

MÉTODO DE COMUNICAÇÃO DO INSTITUTO VERDE LUZ (PROGRAMA VERDELUZ DE GESTÃO AMBIENTAL SUSTENTÁVEL - CH00.2014.PG.0150)

XXV Encontro de Extensão

Gabriel Rocha Alves de Sousa, Thays Layane Veras de Almeida, Jose Candido Lustosa
Bittencourt de Albuquerque

O projeto consiste na gestão da comunicação do Instituto Verdeluz, a fim de manter um contato mais efetivo com o público externo, mantendo a publicidade das atividades realizadas pelo Instituto para cultivar possíveis voluntários e patrocínios; e com o público interno, já que o Verdeluz funciona como incubadora de diversas atividades ligadas à gestão ambiental e sustentável. Em face disso, reuniões ordinárias foram organizadas com outros voluntários, formando-se uma equipe de Comunicação que trabalhou na capacitação interna quanto às estratégias de gestão das mídias digitais do Programa. Planos semestrais foram criados, organizando e alinhando a equipe a confeccionar peças publicitárias para as mídias digitais do instituto: produzindo chamadas para eventos, divulgando resultados e ações públicas, informando sobre o andamento de processos legislativos de interesse socioambiental, atualizando uma agenda semanal digital e criando desafios semanais de sustentabilidade. As formas escolhidas para a comunicação externa foram a página do Facebook, principal fonte de informações, por se dar a partir de uma comunicação mais rápida e descontraída; Instagram, para a exposição de ensaios fotográficos que mostram as duas principais sedes do Programa, o Serviluz e a Sabiaguaba; Twitter, para posicionar o Verdeluz politicamente na blogosfera; e o Site, criado com a finalidade de mostrar as atividades para possíveis investidores por meio de notícias, notas oficiais e de uma newsletter. Ademais, a Comunicação também se experimenta na criação de vídeos que explicam com quais atividades políticas o Verdeluz se envolve e também revisa a identidade visual do instituto e de seus projetos incubados constantemente. Internamente, a equipe mantém contato com representantes de todas as atividades que o Programa incuba, assim, organizando toda a parte midiática.

Palavras-chave: comunicação. mídias digitais. público.