

Manual de Comunicação



Ethicco



Nota introdutória

Este Manual de Comunicação tem como missão orientar todos os canais e conteúdos da Ethicco Design, garantindo que todas as mensagens públicas sejam:

- Consistentes
- Criativas e inspiradoras
- Alinhadas com os valores éticos, ecológicos e estéticos da marca

Ele serve como referência para colaboradores, parceiros, freelancers e qualquer pessoa envolvida na comunicação da Ethicco.

Maria João da Cunha
thedoorsopenandclosed@gmail.com



Sobre a Ethicco Design

A Ethicco Design é a casa do Design ético e ecológico, dedicada a criar soluções visuais que refletem valores de sustentabilidade, impacto social e responsabilidade ambiental. Os principais serviços incluem:

-  Web Design
-  Branding
-  Ilustração
-  Animação visual

Os nossos projetos visam comunicar com clareza e impacto, sempre respeitando princípios éticos e ecológicos.



Objetivos de Comunicação

A comunicação da Ethicco Design está orientada para dois grandes objetivos:



Aumentar a notoriedade da marca — consolidar Ethicco como referência em design sustentável e ético.



Captar novos clientes — com foco em profissionais independentes, pequenas empresas e associações alinhadas com preocupações ambientais e sociais.

Estes objetivos guiam todas as mensagens, conteúdos e publicações da marca.



Público-Alvo

A comunicação será desenhada especialmente para:

-  Profissionais independentes que querem que a sua imagem reflita valores ambientais e sociais.
-  Pequenas empresas com preocupações ecológicas e orçamentos reduzidos.
-  Associações e projetos sociais com forte motivação ética, humanitária ou ecológica.

A linguagem e os conteúdos devem ser acessíveis, motivadores e relevantes para estas

Linguagem, Tom de Voz & Estilo

Tom de voz

A Ethicco adota um tom criativo, inspirador e orientado por valores, que:

- ✿ Comunicam com clareza os benefícios do design sustentável.
- ✿ Inspiram ação e reflexão.
- ✿ Reforçam o impacto positivo do design no mundo.

Este tom deve ser consistente em todos os canais — desde o website até às publicações nas redes sociais.



Regras de estilo

-  Evitar jargão técnico excessivo, sem perder profissionalismo.
-  Usar linguagem positiva, motivadora e inclusiva.
-  Destacar sempre a ligação entre design e impacto social/ambiental.

Mensagens-Chave Principais

As mensagens da Ethicco devem enfatizar:

-  Design consciente e ecológico que impacta positivamente o mundo.
-  Design sustentável que ressoa com preocupações ambientais e sociais.

Estas mensagens devem aparecer nos textos institucionais, pitches, posts e campanhas.



Tipos de Conteúdo Prioritários

A estratégia de conteúdo deve incluir:



Conteúdos educativos sobre design ético.

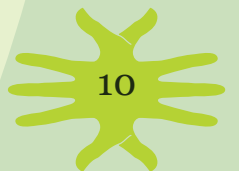


Publicações inspiradoras para redes sociais.



Estudos de caso de clientes.

Estes devem ser organizados em um calendário editorial, assegurando qualidade e consistência.



Canais de Comunicação & Diretrizes

Exemplos de Mensagens



Website

“Na Ethicco Design, acreditamos que o design pode ser uma força para o bem — criando experiências bonitas, funcionais e alinhadas com os valores ambientais e sociais que importam.”



Instagram

“O design que cria impacto não é apenas visual — é ético, sustentável e pensado para o futuro”



LinkedIn

“Quando marcas comunicam com propósito, elas não só se destacam — elas constroem confiança e significado duradouro.” audiências.

Website

O website é a principal vitrine institucional e deve:

-  Transmitir claramente os valores éticos e ecológicos;
-  Apresentar serviços com linguagem acessível;
-  Destacar estudos de caso de clientes;
-  Incluir chamadas para ação (ex.: contacto, orçamento).

Recomenda-se que cada página reforce a proposta de valor da marca em termos de impacto positivo.

Mensagens-Chave Principais

As mensagens da Ethicco devem enfatizar:

-  Design consciente e ecológico que impacta positivamente o mundo.
-  Design sustentável que ressoa com preocupações ambientais e sociais.

Estas mensagens devem aparecer nos textos institucionais, pitches, posts e campanhas.

Tipos de Conteúdo Prioritários

A estratégia de conteúdo deve incluir:



Conteúdos educativos sobre design ético.



Publicações inspiradoras para redes sociais.



Estudos de caso de clientes.

Estes devem ser organizados em um calendário editorial, assegurando qualidade e consistência.



LinkedIn

No LinkedIn:



Comunicar estudos de caso detalhados.



Partilhar artigos mais profundos sobre design sustentável, tendências e valores.



Engajar com profissionais e empresas alinhadas com valores éticos.

A linguagem neste canal pode ser um pouco mais formal do que no Instagram — mantendo sempre o tom criativo e inspirador.

Instagram

O Instagram deve ser usado para:

-  Inspirar e educar através de visuais e micro-copy.
-  Mostrar processos criativos, bastidores e resultados de projetos.
-  Reforçar valores da marca com posts e carrosséis.

Sugestões de formato:

- Posts curtos com dicas sobre design ético.
- Bastidores de projetos (antes/depois).
- Destaques de clientes com foco em impacto

Conclusão

Este manual orienta a comunicação da Ethicco Design com foco em impacto, inspiração e coerência estratégica. Ele deverá ser atualizado regularmente com novos exemplos, métricas e linhas editoriais.

Quando cumprido com rigor, este manual capacita a Ethicco não só a comunicar melhor, mas a ser reconhecida por aquilo que mais importa: design com valores, propósito e impacto positivo no mundo.

Medição & Avaliação

Para saber se a comunicação está a funcionar, recomenda-se acompanhamento de métricas como:

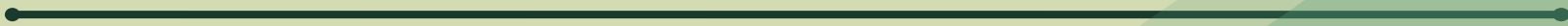
Aumento de visitas ao website.

Crescimento de seguidores e engagement nas redes sociais.

Número de contactos recebidos via formulários e mensagens.

Feedback qualificado de clientes.

Gratos pela atenção.





Maria João da Cunha