

FAC/UNB



**PROJETO DE
EXTENSÃO**

**CURSO DE
EMPREENDEDORISMO
NO INSTAGRAM PARA
ARTESÃOS DO
DISTRITO FEDERAL**



PROJETO DE EXTENSÃO

Curso de empreendedorismo no Instagram para artesãos do Distrito Federal

Alunos da FAC/UnB ensinam artesãos do DF a criar e comunicar estratégias digitais no Instagram

Ano: 2023

Período de realização: 15/03/2023 a 15/6/2023

Tipo: Curso

Área temática: Comunicação/Empreendedorismo

Responsáveis pela ação:

- Márcia Marques (Coordenadora)
- Paulo Henrique Soares de Almeida (Coordenador Adjunto):
- **Estudantes Membros da Equipe**

Ana Carolina Alves Mesquita
Beatriz Marques Benzecry
Bianca De Souza Rocha
Caio Feitosa De Almeida Cruz
Caio Silva Alves
Cairo Vinicius Tondato Silva
Clara Batista Reis Espinoza
Diogo Albuquerque Alves
Gabriel Bezerra De Sousa
Gabriela Moura Da Silva
Irys Souza Pessoa
Leticia Mirelly Rocha Carvalho
Maria Raquel Lima Da Silva
Paulo Victor Santos Barreira
Pedro Icaro Barroso Souza

Número de horas: 50 horas

1. Resumo

O projeto visa a integração entre alunos da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB) e a comunidade de artesãos do Distrito Federal por meio de um curso de capacitação para que esses profissionais possam praticar o empreendedorismo com o uso estratégico do Instagram e Google Sites. A iniciativa colabora para que os artesãos possam divulgar melhor os seus produtos on-line, gerando renda e impulsionando a economia criativa e cultural do DF.

2. Objetivos

Capacitar artesãos do DF para empreender no Instagram, com a criação de posts criativos e estratégicos, produção de conteúdos, fotografias e vídeos com storytelling, além do uso do Google Sites e Canva.

Contribuir para a inclusão digital e divulgação da economia criativa do DF, geração de renda e valorização dos artistas locais.

3. Justificativa

A arte sempre foi a expressão de um povo, sendo capaz de representar a identidade, as regionalidades e os marcos socioculturais que cada cultura possui. O artesanato, portanto, pode ser entendido como uma dessas formas de manifestações artísticas da sociedade, pois carrega representações sociais e de ancestralidade, a combinação entre a tradição e o contemporâneo, a transmissão de conhecimento entre gerações e, também, possui importância econômica criativa em nível nacional.

De acordo com a Agência Brasília¹, o DF possui mais de 12,4 mil artesãos cadastrados no Sistema de Informação do Artesão Brasileiro (Sicab). Esse grupo é responsável por manter, financeiramente, cerca de 100 mil pessoas na região. No entanto, muitos ainda não sabem como utilizar as redes sociais como estratégia para aumentar a base de clientes, valorizar os artigos, escoar a produção e ampliar o faturamento.

Ao atender um cliente real, o trabalho proporcionou ao aluno da FAC/UnB fazer uso da sua criatividade e aprender, na prática, necessidades diversas de comunicação e suas linguagens para diferentes públicos. Entre as atividades que os estudantes exercitaram estão: experiências com negócios em redes sociais, vídeos, textos, fotos, storytelling e novas narrativas. Assim como, contribuir ainda para a prática de atividades em equipe e liderança.

O Brasil é o 3º país em número de usuários de Instagram (119.5 milhões), de acordo com o relatório Instagram Q1 2022, produzido pela Kepios (KEMP, 2022). A rede é ainda um importante canal de engajamento e venda, ao proporcionar ao usuário a possibilidade do uso de recursos multimídia, como vídeos e fotos, e interação com o cliente.

4. ODS Direcionada

Ao promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável do artesanato do DF, com modernização tecnológica, empreendedorismo, criatividade e inovação da mão de obra, o projeto se relaciona com o Objetivo de

¹ <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2021/10/19/mais-de-23-mil-carteiras-do-artesao-sao-distribuidas-no-df/>

Desenvolvimento Sustentável da ONU de número 8: “Trabalho decente e crescimento econômico”. Entre as metas, que este ODS visa, até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos e promover a cultura e os produtos locais.

5. Público-alvo e número de participantes

Foram os artesãos que buscaram aperfeiçoar a comunicação e estratégias de empreendedorismo nas redes sociais. Ao todo, foram disponibilizadas 30 vagas.

6. Formato do curso e local

Presencial – no Espaço Cultural do Turismo e Artesanato, localizado na 507 Sul.

O projeto foi executado no Espaço Cultural do Turismo e Artesanato, localizado na 507 Sul, por ser um ponto estratégico de conhecimento e trabalho do público-alvo. Também pela facilidade de acesso e locomoção para os estudantes da UnB.

7. Metodologia

Os estudantes, com orientação e acompanhamento do professor Paulo Almeida, promoveram oficinas de capacitação aos artesãos para a utilização do Instagram, criação de textos estratégicos, artes, fotografias e vídeos com storytelling para esta plataforma, bem como a utilização do Google Sites para a criação de catálogos.

1ª fase (20h) PLANEJAMENTO E ORIENTAÇÃO AOS ALUNOS DA FAC-Local: ON-LINE

15 de março a 1º de maio de 2023.

O que foi feito com a participação dos alunos inscritos na primeira fase

- Criação do material do curso com a participação dos estudantes inscritos no projeto (slides com filmes e textos);
- Preparação do local das oficinas;
- Divulgação e inscrições das oficinas;
- assessoria de imprensa.

2ª fase (10h) – OFICINAS PRESENCIAIS. Local: no Espaço Cultural do Turismo e Artesanato, localizado na 507 Sul

A metodologia de ensino seguiu no formato de 4 oficinas presenciais com duração de 2h e 30 min cada, no total de 10h presenciais, com atividades

expositivas e práticas, ministradas por 15 estudantes da FAC, supervisionados pelo professor. Os tópicos abordados no curso foram:

Oficina 1 – 6/5 (sábado) - das 8h30 às 11h.

- Descobrir o público-alvo do meu produto.
- Como criar uma conta business no Instagram.
- Como criar textos e fotos que engajam.
- A importância das hashtags e estratégias de engajamento.

Oficina 2 – 13/5 (sábado) - das 8h30 às 11h.

- Ideias de conteúdo
- Criação de vídeos com estratégias de storytelling.
- Gestão e métricas do Instagram Oficina

Oficina 3 – 20/5 (sábado) - das 8h30 às 11h

- Como utilizar o Google Sites para a criação de catálogos
- Como integrar o Instagram ao Google Sites com o Linktree.

Oficina 4 – 27/5 (sábado) - das 8h30 às 11h

- Apresentação da entrega do produto.
- Cada participante artesão entregou três posts no Instagram, utilizando as técnicas aprendidas no curso, além de produzir uma biografia para seu perfil na plataforma.

3ª fase 20 horas:

27 de maio a 15 de junho de 2023:

Escrever o relatório final do projeto

Entrega do relatório dia 13 de junho de 2023.



Alunos e participantes da oficina em seu último dia [Imagem: Paulo Almeida]

Descrição das atividades

Grupo 1

Na primeira oficina do projeto “Empreendedorismo no Instagram para artesãos” foi ministrada uma aula sobre público-alvo, como criar uma conta business no Instagram, como criar textos e fotos que engajam, a importância das hashtags e estratégias de engajamento.



Oficina 1 [Imagem: Beatriz Marques]

Estiveram presentes cerca de 15 artesãos. Boa parte já tinha uma conta comercial na rede social. Outros, no entanto, ainda não tinham. Na aula, eles tiveram a oportunidade de aprender a criar uma conta passo a passo de forma prática. Eles demonstraram interesse e os instrutores ajudaram tirando dúvidas dos participantes.

Depois de criarem a conta, o próximo passo foi aprender as funcionalidades e os recursos que o Instagram proporciona e de que maneira isso pode ser utilizado para ajudar na ampliação das vendas. Para explicar esses recursos de maneira detalhada, foram levados exemplos para auxiliar no entendimento.



Participante do curso anotando sobre a aula [Imagem: Beatriz Marques]

Após aprenderem essas funcionalidades, seguimos para a aula de textos e fotos que engajam. Os artesãos aprenderam sobre a importância de ter imagens dos seus produtos que chamassem atenção positivamente e como compor o ambiente para que resulte em fotos harmônicas. Organização, atenção a iluminação, limpeza do local, essas foram algumas das orientações para preparar o ambiente antes de fotografar os produtos.



Participantes discutindo sobre a aula [Imagem: Beatriz Marques]

A aula foi criada inteiramente pelos estudantes, que se reuniram regularmente para a montagem da apresentação. Também foi traduzido um guia disponibilizado oficialmente pelo Instagram com dicas úteis sobre como gerar conteúdo e interagir com a rede. Enquanto os estudantes tiveram a oportunidade de colocar o que aprenderam em sala de aula na UnB, os artesãos também puderam aprender sobre como impulsionar o negócio usando o Instagram.

Grupo 2

No segundo dia de projeto, a oficina foi focada em instruir os artesãos com ideias de conteúdo, planejamento mensal, criação de vídeos com estratégias de storytelling e gestão e métricas do Instagram Oficina.

A aula teve início com uma atividade prática baseada em técnicas de fotografia ensinadas aos artesãos de como tirar fotos para as redes sociais que valorizassem os produtos, e com dicas de como torná-los mais visualmente atrativos.



Oficina 2 [Imagem: Caio Cruz]

Em seguida, foi realizada uma apresentação ao começar pela gestão de métricas do Instagram, e explicada sua importância, sobretudo na avaliação do engajamento do público com a marca. Os pontos mais importantes analisados foram: identificação de público alvo, horários de maior atividade, quantidade de seguidores, número de curtidas e compartilhamentos. A partir da coleta dessas informações, é possível direcionar o conteúdo para os consumidores e fazer publicações mais eficientes.



Estudante da FAC tirando dúvidas de uma aluna artesã [Imagem: Caio Cruz]

O próximo ponto abordado foi sobre ideias de criação de conteúdos para ajudar a divulgar e vender produtos. Uma estratégia importante é a de focar em interagir com os clientes, criando uma relação mais orgânica e próxima, o que diferencia produtores independentes, como os artesãos, das grandes empresas. Uma abordagem para isso é a utilização de storytelling. Essa técnica de “contar histórias” foi ensinada no curso para criar essa proximidade com o público a partir da criação de narrativas que gerassem identificação e empatia pela marca. Foram mostrados exemplos de contas que utilizam essa

técnica e de como aplicá-la com a proximidade do local de onde os artesãos vendem seu trabalho, neste caso, trabalhar com características que remetem à Brasília e ao cerrado.



Oficina 2 [Imagem: Caio Cruz]

Por fim, foi instruído como fazer um planejamento mensal de tudo que será postado nas redes sociais, para que haja frequência, organização e conseqüentemente uma melhor entrega. Dessa forma, eles garantem o engajamento com o público e o alcance de novos usuários, que podem se interessar pelo conteúdo publicado.

Grupo 3

Na terceira oficina do projeto, “Empreendedorismo no Instagram para artesãos” foi ministrada uma aula sobre como utilizar o Google Sites para a criação de catálogos, como integrar o Instagram ao Google Sites com o Linktree e como criar posts criativos com o auxílio do Canva. Além disso, foi passado aos artesãos um exercício para colocarem em prática o que foi ensinado durante as aulas.



Oficina 3 [Imagem: Cairo Tondato]



Participantes do curso em momento de prática [Imagem: Cairo Tondato]

O conteúdo das aulas foi desenvolvido pelos alunos, que se reuniram regularmente para discutir a melhor abordagem do conteúdo. Os artesãos participaram de forma ativa. Tiraram dúvidas, criaram ideias de conteúdos e se mostraram dispostos e interessados em aprender ainda mais.



Participantes do curso em momento de prática [Imagem: Cairo Tondato]

8. Resultados

Para os artesãos: As ferramentas apresentadas ajudaram os participantes a repensarem a divulgação dos trabalhos e assim a criarem canais de comercialização on-line. As oficinas ofereceram novos caminhos e oportunidades para a geração de renda e promoção do artesanato e da cultura do Distrito Federal. Muitos criaram seu primeiro Instagram comercial durante as aulas, contribuindo ainda para a inclusão digital. Os artesãos participantes receberam certificados de 10 horas.

Para os estudantes: além de viver uma experiência com a cultura do Distrito Federal por meio do artesanato, cada estudante teve a oportunidade de

exercer o seu papel como cidadão ao colocar em prática técnicas do empreendedorismo e da comunicação aprendidas em sala de aula na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, em prol de uma comunidade. Ao atender um cliente real, o trabalho proporcionou ao aluno da FAC/UnB fazer uso da sua criatividade e aprender, na prática, necessidades diversas de comunicação e suas linguagens para diferentes públicos. Entre as atividades que os estudantes exercitaram estão: experiências com negócios em redes sociais, vídeos, textos, fotos, storytelling e novas narrativas. Contribuiu ainda para a prática de atividades em equipe e liderança, voltadas ao empreendedorismo social.

CLIPPING

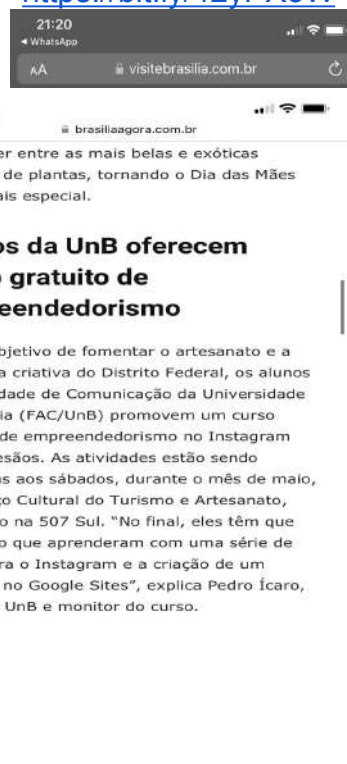
<https://bit.ly/3NnBaca>



<https://bit.ly/3oRYCVQ>



<https://bit.ly/42yPXoW>



<https://bit.ly/43QxmWg>

<https://bit.ly/3NyAscx>

Canal Empreender



<https://www.youtube.com/watch?v=HdEXVWrm6Go>

Alunos da UnB oferecem curso gratuito de empreendedorismo no Instagram para artesãos

As oficinas ensinam a criar conteúdos que engajam, dicas de fotografias, como ter uma loja na própria plataforma e até a criar um catálogo on-line



Por Redação Jornal de Brasília
08/05/2023 09:21



<https://jornaldebrasil.com.br/brasil/alunos-da-unb-oferecem-curso-gratuito-de-empendedorismo-no-instagram-para-artesaos/>

Mais informações:

<https://sigaa.unb.br/sigaa/public/departamento/extensao.jsf;jsessionid=D150CB46083A96C9332662CB869C2FA3.sigaa39>

