



Texto preliminar

A realização e promoção de eventos e das campanhas de ingresso

O planejamento dos eventos

Os eventos propiciam contato direto do IFBA com os seus públicos estratégicos e com a sociedade, contribuindo, quando planejados adequadamente, para dar visibilidade à sua marca institucional.

É preciso considerar que os eventos realizados pelo IFBA atendem a diversas finalidades e se destinam a públicos distintos, de tal modo que o seu planejamento, a sua realização e, inclusive, a sua divulgação assumem, em cada caso, determinadas características. Assim, há diferenças significativas entre os eventos institucionais relevantes, de natureza acadêmica, científica, comunitária, que podem envolver vários públicos e segmentos da sociedade, e aqueles que são promovidos internamente para atender a objetivos meramente administrativos, que se limitam a categorias específicas que integram os seus públicos estratégicos internos.

De qualquer forma, sejam eles internos ou externos, de maior ou de menor abrangência, os eventos devem ser assumidos sempre como atividades estratégicas que merecem a atenção do Instituto.

Para todos os casos, o planejamento de qualquer evento promovido pelo IFBA deve dedicar atenção a inúmeros aspectos, como:

- a) explicitação precisa dos objetivos e metas que condicionam a sua realização;
- b) conhecimento dos públicos a serem envolvidos;
- c) indicação dos setores, áreas e/ou profissionais que respondem pela sua realização e divulgação;

d) definição dos recursos (humanos, tecnológicos e financeiros) necessários para que o evento obtenha sucesso, o que significa que ele deve atender, efetivamente, aos objetivos e metas previamente determinados;

g) desenvolvimento de ações e estratégias de comunicação que contribuam para ampla divulgação do evento, antes, durante e após a sua realização.

Uma questão fundamental a ser considerada no planejamento de um evento é a existência de um tempo adequado para que as etapas de realização e divulgação sejam cumpridas a contento. Em muitos casos, o tempo reservado para estas etapas é reduzido, o que pode impedir que o evento agregue valor à marca institucional. Pelo contrário, um evento planejado e realizado de força açodada está sujeito a problemas que podem se estender da falta de estrutura adequada a falhas na sua divulgação.

Se os objetivos e metas de um evento não estiverem suficientemente claros e os públicos a serem envolvidos não forem definidos a priori, o seu planejamento fica, de imediato, comprometido. Somente quando estes atributos de um evento são explicitados de forma precisa é possível avaliar, ao final se ele realmente atendeu às expectativas dos setores ou áreas que o promoveram.

O planejamento do evento deve prever, ainda, a estrutura necessária para sua realização, o que implica atenção ao local do evento, à sinalização adequada que favorece o acesso dos participantes, especialmente quando há a presença de pessoas externas ao Instituto, e disponibilização dos recursos para transmissão ou gravação, quando for o caso, para que o evento ocorra sem imprevistos.

A responsabilidade pela execução dos eventos

É fundamental, na realização dos seus eventos, que o Instituto delimite claramente as responsabilidades a serem assumidas internamente para sua execução e divulgação. De maneira geral, o planejamento e execução dos eventos deverão estar a cargo dos setores responsáveis pela sua promoção, ficando a sua divulgação reservada à estrutura profissionalizada de comunicação.

A DGCOP e as Comissões de Comunicação nos campi produzirão ou darão suporte à produção das principais peças de divulgação (notícias nos portais e nas mídias sociais, cartazes, banners). No caso de eventos institucionais

relevantes que dizem respeito ao IFBA como um todo, elas poderão participar da comissão de organização e, em situações especiais, também poderão contribuir para a etapa de execução.

As questões relativas ao cerimonial, elemento importante na realização de determinados eventos institucionais, estarão sob a responsabilidade de setor específico, subordinado à Chefia do Gabinete de cada campus.

Recomenda-se, fortemente, a criação de um instrumento particular e formal (protocolo) que dê suporte à realização dos eventos que exijam a participação da estrutura profissionalizada de comunicação. Ele deve ser elaborado e comunicado à DCOM e/ou às Comissões de comunicação dos campi em tempo hábil para que esta participação ocorra de forma a produzir, de forma competente, as peças de divulgação ou mesmo, quando for o caso, seja garantido o apoio à sua execução.

No portal do IFBA, no menu específico da DGCOM, estão indicados os prazos ideais para solicitação de serviços, inclusive aqueles que dizem respeito à produção de materiais para a divulgação dos eventos.

A divulgação do evento

Todo evento deve merecer ampla divulgação que terá sua abrangência definida em função dos públicos aos quais ele se destina.

É preciso assumir que o processo de divulgação de um evento não pode se limitar ao tempo anterior à sua ocorrência, mas que deve, obrigatoriamente, contemplar as etapas que envolvem o período de seu desenvolvimento e, inclusive, o tempo imediatamente após a sua realização.

A divulgação prévia ao evento tem como objetivo tornar conhecidas as suas finalidades, identificar os públicos de interesse, deixar claro o período de sua realização, a sua programação, bem como os responsáveis pela sua promoção. Ela deve tornar facilmente acessível aos interessados as formas de contato com os promotores do evento (telefone, e-mail por exemplo) e mesmo os canais específicos que foram criados para dar suporte ao evento (portal, mídias sociais). Além disso, o planejamento do evento deve prever, também, a existência de uma estrutura de atendimento para dar conta das demandas dos interessados, em especial sobre as formas de inscrição, detalhes de sua programação e local de realização.

A divulgação durante o evento tem como objetivo a sua cobertura durante a realização, tornando público o desenvolvimento de sua programação, com especial destaque às apresentações dos palestrantes e às atividades incluídas na programação.

Após o evento, o processo de divulgação deve elaborar uma síntese das diversas atividades, incluindo, sempre que possível, uma avaliação por parte de seus organizadores e participantes tendo em vista os objetivos e metas previamente definidos.

O IFBA deverá utilizar, no processo global de divulgação de um evento, os seus canais oficiais de relacionamento que variarão em função de sua abrangência. Eventos realizados por um campus para públicos específicos ou para a comunidade que ele abrange terão como canais de suporte os canais que dizem respeito a este campus. Já eventos institucionais, que envolvem o Instituto como um todo, deverão mobilizar, para sua divulgação, o conjunto amplo de canais do IFBA e mesmo aqueles que foram criados especificamente para este fim.

O boom dos eventos virtuais

Nos últimos anos, em especial a partir do período mais crítico da pandemia do Covid-19, quando as reuniões presenciais foram desestimuladas ou proibidas, as instituições educacionais, como o IFBA, aderiram de forma contundente aos eventos online (seminários, congressos, workshops, lives, dentre outros) valendo-se de aplicativos e plataformas digitais.

Essa adesão tem tornado obrigatória para o Instituto a mobilização de recursos tecnológicos e a contratação/formação de pessoal capacitado para implementação e funcionamento destes recursos, tendo em vista a transmissão e a gravação destes eventos.

A responsabilidade por estes eventos virtuais cabe às áreas ou setores que os promovem, que deverão contar com a contribuição da estrutura profissionalizada de comunicação para a sua divulgação prévia junto aos públicos envolvidos e a cobertura durante a sua realização.

Em geral, estes eventos são gravados e passam a integrar o canal oficial do IFBA no YouTube, constituindo a sua memória audiovisual. O material deverá estar disponível para consulta permanente de interessados, sobretudo aqueles

públicos que não puderam estar presentes aos eventos durante o momento de sua realização.

Recomenda-se que as gravações destes eventos sejam, na medida do possível, editadas, de modo a eliminar os registros que costumam ser feitos antes do início propriamente dito do evento e as pausas ou problemas de transmissão ocorridos durante a sua realização. Estas providências favorecem o acesso dos interessados e evidenciam o cuidado do Instituto com o material que constitui o seu acervo em vídeo.

A identidade visual dos eventos

Qualquer peça de divulgação dos eventos do IFBA deve, necessariamente, obedecer às diretrizes e normas constantes do Manual da Marca, disponível para consulta no portal do Instituto. A integridade da marca institucional deve ser preservada também nos eventos externos, promovidos por terceiros, de que o IFBA participa.

Caso haja qualquer dúvida a respeito da aplicação da marca institucional nas peças de divulgação ou nos canais de relacionamento (portais, mídias sociais, cartazes, banners, convites, dentre outros), os responsáveis pela organização dos eventos ou por sua divulgação, como os comunicadores, devem consultar a DGCOM, instância que tem competência para dar as orientações corretas.

O Guia de eventos e o Calendário de eventos

Recomenda-se que o IFBA produza e mantenha atualizada, a sua publicação regular denominada **Guia de Eventos**, que traz orientações e diretrizes gerais a serem observadas nos eventos por ele promovidos. Este Guia, particularmente valioso para comunicadores e profissionais responsáveis pela organização dos eventos, consta do Plano de Implementação da Política de Comunicação, que acompanha este documento, com a indicação do prazo necessário para a sua atualização.

É indispensável também que o Instituto mantenha atualizado um **Calendário de Eventos**, com o registro dos eventos por ele promovidos, de modo a contribuir para o processo de sua organização e divulgação e para evitar a

ocorrência de eventos numa mesma data. O calendário deve ser planejado tendo em vista facilitar a presença dos potenciais interessados e para garantir o apoio da estrutura profissionalizada de comunicação que, regularmente, realiza a sua divulgação e cobertura.

O Calendário de Eventos deve ser publicado nos portais do Instituto e/ou nos portais dos campi e ser acessível tanto para os que cuidam do seu planejamento, execução e divulgação, quanto para os potenciais participantes.

A acessibilidade nos eventos

O planejamento dos eventos deve, obrigatoriamente, atentar para a obediência aos princípios da acessibilidade a serem observados nas etapas de execução e de divulgação.

É importante que os locais reservados para a realização de eventos no IFBA favoreçam o acesso de pessoas com deficiência ou limitação de mobilidade, o que implica em adaptações que permitam a sua presença e a visualização dos recursos projetados. Além disso, deve ser incorporada à divulgação dos eventos uma proposta de comunicação acessível, que inclua a utilização de intérpretes de libras e demais recursos promotores da inclusão, como o uso de legendas nos vídeos e a descrição falada na transmissão de imagens, dentre outros.

A avaliação dos eventos

Os eventos, como atividade estratégica, devem ser avaliados após a sua realização, especialmente os mais relevantes, que contribuem decisivamente para dar visibilidade à marca institucional junto aos seus públicos estratégicos e à sociedade.

Esta análise deve contemplar o cumprimento dos objetivos e metas definidos para cada evento, as condições de sua realização, a eficácia do processo de divulgação e incluir também a avaliação global do evento pelos que dele participaram. Os resultados desta avaliação serão utilizados pelos responsáveis por sua organização e divulgação como subsídio para o

planejamento de eventos futuros, com especial destaque às lacunas ou deficiências encontradas, visando à sua superação.

A comunicação das campanhas de ingresso

As campanhas de ingresso representam momento importante de consolidação do processo de ensino do IFBA, cumprindo papel importante na etapa de captação de novos estudantes.

Dada a diversidade de cursos oferecidos pelo Instituto, as ações desenvolvidas para atrair os estudantes devem levar em conta os seus diferentes perfis, o que exige a adaptação de linguagens e conteúdos e a definição correta dos canais utilizados para a comunicação dos processos seletivos.

Embora exista uma Comissão Central no IFBA que tem como foco a realização do conjunto de processos seletivos, eles são, basicamente, descentralizados, com a participação direta, no seu planejamento e execução, de comissões constituídas localmente, muitas delas com a participação da estrutura profissionalizada do IFBA.

No caso específico das campanhas de ingresso referentes aos cursos técnicos de nível médio (integrados, integrados EJA, subsequentes ou concomitantes), estas ações são desenvolvidas visando os alunos que já tenham concluído o ensino fundamental. Elas, prioritariamente, são potencializadas pela utilização de um esforço de divulgação que contempla os canais de relacionamento do Instituto, em especial o portal do Instituto e dos campi e as mídias sociais, além das parcerias estabelecidas com as escolas da região, com o setor produtivo, com a mídia local e regional. Inúmeras peças de divulgação integram este esforço de comunicação, como editais, cartazes, folhetos, dentre outras, que devem merecer, sempre que possível, a atenção da estrutura profissionalizada de comunicação com reconhecida competência no seu planejamento e produção.

A divulgação associada ao ENEM e ao SISU

As campanhas de ingresso para os cursos superiores devem ser desencadeadas já por ocasião da realização do Exame Nacional de Ensino Médio (ENEM) que, desde 2009, tem sido utilizado como mecanismo fundamental de acesso ao ensino superior. As notas obtidas no ENEM são aceitas por um número significativo de instituições educacionais para o acesso

ao Sistema de Seleção Unificada (Sisu) e ao Programa Universidade para Todos (ProUni).

As campanhas de ingresso para os cursos superiores do IFBA concentram seu esforço no período de inscrição para o SISU (que acontece duas vezes por ano, uma em cada semestre), que seleciona estudantes interessados em ingressar nos cursos oferecidos por instituições federais e estaduais de Ensino Superior.

O IFBA desenvolve inúmeras ações de comunicação, como visitas de docentes às escolas da região, com o objetivo de prestar informações sobre os cursos e vagas oferecidas, distribuição de material informativo, chamadas e entrevistas veiculadas pela mídia local. O Instituto abre ainda as portas dos seus campi para receber potenciais interessados a partir de visitas previamente programadas. O IFBA elabora farto material de divulgação (notícias, vídeos, tutoriais, posts) para subsidiar estas campanhas de ingresso, veiculado prioritariamente nos seus portais e nas suas mídias sociais oficiais.

A importância do atendimento

Para dar suporte à demanda de informações dos estudantes e seus familiares durante o período de inscrição, o Instituto se vale de canais de atendimento tradicionais (e-mail, telefone) e de perfis específicos nas mídias sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram), que contam com grande adesão, especialmente das novas gerações. Realiza também eventos que têm como objetivo primordial dirimir dúvidas sobre o processo seletivo.

Todo este esforço exige planejamento anual, que detalha de forma precisa as ações a serem desenvolvidas durante as campanhas de ingresso. Ele deve estar empenhado sobretudo na mobilização das diversas categorias que integram os seus públicos estratégicos (estudantes atuais e egressos, docentes, servidores em geral) para que atuem, junto à sua rede de relacionamento, como multiplicadores.

As campanhas de ingresso para a pós-graduação

Os processos seletivos para a pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado) e *lato sensu* (cursos de especialização) requerem divulgação junto aos potenciais interessados, estudantes do Estado e de outras regiões do país. Esta divulgação deve contemplar informações básicas sobre o projeto pedagógico de cada curso, com indicação dos docentes e orientadores,

respectiva produção acadêmico-científica, e menção aos grupos de pesquisa certificados pelo Instituto.

Os canais oficiais do IFBA, em especial os seus portais, devem trazer estas informações de forma atualizada, com destaque às normas que regem o processo de seleção e datas de sua realização.

É importante a participação dos docentes e pesquisadores que integram os cursos de pós-graduação no esforço de divulgação dos cursos de pós-graduação, o que confere legitimidade e credibilidade ao processo seletivo e amplia a abrangência de sua divulgação.