



Uso de mídias alternativas, blogs e redes sociais.

Sabrina de Oliveira Reis¹

Uma das oficinas que eu apliquei na Operação Tocantins, na cidade de Monte do Carmo, foi sobre o uso das mídias alternativas nos dias de hoje. O que mais me encantou foi perceber o interesse e participação dos alunos, uma vez que, possuem recursos bastante limitados no sentido de acesso à internet e uso das redes sociais. O objetivo da oficina foi capacitar servidores e população em geral no conceito de marketing para a utilização de mídias alternativas, criação e manutenção de um blog e páginas nas redes sociais. O público alvo foi a população em geral, mas principalmente as pessoas que possuem um nível básico de conhecimento no uso de computadores. A oficina teve início com conceito das mídias alternativas. Afinal o que seria isso? O conceito de mídias alternativas surgiu para dar nome aos canais ou veículos de comunicação que não fossem os tradicionais, ou seja, toda comunicação que não fosse veiculada em jornais, rádios, revistas ou televisões seria veiculada em uma mídia alternativa. Contudo, existem dois tipos de mídias alternativas: Criadora – considera a mídia alternativa aquela que cria um novo veículo de comunicação; Oportunista – aquela que usufrui criativamente de um veículo já existente. Como podemos ver, a mídia alternativa está muito ligada a anúncios criativos e inovadores em locais inusitados e que de preferência interajam com o público, pois o público gosta de se sentir surpreendido. Porém, não podemos pensar só em inovar e promover o produto sem antes analisar o que está sendo oferecido ao cliente e se o produto se encaixa na proposta oferecida pela mídia que está sendo utilizada. Depois de apresentar o conceito e exemplificar os tipos de mídias existentes, mostrei algumas dicas para o uso das mídias alternativas, como por exemplo, criar um site para promover sua empresa e/ou cidade, usar e abusar das ferramentas gratuitas como o *facebook* e *instagram*, além do uso dos smartphones. O resultado dessa oficina foi a promoção do incentivo às pessoas a utilizar espaços novos para a divulgação de notícias, melhorando o retorno da divulgação e reduzindo

¹ Centro Universitário La Salle do Rio de Janeiro

o custo com mídias ineficientes. Contudo, concluímos que a mídia alternativa traz maior visibilidade e eficiência, promove o uso da criatividade, além de reter a atenção do público através de recursos não convencionais.

Palavras-chave: mídias, inovação.