

Projeto 41

Som, Imagem e Movimento ocupa Instagram

Cód/Nome	41 - Som, Imagem e Movimento ocupa Instagram
Orientador	Marcelo Simon Wasem
Campus	CSC
Area	Atividades de desenvolvimento de habilidades artísticas e esportivas
Vagas	2
Email	marcelo.wasem@gfe.ufsb.edu.br

Resumo do Projeto.

O projeto “Som, Imagem e Movimento ocupa Instagram” propõe a ativação do perfil do curso nesta rede social como um local que agregue informações sobre o curso e conhecimentos diversos sobre as áreas das habilitações, se tornando, desta forma, em um local de difusão e troca de saberes.

Atividades dos bolsistas

Participar deste projeto poderá contribuir para o futuro profissional da/o estudante, preparando para os novos cenários de mercado de trabalho que vem se apresentando. Será esperado que sejam feitas diversas etapas para a criação de conteúdo do perfil do SIM: captura de informações sobre o curso e suas habilitações, captura de conteúdos com docentes e de conteúdos com discentes. Também poderá ser explorado as diversas ferramentas da rede social para divulgar fragmentos de trabalhos (exemplo: trailer ou trecho de uma produção audiovisual do curso nas seções do IGTV ou Reels). Será necessário iniciativa, capacidade de interação e comunicação com diferentes públicos.

Atividades semanais

1. Definição de temas a serem abordados no perfil (Pauta de Conteúdo) 2. Uso do Estúdio de Criação 3. Uso do Canva 4. Escrita de legenda: storytelling e chamada de ação (CTA) 5. Feed X Stories X Destaques X IGTV X Reels 6. Etapa I: Captura de

informações sobre o curso e suas habilitações 7. Etapa II: Captura de conteúdos com docentes 8. Etapa III: Captura de conteúdos com discentes 9. Identidade Visual (paleta de cores) 10. Criação de templates (tipos de postagens diferentes) 11. Produção das postagens 12. Acompanhamento das postagens Em suma, haverá ciclo contínuo de: preparação de pauta de conteúdo, organização das informações coletadas, triagem e redação de posts, criação de arte das postagens, agendamento de publicação, avaliação dos resultados. Será necessário, por parte da/o estudante, acesso a internet e celular que suporte o aplicativo Instagram.

1. Introdução/Apresentação:

O principal objetivo é apresentar o curso dentro desta rede social e ocupar um espaço virtual que vem sendo muito utilizado nos dias atuais. Porém não se limita em apenas "fazer a propaganda do curso", mas pensar como esta rede social pode ser tornar um local de aprendizagem (trazendo pílulas de conhecimento, instigando a curiosidade sobre o que fazemos nos CCs, etc). Dessa forma ela pode despertar o interesse a partir da formação de uma comunidade de "seguidores" (leia-se "interessades") nos conteúdos e na formação que tratamos dentro do curso. Com isso se espera também documentar a história do curso.

2. Justificativa:

A rede social Instagram vem se apresentando como um tipo de espaço público virtual muito utilizado para a divulgação de qualquer tipo de produto ou serviço. É uma rede social que conta com mais de 1 bilhão de usuários, que não apenas usam a rede para usos pessoais, mas também para consumir conhecimento, aprender e se sentir parte de uma comunidade (ainda diante do cenário global de pandemia que estamos atravessando). A proposta é usar esta rede social, suas ferramentas e estratégias de marketing para trazer as produções do curso e uma gama de conteúdos que sejam de interesse tanto do nosso discente atual quanto de futuros estudantes. O marketing digital vem ganhando espaços nas grandes empresas, com divulgação de produtos e afirmação das marcas. Planejar um conteúdo atrativo e fazer uma identidade visual será fundamental para conseguir o engajamento necessário.

3. Objetivo Geral:

Apresentar o curso dentro da rede social Instagram e ocupar um espaço virtual que vem sendo muito utilizado nos dias atuais, não só para divulgação do curso, mas como criação de conteúdos pertinentes à área.

3.1 Objetivos Específicos:

Divulgar o curso buscando atingir os 3 públicos: 1. Externo à UFSB: divulgar o curso em si e mostrar o que aconteceu e está acontecendo; 2. Comunidade discente interna: divulgando para os estudantes de 1º ciclo e fomentando o interesse para entrar no curso 3. Discentes e docentes do SIM: para que o próprio curso possa conhecer as produções em desenvolvimento. Documentar a história do curso (os eventos, os CC's, a produção dos discentes). O intuito do projeto não se limita em apenas "fazer a propaganda do curso", mas pensar como esta rede social pode ser tornar um local de aprendizagem (trazendo pílulas de conhecimento, instigando a curiosidade sobre o que fazemos nos CCs, etc). Dessa forma ela pode despertar o interesse a partir da formação de uma comunidade de "seguidores" (leia-se "interessades") nos conteúdos e

na formação que tratamos dentro do curso. Também poderá ser explorado as diversas ferramentas da rede social para divulgar fragmentos de trabalhos (exemplo: trailer ou trecho de uma produção audiovisual do curso nas seções do IGTV ou Reels).

4. Metodologia:

Haverá ciclo contínuo de: preparação de pauta de conteúdo, organização das informações coletadas, triagem e redação de posts, criação de arte das postagens, agendamento de publicação, avaliação dos resultados. I) Captura de informações sobre o curso e suas habilitações Busca por informações pertinentes e organização de postagens diversas. Cada habilitação terá uma cor preponderante, formando a paleta de cores do curso. • Post sobre as 4 habilitações • Post sobre quais são os Obrigatórios do 1o Ciclo • Post sobre os Laboratórios de Projetos. II) Captura de conteúdos com docentes Post sobre os CC's que estão ocorrendo neste quadrimestre. A proposta é que seja feito o convite para todo o corpo docente para envio de informações relevantes ao curso. No caso daquelas que estão ministrando CC neste quadrimestre podem ser enviadas as seguintes informações: • Breve descrição sobre a proposta ou o desenvolvimento do CC (3 parágrafos curtos, de 1000 até 1500 caracteres). • De 1 até 3 imagens • Prazo de 1 semana para o envio, a partir do convite (Em 2020/3: Arqueologia do Som, Criação Editorial, Literatura e Cinema, Teoria da Imagem em Movimento, Arte e Acessibilidade, Sons e Materialidades) III) Captura de conteúdos com discentes (através dos docentes) Realizar uma chamada geral ao corpo docente para que trabalhos de estudantes produzidos nos quadrimestres anteriores possam ser divulgados. Não caberá à equipe deste projeto selecionar trabalhos dos discentes. A/o docente que tiver interesse neste convite fará a seleção do trabalho da/o estudante que acredita ser importante para a divulgação do curso e enviará as informações pertinentes. Para a postagem: • Trazer as principais informações (o que, quando, onde, por que, para quem etc) • 1000 até 1500 caracteres • De 1 até 3 imagens A/o docente também precisará ter autorização para a publicação do trabalho no perfil do curso (sugere-se que seja em um email específico, perguntando ao estudante se autoriza a divulgação). A equipe do projeto fará uma revisão, podendo agregar outras informações pertinentes (tais como hashtags). Resumo de Atividades 1. Definição de temas a serem abordados no perfil (Pauta de Conteúdo) 2. Uso do Estúdio de Criação 3. Uso do Canva 4. Escrita de legenda: storytelling e chamada de ação (CTA) 5. Feed X Stories X Destaques X IGTV X Reels 6. Etapa I: Captura de informações sobre o curso e suas habilitações 7. Etapa II: Captura de conteúdos com docentes 8. Etapa III: Captura de conteúdos com discentes 9. Identidade Visual (paleta de cores) 10. Criação de templates (tipos de postagens diferentes) 11. Produção das postagens 12. Acompanhamento das postagens

5. Resultados Esperados:

Movimento possa ser amplamente divulgado, com suas ações, eventos, atividades acadêmicas de ensino, pesquisa e extensão. O uso deste canal também poderá alimentar outros canais de comunicação, como o portal de notícias dentro do site institucional, o canal do YouTube e a rede social Facebook (que não é o foco principal do projeto). Se espera também que conteúdos de conhecimentos específicos das três habilitações possam ser produzidos e divulgados, criando, assim, um lugar de referência na área – como local de aprendizado mesmo.

6. Referências:

AGUIAR, S. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. Anais... Santos, 2007. COSTA, R. Por um novo conceito de comunidade. Interface. v.9, n.17, 2005 KOZINETTS, R. Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre:

Penso, 2014. LEVY, P. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. _____. A máquina universo: criação, cognição e cultura informática. Porto Alegre: Artmed, 1998. _____. Cibercultura. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999. MORAN, J.M. Como utilizar a Internet na Educação. Revista Ciência da Informação, v. 26, n.2, 1997, p.146-153 REDAÇÃO. O que é hashtag. Canal Tech, 2016. Disponível em: Disponível em: <http://www.canaltech.com.br/produtos/o-que-e-hashtag/> . Acesso em: 3 abril. 2021. RIBEIRO, C. Conheça as redes sociais mais usada no Brasil e no mundo em 2018. TechTudo, 2019. Disponível em: Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/02/conheca-as-redes-sociais-mais-usadas-no-brasil-e-no-mundo-em-2018.ghtml> . Acesso em: 3 abril. 2021.