

Sou IFPE: uma experiência de gestão da comunicação

Rafaela de Melo Vasconcellos
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - IFPE
rafaela.vasconcellos@reitoria.ifpe.edu.br

Resumo

O quadro *Sou IFPE*, desenvolvido pela Assessoria de Comunicação da Reitoria do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (IFPE), tem suas produções assentadas nos princípios da comunicação pública e dos direitos humanos, prezando por valores como diversidade, inclusão, acessibilidade, justiça social e democracia. Fundamentado na perspectiva do *storytelling*, ou seja, na capacidade de “contar uma história” de maneira cativante, os vídeos, com duração máxima de quatro minutos, consistem em narrativas de algum membro da comunidade acadêmica do Instituto — estudante, servidor(a) ou profissional terceirizado(a) — que aceite compartilhar sua história de vida pessoal, relacionando-a com alguma temática específica e sua vivência dentro do IFPE. A proposta de fazer o público vivenciar o IFPE através da relação emocional dessas histórias, reais, objetiva a ampliação da presença do Instituto na memória das pessoas, destacando sua humanização e gerando engajamento. Nesse sentido, no ano de 2017 foram produzidos 17 vídeos, sempre abrangendo datas e temas relacionados a diversidade, gênero e direitos humanos, tais como Dia Internacional da Mulher, Dia Internacional da Eliminação da Discriminação Racial, Abril Indígena, Orgulho Gay, Conceito Ampliado de Família e Consciência Negra. Com uma divulgação centrada nos canais de comunicação institucionais, o *Sou IFPE* corresponde, atualmente, à metade da produção audiovisual do IFPE e é responsável por uma maior interatividade com o público nas redes sociais. Ao longo de 2017, as inscrições no Canal IFPE no YouTube tiveram um aumento de 63% em relação ao ano anterior; no Facebook, houve um aumento de 370% nos minutos visualizados em comparação ao ano de 2016, chegando a 160,4 mil visualizações. Desse modo, verifica-se que o *Sou IFPE* não apenas tem gerado resultados positivos quantitativamente, como tem contribuído no fortalecimento da imagem positiva da instituição, agregando valor à marca, a partir das narrativas reais das pessoas que a compõem.

Palavras-Chave: Comunicação Pública. Direitos Humanos. Produção Audiovisual.

Sou IFPE: A Communication Management Experience

Rafaela de Melo Vasconcellos

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - IFPE

rafaela.vasconcellos@reitoria.ifpe.edu.br

Abstract

The video program *Sou IFPE* (I am IFPE), developed by *Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco* (IFPE) communication affairs' office, has its productions based on the principles of public communication and human rights, emphasizing values such as diversity, inclusion, accessibility, social justice and democracy. Based on the storytelling perspective, in other words, on the capability of “telling a history” in a catchy way, the video, lasting at most four minutes, presents narratives of academic community members — students, public agents or outsourced employees — that to share accept histories of their personal lives, relating them with an specific theme and their daily experience at IFPE. *Sou IFPE's* proposal is to make the public experience through the emotional relationship in the histories that are real, aims to amplify IFPE's presence inside peoples' minds, highlighting their humanization and generating social engagement. Hence, in the year of 2017, 17 videos were made, always encompassing dates and themes related to diversity, genre and human rights, such as the International Women's Day, the International Day for the Elimination of Racial Discrimination, the Indian's April, the Gay Pride, the Amplified Concept of Family and the Black Consciousness. With a communication focused on the institutional channels, *Sou IFPE* currently represents half of the IFPE's audiovisual production and it is responsible for increasing the interactivity with the social network users. Throughout 2017, IFPE's YouTube channel subscriptions increased 63% compared to the previous year; on Facebook, there has been a 370% improvement in visualized minutes compared to the previous year, reaching more than 160 thousand views. Therefore, it is possible to verify that *Sou IFPE* not only has been generating positive quantitative results, but it is contributing to strengthen the positive image of the institution as well, by aggregating value to its brand, through the real narratives of the people that the institution is made of.

Keywords: Public Communication, Human Rights, Audiovisual Production.