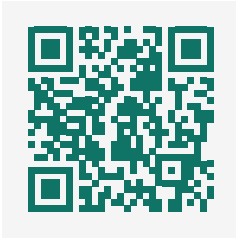
Exemplo de uso da marca em brinde promocional

CONVIVÊNCIA DE MARCAS

3 APOIO SOMOSCOOP

A 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.



EXEMPLO

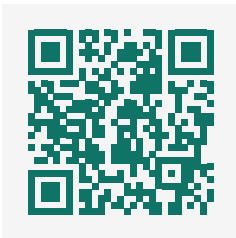


CONVIVÊNCIA DE MARCAS

4 CARIMBO SOMOSCOOP

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 1** deste manual.



EXEMPLOS



O carimbo tem a flexibilidade de aplicação de cor



SUBMARCAS **1.4**

SUBMARCAS SOMOSCOOP

SOMOSCOOP NA ESTRADA

Desdobramento da marca para uso em materiais da websérie SomosCoop na Estrada, com o objetivo de dar visibilidade a histórias reais de cooperativas em todo o País. Esta marca é utilizada apenas para a divulgação desta iniciativa e seus episódios.



USO RESTRITO
Apenas para áreas com altura limitada onde a marca oficial se torna ilegível.

PRÊMIOS SOMOSCOOP

Marcas das premiações nacionais do cooperativismo: o Prêmio SomosCoop Melhores do Ano destaca os cases de sucesso em diferentes categorias. Já o Prêmio SomosCoop Excelência em Gestão reconhece as boas práticas em gestão e governança das cooperativas.



PODCOOPERAR SOMOSCOOP

Marca do podcast SomosCoop, utilizada apenas para divulgação desta iniciativa e seus episódios.



PRÊMIOS SOMOSCOOP

APLICAÇÕES

O selo referente ao prêmio certifica que as coops foram reconhecidas pelas boas práticas.

Apenas as cooperativas premiadas podem usar esta versão da marca SomosCoop, por isso o manual de aplicação é distribuído com exclusividade para elas.

Além de ser uma forma de engajar no movimento SomosCoop, a utilização do selo da premiação mostra ao mercado que sua coop é uma referência!



INGREDIENTES VISUAIS **2**



Colaboradoras da cooperativa Cooperoeste (MS)

CORES **2.1**

CORES

PALETA CROMÁTICA INSTITUCIONAL

A paleta de cores SomosCoop traz modernidade e vibração à linguagem visual utilizada. Ela se relaciona e se equilibra com a identidade do Sistema OCB, patrono do movimento.

A paleta secundária foi pensada para aplicações em materiais digitais. Ela é importante para trazer mais desdobramentos às expressões visuais. Seus tons caminham entre o verde e azul da paleta primária.

PALETA - PRIMÁRIA

CORES PRIORITÁRIAS

A

VERDE-PETRÓLEO SOMOSCOOP

C85 M30 Y60 K20 | R15 G115 B102 | PANTONE 3292 C - 3298 U | #0f7366

B

VERDE-LIMA SOMOSCOOP

C40 M0 Y55 K0 | R145 G234 B128 | #91EA80 | PANTONE 7487C

E

VERDE-JADE

C60 M0 Y60 K0 | R111 G188 B133 | #6FBC85 | PANTONE 339 C

CORES COMPLEMENTARES

C

AZUL-LILÁS SOMOSCOOP

C60 M40 Y0 K0 | R92 G140 B250 | PANTONE 2718C | #5c8cfa

D

BRANCO

C0 M0 Y0 K0 | R255 G255 B255 | PANTONE 000 C | #ffffff

Os tons de verde são as cores prioritárias do movimento. O azul-lilás entra em uma proporção menor que as cores principais.

PALETA - SECUNDÁRIA | USO PARA MEIOS DIGITAIS

F

VERDE-CÍTRICO

CMYK 35 0 85 0 | R190 G255 B70 | #BEFF46 | PANTONE 389C

H

AZUL-ÁGUA

CMYK 20 0 5 0 | R214 G255 B247 | #D6FFF7 | PANTONE 317C

G

AZUL-ÁGUA-CLARO

CMYK 40 0 10 0 | R150 G255 B255 | #96FFFF | PANTONE 2975 C

I

VERDE-ÁGUA

CMYK 75 0 40 0 | R0 G219 B178 | #00DBB2 | PANTONE 3262C

COR DE ENDOSSO

J

AZUL-MARINHO SISTEMA OCB

C100 M70 Y0 K40 | R23 G28 B102 | PANTONE 2758C | #171C66

Como opção de cor de endosso para conectar à linguagem visual do Sistema OCB. Esta cor entra em detalhes, como linhas finas, títulos ou textos.

CORES APLICADAS

COMPOSIÇÃO DE CORES PARA MATERIAL INSTITUCIONAL SOMOSCOOP

Materiais definitivos da instituição, como
papelaria, site institucional, sinalização etc.

PALETA PRIMÁRIA

A

B

C

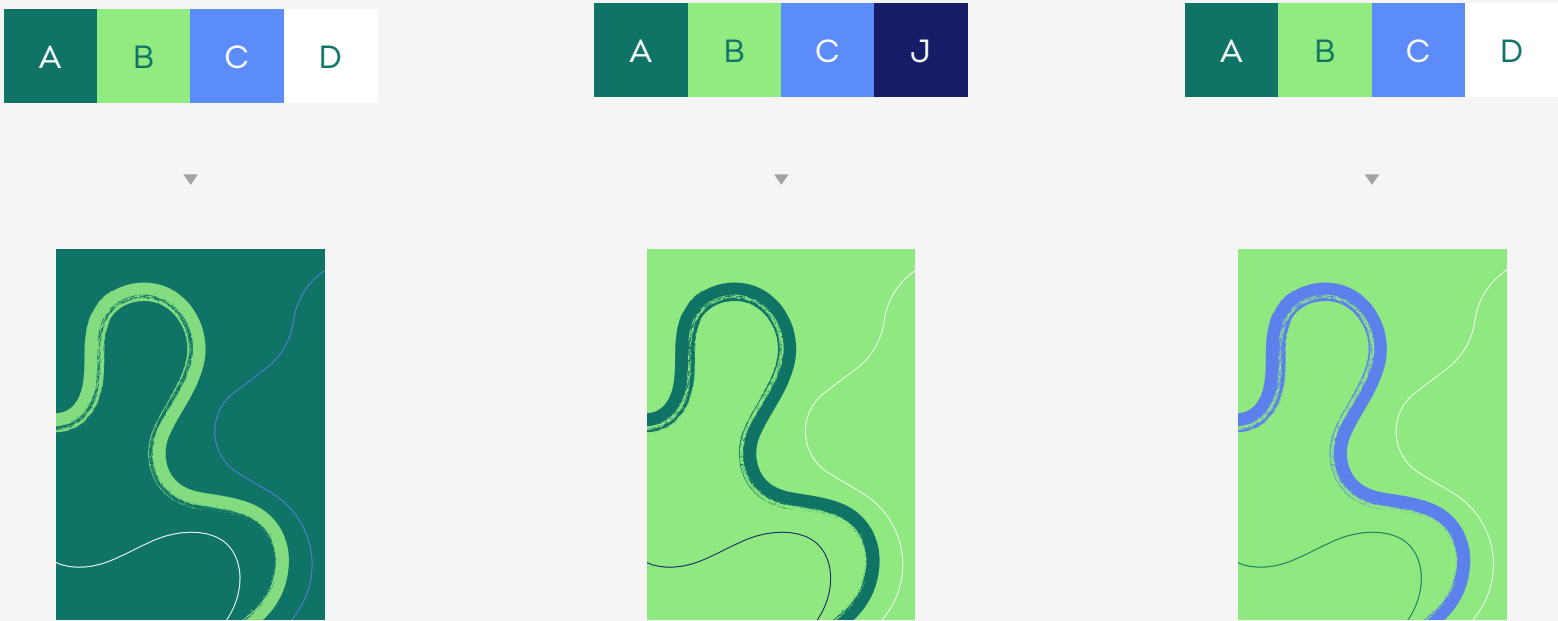
D

E

COR DE ENDOSSO SISTEMA OCB

J

Cor usada em detalhes, como linhas finas e textos.



COMPOSIÇÃO DE CORES PARA PEÇAS DIGITAIS E COMUNICAÇÃO

Peças para redes sociais, e-books, relatórios,
materiais para o site, banners, publicidade etc.

PALETA PRIMÁRIA

A

B

C

D

E

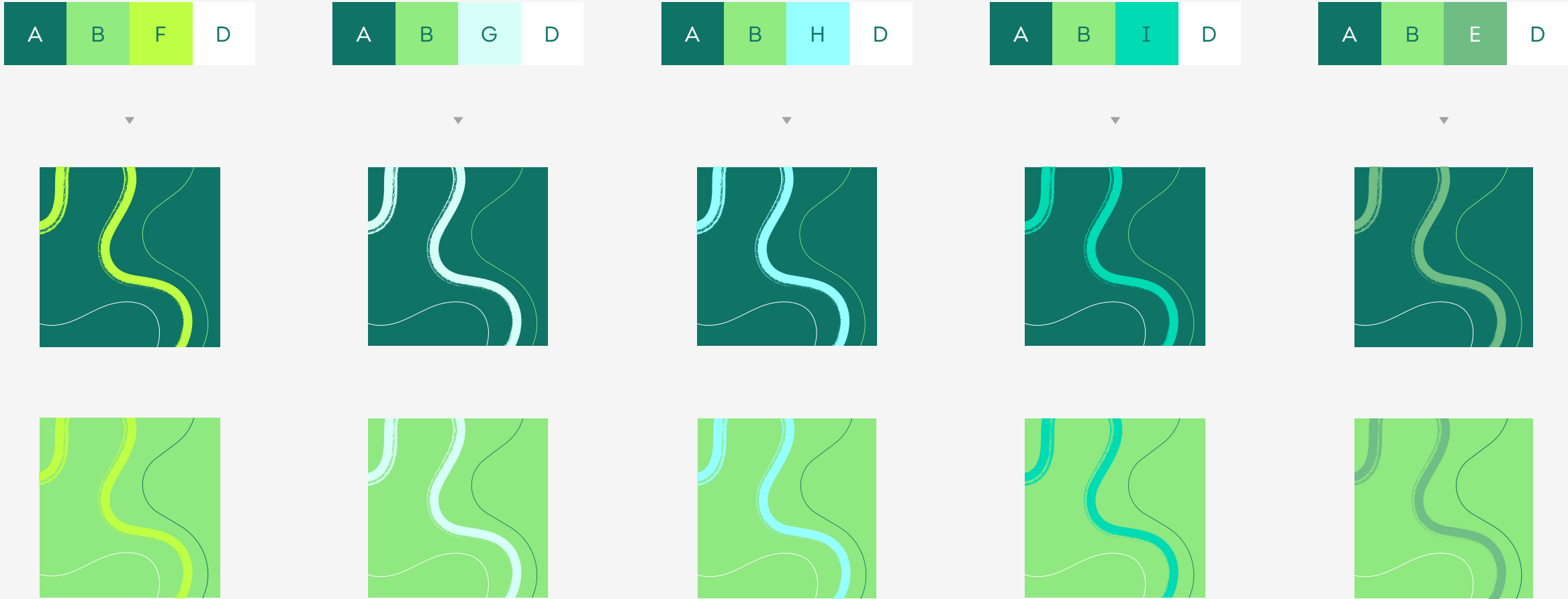
PALETA SECUNDÁRIA

F

G

H

I



GRADIENTES

GRADIENTES

São uma forma complementar para criação cromática. Apenas estes três gradientes podem ser aplicados na linguagem da marca.

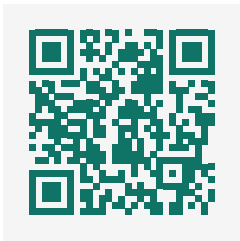
GRADIENTES MESCLA

Os gradientes estilo mescla possibilitam misturas mais leves nas quais podemos trazer cor e suavidade ao mesmo tempo.

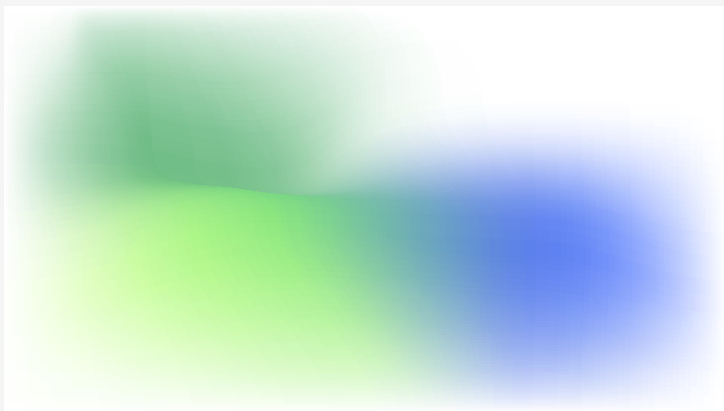
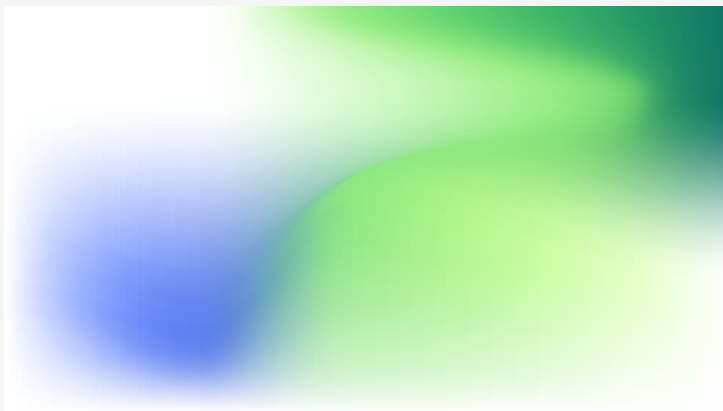
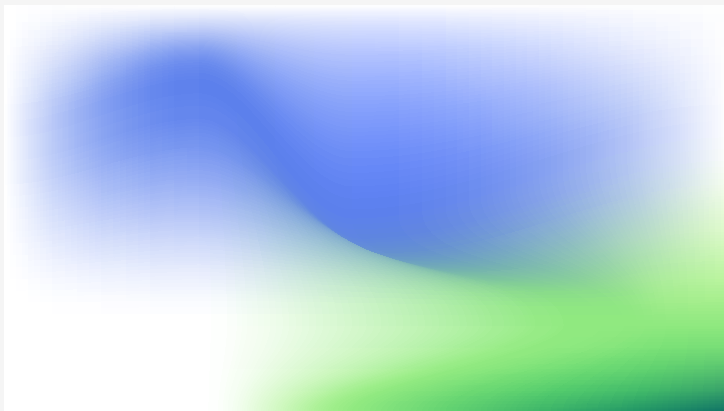
É imprescindível ter um dos dois tons de verde da paleta de cores SomosCoop.

Utilizar somente as mesclas disponíveis na Central da Marca. Não é permitido criar novas mesclas.

Baixe o pacote na Central da Marca.



CORES DA PALETA INSTITUCIONAL PRIMÁRIA		
A	GRADIENTE 1	B
B	GRADIENTE 2	C
B	GRADIENTE 3	D
A	GRADIENTE 4	E
E	GRADIENTE 5	B



TIPOGRAFIA **2.2**

TIPOGRAFIA - LINGUAGEM

FAMÍLIA INTRO

A família tipográfica Intro foi escolhida para representar, dar voz e forma aos textos do SomosCoop.

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

ABCDEFGHIJ
abcdefghij

Thin
Light
Book
Regular
Bold
Black

QUANDO USAR?



- Títulos
- Textos curtos
- Informações em destaque
- Números em destaque

A família tipográfica Intro é licenciada.
Use o link para comprar:
www.fontfabric.com/fonts/intro/



TIPOGRAFIA - AUXILIAR

FAMÍLIA INTER

A família tipográfica Inter foi escolhida para compor textos mais longos, nos quais deve ser priorizada a legibilidade.

Seu caráter variável permite adaptação do texto às necessidades do material, mantendo o alinhamento estético com a tipografia principal.

ABCDEFGHIJ
abcdefghij

Thin
ExtraLight
Light
Regular
Medium
SemiBold
Bold
ExtraBold
Black

QUANDO USAR?



- Textos corridos médios e longos
- Informações com menor destaque
- Descritivo em tabelas
- Rodapés e notas

A família tipográfica Inter possui licença aberta:
rsms.me/inter/download/



TIPOGRAFIA - APOIO

FAMÍLIA ARSILON

A família tipográfica Arsilon foi escolhida como opção para um design mais gestual e orgânico que um tipo manuscrito possibilita. O seu uso é limitado a títulos e informações de destaque, não podendo aplicar em textos longos ou muito pequenos.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Smooth
Regular



QUANDO USAR?	
	• Títulos e textos curtos • Informações com maior destaque • Como destaque

A família tipográfica Arsilon é licenciada.
Use o link para comprar:
<https://www.myfonts.com/collections/arsilon-font-dhanstudio>



TIPOGRAFIA - DIGITAL

Visando a praticidade e funcionalidade no uso do dia a dia, foram definidas fontes nativas nos computadores como tipografia digital. As fontes definidas trazem padrão ao estilo de texto nos meios digitais, além de possuírem boas características óticas para a tela. Para utilização digital (e-mails, templates de PowerPoint e documentos digitais), utilizamos a fonte Tahoma para títulos e Verdana para textos.

TÍTULOS EM TAHOMA

ABCDEFGHIJ
abcdefghij

TEXTOS EM VERDANA

ABCDEFGHIJ
abcdefghij

QUANDO USAR?



- E-mails
- Templates de PowerPoint
- Documentos digitais

Para

Assunto

A Tahoma é uma fonte que já vem instalada no sistema de qualquer computador.

Verdana. arciurist, etur rem aspis debis nam ipsaper sperum landaecus nim fuga.Nem explauta vendunt et omnimusdae nos assequam re sit aspit restrunt .

Verdana. arciurist, etur rem aspis debis nam ipsaper sperum landaecus nim fuga.Nem explauta vendunt et omnimusdae nos assequam re sit aspit restrunt .

Verdana. arciurist, etur rem aspis debis nam ipsaper sperum landaecus nim fuga.Nem explauta vendunt et omnimusdae nos assequam re sit aspit restrunt .

A família tipográfica Tahoma e Verdana possui licença aberta.



ASSINATURA **2.3**

ASSINATURA

SITE + REDES SOCIAIS

Assinatura usada para divulgar onde há presença digital do movimento.

somos.coop.br



SITE + QR CODE

Assinatura para engajar o portal SomosCoop.

ACESSE
somos.coop.br





FOTOGRAFIA **2.4**

Cooperados da cooperativa Cocamar (PR)

FOTOGRAFIA

DIRETRIZES

As pessoas são protagonistas dessa história, por isso as fotografias precisam mostrar prioritariamente mais de uma, reforçando a ideia de cooperação.

Em casos especiais, podemos ter apenas um personagem mostrando a sua história, mas o conceito da cooperação deverá ser reforçado nos textos.

Características em nossas fotos:

 Pessoas com poses espontâneas.
Elas devem estar interagindo na cena.

 Iluminação com estilo natural.
Pouca saturação com brilho solar.

 De preferência, exibir o coletivo,
uma diversidade e brasilidade nas pessoas
e locações, idades, classes sociais e ramos
do cooperativismo, porém evitando os genótipos
claramente estrangeiros.



Colaboradores da cooperativa COOPEROESTE - MS

Devemos atentar ao escolher ou tratar as imagens para que tenham a **paleta de cores do SomosCoop ou tons neutros** que harmonizem com as paletas cromáticas primária e secundária.



Colaboradora da cooperativa Coostafe - PA

Foco e desfoco
trazem naturalidade
à composição.

Sempre que possível, busque por **ângulos inusitados.**



Colaborador da cooperativa Complem - GO

NOSSO ESTILO DE FOTOGRAFIA

APLICAÇÃO DE FOTOGRAFIA LIVRE

A aplicação deve ser equilibrada e transmitir leveza. Não devemos usar os grafismos em excesso combinados com outros elementos de linguagem.

O grafismo aparecer em conjunto, interagindo com os elementos da fotografia, bem como com a forma retangular quando aplicada.

As fotos podem ser aplicadas com grafismo ou sem.

RECURSO



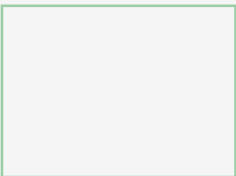
Com grafismo

O grafismo interage com a foto.



RECURSO

- 1
- Aplicação da página inteira



Sem grafismo

A fotografia não recebe interferência do grafismo.



- 2
- Aplicação da página inteira



NOSSO ESTILO DE FOTOGRAFIA

APLICAÇÃO EM FORMAS RETANGULARES

O uso é recomendado quando houver a necessidade de cortes especiais nas fotos. As formas retangulares são aplicadas para serem máscaras de recorte para as fotografias.

Este elemento de linguagem dá foco à ação da fotografia e cria um estilo proprietário para as expressões de marca Somoscoop.

O uso deve ser equilibrado, sem excessos. Este recurso pode ser usado com o grafismo.

RECURSO



Elementos vazados

Os detalhes da foto que está contida na forma retangular podem ser vazados.



RECURSO

1 Aplicação da página inteira



Foto contida

A foto está contida na forma retangular.



2 Aplicação da página dividida



FOTOGRAFIA

COMPOSIÇÃO JANELA

Opção para quando for necessário usar várias fotos no mesmo layout: em modelo de composição em janela, usa-se o grafismo “caminhos” unindo várias imagens. Fica interessante se compor com alguma foto recortada em destaque.

COMPOSIÇÃO
COM VÁRIAS
FOTOS



FOTOGRAFIA

COMPOSIÇÃO GEOMÉTRICA

Opção para quando for necessário usar várias fotos no mesmo layout: o modelo em blocos possibilita mostrar várias imagens quando o recorte da imagem não funcionar ou para demonstrar uma variedade de elementos.

COMPOSIÇÃO COM VÁRIAS FOTOS



FOTOGRAFIA

O QUE NÃO FAZER

Evitar imagens caricaturais, clichês ou de grupos sem diversidade de gênero e raça.

EXEMPLOS

❌ Caricatural



❌ Evitar mostrar grupos sem diversidade



❌ Imagens clichês sobre cooperativismo





ILUSTRAÇÃO 2.5

ILUSTRAÇÃO

BANCO DE IMAGENS

Sabemos que nem sempre é possível produzir ilustrações autorais e que o uso de bancos de imagens é uma prática comum. Orienta-se que as ilustrações sejam selecionadas e tratadas de modo a manterem o alinhamento com a linguagem visual e a paleta de cores do SomosCoop.



SUGESTÕES DE REFERÊNCIA

1 Ilustrações com cores flat e personagens com traços mais maduros. Esta mistura com outlines é interessante e traz modernidade. Os personagens sem muitas expressões no rosto tiram a sensação de traço infantil do vetor.

ORIGINAL



AJUSTE 🎨



Ajustar as cores do vetor para a paleta do SomosCoop.

2 Cores chapadas e cores diversas. Simplificar elementos e ousar na reposição de cores

ORIGINAL



AJUSTE 🎨



Ajustar as cores do vetor para a paleta do SomosCoop.

ILUSTRAÇÃO

AUTORAL

O traço do desenho deve ser bem gestual, pouco realista. A ilustração deve usar linhas finas que se cruzam, criando movimento e união entre os personagens ou elementos do desenho. Orienta-se que as ilustrações sejam selecionadas e tratadas de modo a manterem o alinhamento com a linguagem visual e a paleta de cores do SomosCoop.



SUGESTÕES DE REFERÊNCIA

- 1
- Ilustrações com cores flat e personagens com traços mais maduros. Esta mistura com outlines é interessante e traz modernidade. Os personagens sem muitas expressões no rosto tiram a sensação de traço infantil.



As cores devem seguir a paleta do SomosCoop.

- 2
- Cores chapadas e cores diversas. Simplificar elementos.



As cores devem seguir a paleta do SomosCoop.

INTERFERÊNCIA GRÁFICA

Misturamos composição de fotos com brushes gestuais, sempre usando nossa paleta de cores. Trabalhar escalas de imagens é um artifício interessante para construir uma narrativa. Explorar o coletivo e as conexões.



EXEMPLO



ILUSTRAÇÃO

O QUE NÃO FAZER

Evitar imagens infantilizadas, muito clichês ou com excesso de elementos.

EXEMPLOS

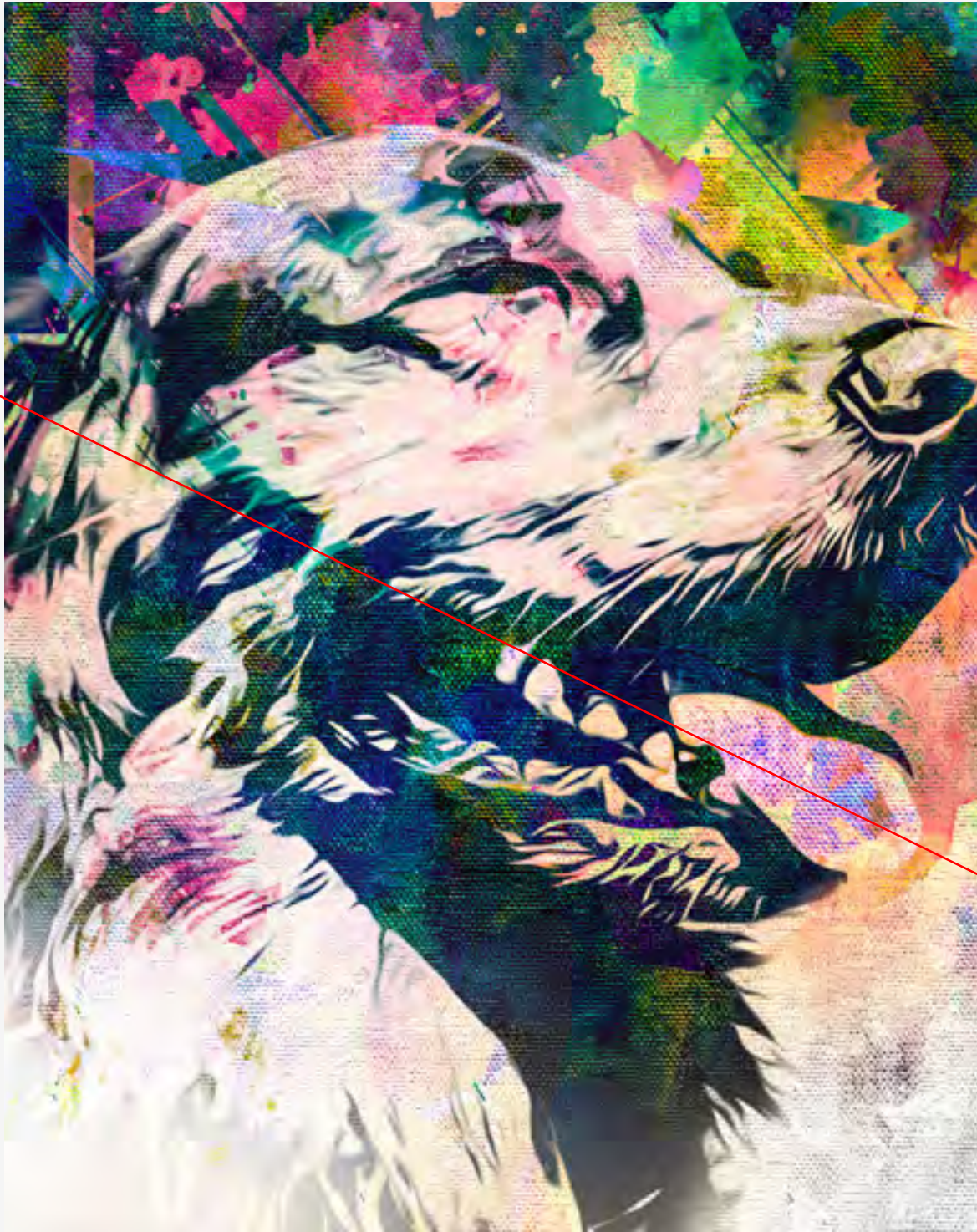
❌ Traço infantilizado



❌ Imagens clichês sobre cooperativismo



❌ Imagens com excesso de cores, traços e informações

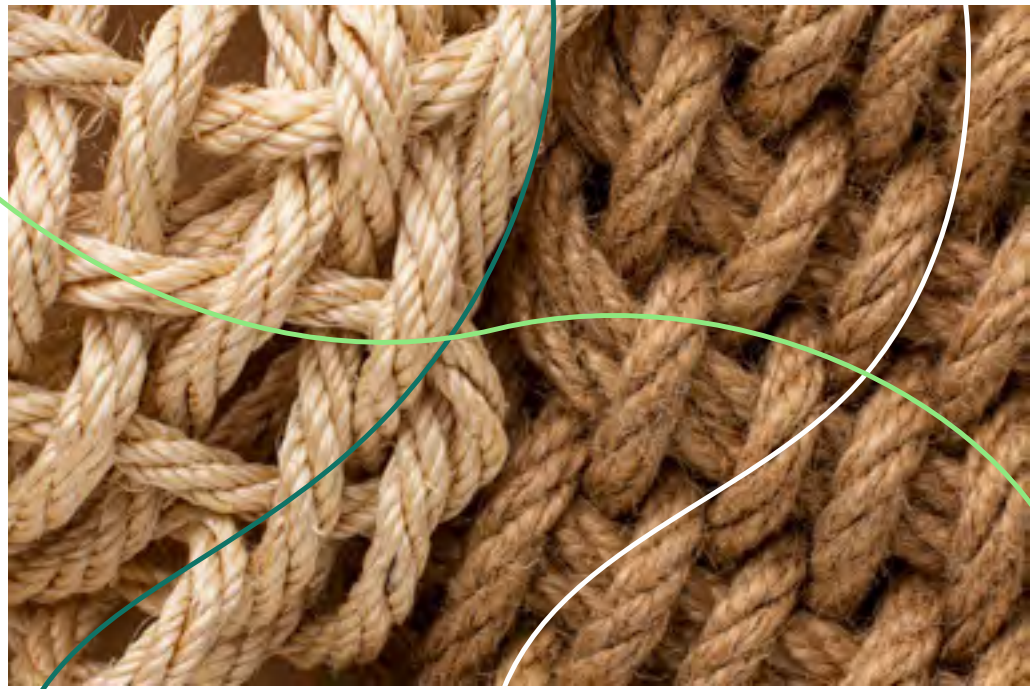




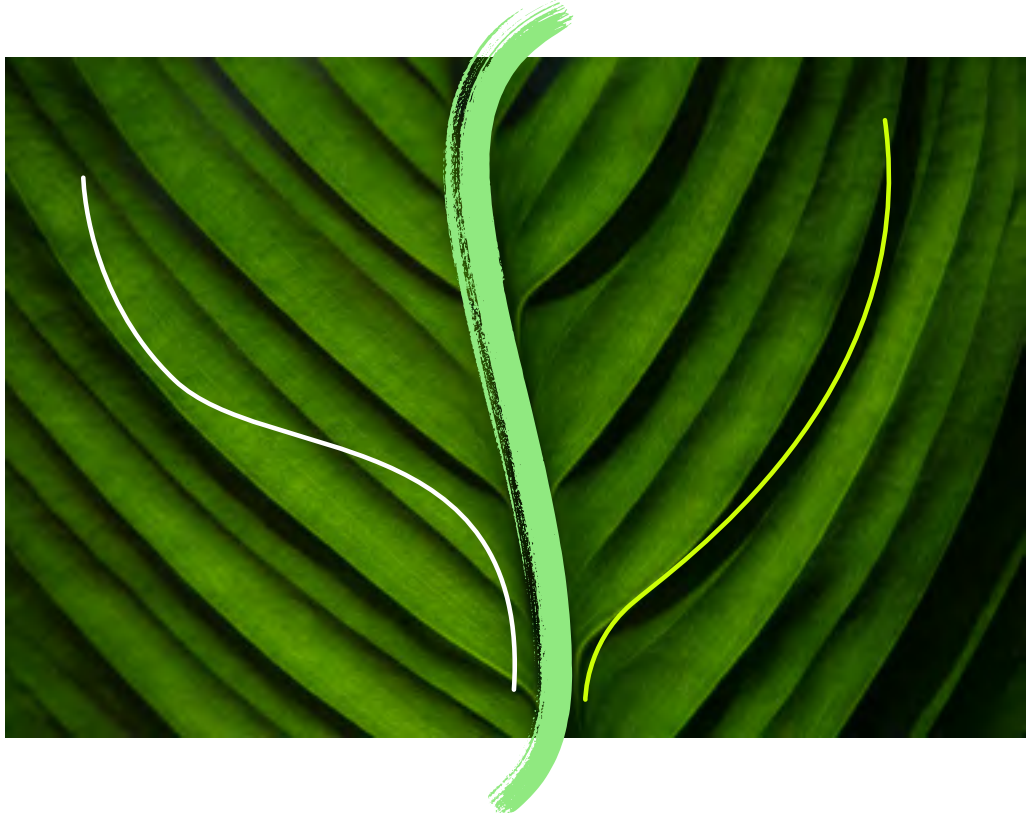
GRAFISMO **2.6**

GRAFISMO

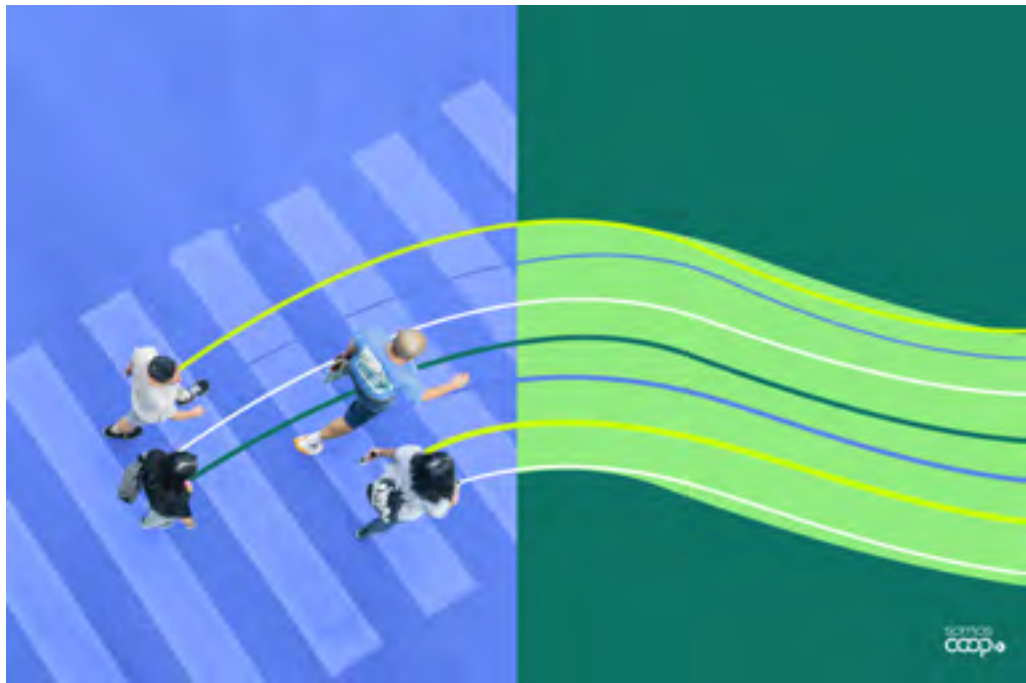
1 GRAFISMO TRAMA



2 GRAFISMO RAMOS



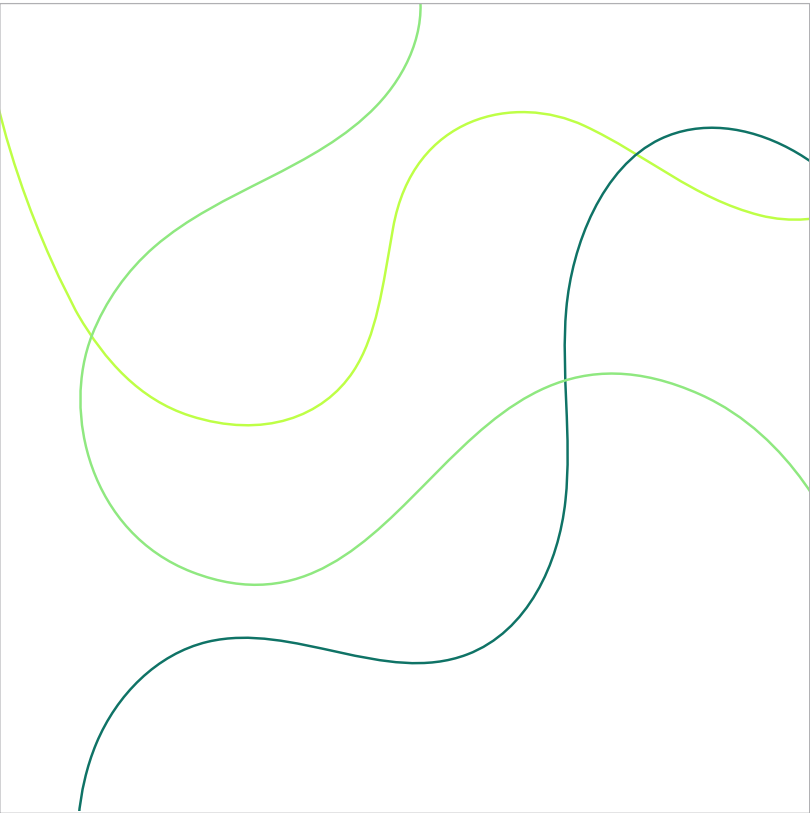
2 GRAFISMO CAMINHOS



TRAMA

Nossas linhas fluem, 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. Preferencialmente três linhas, sendo permitido usar até cinco.

1 GRAFISMO TRAMA



Baixe o pacote na Central da Marca.



EXEMPLO



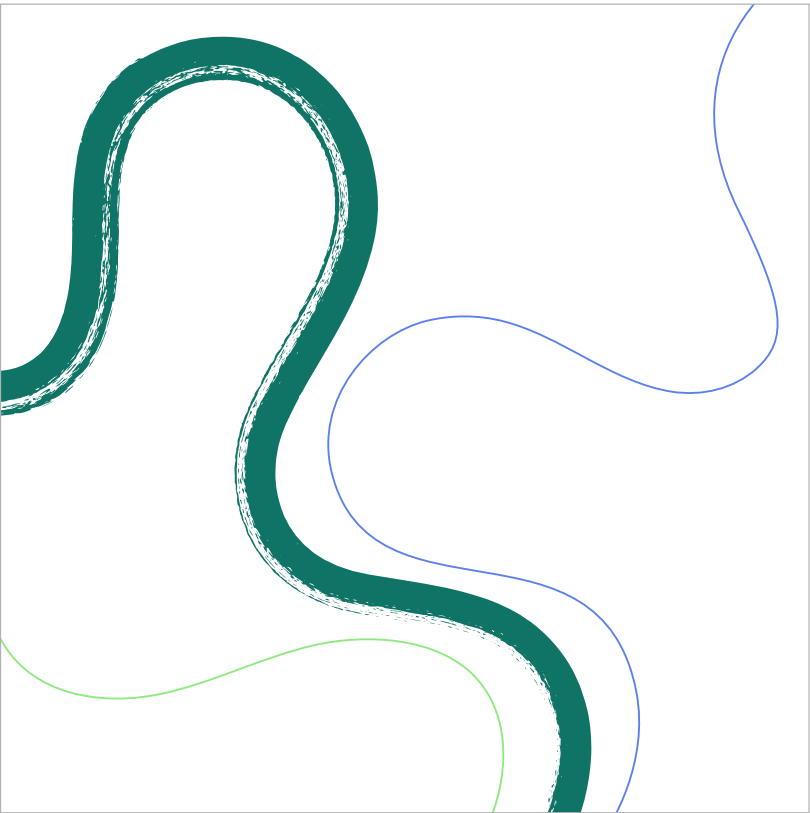
Veja como desenhar as linhas:



RAMOS

Assim como o princípio de uma mesma origem, que se desdobra e expande como os elementos da natureza, nosso grafismo traz uma linha mais grossa que se diferencia para se ramificar nos diferentes segmentos do cooperativismo, que é representado pelas linhas mais finas. Esta linha pode ser um brush de pincelada ou uma linha grossa com textura.

2 GRAFISMO RAMOS



Baixe o pacote na Central da Marca.



EXEMPLO



Veja como desenhar as linhas:



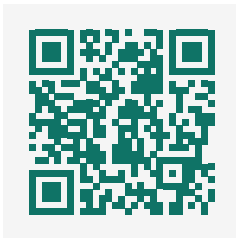
CAMINHOS

Várias pessoas caminhando juntas em direção a um mesmo propósito, essa é a diferença que o caminho do cooperativismo faz: abrir direções mais amplas e mais oportunidades.

Grafismo que interage com imagens: a ideia é criar continuidade entre imagem e grafismo, ou janelas para aplicação de imagens.



Baixe o pacote na Central da Marca.



EXEMPLO

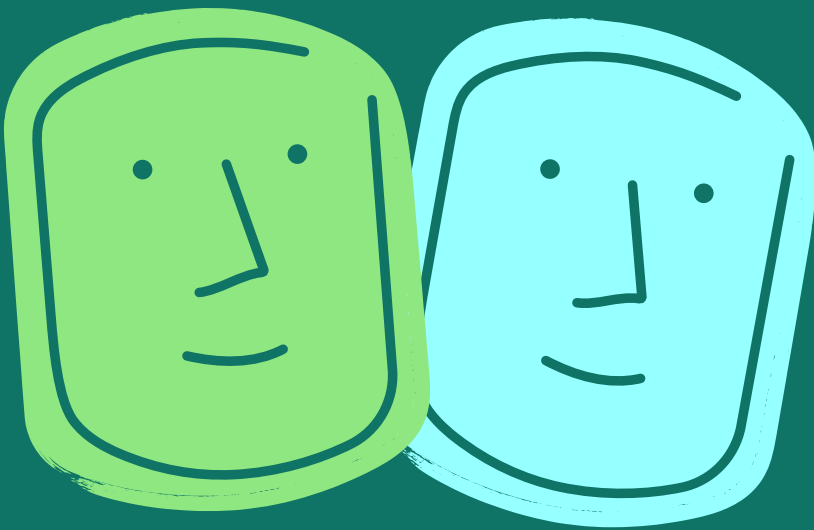
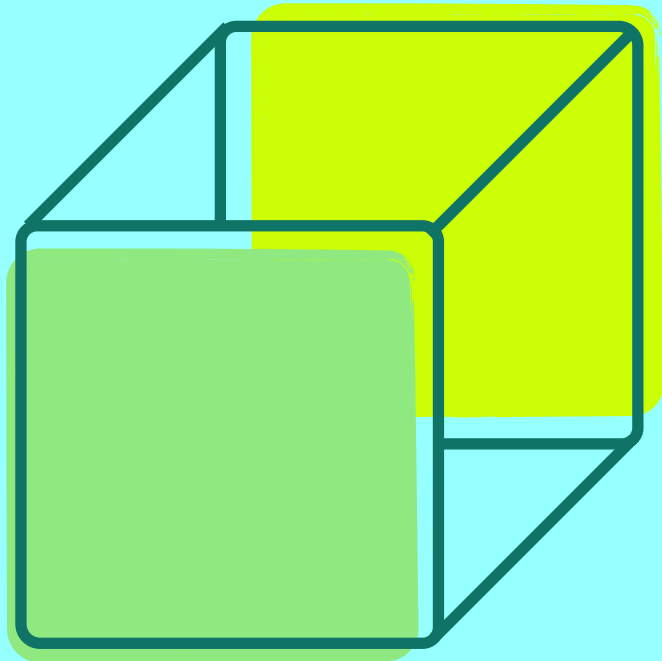
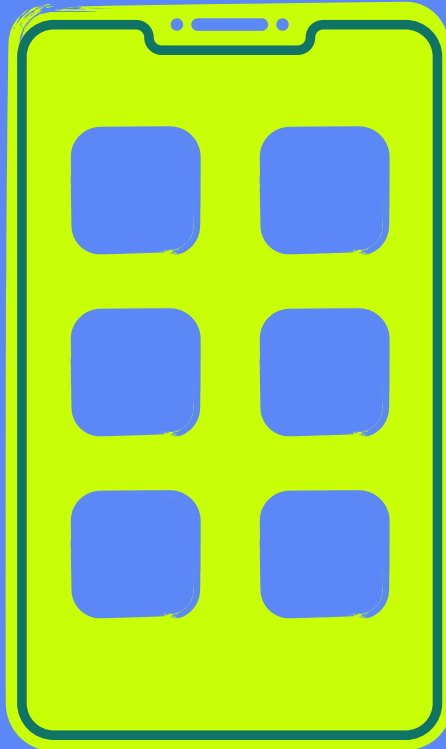


ÍCONES **2.7**

ÍCONES

AUTORAIS

Orienta-se que os ícones sejam desenhados de modo a manterem o alinhamento com a linguagem visual e a paleta de cores do SomosCoop. Em versões coloridas, é permitido usar brushes com cuidado.



ÍCONES

SIMPLIFICADOS

Eventualmente, será necessário adquirir ícones em bancos de imagens para a produção de materiais mais extensos, como relatórios e e-books. Nesse caso, devemos sempre optar por adquirir arquivos vetoriais para editá-los, mantendo o mais próximo possível dos ícones proprietários.

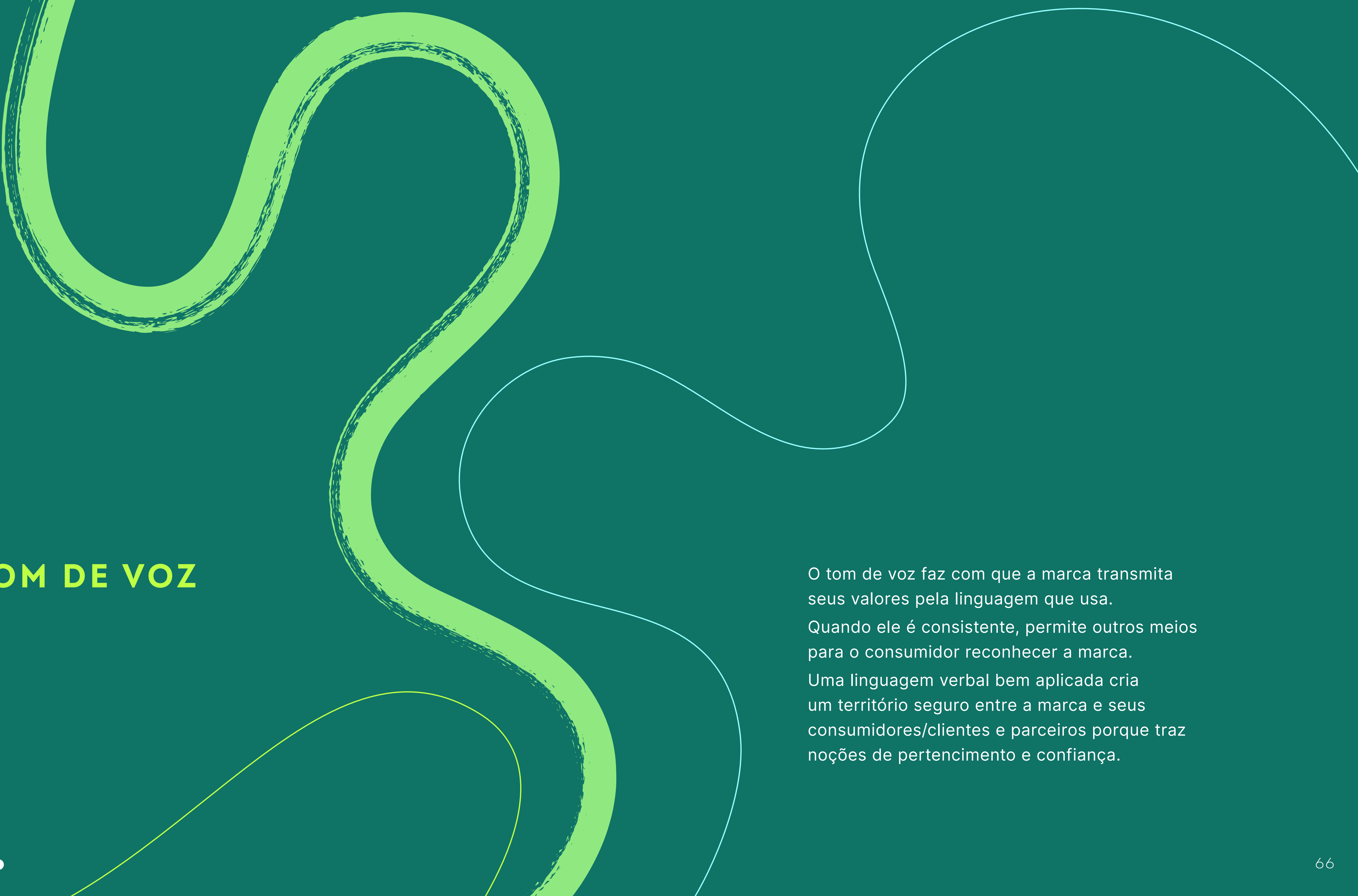
Como diferencial, sugerimos ícones em outline com uma única cor, sempre deixando alguma ponta do traço sem fechar.



INGREDIENTES **3** DO TOM DE VOZ



Estudantes da Coopeb-BA



TOM DE VOZ

O tom de voz faz com que a marca transmita seus valores pela linguagem que usa. Quando ele é consistente, permite outros meios para o consumidor reconhecer a marca. Uma linguagem verbal bem aplicada cria um território seguro entre a marca e seus consumidores/clientes e parceiros porque traz noções de pertencimento e confiança.

TOM DE VOZ



Toda a identidade verbal SomosCoop está diretamente relacionada aos valores e propósitos do cooperativismo justamente porque exprimem para o público interno e externo a personalidade da nossa marca.

É por meio da linguagem verbal que nos comunicamos e nos fazemos reconhecer e diferenciar.

Criamos um jeito de falar SomosCoop nos nossos diversos canais e materiais de comunicação.

Buscamos criar mais conexão com nossos públicos traduzindo melhor nossos valores em nossa linguagem verbal.

ARQUÉTIPOS **3.1**

TOM DE VOZ

ARQUÉTIPOS

A personalidade de uma marca é construída a partir de um ou mais arquétipos que compõem a visão de mundo desta marca. O tom de voz aparece como a expressão dessa personalidade e está conectado ao arquétipo da marca.

O SomosCoop traz dois arquétipos principais em sua personalidade:

PRESTATIVO

Apoiador
Disponível
Provedor
Altruísta

SÁBIO

Sua expressão é construída a partir das características e valores desses arquétipos.

Professor
Analista
Conselheiro
Pesquisador



ARQUÉTIPOS

PRESTATIVO | SÁBIO

São características do arquétipo **prestativo** o altruísmo, a disponibilidade, o apoio ao outro, o senso de justiça, **a necessidade de prover e cuidar das pessoas.**

No **sábio**, podemos observar como características principais a sabedoria, inteligência, busca pela verdade, clareza e tomada de decisão. **É um arquétipo bastante racional, prudente, que traz profundidade nas suas ações.**

Mas nem só de qualidades vive um arquétipo, também precisamos aprender com a sua sombra para evitá-la em nossa expressão.

Na sombra de um prestativo, está o medo de ser egoísta e de ser enganado, além da ingratidão. Já o sábio, em sua sombra, mora a arrogância e a soberba.

O interessante desta combinação de arquétipos é que o sábio, com sua clareza e tomada de decisão, entende que esse medo é ineficiente e contraproducente. Por outro lado, o prestativo neutraliza a possível arrogância e soberba do sábio.

COMO FALAMOS COM AS PESSOAS **3.2**



O TOM DE VOZ DO SOMOSCOOP É:

INSPIRADOR

CONFIÁVEL

CLARO

OTIMISTA

AGREGADOR

CUIDADOSO

SIMPLES

PROATIVO

Buscamos, a partir de uma comunicação simples e clara, aproximar nosso propósito do maior número de pessoas possível, e fazemos isso com cuidado, alegria e um convite para que as pessoas se unam e cresçam juntas.

Bora cooperar?

COM QUEM NOS COMUNICAMOS?

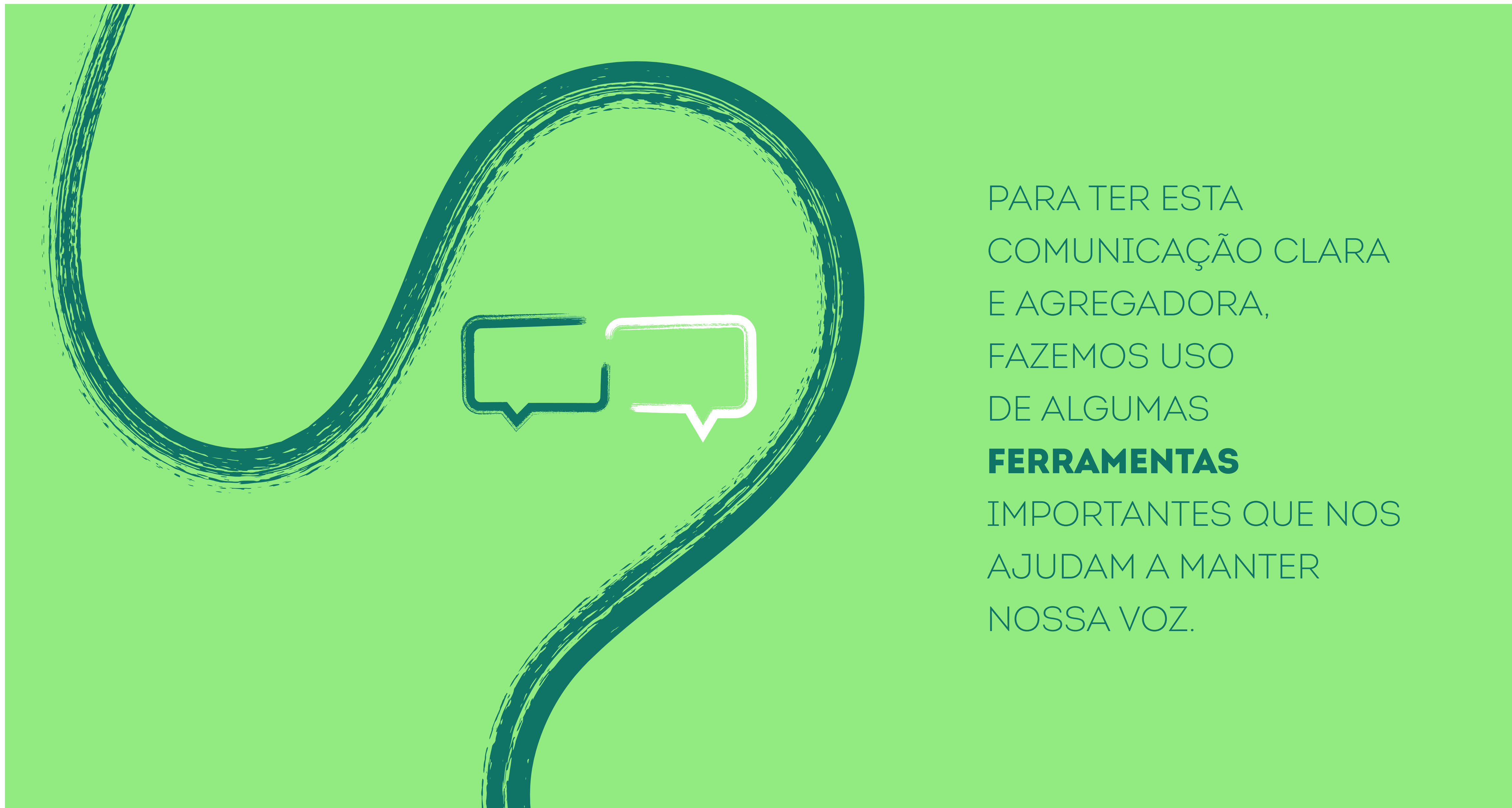


O SomosCoop se comunica com o **público interno** ou coop, formado pelo ecossistema coop que inclui os cooperados, colaboradores das cooperativas e colaboradores do Sistema OCB. E com o **público externo**, que se estende para a sociedade civil, imprensa e poder público.

Nossa comunicação busca descomplicar conceitos que muitas vezes não são de entendimento global e, assim, expandir ainda mais o conhecimento sobre o coop pelo Brasil.

Queremos que a informação circule porque acreditamos que, quanto mais pessoas conhecerem o coop, mais nosso movimento será valorizado.

Acreditamos no compartilhar de maneira simples e eficiente com todas as pessoas, independentemente se fazem parte do público interno (coop) ou externo.



PARA TER ESTA
COMUNICAÇÃO CLARA
E AGREGADORA,
FAZEMOS USO
DE ALGUMAS
FERRAMENTAS
IMPORTANTES QUE NOS
AJUDAM A MANTER
NOSSA VOZ.



SOMOS DIDÁTICOS

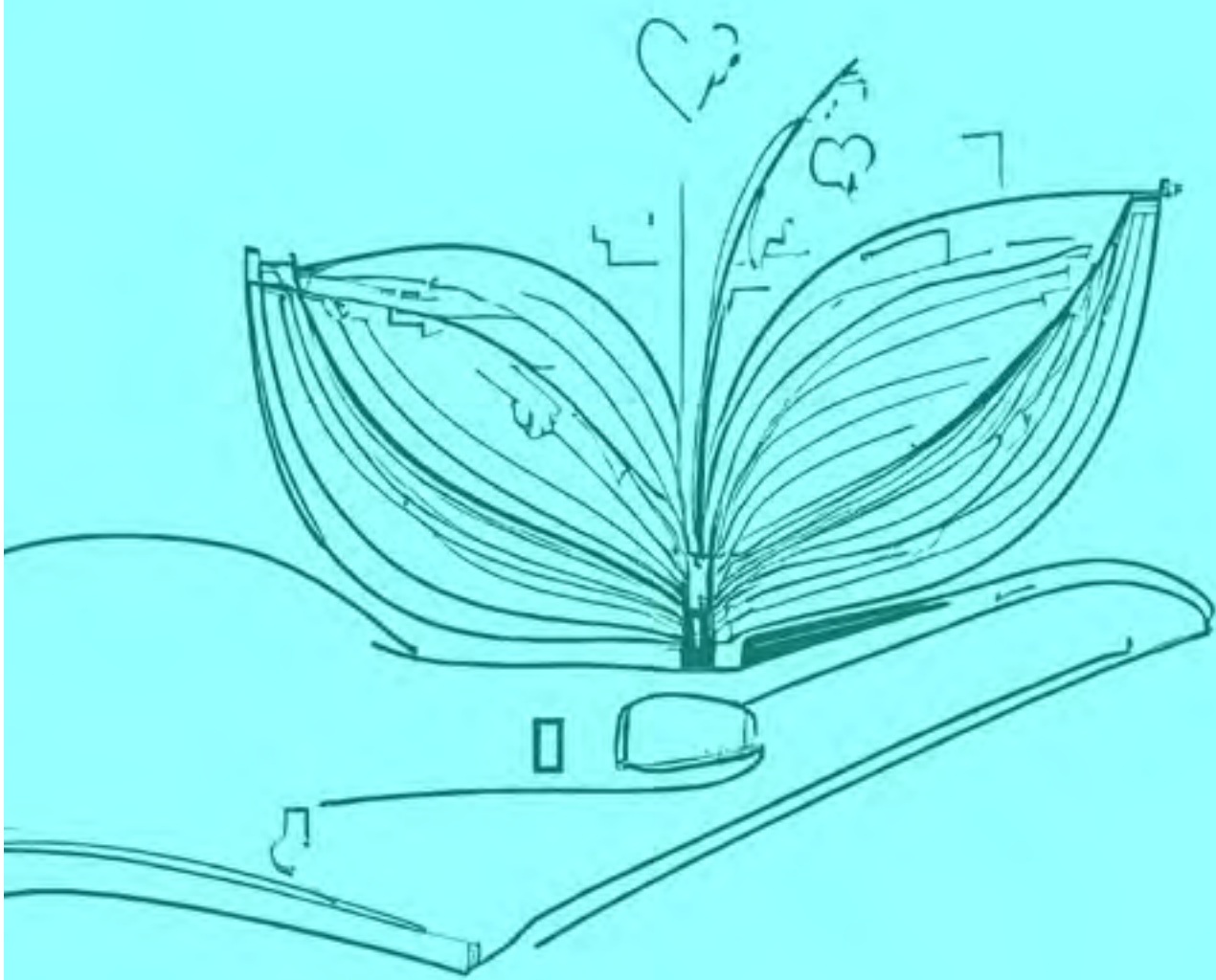
Acreditamos que difundir as informações é essencial e que precisamos simplificar ainda mais o significado do cooperativismo. Quanto mais pessoas entenderem o real sentido do movimento, mais próximos estaremos.

EXEMPLO TEXTO

O cooperativismo é um modelo de negócio centrado nas pessoas. Ele está presente em todos os setores da economia e gera trabalho, renda e prosperidade para as comunidades. Sua principal característica é que em uma cooperativa os cooperados são donos do negócio, eles participam democraticamente das decisões da cooperativa e seus ganhos são proporcionais ao fruto do seu trabalho.

EXEMPLOS FRASES

- Descubra o poder do cooperativismo.
- O caminho é cooperar.
- Nas cooperativas você é dono e a gestão é democrática. Você tem voz e vez.
- Descubra o potencial do cooperativismo aqui, um modelo de desenvolvimento sustentável.



SOMOS CONVIDATIVOS

Nossa expressão é um convite para uma nova forma de olhar o mundo.

Queremos sempre estimular o engajamento. Somos proativos e acreditamos que as soluções para uma vida e um mundo melhor dependem das nossas ações.

Trazemos conteúdos relevantes que inspiram, incentivam e guiam as pessoas para as melhores escolhas em suas vidas.

Incentivamos em nossas redes uma troca real e, por isso, estamos sempre a postos para responder às mensagens e engajar o público com nosso conteúdo.

EXEMPLOS FRASES E HASHTAG

- Vamos todos pelo coop!
- Conheça o cooperativismo, acesse: somos.coop.br
- Participe da construção de um futuro mais humano!
- Acreditamos no poder de fazer juntos.
- #BoraCooperar



SOMOS INCLUSIVOS

O cooperativismo é para todos e, por isso, precisamos ter uma comunicação global. Nossa linguagem é inclusiva, simples, direta e marcante. **Falamos de igual para igual**, descomplicamos o que parece complexo.

Queremos que a nossa comunicação seja responsável por criar novas relações, abrir caminhos e formar espaços seguros de troca entre nossos cooperados.

Este senso de união deve ser sentido pelo público interno como motivo de orgulho e, pelo público externo, como um convite à transformação.

EXEMPLOS FRASES

- Somos cooperativistas, todos importam na nossa comunidade.
- No coop todas as vozes são ouvidas.
- Construímos mais que relações de trabalho, criamos comunidades.
- Acreditamos que a potência de cada um fortalece o coop.



SOMOS DIVERSOS

Abraçamos esta diversidade no nosso território verbal porque conhecemos nossas origens, nossos sotaques e temos muito orgulho de estarmos em todo o Brasil. Queremos ampliar ainda mais nosso alcance e expandir o conhecimento e as ferramentas que fomos juntos construindo.

A diversidade e a autenticidade são partes fundamentais da nossa expressão, por isso contamos histórias reais dos nossos cooperados e cooperativas com muito orgulho.

São essas histórias que nos inspiram e que podem inspirar cada vez mais pessoas a buscar um modelo de negócio cooperativo. Olhamos para a diferença como riqueza porque sabemos que é a soma das nossas diferenças que traz a nossa força.

EXEMPLO TEXTO CAMPANHA

Conheça a inspiradora história de Lívia Maria Duarte, da Coopresa. Queremos que mais mulheres tenham oportunidades no trabalho e na transformação de suas comunidades. Que todas se sintam valorizadas por sua força e habilidade. Unidas por um futuro igualitário.

Campanha Dia das Mulheres, histórias reais de cooperadas.

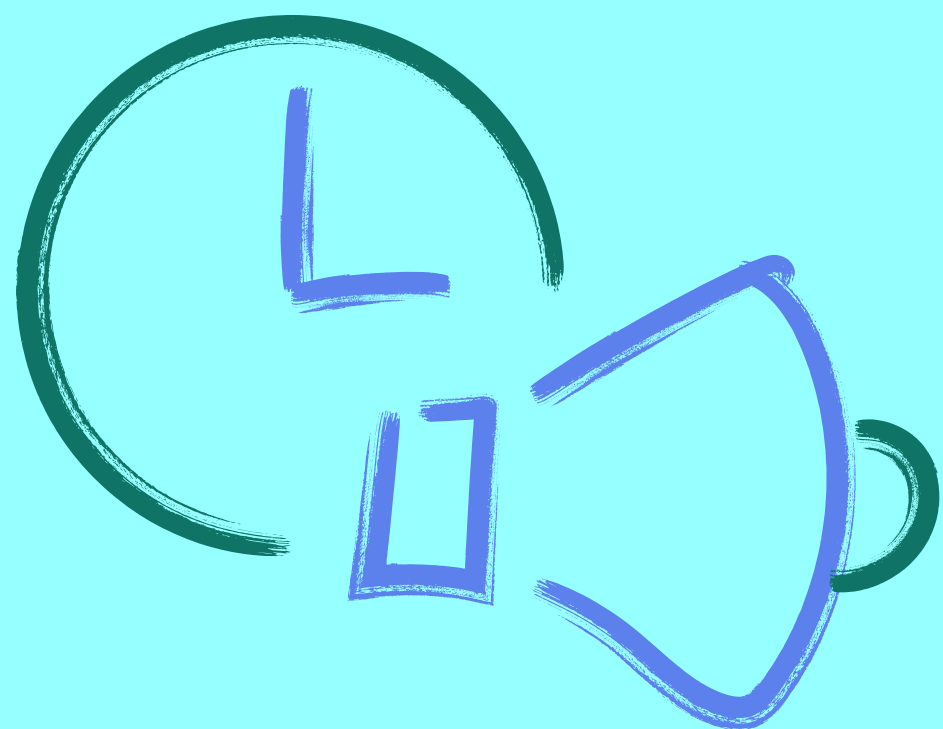
EXEMPLOS FRASES

- O caminho é cooperar para que juntos a gente possa prosperar.
- Muitos sotaques, um só propósito: um mundo mais justo para todos.
- Diversidade é nossa força.

TEMPO VERBAL

Quando falamos em simplicidade, diversidade e comunicação agregadora, estamos abordando a necessidade de nos mantermos próximos do público e falarmos a mesma língua.

Os tempos verbais a serem utilizados nos materiais SomosCoop podem variar entre:



• **A PRIMEIRA PESSOA DO PLURAL (NÓS):**

quando a intenção é aproximar o público do conteúdo e do espírito cooperativo e agregador. Traz a sensação de pertencimento para o público interno e o desejo de pertencer para o público externo. É uma expressão mais emocional e intimista.

E X E M P L O

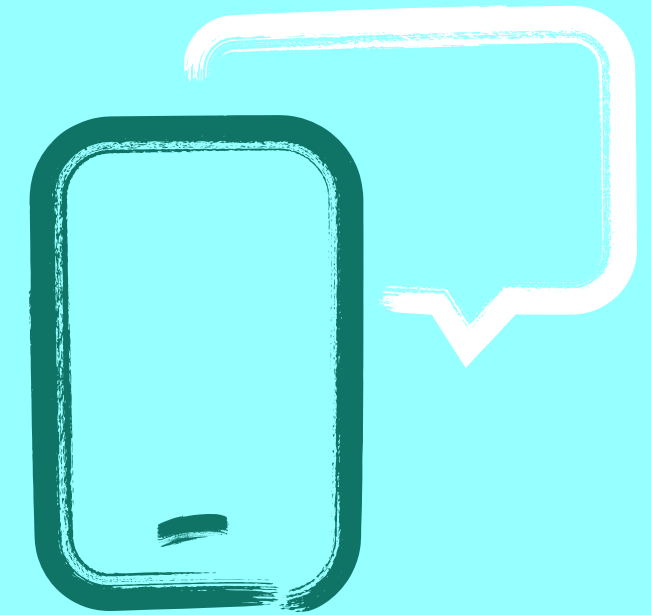
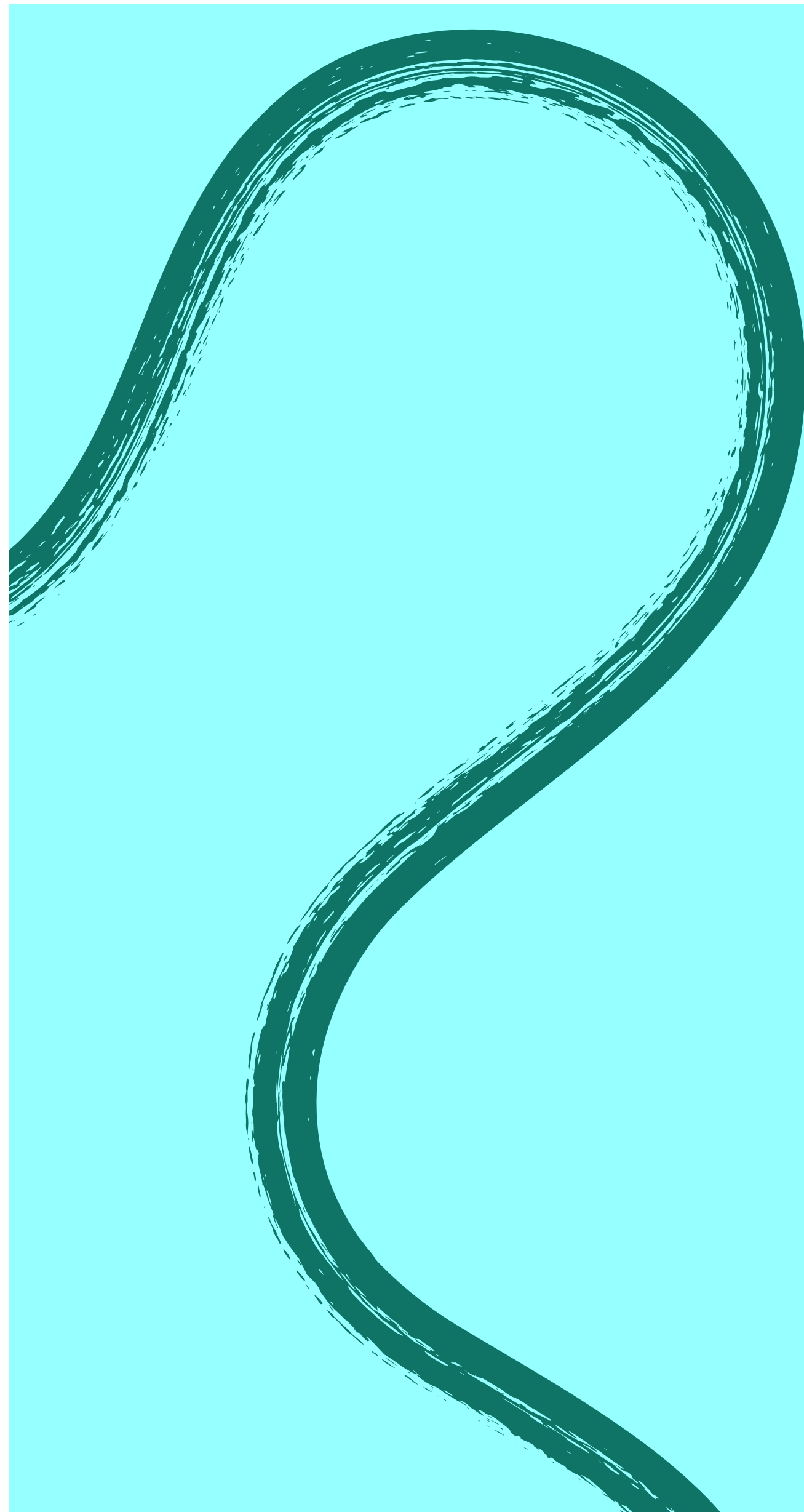
Com o SomosCoop na Estrada, estamos rodando o País e conhecendo o cooperativismo na prática! Sabe quem é muito importante para a gente seguir viagem? Você!

• **A TERCEIRA PESSOA DO SINGULAR:**

quando a ideia é afirmar a importância do modelo de negócio cooperativo e sua diferenciação de outros. É uma expressão mais racional e deve ser usada principalmente para informações mais práticas ou didáticas, como em dados ou explicações que demandam certa objetividade.

E X E M P L O

O SomosCoop é o movimento nacional de valorização do cooperativismo, criado para unir cooperativas, cooperados e conectar pessoas que acreditam na força de trabalhar junto para tornar o coop conhecido e reconhecido na sociedade.



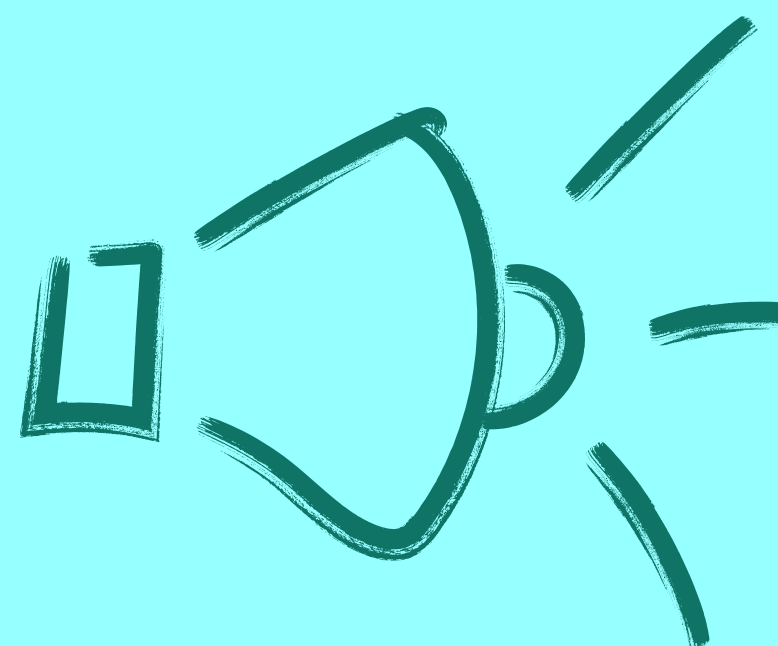
O MEIO E A MENSAGEM

Assim como uma pessoa, uma marca muitas vezes precisa adequar o seu jeito de falar ao espaço onde se encontra. Porém isso não significa abrir mão de sua personalidade, mas sim perceber que existem maneiras diferentes de usar sua personalidade dependendo de onde estivermos.

Vamos aqui falar dos três meios mais comuns de expressão do SomosCoop: o site, o nosso canal no YouTube e as redes sociais (Instagram, Facebook, Spotify e TikTok).

Existe uma diferença entre esses canais de comunicação, e a nossa linguagem pode e deve se diferenciar em cada um deles.

O MEIO E A MENSAGEM



Nas redes sociais, o clima é informal, leve e, principalmente, rápido.

A circulação de informações, estímulos e conteúdos é muito veloz, então o ideal é usar textos mais descontraídos, conectados com o que está acontecendo nas redes e que gerem engajamento com o público.

Frases curtas e textos que fisguem o leitor logo de primeira são sempre muito bem-vindos nas redes sociais. Carrossel com textos também tende a funcionar bem quando a informação requer um pouco mais de espaço.

Campanhas em posts ou vídeos, para que chamem a atenção, devem se aproximar de uma **linguagem jovem e direta que indique rapidamente do que se trata**, já que nas redes sociais a concorrência de conteúdos é enorme.

Muitas vezes, somos fisgados pela concepção de que, quanto mais gente tiver acesso à nossa página, melhor. E é claro que ter um bom número de seguidores, viralizar ou ser muito compartilhado é um sinal de que as coisas estão bem! Porém **mais importante ainda é ter uma base sólida de seguidores que de fato se interessam e se apropriam do conteúdo produzido. Cativar quem já está conosco é também uma forma de engajar posts nas redes sociais.**



O MEIO E A MENSAGEM

“Curiosidades sobre o cooperativismo, tudo o que você sempre quis perguntar, a gente responde!”

É possível fazer tanto caixa de perguntas para a interação com os seguidores e adicionar as respostas aos destaques da página, como também criar um carrossel com algumas das dúvidas mais comuns sobre o cooperativismo e as suas respostas.

“Cooperativismo: mitos e verdades”

Uma série de posts que trazem afirmações comuns sobre o movimento cooperativista, tanto verdadeiras quanto falsas e que são comentadas no post de como funciona realmente.

“SomosCoop e você”

Vídeos que trazem histórias de pessoas cooperadas reais, o que as levou ao cooperativismo e o que mudou em suas vidas.

REDES SOCIAIS

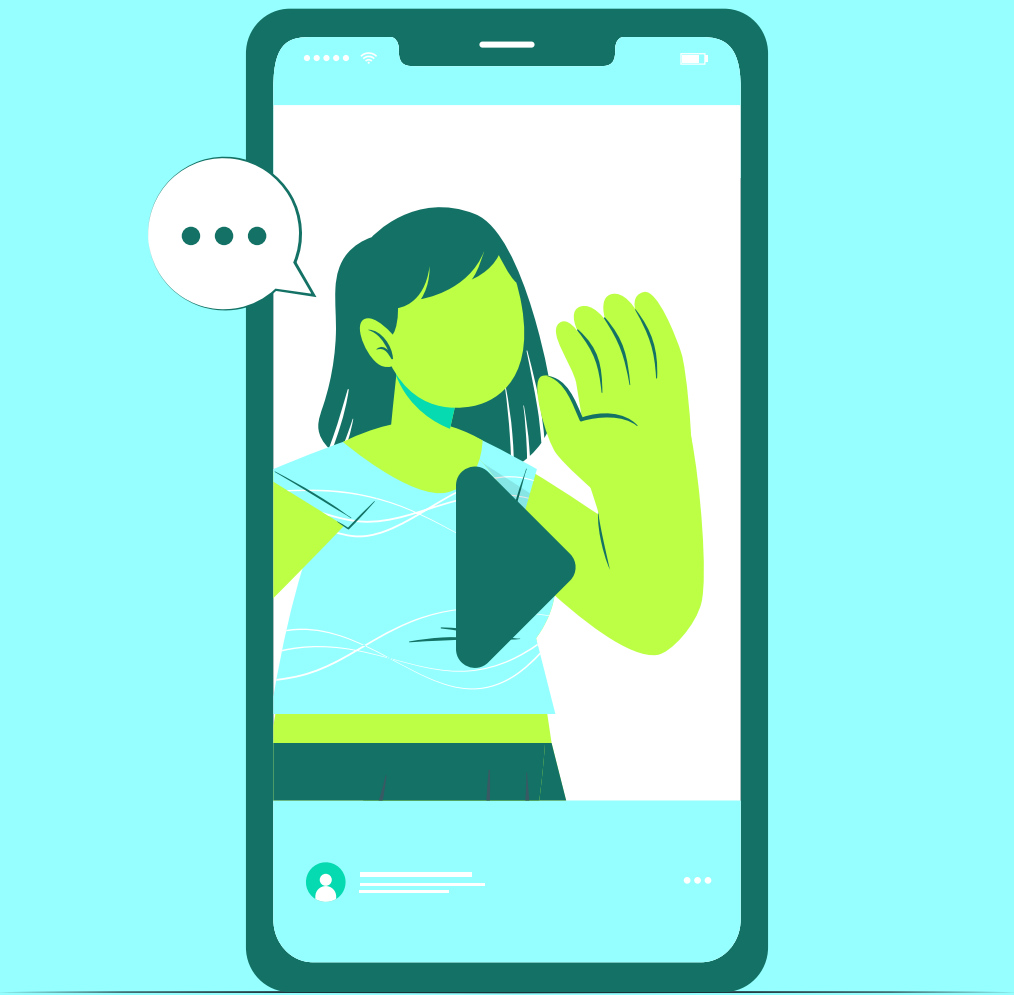
Aproveitar assuntos do momento

Ações a partir de assuntos em destaque podem virar posts que expliquem melhor o cooperativismo. Por exemplo, uma notícia ligada ao coop, um personagem de novela ou meme. Deixar claro no post que, acessando o link na bio, existe um texto explicativo sobre a relação do card com o cooperativismo.



Depoimentos

Histórias de pessoas reais que mostram como o cooperativismo pode agir na vida delas. Depoimentos e testemunhos humanizam a narrativa do cooperativismo.



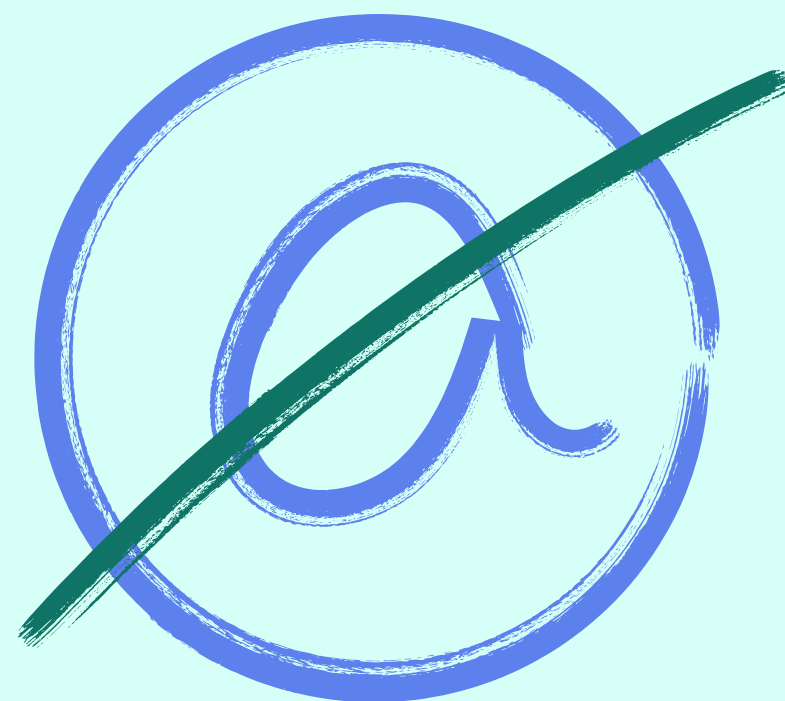
Hashtags

Elas são uma ótima forma de criar movimentos, marcar um assunto ou evento. Exemplo: #orgulhodesercoop ou #boracooperar



COMO NÃO FALAR

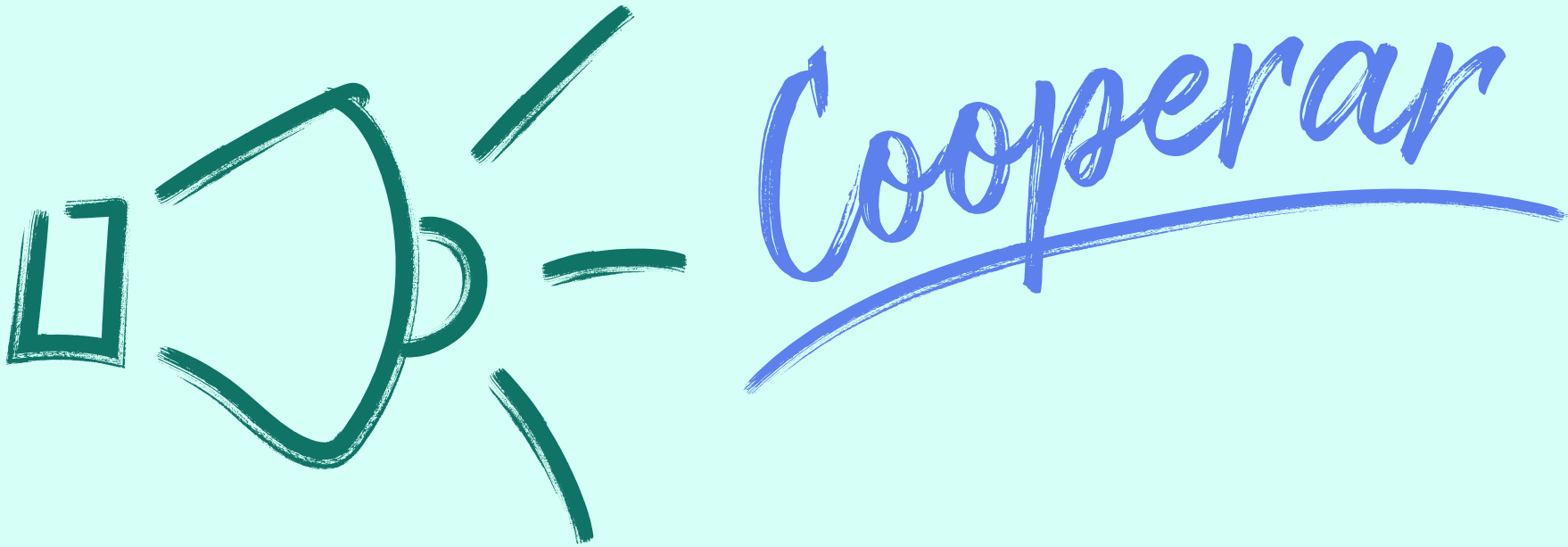
Temos tantas maneiras de falar: de forma descontraída nas redes sociais; mais séria quando queremos passar uma informação importante; na terceira pessoa do plural quando falamos da gente com orgulho e queremos ter você pertinho e; na terceira do singular, quando o SomosCoop está em evidência ou precisa explicar algo para alguém que ainda não conhece a gente. Tá bom, mas, então, como é que a gente NÃO pode falar?



- **Não falamos rebuscado.** Somos simples e tentamos sempre descomplicar a informação.
- **Não rodeamos a informação, vamos até ela.** Não queremos complicar a vida de quem quer usar o tempo para produzir e ser feliz.
- **Não gostamos de reclamar.** Nossa expressão é alegre e proativa. Estamos em busca de soluções para uma vida melhor.
- **Não somos apelativos.** Acreditamos que o nosso propósito fala por si só e, por isso, não precisamos de mais subterfúgios. Apostamos em nossos valores como nossa maior mensagem.
- **Não somos irônicos.** Somos divertidos, isso sim, mas nunca sarcásticos. Temos muito cuidado com a clareza da nossa mensagem.
- **Não somos arrogantes nem donos da verdade.** Estudamos, pesquisamos, buscamos informações e temos muita clareza do que fazemos, mas longe de nós nos colocarmos como melhores do que os outros. Pelo contrário, gostamos é de trocar informações e de crescer juntos.

VOCABULÁRIOS

Existem palavras que agregam valor ao território verbal do SomosCoop e podem ser consideradas elementos de discurso da marca.



- | | |
|--------------|--------------|
| cooperar | social |
| cooperação | família |
| coletivo | rede |
| juntos | união |
| somos | compromisso |
| todos | caminho |
| agregar | forte |
| compartilhar | trabalhar |
| somar | pertencer |
| multiplicar | orgulho |
| solucionar | comunidade |
| realizar | prosperidade |
| conquistar | negócio |



EXPRESSIONES **4**

DA MARCA

LINGUAGEM VISUAL **4.1**

LINGUAGEM VISUAL

APLICAÇÕES

Misturando todos os nossos ingredientes de linguagem, chegamos às expressões visuais que são a cara do SomosCoop, mas que possuem uma amplitude de possibilidades para criação e representação do movimento.

Nosso grafismo “caminhar juntos” pode se tornar suporte para a aplicação de uma mensagem ou conceito simples e curto.

A interação dos caminhos da imagem acontece de forma orgânica, misturando fotografia e grafismos flat.





























Vem zer Coop



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



APLICAÇÕES **4.2**

APLICAÇÕES

AVENTAL SOMOSCOOP

- VERDE-PETRÓLEO - C85 M30 Y60 K20 | PANTONE 3302 C
- VERDE-LIMA - C40 M0 Y55 K0 | PANTONE 7487C
- BRANCO - C0 M0 Y0 K0 | PANTONE 000 C

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1

A - Corpo do avental - tecido Oxford com impressão. Verde-lima é a cor de referência

B - Carimbo SomosCoop - silk emborrachado alto-relevo nas cores verde-petróleo e branca

C - Suporte de pescoço na cor verde-petróleo

D - Faixa de cintura na cor verde-petróleo



- 2

A - Corpo do avental - tecido Oxford com impressão. Verde-petróleo é a cor de referência

B - Carimbo SomosCoop - silk emborrachado alto-relevo na cor branca

C - Suporte de pescoço na cor: verde-lima

D - Faixa de cintura na cor verde-lima



Exemplo de convivência da marca da cooperativa e o selo SomosCoop.

APLICAÇÕES

AVENTAL COOPERATIVA + SOMOSCOOP

- VERDE-PETRÓLEO - C85 M30 Y60 K20 | PANTONE 3302 C
- BRANCO - C0 M0 Y0 K0 | PANTONE 000 C

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1

A - Corpo do avental - tecido jeans

B - Carimbo SomosCoop - bordado nas cores verde-petróleo e branca

C - Marca da cooperativa bordada em suas cores ou na cor branca

Sugerimos o uso de jeans feito a partir de tecidos reciclados por cooperativas.



APLICAÇÕES

CHAPÉU

VERDE-PETRÓLEO - C85 M30 Y60 K20 | PANTONE 3302 C

BRANCO - C0 M0 Y0 K0 | PANTONE 000 C

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1 A - Chapéu de palha
- B - Faixa na aba na cor verde-petróleo
- C - Carimbo SomosCoop em serigrafia na cor branca



1 Fica aberta a possibilidade de personalização com a marca da cooperativa ou parceira na faixa da aba, posicionado na frente do chapéu.

APLICAÇÕES

CAMISA POLO

- VERDE-PETRÓLEO - C85 M30 Y60 K20 | PANTONE 3302 C
- VERDE-LIMA - C40 M0 Y55 K0 | PANTONE 7487C
- BRANCO - C0 M0 Y0 K0 | PANTONE 000 C

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1

A - Camisa polo - tecido na cor verde-lima
B - Carimbo SomosCoop em serigrafia nas cores verde-petróleo e branca

- 2

A - Camisa polo - tecido na cor verde-petróleo
B - Carimbo SomosCoop em serigrafia na cor branca



APLICAÇÕES

BONÉ

- VERDE-PETRÓLEO - COR: 0668
- CRU - COR: 0730
- JEANS ESTONADO - COR: 0730
- BRANCO

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1

A - Boné em brim com entretela de memória interna, regulador de tecido e fecho de metal na cor verde-petróleo

D - Bordado em relevo na frente na cor branca. Destaque no alto-relevo da palavra “somos” para não ficar com a linha muito fina em proporção à palavra “coop”. Exemplo abaixo:
- 2

B - Boné em brim com entretela de memória interna, regulador de tecido e fecho de metal na cor jeans estonado

D - Bordado em relevo na frente na cor branca. Destaque no alto-relevo da palavra “somos” para não ficar com a linha muito fina em proporção à palavra “coop”. Exemplo abaixo:
- 3

C - Boné em brim com entretela de memória interna, regulador de tecido e fecho de metal na cor cru

D - Bordado em relevo na frente na cor verde-petróleo. Destaque no alto-relevo da palavra “somos” para não ficar com a linha muito fina em proporção à palavra “coop”. Exemplo abaixo:



APLICAÇÕES

CAMISA COOPERATIVA + SOMOSCOOP

VERDE-PETRÓLEO - C85 M30 Y60 K20 | PANTONE 3302 C

BRANCO - C0 M0 Y0 K0 | PANTONE 000 C

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1 A - Camisa - tecido jeans
- B - Carimbo SomosCoop - bordado nas cores verde-petróleo e branca
- C - Marca da cooperativa bordada em suas cores ou na cor preta



APLICAÇÕES

CANETA

- VERDE-PETRÓLEO - C85 M30 Y60 K20 | PANTONE 3302 C
- VERDE-LIMA - C40 M0 Y55 K0 | PANTONE 7487C
- BRANCO - C0 M0 Y0 K0 | PANTONE 000 C

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1 A - Caneta na cor verde-petróleo
- B - Marca SomosCoop e grafismo em serigrafia nas cores branca e verde-lima



- 2 A - Caneta na cor verde-lima
- B - Marca SomosCoop e grafismo em serigrafia nas cores branca e verde-petróleo

APLICAÇÕES

ECOBAGS

- VERDE-PETRÓLEO - C85 M30 Y60 K20 | PANTONE 3302 C
- VERDE-LIMA - C40 M0 Y55 K0 | PANTONE 7487C
- BRANCO - C0 M0 Y0 K0 | PANTONE 000 C

ESPECIFICAÇÕES DE PRODUÇÃO

- 1

A - Ecobags em tecido oxford com a cor de fundo verde-lima

B - Alça na cor verde-lima



- 2

A - Ecobags em tecido oxford com a cor de fundo verde-petróleo

B - Alça na cor verde-lima





somos **coop**»