

Campus Sertão nas news e nas redes: estratégias de comunicação digital para conectar o Campus e a comunidade

PATRICK TELÓ IRSCHLINGER¹, Lisiane Schuster Gobatto³

¹Autor(a)/Apresentador(a), ²Coautor(a), ³Orientador(a)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - Campus Sertão.
Sertão, RS

As estratégias de comunicação digital desenvolvidas no projeto de extensão “Campus Sertão: nas News e nas Redes” têm o objetivo de aumentar a visibilidade do Campus Sertão do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) nas mídias sociais e tradicionais, de forma orgânica e gratuita. A relevância do projeto se encontra na necessidade de aproximar a instituição dos seus públicos-alvo, utilizando estratégias de comunicação digital para alcançar maior impacto. A metodologia adotada envolve a criação da série “#TemnoCampus” no perfil do Instagram da Instituição para apresentar iniciativas de ensino, pesquisa e extensão, destacando sua importância como uma instituição federal pública e gratuita. Na série, são compartilhados reels sobre os projetos em atividade no Campus. Com o intuito de organizar as informações para elaboração dos roteiros, foi desenvolvido um formulário on-line para cadastramento dos projetos em execução no ano de 2024. O formulário foi compartilhado por e-mail com os coordenadores para preenchimento das informações e compartilhamento das imagens e vídeos. Em seguida, foi criada uma nova identidade visual para a série. O processo de produção dos reels inclui a pesquisa sobre os temas, a construção dos roteiros, a edição de vídeos e imagens, e a revisão antes da postagem nas redes sociais do Campus Sertão. Para cada reels, busca-se manter um padrão de identidade ao mesmo tempo que pretende-se inovar e acompanhar as tendências de design e edição. Os resultados parciais do projeto em 2024 incluem a produção de 16 vídeos para a série “#TemnoCampus”, os quais estão sendo compartilhados no Instagram e Facebook. O projeto também produz material para o Processo Seletivo 2025 e produziu um vídeo especial para o aniversário do Campus no dia 19 de julho. A principal dificuldade enfrentada é quanto à limitação de tempo da bolsa (a qual é de apenas 8 horas) e o grande número de projetos em atividade, o que impossibilita a divulgação de todos. Cabe mencionar, também, a falta de colaboração dos coordenadores dos projetos no preenchimento das informações no formulário on-line e no envio de outros materiais complementares e imagens de acervo. Conclui-se que o projeto tem contribuído de forma eficaz para a visibilidade do Campus Sertão, apesar das limitações. Analisando as métricas fornecidas pela Meta, empresa que gerencia o Instagram e o Facebook, observa-se que os reels têm um alcance maior que os demais posts e seus compartilhamentos coincidem com o aumento de directos solicitando informações sobre os cursos do Campus e o Processo Seletivo. As perspectivas para o futuro incluem a ampliação de bolsistas e da carga horária das bolsas, além do fortalecimento da estratégia de comunicação com a criação de um banco de imagens. Essas ações devem potencializar a continuidade e o impacto do projeto.

Palavras-chave: Comunicação, Mídias Sociais Digitais, Divulgação.

Trabalho executado no: Edital PROEX nº 02/2023 – AUXÍLIO INSTITUCIONAL À EXTENSÃO 2023, Edital PROEX Nº 11/2023 – EDITAL DE CONCESSÃO DE APOIO FINANCEIRO PARA AÇÕES DE EXTENSÃO PROPOSTAS POR ESTUDANTES DO IFRS, Edital PROEX nº03/2023 – Registro de ações de extensão sem auxílio financeiro – Fluxo Contínuo Permanente, Edital Nº 1/2023 – PROEX-REI – Edital de Fomento Externo Permanente de Extensão, aprovados pela Comissão de Gerenciamento de Ações de Extensão (CGAE).