

7 CONSOLIDAÇÃO INSTITUCIONAL

A consolidação da instituição é uma das áreas estratégicas para o IF Baiano, pois é a partir de ações que visem a seu fortalecimento que o Instituto se torna mais sólido e ganha mais visibilidade no território em que suas unidades estão inseridas.

Nesse contexto, a aproximação e a participação dos diversos atores sócio educacionais da região no cotidiano da instituição é um fator que contribui para o estabelecimento da instituição no local, o reconhecimento de seu nome e da qualidade do serviço prestado.

Assim, neste capítulo, serão abordadas questões sobre a consolidação institucional, considerando a relação com os territórios e a comunicação institucional como elementos estratégicos de desenvolvimento desta dimensão no âmbito institucional.

7.1 RELAÇÃO COM OS TERRITÓRIOS

A proposta dos Institutos Federais é pensada para promover o desenvolvimento social e econômico local, fortalecendo o crescimento regional e atendendo às demandas sociais ao oferecer educação profissional e tecnológica, cursos de formação superior, de graduação e pós-graduação, cursos de curta duração de formação inicial e continuada, com destaque para os elementos formativos de qualidade, seja no âmbito estrutural humano, científico, espacial e físico.

7.2 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A comunicação é uma ação humana inerente às relações em sociedade. Dentro das organizações, a Comunicação Organizacional, enquanto área especializada e sistêmica, intermedia os processos de trabalho e dá visibilidade a atividades, ações e produções das áreas existentes em cada ambiente laboral.

Para traduzir as diferentes identidades, culturas e visões de mundo dos indivíduos, a Comunicação Estratégica tem o desafio de entrelaçar e tornar simples e objetivo aos diferentes públicos organizacionais o que é a instituição, o que ela faz, quem são os sujeitos que fazem o lugar, como ela lida com o cotidiano e como a instituição visualiza

seu futuro seja pela transmissão de informações (canais, veículos e produtos de comunicação) e/ou pela perspectiva relacional (aproximar públicos internos e externos).

No Instituto Federal Baiano, a área administrativa Diretoria de Comunicação (DICOM) na Reitoria e seus núcleos de comunicação nos campi desenvolvem ações que buscam apresentar a pluralidade dessa instituição de Ensino, Pesquisa e Extensão, que trabalha com distintos perfis estudantis e sujeitos vindos de locais diversos de formação cultural e profissional. Um objeto de trabalho complexo porque o IF Baiano forma pessoas e também se encontra em transformação - seja no aprimoramento do conhecimento de seus agentes públicos, na ampliação de ofertas de serviços e na mudança cultural dos processos de trabalho para aperfeiçoar o fazer e entregar resultados mais eficazes.

Além do hoje, o Instituto (estudantes, professores, técnicos, terceirizados e estagiários) vislumbra aperfeiçoar temas sensíveis como: o atendimento a seus estudantes, a infraestrutura, o desenvolvimento de pessoal, a responsabilidade social, a gestão da tríade Ensino, Pesquisa e Extensão e a gestão interna.

Com esse olhar otimista sobre o futuro, essa instituição precisa comunicar esse lugar de produção do conhecimento formal e de formação cidadã à sociedade seja por meios oficiais ou não-oficiais (veículos externos como mídia ou mídias sociais).

Para transmitir e articular essas narrativas e valorizar o cumprimento dessa transparência, a Diretoria de Comunicação intermedeia, seja na criação e na articulação de normativas e documentos orientadores (política, instruções, resoluções, portarias, manuais, programas e projetos de comunicação); na produção, na orientação e no aprimoramento do conhecimento técnico (participação em grupo de estudos e vivências em órgãos públicos com experiências exitosas); na condução de colegiados responsáveis por gestão de crise institucional; no assessoramento de projetos e dirigentes estratégicos em ações que impactem na identidade, na imagem e na reputação do IF Baiano.

O fazer da Comunicação Organizacional perpassa pela expertise das subáreas audiovisual(criação e edição de produtos em imagem e som), jornalismo (captação,

condensação e transmissão de fatos em formato de texto e/ou imagem jornalísticas), produção cultural (gestão de programas e produtos culturais), programação visual (projetos visuais gráficos e digitais), publicidade (desenvolvimento de campanhas) e relações públicas (integração do Instituto com seus públicos estratégicos) e necessita estar articulado.

Por isso, na Reitoria, a DICOM apresenta estrutura administrativa departamental a qual irá prospectar, fomentar e proporcionar soluções integradas e otimizadas, através da Coordenação de Relacionamento, Conteúdo e Marca. Na intersecção DICOM - Núcleos de Comunicação e Eventos – Outros setores, a Comunicação do IF Baiano precisa minimizar os riscos de seus principais processos (assessoria de imprensa, eventos, sítio eletrônico, mídias sociais, gestão da identidade visual e comunicação interna) e estimular que haja o envolvimento dos agentes de comunicação nos campi seja pela constante profissionalização (contratação e/ou capacitação técnica), pelo incentivo financeiro (função gratificada) e pela participação dos núcleos nos processos decisórios das unidades. São decisões necessárias a serem referenciadas por gestores estratégicos as quais ultrapassam as relações interpessoais e a padronização do trabalho realizadas por esta Diretoria.

Para desenhar esse caminho gerencial, a DICOM conduzirá a construção dos documentos estratégicos “Política de Comunicação” e “Planejamento Estratégico da Comunicação”. A partir disso, movimentará internamente a profissionalização da área e popularizará uma cultura de comunicação padronizada; impulsionará a transição de uma cultura de divulgação de última hora para a cultura de planejamento e projetos comunicacionais; estimulará a comunidade a difundir os resultados científicos e extensionistas; proporá a participação da área nos projetos macroinstitucionais em todas as unidades; orientará dirigentes estratégicos para que eles potencializem espaços e ações institucionais como momentos comunicativos e de relacionamento; facilitará a intermediação entre a comunidade e a gestão com o intuito de criar uma organização empática, cooperativa e colaborativa no pensar e no fazer do trabalho.

Nesse sentido, os planos para o setor de 2020 a 2024, incluem: construção e implantação da Política de Comunicação Institucional; elaboração, execução e avaliação do Planejamento Estratégico de Comunicação; realizar pesquisas de avaliação e campanhas de fortalecimento da imagem, reputação e identidade organizacional; consolidar a gestão da comunicação no Instituto, através de ações para o fortalecimento da Diretoria de Comunicação e dos Núcleos de Comunicação nos campi.

Essas ações ampliam a participação institucional da área Comunicação Organizacional do fazer para o pensamento, o gerenciamento e a articulação do discurso organizacional através de narrativas mais acessíveis e direcionadas aos seus públicos específicos (gestão, produção, e distribuição de conteúdos).

Isso se dará com a consolidação dos atuais canais de comunicação digitais (sítio eletrônico e mídias sociais); aperfeiçoamento dos serviços comunicacionais a exemplo de eventos e relacionamento com a imprensa; fomento para a criação de produtos comunicacionais que potencializem a difusão do conhecimento científico.

Assim, buscamos consolidar e fortalecer a imagem institucional junto à comunidade externa, apresentando nossas potencialidades e demonstrando o interesse no diálogo e na participação dos diversos atores e atrizes sociais na Instituição.