



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

JOSÉ HENRIQUE DA SILVA NETO

**RELATÓRIO TÉCNICO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC
VÍDEO INSTITUCIONAL FIEP - 25 DE MAIO DIA DA INDÚSTRIA**

**CAMPINA GRANDE (PB)
2019**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

JOSÉ HENRIQUE DA SILVA NETO

**RELATÓRIO TÉCNICO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC
VÍDEO INSTITUCIONAL FIEP - 25 DE MAIO DIA DA INDÚSTRIA**

Relatório Técnico de TCC apresentado ao Curso de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Me. Arão de Azevedo Souza.

**CAMPINA GRANDE (PB)
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586v Silva Neto, José Henrique da.
Vídeo Institucional FIEP - 25 de maio dia da indústria
[manuscrito] / Jose Henrique da Silva Neto. - 2019.
30 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.

"Orientação : Prof. Me. Arão de Azevedo Souza ,
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Indústria. 2. Vídeo institucional. 3. Produto midiático. 4.
Produção de vídeo. 5. Linguagem audiovisual. 6. Comunicação
empresarial. 7. Setor industrial. I. Título

21. ed. CDD 070.4

JOSÉ HENRIQUE DA SILVA NETO

RELATÓRIO TÉCNICO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC
VÍDEO INSTITUCIONAL FIEP - 25 DE MAIO DIA DA INDÚSTRIA

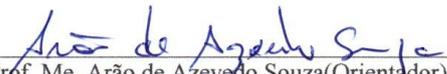
Relatório de Produto Midiático apresentado ao Curso de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel.

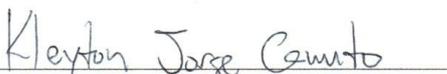
Área de concentração: Audiovisual.

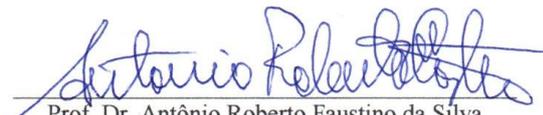
Aprovado em: 18/06/2019

Doc

BANCA EXAMINADORA


Prof. Me. Arão de Azevedo Souza (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Me. Kleyton Jorge Kanuto
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Antônio Roberto Faustino da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha família, pelo amor, dedicação e amizade, DEDICO

AGRADECIMENTOS

Aos meus queridos pais Gêsia e Ronaldo *in memoriam* que sempre me incentivaram aos estudos e me proporcionaram estrutura para isso, além de todo o amor e carinho.

À minha amada esposa Milla que está ao meu lado para tudo e que tanto me incentiva e vibra com minhas realizações.

Aos meus queridos irmãos Tâmara e Ronaldinho. Aos meus avós que me receberam em sua casa também com grande incentivo aos estudos.

Ao professor Arão de Azevedo pela atenção dada a mim e as orientações.

Aos colegas de classe e de trabalho que me ajudaram direto e indiretamente na área da comunicação.

“A narrativa é uma das respostas humanas
diante do caos.” (Cremilda Medina)

RESUMO

O relatório técnico apresentado detalha o percurso realizado para a construção de um produto midiático que trabalhou com o tema alusivo à data comemorativa do 25 de Maio - Dia da Indústria. O objetivo principal foi produzir um vídeo institucional sobre o Dia da Indústria para a Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP). Como aporte teórico nos debruçamos, principalmente, sobre autores que versam sobre comunicação organizacional e audiovisual respectivamente, Kunsch (2003), Moletta (2009) e Coutinho (2013). Como resultado pode-se destacar a constatação de que o vídeo institucional figura como uma das principais ferramentas audiovisuais nas organizações. E ainda em análise do produto midiático, foram verificadas as diferentes possibilidades de se divulgar um vídeo institucional, seguindo as estratégias de comunicação da Assessoria de Comunicação da FIEP.

Palavras-Chave: Vídeo Institucional. FIEP. Assessoria de Comunicação. Indústria.

ABSTRACT

The technical report presented details the path taken for the construction of a media product that worked on the theme alluding to the commemorative date of May 25 - Industry Day. The main objective was to produce an institutional video about the Industry Day for the Federation of Industries of the State of Paraíba (FIEP). As a theoretical contribution, we focus mainly on authors who deal with organizational and audiovisual communication, respectively, Kunsch (2003), Moletta (2009) and Coutinho (2013). As a result, we can highlight the fact that institutional video is one of the main audiovisual tools in organizations. Also in analysis of the media product, the different possibilities of disclosing an institutional video were verified, following the communication strategies of the FIEP (PB) Communication Department.

Keywords: Institucional Video. FIEP. Commucations Consulting. Industry.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Cronograma.....	19
Tabela 2 – Quadro descritivo do vídeo.....	21

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNI	Confederação Nacional das Indústrias
FIEP	Federação das Indústrias da Paraíba
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESI	Serviço Social da Indústria
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	OBJETIVOS.....	14
2.1	OBJETIVO GERAL.....	14
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
3	JUSTIFICATIVA.....	14
3.1	SOBRE A FIEP: BREVE PERFIL INSTITUCIONAL.....	17
4	PÚBLICO-ALVO.....	18
5	ORÇAMENTO	18
6	CRONOGRAMA.....	19
7	CAPÍTULO 1 - DETALHAMENTO TÉCNICO.....	20
7.1	O PRODUTO MIDIÁTICO (VÍDEO).....	20
7.2	ROTEIRO.....	23
7.3	IMAGENS.....	23
7.4	EDIÇÃO.....	25
7.5	TRILHA SONORA E LOCUÇÃO.....	25
7.6	DIVULGAÇÃO.....	26
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
	REFERÊNCIAS.....	28
	Apêndices.....	30
	Apêndice A – Roteiro do Vídeo.....	30

1 INTRODUÇÃO

Com o advento das novas tecnologias de comunicação o cenário dos produtos audiovisuais ganhou um poder de difusão e velocidade incríveis. É evidente que ao longo da história da produção audiovisual vem se transformando sob o prisma da relação entre texto, imagem e som. A reflexão sobre os gêneros bem como sobre os formatos de produtos audiovisuais permeia a evolução da prática das assessorias de comunicação desde sua origem.

O desenvolvimento tecnológico no meio comunicacional gerou novos desafios que se colocam para a área da divulgação e disseminação de conteúdo, o que leva a uma crescente necessidade de informações sólidas e um fortalecimento da imagem institucional. A atividade de produção de vídeos é complexa onde os conhecimentos jornalísticos e técnico são colocados ao alcance de um determinado público para que este possa se informar e devolva *feedbacks* diversos a respeito da temática abordada.

Nas amplas possibilidades que possui a comunicação organizacional uma de suas ferramentas de destaque é o vídeo institucional. No que diz respeito a assessoria de comunicação institucional o vídeo é um instrumento preponderante para o alcance dos resultados do planejamento estratégico da comunicação. Como aporte teórico nos debruçamos, principalmente, sobre autores que versam sobre comunicação organizacional e audiovisual respectivamente, Kunsch (2003), Moletta (2009) e Coutinho (2013).

Na proposta de trabalho do vídeo institucional “25 de Maio - Dia da Indústria” o objetivo principal é construir um material audiovisual sobre a temática, bem como sensibilizar colaboradores, gestores industriais e a sociedade em geral para o papel essencial que a indústria exerce. Sendo que o setor industrial está presente na vida cotidiana de todos, e atua no desenvolvimento social e econômico operando nos seguintes segmentos: representatividade, educação, inovação e tecnologia, segurança e saúde do trabalhador.

Desse modo, a presente proposta busca alinhar sistematicamente o produto gerado às diretrizes da Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP) como forma de contribuir para o fortalecimento da consciência pública sobre atuação preponderante desta instituição. Pretendemos alcançar tal objetivo dando ampla visibilidade ao Vídeo Institucional Vídeo Institucional 25 de Maio - Dia da Indústria através da divulgação por meio dos canais de comunicação: redes sociais oficiais e também da televisão.

Neste Relatório Técnico, produzido para ser complementar à produção do produto midiático, no Capítulo 1, o Detalhamento Técnico do produto, bem como os conceitos básicos que serviram para pôr em prática o referente projeto. A seguir, o Capítulo 2 traz o Planejamento e Execução de todas as etapas que compõem o percurso de produção do produto midiático. Por fim, temos as Considerações Finais concluindo as impressões significativas do Relatório Técnico.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL:

Produzir um vídeo institucional sobre o Dia da Indústria para a Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP).

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Roteirizar, produzir e editar o vídeo institucional;
- Identificar as técnicas de edição de imagem, som e texto para a produção audiovisual;
- Divulgar o vídeo nas redes sociais institucionais bem como na TV;
- Produzir relatório técnico sobre o produto midiático;
- Promover a interação entre elementos gráficos imagem, som e texto no produto jornalístico produzido;

3 JUSTIFICATIVA:

A Federação das Indústrias do Estado da Paraíba foi constituída em 1949, e filiada à Confederação Nacional das Indústrias (CNI) em 1957, sendo considerada como entidade de grau superior de representatividade industrial do Estado da Paraíba. A produção de vídeos sobre a FIEP se justifica pela necessidade de difundir a missão da instituição de contribuir para a sustentabilidade da indústria, atuando como agente transformador da sociedade.

O vídeo como ferramenta de divulgação de informações, nas plataformas digitais e audiovisuais, ganhou uma dimensão central na produção jornalística. Dimensão que não poderá retroceder. Nesse sentido, o desenvolvimento deste projeto tem relevância à medida que permite a compreensão do setor industrial como alavanca para vários segmentos da sociedade.

Outra justificativa relevante na escolha do produto audiovisual, foi a atuação profissional deste autor como Supervisor da Unidade de Marketing e Comunicação (Unimarketing) da FIEP, localizada na cidade de Campina Grande (PB), 2018.

Nesse processo optamos pelo formato vídeo institucional como forma de produzir e divulgar para a sociedade informações referentes ao papel essencial da indústria para o desenvolvimento socioeconômico atuando nas áreas da educação, inovação, tecnologia, saúde, emprego entre outras. Consideramos relevante endossar que a temática é muito profícua no âmbito da academia, isso potencializa a necessidade da produção de materiais dessa natureza. Os conceitos e teorias sobre o tema mostram que a extensa produção audiovisual, na atualidade, é causada devido a evolução do das assessorias de comunicação institucionais no que tange ao cenário da construção de vídeos para diversos segmentos.

Ao longo do desenvolvimento da sociedade as organizações se desenvolveram a tal ponto que hoje se proliferaram no âmbito social. A evolução do ser humano tende a criar cada vez mais núcleos organizacionais, de maneira que, é próprio do homem social agrupar-se. E em consequência desse fator várias organizações emergem e se estabelecem. Ao tecer reflexões acerca do conceito de organização os significados convergem e se entrelaçam com a lógica administrativa, assim, a definição do termo pode ser um grupo planejado de indivíduos trabalhando na colaboração para ao alcance de objetivos comuns.

Às vezes, uma organização é definida de maneira simplista, como um grupo humano composto por especialistas que trabalham em conjunto em uma tarefa comum. Uma organização é mais que isso: é uma unidade coletiva de ação formada para perseguir fins específicos e é dirigida por um poder que estabelece a autoridade, determina o *status* e o papel de seus membros. Uma empresa, um hospital, uma universidade, por exemplo, são organizações. (CARDOSO, 2006, p. 1128)

Desse modo, as organizações estão inseridas no meio social e obedecem a uma filosofia própria de trabalho. As diretrizes estabelecidas pela gestão administrativa é que vão direcionar as atividades as organizacionais dentro da sociedade. São os posicionamentos, as

ideias norteadoras que determinam a relação com os públicos interno e externo, como também com as suas atitudes enquanto órgão social, político ou econômico.

Fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes comunicacionais que permeiam sua atividade. Compreende, dessa forma, a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa. (KUNSCH, 2003, p. 149-150)

Na comunicação organizacional existem ramificações, de forma que, a abrangência fornece um panorama da realidade nas organizações. Quando se distingue a composição da comunicação integrada temos as vertentes, institucional, mercadológica, interna e administrativa. Na primeira, estão inseridas as relações públicas, o jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, marketing social e cultural, etc. Está voltada a lógica corporativa, ou seja, demonstra nas suas ações a parte pública da empresa. Possui a função de formar a identidade e construir a imagem de uma organização.

Nas amplas possibilidades que possui a comunicação organizacional uma de suas ferramentas de destaque é o vídeo institucional. O vídeo por suas características possui um caráter comunicacional e didático, pois alia imagem, texto, som entre outros elementos gráfico para um objetivo central. Comunicar determinada mensagem direcionada a públicos específicos, os *stakeholders*. As mensagens difundidas através de vídeos tendem a gerar um alto engajamento da audiência e são transmitidas com uma eficácia significativa no que diz respeito a transmissão da informação.

O vídeo, de uma forma geral, tem o poder de facilitar a comunicação entre uma organização e os seus públicos. Muito disso se deve ao fato de as pessoas estarem acostumadas com a linguagem audiovisual da TV e do cinema, ambos veículos de comunicação de massa. (WESTERKAMP, 2011, p. 1)

Esse formato busca divulgar dentro das organizações os projetos relevantes de cada área, e também assuntos como plano de carreira e benefícios dos funcionários, de modo a alinhar as expectativas e difundir a informação. É muito comum utilização de depoimentos dos funcionários, muitos até no próprio posto de trabalho, bem como animações explicativas. Naturalmente, é uma ferramenta consolidada cada vez mais nas Assessorias de Comunicação Organizacional e nos Departamentos de Marketing Digital.

Os vídeos institucionais favorecem o uso das informações de maneira mais atraente e de linguagem simples, dando ênfase e credibilidade aos objetivos das organizações, pois, “a

apropriação dos modelos de produção editorial tradicional pelos da moderna multimídia permite criar uma comunicação ágil e interessante aos olhos dos públicos” (KUNSCH, 2003, p. 169).

Com o intuito de agregar valor à marca institucional o vídeo possibilita que a instituição seja conhecida, de forma eficaz, por sua conduta, missão e valores. Pode-se pontuar as seguintes características principais desse formato audiovisual: capacidade de síntese, adequação de forma e conteúdo, integração de imagem e som, roteiro claro e objetivo, utilização de imagens de qualidade, narração adequada, edição dinâmica e coerência da imagem da empresa com o padrão de vídeo produzido.

3.1 SOBRE A FIEP PARAÍBA: BREVE PERFIL INSTITUCIONAL

A Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP) foi constituída em 1949, e filiada à Confederação Nacional das Indústrias (CNI) em 1957, sendo considerada como entidade de grau superior de representatividade industrial do Estado da Paraíba. O propósito central da instituição é contribuir para a sustentabilidade da indústria, atuando como agente transformador da sociedade.

Com a seguinte visão de futuro: Ser referência para a indústria e sociedade nos serviços prestados, ampliando a sustentabilidade, até 2022, a FIEP atua em áreas estratégicas. Representatividade, Educação, Inovação e Tecnologia, e Segurança e Saúde do trabalhador. Desta forma, as indústrias contam com diversos serviços ofertados pelas instituições que compõem o Sistema Indústria: FIEP, SESI, SENAI e IEL. Essas soluções podem ser utilizadas de forma unitária ou integrada, atendendo a diferentes demandas do mercado e melhorando a gestão industrial.

Assim, o público-alvo institucional pode ser apresentado como: Colaboradores do Sistema Indústria, Empresários e Gestores Industriais e Sociedade em geral. Para este mesmo público foi direcionado a produção do Vídeo 25 de Maio - Dia da Indústria.

Diretrizes do Sistema Indústria:

	MISSÃO	SERVI e FORTALECER a indústria para melhorar a vida das pessoas.		VALORES	CONFIAMOS. Vivenciar os nossos valores organizacionais para gerar mais confiança nas relações e ações.	DIALOGAMOS: Praticar a conversa como a melhor solução para o desenvolvimento pessoal e organizacional.	SOMOS ÉTICOS: Agir de maneira íntegra, ética e responsável na condução dos negócios e das relações que estabelecemos.
	VISÃO	REFERÊNCIA em soluções para o desenvolvimento sustentável da indústria.	RESPEITAMOS: Tratar as pessoas com dignidade e aceitar que cada ser humano é único, com uma vocação e um valor próprio.	INOVAMOS: Olhar cada tarefa e processo sob uma nova perspectiva e, se preciso, reinventá-los.	VALORIZAMOS: Compreender que cada colaborador traz um valor pessoal importante para o crescimento do Sistema Fiep.		

Fonte: http://www.sistemafiep.org.br/sobre_o_sistema/

4 PÚBLICO-ALVO:

- Colaboradores do Sistema Indústria (FIEP, SESI, SENAI e IEL);
- Empresários e Gestores Industriais;
- Sociedade em geral.

5 ORÇAMENTO:

No desenvolvimento deste produto midiático os custos já estão inseridos no pagamento dos salários da equipe da Unidade de Marketing e Comunicação da FIEP.

6 CRONOGRAMA:

A tabela abaixo descreve as etapas para conclusão do trabalho:

Atividades	2019				
	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun
Elaboração do Projeto	XXXXXXXX				
Revisão Bibliográfica	XXXXXXXX	XXXXXXXX		XXXXXXXX	XXXXXXXX
Roteiro	XXXXXXXX	XXXXXXXX			
Produção			XXXXXXXX		
Edição Relatório Técnico		XXXXXXXX	XXXXXXXX	XXXXXXXX	
Defesa do TCC					XXXXXXXX

7 CAPÍTULO 1 - DETALHAMENTO TÉCNICO

7.1 O PRODUTO MIDIÁTICO (VÍDEO)

Foi a partir dos anos 1980 que surgiram as primeiras produções de vídeos empresariais. Nessa época, pouco se falava sobre o assunto e não havia nenhuma literatura de referência, principalmente para a roteirização dos mesmos, ou seja, os roteiristas tinham que descobrir a melhor forma para que o vídeo empresarial pudesse se transformar em um meio de comunicação eficaz. Vale lembrar ainda que este tipo de instrumento ficava por conta dos poucos publicitários que se interessavam em roteirizar peças para a área empresarial. (XAVIER, 2004).

Atualmente, materiais informativos dessa natureza costumam ser utilizado para apresentar a empresa, história, objetivos, segmentos de mercado, divulgar produtos ou serviços, sendo que a divulgação é realizada nos canais de comunicação institucionais.

Assim, pode-se destacar que o principal objetivo do vídeo institucional é fortalecer a identidade visual, agregando valores e reforçando sua missão institucional, social, cultural e econômica. Existem vídeos produzidos para o público geral e também os vídeos exclusivos para parceiros e colaboradores. A produção desse tipo de peça audiovisual, para ancoragem nos sites e redes sociais institucionais, está atrelada diretamente a uma estratégia de marketing digital da organização.

Com o intuito de agregar valor à marca institucional o vídeo possibilita que a instituição seja conhecida, de forma eficaz, por sua conduta, missão e valores. Pode-se pontuar as seguintes características principais desse formato audiovisual: capacidade de síntese, adequação de forma e conteúdo, integração de imagem e som, roteiro claro e objetivo, utilização de imagens de qualidade, narração adequada, edição dinâmica e coerência da imagem da empresa com o padrão de vídeo produzido.

No dia 25 de Maio é comemorado o Dia da Indústria, sendo portanto, uma data muito importante para Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP), já que é uma entidade de classe constituída por sindicatos industriais e a maior representatividade industrial do Estado. Na Unidade de Marketing e Comunicação da FIEP a escolha da produção de vídeo

por conta da formação da equipe, que dispõe de profissionais munidos de conhecimento técnico e experiência na produção audiovisual.

A escolha pelo produto midiático se deu por conta do autor ser Supervisor da Unidade de Marketing e Comunicação da FIEP, sendo assim a aproximação com o cenário de execução deste projeto foi facilitado por essa ligação. Nesse processo, foi essencial a orientação do professor Arão Azevedo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) para concluir o as etapas de conclusão do curso através das orientações para a finalização do produto midiático e o relatório técnico, através do entendimento entre assessoria de comunicação institucional e o próprio vídeo institucional como ação de comunicação.

Vale ressaltar que além das produções audiovisuais, na Unimarketing desenvolvemos diversas ações de comunicação entre relacionamento com a imprensa, produção de releases, peças gráficas, gerenciamento de redes sociais, auxiliamos na produção de eventos, dentre outras atribuições realizadas por uma equipe de jornalistas, redatores publicitários, marqueteiros, designers, cinegrafista e editor, formando assim uma equipe técnica robusta para atender as demandas do Sistema Indústria da Paraíba.

Outro fator preponderante para a escolha foram as mídias de divulgação institucional disponíveis (Redes Sociais, *Youtube* e Televisão) e também as possibilidades que a própria temática oferece para trabalhar com imagens de impacto.

A equipe apresentou a ideia de produção do vídeo sobre o Dia da Indústria, o roteiro e formato que seria utilizado, com duração de 60 segundos para a diretoria da instituição. O principal argumento da equipe foi a importância de pautar a temática tão relevante dentro de um produto audiovisual, por conta da ampla difusão do formato vídeo em vários suportes de divulgação. Bem como, pelo retorno e reconhecimento da marca institucional que este produto pode difundir e fortalecer. A ideia foi bem aceita e aprovada pela diretoria, assim foi encaminhada a produção, edição e divulgação.

O produto midiático Vídeo 25 de Maio – Dia da Indústria foi produzido com o objetivo de sensibilizar colaboradores, gestores industriais e a sociedade em geral para o papel essencial que a indústria possui no desenvolvimento da sociedade. A seguir apresentamos o quadro descritivo do vídeo:

VÍDEO INSTITUCIONAL - 25 DE MAIO - DIA DA INDÚSTRIA FIEP ANO: 2019	
INDICADOR	DESCRIÇÃO

Tempo de Duração	60' (sessenta segundos)
Roteiro	<p>O vídeo se inicia com uma imagem do céu estrela refletido em um lago. Na próxima cena aparecem um adulto e uma criança utilizando um telescópio, um professor com alunos em um laboratório. Nessa parte, a locutora fala sobre como a indústria gera Educação. Em seguida, se vê em plano detalhe um olho feminino, a pessoa usa óculos, em seguida aparece uma parte do retrovisor de um carro que está numa rodovia. E depois, se vê a decolagem de um avião no céu. Nessa parte, a locutora fala sobre como a indústria move a sociedade. Depois aparece uma mulher em seu ambiente de trabalho, e em seguida aparece um teclado de computador sendo utilizado. Aparece uma mulher de óculos em um ambiente residencial utilizando um <i>tablet</i>, e após um produtor no campo utilizando um <i>tablet</i>. Aparece uma imagem de operários em uma fábrica. Aparece imagens aéreas de uma porção de <i>containers</i>. Neste ponto a locutora fala sobre como a indústria conecta e produz. Em seguida, vê-se uma criança sentada utilizando um <i>tablet</i>, logo após um cientista utilizando um microscópio, e dois médicos analisando um exame, logo após em plano médio um esportista correndo e depois um homem e duas crianças brincando com óculos de realidade virtual. Aqui a locutora fala como a indústria transforma, cura e permite que as pessoas cresçam. Após aparecem quatro pessoas, uma mulher e três homens analisando um projeto, aparece o maquinário de uma fábrica. Logo após aparece um adulto ensinando uma criança a manobrar um <i>drone</i>, em seguida aparece uma mulher tomando café e utilizando hologramas para se conectar. A locutora fala de como a indústria possibilita sonhos e evolução. Aparece logo após a imagem de uma metrópole a noite bem iluminada, depois aparece a silhueta de um homem contemplando o horizonte. Em seguida aparece a data comemorativa 25 de Maio Dia da Indústria e a logomarca de 70 anos da FIEP com o lema Onde tem indústria tem desenvolvimento. Encerra com o vídeo.</p>
Imagens e Fotografia	<p>As imagens do vídeo estão em formato <i>widescreen</i> ou 16::9 O vídeo possui uma variedade enorme de imagens em diferentes situações de vários setores da sociedade ligados a indústria. Percebe-se a utilização de efeitos e muitos movimentos de câmera. Percebe-se que são imagens dinâmicas produzidas e gravadas com qualidade.</p>
Edição	<p>Dinâmica, porém com tempo adequado para a leitura. Os clips inserem o telespectador na temática.</p>
Locução	<p>Locução com voz feminina em velocidade normal, feita por pessoa com idade por volta de 30-40 anos.</p>
Áudios e Trilha	<p>A trilha sonora utilizada está em BG (<i>background</i>) e é intitulada</p>

Sonora	“ <i>Epic Inspiration</i> ” coletada no banco de trilha sonora do site Envato. O áudio da locutora em <i>off</i> não possui oscilações de volume ou ruídos, denotando a boa qualidade sonora. A locução foi gravada em um estúdio de áudio, próprio da FIEP.
Computação Gráfica	Não foram utilizadas vinhetas para dividir conteúdos, porém as imagens são acompanhadas de frases do texto base, em fonte Times New Roman. Foi utilizada computação gráfica (vinheta) na finalização do vídeo apresentando a data comemorativa 25 de Maio Dia da Indústria e a logomarca de 70 anos da FIEP no final do vídeo. Não apresentou créditos finais.

Ficha Técnica:**Roteiro e Direção:** Henrique Neto**Edição e finalização:** Audo Dantas**Locução:** Sueli de Sá**Imagens:** Envato - Banco de Vídeo Digital**7.2 ROTEIRO**

Existem diferentes formas de definir um roteiro. Uma simples e direta seria: a forma escrita de qualquer projeto audiovisual. Atualmente o audiovisual abarca o teatro, o cinema, o vídeo, a televisão e o rádio. Syd Field define como uma “história contada em imagens, diálogo e descrição, dentro do contexto de uma estrutura dramática”. Para outros é simplesmente a “elaboração do argumento” em que “os elementos acrescentados são diálogo e descrição no drama, e narração no documental” (COMPARATO, 2009, p. 25).

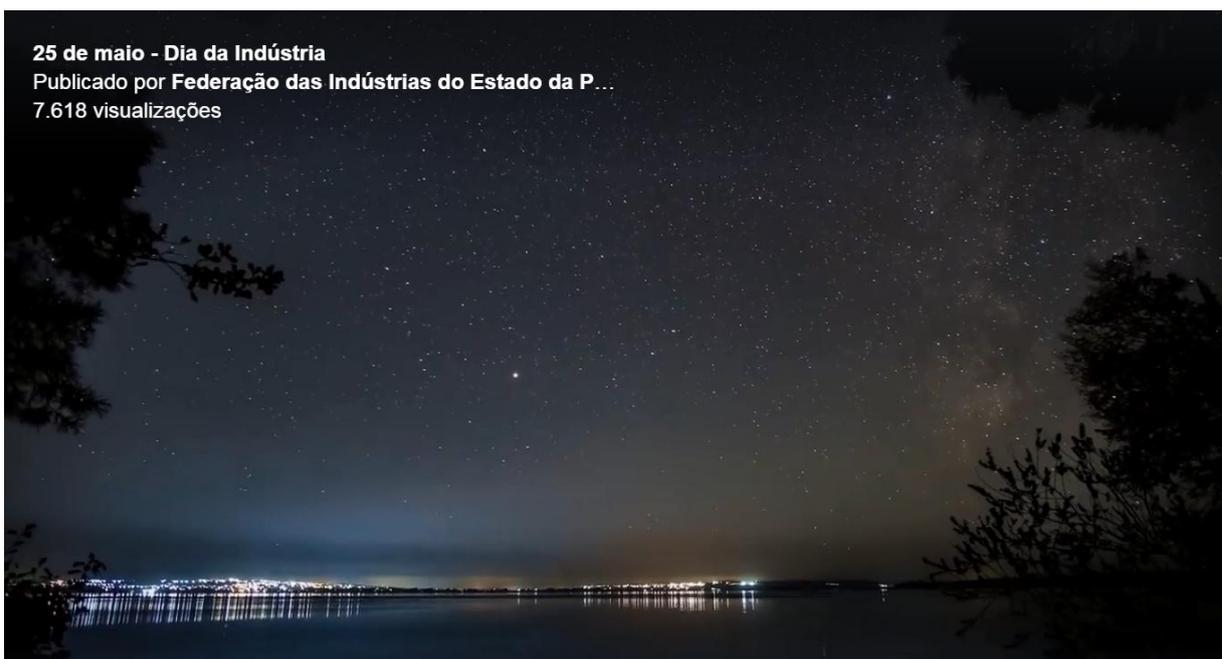
O roteiro principia os produtos audiovisuais. Neste produto midiático o roteiro foi feito a partir de uma texto, que gerasse identificação do telespectador com a temática abrangente da indústria. O discurso elaborado está permeado por frases-chave, que aliadas aos outros elementos da linguagem audiovisual inseridos na edição tornam o vídeo uma ferramenta para transmissão da mensagem principal.

A construção do roteiro para o vídeo obedeceu a uma lógica de estruturação própria dos textos para vídeo. Sendo essencial nesse processo a definição do tema, estruturação das ideias, produção do texto adequado às imagens, obediência às normas cultas da linguagem, texto objetivo e acessível.

7.3 IMAGENS

A imagem é fruto das possibilidades técnicas da câmera somadas aos efeitos visuais eletrônicos que se agregam no momento da edição. Na Linguagem audiovisual a imagem é um fator preponderante para o êxito do produto final. A escolha das imagens, para este produto midiático, se baseou no roteiro elaborado no início do processo. Optamos por utilizar imagens dinâmicas com o propósito de impactar o público. Partindo da ideia de que a narrativa audiovisual é composta por uma imagem geradora do produto, pode-se perceber:

A ideia principal para um roteiro surge sempre de uma imagem que aparece de repente



no nosso contato com o mundo: andando na rua, relacionando-nos com alguém, lendo um livro, um poema ou uma notícia de jornal, presenciando algum fato ou fenômeno que nos desperta a um encantamento repentino que nos ilumina. (MOLETTA, 2009, p. 21).

Imagem retirada do Vídeo 25 de Maio – Dia da Indústria

Imagem retirada do Vídeo 25 de Maio – Dia da Indústria

Neste produto midiático utilizamos imagens do bando digital Envato (envato.com), que é uma plataforma adquirida pela FIEP para auxiliar nas produções audiovisuais. Seguimos orientações de nossa diretoria para neste caso, em específico, utilizarmos estas imagens, evitando assim deslocamento da equipe para locações externas, fazendo com que a produção se tornasse menos onerosa para a instituição.

7.4 EDIÇÃO

Na montagem ou na pós-produção do vídeo as imagens e a sonorização foram inseridas a partir da ideia central do roteiro. Para a edição do vídeo foram utilizadas técnicas de edição jornalística de corte e síntese para finalizar o produto midiático, nessa etapa a edição possibilitou que o vídeo determine seu ritmo e dimensão as cenas tendo como base seu roteiro.

No produto midiático observamos que aparecem os seguintes efeitos de edição: o corte (passagem direta de uma cena para outra), que oferece ao telespectador a noção de ações simultâneas. Além deste, outro efeito utilizado foram os efeitos gráficos para ilustrar as cenas,



que agregaram dinamismo à narrativa.

De acordo com Coutinho (2013), ao realizar a montagem, o diretor do filme seleciona o que será visto, os vazios e os silêncios, ou seja, constrói a peça audiovisual a partir da conjugação de todos os seus elementos. Assim, consideramos que a edição é um elemento intrínseco da linguagem audiovisual.

Partindo desse prisma, nos procedimentos técnicos dessa fase foi utilizado o programa *Adobe Premier*. As cenas ligadas ao roteiro destacaram as áreas onde o setor industrial atua foram selecionadas com o intuito de fazer emergir sentimentos e atribuir sentidos ao que se desenrola na tela, na narrativa feita de imagens, sons cores e movimento.

7.5 TRILHA SONORA E LOCUÇÃO

Som, silêncio e a fala, os diálogos e monólogos, compõem o que chamamos em linguagem audiovisual de trilha sonora. É chamada assim porque, ao definir a trilha sonora, é definido o caminho do som. Como cada música, cada silêncio, cada ruído, cada barulho deve entrar ou surgir nas caixas de som e como deve interagir com a imagem que aparece na tela. Hoje, sons e imagens se aproximam de tal maneira, fundindo-se quase à perda de suas especificidades, dando vida a uma nova linguagem audiovisual. (COUTINHO, 2013, p. 72)

O som e a imagem são os elementos de destaque do gênero, assim aliados ao dinamismo do movimento, das cores e de outros recursos sintetizam a narrativa audiovisual. Na etapa da escolha da trilha sonora para um vídeo institucional é necessário observar aspectos que aliados contribuirão para o êxito do produto final. Pode-se apontar que um significativo trabalho de sonoplastia agrega valor e adequa o vídeo as suas especificidades. As trilhas sonoras para vídeos são inseridas com o intuito de auxiliar no desenvolvimento da história proposta a partir do roteiro. Assim, essa etapa tornou-se preponderante na produção do objeto relatado aqui.

A elaboração de uma banda sonora pode ser comparada à composição de uma partitura musical, Cada elemento deve ser cuidadosamente observado para que haja uma harmonia entre cada tipo de som e destes com imagem. Entre os tipos de som temos a música, o ruído e o silêncio. (COUTINHO, 2013 p. 73).

A trilha sonora utilizada para compor o produto midiático foi a “*Epic Inspiration*” coletada no banco de trilhas sonoras do site *Envato Account* (<https://account.envato.com/>). A composição é de usos livre, ou seja, sem direitos autorais. A trilha apresenta-se em BG (*Background*). A locução do vídeo foi realizada por Sueli de Sá, membro da Unidade de

Marketing e Comunicação da FIEP, no estúdio de áudio da instituição. O áudio da locutora em *off não* possui oscilações de volume ou ruídos, denotando a boa qualidade sonora.

7.6 DIVULGAÇÃO

A exibição foi planejada e discutida de forma estratégica pela equipe da Unidade de Marketing e Comunicação (Unimarketing) da FIEP Paraíba para o site oficial da FIEP, as redes sociais oficiais da Instituição: *Facebook* e *Instagram*, para grupos de *Whatsapp*. E ainda, a divulgação foi em emissoras de televisão da cidade de Campina Grande (PB) TV Borborema, TV Correio e TV Master, com abrangência para todo o Estado da Paraíba.

O período de exibição foi de 10 a 25 de maio de 2019. Sendo utilizados como canais de divulgação as Redes Sociais oficiais da FIEP, SESI e SENAI. Disponíveis, respectivamente, nos seguintes links:

<https://www.facebook.com/FIEPB/videos/2295205950735063/>,

<https://www.facebook.com/sesiparaiba/videos/2303518849903773/>

<https://www.facebook.com/senaiparaiba/videos/2303513773237614/>

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação assume um papel estratégico seja na ordem interna ou externa. No entanto, os processos comunicativos internos e externos, ou seja, a atuação das assessorias de imprensa direcionada aos diversos públicos é preponderante na atuação das organizações. Essa comunicação integrada desenvolve no âmbito organizacional a função de ferramenta de ligação entre os públicos das instituições. Além disso, incentiva a construção e fortalecimento de relacionamentos, nos quais os vários colaboradores compartilham os objetivos e a missão da empresa.

Após a realização da proposta chegamos à conclusão que o vídeo como ferramenta de divulgação institucional tem uma ampla difusão por meio das redes sociais oficiais, que funcionam como um canal de informação e interação da organização com seus públicos-alvo. Como resultado pode-se destacar a constatação de que o vídeo institucional figura como uma das principais ferramentas audiovisuais nas organizações e, ainda em análise do produto midiático, foram verificadas as diferentes possibilidades de se divulgar um vídeo institucional,

seguindo as estratégias de comunicação da Unidade de Marketing e Comunicação (Unimarketing) da FIEP Paraíba.

Nessa conjuntura, identificamos a atuação das mídias digitais como um canal de obtenção de informações acerca da instituição. Diante disso, reforça-se a importância da comunicação organizacional na transmissão das informações para o seu público interno e externo.

Percebemos que é fundamental que a Assessoria de Comunicação institucional crie estratégias de produção e divulgação do vídeo institucional, permitindo que essa ferramenta se torne um produto rico, interessante e principalmente funcional, mas sempre acompanhado de um trabalho em equipe especializado em produção audiovisual. Pois é dessa mescla de elementos que resultará um material audiovisual profissional e de qualidade, além de fornecer recursos tecnológicos que transformem o vídeo institucional em reforço significativo da imagem da instituição.

E destaca-se ainda, a manutenção do padrão organizacional no qual as estratégias de comunicação estejam alinhadas com a crítica da qualidade e com a eficácia da informação. Para que as ferramentas comunicacionais levem em consideração a função primordial da indústria para diversos segmentos sociais e os valores nobres do ser humano que fundamentam a sociedade atual.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. **Comunicação empresarial versus comunicação**. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n6/10.pdf>. Acesso em: 31 de mai. de 2019.

COMPARATO, Doc. **Do roteiro a criação: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2009.

COUTINHO, Laura Maria. **Audiovisuais: arte, técnica e linguagem**. 4 ed. Atualizada e revisada. Cuiabá: Universidade do Mato Grosso, 2013.

HOHLFELDT, Antonio. *et al.* **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

KUNSCH, Maria Margarida Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003

_____. **Comunicação Organizacional e Relações Públicas: Perspectivas dos Estudos Latino-Americanos.** Disponível em: [http:// www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r8-9/ccientifica_02.pdf](http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r8-9/ccientifica_02.pdf). Acesso em: 04 de set. de 2012.

_____. **Comunicação Organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades.** Revista Signo y Pensamiento nº51, volume: XXVI, 2007.

LOBÃO, Cássia. et. al. **Manual de normatização do Trabalho de Conclusão e Curso – TCC do Curso de Comunicação Social.** Universidade Estadual da Paraíba; Campina Grande: EDUEPB, 2011.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.

MATTAR, João. **Metodologia científica na era da informação.** São Paulo: Saraiva, 2008.

MICHALISZYN, Mario Sergio. **Pesquisa: orientações e normas para a: elaboração de projetos, monografias e artigos científicos.** Petrópolis RJ: Vozes, 2011.

MOLETTA, Alex. **Criação de curta-metragem em vídeo digital.** São Paulo: Summus, 2009.

MONTEIRO, Raquel Halfeld. **Comunicação Empresarial online: Intranet e o sistema do Banco do Brasil enquanto meios de comunicação interna.** Disponível em: <http://www.boc.ubi.pt>. Acesso em: 23 de mai. de 2019.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo.** Rio de Janeiro, Campus. 1999.

POLISCHUCK, Ilana. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SPINELLI, Egle Muller. **Jornalismo audiovisual: gêneros e formatos na televisão e internet.** Revista Altejor, Ano 3 Volume 2 Ed 6 Jun-Dez 2012. Disponível em: Acesso em: 23 de mai. de 2019.

XAVIER, Carlos; ZUPARDO, Eveleine. **Entregando o ouro para os mocinhos: o roteiro audiovisual na comunicação das empresas.** São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

WESTERKAMP, Caroline. **Vídeos Institucionais: uma análise comparativa.** Intercom 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/r25-0254-1.pdf>. Acesso em: 01 de jun. de 2019.

Código de Ética da Confederação Nacional da Indústria. Disponível em: https://bucket-gw-cni-static-cms-si.s3.amazonaws.com/media/filer_public/07/bb/07bba7cd-1471-4601-a71f-0f666baa71bf/codigo-de-etica-final-web.pdf. Acesso em: 30 de mai. de 2019.

APÊNDICE A – ROTEIRO DO VÍDEO

ROTEIRO DO VÍDEO

Título: 25 de Maio - Dia da Indústria.

E vivemos melhor

TEXTO/ÁUDIO

Ela nos faz sonhar
Com muitas possibilidades

Ela gera educação
E nos ensina

Ela nos mostra o futuro
E evolui junto com a gente

Ela nos move
E caminha junto

Ela produz
E gera emprego

Ela nos transforma
E crescemos

Ela nos cura

IMAGENS

Criança olhando por um telescópio.
Crianças com professor em laboratório.
Automóvel em movimento.
Avião decolando
Mulher utilizando um tablet.

Mulher no computador com ícones de conectividade.
Homem no campo com tablet.
Criança utilizando um tablet.
Adulto utilizando microscópio.

Médicos analisando um exame.
Homem fazendo exercício físico.

Arquitetos analisando um projeto.
Máquinas da construção civil.

Criança operando um drone, acompanhada de um adulto.

Mulher fazendo compras online.
Imagem aérea de uma indústria. 25 de Maio
Dia da Indústria

FIEP – Onde Tem Indústria, Tem Desenvolvimento.
Logo dos 70 anos da FIEP.