

GESTÃO DO PERFIL GESTUR NO INSTAGRAM: DA INTERAÇÃO ONLINE AO PRESENCIAL

Fabiana Calçada de Lamare Leite, fabianac@ifsc.edu.br
Risolete Maria Hellmann, risolete.hellmann@ifsc.edu.br

Resumo

Este trabalho é um recorte do projeto de extensão que visa dar continuidade à gestão do perfil do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Continente, na rede social Instagram. Desde abril de 2020, o projeto já foi contemplado em três editais internos se adaptando aos momentos vividos, iniciando com o período da pandemia do COVID-19 e transitando pelo momento de retorno ao ensino presencial. O perfil do Instagram para o CST Gestão de Turismo tem o objetivo de manter os estudantes informados, interagindo com os colegas, com a instituição e com o que esta ocorrendo com o turismo e os demais cursos da área em outras instituições de ensino. Como continuidade dessa ação, o projeto atual continua visando a divulgação das atividades realizadas no curso para a comunidade externa e a divulgação de atividades, eventos e oportunidades para nossos acadêmicos, bem como conexões com diversas instituições públicas e privadas do Brasil e do mundo do eixo tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer. Além disso, buscamos promover o conhecimento por meio da geração de conteúdo e de atividades/eventos. A divulgação das atividades e ações do curso junto à comunidade externa contribui com o desenvolvimento do arranjo produtivo local, assim como, com a captação de novos discentes interessados na formação que o IFSC oferece, visto que são temáticas de postagens que possibilitam o conhecimento e contribuem para que a formação e informação da área do turismo tenha maior alcance e possibilidade de aplicabilidade.

Palavras-chave

Gestão de Turismo; Rede Social; Instagram; Projeto de Extensão.

Introdução

Lançado em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, o Instagram foi disponibilizado para dispositivos com o sistema operacional iOS, da Apple, como o iPad ou iPhone. Em 2011, a ferramenta estava com 10 milhões de usuários, que levou à modificações sistêmicas às quais permitiram, a partir de abril de 2012, a utilização em dispositivos com o sistema operacional Android, do Google, onde no mesmo dia foram efetuados cerca de 1 milhão de downloads do Instagram através da loja virtual de aplicativos - Google Play. Dias após o Instagram ter sido disponibilizado também para os dispositivos Android, o empresário Mark Zuckerberg, criador do Facebook, adquiriu a aplicação por cerca de um bilhão de dólares. (OLIVEIRA, 2014).

Segundo Ahlgren (2020), em junho de 2020, o Instagram chegou na média de 1 bilhão de usuários ativos mensais, dentre esse número estão os perfis pessoais, comerciais e institucionais, ou seja, pessoas, empresas e instituições possuem o Instagram como meio de contato com seu público, quer seja familiares ou amigos, para os perfis pessoais, quer sejam clientes ou interessados pelo produto, marca ou serviço, para os perfis comerciais ou institucionais.

Esse grande alcance de público por meio digital, transformou essa ferramenta em um meio ideal para comunicação diante das necessidades de isolamento social imposto pela pandemia do COVID-19 em início de 2020. Para Júnior et. al. (2020), o Instagram foi e é, de modo catalisador, instrumento de divulgação, promoção e interação dos usuários.

Partindo dessa premissa, a coordenação do CST em Gestão de Turismo, com a colaboração de discentes criou o perfil GESTUR no Instagram visando a divulgação das



atividades realizadas no curso para a comunidade externa e a divulgação de atividades, eventos e oportunidades para nossos acadêmicos, bem como conexões com diversas instituições públicas e privadas do Brasil e do mundo do eixo tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer. A divulgação das atividades e ações do curso junto à comunidade externa contribui com o desenvolvimento do arranjo produtivo local visto que são temáticas de postagens que possibilitam o conhecimento e contribuem para que a formação e informação da área do turismo tenha maior alcance e possibilidade de aplicabilidade.

A partir de sua criação em 2020, o perfil do Instagram GESTUR foi gerenciado por meio de projetos de extensão, renovados anualmente em 2021, 2022 e 2023 e contou com a colaboração de outras docentes coordenadoras e várias equipes de discentes.

Nas diversas versões do projeto, os objetivos foram:

- Aumentar a interação e integração dos estudantes entre si e com a instituição.
- Divulgar o curso e aumentar sua visibilidade.
- Divulgar para o público interno e externo as ações da área e as atividades do curso.
- Integrar e possibilitar o conhecimento dos estudantes com profissionais e empresas da área, além de outras instituições que possibilitem complementar sua formação.

Metodologia

Nas diversas versões desde 2020, em média, as equipes foram compostas por duas coordenadoras e mais cinco ou seis estudantes do curso, com carga horária semanal definida, até que completassem 120h e fossem substituídos por novos discentes. Quinzenalmente são realizadas reuniões para compartilhar ideias, definir estratégias de ações, discutir feedback das atividades realizadas, planejamento do cronograma de novas postagens e planejamento de outras atividades como oficinas, lives com convidados, podcasts, entre outras. Cada discente é responsável pela produção de conteúdo em formato de post de uma temática específica por semana. Os posts, depois de produzidos, eram agendados no aplicativo Mlabs e as coordenadoras os revisavam, encaminhavam para correção se necessário, ou aprovavam para publicação.

Resultados e Discussões

O perfil criado em abril de 2020 já alcançou resultados significativos: 2073 seguidores, 769 publicações de conteúdo, dentre eles lives temáticas sobre a retomada da atividade turística e entrevistas com profissionais da área, postagens com dicas de leitura, dicas de filmes ou documentários, notícias da área de turismo e dicas de destinos para conhecer em Santa Catarina (Figura 1).

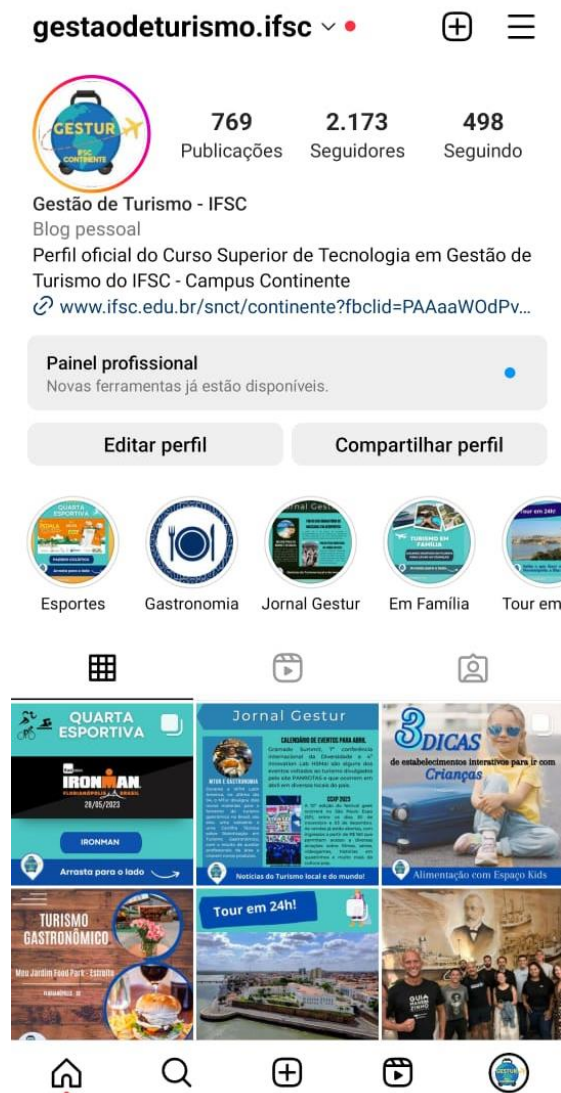


Figura 1: Perfil @gestaodeturismo.ifsc
Fonte: Instagram (2023)

Além das temáticas e postagens específicas citadas, há postagens de divulgação de lives promovidas por outras instituições, cursos e professores da área de turismo, assim como postagens informativas com datas e orientações sobre a vida acadêmica dos estudantes. O perfil também divulga as datas de bancas de defesa dos trabalhos de conclusão de curso, permitindo que todos conheçam as pesquisas que estão sendo realizadas no curso. O público alvo externo é composto essencialmente por interessados na área de turismo que queiram se informar, aprender, interagir e participar das atividades divulgadas e/ou promovidas pelo referido projeto. Além disso, como público alvo também estão os estudantes e profissionais de turismo e áreas afins de outras instituições. A busca pela participação e envolvimento do público externo se dá pela divulgação do perfil / canal de comunicação em outras páginas e meios digitais além do incentivo dessa divulgação aos estudantes, docentes e demais pessoas que já curtem e interagem com o perfil. Além disso, a comunidade externa está envolvida com o projeto através da participação das atividades divulgadas pelo perfil criado, bem como interagindo através de comentários ou de mensagens pela ferramenta Direct do Instagram, sugerindo publicações, conteúdo ou



material científico que contribua, de certo modo, à formação dos acadêmicos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, do IFSC Florianópolis- Continente. A comunidade externa está envolvida também, na medida em que pode sugerir demandas e assuntos a serem debatidos, propostos e solucionados.

Considerações Finais

Acredita-se que o projeto trouxe mais visibilidade ao curso, ao campus e ao IFSC valorizando suas ações junto a comunidade interna e externa à Instituição, bem como possibilita o ingresso de novos interessados na formação acadêmica na área do turismo que o câmpus oferece. A realização do projeto evidencia o aprendizado de conteúdos e de ferramentas tecnológicas, como: Mlabs, Canva, edição de áudio e vídeo, entre outros. Em relação aos conhecimentos na área de turismo, as pesquisas para as publicações no Instagram, participação em lives e gravações de podcasts requerem um estudo prévio dos assuntos e todos são relacionados a gestão da atividade turística.

A realização do projeto também proporciona a ampliação da rede de contatos com o trade turístico, outras instituições e o mercado de trabalho: recebemos convites para lives e divulgação de vagas de trabalho para nossos estudantes. Além de proporcionar a participação em diversos eventos e cursos de curta duração que aprimoram o conhecimento. Além disso, o projeto gerou material para participação e apresentação de trabalho em eventos acadêmicos e convites para a realização de palestras sobre o case. Como destaque, o Canal de Podcast, Gesturcast, foi referenciado em uma página internacional como referência de podcast na área de turismo, a Criação do Gestur em conexão: temática semanal onde foram apresentados locais turísticos com o foco no turismo de base comunitária proporcionou a divulgação dos espaços e suas iniciativas e a implementação da descrição das imagens proporcionou maior acessibilidade ao perfil. Pretende-se continuar o projeto, renovando suas iniciativas e ações para gerar conhecimento, visibilidade ao curso e se consolidar como um canal de comunicação e referência para a área.

Referências

AHLGREN, M. 40+ Twitter Statistics 2020: **Must-Know User Demographics & Facts. Website Hosting Rating.** 2020.

OLIVEIRA, Y.R. **O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias.** 2014.