



FACULDADE ATUAL 10 ANOS REALIZANDO SONHOS¹

Pollyana Rodrigues Fagundes RIBEIRO²
Ricardo da Silva MAGALHÃES³
Isabela Leandra Santana de ALMEIDA⁴
Faculdade Atual da Amazônia, Boa Vista, RR

RESUMO

Este trabalho visa apresentar um vídeo documentário referente a Faculdade Atual da Amazônia (FAA), bem como sua história de sucesso, em comemoração a seus 10 anos de Instituição de Ensino no Estado de Roraima. Este documentário teve como princípio as disciplinas de Redação de Textos Institucionais e Laboratório de Audio e Video I. A apresentação deste material ocorreu no evento intitulado “Atual Empreendedor”, realizado nos dias 11,12 e 13 de novembro de 2009. Um evento promovido pela FAA cujo objetivo é promover a interação entre a academia e o mercado de trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: Documentário; Faculdade Atual; Publicidade.

INTRODUÇÃO

A marca empresarial é como um espelho que apresenta e reflete exatamente o que uma empresa representa para determinado mercado. E como tal deve ser limpa, de forma a criar sinergia com o público consumidor. Mas para isso é preciso promover comunicações com o mercado que possam posicionar de forma positiva essa mesma marca na mente desses consumidores. Uma das formas dessa realização é por meio de materiais Institucionais que rerepresentem constantemente as etapas da história dessa marca e sua importância para aqueles que a usam. O vídeo documentário comemorativo aos dez anos da FAA é uma das formas por meio das quais a IES pode provocar o envolvimento do cliente com a marca.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Produção Editorial e Produção Multidisciplinar em Comunicação, modalidade Produção Multimídia.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: pollyana-fagundes@bol.com.br.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: riquinhorr@oi.com.br

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, FAA, email: isabellaleandra@hotmail.com



2 OBJETIVO

O objetivo deste vídeo documentário tem como finalidade vivenciar a prática das disciplinas Redação de Textos Institucionais e Laboratório de Audio e Vídeo, como a prática do desenvolvimento de elementos textuais, a aplicação de técnicas como atendimento, Planejamento, Redação, Fotografia, Produção, Mídia e Criação. Elementos de pré e pós produção de um documentário (Locação, Ambientação, Iluminação, Cena e Enquadramento) a partir da elaboração de um vídeo documentário em comemoração aos dez anos de Faculdade Atual da Amazônia.

3 JUSTIFICATIVA

A elaboração de trabalhos dessa natureza para a academia é singular uma vez que possibilita a nós estudantes aliar a teoria à prática tendo como base um cliente real em um mercado exigente e concorrido. Auxilia na mesma medida o desenvolvimento de habilidades que talvez não fossem privilegiadas caso trabalhássemos com um case subjetivo. O desenvolvimento portanto de um trabalho que possibilita a aplicabilidade de conteúdos e o desenvolvimento de habilidades fundamenta a formação acadêmica.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Inicialmente para a elaboração deste vídeo documentário a equipe realizou uma pesquisa do tipo bibliográfica, documental e de Levantamento de dados, que abrangeu não apenas a diretoria da Instituição, como também a comunidade acadêmica e a comunidade circunvizinha à FAA. O objetivo era buscar em campo as informações sobre o Histórico da Instituição que servissem de base para o vídeo, bem como descobrir a representatividade da Faculdade Atual para a comunidade com a qual se relaciona. O levantamento de dados, contou ainda com documentos (Documentos, Revistas, Jornais, Fotografias) da própria IES e da mídia local, como registros desses últimos dez anos. A equipe dividida em atendimento, Planejamento, Mídia e Criação, Produção, Maquiagem e Figurino, Direção, Assistente de Direção, Fotografia, Iluminação, Roteiro, deu início a criação do roteiro e execução do trabalho.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A Direção da FAA foi a responsável pela passagem do Briefing ao atendimento. Segundo Sant'anna (2009), o termo *Briefing* deriva-se da palavra em inglês *to brief*, cujo significado é resumir, sintetizar. É a base para que um profissional, após uma análise e complementação de informações coletadas tenha condições de propor a uma empresa as melhores decisões realmente eficientes para o problema apresentado. Baseado-se no *Briefing* e complementado com as informações da pesquisa que se esboça o planejamento publicitário.

Segundo Corrêa (2008) o *Briefing* é o conjunto de dados fornecidos pelo anunciante para orientar a sua agência na elaboração de um trabalho de propaganda, promoção de vendas ou relações públicas.

Marcélia Lupetti (2007) descreve o *Briefing* como sendo um levantamento de informações contendo as diversas instruções que o cliente fornece a agência para orientar seu trabalho de planejamento. O *Briefing* será um dos passos iniciais para coleta de informações, a fim de se desenvolver um diagnóstico dos problemas de comunicação apresentados por um cliente/empresa. Será necessário para se procurar a resposta para algumas questões como: “Quem ?, O que ?, Como ? Onde ? e Quando ?” referindo-se aos pontos-chaves de uma empresa, produtos oferecidos no mercado, estrutura econômica-financeira, estruturas de vendas, clientes e parceiros; um histórico das ações de sucesso/fracasso desenvolvidos; como a empresa soube atuar no mercado para a solução destes problemas; saber onde as ações ocorreram, bem como os lugares onde foram adotadas as estratégias, bem como o período em que foram executadas estas ações.

Com todas estas informações a agência pode desenvolver todo o projeto de comunicação voltado para os anseios da empresa, aplicando as melhores estratégias, além da execução de um planejamento de comunicação eficaz, sendo que este poderá ser uma campanha de propaganda, campanha de promoção, campanha institucional, campanha de varejo entre outras, baseando-se nas respostas iniciais coletadas pelo *Briefing*.



E foi esse o caminho tomado pela equipe: o uso do briefing e das informações colhidas em campo em um segundo momento, partiu-se para a elaboração do planejamento, Criação e Roteiro, visando-se estabelecer planos de ação para a execução das tarefas seguintes (agendamento com entrevistados, agendamento de material para gravação, agendamento dos dias de gravação).

Segundo Predebon (2008), planejamento é o ato de planejar, de colocar organizadamente o que se quer atingir e como deve ser feito para alcançá-lo este objetivo e com quais recursos, sendo que algumas coisas precisam ser levadas em consideração como: onde chegar, onde se deseja chegar, como se deseja chegar, as condições que se deseja chegar e o meio que se deseja chegar, ou seja, necessita-se ao menos conhecer alguns dados que se permitam traçar alternativas, onde se conheça ao menos o caminho, a idéia de direção, bem como as condições de tráfego.

Baseando-se neste conceito e tendo como algumas metas e roteiro definido, partiu-se para as gravações, tendo em vista que a criação elaborou material onde os envolvidos no documentário seriam as pessoas ligadas a Instituição de ensino (Professores, Funcionários, Colaboradores, Diretores, Coordenadores), presentes nestes 10 anos na implantação da Faculdade Atual da Amazônia.

As atividades desenvolvidas para a gravação deste documentário aconteceram entre os dias 19/10 à 06/11 de 2009. Após as gravações terem sido concluídas, partiu-se para a pós-produção do documentário (Recortes, Efeitos de Transição, Vinhetas, Legendas, Mixagem de Som e Locução). E para essa pós-produção foram usados os seguintes softwares: Adobe Premiere, versão 9 e Sony Vegas, Versão 8.

6 CONSIDERAÇÕES

A exibição do vídeo no Atual Empreendedor reuniu em uma sala de aula durante os três dias do evento, cerca de 800 pessoas, entre acadêmicos, professores do curso e outros cursos da IES, comunidade em geral, empresas parceiras e convidados. Em função disso e dos próprios comentários sobre o produto acreditamos ter realizado um excelente trabalho profissional, podendo inclusive onde este documentário ser utilizado pela Faculdade Atual



da Amazônia divulgando seu potencial como Instituição de Ensino. O vídeo comprova que os objetivos definidos pela FAA para o Atual Empreendedor estão sendo atingidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. São Paulo: Global Editora, 2008.

LUPETTI, Marcélia. Gestão Estatégica da Comunicação Mercadológica. São Paulo. Thomson Learning, 2007.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: Teoria, Técnica e Prática. 8ª Ed.rev. e ampl. São Paulo. Cengage Learning, 2009.