

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo procura destacar a importância dos eventos como ferramenta de comunicação institucional, mas também de disseminação do conhecimento técnico-científico, e do pensamento crítico produzido na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Foram considerados como fonte de dados para esta pesquisa referenciais teóricos, o relatório de gestão do ano de 2023, e os dados estatísticos dos 104 eventos transmitidos ao vivo pelo canal da TV UFSC no YouTube, entre os meses de março e novembro de 2023.

Sobra a importância dessas atividades, Arruda Pessoa (2014) enfatiza que o evento é um acontecimento excepcional previamente planejado, que ocorre em determinado tempo e local, e gera grande envolvimento e socialidade de pessoas. Além disso, busca mobilização para os objetivos pretendidos.

Já Silva (2005) entende que os eventos tornaram-se elementos de transformação social, de educação, conscientização e mobilização de massas, além de serem os melhores e maiores geradores de mídia.

Por ser a universidade um ambiente no qual os indivíduos podem produzir espaços sociais e democráticos, os eventos são aqueles espaços onde os indivíduos se envolvem com a realidade social, interagem uns com os outros e encontram uma variedade de diversidades (Buthod *et al.*, 2014).

A partir da abordagem dos autores supracitados, destaca-se a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e o seu Relatório de Gestão do ano de 2023, produzido pelo Departamento de Gestão da Informação (DPGI)¹.

O relatório mostra que a UFSC possui diversas unidades gestoras de eventos institucionais, sejam eles acadêmicos, científicos ou culturais. Entre essas, se destacam as Pró-Reitorias de Graduação (PROGRAD) e Pós-Graduação (PROPG), a Pró-Reitoria de Extensão Universitária (PROEX), a Secretaria de Cultura, Arte e Esporte (SeCArte), a Secretaria de Relações Internacionais (SINTER), o Departamento Artístico e Cultural (DAC), o Departamento de Inovação (SINOVA), e muitas outras.

Quanto à pergunta de pesquisa, buscou-se investigar se os eventos institucionais ampliam efetivamente o alcance da comunicação institucional da UFSC. O objetivo principal foi identificar os impactos e benefícios que os eventos institucionais proporcionam à comunicação de uma universidade pública federal.

A justificativa do estudo reside na possibilidade de mapear os tipos de eventos mais realizados na UFSC, destacando quais modalidades têm maior alcance e engajamento do público. Essa análise permitirá compreender melhor o papel estratégico dos eventos como ferramentas de comunicação institucional, bem como de disseminação do conhecimento técnico-científico e do pensamento crítico produzido na instituição. Por fim, pretende nortear esforços futuros para potencializar a eficácia desses eventos para aos diferentes públicos da universidade.

Quanto à viabilidade, um dos autores é servidor da universidade, exercendo atualmente a função de diretor da sua TV Universitária, a qual é a responsável pela geração dos dados.

E possui relevância já que apresenta impactos significativos, seja no âmbito teórico, ao expandir a compreensão sobre o tema e servir de base teórica e prática para a elaboração de uma política estratégica de âmbito prático organizacional.

¹ <https://dpgi-seplan.ufsc.br/files/2024/03/Relat%C3%B3rio-de-Gest%C3%A3o-2023.pdf>. Acesso em 24/06/2024.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Arruda Pessoa (2014), os eventos funcionam, ao mesmo tempo, como meio de comunicação, já que as organizações deles se utilizam para transmitir o que desejam aos seus públicos de interesse, e, também, como a própria mensagem, ao imbuir em seu ambiente de realização as informações que desejam divulgar ao público. São, portanto, transmissores e, ainda, a própria mensagem organizacional a ser encaminhada aos receptores.

Os eventos institucionais são ferramentas estratégicas fundamentais para a comunicação pública, desempenhando um papel crucial na manutenção, elevação ou recuperação da imagem institucional, gerando identificação e engajamento dos públicos com a organização (Zanella, 2013; Cleuza Gimenes, 1997).

Haskins (2015) destaca o papel das universidades como centro de trocas de conhecimento desde o período medieval, quando alunos e professores viajavam entre diferentes universidades, levando consigo novas ideias e abordagens.

O reflexo desse modelo está presente nas falas de Silva (2017), o qual destaca que as tecnologias da informação e da comunicação, em especial por meio da internet, modificaram as formas de informar, comunicar e socializar nas sociedades modernas e possibilitaram novas formas de interagir.

Já no cenário da comunicação institucional, Amorim e Oliveira (2015) sugerem que a comunicação seja percebida pelas organizações em suas múltiplas dimensões. Eles acreditam que, ao fortalecer os relacionamentos no espaço digital online com o seu público, a instituição está se apropriando das oportunidades oferecidas pelas tecnologias da informação e da comunicação digital.

Barichello e Barlette (2005) acrescentam que a gestão da comunicação da Universidade Contemporânea pressupõe a utilização de novas formas de relacionamento entre a comunidade universitária, proporcionando novas formas de produção de conhecimento inserida na sociedade em rede. É por isso que os eventos têm se tornado ferramentas estratégicas de comunicação e marketing para organizações, principalmente quando há coordenação entre os departamentos envolvidos (Allen *et al.*, 2008).

Da mesma forma, Oliveira (2008) enfatiza que a partir do cenário atual, a comunicação pode auxiliar as organizações educacionais que buscam um novo entendimento sobre si, já que a comunicação é uma dessas novas dimensões que podem contribuir para que as organizações educacionais entendam a complexidade e construam novas práticas. No entanto, para alcançar plenamente os benefícios da comunicação, é primordial integrar tais ferramentas em uma estratégia consistente e alinhada aos objetivos institucionais.

Holanda e Brandão (2019) destacam, por exemplo, que as redes sociais desempenham um papel crucial na organização e promoção de eventos, influenciando os processos de tomada de decisão e as estratégias de comunicação. É imprescindível aproveitar essas plataformas para envolver comunidades e partes interessadas de forma eficaz, destacando a influência significativa da comunicação e das redes sociais.

Segundo os autores supracitados, diante deste novo cenário de transformações, as plataformas digitais estão ganhando espaço e servindo como alternativas para o processo de comunicação das universidades contemporâneas.

2.1 A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS INSTITUCIONAIS E TÉCNICO-CIENTÍFICOS

Sobre os eventos, Giácomo (1997, p. 13) escreveu: "O diferencial de um evento está, portanto, em seu uso enquanto plataforma comunicativa, capaz de aliar as mais diversas

atividades comunicacionais e os mais diversos meios". Para a autora, a soma de fatores faz do evento uma atividade realmente estratégica para as organizações contemporâneas.

Quanto ao evento institucional, Buthod *et al.* (2014), enfatizam que ele favorece a apresentação e exibição pública do conhecimento científico, tecnológico, cultural, artístico e esportivo, desenvolvido e reconhecido pela universidade.

Da mesma forma, Melo Neto (2007) destaca que os eventos favorecem o aumento da conscientização e do envolvimento do público com os objetivos ou serviços da organização, ampliando, dessa forma, sua relação de parceria.

Contextualizando com o tema, Balduck *et al.* (2015) estudaram os fatores de motivação e satisfação de participantes em eventos de uma universidade na Bélgica e reforçaram a importância da comunicação assertiva, por diversos canais, para engajar os públicos internos e externos. Já uma comunicação falha ou insuficiente, segundo os autores, resulta em baixa adesão, problemas logísticos e desperdício de recursos institucionais investidos na realização de eventos.

Arruda Pessoa (2015) e Allen *et al.* (2008) enfatizam que os eventos devem caminhar junto aos planos e metas organizacionais, fornecendo à instituição o público e a comunicação desejados. Os autores enfatizam que as instituições precisam entender os eventos como um meio para alcançar seus resultados.

Entretanto, mesmo atualmente, identifica-se frequentemente que as estratégias de comunicação das Instituições de Ensino Superior (IES), principalmente as públicas, não ocorrem de forma centralizada, ou seja, cada setor utiliza os canais que conhece e tem disponíveis, sem uma coordenação que alinhe ou integre as ações para a potencialização dos resultados e dos *feedbacks* (Arruda Pessoa, 2014).

Assim, para finalizar este tópico, é imprescindível dizer que os eventos devem ter constantemente como base os preceitos organizacionais, que definem seus objetivos e metas, como parte integrante de um processo de comunicação que visa atender os diversos públicos de interesse da organização.

3 METODOLOGIA

Para dar início a este estudo, realizou-se uma pesquisa bibliográfica não sistemática que permitiu evidenciar a importância dos eventos para a UFSC, já que se trata de um estudo de caso.

Segundo Yin (2001) o “estudo de caso” se baseia em várias fontes de evidências e, como qualquer outra estratégia de pesquisa, apoia-se nas proposições teóricas pré-estabelecidas para conduzir a coleta e a análise dos dados.

Posteriormente foi realizado o levantamento qualitativo e quantitativo dos eventos na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e que tiveram sua transmissão no canal da TV UFSC no YouTube, nos meses de março a novembro de 2023.

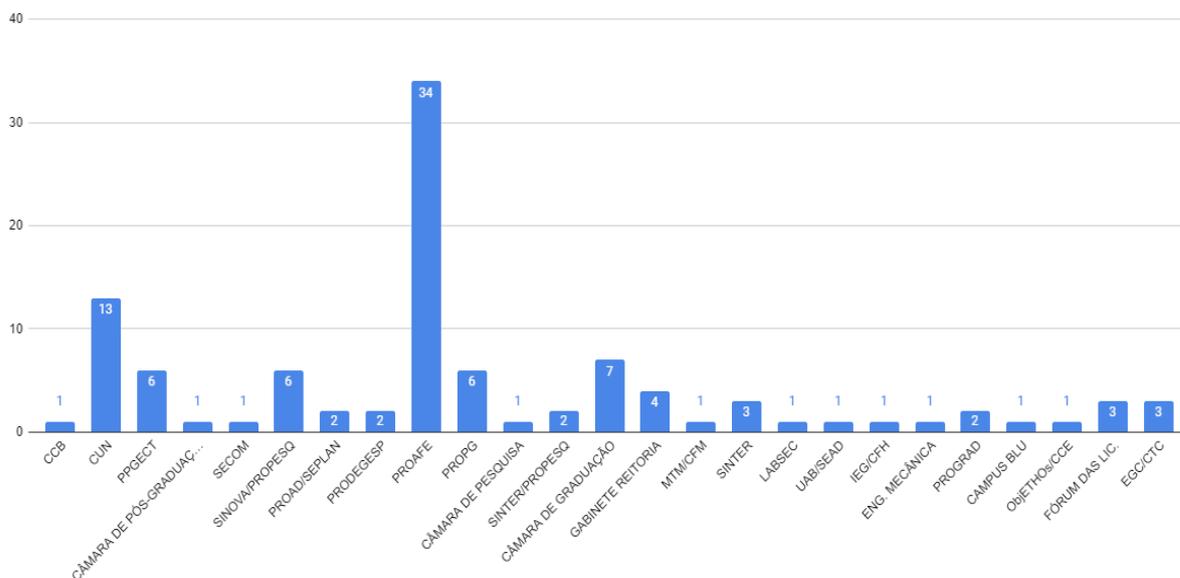
Após estas duas fases preliminares, foi feita a coleta de dados e a sua formatação. Na sequência foi realizado uma tabulação simples para apresentação dos resultados em formas de gráficos, tabelas e figuras. Por fim foram promovidas algumas discussões como forma de compreender os resultados encontrados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao analisar o canal da TV UFSC entre os meses de março e novembro de 2023, foram identificados 104 transmissões. Posteriormente buscou-se identificar as unidades

representativas e quantificar seus eventos transmitidos. O resultado está representado na Figura 1.

Figura 1: Unidades representativas e o número de transmissões



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

A Figura 1 traz 25 unidades representadas na imagem, entretanto, a soma das três mais representativas, que são: a PROAFE, o CUn, e a Câmara de Graduação, somam sozinhas 54 transmissões. Isso representa 52% de todas as transmissões realizadas no período.

Outro fator que chama atenção foram as unidades: CCB, Câmara de Pós-Graduação, SECOM, Câmara de Pesquisa, MTM e CFM, LabSec, UAB/SEaD, IEG e CFH, Eng. Mecânica, Campus Blumenau, e o ObjetHOs, tiveram cada uma única transmissão.

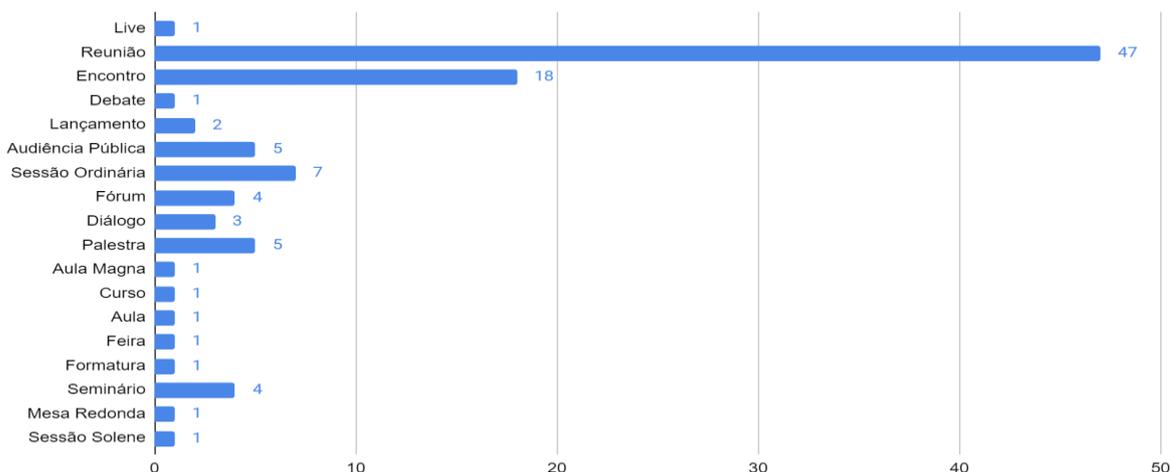
A Pró-reitoria de Ações Afirmativas e Equidade (PROAFE), foi a unidade mais atendida nesses nove meses analisados, com 34 transmissões. A quantidade significativa de eventos transmitidos desta pró-reitoria se deu principalmente porque ao longo de 2023, diversas medidas e atividades foram promovidas visando fortalecer as Políticas de Ações Afirmativas na UFSC, com destaque para a realização dos seguintes eventos: vinda da Ministra das Mulheres, Cida Gonçalves, vinda da Secretária Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência, Anna Paula Feminella, e o Ministro dos Direitos Humanos e da Cidadania, Silvio Almeida, para participação no evento Diálogo transversal sobre o Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência “Viver sem Limite 2”; e a vinda da Secretária de Políticas de Ações Afirmativas e Combate e Superação do Racismo, Márcia Lima.

Já na Figura 2 temos destacado o tipo e a quantidade de eventos mais promovidos e, consequentemente, mais transmitidos na UFSC no período pesquisado.

As modalidades mais transmitidas no período foram: Reunião com 47 ocorrências; Encontro com 18; Sessão Ordinária com 7; Audiência Pública e Palestra com 5 cada; Fórum e Seminário com 4; Diálogo com 3; Lançamento com 2; Live, Debate, Aula Magna, Curso, Aula, Feira, Formatura, Mesa Redonda e Solene, tiveram 1 ocorrência cada.

Observa-se uma proeminência das categorias “Reunião” com 47 ocorrências, e o “Encontro” com 18 transmissões. Podemos concluir a partir desta informação que estas duas modalidades foram as que mais se destacaram na instituição no período de março a novembro de 2023.

Figura 2 - Tipos e quantidades de eventos transmitidos no período



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Por possuírem formatos similares, visto que são idealizados por iniciativa de determinada comunidade científica, os eventos acadêmicos e científicos permitem que pesquisadores, docentes, estudantes ou outros profissionais tenham a oportunidade de apresentar seus resultados de pesquisa e relatos de experiências em determinada área ou tema específico.

A seguir, são apresentados em uma tabela os 24 eventos que mais se destacaram durante o período em que as transmissões foram realizadas pela TV UFSC. São exibidos os números de visualizações síncronas e assíncronas de cada evento transmitido. Com essas informações, foi possível comparar o alcance que o evento teve no momento de sua execução e quando foi disponibilizado na plataforma YouTube para visualização assíncrona.

É importante ressaltar que a "taxa de cliques de impressões" se refere à frequência com que os visitantes acessam um determinado vídeo após encontrarem uma "impressão" (sugestão de conteúdo) registrada na plataforma, neste caso, no YouTube. Essa taxa pode variar com base no tipo de conteúdo, no público-alvo e no local em que a impressão foi exibida. Confira na Tabela 1.

Tabela 1 - Visualizações e impressões entre março e novembro de 2023

NOME DO EVENTO	TIPO DE EVENTO	DATA DO EVENTO	(continua)	
			VISUALIZAÇÕES NO DIA	IMPRESSÕES EM NOVEMBRO
VII SIDECT - Ciência, Educação Científica e Povos Tradicionais	Encontro	07/03/2023	165	7.172
FORPLAD - Sul	Encontro	16/03/2023	171	7.555
Abril Indígena UFSC 2023	Encontro	31/03/2023	542	10.152
Encontro com os Movimentos de Mulheres	Encontro	20/04/2023	84	1.756
Educação pela paz e pelo desarmamento nas escolas	Fórum	28/04/2023	56	3.378
Centre National de la Recherche Scientifique - CNRS	Palestra	02/05/2023	90	3.141
Audiência Pública - Debate sobre a Regulamentação de Festas no Campus	Audiência Pública	20/06/2023	207	5.353
Diálogos de cooperação Universidade de Zhejiang e UFSC	Diálogo	22/06/2023	66	2.979

NOME DO EVENTO	TIPO DE EVENTO	DATA DO EVENTO	VISUALIZAÇÕES NO DIA	(conclusão)
				IMPRESSÕES EM NOVEMBRO
Audiência Pública - Apreciação da Resolução Normativa 017/CUn/97	Audiência Pública	05/07/2023	222	3.566
LabSEC Day	Encontro	14/07/2023	194	5.006
Diálogo Interseccionais da Deficiência	Diálogo	31/07/2023	432	12.543
Diálogos Transversais Viver sem Limites	Diálogo	01/08/2023	446	13.754
Educação Decolonial e Antirracista no Ensino de Ciências	Palestra	03/08/2023	262	13.600
Recepção à Comunidade Internacional da UFSC	Palestra	04/08/2023	64	3.331
Oportunidade de Intercâmbio para Estudantes de Graduação da UFSC	Palestra	08/08/2023	342	6.484
Aula Magna dos cursos EaD da UAB/UFSC	Aula Magna	11/08/2023	698	29.823
Mobilização do Seminário Internacional FG13 na UFSC	Encontro	18/08/2023	29	2.789
Palestra: da Graduação à Fórmula 1	Palestra	25/08/2023	231	5.298
Abertura da 1ª Feira de Cursos UFSC	Feira	29/08/2023	147	4.581
1ª Audiência Pública - GT Política de Equidade de Gênero	Audiência Pública	25/09/2023	64	808
Seminário Internacional do Observatório ObjETHOS	Seminário	27/09/2023	211	6.545
Neo industrialização em Santa Catarina	Palestra	09/10/2023	153	7.425
1º Encontro de Contratações Públicas das IFES do Sul	Encontro	30/10/2023	324	14.505
1º Encontro Internacional Decolonizando a Educação Científica e Tecnológica	Encontro	08/11/2023	176	7.758
Valores Totais:			5376	184.447

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

A tabela supracitada destaca o evento do PPGET, realizado em 03 de agosto 2023, denominado Educação Decolonial e Antirracista no Ensino de Ciências² como o mais visualizado. Apesar deste evento ter contado com a participação de somente 262 participantes no dia de sua realização, em novembro do mesmo ano ele já possuía 13.600 impressões de visualização. Isso representa um aumento de audiência de 5.190%.

Outro evento que se destacaram foram os Diálogos Transversais - Viver sem Limites³, realizado no final de julho. Este contou com a participação de 432 participantes, todavia, em novembro do mesmo ano, já apresentava 13.754 impressões, um aumento de 3.083%.

Por último, temos a Figura 3 que traz a média de visualizações e de impressões, e ainda, as modalidades mais presentes nos 24 eventos de maior representatividade durante o período analisado.

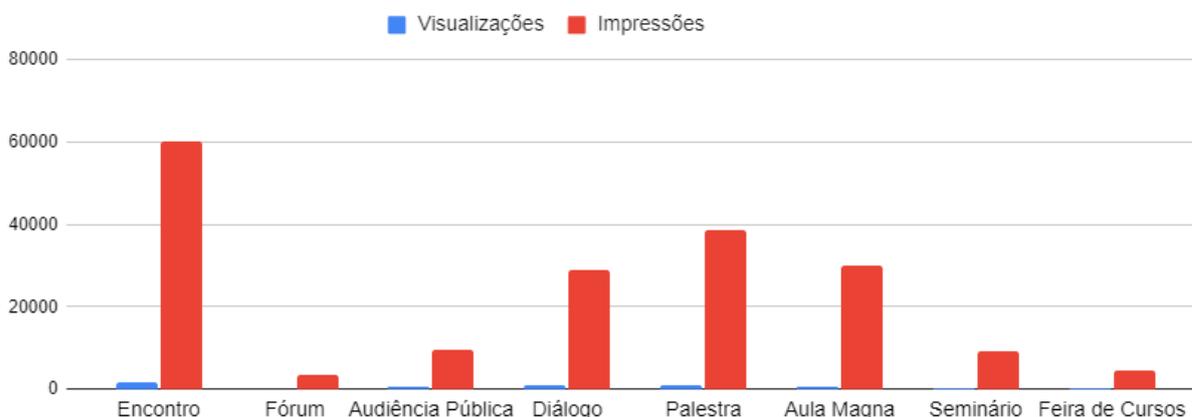
Os dados confirmam que as impressões sugeridas pela plataforma YouTube promoveram um alcance de audiência muito maior do que o obtido de forma síncrona. A figura também mostra que a modalidade “Encontro” teve a maior média de visualizações e

² Disponível em: <https://www.youtube.com/live/tapZrri2dZE>. Acesso em: 24 jun 2024.

³ Disponível em: <https://studio.youtube.com/video/MJdRpurkaRw/edit>. Acesso em: 24 jun 2024.

também de impressões, seguida pelas modalidades: Palestra, Aula Magna, Diálogo, Audiência Pública, Seminário, Feira de Cursos e Fórum.

Figura 3 - Média de visualizações e de impressões



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fica claramente evidenciado que os eventos se configuram como uma ferramenta valiosa para as instituições universitárias como a UFSC, seja para aumentar o alcance comunicacional da instituição, seja para evidenciar um determinado evento por ela promovido.

A disseminação dos eventos institucionais fornecem um meio eficiente para divulgar uma ampla gama de eventos acadêmicos, culturais, esportivos e científicos organizados pela instituição. Essa visibilidade simplifica a comunicação com estudantes, professores, corpo técnico-administrativo e o público-alvo desejado. Além disso, permite um engajamento abrangente da comunidade acadêmica, atraindo um público diversificado, aprimorando assim o papel da instituição.

Podemos afirmar a partir dos dados obtidos, que mesmo com o baixo engajamento inicial de público nos eventos, e isso se deve a diversos fatores, a utilização de uma plataforma digital como a do YouTube permitiu a transmissão e posteriormente a disponibilização desses eventos para outros públicos, garantindo um aumento exponencial do seu alcance. Além disso, ao usar a plataforma, foi possível coletar de informações importantes para a instituição, seja análise dos *feedbacks* dos participantes, ou para análise e melhoria de futuros eventos.

Diante dos resultados obtidos com o uso de uma plataforma YouTube, podemos considerar que a proposição de uma plataforma pública de eventos institucional poderá proporcionar ganhos significativos para os eventos produzidos na UFSC. Esta plataforma permitiria ampliar a disseminação do conhecimento técnico-científico produzido na universidade, e ainda, integrar-se-ia com sistemas acadêmicos e de certificações, aumentando assim, a experiência e o relacionamento com toda comunidade acadêmica e o seu público de interesse.

Por fim, este trabalho enfatiza que para alcançar um maior engajamento de pessoas e maior visualizações dos seus eventos institucionais, à UFSC deve considerar, além de uma plataforma de eventos própria, a promoção de estratégias de comunicação integrada no seu processo de gestão dos eventos. Essas estratégias devem promover a comunicação institucional, e também, a disseminação do conhecimento técnico-científico nela produzidos

por meio dos seus canais institucionais como, os portais acadêmicos, a distribuição de boletins informativos, e o aproveitamento de plataformas internas de comunicação dentro da comunidade acadêmica.

Deve, também, incentivar a participação de professores, alunos e outros membros da comunidade universitária nos eventos institucionais, e desta forma, a UFSC estará ampliando seu reconhecimento técnico, científico, institucional e social.

6 REFERÊNCIAS

ALLEN, J.; O'TOOLE, W.; MCKDONNEL, I.; HARRIS, R. **Organização e gestão de eventos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

AMORIM, L.; OLIVEIRA, R. F. **O lugar da comunicação estratégica e relacional nas organizações educacionais**. In: WELS, Ana; SCROFERNEKER, C. M. A. (org.). De qual comunicação organizacional estamos falando? Porto Alegre: Edipucrs, 2015. p. 68 - 79.

ARRUDA PESSOA, M. **Os eventos institucionais como estratégias comunicativas**. *Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*, 2015. v.7, p. 182-203. Disponível em: [https:// doi.org/10.31501/comunicologia.v7i2.5657](https://doi.org/10.31501/comunicologia.v7i2.5657). Acesso em: 17 jun 2024.

ARRUDA PESSOA, M. **O desenvolvimento de eventos como estratégias da comunicação organizacional: Um Estudo de Caso da Universidade Metodista de São Paulo**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) - Universidade Metodista de São Paulo, 2014.

BALDUCK, Anneleen *et al.* **Communicating university events: analysing students' motives and information acquisition behaviour**. *Public Relations Review*, v. 41, n. 5, p. 809-814, dez. 2015.

BARICHELLO, E. M. da Rocha; BARLETE, A. R. L. **A universidade na sociedade em rede**. *Revista Educação, Universidade Federal de Santa Maria*, v. 30, n. 01, Santa Maria, 2005. p. 59-70. Disponível em: [A Universidade na Sociedade em Rede | Educação \(ufsm.br\)](#). Acesso em: 28 jun. 2024.

BUTHOD *et al.* **Eventos acadêmicos na UNIRIO: Pesquisando os espaços destinados a eventos**. V Encontro Semintur Jr. UCS. 2014.

BUTHOD, M. A.; FERREIRA, M. do C. **Gestão de eventos na universidade: sistematizando experiências**. In: Congresso Pan-Americano de Escolas de Hotelaria, Gastronomia e Turismo. Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: Editora FACHA, 2012.

GIÁCOMO, Cristina. **Tudo acaba em festa: evento, líder de opinião pública**. 2. ed. São Paulo: Scritta, 1997.

HADI, S., MELOR, Md, Yunus., ZEINAB, S. The role of universities in achieving national and international priorities: a closer look at education, Research and Innovation. **Australian Journal of basic and applied sciences**, v. 9, p. 281-286. 2012.

HASKINS, C. H. **A ascensão das universidades**. ISBN-10: 8567801036. ISBN-13: 978-8567801032. Editora: Danúbio. ed. 1ª. 2015.

HOLANDA, A. E.G.; BRANDÃO, P. de Medeiros. Comunicação integrada em uma universidade pública: um modelo para análise situacional na perspectiva da teoria da comunicação integrada e da análise de redes sociais. **Revista Observatório**, Palmas, v. 5, n. 4, p. 502-524, jul.-set. 2019.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de eventos**. Rio de Janeiro, Sprint. ed. 5, 2007.

Oliveira, I. L. & Paula, M. A. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** 2.ª ed., São Paulo: Paulus. 2008.

SILVA, C. Simas da. **Comunicação nas plataformas digitais**: Um estudo sobre universidades brasileiras com conceito institucional cinco. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2017. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10923/10866>. Acesso em: 19 set. 2023.

SILVA, M. B. Ramos. **Evento como estratégia de negócios**: modelo de planejamento e execução. Londrina: edição do autor, 2005.

THIENGO, L. C. **Universidades de classe mundial ou o fim da universidade como universitas?** In: A concepção de universidade classe mundial (UCM) e o consenso pela excelência: o que dizem os organismos internacionais. Campinas/São Paulo: Mercado das Letras, 2019. p.65-143.

Yin, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre, RS. Bookman, 2001.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Organização de eventos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.