

A FACOS cresceu: Vídeo Institucional dos Cursos de Comunicação Social da UFSM¹

Marcos Júnior Junges PANCIERA²

Amanda BORN³

Anelise Gazzaneo CARLOS⁴

Greice Emanuela Morati DA COSTA⁵

João Paulo de MELLO⁶

Julien MORETTO⁷

Yuri MACHADO⁸

Jones MACHADO⁹

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O Vídeo Institucional da FACOS foi um produto de comunicação audiovisual criado com o intuito de apresentar os quatro Cursos de Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e o Departamento de Ciências da Comunicação. O principal conceito utilizado foi “A FACOS cresceu”, visando destacar o crescimento dos Cursos de Comunicação Social nos últimos anos em termos de infraestrutura, produção e qualidade. O vídeo foi desenvolvido como uma das atividades das Disciplinas de Assessoria de Relações Públicas I e II, do Curso de Relações Públicas da UFSM. O vídeo foi produzido por alunos e bolsistas do Curso de Relações Públicas, com apoio técnico do Estúdio 21 e do Laboratório de Relações Públicas (LARP) da UFSM.

PALAVRAS-CHAVE: Audiovisual; FACOS; Relações Públicas; Vídeo Institucional.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho descreve o processo de criação e desenvolvimento do Vídeo Institucional para a FACOS/UFSM, produzido no âmbito das Disciplinas de Assessoria de

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade RP10 - Produto de comunicação institucional audiovisual (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: marcos.panciera@gmail.com.

³ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: aborncb@gmail.com.

⁴ Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: gazzaneocarlos@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: greice.emanuela@gmail.com.

⁶ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: joaopmello@gmail.com.

⁷ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: julien.moretto@yahoo.com.br.

⁸ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: yurimachado.rp@gmail.com.

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: jonesm2@outlook.com.

Relações Públicas I e II, do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A FACOS compreende o Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, os quatro cursos de Graduação (Jornalismo, Produção Editorial, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas) e o Programa de Pós-Graduação em Comunicação, com cursos em nível de Mestrado e Doutorado.

Atualmente, a FACOS conta com 14 laboratórios e um miniauditório. Além disso, possui duas editoras próprias - a FACOS-UFSM Editora e a Editora Experimental pE.com - e o Gabinete de Leitura Adelmo Genro Filho. O Departamento também é responsável pela edição de duas revistas científicas: a Revista Interamericana de Comunicação Midiática - Animus (B2) e o periódico Cadernos de Comunicação (B5).

O projeto de criação do Vídeo Institucional da FACOS foi executado pela Assessoria de Relações Públicas da FACOS de 2014 e por bolsistas dos cursos de Relações Públicas, com apoio técnico dos servidores e bolsistas do Estúdio 21¹⁰ e do Laboratório de Relações Públicas (LARP)¹¹ da UFSM.

2 OBJETIVO

O Vídeo Institucional da FACOS teve como objetivo principal apresentar a estrutura e o funcionamento da instituição para seus públicos de interesse, demonstrando o crescimento dos Cursos de Comunicação Social da UFSM nos últimos anos, tanto em termos de infraestrutura, quanto em termos de produção e qualidade.

Além disso, o vídeo institucional também esteve alinhado com os objetivos gerais do Planejamento Estratégico de Relações Públicas para a FACOS em 2014. Por isso, buscou despertar sentimentos de pertencimento e identificação nos públicos internos da FACOS, fazendo com que tivessem orgulho em ser parte desta instituição, bem como incitar nos egressos dos Cursos de Comunicação Social um sentimento de orgulho e autoestima, fazendo com que se sentissem parte da história da FACOS.

3 JUSTIFICATIVA

¹⁰ O Estúdio 21 é um laboratório para pesquisa e produção eletrônica, vinculado ao Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, funcionando como centro de referência para o planejamento e o desenvolvimento de diversos produtos audiovisuais.

¹¹ O LARP constitui-se em um laboratório com o propósito de apoiar docentes e discentes do Curso de Relações Públicas da UFSM em suas atividades de ensino-aprendizagem, por meio do assessoramento de projetos que estejam relacionados a dois pilares principais: Produção Audiovisual de RP e Produção Digital em RP.

Para Westerkamp e Carissimi (2011), o vídeo institucional é uma ferramenta imprescindível na comunicação dirigida, pois traz informações importantes sobre a filosofia, histórico, estrutura, entre outros aspectos de uma organização para seus públicos de interesse. Os vídeos institucionais favorecem o uso destas informações de maneira atraente e com uma linguagem simples. Segundo Kunsch (2003), a multimídia permite criar uma comunicação ágil e interessante aos olhos do público.

A necessidade de criação de um vídeo institucional para a FACOS surgiu devido ao fato de que a instituição ainda não possuía este material. Com o vídeo institucional, servidores e discentes que necessitam e/ou queiram apresentar a FACOS, poderiam fazê-lo facilmente. Além disso, públicos externos, que tenham interesse pela instituição, poderiam ter acesso a este material nos canais de comunicação digitais da FACOS, já que o vídeo seria disponibilizado no canal do YouTube da instituição e vinculado aos demais canais de comunicação (*fanpage* e site).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A pré-produção do Vídeo Institucional da FACOS teve início a partir de *briefing* realizado pelos integrantes da Assessoria de Relações Públicas da FACOS, em conjunto com a coordenadora técnica do LARP, em reunião com então Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação, o Professor Flavi Ferreira Lisboa Filho. O *briefing* procurou definir o produto, a descrição, as demandas a serem supridas com o vídeo, seus objetivos e públicos-alvo, obrigatoriedades e limitações, dentre outras questões.

Após o *briefing*, deu-se início à elaboração do roteiro, sob a responsabilidade de uma das bolsistas que exerceu o cargo de assistente de direção do vídeo, com apoio dos servidores do Estúdio 21.

Feita a definição do roteiro, as etapas de produção e gravações foram de responsabilidade da coordenadora técnica do LARP e dos servidores do Estúdio 21, com auxílio de duas bolsistas do curso de Relações Públicas. Com apoio dos servidores, elas foram responsáveis pelo agendamento das gravações com os laboratórios, salas de aula, servidores e professores, além da mobilização de figurantes e outras demandas exigidas por esta etapa. As gravações foram realizadas por servidores e bolsistas do Estúdio 21, sempre acompanhadas pela equipe de produção.

A edição do vídeo ficou a cargo de um aluno bolsista do curso de Relações Públicas com apoio técnico dos servidores do Estúdio 21.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Vídeo Institucional da FACOS foi produzido entre os meses de maio e setembro de 2014, em uma parceria da Assessoria de Relações Públicas da FACOS, composta por quatro alunos das Disciplinas de Assessoria de Relações Públicas I e II, três alunos bolsistas, nove alunos voluntários e sete servidores do Estúdio 21 e LARP, totalizando 21 pessoas. Além disso, a equipe contou com a participação de 108 figurantes para as gravações, dentre alunos dos cursos de Graduação e Pós-Graduação, professores e técnicos-administrativos da FACOS.

O principal conceito explorado no vídeo foi “A FACOS cresceu”, buscando mostrar toda sua estrutura e funcionamento, demonstrando o crescimento dos Cursos de Comunicação nos últimos anos, tanto em termos de infraestrutura, quanto de produção e qualidade. O resultado foi um Vídeo Institucional com 2 minutos de duração.

Através das imagens, o vídeo procurou mostrar os principais lugares relacionados à FACOS – seus laboratórios, salas de aula, o Gabinete de Leitura Adelmo Genro Filho, o prédio 21, do campus da UFSM, onde ficam situados os laboratórios, secretarias, coordenações de Curso e algumas salas de aula da FACOS, o campus da UFSM, o complexo de prédios do Centro de Ciências Sociais e Humanas (CCSH), onde ocorrem grande parte das aulas dos Cursos de Comunicação, dentre outros locais relevantes para a instituição. Mostra, também, imagens de algumas produções da FACOS, como as revistas “Animus” e “Cadernos de Comunicação” e a publicação “Até onde vai a imaginação?”, da Editora Experimental pE.com, do curso de Produção Editorial.

O vídeo retrata, ainda, situações rotineiras da FACOS, em especial para seus públicos internos, tais como as aulas, reuniões, grupos de pesquisa, apresentações orais, gravações de áudios e vídeos, interações entre alunos, professores e técnicos-administrativos, momentos de descontração, o trabalho nas agências e laboratórios, dentre outros momentos do dia-a-dia de quem faz parte da FACOS.

Informações quantitativas também estão presentes no vídeo, tais como:

Apresentação dos Cursos de Graduação da FACOS	5”	“Quatro cursos de Graduação”
	8”	“Jornalismo”
	12”	“Produção Editorial”
	15”	“Publicidade e Propaganda”
	18”	“Relações Públicas”

Número de alunos da FACOS	23”	“Graduação e Pós-Graduação: mais de 500 alunos”
Apresentação dos Cursos de Pós-Graduação da FACOS	29”	“Mestrado e Doutorado conceito 5”
Número de servidores da FACOS	1’18”	“15 técnicos em educação”
	1’24”	“30 professores”
Número de prêmios concedidos a alunos da FACOS nos últimos anos	1’25”	“Mais de 40 prêmios Expocom nos últimos 5 anos”

Tabela 1 – Informações quantitativas sobre a FACOS
Fonte: Próprios autores

O texto do Vídeo Institucional da FACOS inicia falando sobre o conceito de comunicação e as várias perspectivas que permeiam sua definição. O texto também explora a constante presença da comunicação em nossas vidas, mostrando suas diferentes formas (como, por exemplo, a comunicação através da Língua Brasileira de Sinais).



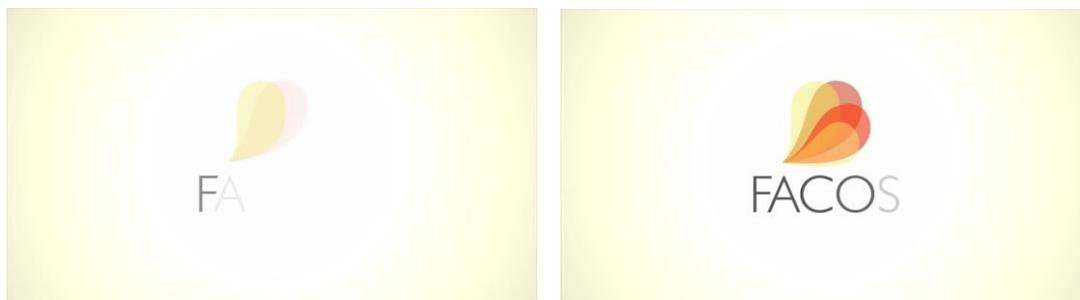
Figura 1 – Comunicação através da Língua Brasileira de Sinais
Fonte: Vídeo Institucional da FACOS

Após, o texto muda de foco e começa a explorar o conceito principal do vídeo (“A FACOS cresceu”), falando sobre as transformações ocorridas com o tempo - o ganho de experiências e sabedoria, o crescimento. Por fim, o vídeo finaliza com a frase: “A FACOS cresceu. Com o olhar voltado para o que mais importa: você!”.

Para realizar a locução do texto, a produção do vídeo fez o convite à egressa do Curso de Relações Públicas da FACOS, Deborah Rosa. O Vídeo Institucional também conta com uma trilha sonora original, produzida por Érick Corrêa Castro, egresso do curso

de Publicidade e Propaganda da FACOS/UFSM, e Heitor Amaral, estudante do Curso de Bacharelado em Música e Tecnologia da UFSM.

Para o Vídeo Institucional, foi criada uma versão sonora da marca da FACOS. A marca sonora também foi desenvolvida por Heitor Amaral, estudante do Curso de Música e Tecnologia da UFSM. Na animação da versão sonora, cada um dos elementos da marca surge, acompanhado por uma nota musical, até se chegar a composição final da marca da FACOS. A marca sonora foi criada com o objetivo de, a partir do lançamento do Vídeo Institucional, ser utilizada também em todas as outras produções audiovisuais institucionais da FACOS.



Figuras 2 e 3 – Versão sonora da marca da FACOS
Fonte: Vídeo Institucional da FACOS

Por fim, o processo de edição do Vídeo Institucional da FACOS foi realizado por um aluno bolsista do curso de Relações Públicas, com apoio técnico dos servidores do Estúdio 21. Na edição, foram utilizados os *softwares* Adobe Premiere e Blender.

O lançamento do Vídeo Institucional da FACOS aconteceu no dia 18 de setembro de 2014, às 11h, no auditório da Multiweb (campus da UFSM). O evento, organizado pelos alunos da Assessoria de Relações Públicas da FACOS, reuniu convidados, alunos, docentes, coordenadores dos cursos, técnicos-administrativos e egressos da FACOS. Também no dia 18 de setembro, às 20h, aconteceu o lançamento *online* do Vídeo Institucional no canal do YouTube e na *fanpage* da FACOS.

6 CONSIDERAÇÕES

O Vídeo Institucional da FACOS foi um trabalho desenvolvido por alunos e servidores da instituição. O objetivo principal do vídeo foi de apresentar a estrutura e o funcionamento da FACOS para seus públicos de interesse, demonstrando o crescimento dos Cursos de Comunicação Social da UFSM nos últimos anos.

O Vídeo Institucional da FACOS fez parte de um Planejamento Estratégico de Relações Públicas, desenvolvido pelos alunos da Assessoria de Relações Públicas da

FACOS e esteve alinhado aos objetivos deste. Ao procurar despertar sentimentos de pertencimento e identificação com a FACOS, o vídeo foi compatível com os objetivos gerais da Assessoria para o ano de 2014, de gerar um sentimento de pertença e integração entre os públicos estratégicos.

Em termos de avaliação, pode-se constatar que os objetivos do vídeo foram alcançados com êxito. A avaliação do vídeo foi feita de forma quantitativa – analisando-se o número de acessos ao VT no canal do YouTube da FACOS, o número de curtidas, comentários e compartilhamentos na *fanpage* – e qualitativa, por meio de conversas informais com os participantes do evento de lançamento do vídeo e públicos internos da FACOS, não necessariamente presentes no evento, além dos comentários nas redes sociais.

No canal do YouTube, o vídeo teve um total de 1.351 visualizações até o momento¹², o que significa mais que o dobro do público interno da FACOS, incluindo alunos e servidores. O vídeo também tem 32 opções “Gostei” e 1 opção “Não Gostei”, bem como dois comentários positivos por parte de uma aluna e um servidor. Na *fanpage* da FACOS o vídeo teve uma repercussão ainda maior, com um alcance total de 12.848 pessoas na data de seu lançamento *online*. A postagem também teve 76 curtidas, 58 compartilhamentos e 2 comentários.

Na avaliação qualitativa, todos os comentários a respeito do vídeo foram positivos, ressaltando a qualidade da produção e do resultado final do VT, bem como demonstrando orgulho em fazer ou ter feito parte da FACOS, no caso de alunos, servidores e egressos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 1986.

WESTERKAMP, C. CARISSIMI, J. Vídeos institucionais: uma análise comparativa. In: XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2011. Londrina/PR – UEL. **Anais...** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0631-1.pdf>> Acesso em 1º de junho de 2014.

¹² Último acesso em 09 de abril de 2015.