



Texto preliminar

Os públicos estratégicos do IFBA

Públicos estratégicos: conceito e importância

As empresas ou instituições, em virtude de sua presença ou atuação no mercado e na sociedade, interagem, ao longo de sua trajetória, com um número expressivo de públicos. Alguns desses públicos, pela sua proximidade e relevância, são considerados estratégicos porque têm a capacidade de influenciar na formação da imagem e da reputação das empresas ou instituições.

Tradicionalmente, os públicos estratégicos podem ser subdivididos em duas categorias abrangentes: públicos internos ou externos, em função de seus perfis ou vínculos com as organizações.

O IFBA, a exemplo de outros institutos federais, se relaciona com um conjunto significativo de públicos estratégicos que contribuem, com o desenvolvimento de inúmeras atividades, para o seu funcionamento. Esse é o caso dos seus servidores, dos docentes, técnicos administrativos, dos estudantes regulares, que integram os seus públicos internos, e da imprensa, do setor produtivo, dos fornecedores de produtos e serviços, da comunidade acadêmica e científica, que constituem parcela importante dos seus públicos internos.

Dada a sua importância, os públicos estratégicos devem ser assumidos como prioritários no planejamento e execução de ações, estratégias e produtos de comunicação. Da mesma forma, o Instituto deve dispor de mecanismos para

promover a interação com estes públicos e sistemas de avaliação que possam indicar as virtudes e lacunas que caracterizam este relacionamento.

As manifestações dos públicos estratégicos em relação a tema de interesse do Instituto, em particular no que se refere à sua própria atuação, devem ser monitoradas permanentemente, de modo a garantir que o IFBA esteja em sintonia com as suas demandas e expectativas.

A definição dos públicos estratégicos do IFBA representou etapa fundamental do processo de construção da sua Política de Comunicação e levou em conta apenas aqueles que se reportam ao Instituto como um todo. Embora existam públicos que dizem respeito a um ou mais campi do IFBA, eles não estão listados no conjunto de públicos estratégicos do Instituto, mas deverão figurar no planejamento de comunicação dos campi aos quais eles se referem, merecendo, portanto, esforço institucional para consolidar e ampliar este relacionamento.

É importante destacar que a comunicação com os públicos estratégicos deve atender para a diversidade de seus perfis, as especificidades de suas demandas e expectativas, o que exige a utilização de canais de relacionamento adequados, assim como níveis de discurso e elaboração de conteúdos em sintonia com as suas características.

Indicamos, a seguir os públicos estratégicos do IFBA, aqui subdivididos em públicos internos e externos.

1) Públicos estratégicos internos

a) **Estudantes matriculados no IFBA:** integram esta subcategoria os estudantes regularmente matriculados nos nossos cursos, presenciais ou à distância, sejam eles de nível técnico ou profissional, superior (graduação e pós-graduação) e mesmo os cursos de extensão e de Formação Inicial e Continuada (FIC).

b) **Intercambistas e bolsistas:** incluem-se aqui os estudantes que participam de programas em outras instituições educacionais do país e do exterior, mas também os de instituições externas que desenvolvem suas atividades no IFBA;

c) **Estagiários:** estudantes do IFBA que cumprem, em nossas unidades, estágio curricular ou extracurricular, e estudantes de outras instituições que participam de nossos programas de estágio;

- d) **Docentes:** professores efetivos, temporários ou substitutos, que desenvolvem atividades nas áreas de extensão, pesquisa e inovação ou mesmo de natureza administrativa;
- e) **Técnicos administrativos/profissionais:** servidores do IFBA que respondem por atividades de natureza técnica ou administrativa;
- f) **Terceirizados:** pessoas que têm vínculo com empresas prestadores de serviços e que, no Instituto, desenvolvem atividades em algumas áreas ou setores, como segurança, limpeza, transporte, telefonia, dentre outras;
- g) **Membros dos colegiados do IFBA:** servidores ou mesmo pessoas externas ao Instituto que atuam em instâncias de decisão, como o Conselho Superior, o Colégio de Dirigentes mesmo os inúmeros órgãos colegiados e Comissões permanentes criadas no Instituto;
- h) **Aposentados:** ex-servidores do IFBA legalmente alçados a esta condição;
- i) **Entidades estudantis:** aquelas que representam oficialmente os nossos estudantes, incluindo-se aqui os centros acadêmicos, os grêmios e os diretórios estudantis;
- j) **Empresas juniores e startups:** organizações que desenvolvem, internamente ou não, projetos de inovação, de base tecnológica ou social, em parceria com o Instituto;

2) Públicos estratégicos externos

- a) **Potenciais estudantes:** pertencem a esta subcategoria os estudantes que possam estar interessados em se matricular nos cursos oferecidos pelo IFBA e que residem ou não na comunidade;
- b) **Egressos:** estudantes que fizeram cursos no Instituto e que, após a sua formação, estão ou não integrados ao mercado de trabalho, desenvolvendo atividades de natureza técnica, profissional ou mesmo atuando como gestores em empresas, instituições ou organizações de maneira geral;
- c) **Familiares dos estudantes regulares e potenciais e dos servidores do IFBA:** consideram-se, nesta categoria, pais e mesmo outros membros da família de estudantes e servidores do Instituto que não apenas têm influência na sua decisão de estudar ou trabalhar no Instituto, mas os acompanham durante a sua permanência no IFBA;

d) **Docentes e diretores de instituições de ensino:** professores, diretores ou coordenadores de cursos de instituições educacionais, sejam elas localizadas na comunidade ou fora dela, que abrigam estudantes potencialmente interessados em frequentar cursos no IFBA;

e) **Empresas e associações da comunidade:** organizações que são potenciais parceiras do Instituto no desenvolvimento de inúmeras atividades (educacionais, culturais, comunitárias) ou para onde se destinam os estudantes formados pelo Instituto. Elas podem integrar o chamado setor produtivo ou se constituem em entidades da sociedade civil, como as organizações do Terceiro Setor;

g) **Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário:** atuantes em âmbito municipal, estadual e federal;

h) **Comunidade acadêmica e científica:** docentes ou pesquisadores, do país ou do exterior, que desenvolvem projetos de pesquisa e que respondem pela produção acadêmico-científica em suas áreas de especialização;

i) **Imprensa e formadores de opinião:** profissionais que atuam em veículos locais, regionais ou nacionais ou formadores de opinião, com atuação sobretudo nas mídias sociais;

j) **Fornecedores:** pessoas físicas ou jurídicas que fornecem produtos ou prestam serviços ao Instituto;

i) **Agências de fomento ou instâncias de avaliação das atividades de ensino, pesquisa, inovação:** agências de fomento à pesquisa, como a FAPESB (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia), a Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), o CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), a Finep (Financiadora de Estudos e Projetos), e Ministérios (Educação, Ciência e Tecnologia, dentre outros), além das Secretarias Municipais e Estaduais de Educação;

k) **Entidades que representam os servidores do IFBA:** sindicatos e associações que representam os docentes e técnicos-administrativos do Instituto;

l) **Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica:** conjunto de instituições que integram a Rede Federal da qual o IFBA participa,

e que contribuem para ampliação, interiorização e diversificação da educação profissional e tecnológica no país;

m) **Prefeituras dos municípios onde se localizam os campi do IFBA:** fundamentais no estabelecimento de parcerias com o Instituto para a realização conjunta de projetos voltados para o ensino, pesquisa e inovação, bem como atividades comunitárias de natureza econômica ou sociocultural.