

REDE de EMPREENDEDORISMO COMUNITÁRIO CANANÉIA

Oficina de Comunicação 1 -

Apresentação do Projeto, revisão ou criação de identidade da organização, planejamento de distribuição de material de comunicação, elaboração de agendas, banners (faixas) e camisetas dos empreendimentos comunitários



- Apresentação pessoal – 5'
- 2. Apresentação da Associação Rede Cananéia – 10';
- 3. Apresentação geral do Projeto e sub-projetos – 20';
- 4. Apresentação do sub-projeto local – 10';
- 5. Apresentação e planejamento coletivo das ações de comunicação - 20';
- 6. Identidade da Organização – 1h30'



REDE
CANANÉIA





Histórico:

- Formalizada em **outubro de 2004**;
- Inicialmente era composta por **11 membros** que representavam **12 organizações não governamentais**;
- Atualmente conta com **15 organizações membro**.



ÁREAS DE FOMENTO

- Fortalecimento do 3º setor;
- Gestão de unidades de conservação;
- Gerenciamento costeiro;
- Manejo de recursos florestais;
- Comunidades tradicionais;
- Capacitação comunitária;
- Manejo de ostras, maricultura e recursos pesqueiros;
- Saúde comunitária;
- Turismo de base comunitária;
- Ecoturismo;
- Educação ambiental;
- Juventude;
- Educomunicação;
- Artesanato;



ÁREAS DE FOMENTO

- **Organização dos pescadores;**
- **Agricultura familiar;**
- **Agricultura de base ecológica;**
- **Sistemas agroflorestais;**
- **Organização comunitária;**
- **Conservação de animais marinhos;**
- **Pesquisa e extensão;**
- **Apicultura;**
- **Ética profissional;**
- **Geração de renda;**
- **Economia solidária;**
- **Capoeira e cultura afrobrasileira;**
- **Resgate e difusão cultural;**
- **Coletivos educadores.**



Missão:

"Promover a integração do 3º setor em Cananéia, fortalecendo as ações de suas entidades congêneres, trabalhando de maneira sinérgica o desenvolvimento local sustentável em sua concepção mais ampla".



Visão:

“Proporcionar o fortalecimento da Rede e dos grupos, através da divisão de responsabilidades entre seus membros e da comunicação, gerando a transparência das ações, chegando à autonomia destes grupos e a autossustentabilidade da Rede.”



Visão em pontos práticos para os próximos 5 anos (*indicadores de resultados*):

- ***"Possuir 25 organizações membro;***
- ***autossustentabilidade da Rede;***
- ***resultados mais eficazes dos projetos realizados;***
- ***autonomia das organizações membro;***
- ***realização de um programa de transparência de ações".***



Valores:

- ***"Gestão compartilhada,***
- ***participação comunitária,***
- ***ética e moralidade,***
- ***apartidarismo,***
- ***trabalho em equipe. "***



Posicionamento:

*"**Para** Organizações formais e informais do 3º setor do município de Cananéia **que** buscam a melhoria da qualidade de vida da comunidade, por meio da promoção de ações de geração renda, de atividades tradicionais e sustentáveis, preservação das culturas tradicionais, educação comunitária, conservação e pesquisa ambiental e desenvolvimento social **a marca** Rede Cananéia **é** uma Associação de Sistema em Rede **que** promove o desenvolvimento e o empoderamento de suas organizações associadas **devido a** aplicação de método colaborativo e horizontal de reflexões, ações, projetos e programas que venham ao encontro das necessidades e auxiliem os grupos nela representados."*

REDE de EMPREENDEDORISMO COMUNITÁRIO CANANEIA

Projeto "Rede de
empreendedorismo,
conservação e sustentabilidade
de iniciativas comunitárias" –
fase 2

O que é o Projeto para vocês?

Tem dificuldade, pois não estão organizadas, produzem, mas ainda não vendem. Pretendem se organizar, produzir, vender e atender a demanda. Pretendem trabalhar e gerar renda para as mulheres da comunidade. Sempre trabalharam com artesanato (crochê, barbante – que vende mais) e começaram a trabalhar com as bolsas (com aplicação de várias técnicas). Intenção de conseguir uma máquina de estampar, para bolsas e camisetas, onde os homens participariam neste contexto.

- **O Projeto “Rede de empreendedorismo, conservação e sustentabilidade de iniciativas comunitárias” é patrocinado pela Petrobras, através da aprovação no Programa Desenvolvimento & Cidadania 2007;**
- **A primeira fase iniciou-se em novembro de 2009, quando da chegada da 1ª parcela do recurso;**
 - **Seu prazo de execução foi de 12 meses;**
- **Em breve começaremos a segunda fase, que terá um prazo de execução de 24 meses;**
 - **É gerenciado pelo GT Geração de Renda da Associação Rede Cananéia, que se reúne uma vez ao mês, sempre na quarta-feira após a Assembleia.**

Objetivo Geral:

Contribuir para o fortalecimento comunitário integrado através de apoio às iniciativas de empreendimentos solidários em comunidades tradicionais no município de Cananéia, para a geração de trabalho e renda, por meio da valorização, aperfeiçoamento e comercialização dos produtos e serviços locais desenvolvidos pelos grupos.

Objetivo Específico (3.2)	Ação (3.3)	Resultados esperados (3.4)
1. Qualificar profissionalmente nove empreendimentos comunitários locais.	A. Realizar dezesseis (16) oficinas de capacitação na temática “aperfeiçoamento de serviços e produtos” junto aos grupos e empreendimentos comunitários do projeto.	Produtos e serviços com alto padrão de qualidade.
	B. Realizar quatro (04) Seminários sobre “geração de trabalho e renda”, conforme demandas dos empreendimentos comunitários apoiados.	
	C. Realizar vinte (20) oficinas de capacitação e troca de experiências/intercâmbios entre os empreendimentos participantes do projeto e empreendimentos externos de reconhecida expertise.	
	D. Implantar seis (06) módulos de produção de empreendimentos comunitários;	
2. Promover e desenvolver processos de comunicação comunitária e mobilização popular.	A. Estruturar planos de comunicação dos nove empreendimentos comunitários.	Processos de comunicação comunitária efetivos
	B. Desenvolver coletivamente com os grupos e empreendimentos comunitários os materiais de comunicação dos produtos e serviços de acordo com a identidade sociocultural local.	
	C. Realizar de uma (01) campanha de consumo consciente e comércio justo na comunidade de Cananéia.	
3. Fortalecer a cadeia produtiva e comercialização dos produtos e serviços dos empreendimentos comunitários.	A. Realizar pesquisa de novos mercados locais e externos, para a comercialização dos produtos, definindo parceiros para pontos de venda ou promoção dos produtos e serviços.	Viabilidade econômica dos empreendimentos comunitários
	B. Realizar duas (02) Feiras de Economia Solidária.	
	C. Estruturar Planejamento Estratégico para cada empreendimento comunitário participante do projeto.	

Recursos Financeiros destinados para:

- 09 sub-projetos;
- Material de comunicação do Projeto e dos sub-projetos;
 - Custos fixos da Rede;
- Aquisição de equipamentos para a Rede e para os empreendimentos comunitários;
 - Pagamento de equipe de apoio e coordenadores de sub-projetos;
- Logística para a realização das atividades.

REDE de
EMPREENDEDORISMO
COMUNITÁRIO
CANANEIA

Sub-projetos

ACARI
CAF
São Gonçalo
Ex-Colônia
Grupo de Ervas
Colônia de Pescadores Z-9
SINTRAVALE
Maculelê
Enseada da Baleia

Oficinas de Comunicação

1. Apresentação do Projeto, revisão ou criação de identidade da organização, planejamento de distribuição de material de comunicação, elaboração de agendas, banners (faixas) e camisetas dos empreendimentos comunitários (TODOS);
2. Criação de Logotipo (Grupo de Ervas e Enseada da Baleia);
3. Elaboração de catálogo de produtos;
4. Elaboração de banners e folders;
5. Revisão do Plano de Comunicação e elaboração de catálogos e agendas.

REDE de
EMPREENDEDORISMO
COMUNITÁRIO
CANANEIA

Identidade da organização

Comunicação e Plano de Comunicação

A comunicação é a ponta visível do iceberg e o plano de comunicação é sua sustentação.

Contribuições do Plano de Comunicação

- Visão de “fora para dentro”;
- Análise de pontos fortes e pontos fracos;
- Posicionamento;
- Busca de relacionamentos mais consistentes e duradouros com públicos estratégicos;
- Maior controle e monitoramento do processo de comunicação;
- Racionalização de recursos.

Auto Retrato

- **Identidade:** DNA da organização. Conjunto de características que a tornam única: aspectos tangíveis e intangíveis, operacionais, éticos, estéticos e culturais.
- *A identidade da marca refere-se à capacidade de uma marca ser reconhecida como única ao longo do tempo, sem confusão, graças aos elementos que a individualizam.*

Nossa história

(Linha do tempo)

- Como foi o processo de criação do grupo até chegar no que é hoje?
- Como e quando tudo começou/ como surgiu a ideia ou necessidade de formar o grupo/ houve alguma liderança/ houve alguma oportunidade especial?
- Quem somos nós? – apresentação da comunidade grupo/ contextualização.

Nossa história

A comunidade começou com 6 famílias (da mesma família), agora são 8, de um histórico de muita luta pela sobrevivência, sempre trabalhando junto (peixe – homens pescam e defumação do peixe junto às mulheres), tudo sempre em conjunto. Agora tem pouco peixe. O turismo é sazonal, o período da baixa temporada é difícil para a geração de renda. Trabalhavam com turismo e na baixa temporada produziam artesanato para vender na alta temporada, mas era de difícil estocagem. Tati participou do intercâmbio de Curitiba, e viu a demanda da sacola ecológica, e todos colocarem sua sabedoria na sacola. A venda foi pequena, mas continuam fazendo. Na temporada fazem um estande e vendem aos turistas. Há dois anos o turismo vem baixando bastante. Faixa: Tati passará. Tem muita vontade de ver crescer, por tudo o que vem acontecendo, como a erosão e a morte do líder e demolições de casas de famílias que geravam renda.

Plano de Comunicação

Missão: é a razão de ser da sua organização, reflete sua identidade, sua competência, necessidades, oportunidades externas e o compromisso com as metas. Função ou poder que se confere a alguém para fazer algo; encargo, incumbência (...) obrigação, compromisso, dever a cumprir: missão de pai.

Missão da Organização

“Fortalecer a comunidade, por meio da criação de produtos que unissem os talentos dos moradores, para gerar renda e proporcionar oportunidades para os jovens permanecerem na comunidade”

Plano de Comunicação

Visão: O que se quer ser? Que visão ter dos resultados que se deseja concretizar em longo prazo? Uma imagem clara daquilo a ser alcançado.

Deve ser construída com o passar do tempo. Pode ser alterada.

Visão da Organização

“Comunidade capacitada para a confecção de bolsas e camisetas com qualidade, organização com estrutura física, maquinário para atendimento da demanda, organizada e formalizada, para geração de renda em prol da comunidade, que transmitirá o conhecimento, aumentando o grupo, buscando o crescimento e a autossustentabilidade”.

Visão em pontos práticos para os próximos 5 anos (*indicadores de resultados*):

- Maquinário;
- Espaço organizado e estruturado;
- Grupo capacitado;
- Formalização da organização;
- Pontos de venda fixos;
- Cerca de 20 a 25 pessoas;
- Renda mensal de um salário mínimo por integrante.

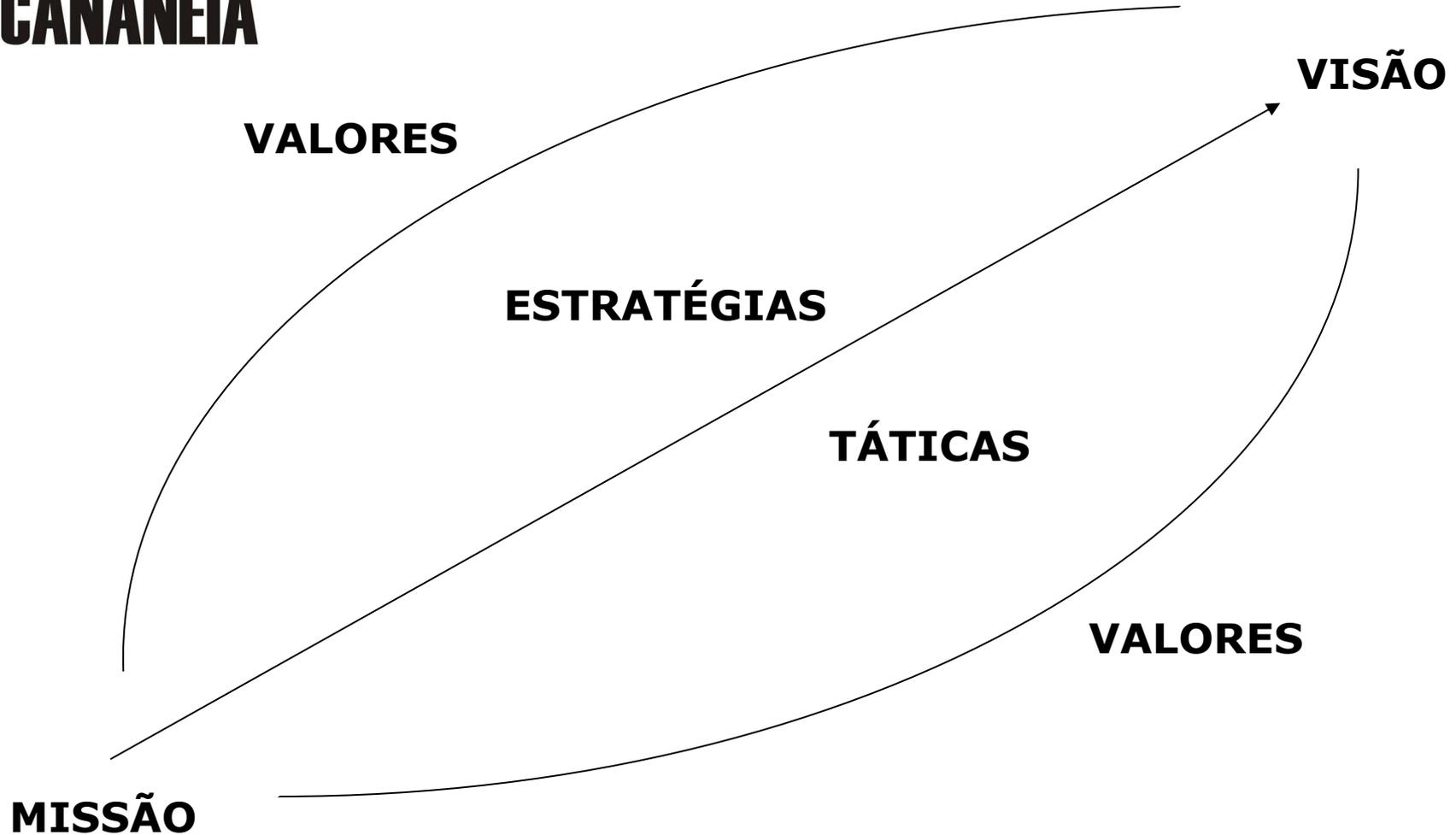
Plano de Comunicação

Valores: São os princípios norteadores para todas as ações da organização. Dizem respeito ao que as pessoas acreditam e valorizam

Valores da Organização

- União;
- Respeito as diferenças;
- Gestão compartilhada;
- Respeito ao tempo das pessoas;
- Paciência;
- Abertura ao aprendizado;
- Respeito ao meio ambiente.

Análise da situação



Plano de Comunicação

Posicionamento: é a forma como queremos que nossa marca seja percebida por nossos públicos estratégicos. Posição ou área que queremos ocupar no “mapa” da mente das pessoas relativamente às outras instituições, a fim de definir e diferenciar nossa marca.

Posicionamento da Organização

Para a comunidade da Enseada da Baleia que busca trabalhar em conjunto, trazendo oportunidades para os jovens, renda e respeitando o meio ambiente a marca Enseada da Baleia Comunidade Tradicional Caiçara é um grupo de geração de renda, que une os talentos da comunidade em produtos com identidade local devido à união e respeito mútuo e ao meio ambiente.

**REDE de
EMPREENDEDORISMO
COMUNITÁRIO
CANANÉIA**

Oficina de Comunicação 2 –

Criação de Logotipo (Grupo de Ervas e Enseada da Baleia);

REDE de
EMPREENDEDORISMO
COMUNITÁRIO
CANANÉIA

- Criação de logotipo – 1h

Organizações: Enseada da Baleia e Grupo de Ervas.

Plano de Comunicação

Marca: é a expressão do posicionamento da Organização. É o somatório de todas suas características, tangíveis e intangíveis, que fazem dela uma ***oferta única***.

**Valores tangíveis + Valores intangíveis =
Valor da Marca**

- **Linguagem visual:** símbolos, cores, formatos, logomarca, tipografia, programação visual, materiais, fotos, ilustrações.
- **Linguagem verbal:** Nome, slogan, discurso.
- **Programação visual e manual de identidade da marca:** criação de processos e sistemas que assegurem a integridade e coerência visual da marca em todas as suas manifestações

Criando a “cara” da organização

Dinâmica da transformação de um objeto:

- Limpendo o peixe;
- União (mãos dadas);
- Retalhando o peixe;
- Estampando a camiseta;
- Costurando;
- Bordando;
- Culinária típica;
- Cortando a cabeça do peixe;
- Remando;
- Gerando renda.

Desenhando a organização

Desenho colorido sobre a dinâmica anterior:

- sol, praia, peixe, união da comunidade.

Criação de Logotipo

- Cores: verde, azul, amarelo.
- Forma: baleia (sem linhas).
- Mensagem: tradição e união.
- Ilustrações: sol, praia, peixe, união da comunidade.
- Textura: fundo tonalidades da praia e textura raiz manguezal.

REDE de
EMPREENDEDORISMO
COMUNITÁRIO
CANANÉIA

Logotipo

REDE de EMPREENDEDORISMO COMUNITÁRIO CANANÉIA

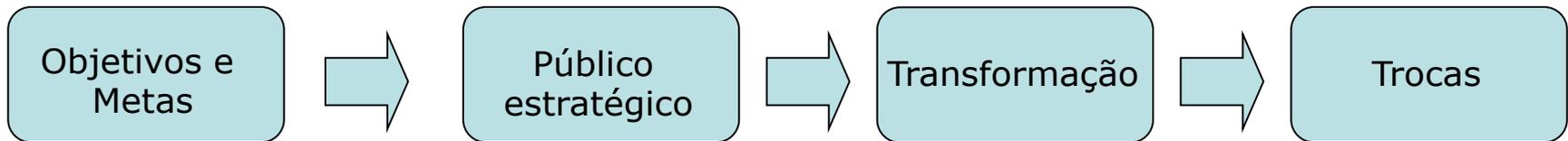
Oficinas de Comunicação 3, 4 e 5

Elaboração de catálogo de produtos, Elaboração de banners e folders; Revisão do Plano de Comunicação e elaboração de catálogos e agendas.

1. Definição de públicos estratégicos – 30’;
2. Briefing para elaboração de peças de comunicação – 1h;
3. Elaboração de catálogo – 1h30.
4. Revisão – 1h.

Públicos estratégicos

Definição: aquele com o qual é necessário estabelecer trocas para alcançar os objetivos e as metas, visa estabelecer uma via de mão dupla, que agregue o fator transformação ao processo.



Públicos estratégicos

- **Público provedor:** doares, apoiadores, financiadores (Petrobras);
- **Público interno:** funcionários (equipe técnica) e seus familiares;
- **Público agente:** voluntários, conselheiros, parceiros, fornecedores, estagiários;
- **Público alvo:** é o segmento do público que deseja e valoriza os serviços ou produtos oferecidos pela organização e necessita deles (organizações membro).

Públicos estratégicos da organização

- **Público provedor:** Petrobras, talvez MinC – Ministério da Cultura.
- **Público interno:** Comunidade da Enseada da Baleia.
- **Público agente:** PEIC – Parque Estadual da Ilha do Cardoso, Prefeitura Municipal da Estância de Cananeia, Associação Rede Cananéia, IPEC – Instituto de Pesquisas Cananéia, Ponto de Cultura Caiçaras.
- **Público alvo:** Turistas, Programa Escola da Família, Igreja, Colônia de Pescadores Z-9, Associação Rede Cananéia, Escolas, Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia, PEIC - Parque Estadual da Ilha do Cardoso.

Briefing - Exemplo

BRIEFING PROJETO PETROBRAS – Peças Rede

- **Objetivo:** Fortalecimento comunitário integrado do 3º setor local; melhoria da qualidade de vida; geração de renda; valorização, aperfeiçoamento e comercialização dos produtos e serviços; conservação dos recursos naturais; protagonismo e processo participativo.
- **Objetivo do negócio:** Geração de renda e autonomia dos grupos, a partir do reconhecimento de suas potencialidades e necessidades.
- **Objetivo das comunicações:**
- **Jornal Impresso** = Informar a população local e parceiros sobre as ações e o caminhar da Rede e dos Projetos.
- **Jornal virtual** = Prestar contas aos financiadores e parceiros. Dar visibilidade e transparência aos trabalhos desenvolvidos pela Rede.
- **Folder** = Explicar o que é a Rede e o que é o Projeto.
- **Camisetas** = divulgar a realização do Projeto. Identificar quem faz parte do Projeto.
- **Site** = Informar a população de fora, os parceiros e possíveis financiadores dos trabalhos desenvolvidos na Rede de forma geral.
- **Blog** = Informar a população de fora, os parceiros e possíveis financiadores dos trabalhos desenvolvidos na Rede de forma geral, abrangendo, ainda, a participação de membros e pessoas interessadas de forma interativa.

Briefing - Exemplo

Público alvo:

- **Do Projeto:** Público interno (grupos e seus membros), público externo (consumidores eventuais, clientes íntimos, revendedores, parceiros e possíveis financiadores).
- **Jornal Impresso** = Membros da Rede, grupos e seus membros e população local.
- **Jornal Virtual** = Parceiros e financiadores.
- **Folder** = Potenciais parceiros, possíveis financiadores, membros e população em geral.
- **Camisetas** = Participantes do Projeto.
- **Site** = Possíveis parceiros e financiadores. População interessada em geral.
- **Blog** = Possíveis parceiros e financiadores. População interessada em geral. Jovens.

Briefing - Exemplo

Estratégia do Projeto:

- **Jornal** = Melhorar o design e a inserção de fotos. Utilizar a identidade da Rede com espaço específico (caderno central) para o Projeto, com uma identidade própria.
- **Folder** = Linguagem clara e objetiva dentro da identidade do Projeto, procurando fazer uma apresentação "limpa", "clean". Sendo a página 1 o logo da Rede, página 2 quem somos, página 3 áreas de atuação, páginas 4 e 5 apresentação do Projeto e página 6 obrigações. Colocar informação quantitativa do número de participantes do Projeto.
- **Site** = Utilizar a identidade da Rede, entretanto, nas publicações sobre os projetos específicos linkar com a identidade de cada projeto. Criar uma parte com a prestação de contas da Rede, de forma a dar transparência às ações, buscando credibilidade. Mudar o nome atual. Criar uma ferramenta dentro do site ou outro site para a comercialização de produtos e serviços.
- **Blog** = Procurar utilizar a mesma identidade do site.

Briefing - Exemplo

Obrigações:

- **Jornal** = Logo da Rede (realização), Logo do Projeto, Logo dos Patrocinadores: Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um País de todos. Logo da AVINA (parceria).
- **Folder** = Logo da Rede (realização), Logo do Projeto, Logo dos Patrocinadores: Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um País de todos.
- **Site** = Logo da Rede (realização), Logo do Projeto, Logo dos Patrocinadores: Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um País de todos. Logo da AVINA e demais parceiros (parceria).
- **Blog** = Logo da Rede e Logo dos parceiros (HSBC Solidariedade e outros).

Briefing - Exemplo

Dados:

- **Jornal** = Quantidade: 1000. Descrição: Jornais "Informativo mensal 8 pgs", impresso nas cores: cyan, magenta, amarelo, preto. Em papel reciclado 75g/m² (4x4 cores), f fechado: 21x28 cm, f final: 28x42 cm, com 1 dobra, arte final fornecida pelo cliente em CD, Incluindo fotolitos.
Valor R\$: 1090,00 Valor Unitário R\$: 1,09. Periodicidade – mensal.
- **Folder** = Quantidade: 5000. Descrição: Folder da Rede, impresso nas cores cyan, magenta, amarelo, preto. Em papel reciclado, A4 com 2 dobras.
- **Cores da Rede:** verde, palha, areia e terra. Essas cores serão utilizadas, sendo que serão colocados elementos relativos ao logo do Projeto para a identidade do mesmo.

Folder – Exemplo

Áreas de fomento:

- Fortalecimento do 3º setor;
- Comunidades tradicionais;
- Capacitação comunitária;
 - Saúde comunitária;
- Gerenciamento costeiro;
- Manejo de recursos florestais;
- Gestão de unidades de conservação;
- Manejo de ostras, maricultura e recursos pesqueiros;

• Turismo de base comunitária;

• Ecoturismo;

• Educação ambiental;

• Juventude;

• Educomunicação;

• Artesanato;

• Resgate e difusão cultural;

• Capoeira e cultura afro-descendente;

- Organização dos pescadores;
- Organização comunitária;
 - Apicultura;
- Agricultura familiar;
- Sistemas agroflorestais;
- Agricultura de base ecológica;

• Conservação de animais marinhos;

- Pesquisa e extensão;
- Ética profissional;
- Geração de renda;
- Economia solidária;

• Coletivos educadores.

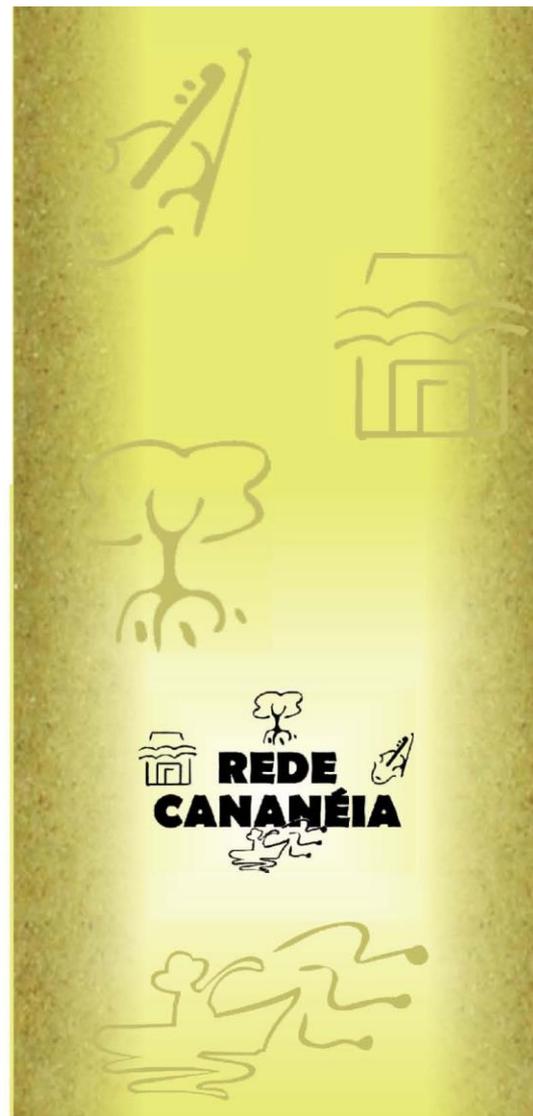
Realização:



Patrocínio:



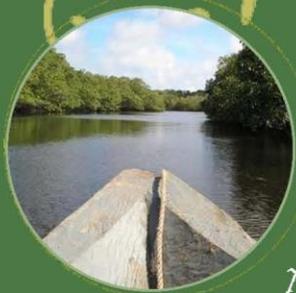
Associação Rede Cananéia
Rua Antônio Colosso de Souza, 120
Carijó Cananéia Vale do Ribeira
litoral sul de São Paulo.
Telefone: (13) 3851-1201.
Skype: redecaneia
E-mail: redecaneia@yahoo.com.br
Blog: cananeiaemrede.ning.com
Site: www.redecaneia.org.br



Folder – Exemplo

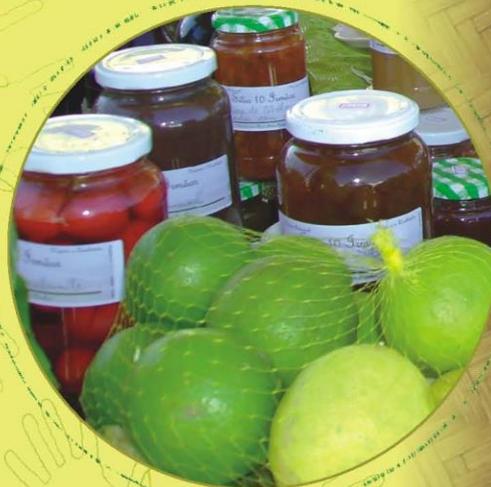
Quem Somos:

Rede de fomento às organizações do 3º Setor de Cananéia Vale do Ribeira litoral sul de São Paulo.



Nossa Missão:

“Promover a integração do 3º setor em Cananéia, fortalecendo as ações de suas entidades congêneres, trabalhando de maneira sinérgica o desenvolvimento local sustentável em sua concepção mais ampla”.



REDE de **EMPREENDEDORISMO** **COMUNITÁRIO** **CANANÉIA**

O Projeto Rede de fomento ao empreendedorismo, conservação e sustentabilidade de iniciativas comunitárias visa o fortalecimento comunitário integrado através de apoio às iniciativas propostas por comunidades tradicionais e instituições do terceiro setor, com atuação no município de Cananéia (membros da Rede Cananéia), que visam a melhoria da qualidade de vida e geração de renda através da valorização, aperfeiçoamento e comercialização dos produtos e serviços locais desenvolvidos pelas entidades.

Busca-se o protagonismo no processo participativo de gestão local, gerando sinergia entre as organizações, valorizando as potencialidades e talentos locais, otimizando o uso dos recursos naturais, humanos, sociais, culturais e econômicos presentes na região e reduzindo as desigualdades, através da inclusão sócio-produtiva com sustentabilidade, por meio deste projeto guarda-chuva de dez iniciativas locais, com a participação prevista de 970 pessoas diretamente.

Briefing – sub-projeto

Objetivo: criação de produtos com identidade local para geração de renda e oportunidade para jovens

Objetivo do negócio: gerar renda

Objetivo das comunicações: divulgar os produtos

- **Agenda** = divulgar o grupo.
- **Camisetas** = identificar e divulgar o grupo.
- **Banner (faixa)** = identificar e divulgar o grupo.
- **Catálogo** =
- **Folder** =
- **Banner** =

Briefing

Público alvo:

- **Do Projeto:** Grupos da Rede. **interno:** comunidade da Enseada da Baleia. **Externo:** Possíveis parceiros e clientes.
- **Agenda =** membros da comunidade.
- **Camiseta =** participantes do projeto
- **Banner (faixa) =** possíveis clientes.
- **Catálogo =**
- **Folder =** comunidade e possíveis parceiros.
- **Banner =** Comunidade, parceiros e possíveis parceiros.

Estratégia do Projeto:

- Agenda =** De acordo com o projeto. Frente: Foto (Tati enviará até dia 16 de setembro), logomarca e frase: Unidos pela tradição e respeitando o meio ambiente. Verso: A Comunidade Tradicional Caiçara da Enseada da Baleia localiza-se no Parque Estadual da Ilha do Cardoso, cidade de Cananéia, litoral sul do Estado de São Paulo. É composta por oito famílias, que vivem da pesca e turismo de base comunitária, buscando no artesanato uma complementação de renda. Com a confecção de bolsas ecológicas e artefatos em tecido, o grupo busca fortalecer a comunidade, por meio da criação de produtos que unam os talentos dos moradores, para gerar renda e proporcionar oportunidades para os jovens permanecerem na comunidade.
- **Camisetas =** Logo do sub-projeto grande na frente, frase: Unidos pela tradição e respeitando o meio ambiente. Atrás: Logo projeto, Rede e grupo. Parceiros: Todos. Patrocínio
 - **Banner (faixa) =** 3mX45cm, branco, Com textura do grupo, da esquerda para a direita, logo e nome do grupo. Frase: Artefatos em tecido e artesanato tradicional. Logo do Projeto e Patrocínio.
 - **Catálogo =**
 - **Folder =** Linguagem simples e clara. Logo do sub-projeto na frente. Página 2 resumo do objetivo do sub-projeto com foto de reunião e manipulação. Página 3 colocar resumo da missão do Coletivo e visão do sub-projeto com fotos da agenda 21 e movimento contra a barragem. Páginas centrais texto sobre a importância das ervas medicinais e valorização do conhecimento (André irá passar por e-mail) e fotos conforme estipulado no modelo.
 - **Banner =** Logo do sub-projeto acima centralizado. Utilizar 4 fotos, sendo só uma de planta e as demais de outras atividades. Texto com resumo da missão do coletivo e visão do sub-projeto e resumo da importância das ervas e valorização do conhecimento. Utilizar mesma identidade do folder.

Briefing

Obrigações:

- **Agenda** = De acordo com o Projeto.
- **Camiseta** = Realização: Logo do Projeto, Logo do sub-projeto, Logo do Coletivo e Logo da Rede. Parceria: todos. Patrocínio: Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos.
- **Banner (faixa)** = Logo do grupo, do Projeto e patrocínio.
- **Catálogo** =
- **Folder** = Realização: Logo do Projeto, Logo do sub-projeto, Logo do Coletivo e Logo da Rede. Patrocínio: Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos. Parcerias: PEF – Programa Escola da Família, Produtos em Rede, SINTRAVALÉ, Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia, (possivelmente Departamento Municipal de Saúde, PEIC).
- **Banner** = Realização: Logo do Projeto, Logo do sub-projeto, Logo do Coletivo e Logo da Rede. Patrocínio: Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos. Parcerias: PEF – Programa Escola da Família, Produtos em Rede, SINTRAVALÉ, Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia, (possivelmente Departamento Municipal de Saúde, PEIC).

Briefing

Dados:

- **Agenda** = De acordo com o projeto.
- **Camiseta** = 50 unidades. Brancas em algodão. Tamanhos: 6 -1, 14 - 1, 08 - 05, P - 05, M-15, G - 10, GG - 13.
- **Banner (faixa)** = 0 1 unidade. 3mX45cm.
- **Catálogo** =
- **Folder** = Quantidade: 5000. Descrição: Folder da Rede, impresso nas cores cyan, magenta, amarelo, preto. Em papel reciclado, A4 com 2 dobras.
- **Banner** = 01 unidade.

- **Cores da Organização:** verde, azul e amarelo. Textura mangue.
- **Contatos:** telefone (13) 3852-1131/3851-3740. E-mail: (Tati criará um e enviará).

Revisão