

Comunicação institucional nas mídias digitais: uma análise temporal da série audiovisual “IFMS Comunica”¹

Caren Bozzano Nunes²

Gerson Luiz Martins³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

Resumo

Este trabalho analisa os vídeos da série “IFMS Comunica”, boletins informativos institucionais produzidos e publicados pelo Instituto Federal do Mato Grosso do Sul (IFMS). Para a análise, são considerados os vídeos publicados entre 2016 e 2021, visando compreender os aspectos da produção audiovisual, linguagem narrativa e transmissão de valores institucionais do IFMS. A adaptação da linguagem, as gravações externas, a mudança da narrativa dos vídeos, que passam a ser gravados da perspectiva dos estudantes, demonstram que os valores institucionais do IFMS tornam o boletim uma importante ferramenta de comunicação com o seu público-alvo, os estudantes de ensino médio.

Palavras-chave

Comunicação; Mídias Digitais; Ciberjornalismo; Instituto Federal de Mato Grosso do Sul.

Introdução

Este trabalho faz parte de uma pesquisa em andamento, em nível de mestrado que tem como objetivo a identificação e avaliação dos valores humanos na produção audiovisual do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS) e sua eficácia no processo de comunicação institucional por meio do Protocolo EVA (Evaluación y Medición de los Valores Humanos). Neste resumo, focamos na análise da evolução da produção audiovisual, da linguagem narrativa e da transmissão de valores institucionais do IFMS transmitidos pelos vídeos publicados no boletim de informações “IFMS Comunica” entre os anos de 2016 e 2021.



¹ Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais integrante do 6º Encontro Centro-Oeste de História da Mídia.

² Aluna do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: caren.rp@gmail.com



³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: gerson.martins@ufms.br

6° ENCONTRO REGIONAL CENTRO-OESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

Reinventando as independências: conquistando novas democracias.

Realização:  

Evento Remoto com Inscrições Gratuitas
03 e 04 de Novembro de 2022
Submissão de Trabalhos até 20/10

Apoio:  

O IFMS é uma instituição de educação básica, superior, profissional, pluricurricular e multicampi, que oferece educação profissional, científica e tecnológica nas diferentes modalidades de ensino, nos termos da lei de criação dos Institutos Federais (Lei nº11.892, de 29 de dezembro de 2008). No ano de 2014 foi criado um canal de comunicação institucional do IFMS na plataforma YouTube e, em 2016, foi lançado o primeiro episódio da série do boletim de informações desse canal, o “IFMS Comunica”.

O YouTube disponibiliza uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos na internet: os usuários fornecem o conteúdo que atrai novos participantes, novas audiências e oferece aos seus participantes um meio de conseguir uma ampla exposição (BURGESS, GREEN, 2009 p. 22). Por isso, entre os diversos usos do YouTube nos últimos anos, empresas e instituições também passaram a utilizar a plataforma como forma de comunicação com seus públicos a partir de conteúdo audiovisual.

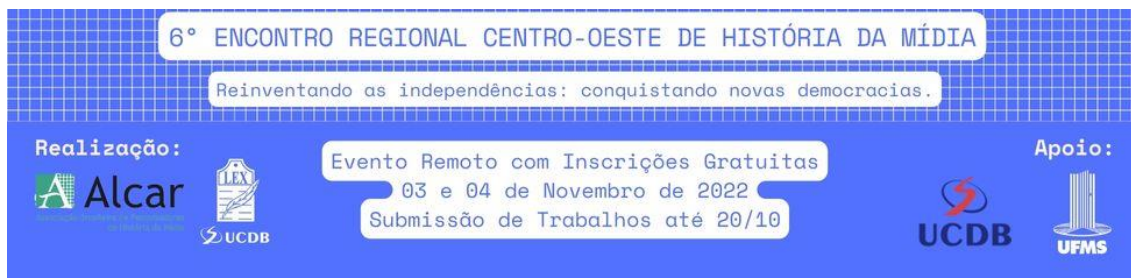
O boletim de informações do IFMS no Youtube, o “IFMS Comunica”, é uma série de 46 vídeos, até a presente data, cuja comunicação é dirigida à comunidade estudantil. Os vídeos são de curta duração, a maioria entre de 3 e 4 minutos, dinâmicos e bem ilustrados, gravados inicialmente em estúdio na reitoria do Instituto em Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul. Produzidos pela Assessoria de Comunicação do IFMS (Ascom), os conteúdos dos vídeos têm caráter institucional, são de interesse dos alunos e abordam temas diversos, tanto dos *campi* quanto da reitoria.

Objetivos

Analisar vídeos institucionais do IFMS a partir da série “IFMS Comunica”, disponibilizados no YouTube entre 2016 e 2021, com foco na análise da produção audiovisual, linguagem narrativa e transmissão de valores institucionais do IFMS.

Metodologia

A pesquisa em nível de mestrado que está em andamento visa analisar os valores humanos em vídeos institucionais do IFMS a partir do Protocolo Eva. É necessário



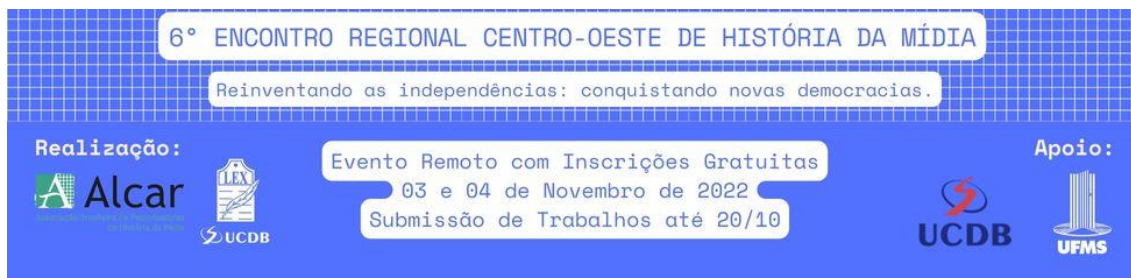
familiaridade com os vídeos institucionais para seleção da etapa empírica, portanto, neste resumo, realizamos uma pesquisa exploratória do material disponibilizado no canal do IFMS na plataforma do YouTube como forma de aproximação com o material audiovisual da instituição.

Primeiro, mapeamos todos os vídeos publicados pelo IFMS em seu canal no YouTube, entre os anos de 2014 até 2022. A partir desta exploração, observamos que o canal institucional do IFMS no Youtube era inicialmente utilizado como repositório, pois geralmente as publicações eram inseridas em data posterior aos acontecimentos, funcionando como um acervo institucional. Essa utilização do YouTube como um arquivo de vídeos foi observada do primeiro ao décimo sétimo vídeo, entre os dias 6 de fevereiro de 2014 a 8 de abril de 2016.

A função dos vídeos no YouTube passa a se transformar a partir da primeira edição do boletim de informações do IFMS, intitulado “IFMS Comunica”, destinado a fornecer informações pertinentes à comunidade estudantil. A partir de análise preliminar da série, esta foi escolhida como objeto empírico a ser investigado neste resumo, uma vez que a instituição passa, a partir da série, a utilizar os vídeos como forma de comunicação com seu público na internet. Entre abril de 2016 e outubro de 2022, data do último vídeo disponibilizado, foram 46 vídeos publicados, agrupados em uma *playlist*. Nesse sentido, o caráter temporal da série, com mais de seis anos de duração, viabiliza uma análise diacrônica, que compreende as alterações nos vídeos institucionais a partir de três eixos analíticos: produção audiovisual, linguagem narrativa e transmissão de valores institucionais.

Uma vez que a série foi escolhida como recorte de análise deste trabalho, todos os 46 vídeos foram assistidos e alguns apontamentos, tais como: mudanças do tipo de linguagem, ambiente e local de gravação, quem participa da narrativa e como se dá essa participação, se esses sujeitos são apenas espectadores ou se também atuavam como produtores desses vídeos.

Resultados, discussão e análises



Os primeiros vídeos publicados no canal institucional do IFMS no Youtube estavam relacionados às solenidades de posse, discursos, dentre outros. Foram divulgados sem regularidade, e por essa razão, nota-se que a finalidade era manter um acervo institucional com registros das gravações produzidas. Em abril de 2016 foi lançado o primeiro vídeo dirigido à comunidade estudantil no canal institucional do IFMS da plataforma YouTube, intitulado “IFMS Comunica”. Trata-se de um boletim de notícias do IFMS para comunicar o que acontece na instituição, em todos os *campi* e na reitoria.

Os primeiros vídeos da série exploraram diversos recursos audiovisuais, com integração de textos, imagens, músicas, cenas de filmes, *making of* e promovendo a interatividade com o público. Somente a partir do episódio 11, em 2017, foi incorporada a interpretação em Linguagem Brasileira de Sinais (Libras) no canto inferior dos vídeos. A Edição número 17 trouxe uma novidade: a Libras ganhou destaque na tela do vídeo quando tratou do tema sobre o primeiro estudante a apresentar seu trabalho de conclusão de curso em Linguagem brasileira de sinais. O locutor passou a aparecer no canto inferior do vídeo enquanto a intérprete de Libras ocupou o restante da tela.

A edição número 18 foi um marco para a série pois, pela primeira vez, o episódio foi gravado ao lado dos estudantes, no *Campus* Campo Grande e foram exibidas imagens de alunos em salas de aula, nos laboratórios, na biblioteca, na secretaria escolar. Esse tipo de relação entre seres humanos é pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes, pois “apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais”. (MARTINO, 2015, p. 55).

Outro marco importante da série está no episódio número 21. Foram os próprios estudantes de diversos *campi* que, a partir de seus celulares, gravaram vídeos e apresentaram seus cursos, a partir de seus pontos de vista. Nas edições seguintes, com o auxílio da Ascom, os estudantes entrevistaram colegas e narraram parte dos conteúdos do roteiro, com seriedade, mas de forma descontraída. A mídia social, assim, é social porque

6° ENCONTRO REGIONAL CENTRO-OESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

Reinventando as independências: conquistando novas democracias.

Realização: Alcar UCDB

Evento Remoto com Inscrições Gratuitas
03 e 04 de Novembro de 2022
Submissão de Trabalhos até 20/10

Apoio: UCDB UFMS

permite a apropriação para a sociabilidade, a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. Ela é diferente porque permite essas ações de forma individual e numa escala enorme. Ela está diretamente relacionada à Internet por causa da expressiva mudança que a rede proporcionou (RECUERO, 2020).

A partir de março de 2018, alguns episódios do “IFMS Comunica” foram gravados em outros *campi*, fora da capital, começou pelo *Campus Jardim*, passou pelos *campi* Coxim, Corumbá, Dourados, Três Lagoas, Ponta Porã e, por último, a edição número 43, gravada na cidade e no *Campus Aquidauana* em junho de 2019. A Edição número 44 do boletim teve como tema a confecção de placas táteis de sinalização nos laboratórios *maker* do IFMS e instalação nos *campi* e reitoria da instituição. A locutora reforça que o IFMS estimula os estudantes a resolverem problemas da sociedade por meio da tecnologia e reforça alguns dos valores da instituição, tais como: inovação e compromisso social, alusivos à melhoria da acessibilidade promovida pelo IFMS nessa ação de confecção e instalação de placas táteis.



Na penúltima edição da série, número 45, publicada em fevereiro de 2020, foram anunciadas mudanças significativas, entre elas que o IFMS Comunica, a partir daquele momento, daria protagonismo aos estudantes do IFMS, pois, com assessoramento da Ascom, seriam eles os roteiristas e animadores dos episódios. No mês seguinte, o mundo se deparou com a pandemia de Covid-19 e somente no início de 4 de agosto de 2021, o último episódio – até a presente data – foi lançado. O IFMS Comunica número 46 tratou da organização do ensino remoto, entrevistou estudantes e servidores que falaram das dificuldades e das saídas encontradas para enfrentar os desafios impostos à educação em tempos de pandemia.

Considerações Finais



É perceptível a evolução da narrativa, do formato e da linguagem das produções audiovisuais do IFMS Comunica. A instituição buscou eficiência das suas produções e aprimoramento das técnicas, e resultou no melhor alcance dos vídeos junto à comunidade estudantil. Entende-se que uma organização objetiva eficiência na produção de

6° ENCONTRO REGIONAL CENTRO-OESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

Reinventando as independências: conquistando novas democracias.

Realização:  

Evento Remoto com Inscrições Gratuitas
03 e 04 de Novembro de 2022
Submissão de Trabalhos até 20/10

Apoio:  

informações para a eficácia da recepção da informação por seus públicos. O desempenho, conforme analisa Chiavenato, “é consequência do esforço para realizar uma tarefa e atingir objetivos. É uma forma de monitorar resultados alcançados, comparar com o esperado e, se for o caso, tomar decisões”. Conforme o autor, “o desempenho está ligado à eficiência e à eficácia. A eficiência é como fazemos, é o método, a produção. A eficácia é chegar ao resultado desejado” (CHIAVENATO, 2006, p. 152).

As gravações feitas a partir de um estúdio, onde os estudantes eram espectadores, progredindo para as gravações junto aos estudantes, avançando para um formato mais recente, onde as narrativas dos alunos majoritariamente são colocadas em evidência, reforçaram que por meio da comunicação, o IFMS se aproxima da sua comunidade, oferece oportunidade para alunos colocarem em prática seus processos criativos e agem alinhados aos valores institucionais, que são: inovação, ética, compromisso com o desenvolvimento local e regional, transparência e compromisso social.

Referências Bibliográficas

BURGESS, J; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração Geral e Pública**. 2ª ed. revisada e atualizada. 7ª reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2020.