



Conheça a

Lavanda •

/ portfólio

Nós somos a **Lavanda**

A Lavanda é uma agência independente que integra criatividade, estratégia e os princípios do design para promover transformações de impacto para empresas de diferentes tamanhos.

Nosso trabalho se baseia na criação colaborativa, envolvendo talentos de diferentes áreas na resolução de grandes desafios de comunicação, design e mídias digitais.



nós fazemos três coisas

Transformamos

Ideias em estratégias

–

Criatividade em ação

–

Ações em resultados

**O resto é
história...**

Nós **somos** a essência da **transformação***

Abraçar e
compreender
os **desafios**
de forma
personalizada



**Ana Rita
de Holanda**

CEO



**Ana Carolina
Lopes**

Diretora de
atendimento



**Thaís
Cunha**

Head de conteúdo
e estratégia



**Nahira
Salgado**

Head de design

Criar
conteúdo
com **essência**



**Ana Clara
Jabur**

Coordenadora
de conteúdo



**Dani
Nahass**

Assessora
de imprensa

Materializar
em produtos
de **impacto**



**Fernando
Donato**

Diretor de Arte



**Pollyanna
Carvalho**

Designer UX/UI

Medir e
expandir
resultados



**Juliana
Caldas**

Mídia



**Mariana
Batista**

Conteudista



**Tamara
Mendonça**

CoConteudista



**Lais
Pedrita**

Designer



— Nossos *clientes*

SESI SENAI
PELO FUTURO DO TRABALHO

CBIC

Ministério da Agricultura,
Pecuária e Abastecimento

 **OIM**
ONU MIGRAÇÃO

unicef 

ADEMI

ABDI
Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial

IESB



CNA

ABRACE


TechnoServe
Soluções Empresariais para a Pobreza

MOSAICO
SOLUÇÕES EMPRESARIAIS

alumna 



Nossos ***trabalhos***

Compreender desafios, criar
soluções, colher resultados

Tudo começa com um bom **planejamento**

Em cada um dos trabalhos a seguir, trabalhamos em **co-criação**, misturando as expertises da nossa equipe com o conhecimento do cliente.

Usamos os princípios do **design thinking** para criar soluções únicas. Com imersão, pesquisa, construção colaborativa de caminhos criativos, elaboração de estratégia, prototipagem, testes ágeis e validação.



nossa marca

no campo

Brazilian Farmers

Desafio

Criar e manter uma fonte oficial para comunicar o agronegócio brasileiro para o público internacional.

Solução

Uma plataforma completa de conteúdo de valor, com fontes oficiais, campanhas e ações alinhadas aos objetivos da entidade.

Cliente / **Confederação de
Agricultura e Pecuária
do Brasil (CNA)**

identidade visual - redes sociais - website



Brazilian Farmers

Manual de Identidade Visual

Cores principais e secundárias

Agrião	# 003627 R 0 G 54 B 39	C 93 M 48 Y 80 K 64
Pequi	# F4AD33 R 244 G 173 B 51	C 2 M 36 Y 93 K 0
Jenipapo	# 004FB9 R 0 G 79 B 185	C 93 M 70 Y 0 K 0
Hibisco	# ED4C9E R 237 G 76 B 158	C 4 M 80 Y 0 K 0
Azedinha	# 99FA5A R 155 G 244 B 90	C 46 M 0 Y 93 K 0
Amora	# 990FC9 R 155 G 15 B 201	C 67 M 86 Y 0 K 0

Cores auxiliares

Couve	# 00AF57 R 0 G 175 B 87	C 78 M 0 Y 86 K 0
Acerola	# E03422 R 244 G 52 B 34	C 3 M 88 Y 98 K 0
Mirtilo	# 001879 R 0 G 24 B 121	C 100 M 91 Y 26 K 15
Açaí	# 630F48 R 99 G 15 B 72	C 57 M 100 Y 31 K 38
Urucum	# 970A29 R 151 G 10 B 41	C 26 M 100 Y 78 K 26
Cacau	# 93A439 R 147 G 74 B 57	C 29 M 72 Y 75 K 29

BrazilianFarmers - PALETA DE CORES


BrazilianFarmers - ASSINATURA COMPLETA




BrazilianFarmers

production

Brazil is the second-largest global papaya producer.



You are the COFFEE to my MILK



Brazilian Farmers.com

BIG numbers

Estimates show that Brazil will produce

58.08 million bags

of processed coffee in 2024


Swipe to see more

Brazilian Farmers

Discover the **flavor of Brazilian Christmas!**



Brazilian Farmers




BIG numbers

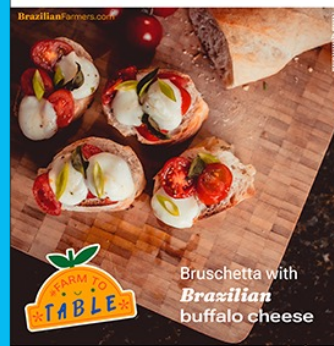
Trade balance highlight

Brazilian Farmers

World **Photography** Day



BrazilianFarmers.com




FARM TO TABLE

Bruschetta with **Brazilian** buffalo cheese

BrazilianFarmers.com

MOTIVATION MONDAY



BrazilianFarmers.com

May your **Christmas** be filled with **tasty moments!**

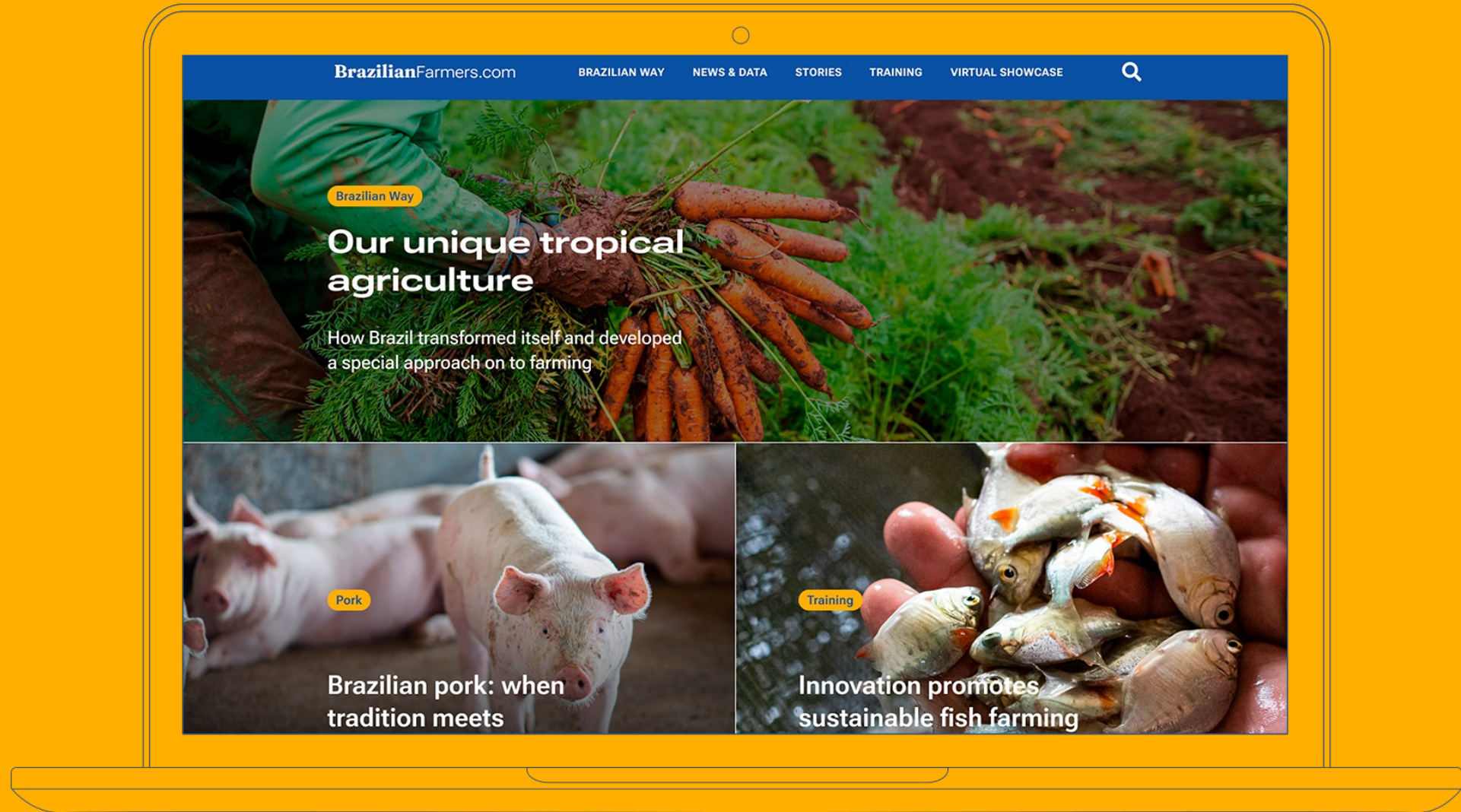


Brazilian Farmers

5.

The Environmental Regularization Program (PRA) is a set of actions aimed at achieving the eventual environmental regularization of rural properties.

Brazilian Farmers



BrazilianFarmers.com BRAZILIAN WAY NEWS & DATA STORIES TRAINING VIRTUAL SHOWCASE

Home > Brazilian Way

The Brazilian way
Tropical agriculture explained

Foto: Afri Dias/ANS

The **Brazilian Farmers** are part of **The Brazilian Confederation of Agriculture and Livestock (CNA)**. We are an employer's organization representing over two million small, medium, and large-scale farmers engaged in various areas of agriculture and livestock. It is our mission to represent, organize, and strengthen rural producers at a national and international level.

Our unique tropical agriculture

Brazil has developed a unique concept of tropical agriculture. Forty-plus years of investment in research and development (R&D) led us to significant scientific and technological breakthroughs that allowed Brazilian farmers to produce food in harmony with local tropical conditions.

READ MORE

Related content

 06/06/2022 Brazilian agribusiness bridge builders READ MORE	 05/04/2022 Brazilian fruit farming: diversity and sustainability to feed Brazil and the world READ MORE
 06/06/2022 A trip is worth a thousand pictures READ MORE	 05/04/2022 Brazilian fruit farming: diversity and sustainability to feed Brazil and the world READ MORE

CNA SENAR

follow us

contact us

contato@brazilianfarmers.com

BrazilianFarmers.com is brought to you by the Brazilian Confederation of Agriculture and Livestock (CNA).

Agro.BR

Desafio

Engajar uma rede de produtores rurais participantes de um projeto que facilita o caminho da exportação.

Solução

Criação de uma comunidade e de produtos de comunicação que transformam o comércio exterior em um tema de fácil compreensão.

Cliente / **Confederação de Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA)**

diagramação - audiovisual - gestão de comunidade
- impressos - identidade visual



A trilogia da exportação com o Agro.BR

vol
01



Conhecimento

Agro BR
EXPERIÊNCIA

Promoção:



apexBrasil

02 Por que internacionalizar?



- 01 GEOGRÁFICOS** Os produtos até o país, como distância, concorrência e se a logística para tal país está favorecendo ou não sua empresa com essa exportação.
- 02 FATORES SÓCIO-POLÍTICOS** Mapear diretamente a organização política no país, como funciona a tomada de decisão política neste mercado, a estabilidade política, entre outras informações.
- 03 FATORES ECONÔMICOS** Fundamentados na situação econômica do país-alvo, mapear informações sobre a saúde econômica do país, tais como: crescimento do PIB, inflação, desemprego, entre outros. Isso influencia diretamente na saúde financeira das empresas com quem quero negociar.
- 04 FATORES CULTURAIS** Mapear os hábitos, costumes, tendências, percepção da imagem do Brasil no mercado alvo. Tudo isso possibilita adaptar seu produto para que ele esteja alinhado culturalmente ao mercado e, assim, seja possível que sua empresa estabeleça vendas neste país.
- 05 FATORES TECNOLÓGICOS** Dizem respeito ao atendimento de padrões que o produto deve cumprir para sua entrada no mercado, tais como: design adequado de produto, acarretando maior ou menor necessidade de adequação.
- 06 FATORES LEGAIS** Relacionados à legislação e ao ambiente legal do mercado-alvo, inclusive às normas para comercialização de produtos.
- 07 FATORES NATURAIS/AMBIENTAIS** Baseados em padrões e exigências estabelecidos pelo mercado-alvo quanto ao uso de substâncias, componentes e matérias-primas na comercialização de produtos.

A exportação direta

Diferentemente da exportação indireta, na exportação direta o produtor/agroindústria se responsabiliza por toda operação de exportação, sendo o responsável pela negociação, desembaraço aduaneiro, logística e todos os trâmites relacionados à carga. Outra diferença é que, na exportação direta, o produtor obrigatoriamente receberá em moeda estrangeira pela venda.

O primeiro passo para realização de uma boa exportação direta é compreender onde estão as oportunidades para o seu negócio. É comum que se acredite que, quando um mercado está em alta, ele tem demanda para o seu produto, mas nem sempre é o caso. Atuar de forma assertiva envolve identificar as oportunidades que se conectam com a realidade da sua empresa. Isso passa por uma boa pesquisa de exportação que levante tanto informações quantitativas quanto qualitativas.

Esta é a diferença:

PESQUISA QUANTITATIVA

Coleta de dados numéricos. Levantamento de valores importados/exportados, volumes, taxas de crescimento, principais países fornecedores do mercado, participação dos países naquele mercado, representatividade do Brasil, entre outras informações.

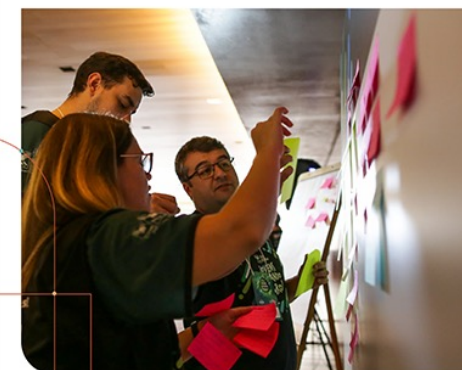
PESQUISA QUALITATIVA

Coleta de Dados narrativos. O mercado está aberto para o produto brasileiro? Que tipo de produtos é consumido neste país? Exemplo: mel mais claro ou mais escuro? Quais as exigências quanto a análises, registros e documentos? Onde posso vender meu produto? Quais as empresas que concorrem com a sua? Várias perguntas podem ser feitas.



A trilogia da exportação com o Agro.BR

vol
02



Planejamento e documentação

Realização: **CNA** Parceria: **apexBrasil**

Agro.BR apresenta

A Rodada de Negócios Virtual

As rodadas de negócios virtuais do **Agro.BR** servem para colocar o empresário rural em contato direto com os compradores internacionais.

Preparação

- Avalie os critérios presentes no regulamento. Fatores como adesão ao **Agro.BR**, preços para o mercado internacional e material em língua estrangeira entram no sistema de pontos para participação.
- Preencha o formulário de inscrição publicado em **cna.org.br/agrobtr**.
- O **Agro.BR** oferece capacitação para preparar os participantes para as reuniões.

Em busca do match

- Uma empresa especializada e com experiência comprovada gerencia as reuniões com compradores internacionais.
- Parceiros institucionais como o **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)**, os adidos agrícolas, o **Ministério das Relações Exteriores (MRE)** e a **Apex-Brasil** podem colaborar com a busca por potenciais clientes.
- Os encontros são agendados de acordo com as informações oferecidas pelos participantes durante a inscrição.
- Os participantes recebem uma agenda completa com os horários. O número de reuniões varia conforme o setor de atuação da empresa.

4 Acompanhamento

Apoio direcionado a cada participante no avanço das negociações.

5 Aterrissagem

Você chegou ao seu destino! O **Agro.BR** pode oferecer para empresas que tiveram destaque no programa uma estrutura no novo país às empresas que tiveram o melhor desempenho na etapa de acompanhamento, além de serviços de apoio para a continuidade desses negócios*.

Palavra de quem participou

Sabemos que o sucesso passa pelas ações do programa. O time é excepcional e nos sentimos honrados em participar

Realização: **CNA** Parceria: **apexBrasil**

Agro.BR apresenta

Como funciona o programa de Aterrissagem do Agro.BR

Quer levar o seu negócio para mais longe? Então é melhor já ir embarcando. O **Agro.BR** tem o programa ideal para quem quer aterrissar em um novo país. Veja como funciona.

- Ferramenta digital para apresentação dos perfis
- Agenda previamente organizada (mediante aprovação)
- Apoio da equipe técnica da **CNA**
- Suporte técnico e possibilidade de intérpretes

E depois?

- Participantes avaliam o evento e estimam negócios.





AGRO PRESS TRIP





AGRO PRESS TRIP

Descubra as raízes da
produção sustentável do
agronegócio brasileiro

EDIÇÃO 2024: MINAS GERAIS

AGRO
PRESS
TRIP

Bem-vindos à Agro PressTrip
em Minas Gerais



Certificado

AGRO PRESS TRIP

Conferimos a [Nome do Participante] este certificado por sua participação na Agro Press Trip, realizada em Minas Gerais, destacando-se pela imersão nas práticas de sustentabilidade e inovação agropecuária do estado.

CARGA HORÁRIA: [Horas]

DATA: [Data]

LOCAL: [Local]

A primeira edição da Agro Press Trip
objetivo de unir agricultura, pecuária

Durante a nossa expedição, você vai
em unir agricultura, pecuária e sustentabilidade. Nas próximas páginas você
vai conhecer:



AGRO PRESS TRIP



Cafés do Brasil na China

Desafio

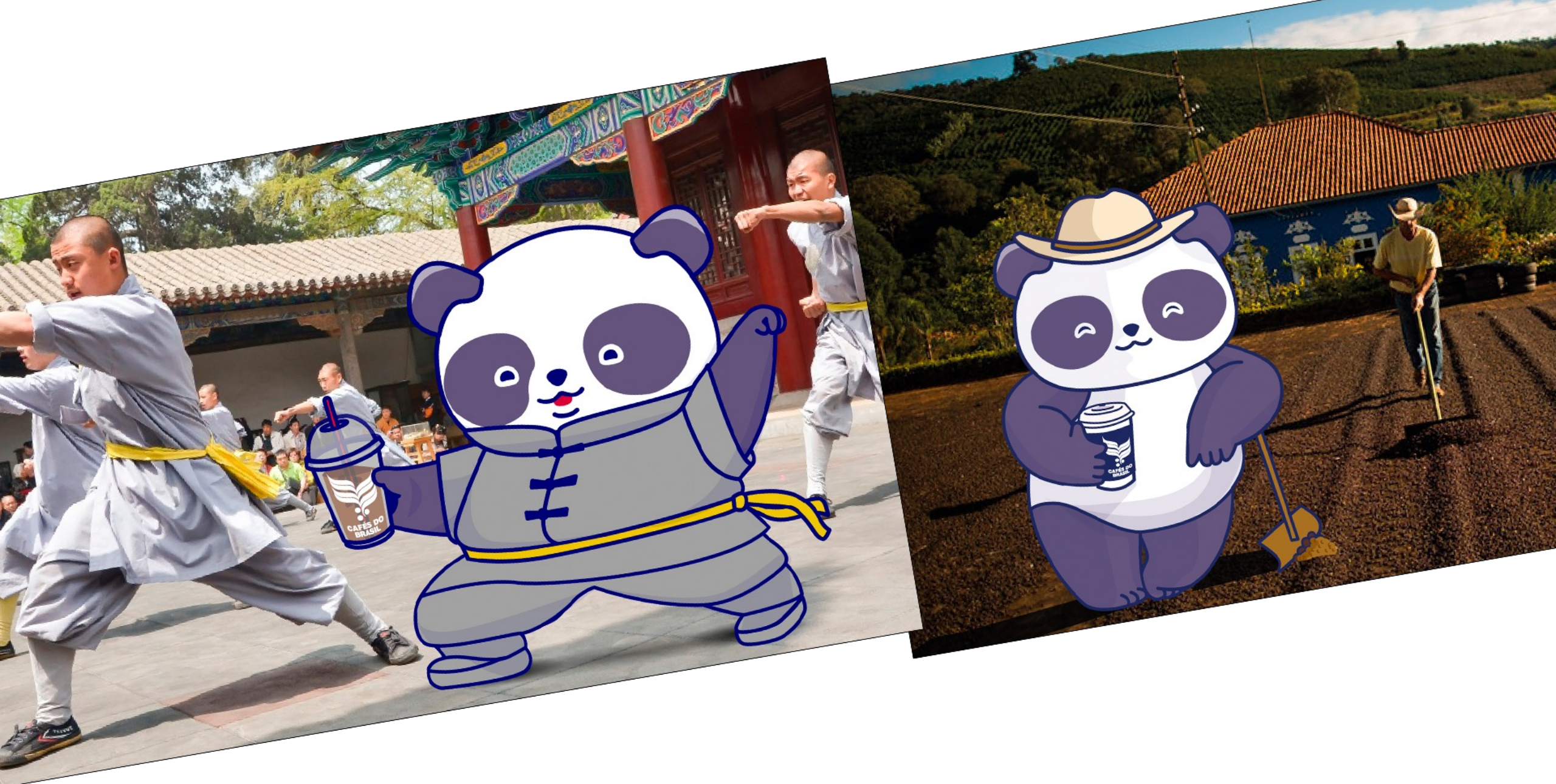
Criar uma estética personalizada para comunicar o café brasileiro nas redes sociais chinesas.

Solução

Criação de dois mascotes e desdobramento em diversos contextos para materiais de divulgação publicados no WeChat.







Cafés do Brasil na China

ilustração

nosso
DNA Social

Technoserve Brasil

Desafio

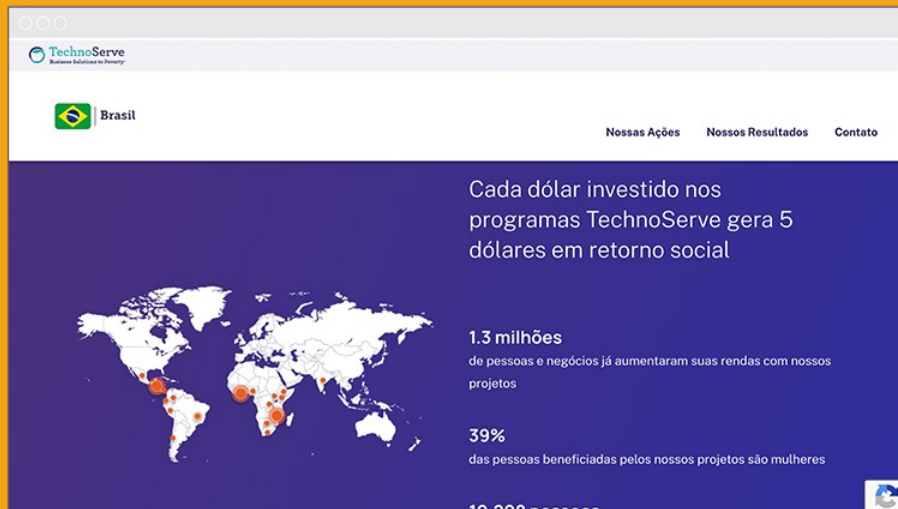
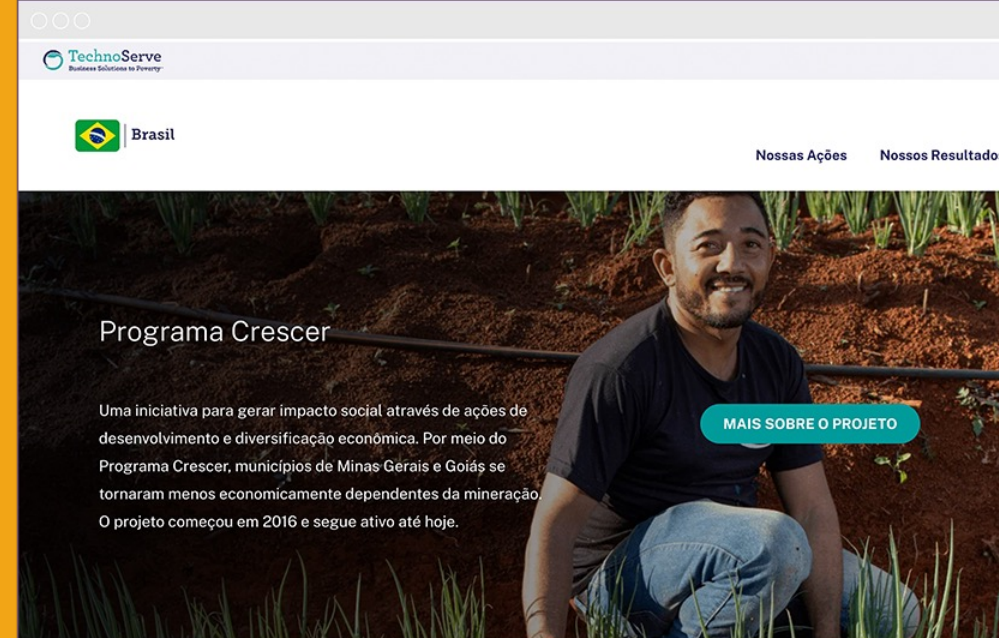
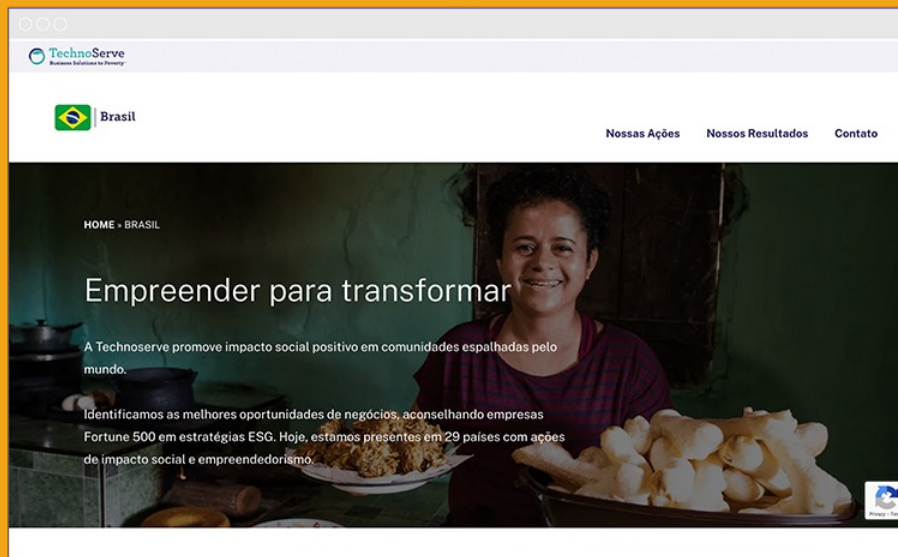
Aterrissar a Technoserve no Brasil e abrir espaço para que a ONG dialogue com o público local.

Solução

Criação de estratégia 360°, com ações de comunicação interna, assessoria de imprensa e mais materiais de comunicação.

Cliente / **Technoserve**

website - diagramação - apresentação
institucional - estratégia - assessoria de imprensa



Technoserve

website



36

META	R	E	M	P
1. Eu vou terminar a faculdade.	✓	✓	✓	
<i>Reescrever, se necessário:</i> EXEMPLO: Eu concluírei minha graduação em Administração em Dezembro de 2015.				
2. Eu vou guardar R\$200 por mês, nos próximos 6 meses, para pagar minha carteira de motorista.	✓	✓	✓	✓
<i>Reescrever, se necessário:</i>				
3. Eu quero conseguir mais dinheiro.	✓			
<i>Reescrever, se necessário:</i> EXEMPLO: Vou conseguir um aumento de salário de R\$400 no final do ano devido ao meu bom desempenho profissional.				
4. Eu vou viajar para o exterior.				
<i>Reescrever, se necessário:</i> EXEMPLO: Vou viajar para a Argentina no ano que vem por 1 mês para fazer um curso de espanhol.				
5. Eu vou planejar para ter vários negócios de lava-jato nos próximos 2 meses.		✓	✓	✓
<i>Reescrever, se necessário:</i> EXEMPLO: Vou escrever um plano de negócios nos próximos dois meses para abrir meu próprio negócio de lavagem de carro.				

Reescrever, se necessário:
EXEMPLO: Vou escrever um plano de negócios nos próximos dois meses para abrir meu próprio negócio de lavagem de carro.

Explique que uma nova máquina foi inventada que permite às pessoas avançar cinco anos no tempo. Cada um de vocês terá a oportunidade de fazer um passeio nessa máquina do tempo.

Peça para os participantes abrirem na página de "MÁQUINA DO TEMPO" e em 5 minutos anotem as suas respostas às perguntas sobre como eles se veem em 5 anos, responder individualmente e em silêncio.

37

Peça para 1 ou 2 voluntários compartilhar brevemente suas respostas.

Explique que agora que você sabe onde quer estar em 5 anos e como escrever boas metas, é hora de mapear a primeira parte deste caminho que vai te levar ao alcance de suas metas.

Chamamos isso de um PLANO DE METAS. O plano inclui todos os componentes R, E, M, P e também pede para que você pense sobre potenciais barreiras para alcançar suas metas e como você pode superá-las.

Peça os participantes que pense: sobre o que você precisa fazer nos próximos 3 meses para garantir que você está no caminho para viver a vida que você quer em 5 anos, e que não está sendo bloqueado por nenhuma barreira. Uma viagem de 10 mil quilômetros começa com um primeiro passo!

Seu primeiro passo é completar e a página "Plano de Metas".
Peça a um voluntário para ler as instruções da atividade.

Peça para os participantes para ajudá-lo a completar o seu plano de meta para correr uma maratona de 10 quilômetros, como exemplo do que eles tem que fazer em casa.

[Nota para o facilitador: desenhar a tabela do PLANO DE META abaixo em um flip chart e preenchê-lo com as respostas dos participantes, utilizando as informações na tabela abaixo, conforme necessário]

	META
REALISTA	• Sim, eu já corri uma maratona de 5 Km com 3 meses de treinamento
ESPECÍFICO	• Completar uma corrida de 10Km
MENSURÁVEL	• Receber um certificado de conclusão ou medalha
PRAZO	• 6 meses a partir de hoje
BARREIRAS	• Pouco tempo para treinar nos próximos 6 meses • Não gosto de correr sozinho
ESTRATÉGIAS DE SUPERAÇÃO	• Sim, eu já corri uma maratona de 5 Km com 3 meses de treinamento



Technoserve

diagramação

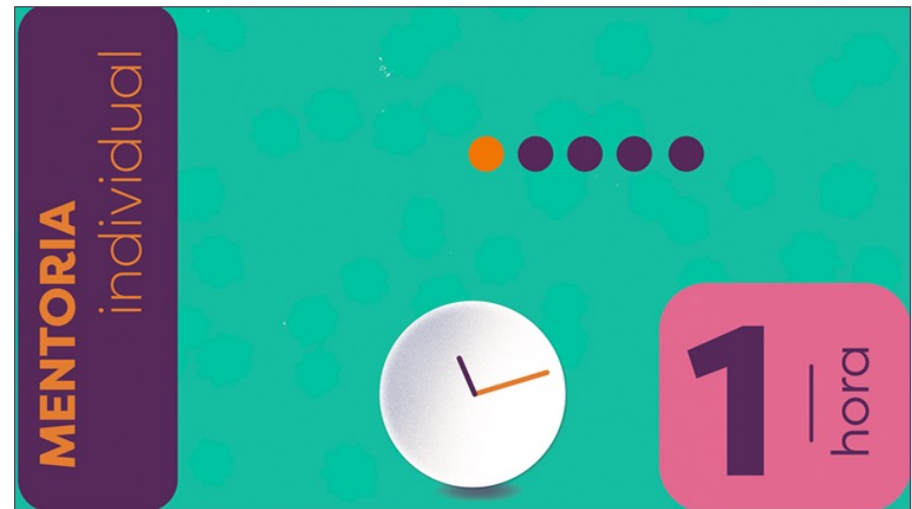
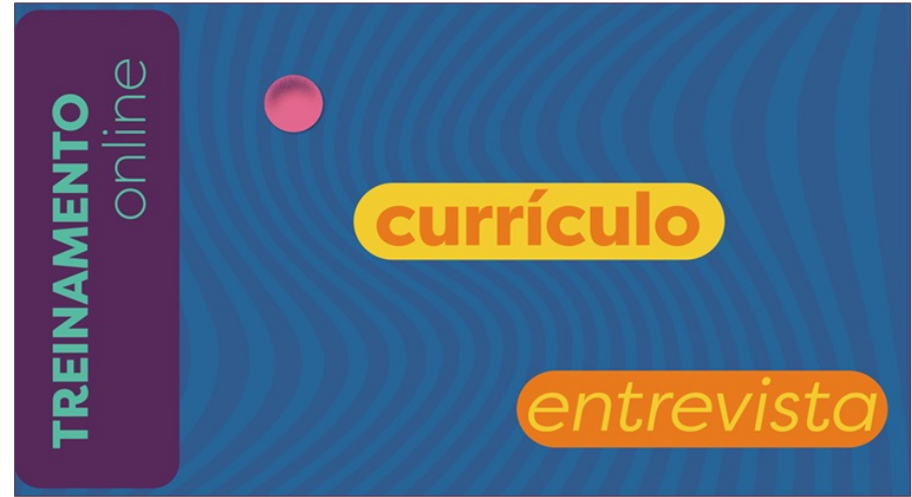
Alumna

Desafio

Levar mais mulheres para mentorias na área de ciência e tecnologia.

Solução

Criação de identidade visual e vídeos de redes sociais voltados a este público.



Campanhas Unicef Brasil

Desafio

Criar linguagem visual própria para dialogar com adolescentes e geração z em campanhas de impacto social.

Solução

Criação de identidade visual e conteúdo para redes sociais.

MUITO OBRIGADO por estar conosco para que meninas e meninos tenham seus direitos garantidos.

unicef

o que você espera desse ano que começa?

Queremos um mundo onde cada criança e cada adolescente tenha uma infância e uma adolescência sem racismo, livre de violência, para que possam se desenvolver plenamente.

unicef

MINICURSO DE Mudanças Climáticas

JUVENS E ADOLESCENTES EM BUSCA DA JUSTIÇA CLIMÁTICA E DA PRESERVAÇÃO AMBIENTAL

24/9 a 01/10 | 9h às 13h30

AINDA NÃO SE INSCREVEU? É SÓ ATÉ 23/9

VIA EREN3 | com emissão de certificado | #InjUNICEF Programa de Voluntariado

VACINE SUAS CRIANÇAS!

Não há cura para a paralisia infantil (pólio). A paralisia causada pela doença ainda na infância, deixa sequelas para o resto da vida.

VACINAÇÃO É A SOLUÇÃO

unicef para cada criança

EFEITOS APÓS A VACINAÇÃO

Reações alérgicas graves, envolvendo o uso de vacinas, são raríssimas.

#VACINA=PROTEGEM

SBM unicef

CONHEÇA A DESINFORMAÇÃO

DIREITOS DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES

JUVENS MOBILIZADORES DE TODO O BRASIL

SAÚDE MENTAL

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO DIGITAL #InjUNICEF

INSCRIÇÕES DE 13/02 a 12/03 | com emissão de certificado | #InjUNICEF Programa de Voluntariado

Eu ouvi voluntariado DIGITAL #InjUNICEF?

Cursos e workshops com emissões de certificado | Inscrições até 12/03 | #InjUNICEF Programa de Voluntariado

TEVE UM DIA DIFÍCIL E TÁ PRECISANDO DESABAFAR?

O @canal.podefalar atende você que tem de 13 a 24 anos.

Envie uma mensagem e utilize de um espaço de fala segura, confidencial e sem julgamento.

PODE FALAR unicef

Vacinas contra covid-19 são seguras

Para que você, sua família e amigos possam se proteger, as vacinas contra covid-19 usadas no Brasil tiveram que passar por um criterioso processo de avaliação antes que fossem aprovadas para uso.

Sua vacinação é parte da solução.

SBM unicef

unicef

BRA 2022

1,80 80

ZÉ GOTINHA LEGEND

Sem prorrogação e sem pênaltis, cada vacina é decisiva.

nosso diálogo com
o poder público

EaD inclui

Desafio

Mobilizar a opinião pública e tomadores de decisão sobre a importância da EaD para a educação.

Solução

Criação de conteúdo para página em redes sociais, exposição na Câmara dos Deputados e produtos de comunicação.

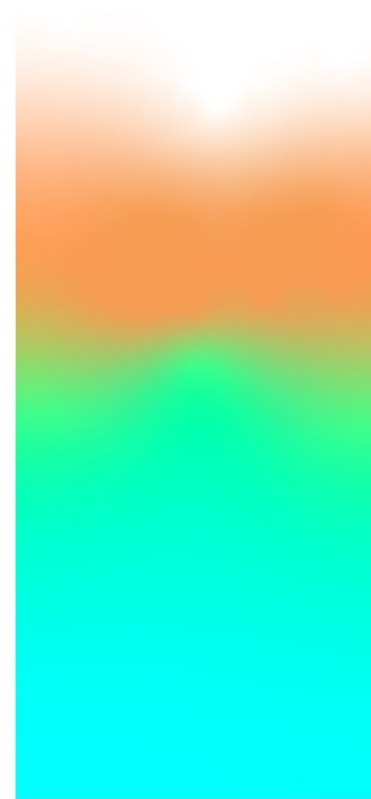
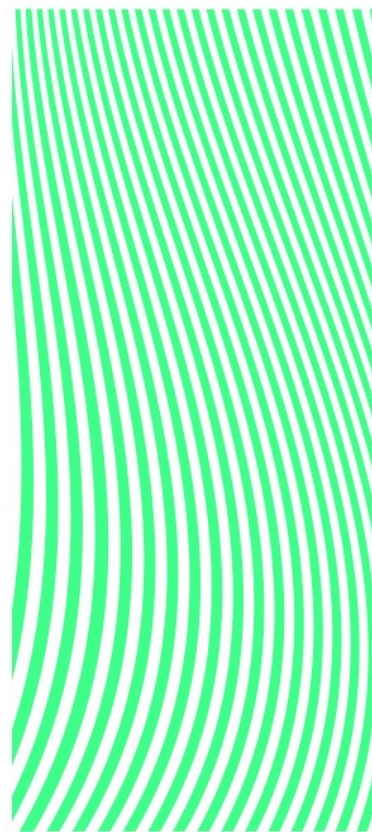
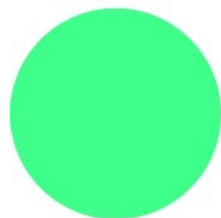
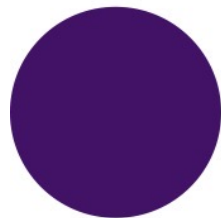
Cliente / **Associação Nacional
das Universidades
Particulares (Anup)**

Identidade visual - redes sociais - assessoria de imprensa



#ead *inclui*

diga *sim* à
educação



“ Na mídia veja

Falta de visão do MEC sobre EAD pode **atrasar gerações**, diz entidade.

Elizabeth Guedes, presidente da Anup, afirma que Ministério definiu **novas regras** para educação a distância **sem diagnóstico do setor**

#eadincludi

#eadincludi eadincludi.org.br

82 mil alunos podem ficar **sem 12 cursos EaD** em todas as regiões do Brasil

O futuro da EaD está em nossas mãos

#eadincludi



10 mil alunos da região norte podem ficar sem 12 cursos EaD

O futuro da EaD está em nossas mãos

2,6 VEZES é a **diferença salarial** de quem completa o ensino superior para quem finaliza apenas o ensino médio!


Fonte: Márcio Meneses Filho para Valor Econômico

#eadincludi

#eadincludi

Dia Nacional da **Educação a Distância**

27 NOV



Educação não se suspende, se democratiza!

Participe do **movimento em defesa da democratização do Ensino Superior** por meio da **Educação a Distância**.

Inscra-se em eadincludi.org.br e receba a nossa **newsletter** mensal com as principais novidades sobre o assunto.

#eadincludi

#eadincludi eadincludi.org.br

276 é o número de municípios em Minas Gerais que ficarão **sem a oferta de ensino superior** caso a proposta do MEC seja aprovada.

O futuro da EaD está em nossas mãos.

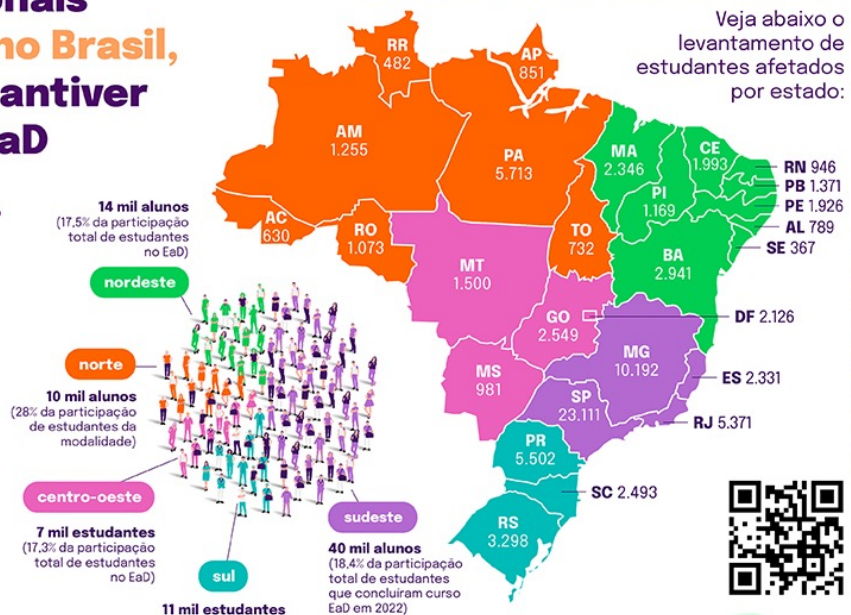
Mais de 80 mil profissionais deixarão de se formar no Brasil, a cada ano, se o MEC mantiver a proibição de cursos EaD

Mais de 2 mil cidades do Brasil têm a Educação a Distância (EaD) como a única porta de acesso ao ensino superior. Mesmo assim, o Ministério da Educação (MEC) decidiu proibir a oferta da modalidade em doze cursos essenciais:

-  **Enfermagem**
-  **Fonoaudiologia**
-  **Biomedicina**
-  **Nutrição**
-  **Ciências da Religião**
-  **Geologia/Engenharia Geológica**
-  **Farmácia**
-  **Oceanografia**
-  **Fisioterapia**
-  **Saúde Coletiva**
-  **Educação Física (bacharelado)**
-  **Terapia Ocupacional**

Por isso, o acesso a EaD está sob risco no Brasil

Veja abaixo o levantamento de estudantes afetados por estado:



Fonte: Numberstat, a partir do Censo do INEP 2022.



@eadinlui x eadinlui in company/eadinlui @eadinlui





EaD Inlui



assessoria de imprensa



Energicast

Desafio

Transformar os temas mais complexos do setor elétrico em uma plataforma didática e interessante para todos os públicos.

Solução

Criação de podcast, produção, roteirização, edição, identidade visual e distribuição.

Cliente / **Associação Brasileira dos
Grandes Consumidores
de Energia (Abrace)**

Identidade visual - roteirização - podcast

1

**COMO FUNCIONA O
SETOR ELÉTRICO**

**ENERGI
CAST**

um podcast da  **ABRACE**



nossa essência
DIGITAL

360°: CBIC Brasil

Desafio

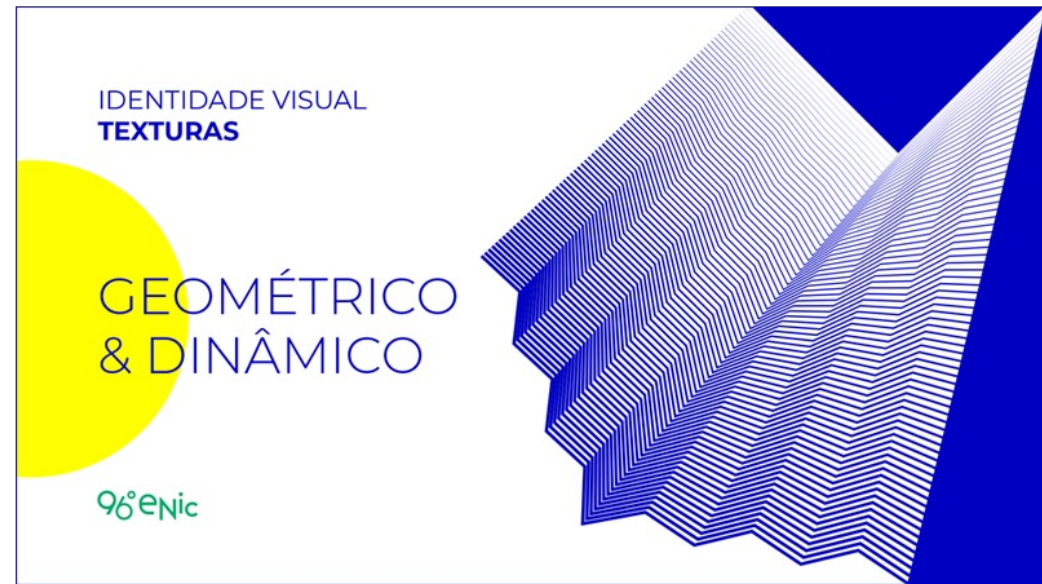
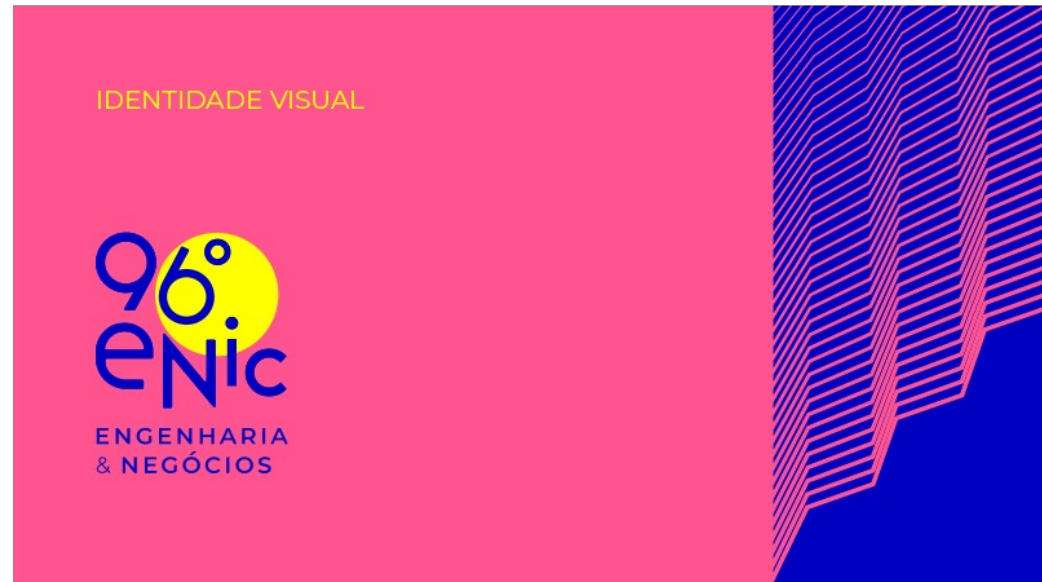
Comunicar as ações da indústria da construção com todos os seus stakeholders.

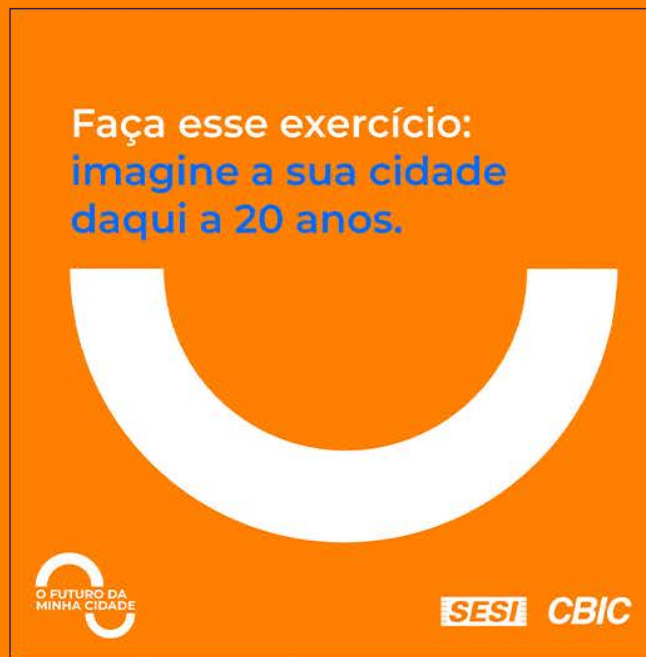
Solução

Gestão de redes sociais, com identidade visual própria e a criação de diversas campanhas para projetos da marca.

Cliente / **Câmara Brasileira
da Indústria da
Construção (CBIC)**

Identidade visual - redes sociais - campanha





COMAT
CONSELHO DE MATERIAIS,
TECNOLOGIA, QUALIDADE E
PRODUTIVIDADE



23 DE AGOSTO
das 14h às 15h30

3ª Reunião Ordinária
do Grupo de
**Acompanhamento
de Normas Técnicas**

VIA ZOOM

SESI CBIC

Em conversa
com o Tesouro
e a Caixa, a **CBIC**
se movimenta
em prol do
Casa Verde
e Amarela.

CBIC

CBIC e CAIXA, juntas pela adoção
de boas práticas na **prevenção da
violência contra mulheres.**



CAIXA
pra elas CBIC

Enicast

Clique para
acessar o
videocast

Desafio

Criar uma plataforma de conteúdo de valor para os patrocinadores do maior evento de construção da América Latina.

Solução

Criação de videocast, produção, roteirização, edição, identidade visual e distribuição.

Cliente / **Câmara Brasileira
da Indústria da
Construção (CBIC)**

Identidade visual - roteirização - videocast



C4IR Brasil

Desafio

Organizar informações e divulgar os resultados da unidade brasileira do Centro Para a Quarta Revolução Industrial, um projeto do Fórum Econômico Mundial.

Solução

Criação de website voltado para o público brasileiro.



Brasil
Centro para a
Quarta Revolução
Industrial

HOME

QUEM SOMOS

PROJETOS

TEMAS

NOTÍCIAS & ANÁLISES

REPOSITÓRIO

Centro para a Quarta Revolução Industrial do Brasil

A tecnologia a serviço da revolução responsável da sociedade brasileira

Parceiro da Rede do Fórum Econômico Mundial
para Governança Global da Tecnologia



Inteligência Artificial

Internet das Coisas

Política de dados

Outros temas

▼ Descubra mais

Design System

Paleta de cores

Sólida



#00B2FF



#001F44



Manual C4IR



Tipografia

Inter Light Italic 48

h2

Inter Bold 36

h3

Inter Regular 28

h4

Inter Bold 20

h5

Inter Regular 16

body 1

Inter Medium 20

body 2

Inter Bold 16

button

Seletor de tema

Inteligência Artificial

normal

Inteligência Artificial

hover

Menu de navegação lateral

| [Página](#)

| [Página atual](#)

Quem somos

O Centro para a Quarta Revolução Industrial (C4IR) é uma iniciativa do Fórum Econômico Mundial que tem como objetivo ser um espaço multissetorial de cooperação entre atores governamentais, empresas, sociedade civil e pesquisadores. O foco é na formulação de políticas públicas e parcerias que contribuam para o desenvolvimento e aplicação de tecnologias inovadoras de maneira ética, inclusiva, acelerando e ampliando os benefícios de tecnologias emergentes.

⌵ O que é a Quarta Revolução Industrial?

O C4IR no Brasil

No Brasil, o Centro Afiliado para a 4ª revolução industrial (C4IR Brasil) é uma parceria privada entre o World Economic Forum (WEF), Governo Federal do Brasil, Governo de São Paulo e a iniciativa privada. O objetivo é desenvolver projetos colaborativos concretos que levem a políticas públicas em áreas tecnológicas de grande impacto.

Os projetos da C4IR Brasil estão sempre conectados a uma abordagem ágil e colaborativa para desenvolver e adaptar as melhores práticas mundiais de resolução dos complexos desafios trazidos pela Quarta Revolução Industrial. O Centro tem a missão de pensar e executar soluções para que a adoção das novas tecnologias tragam benefícios sustentáveis para a vida das pessoas, dos negócios e do setor público.

Todos os projetos executados pelo C4IR Brasil são baseados em casos reais e articular a soma de esforços de múltiplos atores (empresas, academia, governo e sociedade) que se unem em torno de um único objetivo. Esse formato de co-construção gera maior engajamento dos envolvidos e acelera a implementação em larga escala das soluções desenvolvidas pelo Centro.

O C4IR no mundo

O que é o C4IR

O C4IR no Brasil

O C4IR no mundo

Equipe C4IR Brasil

Membros C4IR

Atualmente, o C4IR tem 16 centros espalhados em 15 países: EUA, Azerbaijão, Co

O peso da luz

Desafio

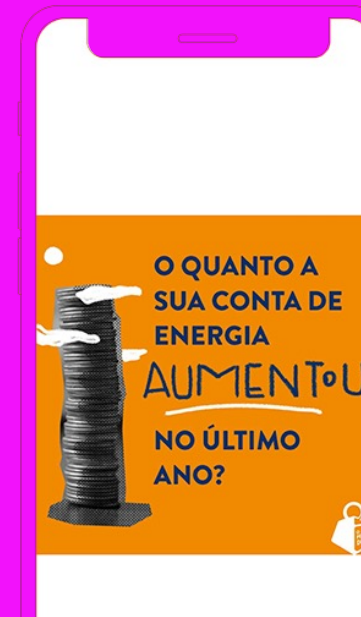
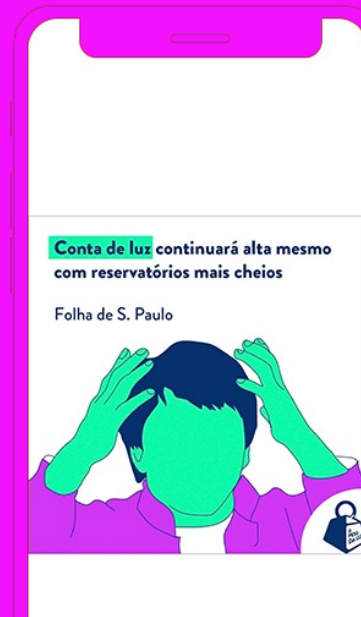
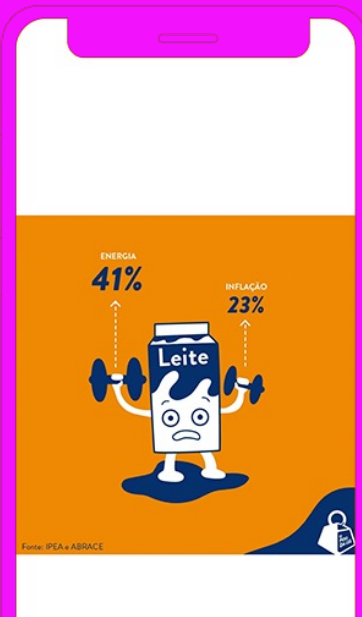
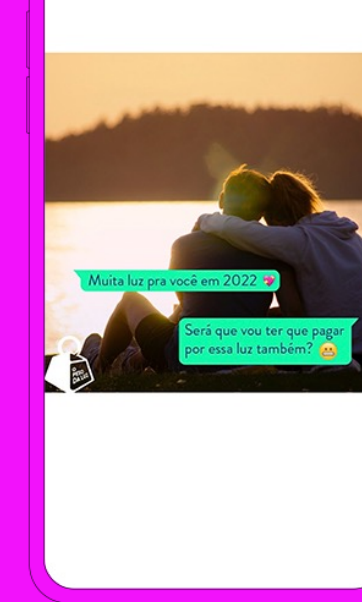
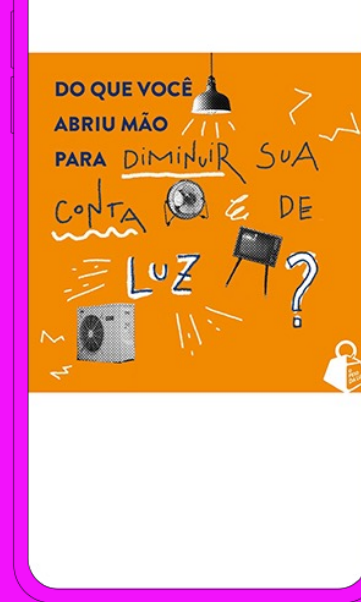
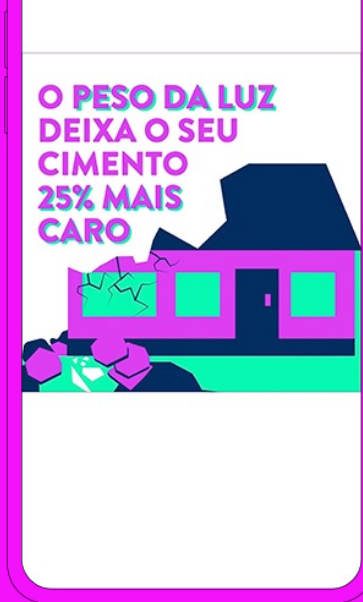
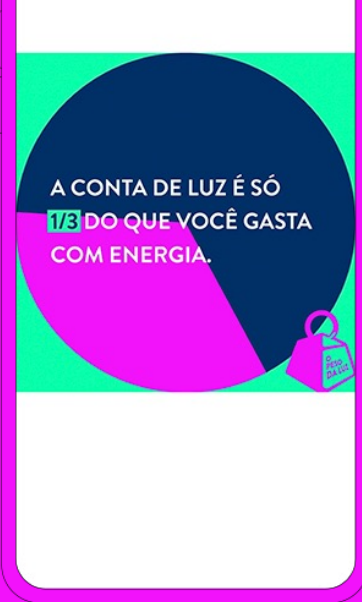
Mobilizar a opinião pública e tomadores de decisão sobre o peso dos subsídios na conta de luz.

Solução

Criação de campanha em redes sociais e landing page com calculadora de subsídios nas redes sociais.

Cliente / **Associação Brasileira dos Grandes Consumidores de Energia (Abrace)**

Ilustração - redes sociais - website



O peso da luz

Ilustração - redes sociais

O PESO DA LUZ



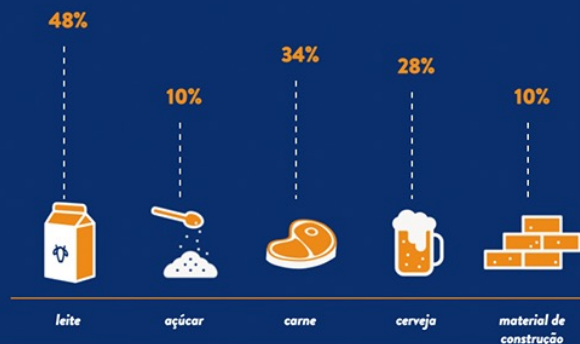
A luz é responsável por 1/3 do orçamento de uma família brasileira. Ela está na sua conta e em tudo o que você compra e usa. Aliás, metade do que você paga na sua conta não é energia elétrica. São impostos, tarifas e subsídios que foram se acumulando ao longo do tempo. O resultado vem com tantas distorções que quem tem menos dinheiro acaba sustentando quem tem mais.

Nessas tarifas, você banca a queima de diesel para geradores na Amazônia, ajuda a manter viva a produção nada sustentável de energia a carvão, dá uma força às empresas de saneamento e garante uma ajuda a outros setores sem transparência.

Todos esse auxílios estão na chamada Conta de Desenvolvimento Energético (a CDE), que, nos últimos anos, foi a desculpa perfeita que diversos governos encontraram para favorecer diversos setores. Tudo isso com o seu dinheiro.

O PESO DA ENERGIA NA SUA VIDA

Além de pagar a energia na sua conta de luz, você acaba pagando por energia de novo quando compra qualquer coisa.



FAÇA PARTE

FAÇA PARTE

Diversas associações já estão trabalhando para acabar com tantos pesos desnecessários na sua vida. Neste momento, diversos projetos estão no Congresso para deixar a sua conta mais barata e a nossa indústria mais competitiva.

Deixe aqui o seu e-mail, receba novidades e faça parte do nosso time na luta por uma conta mais justa:

e-mail

ENVIAR

NA MÍDIA

CanalEnergia.com.br

ESTADÃO

Valor

FOLHA DE S.PAULO

QUEM SOMOS

A Campanha "O Peso da Luz" foi idealizada pela Abrace e busca apoio de outras instituições que se preocupem com o custo da energia para a produção, comércio e consumidores de uma maneira geral. Se você é uma delas, apoie a nossa causa. Envie um e-mail para: abrace@abrace.org.br

A ABRACE é uma das associações mais antigas do setor elétrico, que defende, com base em estudos e documentos técnicos, a importância da energia a preços competitivos para o desenvolvimento do setor produtivo no Brasil.

Nós reunimos mais de 50 grupos empresariais responsáveis por quase 40% do consumo industrial de energia elétrica do Brasil e 42% do consumo industrial de gás natural. Com mais de 800 unidades de consumo mapeadas em 25 estados brasileiros, a ABRACE tem um consumo de energia elétrica maior do que o de



todos os dias, mais um peso pode ser colocado na sua conta de luz

MEDIDOR DO PESO DA LUZ



60%
são impostos

40%
são encargos +
subsídios +
ineficiências

3x o orçamento do Bolsa Família

4x o investimento do governo federal para o ano

Até o fim do ano serão na conta de luz do brasileiro

R\$ 100 bilhões

360°: IESB

Desafio

Transformar as redes sociais do IESB em uma plataforma de diálogo e engajamento com a comunidade universitária.

Solução

Criação de plano editorial completo, gestão de redes sociais, relatórios e campanhas em datas estratégicas.

#IESBexplica

Na véspera dos 20 anos do 11 de setembro e em meio a atual crise do Afeganistão, a gente te explica tudo para você bancar o nerd com a turma

relatores Internacionais IESB 20 anos




#IESBexplica

Outros dois aviões caíram nos minutos seguintes, um deles no Pentágono, centro de planejamento militar do governo em Washington, e outro em uma região desabitada da Pensilvânia.

Logo se descobriria que os ataques haviam sido orquestrados pelo grupo terrorista al-Qaeda.




#IESBexplica

Era mais ou menos 9h50, horário de Brasília, do dia 11 de setembro de 2001, quando um avião se chocou contra a torre norte do complexo industrial World Trade Center (WTC), em Nova Iorque, nos Estados Unidos.

09:50

Instantes depois, uma segunda aeronave bateu contra a torre Sul.




#IESBexplica

Os atentados mataram quase três mil pessoas e levaram os EUA a declarar a chamada Guerra ao Terror.

O primeiro alvo foi o Afeganistão, ainda em 2001, sob a alegação de que o país escondia o mentor dos atentados, o terrorista Osama Bin Laden.

3.000




#IESBexplica

Na ocasião, o presidente norte-americano à época, o republicano George W. Bush, acusou o Talibã, grupo que governava o Afeganistão, de abrigar Bin Laden.

Em 2001, o exército americano iniciou os bombardeios no Afeganistão contra o Talibã, dando início a mais longa guerra em que os EUA se envolveram.





#IESBexplica

Em 2013, as forças afegãs assumiram a liderança na responsabilidade pela segurança em todo o país.

Um ano depois, o presidente democrata Barack Obama anunciou um cronograma para a retirada da maioria das forças dos EUA do Afeganistão, com acordo de treinamento das tropas e realizações de operações pontuais contra grupos terroristas.





#IESBexplica

No entanto, em agosto de 2021, em meio à retirada parcial de tropas norte-americanas e enfrentando pouca resistência, o Talibã acabou tomando conta da capital, Cabul, e assumiu novamente o controle do país.

Mais de 122 mil estrangeiros e afegãos foram retirados por via aérea da região e imagens da evacuação chocaram todo o mundo.






#leiamais

VALTER HUGO MÃE
As mais belas coisas do mundo

Este é um pequeno conto de Valter Hugo Mãe que, a partir da perspectiva infantil, examina o que seriam as mais belas coisas do mundo. Delicado e sensível encanta leitores de qualquer idade.



#leiamais

ONDJAKI
Os transparentes (2012)

O romance retrata um país em transformação - suas grandezas e misérias. Traz o inconfundível humor do escritor angolano combinado a uma crítica inteligente e envolvente. A história é baseada em um prédio na cidade de Luanda.



#leiamais

ABDULAI SILÁ
A última tragédia (1995)


Cofundador da primeira editora privada guineense e seguidor de Paulo Freire, o autor tenta, nesse romance, encontrar uma explicação para a origem dos males atuais de seu país. Para isso, embarca em recuo ao período colonial.



CONCEIÇÃO LIMA
A dolorosa raiz do (2006)

Esse é o primeiro livro de uma autora publicado em Portugal. Nele, Conceição examina suas raízes e lembra momentos dolorosos acontecidos historicamente, como a escravidão e a colonização. Sua abordagem pessoal, íntima e sensível combinada com um estilo marcante.




A black and white photograph of a microscope, with the lens and various adjustment knobs visible. The background is dark and slightly out of focus.

Semana Acadêmica Cinema e Animação

27/10 — 10 HORAS ●

- Filha de Lavadeiras
 - O Pagode de Amarante
- Participação do Cineclube Movielas

A black and white photograph showing the silhouette of a person sitting in a dark room, looking towards a bright light source. The person's head and shoulders are visible against the dark background.

Semana Acadêmica Cinema e Animação

30/10 — 09 HORAS ●

- Terror em casa
- Sessão de filmes de terror

A black and white photograph of a person sitting in a cinema seat, looking towards the right. The person is wearing a dark shirt. The background shows the rows of cinema seats.

Semana Acadêmica Cinema e Animação

30/10 — 19 HORAS ●

- Fui eu que fiz em casa
- Filmes feitos em casa durante a quarentena



#SemanaAcadêmicaDeNutriçãoIESB

01 SETEMBRO - 21H

Nutrição e Vegetarianismo

Nutricionista: Bernardo Romão de Lima



Semana Acadêmica de Nutrição IESB

26 a 28 de maio

26/05 — 20h

NUTRIÇÃO ESPORTIVA

Nutricionista: Caroline Romeiro
Mediação: Prof. Isabella Reis Praça (IESB)



27/05 — 20h


NUTRIÇÃO E REDES SOCIAIS - MITOS E VERDADES

Nutricionista: Luiza Pinheiro Vieira
Mediação: Prof. Priscilla Ceci Lages (IESB)

28/05 — 20h

NUTRIÇÃO, EMPREENDEDORISMO E PANDEMIA

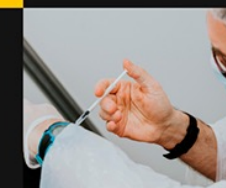
Nutricionista: Larissa Mazocco
Mediação: Prof. Guilherme Theodoro de Oliveira
(Coordenador do Curso de Nutrição IESB)

No  YouTube do IESB



XIII Semana Jurídica

As vacinas e os desafios éticos, técnicos e jurídicos na luta contra a Covid-19: entre a esperança e o desencanto



CORREIO BRAZILIENSE

Professor e coordenador do Mestrado Profissional em Gestão Estratégica de Organizações do IESB explica as causas do aumento do empreendedorismo digital em 2020



#noticias



GPS LIFETIME

Professor do IESB e especialista em meio ambiente recomenda o plantio de ipês em casa. Confira as vantagens:



#noticias



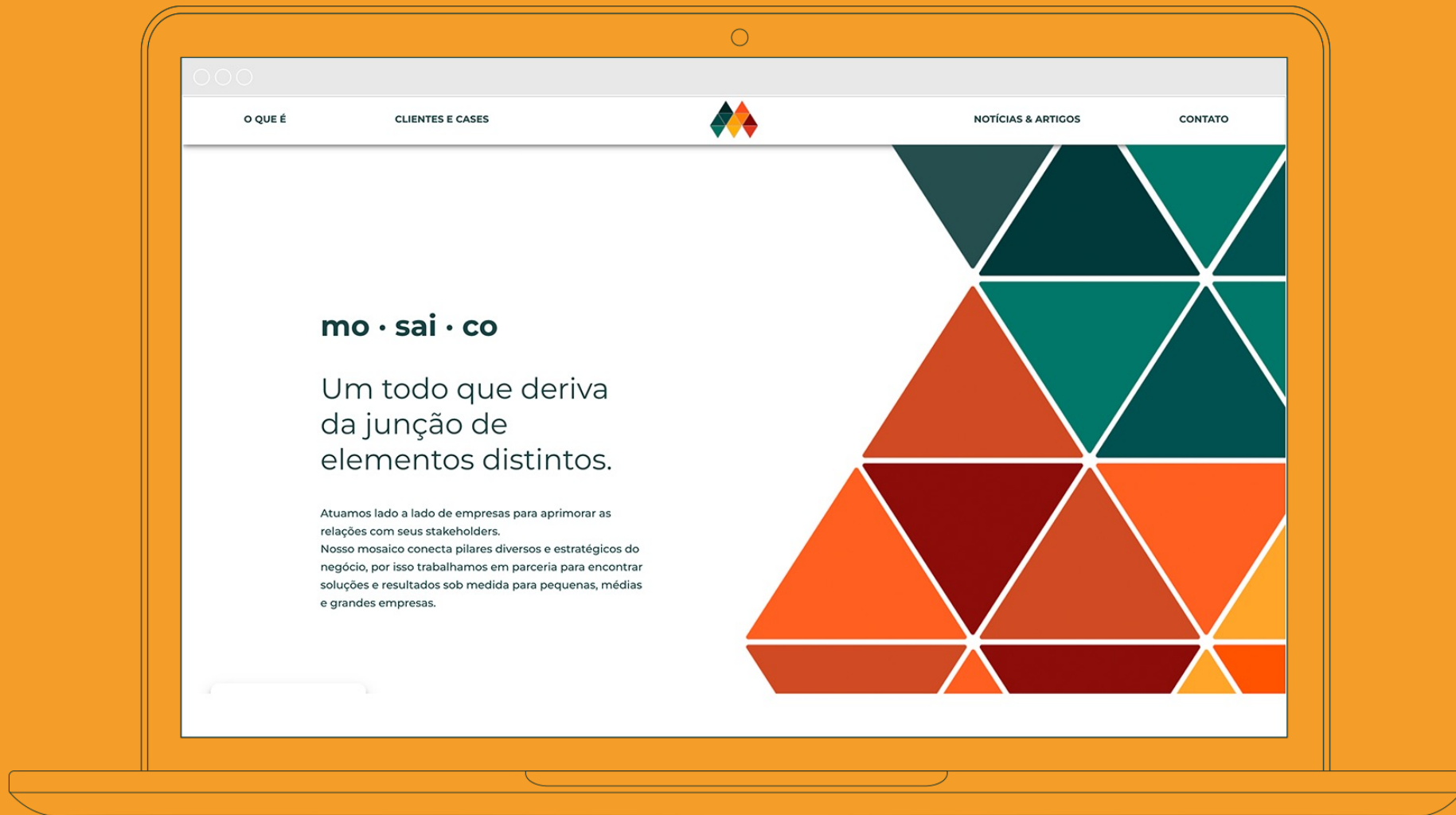
Site Mosaico

Desafio

Organizar informações e divulgar os resultados da unidade brasileira do Centro Para a Quarta Revolução Industrial, um projeto do Fórum Econômico Mundial.

Solução

Criação de website voltado para o público brasileiro.




○○○

PILARES

- Relações de Consumo
- Consumidor Global
- Gestão de conflitos
 - Diversidade e não-discriminação
- Sustentabilidade social
 - Estudos, pesquisa e capacitação

Aprofundamento de conhecimento e tendências, produção de estudos acadêmicos e técnicos, pesquisas, dados e indicadores.

[Saiba Mais](#)



○○○

Cientes Mosaico




Parceiro – Centro Respeitar

O Centro de referência em governança para a equidade, antidiscriminação e sustentabilidade social (RESPEITAR) é voltado para iniciativas de promoção da sustentabilidade social e inclusão da pluralidade, em todas as suas manifestações, cultural, étnico-racial, de gênero, entre outras, incluindo temas como as desigualdades sociais, acesso à justiça e garantia de direitos, cidadania e transparência pública, direito antidiscriminatório, políticas de equidade, acessibilidade e representatividade na gestão pública, privada e iniciativas de economia solidária e tecnologia social, sempre em consonância com os padrões e protocolos globais e em respeito às especificidades socioculturais, jurídicas e políticas nacionais e internacionais.






Centro de referência em governança para a equidade, antidiscriminação e sustentabilidade social

○○○

Quem Somos

Nossa equipe une vivências de mercado, políticas públicas e acadêmica.

As peças do nosso mosaico são formadas por diferentes especialidades e experiências para formar uma composição única de soluções práticas e resultados concretos

Juliana Pereira
Sócia e fundadora

Advogada especialista em relações de consumo, ex-Secretária Nacional do Consumidor, fundadora da Mosaico e do Instituto de Pesquisas, Estudos da Sociedade e Consumo (IPSConsumo).

[Saiba Mais](#)

Site Mosaico

website

Vamos criar novas
transformações
juntos?



LV
ND

Ana Rita de Holanda

Sócia fundadora e CEO

anaholanda@lavandadigital.com

+55 61 98130-6111