

A Inserção da Plataforma ContratArte nas Redes Sociais

Izadora Leal Domingues¹, Maíra Baé Vieira², João Vítor Arman de Souza², Danilo Mattes Navarro Filho², Priscila Silva Esteves³

¹Autor(a)/Apresentador(a), ²Coautor(a), ³Orientador(a)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - Viamão

Com o início da pandemia da Covid-19, diversas demandas sociais que antes não eram vistas como urgentes encontraram espaço sob os holofotes. Ao redor do mundo, a incerteza do futuro junto ao fim de apresentações artísticas, pausa na produção de espetáculos, fechamento de museus e o fim da renda de parte da indústria cultural, levaram a equipe “Conexão Solidária”, do 3º Desafio Criativo do IFRS a focar suas energias na solução para tais problemas. Criada, desenvolvida, gerenciada e fomentada pelos Institutos Federais, seus discentes e docentes, a ContratArte é uma plataforma virtual que tem como principal objetivo: unir profissionais da cultura, artistas, produtores e público, em um espaço de criação, admiração e consumo, fomentando e acessibilizando a cultura. Dentre as ferramentas utilizadas para o cumprimento de tal propósito estão as redes e mídias sociais, como: o Instagram, o Youtube e o Facebook, por isso, uma das abordagens metodológicas escolhidas pelo projeto, e a qual veremos o desdobramento ao longo do trabalho, é a comunicação entre os desenvolvedores, artistas e público. Por meio de conteúdos interativos, notícias e curiosidades, foi possível observar o sucesso da plataforma nas mídias sociais, em especial o Instagram, onde parte da audiência é fiel e participativa. Além disso, o uso de “Hashtags” e a procura por nichos contribuíram na crescente da ContratArte nas redes sociais. Assim podemos observar, que no dia 2 de agosto de 2021 o instagram do projeto tinha o total de 219 seguidores, alcançando cerca de 186 contas únicas. No mesmo dia, mas no ano de 2022, o total de seguidores era de 376 e o alcance de contas únicas era de 208. Além da crescente nos números, ainda é possível observar o diálogo entre a plataforma, seus artistas e usuários, já que parte dessa troca é feita através das mídias sociais. Por meio de canais interativos e da utilização de ferramentas tecnológicas, procuramos medir os resultados alcançados com base em indicadores estabelecidos previamente, contribuindo para o objetivo principal do projeto sem perder a qualidade e transparência nas produções apresentadas.

Palavras-chave: Redes Sociais; Instagram; Facebook.

Trabalho executado no: Edital IFRS nº 57/2020, Edital IFRS nº 95/2021, Edital IFRS nº 13/2022, Edital IFRS nº 034/2022 e Edital IFRS Nº 18/2022.