



Publicações webjornalísticas na divulgação da Biblioteca do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Santa Catarina

Webjournalistic publications in the dissemination of the Library of the Federal Institute of Education, Science and Technology Santa Catarina

Jaison Muniz 

Especialista em Gestão Empresarial
Instituto Federal de Santa Catarina.

jaisonmuniz@yahoo.com.br

Jéssica Bedin 

Doutoranda em Ciência da Informação
Universidade Federal de Santa Catarina

jessicabedin@unochapeco.edu.br

Priscila Machado Borges Sena 

Doutora em Ciência da Informação
Universidade Federal de Santa Catarina

priscilasena.pesquisa@gmail.com

Resumo

Com o objetivo de analisar as publicações institucionais on-line que apresentaram conteúdos relacionados à Biblioteca do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Santa Catarina (IFSC) – Campus Lages entre os anos de 2012 e 2018, realizou-se uma pesquisa descritiva quantitativa, coletando-se os dados contidos no Portal institucional e no site local do IFSC – Campus Lages. No entanto, não se excluiu em sua totalidade as demais publicações institucionais. Foram analisadas a quantidade, variação periódica, reprodução, proporcionalidade, assuntos mais abordados e publicados e migração de publicações entre os canais. Dos resultados, destaca-se que, aproximadamente 60% das publicações sobre o Campus Lages, publicadas no Portal do IFSC, em 2012, divulgavam ações e atividades relacionadas à Biblioteca. Também se constatou que, os assuntos que mais despertaram o interesse do jornalismo institucional foram os eventos, concursos culturais e exposições artísticas. No total, encontrou-se nos websites 72 publicações entre 2012 e 2018. No entanto, considerando as publicações de interesse geral e as reproduzidas, a proporção de postagens sobre ações e atividades desenvolvidas pela Biblioteca, durante os sete anos, foi de aproximadamente 7% de publicações no site do Campus e 20% no Portal da instituição. Desta forma, pode-se inferir que, o setor da Biblioteca do IFSC – Campus Lages contribuiu de maneira significativa para o número de publicações institucionais até o ano de 2018. Esse resultado está relacionado com diversos fatores, entre eles, a realização e promoção de iniciativas que resultam em conteúdo com potencial de interesse jornalístico e de divulgação.

Palavras-Chave

Marketing em biblioteca. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Santa Catarina. Publicações institucionais. Webjornalismo.

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the online institutional publications related to the Library of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Santa Catarina (IFSC) - Campus Lages between the years 2012 and 2018, through quantitative descriptive research, collecting the data con-



DOI: [10.28998/cirev.2021v8n1b](https://doi.org/10.28998/cirev.2021v8n1b)

Este artigo está licenciado sob uma [Licença Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Submetido em: 06/08/2020

Aceito em: 25/03/2021

Publicado em: 04/06/2021

tained in the institutional Portal and the local IFSC - Campus Lages website. However, do not exclude yourself as other institutional publications. Quantities, periodic variations, reproduction, proportionality, most published and published subjects, and publications of publications between channels were analyzed. Of the results, unless approximately 60% of the publications on Campus Lages, published on the IFSC Portal, in 2012, disclosed actions and activities related to the Library. The subjects that most arouse or interest in institutional journalism were events, cultural contests, and artistic exhibitions. In total, 72 publications were found on the websites between 2012 and 2018. However, considering publications of general interest and reproduced, a proportion of posts on actions and activities explored by the Library, during the seven years, was approximately 7% of publications on the website. Campus and 20% on the institution's Portal. In this way, it can be inferred that the IFSC Library sector - Campus Lages contributed significantly to the number of institutional publications up to 2018. This result is related to several factors, among them, the realization and promotion of initiatives that result in content with potential journalistic interest and dissemination.

Keywords

Library marketing. Federal Institute of Education, Science and Technology of Santa Catarina. Institutional publications. Web journalism.

1 INTRODUÇÃO

O recurso de apresentar notícias em sites iniciou-se com a entrada na denominada era do marketing conversacional. Isto ocorreu a partir dos anos 2000, quando a internet se tornou o meio de comunicação para que os consumidores e usuários passassem a interagir com as empresas e organizações (RAMALHO, 2010, p. 15).

Conforme Ho (1997), entre os propósitos de um website pode-se citar a provisão, o qual refere-se ao ato de disponibilizar informações com o objetivo de obter “boa vontade, exposição e credibilidade, a fim de, agilizar a comunicação entre o emissor e seu receptor”. Para Hernandez (2006, p. 238), são as publicações jornalísticas que auxiliam nesse processo, além de conferir atualidade e sensação de fluxo aos sites.

Estrategicamente, os websites do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Santa Catarina (IFSC) são canais de relacionamento utilizados com o propósito de interagir tanto com seu público externo, quanto com o interno (IFSC, 2016, p. 19). Se constituem uma das principais ferramentas de comunicação da instituição. Através desta plataforma, consegue-se “disponibilizar grande quantidade de informações atualizadas, com baixo custo e acesso facilitado” (IFSC, 2016, p. 12).

No contexto desta pesquisa, considerou-se que, no IFSC, os websites são de abrangência local, vinculado a um *Campus* em específico, e, abrangência sistêmica, reportando-se ao IFSC, como um todo, pelo seu Portal.

Diante disso, questiona-se: como ocorre a divulgação da Biblioteca do IFSC – *Campus* Lages nos sites oficiais da instituição? A partir desse questionamento, estabeleceu-se o objetivo de caracterizar as publicações de divulgação on-line (Webjornalismo) da Biblioteca do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Santa Catarina (IFSC), *Campus* Lages, entre os anos de 2012 e 2018.

Além da seção introdutória e do referencial teórico sobre publicações webjornalísticas, são apresentados os procedimentos metodológicos e algumas reflexões sobre o assunto. Entre elas, o jornalismo e a assessoria de imprensa para além do marketing de bibliotecas e o webjornalismo no contexto de sites e portais.

A apresentação dos resultados contextualiza a Biblioteca do IFSC – *Campus Lages* e apresenta o panorama dos dados estudados. Por ordem, apresentam-se os resultados das incursões deste estudo, no Portal do IFSC e no site do IFSC – *Campus Lages*, por vezes, relacionando-as.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Inicialmente, é necessário compreender que, a divulgação de produtos e serviços por meio da comunicação social apresenta-se de várias formas, como por exemplo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Jornalismo. É no contexto desta última, também integrante do “mix” de comunicação de marketing, que se encontra a Assessoria de Imprensa.

A partir desta atividade, originam-se as publicações com perfil jornalístico daquilo que se julga ser relevante e interessante para uma instituição. Estando vinculadas a estas, as Unidades de Informação, como as Bibliotecas, buscam também obter a divulgação de seus serviços e ações valendo-se desta ferramenta.

Do contato de profissionais da Biblioteconomia com jornalistas e profissionais de Comunicação, surgem pautas jornalísticas (*releases*¹) que são distribuídas e enviadas à imprensa, obtendo espaço de divulgação dentro do contexto editorial de um determinado veículo. No entanto, o mesmo conteúdo de um *release*, por exemplo, quando veiculado em sites da própria instituição, torna-se estratégico também na sua forma e propósito.

2.1 Marketing, assessoria de imprensa e webjornalismo

Segundo a Associação Americana de Marketing, o *marketing* é um processo que envolve a criação, comunicação, entrega e troca de ofertas que tenham valor para as pessoas (BONIFÁCIO, 2017, p. 368). Além disso, promove a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais (KOTLER; KOTLER, 2006, p. 04).

No campo da Biblioteconomia, o termo *marketing* é bastante abordado do ponto de vista da oferta de serviços que atendam às necessidades dos usuários. No entanto, é preciso atentar para o fato de que sua importância vai além disso.

Conforme Kotler e Keller (2013, p. 17), é dividido em 4Ps: “produto, preço, praça (ponto de venda) e promoção”. Esta última é composta pelo “mix” de comunicação de *marketing*, que tem entre suas ferramentas, a Assessoria de Imprensa (KOTLER; KOTLER, 2006, p. 553).

Para conseguir espaço de divulgação de notícias na imprensa, muitas instituições recorrem aos serviços de uma assessoria de imprensa, que pode ser uma estrutura criada internamente, com profissionais da área da comunicação, ou contratada externamente. Ela pode tanto enviar sugestões de pauta para os veículos de comunicação quanto receber demandas deles, como pedidos de entrevistas e informações (IFSC, 2016, p. 11).

A mesma sugestão de *release*, produzida pelos jornalistas e profissionais de comunicação dos *Campus* do IFSC, serve-se de conteúdo noticioso na atualização dos próprios canais de comunicação institucional (websites e mídias sociais) no ambiente digital.

No entanto, as discussões acerca da terminologia utilizada para o jornalismo desenvolvido no ambiente digital, geram discussões no meio acadêmico (MIELNICZUK, 2003, p.

¹Material de divulgação escrito em linguagem jornalística enviado às redações dos veículos de imprensa.

22). Para Palácios (2002, p. 02) e Lima (2014, p. 14) são diversas as nomenclaturas utilizadas neste meio: jornalismo digital, webjornalismo, ciberjornalismo, jornalismo eletrônico, jornalismo on-line, jornalismo hipertextual.

Para Mielniczuk (2003, p. 197), há uma diferença entre os termos. Segundo ela, o jornalismo eletrônico engloba o jornalismo on-line e digital, havendo distinção entre ambos. O primeiro, refere-se à pesquisa e a apuração jornalística, utilizando-se a internet como ferramenta para a captura e busca de informações. Já o segundo, tem a função de desenvolver e disponibilizar informação na “web”.

No entanto, Lima (2014), autora que dedicou seu trabalho à análise do jornalismo de Portal, cita, a partir do estudo de Mielniczuk, outras referências nominais possíveis:

Jornalismo eletrônico utiliza de equipamentos e recursos eletrônicos. Jornalismo digital ou Jornalismo multimídia emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de bits. O Ciberjornalismo envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço. O Jornalismo on-line é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real. Já o Webjornalismo diz respeito à utilização de uma parte específica da internet, que é a web (MIELNICZUK *apud* LIMA, 2014, p.14).

Palácios (2002, p 02), por sua vez, reforça que a nomenclatura está sempre relacionada ao suporte e meio de veiculação. Segundo ele, o jornalismo desenvolvido para televisão é designado como telejornalismo; para o rádio, radiojornalismo; para suportes em papel, jornalismo impresso. Para tanto, corroborando com a ideia, Mielniczuk (2003) e Lima (2014) reiteram a utilização do termo webjornalismo, no entendimento de que este é o jornalismo desenvolvido no ambiente digital.

Convém reiterar também que, para além do conteúdo das publicações, o webjornalismo cumpre com outras funções, quando utilizado no contexto de websites e portais empresariais/organizacionais.

Verifica-se em Pfützenreuter (2010), ao estudar o clipping digital em bibliotecas e analisar o Banco de Notícias da Biblioteca Digital do Senado Federal, a constatação que o webjornalismo promove fontes de informação importantes, quando da seleção de informações disponíveis na internet, em tempo real, tornando-as acessíveis ao público.

2.2 Website, portal e a publicação de notícias

Mas e por que abordar o uso de websites neste estudo considerando-se que a comunicação contemporânea migrou em grande parte das mídias sociais? Para Hernandez (2006, p. 248) é o fato de a internet “vender-se como meio que disponibiliza milhões de páginas e imensa variação e possibilidades”, que os internautas tendem a ter mais segurança diante de *homepages* que pouco se alteram do ponto de vista formal. É justamente nesse contexto, de uma plataforma menos mutável e mais estável, que a publicação de conteúdo noticioso cumpre a sua função.

Desde seu princípio, o recurso de apresentar notícias em websites tornou-se comum na rede. As notícias publicadas nas *homepages* dos sites “não passam de informação atualizada sobre os próprios enunciadores”, aponta Hernandez (2006, p. 238). Desta maneira, o público fica sabendo das “novidades” e ainda é manipulado para enxergar o próprio dinamismo do site e aqueles que detêm a sua propriedade.

Neste momento, para além de considerar apenas a existência e uso de um único website institucional em toda e qualquer situação, é necessário realizar ainda alguns apontamentos acerca dos “portais”.

Para Ferrari (2014) e Lima (2014), um portal tem por objetivo seduzir e cultivar a tenção do internauta. Começou a ser utilizado na internet, a partir de 1997, para designar um conjunto de sites interligados. A partir de uma página inicial são publicados conteúdos diversos, de diferentes áreas e origens, inclusive com direcionamento para outros sites de um mesmo grupo organizacional. As autoras ainda mencionam que é o conteúdo jornalístico, também presente nos portais, o principal chamariz para o público.

No entanto, sejam portais ou websites, quando não vinculados a uma empresa jornalística, eles não existem para serem jornais digitais, e sim, ferramenta de comunicação no ambiente digital. Retoma-se aquilo que já foi abordado anteriormente de que é este tipo de publicação que confere um aspecto de atualidade aos sites, conforme Hernandes (2006, p. 238). O autor ainda reforça que assim “o internauta, no seu processo interpretativo, reconhece estar diante de informação nova”.

Dessa forma, o entendimento do processo webjornalístico na divulgação das bibliotecas torna-se uma ferramenta de alto potencial para o estabelecimento de uma relação confiável e duradoura com seu público-alvo. Conforme visualiza-se no serviço “Fala Biblioteca²” ofertado pela Biblioteca Universitária (BU) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Comissão de Comunicação e Marketing, em que são publicados textos de autoria dos servidores da BU com temas de interesse da comunidade universitária.

Posto isso, apresenta-se na próxima seção a biblioteca foco desta pesquisa, para compreender o panorama em que a análise das publicações webjornalísticas ocorre e a divulgação do setor no âmbito mais abrangente da instituição.

2.3 Biblioteca do IFSC – *Campus* Lages

A biblioteca do IFSC - *Campus* Lages está em atividade desde 2010. No entanto, neste período a instituição ainda funcionava provisoriamente junto as instalações da Associação Empresarial de Lages (ACIL). Somente em 02 de março de 2012, com a inauguração da sede própria da instituição, passou a atender na atual estrutura.

A unidade faz parte do Sistema Integrado de Bibliotecas (SiBI) do IFSC com 22 bibliotecas distribuídas em todo o estado de Santa Catarina. Em Lages, está vinculada ao Departamento de Ensino Pesquisa e Extensão.

Segundo Pimentel, Bernardes e Santana (2007, p.22) a “tipologia de uma biblioteca dependerá das funções que ela desempenhará”. Os autores definem que elas podem ser escolares, especializadas, infantis, pública, nacional, universitária. Já Vieira (2014, p.13), acrescenta também outras tipologias como: Híbrida, Eletrônica, Digital, Virtual e Pessoal/Particular.

Os Institutos Federais foram criados pela lei 11892/2008. Sua característica é ofertar cursos que vão desde a alfabetização de adultos até cursos de pós-graduação em nível de Mestrado e Doutorado.

Aqui reside a dificuldade de caracterizar a biblioteca do *Campus* Lages. Para Lima (2015) podemos enquadrar as bibliotecas do IFSC em mais de uma categoria. Podem ser tanto universitárias, escolares ou até mesmo comunitária:

² Mais informações em: <http://portal.bu.ufsc.br/servicos/fala-biblioteca/>.

Poderíamos enquadrar a biblioteca do IFSC-Lages na categoria escolar, tendo em vista a definição dessas bibliotecas como aquelas que possuem como objetivos atender alunos, professores, funcionários da unidade de ensino que está localizada dentro de uma unidade de ensino pré-escolar, fundamental e/ou médio. Os IFSC's oferecem ensino médio, entre outras formações. Contudo, muitos institutos possuem cursos de graduação tecnológica; nesse caso, seriam bibliotecas universitárias (LIMA, 2015, p. 71).

Além do tripé Ensino, Pesquisa e Extensão, o IFSC ainda “promove o atendimento à comunidade externa e por isso, suas bibliotecas podem enquadrar-se em comunitária ou universitária de acervo público” (LIMA, 2015, p.71).

É neste cenário que caracterizar-se-á as publicações webjornalísticas originárias de um determinado setor, neste caso uma Biblioteca, no contexto da divulgação das ações utilizando websites institucionais, conforme critérios adotados a seguir.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Caracteriza-se esse estudo obedecendo aos critérios e delimitações próprios de uma pesquisa do tipo descritiva. Conforme Barros e Lehfeld (2007, p.84) “este é um tipo de pesquisa em que não há a interferência do pesquisador”. É um trabalho que, de acordo com as autoras, “procura descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre, sua natureza, características, causas, relações e conexões com outros fenômenos”, subdividindo-se em dois tipos: documental/bibliográfica e de campo.

É nesta mesma linha que Cervo, Bervian e Silva (2007, p.61) abordam que a pesquisa descritiva busca “observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulação”. Para eles, este tipo de pesquisa “desenvolve-se principalmente nas ciências humanas e sociais, abordando dados e problemas cujo registro não consta em documentos”. São várias as formas: estudo descritivos, pesquisa de opinião, pesquisa de motivação, estudo de caso e pesquisa documental.

Estudos descritivos: trata-se do estudo e da descrição das características, propriedades ou relações existentes na comunidade, grupo ou realidade pesquisada. Os estudos descritivos, assim como os exploratórios, favorecem, na pesquisa mais ampla e completa, as tarefas da formulação clara do problema e da hipótese como tentativa de solução. Comumente se incluem nesta modalidade os estudos que visam a identificar as *representações sociais* e o *perfil* de indivíduos e grupos, como também os que visam a identificar *estruturas, formas, funções e conteúdos* (CERVO;BERVIAN; SILVA, 2007, p.62).

O trabalho foi realizado por meio da coleta de dados de informações publicadas nos sites do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), entre os anos de 2012 e 2018 (Quadro 1).

Quadro 1 – Identificação e endereço eletrônico de páginas acessadas para a coleta de dados da pesquisa

Identificação da página	Endereço eletrônico
Portal do IFSC	www.ifsc.edu.br
Site IFSC – <i>Campus</i> Lages	www.lages.ifsc.edu.br

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A escolha da Biblioteca do IFSC – *Campus* Lages como objeto de estudo se deu por conta da intensidade de ações desenvolvidas ao longo do tempo. Foram várias as iniciativas que a destacaram, ao menos nos anos iniciais de implantação, dentre as outras unidades da instituição e no próprio *Campus*.

Os canais de comunicação (websites) foram selecionados por serem os únicos meios que ainda preservam os registros de eventos e ações do *Campus* Lages, desde a sua entrada em operação em sede própria, no ano de 2012. Compreendeu-se, neste período, a denominada Expansão II da Rede Federal de Ensino, na qual também iniciaram suas atividades vários outros *Campus* no estado de Santa Catarina.

A coleta de dados se deu por meio da sistematização em planilhas, a partir do acesso às páginas. Registrou-se todas as publicações que mencionaram qualquer ação ou citação sobre a Biblioteca do IFSC – *Campus* Lages, classificando-as dentro de uma das 12 categorias pré-estabelecidas. Contudo, foram computados também, outras publicações de interesse geral e que abordaram assuntos de outras áreas.

Para esta pesquisa, a coleta de dados teve como finalidade avaliar o espaço ocupado pelas divulgações que abordam assuntos referentes à Biblioteca do IFSC – *Campus* Lages. O foco está no conteúdo publicado a partir das atividades de biblioteconomia nos websites institucionais.

Foram considerados, também enquanto objetivos deste estudo, o quantitativo de publicações, seus assuntos (categorias), frequência de postagens, proporção entre postagens institucionais de interesse geral e específico da Biblioteca, incidência de conteúdo meramente reproduzido e de criação própria.

Para a comparação dos dados e classificação do conteúdo, padronizou-se a nomenclatura criando-se 12 categorias/subdivisões (Quadro 2). Isto se deu com base em uma verificação preliminar durante a coleta inicial de dados, conforme os assuntos mais recorrentes e similares.

Quadro 2 – Categorização das publicações, conforme o tipo de conteúdo/assunto, sobre a Biblioteca do IFSC – *Campus* Lages

Categoria	Tipo de conteúdo	Descrição
1	Encontros profissionais	Encontros profissionais entre bibliotecários da região da Serra Catarinense.
2	Eventos culturais	Eventos culturais realizados no âmbito do IFSC – <i>Campus</i> Lages. Datas comemorativas, lançamentos, saraus, apresentações artísticas, festinhas diversas.
3	Eventos parceiros	Eventos realizados em parceria ou participação em eventos de terceiros.
4	Exposições e cinema	Exposições fotográficas, artes plásticas, exibição e mostra de filmes.
5	Reprodução	Notícias e publicações de terceiros (conteúdo reproduzido)
6	Oficinas	Oficinas de redação, artes, atividades manuais
7	Vídeos	Publicação de vídeos produzidos com conteúdo da Biblioteca do <i>Campus</i> .
8	Campeonatos e concursos	Publicação sobre campeonatos e concursos realizados no âmbito da Biblioteca, divulgação de entrega de troféus e premiações diversas.
9	Programação	Publicações com a divulgação da agenda da Biblioteca. Eventos e atividades internas ou organizadas pela

Categoria	Tipo de conteúdo	Descrição
		Biblioteca.
10	Capacitações	Capacitações realizadas pela equipe da Biblioteca ou em parceria. Formação de auxiliares de Bibliotecas, capacitação de alunos e servidores.
11	Gestão/administrativo	Horários de atendimento, publicação de editais de estágio, normas e regulamentos.
12	Citações	Menções em publicações de terceiros.

Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

O tipo de publicação foi dividido em assuntos de “interesse geral” e “interesse específico da Biblioteca”. As postagens de interesse geral informam sobre as mais diversas áreas e assuntos institucionais. Estas, por sua vez, foram consideradas apenas em quantidade, excluindo-se a setorização e a categorização por assuntos. Embora o conteúdo não tenha sido classificado, foi subdividido em publicações de conteúdo produzido no âmbito do próprio IFSC – *Campus Lages* (produção própria) e conteúdo replicado/reproduzido, em seus sites.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A organização deste estudo está ordenada de forma a demonstrar inicialmente um panorama com o conteúdo das postagens por categoria, como se deu a evolução ao longo dos anos e a distribuição conforme os meses. Na sequência são apresentados os dados do Portal do IFSC e do site do *Campus Lages*.

A Tabela 1 apresenta o quantitativo geral das postagens, conforme categorias de assuntos. No site do *Campus Lages*, houve destaque para publicações de eventos culturais; exposições e cinema; campeonatos e concursos. Já, no Portal institucional, campeonatos e concursos; exposições e cinema e eventos culturais.

Tabela 1 – Quantitativo geral de postagens, conforme categoria/assunto, no Portal institucional e na página do IFSC – *Campus Lages*, entre os anos de 2012 e 2018.

Categoria	Site do <i>Campus</i>	Portal do IFSC
Encontros profissionais	4	--
Eventos culturais	15	3
Eventos parceiros	5	--
Exposições e cinema	9	4
Reprodução	2	--
Oficinas	1	--
Vídeos	--	--
Campeonatos e concursos	8	5
Programação	7	2
Capacitações	4	1
Gestão/administrativo	2	--
Citações	--	--
Total de publicações	57	15

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A gênese deste estudo deu-se com o levantamento total das publicações webjornalísticas (notícias) publicadas no site do IFSC – Lages e, parcial, filtrando-se somente publicações do *Campus Lages*, a partir do *link* “Notícias por Câmpus”, nas publicações no Portal da instituição.

Tabela 2 – Número de publicações da Biblioteca do IFSC – *Campus Lages*, postadas entre os anos de 2012 e 2018

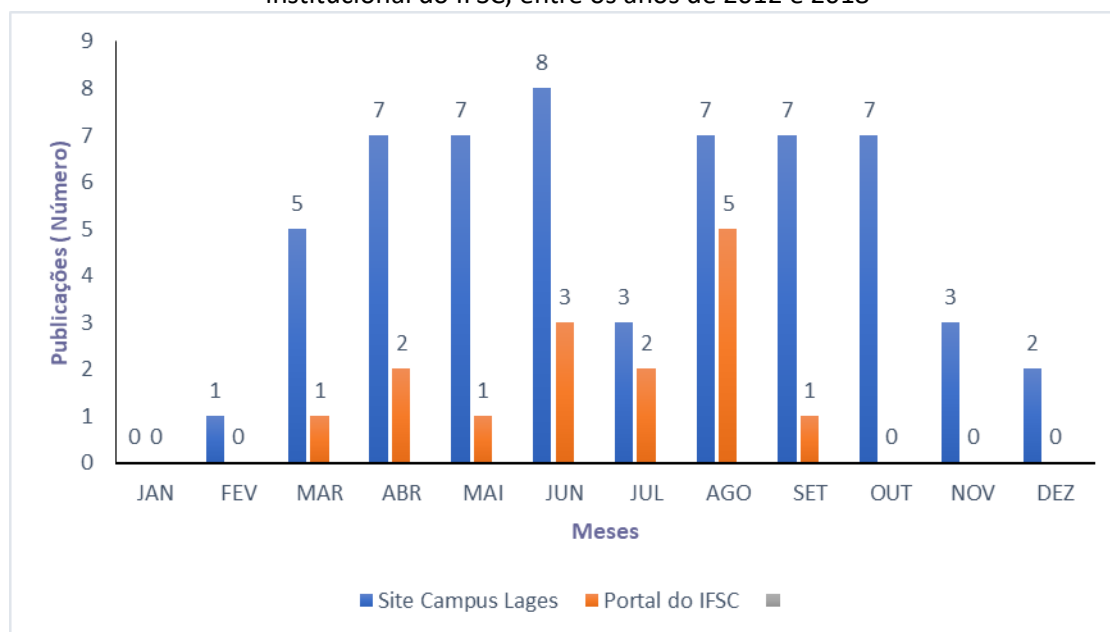
Site	www.lages.ifsc.edu.br	www.ifsc.edu.br
Total de publicações	824	74
Reproduzidas	242	-
Interesse geral	525	59
Interesse da Biblioteca	57	15

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Do conteúdo postado no site do IFSC – *Campus Lages*, verificou-se que, foram produzidas durante os anos de 2012 e 2018 o total de 824 publicações, distribuídas em 207 páginas, abordando-se diversos assuntos. No mesmo período, 74 postagens sobre o *Campus Lages* foram publicadas pelo departamento de jornalismo institucional na plataforma do Portal institucional (Tabela 2). Entre estas, 15 publicações, pouco mais de 20%, reproduziram assuntos sobre a Biblioteca do *Campus*.

Excluindo-se as postagens sobre assuntos da Biblioteca e publicações externas (reproduzidas) do quantitativo de publicações no site do IFSC – *Campus Lages*, todas as postagens referentes aos outros setores, áreas e assuntos diversos, são visualizados no somatório total, ao longo do estudo. Com isso, embora pareça um volume baixo de conteúdo referente à Biblioteca, precisa-se atentar ao fato de que os dados correspondem a um único setor, isolado.

Figura 1 – Número mensal de publicações, postadas no site do IFSC – *Campus Lages* e Portal institucional do IFSC, entre os anos de 2012 e 2018



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Na Figura 1 é possível visualizar a veiculação de publicações por meses de maior incidência. No somatório total, de 72 publicações veiculadas nos sites, o mês de agosto foi responsável por concentrar quase 17% do conteúdo, seguido por junho (15%) e abril (13%).

A baixa quantidade de postagens durante os períodos de férias escolares, compreendidas entre os meses de janeiro, fevereiro e dezembro de cada ano não causa surpresa. No entanto, em

julho, também período de férias letivas, ainda é visível um número razoável de produção de conteúdo.

4.1 Publicações no Portal institucional do IFSC

A primeira publicação do IFSC – *Campus Lages* foi sobre o evento intitulado “Sarau em homenagem às mães”, datado de 14 de maio de 2012. A segunda publicação foi sobre a exposição dos “Retratos do comércio”, realizada em 13 de junho do mesmo ano, as quais foram publicadas antes e unicamente no Portal do IFSC.

Somente a terceira postagem do Portal institucional, com o título “*Campus Lages* promove exposição Outros Olhares”, coincide com a data de postagem da primeira publicação da Biblioteca no site do *Campus*. Estes dados registram os primeiros eventos realizados pela biblioteca.

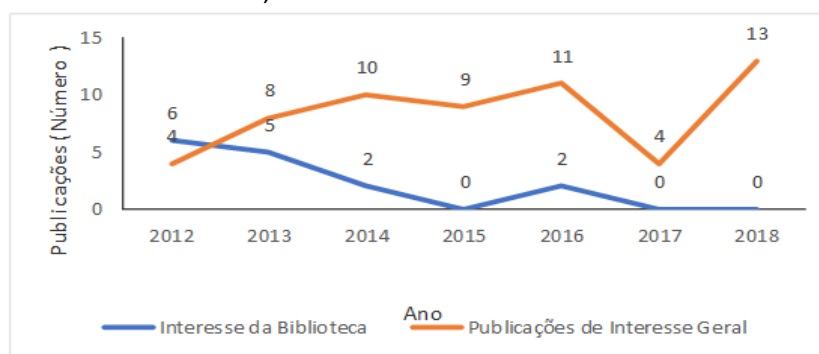
No Portal institucional, entre 2012 e 2018, foram publicadas 74 postagens referente ao *Campus Lages* (Tabela 2). Já, na Figura 2, verifica-se a variação anual destas publicações, estando subdivididas em “Interesse geral” (59) e “Interesse da Biblioteca” (15).

Destaca-se que, em 2012, a Biblioteca do *Campus Lages* foi responsável por aproximadamente 60% das publicações webjornalísticas postadas no Portal institucional. Isso demonstra que há potencial jornalístico naquilo que é desenvolvido na Unidade de Informação. Contudo, esse foi o único período, ao longo de todo o período de estudo, em que se registrou maior volume de publicações com assuntos de interesse da Biblioteca sobre os de interesse geral do *Campus*. Evidentemente, deste período em diante, ocorre a setorização e ampliação da oferta de cursos e serviços do *Campus*, recém-implantado.

Em 2012, embora o quantitativo de publicações da Biblioteca tenha se destacado quando comparado com as publicações de interesse geral do *Campus*, constatou-se que a partir desse mesmo ano, houve declínio no número de publicações, com uma pequena variação em 2016. Nos anos de 2015, 2017 e 2018, não foi encontrada nenhuma publicação sobre a Biblioteca de Lages no Portal do IFSC.

Indo além, quando se contabiliza os dados dos oito *Campus* implantados na fase de Expansão II da Rede Federal de Ensino (Caçador, Canoinhas, Criciúma, Gaspar, Itajaí, São Miguel do Oeste, Urupema e Lages), têm-se 618 notícias publicadas no Portal institucional. Deste total, as postagens da Biblioteca do *Campus Lages* correspondem a 75% de tudo que foi produzido e divulgado sobre as bibliotecas (20 postagens). Isso demonstra que as outras Unidades de Informação pouco representaram no contexto geral.

Figura 2 – Número anual de publicações do IFSC – *Campus Lages* publicadas no Portal institucional do IFSC, entre os anos de 2012 e 2018



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A disparidade fica ainda maior quando se calcula a porcentagem de conteúdo de interesse das bibliotecas no comparativo com o quantitativo de publicações de interesse geral. Pouco mais de 3% das publicações webjornalísticas, dos *Campus* acima mencionados, são sobre as bibliotecas.

Notou-se que um fator que proporcionou esta visibilidade à biblioteca do *Campus* Lages foi o fato de assumir a responsabilidade em realizar/organizar eventos institucionais, inclusive inseridos no calendário de eventos do *Campus*. Já, nas outras unidades, a responsabilidade ficava a critério de outros setores, iniciativas isoladas de professores e outros servidores e, projetos de extensão.

Mesmo quando se analisa os dados referentes aos *Campus* federalizados no mesmo período (Geraldo Werninghaus, Xanxerê e Garopaba), mais a criação do *Campus* bilíngue em Palhoça, nada se muda na proporção de publicações sobre bibliotecas. Na verdade, só aumenta a disparidade com as postagens de interesse geral, haja vista, que nenhuma outra publicação de interesse específico das Bibliotecas foi encontrada, além das já numeradas.

4.2 Publicações no site do IFSC – *Campus* Lages

A primeira postagem do site do IFSC – *Campus* Lages foi um texto informativo, não noticioso, explicando o que é a Extensão no contexto da instituição e como se faz para participar dos projetos. No entanto, é a segunda publicação, datada em 05 de março de 2012, informando sobre a inauguração e o ato de entrega à comunidade do IFSC – *Campus* Lages, que é identificada como sendo do gênero notícia, enquadrando-se no quesito webjornalismo, deste trabalho.

A primeira postagem específica sobre a Biblioteca do *Campus* Lages foi publicada aproximadamente cinco meses depois de inaugurado o site. Em 10 de agosto de 2012 postou-se a notícia “*Campus* Lages promove exposição Outros Olhares”, a qual não se tratou de conteúdo publicado no site do *Campus*. O texto apresentava somente o *lead*³, que então, e ao clicar no “Leia mais” da página, direcionava o internauta ao site do Link Digital (Blog dos servidores do IFSC).

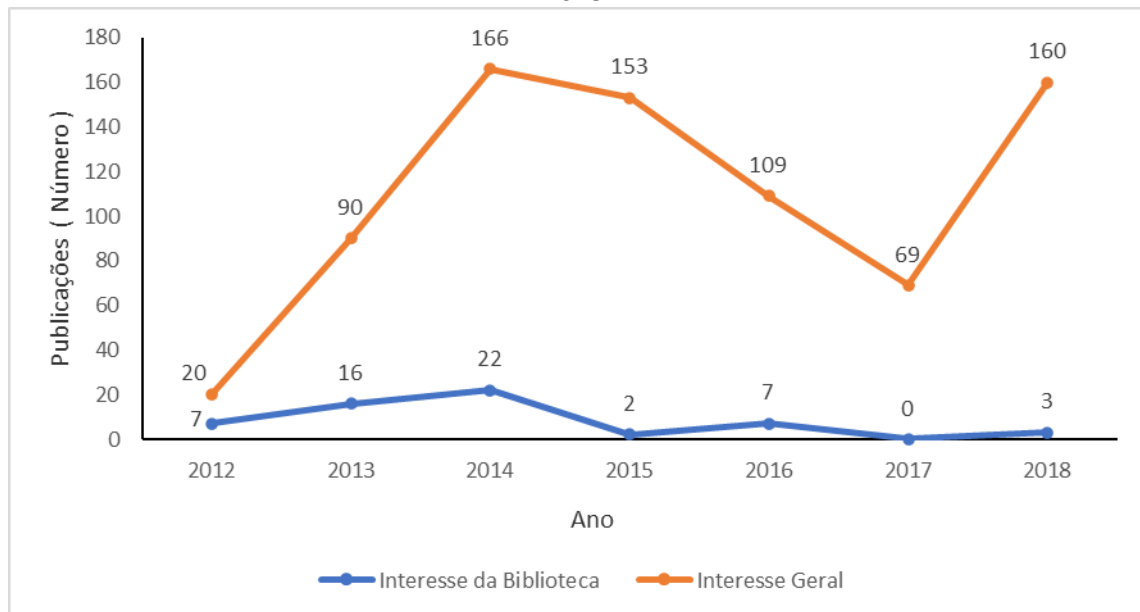
Do total de postagens registradas no website do *Campus* Lages (824), 57 publicações, o que equivale a aproximadamente 7% de todo conteúdo de webjornalismo postado, incluindo reproduções, tratava-se especificamente de conteúdo de interesse da Biblioteca do *Campus*.

No levantamento quantitativo das publicações, constatou-se que, não existiu padrão ou fluxo contínuo de postagem ou produção de conteúdo institucional ao longo dos anos. Na Figura 3, verifica-se que houve crescimento constante de postagens nos 3 primeiros anos de utilização do site. Esta tendência de crescimento positivo atinge o seu maior volume de conteúdo publicado no ano de 2014, totalizando 188 publicações. Destas, 166 foram assuntos de interesse geral e 22 (cerca de 12%) de interesse específico da Biblioteca. Foi neste mesmo ano que se verificou a maior ocorrência de publicações webjornalísticas sobre a Biblioteca, postadas no site do IFSC – *Campus* Lages durante todo o período pesquisado.

É necessário considerar neste momento que, uma quantidade razoável de notícias publicadas no site do *Campus* se trata também de reproduções de conteúdo institucional de interesse geral. Notícias que, por orientação do Departamento de Jornalismo na Reitoria, devem ser postados nos sites de cada *Campus*.

³Primeiro parágrafo de um texto jornalístico com a função de introduzir o leitor no assunto.

Figura 3 – Número anual de publicações no site do IFSC – *Campus* Lages, entre os anos de 2012 e 2018.



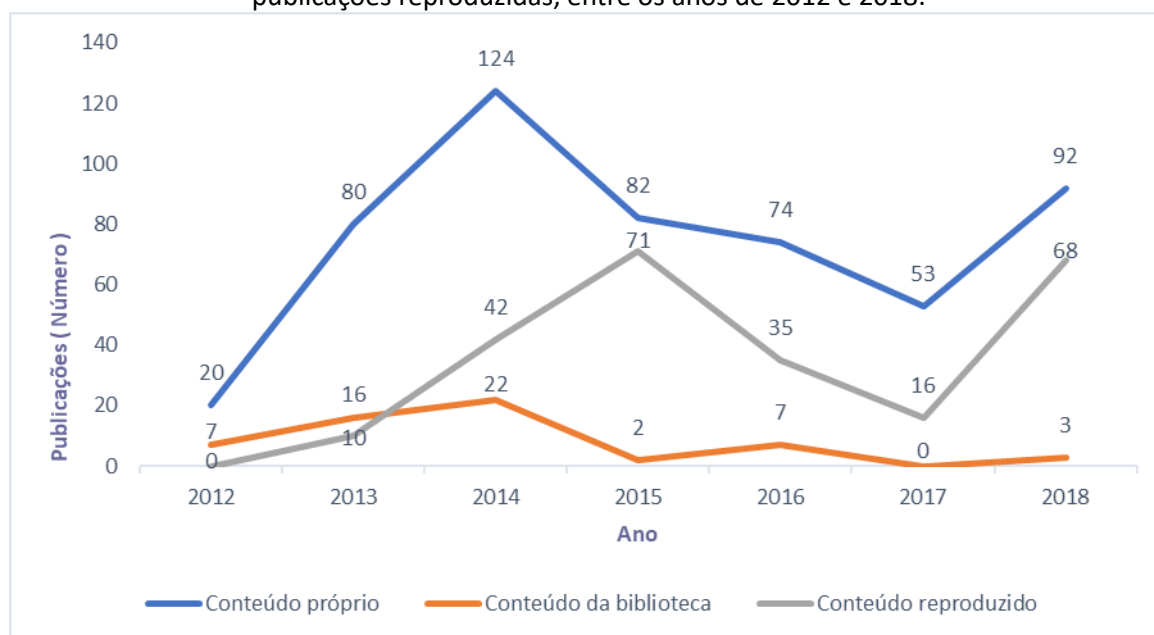
Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Para aproximar os dados gerais daquilo que de fato é produção de conteúdo real, a Figura 4 demonstra o quantitativo verdadeiro de publicações produzidas no próprio *Campus*. Isso se faz necessário para que se identifique a proporção entre conteúdo webjornalístico de criação própria e reproduzida. Considera-se aqui que, as publicações sobre a Biblioteca do IFSC – *Campus* Lages são conteúdos próprios. Portanto, comparar as publicações sobre a Biblioteca com o volume total, incluindo notícias externas, só demonstraria uma grande disparidade.

Ao longo dos anos, a proporção de conteúdo externo reproduzido/postado no site local foi de 242 postagens (29%), ultrapassando 45% no ano de 2015 e 41% em 2018. Em 2014, vê-se que o quantitativo de publicações de interesse da Biblioteca corresponde aproximadamente 12%, quando consideradas no cálculo total das publicações reproduzidas (188). Entretanto, quando se toma por base somente assuntos do próprio *Campus* (146), essa proporção aumenta para 15%.

Embora a utilização de assuntos da Biblioteca para gerar conteúdo de postagem institucional seja baixo comparando-se o saldo total, vê-se que em 2012 e 2013, ainda assim, superou em quantidade o número de postagens reproduzidas/replicadas.

Figura 4 – Número anual de publicações no site do IFSC – Campus Lages, sob o ponto de vista de publicações reproduzidas, entre os anos de 2012 e 2018.



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Registre-se que, em 2013, o setor da Biblioteca passou a prestar apoio às atividades de jornalismo do IFSC – *Campus* Lages por ter em seu quadro o único servidor da instituição com formação em Comunicação Social. No ano seguinte, em 2014, este servidor, até então lotado no setor da Biblioteca, assumiu a coordenação de Relações Externas, responsável então pela comunicação do *Campus*.

Retornando aos dados da Figura 4, é possível verificar o resultado dessa relação de proximidade com o setor. Nos anos de 2013 e 2014 têm-se os maiores números de publicações webjornalísticas sobre a Biblioteca. Outra observação, e que vem a contribuir, é o fato de que em 2015, este mesmo servidor retorna às suas funções na Biblioteca. A partir deste período a comunicação do *Campus* passou a ser responsabilidade de um profissional de Comunicação Social, servidor efetivo do quadro funcional do IFSC. É nesse período de transição que as produções webjornalísticas sobre a Biblioteca sofrem nova queda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora, tenha-se verificado uma dispersão no conteúdo geral das publicações, devido ao crescimento natural do *Campus* Lages e a sua setorização, entre os anos de 2012 e 2018, foram postadas 72 publicações em ambos os sites, tratando-se especificamente sobre assuntos de interesse da Biblioteca do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Santa Catarina (IFSC), *Campus* Lages. Deste total, pouco mais de 79% foram localizadas no site do *Campus* Lages e quase 21% no Portal do IFSC.

Os resultados demonstram o aproveitamento da divulgação do setor da Biblioteca do IFSC – Lages nos websites institucionais. Verifica-se também a importância da capacidade informativa e de produção de conteúdo institucional capaz de ser gerado por uma Unidade de Informação.

Entre as categorias de assuntos, não houve predominância de um sobre os demais. No entanto, 26 % das publicações no site do *Campus* divulgaram pequenos eventos

realizados no ambiente da Biblioteca ou nas áreas do IFSC – *Campus* Lages. Encontrou-se registros de festas juninas e de *halloween*, bem como, saraus e apresentações artísticas. Já, no Portal institucional do IFSC, cerca de 33 % das atualizações são referentes a entrega de premiações por conta de eventos como campeonato de xadrez, concursos literários, entre outros.

Os resultados são importantes para que o setor da Biblioteca considere estrategicamente a utilização do webjornalismo como ferramenta de informação e relacionamento com seus públicos, bem como, para fortalecimento da sua imagem institucional. Torna-se também pertinente para que profissionais de Comunicação possam considerar o potencial informativo de uma biblioteca como geradora de pauta e fonte permanente de conteúdo de comunicação organizacional.

O caminho para isso dá indícios de ser por intermédio da realização de eventos próprios ou em parceria, bem como, assumindo para si a responsabilidade de promotora de ações culturais e educativas dentro da instituição, como foi o caso da Biblioteca do *Campus* Lages.

Este estudo não esgota o assunto, deixando margem para abordagens que possam adentrar em questões como, por exemplo: o que motivou as bruscas quedas no quantitativo de postagens? Qual a proporção de conteúdo distribuída por setores e não por categorias? Como se dá o fluxo de comunicação entre profissionais da Biblioteconomia e? Motivações e ruídos nesse processo comunicacional entre os profissionais envolvidos? O resultado efetivo da produção de conteúdo e o espaço ocupado na mídia tradicional (Revistas, jornais, televisão, rádio...)?

Isso porque, nesta pesquisa com o levantamento se teve a pretensão de realizar apenas uma exploração inicial sobre o resultado do serviço de comunicação institucional formal e seu enfoque nas ações bibliotecárias.

REFERÊNCIAS

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2007.

BONIFÁCIO, E. L. Ciência da informação e marketing: uma interdisciplinaridade possível. **Ciência da Informação**, [S.l.], v. 44, n. 3, jun. 2017. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1791/3184>>.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. 2ed. São Paulo: Contexto, 2004.

HERNANDES, N. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Conceito, 2006.

HO, J. Evaluating the World Wide Web: A Global Study of Commercial Sites. **Journal of Computer-Mediated Communication Indiana** - United States, v. 3, n.º 1, jun. 1997. Disponível em <https://on-linelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00066.x>.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA (IFSC). **Política de Comunicação do IFSC**. Florianópolis: Publicações do IFSC, 2013.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA (IFSC). **Manual de canais de relacionamento com a imprensa**. Luckman, Ana Paula et al.; edição: Luckman, Ana Paula. Florianópolis: Publicações do IFSC, 2016.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Marketing essencial: conceito, estratégias e casos**. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

LIMA, A. C. L. **Jornalismo de Portal: análise de conteúdo do G1 nas áreas de cobertura da TV Tem**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2014. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/119621>>.

LIMA, M. M. **Ação Cultural na Biblioteca: estratégia educativa para fortalecimento das identidades e transformação social**. Lages, SC: 2015. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Planalto Catarinense. Programa de Pós-graduação em Educação. Disponível em: <<https://biblioteca.uniplaclages.edu.br/biblioteca/repositorio/000000/0000001A.pdf>>.

MIELNICZUK, L. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. 2003. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/Biblioteca_1000.PDF>.

PALACIOS, M. et al. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. 2002. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf>.

PFÜTZENREUTER, I. K. **Clipping digital em bibliotecas: o exemplo do Banco de Notícias da Biblioteca Digital do Senado Federal**. Monografia (Curso de Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/27830>>.

PIMENTEL, G.; BERNARDES, L.; SANTANA, M. **Biblioteca Escolar**. Brasília: Universidade de Brasília, 2007.

RAMALHO, J. A. **Mídias sociais na prática**. São Paulo (SP): Elsevier, 2010.

VIEIRA, R. **Introdução à teoria geral da biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Interciência, 2014.