

Vídeo Institucional – Ecomercado Palhano¹

Raquel Campos da CRUZ²
Alice Lemos MARTINS³
Eliane FURLANETO⁴
Fernanda Juliani de NIGRO⁵
Fernanda Rodrigues MORO⁶
Joaquim Bontorin NETO⁷
Tatiane de Fátima Garrote ALVES⁸
Tcherno Mamadú Mustafá DJALÓ⁹
Marlene Ferreira ROYER¹⁰
Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

RESUMO

Este trabalho mostra o processo de produção de um vídeo institucional, utilizado como veículo de comunicação externa do empreendimento Ecomercado Palhano, localizado na cidade de Londrina/PR. Classificado como instrumento de comunicação dirigida auxiliar, o vídeo é um audiovisual que permite apresentar uma organização de forma objetiva, dando as dimensões físicas e temporais de um empreendimento, produto, serviço ou projeto. O vídeo institucional foi um trabalho experimental produzido no segundo semestre de 2011, como atividade prática da disciplina 6NIC089 – Vídeo Institucional e Corporativo.

PALAVRAS-CHAVE: vídeo institucional; comunicação dirigida; relações públicas.

1 INTRODUÇÃO

Diante das constantes mudanças e inovações do cenário contemporâneo, as corporações precisam assumir um posicionamento de adesão a essas transformações na busca pelo aperfeiçoamento de suas técnicas. É necessário utilizar-se dessa oportunidade para crescimento como forma de se apresentar perante os públicos com a credibilidade proporcionada por esses fatores.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Relações Públicas, modalidade Veículo de Comunicação Externa.

² Aluno líder do grupo e estudante da 3º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: ccruz.raquel@gmail.com.

³ Estudante da 2ª série do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: alicinha91@hotmail.com.

⁴ Estudante da 2ª série do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: eliane_furlaneto@hotmail.com.

⁵ Estudante da 2ª série do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: fernandaa_nigro@hotmail.com.

⁶ Estudante da 2ª série do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: fernandinhamoro@ig.com.br.

⁷ Estudante da 2ª série do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: joaquim_bontorin@hotmail.com.

⁸ Estudante da 2ª série do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: tatianegarrote@yahoo.com.

⁹ Estudante da 2ª série do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: djalo_t@yahoo.com.br.

¹⁰ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: marlene@royer.com.br.

A comunicação dirigida é parceira desse crescimento no tratamento com o público. É por meio dela que os resultados da comunicação com seus receptores, tornam-se positivos. Fortes (2003, p.239) destaca que a comunicação dirigida

tem, [...], a finalidade de transmitir, conduzir e algumas vezes recuperar informações, para estabelecer comunicação limitada, orientada e frequente com selecionado número de pessoas homogêneas e conhecidas, patenteando-se as condições básicas à constituição de um relacionamento efetivo com os públicos.

Sendo o vídeo institucional, um dos instrumentos mais eficazes da comunicação dirigida auxiliar, torna-se necessário para o profissional de Relações Públicas o exímio conhecimento do seu processo de produção e como aplicar tal instrumento nos programas de comunicação empresarial.

Fortes (2003, p.301) afirma ainda que, “a comunicação dirigida auxiliar tem caráter complementar, e seus meios significam um apoio para que a organização realize os registros de sua história e dos seus processos de trabalho.” Portanto, o trabalho foi realizado atendendo as necessidades desse tipo de comunicação para o Ecomercado Palhano.

O Ecomercado Palhano é o primeiro empreendimento sustentável de Londrina e o primeiro mercado sustentável do Brasil, inaugurado em julho de 2011. Ele foi idealizado pela Raul Fulgêncio Negócios Imobiliários e inova em diversos aspectos: gastronomia, lazer e cultura, arquitetura e serviços variados.

O Vídeo Institucional – Ecomercado Palhano possui 3min49s de duração e, por meio de imagens e áudio, apresenta os conceitos de sustentabilidade propostos pelo empreendimento, bem como a aplicação destes conceitos durante a fase de construção até a administração atual do negócio.

A produção do vídeo ocorreu dentro da proposta de trabalho experimental que faz parte da disciplina 6NIC089 – Vídeo Institucional e Corporativo. A possibilidade de executar todas as fases do projeto foi viabilizada pelo apoio do gestor do empreendimento, que forneceu todas as informações necessárias e permitiu a coleta de imagens no Ecomercado Palhano.

2 OBJETIVO

De acordo com Fortes (2003, p.323), recursos audiovisuais de caráter institucional têm “o intuito específico de ancorar o trabalho de divulgação, podendo ser o mais relevante material para o relacionamento público da companhia”. No geral, as pessoas têm mais facilidade em assimilar uma mensagem quando há presença de imagens e sons; a presença do audiovisual é uma resposta a este anseio, o vídeo institucional se utiliza deste dado e hoje conquista destaque, pois tem a responsabilidade de apresentar a corporação e conseguir trabalhar a sua imagem aos que estão assistindo.

Dessa maneira, o Vídeo Institucional - Ecomercado Palhano foi elaborado para ser um instrumento de comunicação que possa ser utilizado junto aos públicos externos da organização a fim de mostrar os valores e conceitos que sustentam a existência do empreendimento. O Ecomercado Palhano trouxe para Londrina uma nova forma de compra em um mercado, aliando a variedade de produtos e a tradição dos mercados municipais de abastecimento à prática da sustentabilidade no dia-a-dia. O ambiente foi criado com um moderno e sofisticado estilo arquitetônico a fim de que proporcionasse a seus clientes praticidade, conforto e lazer. O intuito final era tornar o local um ponto de encontro para famílias.

A partir do conceito do Ecomercado Palhano, o vídeo institucional foi elaborado com os seguintes objetivos:

- Ser um veículo que possa ser utilizado no processo de comunicação com diferentes categorias de públicos externos;
- Apresentar as particularidades do empreendimento;
- Reforçar seus conceitos de sustentabilidade;
- Criar um vínculo com os grupos que se identificam com os valores da organização;
- Ampliar sua rede de relacionamentos.

Dessa forma, o vídeo institucional, somado a outras ações comunicativas elaboradas pela empresa, será fundamental para que o Ecomercado Palhano obtenha reconhecimento por parte de seus públicos e fortaleça seus conceitos e suas práticas de sustentabilidade.

3 JUSTIFICATIVA

O cenário da globalização com tantas inovações tecnológicas permite cada vez mais que as organizações e os profissionais enriqueçam seus métodos de apresentação perante a sociedade.

A utilização do audiovisual vem ganhando mais espaço e importância nos dias atuais, principalmente pelas novas tecnologias que agilizam o processo de produção e a possibilidade de exposição por meio da internet, seja vinculado aos portais empresariais ou aos portais de relacionamentos.

O vídeo empresarial, quando bem elaborado, possibilita uma visão aprofundada da organização e confere a ela um caráter diferenciado que auxilia no posicionamento estratégico com relação às demais. Ele apresenta a empresa sob a perspectiva de qualidade e excelência o que não é realizado por outros tipos de instrumentos. Além de trabalhar geral e simultaneamente com mais de um dos sentidos humanos, ele consegue atrair e fixar a mensagem de maneira eficiente.

Os vídeos têm o poder de garantir total controle sobre a mensagem a ser transmitida. A fim de cativar seus públicos de forma simples e eficiente, as organizações atuais têm investido nessa dinâmica, pois é com a utilização de vídeos para diversas finalidades que elas têm mostrado sua força, estrutura e funcionamento na prática, e em poucos minutos. Segundo Eloi Zanetti (2011), o vídeo institucional é um poderoso aliado das organizações quando precisam apresentar detalhes e particularidades que milhares de palavras não poderiam fazer.

Como veículo de comunicação externa, o vídeo institucional pode ser utilizado em ações mercadológicas, lançamento do empreendimento para diferentes segmentos de públicos, como portfólio de produtos da empresa e em eventos diversos.

O profissional de Relações Públicas, assumindo sua função de gestor da comunicação, deve conhecer e indicar a utilização desta ferramenta e coordenar todas as etapas de produção do audiovisual. Como conhecedor das características dos públicos alvo o profissional necessita adequar as diversas linguagens e otimizar a utilização do recurso nas mais diferentes situações, para que o mesmo atinja os objetivos inicialmente propostos.

Dentro deste contexto, e por colocar em pauta a questão da sustentabilidade e posicionamento de grandes corporações diante da necessidade da preservação do meio

ambiente, o Ecomercado Palhano se fez um objeto de estudo muito relevante para o grupo de trabalho.

Quando o empreendimento foi inaugurado em Londrina, poucos sabiam o que significavam seus valores, tão pouco o porquê do “ECO” em seu nome. Foi assim que a curiosidade deu início à pesquisa. O grupo identificou que era preciso que todos entendessem quais eram as práticas sustentáveis do Ecomercado e a necessidade de um veículo de comunicação eficaz para transmitir as informações aos públicos de interesse da organização.

Ao ser constatado que a empresa não possuía em seu planejamento de comunicação, a produção do vídeo institucional e diante da abertura da empresa em acolher o grupo de trabalho, tornou-se viável o início do processo de desenvolvimento do vídeo institucional.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para dar início ao processo, foi realizado um *brainstorming*, para reunir ideias para o desenvolvimento do projeto. Em seguida, houve a distribuição de tarefas e o planejamento para a execução de todas as etapas do vídeo.

No primeiro momento, foram coletadas informações por meio de pesquisa documental, cujos materiais foram disponibilizados pela empresa, posteriormente realizou-se entrevistas com o idealizador e gestor do empreendimento Raul Fulgêncio.

Na sequência, foi elaborado o roteiro de áudio e vídeo, o qual direcionou a captação de imagens do empreendimento. Os equipamentos utilizados foram disponibilizados pelo Laboratório de Telejornalismo da Universidade Estadual de Londrina - UEL, com a supervisão de técnicos que viabilizaram as demais fases do projeto.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Partindo de conhecimentos teóricos obtidos em aulas expositivas e pesquisas bibliográficas, o vídeo institucional foi elaborado seguindo um planejamento que conciliava as etapas de produção ao cronograma pré-estabelecido. Essas etapas foram as seguintes:

- Briefing – Coleta de diversos tipos de materiais institucionais da organização como: artigos e vídeos fornecidos no website e entrevista com o diretor da organização;
- Sinopse – Organização das ideias sugeridas para o conteúdo do vídeo, bem como elaboração de uma prévia por escrito desse conteúdo;
- Roteiro – Planejamento quadro a quadro do conteúdo do vídeo, tendo por base o texto narrado para o áudio do filme;
- Filmagem – A partir de equipamentos disponibilizados pela universidade, foi feita a captura de imagens do estabelecimento, a fim de ilustrar a narração, com a ajuda de um técnico habilitado, funcionário da universidade;
- Gravação do áudio – A gravação se tornou possível graças ao Laboratório de Telejornalismo da UEL, contando com a supervisão de um técnico habilitado;
- Seleção de trilha sonora – Seleção de um fundo instrumental, em sites de download livre, para acompanhar o áudio narrado e as imagens;
- Minutagem – Descrição das imagens capturadas durante a filmagem, bem como o tempo de duração;
- Edição – Escolha das melhores imagens para fazerem parte do filme, unindo-as ao áudio, à trilha sonora e às legendas, a partir do software Adobe Premiere Pro CS5 e auxílio de um técnico;
- Gravação em mídias – Gravação do produto final em DVD, tanto em versão para computadores, como para aparelhos específicos de reprodução;
- Confeção de embalagem;
- Hospedagem online – Hospedagem do vídeo em redes sociais (Youtube e Facebook), visando a divulgação do vídeo.

5.1 Roteiro de Áudio e Vídeo – Ecomercado Palhano

AUDIO	TEMPO	IMAGENS
Vinheta – Ecomercado Palhano: Gastronomia, Lazer e Cultura.	3”	Logotipo
O Ecomercado Palhano é o primeiro mercado sustentável do Brasil.	15”	Fachada do mercado

<p>Localizado na Gleba Palhano, região sul de Londrina alia o tradicional estilo dos mercados municipais de abastecimento a uma moderna arquitetura ecológica.</p>		<p>Lago Igapó</p>
<p>Inaugurado em julho de 2011 o Ecomercado Palhano foi idealizado pela Raul Fulgêncio Negócios Imobiliários, na busca de um novo empreendimento para Londrina e região.</p> <p>A diversidade de arquitetos envolvidos no projeto trouxe um diferencial arquitetônico ao estabelecimento, proporcionando um ambiente agradável aos seus visitantes.</p> <p>O Ecomercado Palhano inova na gastronomia, oferece serviços diversificados, como, açougue, padaria, mercearia, presentes e decoração, além de promoção de eventos culturais e de lazer.</p>	<p>30”</p>	<p>Filmagem do interior do mercado</p> <p>Hall de entrada (zoom out)</p> <p>Praça de alimentação (panorâmica)</p> <p>Mercado de frutas (alguém comprando, zoom out)</p> <p>Fundo (sorveteria - panorâmica)</p> <p>Pessoas em eventos</p>
<p>Vinheta de transição</p>	<p>2”</p>	<p>GC - Obras</p>
<p>O Ecomercado Palhano é uma obra sustentável, pois aderiu práticas verdes de implementação, consumindo 30% menos água e energia que uma construção normal, utilizando madeira de reflorestamento, de demolições e tijolos rústicos.</p> <p>Dentro do conceito de sustentabilidade, todos os funcionários foram legalizados e instruídos a praticar a reciclagem e a descartar resíduos corretamente.</p> <p>Ao longo de sua construção, o empreendimento recebeu certificações que garantem a característica de obra sustentável, firmando e autenticando o seu verdadeiro conceito.</p>	<p>40”</p>	<p>Fotos da construção</p> <p>Imagens da construção</p>
<p>Vinheta de transição</p>	<p>2”</p>	<p>GC - Hoje</p>
<p>O Ecomercado Palhano preocupa-se em minimizar o impacto ambiental da região em que está instalado, contando com bicicletário e vestiários para seus</p>	<p>20”</p>	<p>Carro entrando no estacionamento.</p>

funcionários e vagas exclusivas para veículos flex e biocombustíveis, visando à redução de gases poluentes na atmosfera.		Vestiário e bicicletário. Panorâmica - Garagem.
<p>Outras ações sustentáveis fazem parte do dia-a-dia do Ecomercado, como:</p> <p>Reaproveitamento de águas pluviais para irrigação de jardins e funções sanitárias.</p> <p>Sensor infravermelho nos lavatórios.</p> <p>Válvulas economizadoras de duplo fluxo.</p> <p>Iluminação natural e maximização da ventilação natural.</p> <p>Uso de lâmpadas de baixo consumo.</p> <p>Adaptação do sistema de ar condicionado.</p> <p>Medição de consumo separada por loja.</p> <p>Aquecimento solar para os chuveiros dos vestiários.</p>	35”	<p>Funcionário regando o jardim.</p> <p>Alguém lavando as mãos.</p> <p>Visão de dentro do mercado, mostrando as janelas.</p> <p>Imagem do teto, com lâmpadas.</p> <p>Alguém checando o medidor.</p> <p>Placas solares.</p>
Vinheta de transição	2”	GC - Reconhecimento
<p>Por tudo isso, o Ecomercado Palhano teve reconhecimento nacional. Em 2010, conquistou o Prêmio Planeta Casa, da Editora Abril, que reconhece ideias de arquitetos e engenheiros empenhados em preservar o meio ambiente e, ao mesmo tempo, trazer conforto ao ser humano.</p> <p>Inovando os padrões de empreendimentos sustentáveis e sendo tão conceituado, o Ecomercado Palhano tornou-se ponto de encontro certo para pessoas de todas as idades, que gostam de aliar sofisticação, lazer, compras e responsabilidade ambiental.</p>	35”	<p>Foto do prêmio Planeta Casa.</p> <p>Panorâmica da praça de alimentação e bares.</p> <p>Dia-a-dia do mercado, crianças, adultos e idosos.</p>
Bem-Vindo ao Ecomercado Palhano.	3”	Imagem da fachada
Vinheta final	2”	Créditos

6 CONSIDERAÇÕES

O vídeo institucional, quando utilizado como veículo de comunicação externa, mostra-se importante para todas as organizações, pois atinge um público muito diversificado, seja com fins institucionais, seja com fins mercadológicos.

A produção do vídeo institucional do Ecomercado Palhano possibilitou a aplicação dos conhecimentos teóricos em uma atividade prática e atingiu os objetivos de registrar e possibilitar a divulgação do empreendimento junto aos seus públicos externos.

O material produzido ficou de acordo com o projeto inicial e pôde ser apresentado aos empreendedores do Ecomercado Palhano no prazo estabelecido. Mesmo na condição de vídeo experimental, o material obteve autorização para ser disponibilizado na internet, e serve como modelo e fonte de dados para trabalhos similares na área de Relações Públicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FORTES, W. G. **Relações públicas**: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.

PORTAL RP. **Vídeo empresarial**: uma nova linguagem de comunicação. Disponível em: <<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0060.htm>> Acesso em: 3 abr. 2012.

ZANETTI, Eloi. **Making of**: como e por que fazer vídeos corporativos. Curitiba: Ed. Do Autor, 2011.