

CONTEÚDO PATROCINADO

# SALVADOR VIRTUAL

## REDES SOCIAIS Descubra como matar a saudade da cidade sem sair de casa

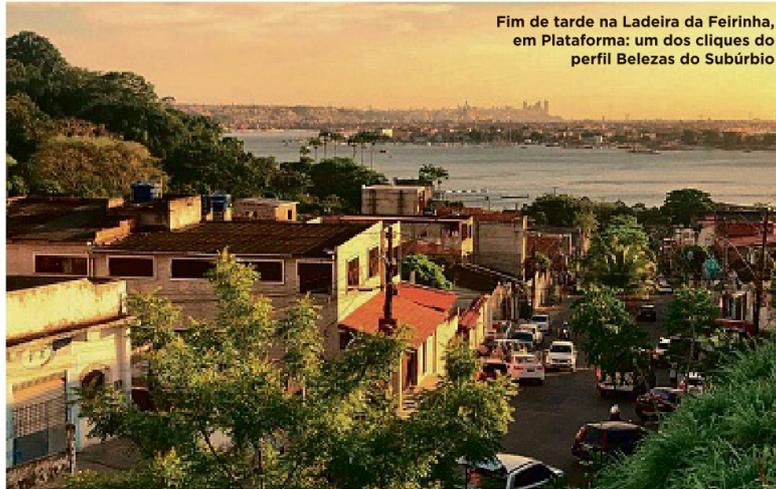


Todo 29 de março, o feed de qualquer rede social amanhece repleto de fotos de Salvador. Pontos turísticos, paisagens deslumbrantes e mesmo vistas inusitadas acompanhadas de uma declaração de amor dão a tônica da data que marca o aniversário da cidade. Pelo segundo ano seguido, em função da pandemia, a tradição do mundo digital vem mais uma vez carregada de saudade.

Impedidos de fazer passeios corriqueiros, como tomar um sorvete na Ribeira, assistir ao pôr do sol na Barra, comer uma moqueca no subúrbio ou pegar uma praia no Buracão por conta das medidas de distanciamento social aplicadas para conter a disseminação do novo coronavírus, os soteropolitanos têm utilizado as redes sociais para matar a saudade dos cantos e encantos de Salvador com a ajuda do trabalho de criadores de conteúdo, que agora carregam a importante missão de reconectar as pessoas com os espaços públicos.

### RETRATOS DA HISTÓRIA

Um exemplo é a iniciativa do publicitário Louti Bahia, responsável pelo Amo a História de Salvador, que tem mais de 137 mil seguidores no Instagram e Facebook. Motivado por compartilhar conteúdos que uniam suas duas paixões - arquitetura e história -, ele se dedica desde 2014 a trazer curiosidades sobre a herança histórica da cidade. Nos últimos anos,



Fim de tarde na Ladeira da Feirinha, em Plataforma: um dos cliques do perfil Belezas do Subúrbio

ANDERSON SIMPLÍCIO

conseguiu tirar o conteúdo das plataformas virtuais e, literalmente, levar os seguidores para a rua. “Depois de todos esses anos mostrando a história de Salvador através da página, de forma intuitiva, tive a ideia de fazer um passeio histórico. Criei o roteiro, anunciei na página e logo de primeira foram mais de 700 respostas imediatas”, relata.

Com a chegada da pandemia, o projeto - que teve lotação esgotada em todas as suas edições - precisou ser suspenso. Longe das ruas, Louti criou uma alternativa para saciar a sede dos seus seguidores em conhecer mais sobre a cidade. E assim nasceu o Retratos da História, curso online que leva as pessoas para um passeio pela história de Salvador sem sair de casa. “Através do curso pude ampliar a quantidade de lugares e histórias e as pessoas adoraram. Percebo que o vir-

tual complementa o presencial e, ao receber o feedback das pessoas, passei a sentir esse trabalho como uma verdadeira missão”, comenta. “Mas não vejo a hora de voltar com os passeios e já sei que vai ter briga para participar”.

### TROCA INTENSA

Assim com Louti, outros criadores de conteúdo também tiveram que utilizar a criatividade para contornar as limitações impostas pela pandemia. No caso da contadora Josevana Bittencourt, idealizadora do blog e da página Diário de Salvador, a estratégia foi mudar o perfil das dicas que popularizaram a página. “Logo de início, minha ideia foi fazer uma lista de filmes, séries, vídeos, novelas e livros que retratassem Salvador para ajudar a galera a matar a saudade. Todo mundo amou”, conta. Neste período, as imagens

mostrando as belezas da cidade passaram se misturar a mensagens motivacionais e de reflexão, tornando Josevana mais próxima dos seguidores. “Tomei muito cuidado com o que vinha postando, pensando sempre no efeito que esses conteúdos poderiam causar nas pessoas, e passamos a ter uma troca muito intensa. Seguidores vieram desabafar através do direct, por exemplo. Me sinto responsável por compartilhar um sentimento com as pessoas e acredito que quando sairmos dessa situação, vamos ver a cidade e, principalmente, as pessoas de forma diferente”, afirma.

### #TBT TODO DIA

Anderson Simplício, criador da página Belezas do Subúrbio no Instagram, precisou transformar sua rotina para se adaptar às restrições da pandemia sem deixar de

oferecer um conteúdo interessante. Habitado a circular pelo Subúrbio Ferroviário tirando fotos e fazendo vídeos, o jeito foi apelar para um #TBT contínuo. “Comecei a resgatar material que não tinha sido utilizado e a produção para a página ficou concentrada em casa. Mesmo com todas as limitações, continuei recebendo um feedback positivo dos meus seguidores”, aponta.

A pandemia também foi um período para Anderson reforçar a antiga missão do Belezas do Subúrbio com os empreendedores da região, dando visibilidade para os negócios emergentes. O influenciador intensificou o apoio a empreendimentos que abriram na região durante o período de restrições. “Sempre tive a proposta de dar visibilidade para restaurantes e outros negócios daqui como forma de chamar as pessoas para conhecer. Nesse período, muita gente perdeu o emprego e utilizou suas finanças para abrir um novo negócio em modelo delivery. Procurei dar uma força”, diz.

Com saudade de rodar o Subúrbio em busca de histórias e lugares para apresentar aos seguidores, Anderson tem utilizado o tempo em casa para criar. “Toda essa questão da pandemia me impactou muito, mas essa falta da rua me estimulou a formular novas ideias. Quando pudermos voltar a sair com segurança, teremos muita coisa nova para apresentar. Até lá, vamos matando a saudade à distância”, completa.

O ESTÚDIO CORREIO PRODUZ CONTEÚDO SOB MEDIDA PARA MARCAS, EM DIFERENTES PLATAFORMAS.

## Museus e shoppings se adaptam ao mundo virtual

Os museus atraem anualmente milhares de pessoas com uma programação que vai de exposições a apresentações artísticas. A chegada da pandemia impediu as visitas, instigando as administrações a pensar em alternativas para continuar permitindo o acesso do público a esses espaços. Responsável por 11 instituições, o Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (IPAC) vem disponibilizando “tours virtuais”, no quais é possível conhecer todo o conteúdo das exposições de forma guiada, sem sair de casa.

De acordo com a museóloga e coordenadora de editais do IPAC, Ana Coelho, o conceito dos tours virtuais já vinha sendo aplicado antes da pandemia, mas após o início das restrições, a procura por essa ferramenta cresceu surpreendentemente. “O que possibilitou o sucesso dessa iniciativa foi o trabalho conjunto entre os setores de comunicação e educacional. Buscamos trazer uma linguagem mais leve e acessível, com uma grande diversidade de informações”, explica.

No ano passado, o Museu de Arte da Bahia (MAB) disponibilizou seu acervo digital de 15 mil obras no Google Arts & Culture. Já o artista baiano Chico Liberato lançou a exposição virtual “A vida é da cor que pintamos” com obras expostas na capela do Museu de Arte Moderna da Bahia. O MAM também permitiu o acesso às exposições que estão na Capela e no Casarão. As mostras reúnem 28 fotografias e dois artistas plásticos. São quase 80 obras, numa produção da Bahia View 360.

O Palacete das Artes está com a exposição “Águas de Salvador e da Baía de Todos os Santos”, do artista plástico Sérgio Amorim em cartaz desde janeiro de 2020. O Centro Cultural Solar Ferrão, Museu Udo Knoff de Azulejaria e Cerâmica e o Museu Tempostal também oferecem iniciativas de acesso à arte através dos seus perfis no Instagram.

### SHOPPINGS

Além de passear pela cidade os acervos dos museus pela internet, dá também para fazer compras. Fechados ao público como medida de prevenção à Covid-19, os shoppings também criaram seus tours virtuais, só que de compras. O Salvador Shopping e Salvador Norte Shopping, que levam o nome da cidade aniversariante, disponibilizaram plataformas de vendas com cerca de 150 lojas nos segmentos de gastronomia, casa e decoração, moda e acessórios, artigos esportivos, bem-estar e outros.

Através dos sites salvadorshopping.com.br/online e salvadornorteshopping.com.br/online é possível adquirir em diferentes lojas e receber todos os itens juntos. A primeira compra através das ferramentas tem frete grátis. Para facilitar a logística, os dois centros comerciais criaram as Centrais de Entregas, que gerenciam toda a plataforma. Também é possível optar pelo drive thru. A entrega é exclusiva para carros e motos, realizada sem que o cliente desça do veículo.

REPRODUÇÃO

