

## LABORATÓRIO EM COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL

**ELOISA SOARES CALDEIRA<sup>1</sup>; ANDERSON EBERTS TRINDADE<sup>2</sup>, MATEUS  
BRUM DE ARMAS<sup>3</sup>; GUILHERME CARVALHO DA ROSA<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – eloisa.soaresc@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – anderson.eberts@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mateusarmas@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – guilhermecarvalhodarosa@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Além da relação com a compreensão do cinema como um campo de produção artística, o audiovisual também se conecta com as demandas presentes no mercado de trabalho. Uma delas é a Comunicação Audiovisual Institucional que trata da realização de produtos audiovisuais, com a integração de janelas e mídias, que sejam realizados dentro de um propósito de comunicação das organizações com seus públicos. A comunicação Institucional, de acordo com Margarida Kunsch (2002, p.151) abrange as relações públicas, jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, editoração multimídia, imagem corporativa, propaganda institucional, marketing social e marketing cultural, sendo o audiovisual uma ferramenta para exercer estas diferentes formas de comunicação.

O projeto Laboratório em Comunicação Audiovisual Institucional surge pela necessidade de fazer com que as disciplinas envolvidas possam ser desdobradas em atividades de laboratório, com o envolvimento dos estudantes, para produção prática de ações de comunicação audiovisual institucional no âmbito dos próprios cursos de cinema, do Centro de Artes e de complementação do aprendizado das disciplinas, demandas práticas com situações de diálogo com clientes, cumprimento de prazos e dimensionamento/gestão de projetos audiovisuais. A oferta do contato dos alunos com tais demandas qualifica o ensino do audiovisual em sua interface com uma das possibilidades de formatos audiovisuais que compõem oportunidades de trabalho aos futuros profissionais, contemplando parte do mercado audiovisual proposto por João Guilherme Barone Reis e Silva (2009).

### 2. METODOLOGIA

A metodologia do projeto, de forma geral, compreende o foco em realização prática de produtos audiovisuais a partir de demandas reais da Instituição da UFPEL e suas múltiplas organizações. Esta prática será orientada por dinâmicas de gestão de projetos audiovisuais no que se refere à direção de produção, direção de fotografia, som, montagem e finalização e distribuição dos produtos audiovisuais institucionais. Há também a integração com outras mídias e janelas, de forma específica, a relação do audiovisual com o desenvolvimento de interfaces digitais (websites, portfólios, hotsites e outros) que tenham o produto audiovisual como centralidade.

A realização de cada projeto institucional segue os padrões organizacionais fornecidos pelo cinema durante o século XX, que forneceu padrões tecnológicos e de linguagem que desenvolveu e resultaram nas mídias audiovisuais

contemporâneas. Tal padrão segue o núcleo proposto por Silva (2009), compreendendo três etapas, sendo elas a de produção, distribuição e exibição.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto teve início no ano de 2015, começando com uma demanda do Centro de Pesquisas Epidemiológicas (CPE) do Programa de Pós-Graduação em Epidemiologia da UFPEL, onde foram desenvolvidos vídeos de divulgação do Global Observatory for Physical Activity (GoPA)<sup>1</sup> em parceria com a Assessoria de Comunicação do CPE. Este ano o projeto conta com a participação de dois bolsistas, Eloisa Soares Caldeira e Anderson Ebets Trindade, e um voluntário, Mateus Brum de Armas, todos estudantes de Cinema e Audiovisual da UFPEL. Juntamente com os professores Guilherme Carvalho da Rosa e Liângela Carret Xavier, atualmente, eles dão seguimentos a três produtos que se encontram em andamento:

1. A realização de um catálogo online dos cursos de graduação da UFPEL, em parceria com a Pró-reitora de Graduação. Tal catálogo tem a proposta de ser uma mostra dinâmica para futuros alunos da Instituição no sentido de apresentá-los inicialmente às possibilidades de inserção profissional que os cursos oferecem. Além de informações textuais pontuais, os futuros alunos poderão ter acesso aos ambientes do curso através de vídeos que estão sendo realizados por meio do Projeto. Estes vídeos serão inseridos na página de cada um dos cursos para que os interessados possam ter o contato e “experienciar” o ambiente de cada graduação.

2. A elaboração de dois vídeos institucionais para o Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo – MALG. Um deles, em comemoração aos 30 anos do Museu com caráter documental, busca retratar a trajetória da instituição desde a Escola de Belas Artes até a hoje, passando pela história do patrono Leopoldo Gotuzzo às coleções do século XX e XXI. O segundo vídeo, com propósito promocional, procura adentrar as paredes e levar o espectador a descobrir o que acontece dentro do museu, instigando o público a conhecer melhor este universo.

3. Um terceiro projeto possui vínculo extensionista e visa a produção de um vídeo promocional para o Grupo Tholl com o objetivo de mostrar os espetáculos circenses a outros públicos. Este projeto é coordenado pela professora Liângela Xavier e encontra-se em fase de pré-produção no presente momento.

### 4. CONCLUSÕES

O projeto permite que os alunos, com a experiência prática de ensino, possam considerar a possibilidade de trabalho na área de comunicação audiovisual institucional, além de auxiliar a comunicação institucional da UFPEL com seus públicos através dos produtos audiovisuais, sendo tais demandas ainda não contempladas por nenhum tipo de projeto realizado.

---

<sup>1</sup> Os vídeos realizados estão disponíveis no site da entidade:  
<http://www.globalphysicalactivityobservatory.com/videos>

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Acessado em 21 jul. 2016. Online. Disponível em: <https://goo.gl/BcTRdl>

SILVA, João Guilherme Barone Reis e. **Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90**. Porto Alegre: Imagem-tempo, 2009.