



**CNA
SENAR**

manual de identidade verbal

**alimentar
é construir
o futuro**



Agência de Comportamento & Futuro

Produção executiva

Robson Henriques
Paulo Crepaldi

Contato

Paulo.Crepaldi@ingmkt.com
Ingmkt.com

Julho 2021



A Identidade Verbal é a articulação do propósito da **agropecuária com o povo brasileiro** por meio do uso de uma linguagem distinta e focada, expressa por palavras. Não ter uma identidade verbal seria o mesmo que montar um website sem palavras, ou seja, o design pode até ser bonito, mas não diz nada.

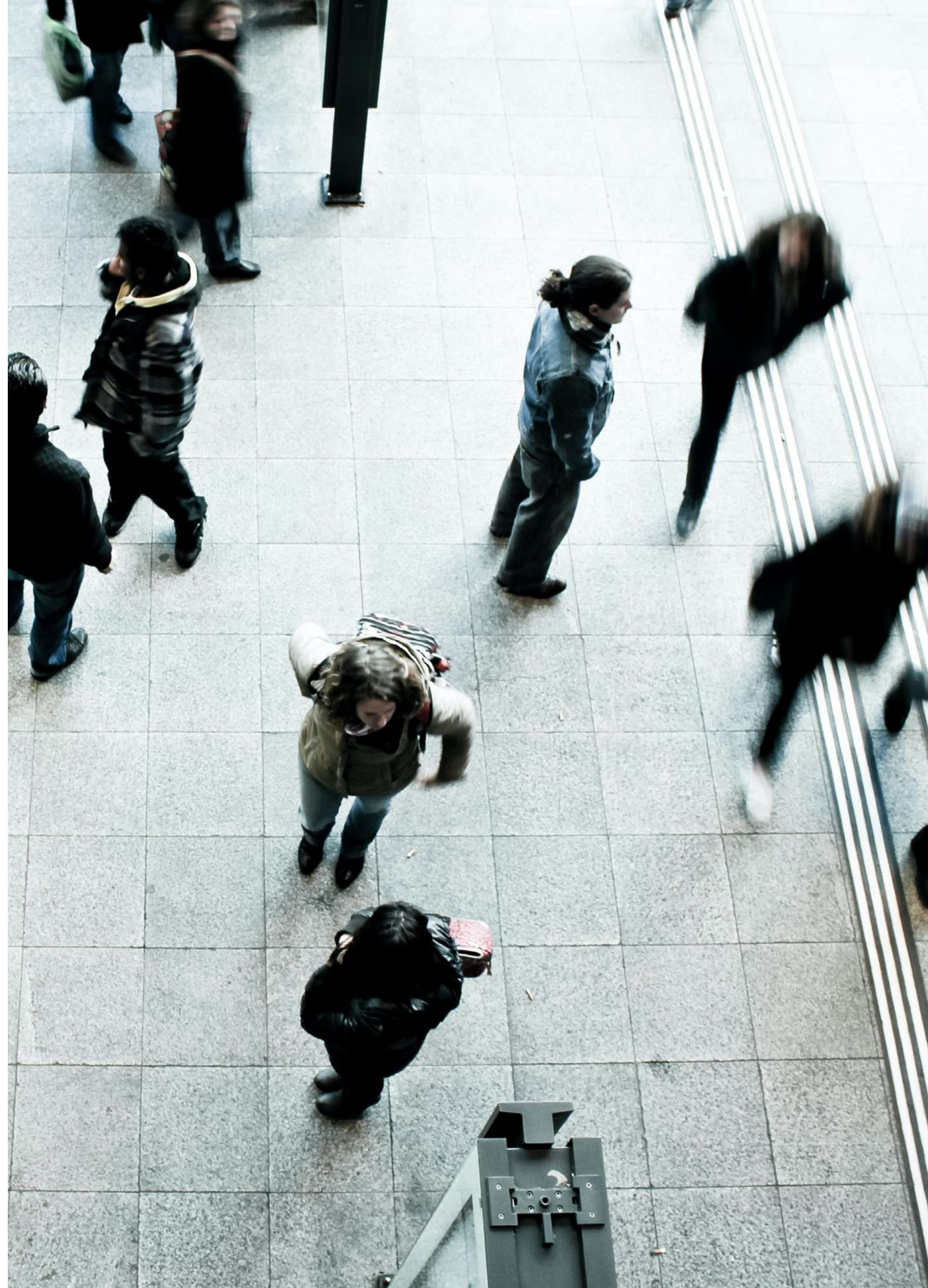
porque
precisamos
disso

Após a definição estratégica e a identidade visual, é fundamental que sejamos capazes de demonstrar, com palavras, as qualidades do setor que funcionam em sintonia com todas as criações.

Valores
Convergência
Inteligência
Abrangência

“Apesar de ser o aspecto menos conhecido de marketing, a identidade verbal é a chave para a humanização da agropecuária, conectando-a com o povo brasileiro”

- paulo crepaldi



índice

Para que serve este manual	10
Expressão – Tom de Voz	12
Expressão – Estudo de Comunicação e Marketing	14
Expressão – Anatomia do Discurso	16
Lentes de Linguagem	18
Ubuntu	34
Declaração dos Direitos do Homem	36
Comunicação Não Violenta	38
Propósitos conectam pessoas	40
Aberturas de Texto	42
Temperatura – Resumo Semântico - Fazer	44
Temperatura – Resumo Semântico – Não Fazer	54
Tom de voz – Diretrizes	56
Estrutura – Resumo Sintático	58
Estrutura – Palavras-chave	64
Estrutura – Mensagens-Chave	66
Estrutura – Matriz de Mensagens	68
Manifestações – Histórias com Emoção	70
Manifestações – Exercícios de Estilo	72
Manifestações – Exercícios de Pauta	74
Referências	76

+

para que serve este manual

Em primeiro lugar, a **identidade verbal** ajudará a criar **consistência e clareza no desenvolvimento de conteúdo** em todos os seus esforços corporativos e de marketing. Ela imprime personalidade no posicionamento da agropecuária por meio das mensagens, incluindo voz, atitude, sentido ou humor e muito mais em seu conteúdo e texto reais. **Cria uma personalidade consistente** em todos os canais de comunicação. A **identidade verbal oferece aos profissionais do setor e seus parceiros um princípio** para garantir que cada ponto de contato da comunicação pareça consistente e “dentro do propósito”.

Expressão Tom de voz

A principal diretriz do nosso tom de voz é inspirar para convergir. E para inspirar, precisamos acessar valores universais que nos unem como gênero humano. Assim evitamos reforçar estereótipos.

A ideia aqui não é falar de nós mesmos, mas daquilo que afeta todos. Por isso, temos um tom conciliador. Onde o protagonista é o público receptor da mensagem. Mais do que um canal de expressão, nossa comunicação é uma ferramenta de entendimento. Usamos metáforas para facilitar o entendimento e fixar a memorização.

Falamos em tom de conversa, como um amigo.

Somos confiantes, mas não taxativos. Sempre abrimos espaço para novas possibilidades, convidando o público a pensar e descobrir junto.

Manobramos objeções não por meio do confronto, mas pela construção do diálogo. Apresentamos nossos dados superlativos de maneira amistosa, fazendo com que todos se sintam parte.

Queremos ser construtores de uma nova identidade nacional e, com a humanização da agropecuária, contribuir para o agronegócio.

Estudo guia



Para assistir o vídeo, aponte a
câmera do seu smartphone para
o QR Code.

O que nos alimenta, nos une.

O abraço alimenta o afeto.
O entendimento alimenta o diálogo.
A conscientização alimenta a cidadania.

O conhecimento alimenta a educação.
O investimento alimenta a ciência.
A tecnologia alimenta a sustentabilidade.

A economia alimenta o otimismo.
O progresso alimenta o emprego.
O produtor alimenta o futuro.

Trabalhar juntos é o que nos alimenta.
Unindo o campo e a cidade.
Trazendo equilíbrio entre a ciência e a natureza.
Levando bem-estar por meio de toda forma de alimento.
Para o maior número de pessoas.

Alimentar é construir o futuro.

Estudo-guia
Anatomia
do discurso

Estudo-guia

O estudo serve como um mapa de navegação para a construção do posicionamento narrativo.

Como uma pedra jogada em um lago,

o estudo-guia é o ponto central do discurso, formando vários círculos concêntricos de significado.

A construção dos argumentos

tem relação de causa e efeito, como engrenagens que trabalham juntas em prol de um objetivo maior.

Funciona como um tratado

de intenções e normas de conduta, com frases acionáveis, para verificar a validade de iniciativas e mobilizar esforços.

Cada parágrafo abre possibilidades

para derivação de conteúdos que alcançam diversos públicos e que, ao mesmo tempo, estão alinhados com os valores da agropecuária brasileira.

Estudo-guia
Anatomia
do discurso

parte 01 |

Dimensão-raiz

O que nos alimenta, nos une.

O alimento é o denominador comum entre os públicos.

Assim como a música, tem linguagem universal.

As culturas do mundo dialogam entre si por meio da comida.

Assim como o idioma, o alimento é o elemento fundamental na formação da identidade de um país.

Expatriados expressam sua nostalgia pelo lugar de origem por meio da culinária.

Porque o olfato e o paladar são os sentidos que acessam parte da memória com maior rapidez.

Brasileiros no exterior sentem saudades do feijão, do café e das iguarias de sua região natal.

Aromas e sabores que despertam lembranças vívidas.

O alimento nos une no processo como indicador de civilização.

Ao dominar a agricultura, o homem pôde deixar de ser nômade e se fixar nos lugares.

Assim nasceram povoados, vilas, feudos, burgos, cidades, condados, estados, países.

O domínio do fogo aperfeiçoou o preparo dos alimentos e está atrelado ao crescimento do cérebro humano.

Os temperos e especiarias levaram o homem à Rota dos Descobrimentos. Rumo ao Caminho das Índias, descobriu novos continentes, movimentou a ciência, o setor náutico, a indústria bélica, a medicina, o comércio.

Estudo-guia
Anatomia
do discurso

parte 02 |

Dimensão relações humanas

O abraço alimenta o afeto.

O entendimento alimenta o diálogo.

A conscientização alimenta a cidadania.

Este parágrafo trata das dimensões das relações humanas. Começando no núcleo familiar e das amizades, onde abraços são códigos de afeto e criam um ambiente essencial na formação emocional do indivíduo.

A segunda frase se expande para o nível das relações sociais, em que o conhecimento e entendimento são fundamentais. A sociedade é um organismo colaborativo por definição, fortalecido pela convergência e consenso.

À última frase remete à dimensão mais abrangente e coletiva de um indivíduo: ser cidadão de um país.

A noção da importância de sua participação nos destinos da nação nasce da conscientização do seu papel e ajuda a ter uma visão ampliada das coisas e de si mesmo nesse contexto.

As pessoas são as peças mais importantes dessa engrenagem.

parte 03 |

Dimensão inteligência e evolução

O conhecimento alimenta a educação.

O investimento alimenta a ciência.

A tecnologia alimenta a sustentabilidade.

Este parágrafo trata do que é necessário para que as relações humanas descritas no recorte anterior sejam harmoniosas. A Educação gera Conhecimento que alimenta a Ciência que, por sua vez, fortalece a Tecnologia. Atributos que não são diretamente relacionados ao nosso segmento, apesar dos nossos esforços e investimentos.

Aqui temos uma janela de oportunidade de idealizar conteúdos que criem associação de maneira mais imediata. Em vez de falar da tecnologia no segmento, um caminho possível talvez seja mostrar quais inovações nasceram no setor e hoje são amplamente utilizadas em todos os segmentos.

Esta estratégia de expansão de significados para além do segmento abre espaço para trabalharmos a credibilidade do músculo sustentabilidade.

Estudo-guia
Anatomia
do discurso

parte 04 |

Dimensão, economia e orgulho

A economia alimenta o otimismo.

O progresso alimenta o emprego.

O produtor alimenta o futuro.

As relações humanas bem estruturadas, aliadas a um sistema de geração de conhecimento aplicado aos desafios, levam naturalmente ao progresso econômico e elevam a autoestima coletiva nacional.

A economia é o coração da circunstância de ânimo de um povo. É o elemento que define a variação cambial do humor do cidadão e ajuda a criar um estado de crença sobre as perspectivas do futuro.

É recomendável ampliar o leque de significados, facilitando a associação imediata para segmentos além da nossa vocação. Mostrar que nossa atuação está na raiz de tudo. Transcender agritechs e cleantechs.

Este estudo trata de um projeto para a agropecuária brasileira.



Estudo-guia
Anatomia
do discurso

parte 05 |

Dimensão convergência e abrangência

Trabalhar juntos é o que nos alimenta.

Unindo o campo e a cidade.

Trazendo equilíbrio entre a ciência e a natureza.

Levando bem-estar por meio de toda forma de alimento.

Para o maior número de pessoas.

A parte final do estudo mostra que o texto vai além de uma declaração de intenções da agropecuária brasileira. É também um mapa para um projeto do setor, com uma relação de causa e efeito muito clara.

Trabalhar juntos demanda uma sincronicidade de esforços que, por sua vez, exige uma convergência de vontades, uma união que traz equilíbrio entre cenários e posições divergentes.

E mais: potencializa a vocação do setor para alimentar o futuro, alcançando um número maior de pessoas, porque venceu resistências e preconceitos em relação ao segmento, fornecendo alimento que pode se traduzir também em fomento, investimento.

Estudo-guia Dimensões

Construção em cinco
pontos de progressão

1

Dimensão-Raiz

2

Dimensão Relações
Humanas

3

Dimensão Inteligência
Evolução

4

Dimensão Economia
Orgulho

5

Dimensão
Convergência
Abrangência

Alimentar¹ é construir² o futuro³

1. Missão
2. Propósito
3. Destino

Uma assinatura orientada para a ação é como se fosse um revisor de toda a comunicação. Esse estilo de assinatura leva as pessoas a direcionarem seus esforços para uma ação específica, alinhada aos propósitos do **Sistema CNA/SENAR**.

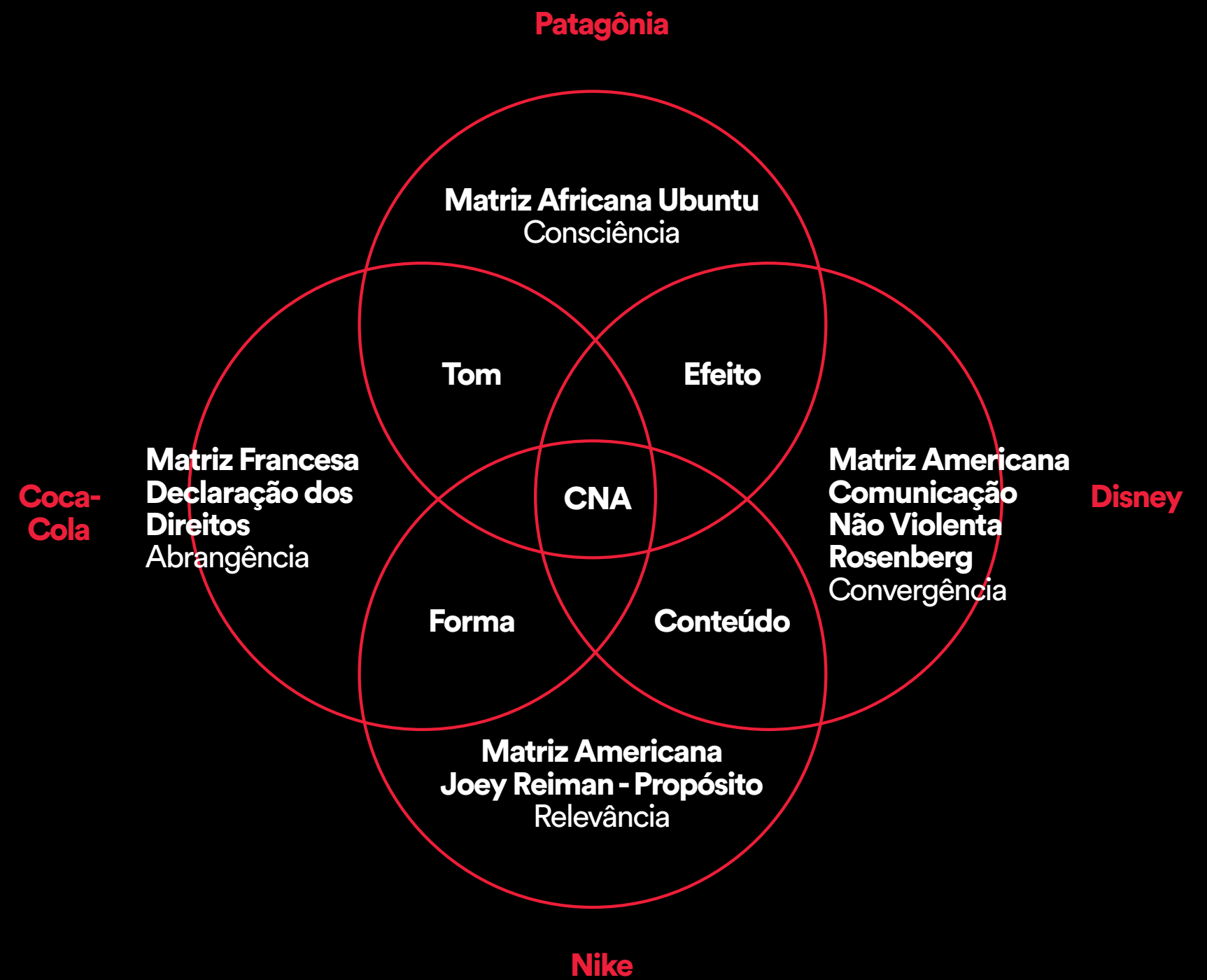
Nesta ação/artigo/discurso, estou alimentando o presente para construir o futuro?

parte 06 |

**Assinatura
acionável do
Sistema CNA/
SENAR**

Lentes de linguagem

São matrizes de referências de estilos de texto. Servem como pontos cardeais que delimitam a maneira como queremos nos comunicar. É da convergência das lentes que nasce o tom de voz proprietário da agropecuária brasileira.



Lentes de linguagem **Ubuntu - Pró-sociedade/Coletividade**

Filosofia africana que trata da importância das alianças e do relacionamento entre as pessoas. Uma ética ancestral, passada de geração em geração pela tradição oral.

Eu sou porque nós somos.

Se você quer chegar rápido, vá sozinho.
Se você quer chegar longe, caminhe junto.



Lentes de linguagem Declaração Universal – todos têm direito.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos é um documento apartidário, sem fronteiras, amplamente democrático, sem distinção de raça ou credo. Cristalizou o significado das expressões “liberdades fundamentais” e “direitos humanos”.

Todos os indivíduos têm direito a (...)

Todos são iguais perante a (...)

Todos os seres humanos podem invocar os direitos e as liberdades (...)

Ninguém pode ser obrigado a (...)



Lentes de linguagem Comunicação não violenta – somos construtores de pontes

Desenvolvida por Marshall Rosenberg nos anos 1960, é um conjunto de técnicas usadas na construção de diálogos de convergência, amplamente utilizado na mediação de conflitos em programas da paz em Ruanda, Burundi, Nigéria, Malásia, Indonésia, Sri Lanka, Oriente Médio, Sérvia, Croácia e Irlanda. Com o objetivo de alcançar a empatia via comunicação, seguem algumas premissas:

Observar os fatos de maneira descritiva e não julgadora.

Saber reconhecer a necessidade humana que está escondida atrás de cada sentimento.

Pedir de forma genuína e demonstrando empatia é mais eficiente do que exigir.



Lentes de linguagem Propósitos conectam pessoas

Desenvolvido por Joey Reiman nos anos 1990, mudou a maneira de pensar de empresas da Fortune 500 como Coca-Cola, Procter & Gamble e McDonald's. Somos seres em busca de significado. Os produtos e serviços conseguem preencher parcialmente essa lacuna emocional e por pouco tempo. Mas propósitos conseguem isso de maneira mais profunda e duradoura, ajudando a trazer sentido para a vida das pessoas.



Pessoas gostam de fazer negócios com pessoas que se preocupam com elas.

Os frutos estão nas raízes.
Só assim o propósito é verdadeiro.

As histórias moldam nossas vidas porque somos criaturas em busca de significado. Somos capazes de acreditar no improvável, desde que aquilo nos preencha.

O setor deve fazer com que as pessoas se sintam bem consigo mesmas.

Gambito da Rainha

Abertura Italiana

Jogo Espanhol

Sistema London

Ataque Índio do Rei

Defesa Francesa

No xadrez, o tipo de abertura, de sequência dos primeiros movimentos, influencia no estilo do jogo e eventualmente no resultado.

Xeque-Mate



Checklist

6 aberturas de texto

Assim como no xadrez, acontece o mesmo com os discursos e matérias: as frases de abertura chamam a atenção, geram expectativa para o que vem a seguir, influenciam diretamente na condução do texto e criação da percepção residual desejada.



Checklist

Aberturas de texto

Personalizar para universalizar. Pessoas antes dos dados. Contar a história pela dimensão humana, usar um personagem para criar conexão emocional com a informação.

Exemplo: Pedro, 11 anos, sonha em ser jogador de futebol. É filho de Carlos, um dos 30 mil pequenos agricultores beneficiados pelo programa de capacitação (...)

1.



2.

Três golpes curtos. Como jabs no boxe, três diretos em sequência, criando uma progressão e uma correlação para o desenvolvimento do argumento.

Exemplo: Escola rural. Fundação de startup. Safra recorde. O que esses três momentos têm em comum? Conheça a história de Fábio.

Checklist Aberturas de texto

A voz do dono. Toda história tem um dono, um protagonista, um ponto de vista principal que nos faz navegar pela narrativa. Imprime um tom de diálogo para o texto. Começar com uma fala ou citação.

Exemplo: “Cheguei a perder o fôlego quando vi aquele campo todo carregado de fruta. Parecia um sonho. Fazia 15 anos que não ficava assim.

3.



4.

4. Desenhar imagens com as palavras. Usar metáforas, analogias, sinestésias, comparações que apelem para o sensorial, que estimulem o leitor a buscar a referência nas próprias memórias.

Exemplo: “Pense em uma cidade do interior, daquelas que moram na infância, com cheiro de café na varanda sendo adoçado pelo perfume de flores no quintal.”



Checklist Aberturas de texto

Convergir para divergir. Começar com um fato universalmente aceito por todos, algo que nos une como gênero humano, que está acima e além de ideologias. Usar esse elemento convergente como alavanca para o ponto de divergência. Isso ajuda a diminuir a percepção de viés na análise.

Exemplo: “Todos concordam que a água é o bem mais precioso que temos no planeta hoje.

É a origem de tudo, é o que alimenta a terra que nos alimenta. Mas será que a água tem o mesmo valor para todos?”

5.



Criar uma ponte entre dois mundos.

Descobrir similaridades entre coisas. Usar a fricção entre dois universos diferentes para intrigar o leitor e prender sua atenção, fazer correlações inéditas, tudo isso dá um colorido ao texto e ajuda a fixar a mensagem.

Exemplo: “O que o cultivo de batatas e a corrida espacial têm em comum?”

Temperatura Resumo semântico

FAZER

Como queremos que nossas mensagens sejam percebidas pelos nossos públicos.

Inspiradores.

Criamos mensagens que buscam despertar o melhor nas pessoas.

Convergentes.

Procuramos trabalhar pontos que são denominadores comuns, que nos unem.

Propositivos.

Somos mobilizadores e propomos mudanças em benefício da sociedade.

Empáticos.

Falamos em um tom próximo, de diálogo, de maneira que as pessoas se identifiquem.

Acolhedores.

Desmistificamos, fazemos com que as pessoas se sintam bem com elas mesmas, se sintam pertencentes.

Temperatura Resumo semântico

~
NÃO
FAZER

O que devemos evitar em nosso discurso para não gerar uma percepção equivocada em relação à agropecuária brasileira.

Arrogantes.

Não somos egocêntricos.
Nossa grandeza está em servir.

Provocativos.

Não nos comparamos com
ninguém para nos valorizar.

Agressivos.

Não estimulamos a advergência nem o confronto.

Evasivos.

Não escrevemos textos vazios,
sem objetivos claros.

Exagerados.

Não fazemos falsas promessas nem
apresentamos perspectivas irreais.

Tom de voz Diretrizes

PRE

FE

RIR

Focar em alimento, é mais universal.

Falar sobre como servimos, o que fazemos pelas pessoas.

Evidenciar pontos em comum nas diferenças.

Dividir o mérito das conquistas com toda a sociedade.

Fazer com que todos se sintam protagonistas.

Usar metáforas visuais e analogias para ilustrar.

Incorporar modernidade e novos valores ao discurso.

Tom de voz Diretrizes

EM
TAR

Fazer referência ao agro - é mais restritivo e tem detratores.

Falar de nós, sermos superlativos, autocentrados.

Atacar quem pensa diferente.

Enaltecer o sucesso do segmento,
ficando sozinho com os louros.

Falar campo X cidade, nós X eles.

Explicar por dados, números e percentuais.

Reforçar estereótipos e elementos do segmento.

Tom de voz
Exemplos

1.

**Teorias dividem pessoas.
Histórias unem.**

Evitar:

O agronegócio é a principal economia da região, respondendo por n% da renda.

Preferir: José, de 11 anos, faz parte das N(mil) famílias que têm seu sustento no (...)

2.

Não falar de nós.

Mas como servimos ao país.

Evitar: Somos o maior exportador de (...) do mundo, gerando (n) bilhões.

Preferir: Juntos, conseguimos criar empregos para mais de (...) ajudando a alimentar mais de (...) pessoas no mundo por meio da exportação de (...)

3.

Confrontar referências distantes para dar colorido ao discurso.

Evitar:

O cultivo da batata tem evoluído nas últimas décadas.

Preferir: Como seria cultivar batata em Marte?

Estrutura Resumo sintático

A relação entre os elementos da mensagem e sua construção contribuem para criar as impressões desejadas nos públicos.

Usar metáforas para facilitar o entendimento e aumentar a memorização.

Apostar em frases curtas e concisas.

Adotar narrativa coloquial, em tom de conversa.

Preferir ponto-final no lugar de vírgulas.

Não usar reticências, denota imprecisão.

Evitar usar exclamação, denota descontrole.

Utilizar tempos verbais simples.



Estrutura Palavras-chave

Escrever um bom texto é como montar um quebra-cabeças. A escolha das palavras e a relação de causa e efeito entre elas devem estar alinhadas ao tom de voz para criar a percepção desejada nos públicos.



Verbos

Alimentar
Unir
Inspirar
Fortalecer
Desenvolver
Valorizar
Realizar
Transformar
Criar
Evoluir

Substantivos

Ideias
Riqueza
Potência
Referência
Soluções
Tecnologia
Impacto
Qualidade
Confiança
Otimismo

Adjetivos

Sustentável
Consciente
Profissional
Especialista
Reconhecida
Humanizada
Colaborativa
Respeitada
Inovadora
Global

Estrutura Mensagens-chave

Para (target ou público), a instituição/entidade é (a referência) que entrega (benefícios e diferenciação) porque a instituição/entidade é/possui/faz (razão para acreditar).

Target/público

A descrição atitudinal e demográfica do cliente potencial que a instituição/entidade pretende atrair.

Quadro de benefício / conjunto de referência

A categoria em que a instituição/entidade compete. O contexto que dá a instituição/entidade relevância para a sociedade. O benefício mais atraente e motivador que a instituição/entidade pode ter nos corações e mentes de seu público-alvo.

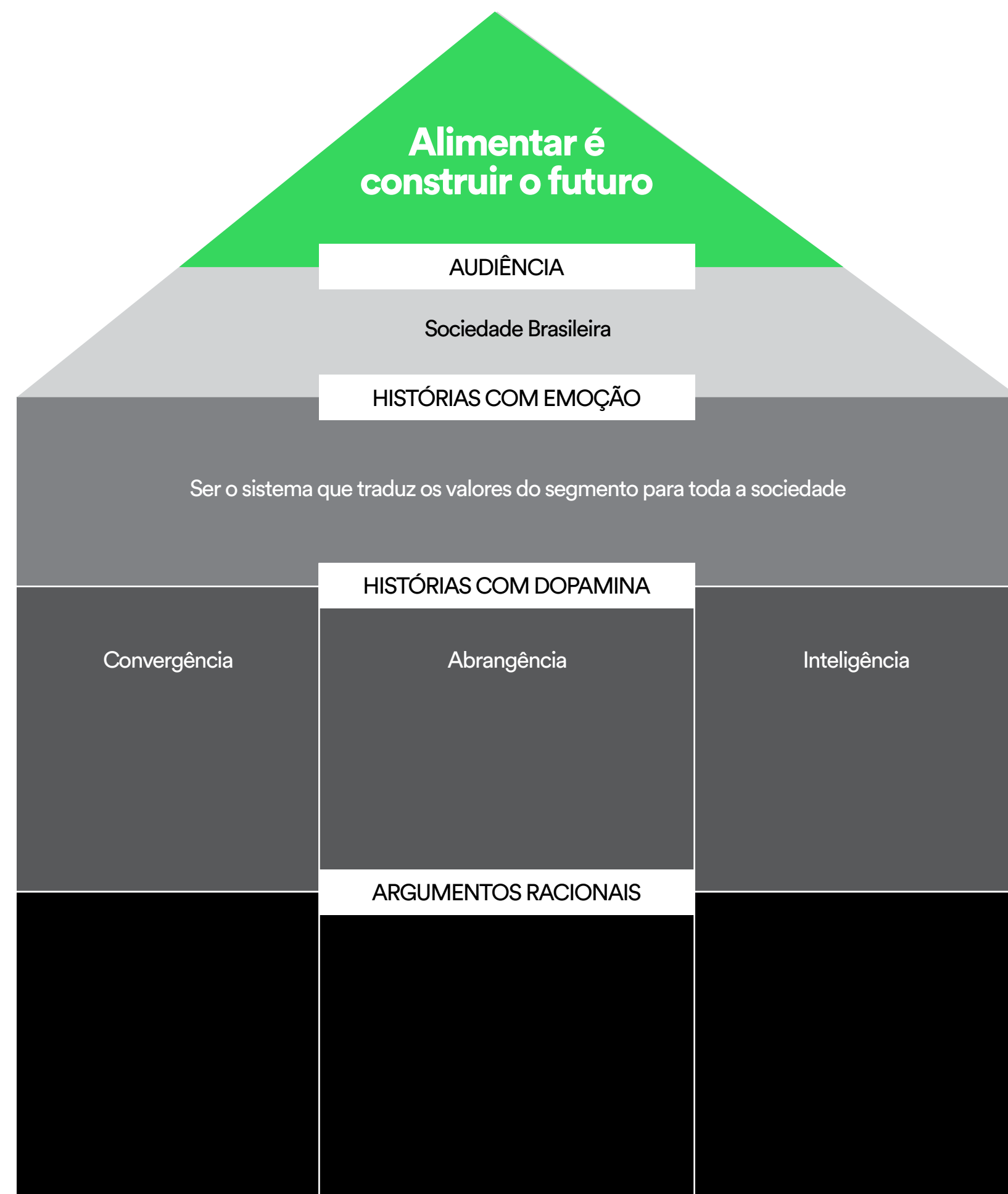
Razão para acreditar

A prova mais convincente de que cumprimos o que prometemos.



Estrutura Matriz de mensagens

A matriz de mensagens compreende, no posicionamento e na proposta de valor (o topo), as principais histórias e mensagens (os pilares) e os argumentos racionais (a base).



Manifestações

Histórias com Emoção

Mais importante do que os dados, são as nuances, as elipses, as entrelinhas. Criar espaços na história para que o leitor possa preenchê-la com seu repertório e suas expectativas

Exercitar diversos estilos de texto fortalece a narrativa como um todo. Tons e temperaturas diferentes enriquecem o mosaico, dando colorido especial ao nosso universo. Precisamos de mais ensaístas, articulistas, escritores, roteiristas, contistas, cronistas, conteudistas que passem a informação sem negligenciar a imaginação do público. **Sempre que houver a oportunidade**, injetar dopamina nas histórias para criar engajamento.

História factual: Um homem acordou às 07h45 da manhã de uma 3ª feira. Levantou da cama, calçou os chinelos frios. Caminhou sonolentemente até o corredor da cozinha. A porta para o quintal estava entreaberta.

História com emoção: Ele acordou de manhã, sem despertador. O quarto estava mais frio do que de costume. Levantou da cama, aterrissando os pés nos chinelos gelados. Caminhou tateando as paredes até o corredor da cozinha. Viu a porta para o quintal entreaberta. Sentiu um frio na espinha. Sabia o que tinha acontecido.

Dois pontos de partidas diferentes para chegar no mesmo final: o fato corriqueiro de alguém ter esquecido de fechar a porta de casa antes de dormir. Mas a condução da segunda alternativa cria antecipação e maior conexão emocional.

É um estilo de jornalismo literário consagrado pelos norte-americanos como Truman Capote, Norman Mailer, Tom Wolfe, Gay Talese. Mas já praticado antes pelos brasileiros Euclides da Cunha e Graciliano Ramos.

Manifestações
Exercícios de estilo

**Definir
uma
pauta.**

Como contar o fato para uma criança de 5 anos?

Como contar o fato para uma senhora de 80 anos que está distante da tecnologia?

Como contar o fato para um adolescente de 12 anos que só está acostumado a consumir alimentos processados e não consegue diferenciar uma abobrinha de uma berinjela?

Quanto mais detalhado o perfil do público, maior o exercício de construção narrativa.

Manifestações

Exercícios de pauta

Como advogar pela causa do agro sem falar do agro.

Como correlacionar dois assuntos aparentemente distantes e, dessa fricção de universos, tornar a pauta mais engajadora?

O que a produção de alimentos tem a ver com a colonização de Marte? Como correlacionar o catolicismo com o veganismo? O que o alimento tem a ver com o nascimento das cidades?

Nosso medidor de sucesso é fazer com que o conteúdo que apresentamos se torne assunto no almoço de domingo.

Referências

Livros

Comunicação Não Violenta,
Marshal B. Rosenberg

Sapiens: Uma breve história da humanidade, Yuval Noah Harari

Everiday Ubuntu: Living better together, the African way, Mungi Ngomane

História da Alimentação,
Massimo Montanari

Food Citizenship,
Ray A. Goldberg

Acredite, estou mentindo
- *Confissões de um manipulador da mídia* –
Ryan Holiday

Propósito, Joey Reiman



Talks

3 Ways to practice civility, Steven Petrow – Ted Talk

On humanity, Chris Abani – Ted Talk

Evolution's great mystery: Language, Michael Corballis – Ted Talk

Documentários

Ugly Delicious, David Chang – Netflix

Kiss the Ground, Big Picture Ranch - Netflix

Follow the Food - BBC Future

The Need to Grow, 4WT Media - Prime Video



alimentos

económicos

o futuros

Montar estruturair ro

Agradecimentos

Após a conclusão bem-sucedida deste projeto, fica o agradecimento especial ao Presidente do Sistema CNA/SENAR, Doutor João Martins, e o Diretor-Geral do SENAR, Daniel Carrara, pela competência em assegurar um ambiente desafiador, inovador e criativo em todos os momentos.

Agradecemos também ao Professor José Luiz Tejon pelo ser humano que é e pelo tempo que dedicou ao fomentar ideias, insights e oferecer uma mentoria imprescindível para o projeto.



