

Vídeo Institucional: Ingresse¹

Jessica Mayara VICENTINI²
Larissa de Sousa FERREIRA³
Leandro Augusto Leite dos SANTOS⁴
Luciana Gomes TRAVASSOS⁵
Marion Litaiff Azize GOMES⁶
Inara Regina Batista da COSTA⁷
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

O produto de comunicação audiovisual que será apresentado ao longo deste trabalho foi desenvolvido com o objetivo de apresentar a missão, a visão e os valores da empresa Ingresse aos seus públicos de interesse, assim como fixar sua identidade diante do mercado de vendas de ingresso online nas cidades em que a organização está presente. Na forma de vídeo institucional, o produto traz informações coletadas através de entrevistas com colaboradores e clientes da organização, dando um panorama sobre a atuação e o perfil da Ingresse enquanto empresa moderna e composta por jovens empreendedores.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Organizacional; Ingresse; Vídeo Institucional.

1. INTRODUÇÃO

A comunicação vem mostrando cada vez mais sua importância e papel estratégico nas organizações. Ainda que alguns gestores vejam o processo comunicacional como algo meramente técnico e operacional, grande parte das empresas modernas já o percebem como um elemento indispensável para seu bom funcionamento, sendo o elo entre as ações institucionais e seus públicos constituintes.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas, modalidade Produto de Comunicação Institucional Audiovisual.

² Estudante do 6º período do curso de Relações Públicas da UFAM . email: jessicavicentini@gmail.com

³ Estudante do 6º período do curso de Relações Públicas da UFAM . email: larii_sousa@hotmail.com

⁴ Estudante do 6º período do curso de Relações Públicas da UFAM . email: leandroaugusto@gmail.com

⁵ Estudante do 6º período do curso de Relações Públicas da UFAM . email: lutravassos@hotmail.com

⁶ Estudante do 6º período do curso de Relações Públicas da UFAM . email: marion.litaiff@hotmail.com

⁷ Orientadora do trabalho. Professora Mestra do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFAM. Integrante do Grupo de pesquisa Interface e do GP Comunicação Social e Estudos Interdisciplinares, e-mail: inara.rp@gmail.com

É por meio da comunicação, por exemplo, que as organizações conseguem apresentar aos seus stakeholders a sua missão, visão e seus valores, fixando seu perfil diante desses públicos e frente ao mercado competitivo. Conseguir estabelecer essa relação de forma eficiente e que cumpra esses objetivos é um desafio que cabe ao processo que chamamos de comunicação institucional.

A comunicação institucional é a responsável direta, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização. (KUNSCH, 2003, p. 164)

A autora relaciona esse tipo de comunicação à conceitos de imagem (como o público percebe a organização) e identidade (aquilo que a organização realmente é).

Diversos instrumentos podem ser utilizados no processo de comunicação institucional com o objetivo de levar as ações e o perfil da organização aos seus públicos de interesse. O autor Waldyr Gutierrez Fortes (2003) cita vários deles apresentando-os como veículos de comunicação dirigida, como por exemplo, os informativos, publicações, eventos, patrocínios, visitas dirigidas, recursos auditivos e audiovisuais.

No trabalho que será apresentado, os recursos audiovisuais citados por Fortes (2003) ganharão foco no estudo da importância da comunicação institucional na relação empresa-públicos. Diante dos conceitos e teorias trabalhados anteriormente, foi proposto um vídeo institucional da empresa Ingresse, com o intuito de divulgar suas ações para os stakeholders, assim como buscar agregar novos públicos à mesma.

A Ingresse é uma empresa de venda de ingressos online e plataforma social digital. No mercado há pouco mais de um ano, a Ingresse faz parte de um novo perfil empresarial, sendo classificada como uma empresa *Startup*. Segundo o consultor do SEBRAE/SP, Boris Hermanson⁸, as organizações que seguem esse perfil possuem características semelhantes, tais como

pequeno porte, recém-criadas ou ainda em fase de constituição, com atividades ligadas à pesquisa e desenvolvimento de idéias inovadoras, cujos custos de manutenção sejam baixos e ofereçam a possibilidade de rápida e consistente geração de lucro.

⁸ Disponível em <http://www.mundosebrae.com.br/2011/01/o-que-e-uma-startup/>.

Formada por jovens empreendedores, a empresa que surgiu na cidade de Manaus se encontra atualmente em expansão para outras três cidades brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba. Tendo isso em vista, percebeu-se a necessidade de fixar a identidade da organização tanto em sua cidade de origem quanto nas novas localidades, buscando estabelecer o bom relacionamento com seus públicos atuais e com os futuros.

2. OBJETIVO

- Divulgar para os públicos de interesse o que é a Ingresse e como ela funciona, de modo que esses possam disseminar a mensagem e contribuir para a formação de uma imagem positiva.
- Servir de material audiovisual de referência sobre a empresa durante o processo de expansão para outras capitais.
- Ser atrativo o suficiente para motivar profissionais a quererem trabalhar na empresa, facilitando a captação de novos talentos.

3. JUSTIFICATIVA

A Ingresse surgiu em 2010 e teve seu primeiro espaço físico na cidade de Manaus – Amazonas, onde foi a primeira empresa a oferecer serviço de venda online de ingressos. Devido ao sucesso de seus serviços e a sua ideia inovadora, a empresa está expandindo para outras capitais do país, porém em algumas capitais como São Paulo, já existem outras empresas que oferecem serviços similares ao da Ingresse. Por isso é importante para a empresa se destacar nesses novos ambientes.

O Vídeo institucional se apresenta como uma ótima opção para atender as necessidades da organização. É classificado como um Veículo de Comunicação Dirigida Auxiliar, e tem como objetivo fazer com que os públicos de interesse ou potenciais a conheçam melhor. Além disso, se configura como um veículo de comunicação bastante utilizado na área das Relações Públicas. Segundo Zanetti (2011) o vídeo institucional é um poderoso aliado e apresenta de forma prática, muitos detalhes que palavras não poderiam expressar.

A produção de um vídeo institucional para a Ingresse teve a seguinte motivação: 1. A empresa ainda não tinha um vídeo institucional que explorasse todas as suas vertentes, mostrando um pouco do cotidiano e seu funcionamento como organização; 2. Como a empresa está expandindo para outras capitais é necessário que esta seja conhecida pelos seus públicos, e o vídeo ajudaria nesse quesito; 3. A organização também está passando por um momento de captação de talentos, o vídeo seria uma forma de despertar nas pessoas a vontade de fazer parte da equipe Ingresse.

Outro ponto forte do vídeo é que ele pode ser usado também nas mídias digitais, que é onde grande parte do público jovem se encontra. De uma forma rápida e gratuita, o vídeo alcança um grande número de pessoas que estão constantemente conectadas, e é exatamente esse público que a Ingresse procura.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para que fosse possível a viabilidade da produção do vídeo, foram realizadas duas oficinas durante a disciplina Técnica de Comunicação Dirigida II: Produção de Vídeo com o professor Danilo Egle, e outra sobre Roteiro de vídeo com a técnica de audiovisual Pollyana Urtica.

Na primeira visita feita à instituição, ocorrida no dia 1º de março, foi realizada uma reunião com o administrador do escritório em Manaus Ícaro Gaspar, e o gerente de contas Rafael Castro para discutir sobre o objetivo do trabalho, reunir ideias e fazer uma explanação sobre algumas das necessidades da instituição que poderiam ser supridas através de um vídeo institucional. Neste primeiro momento, também foi definido um cronograma de filmagem, que auxiliou no planejamento e facilitou a execução das outras etapas da produção.

Após esta reunião, foi elaborado um roteiro, que deu um direcionamento sobre o que iria ser gravado nas visitas seguintes, ocorridas nos dias 5, 7 e 11 de março, no próprio escritório da empresa. Nesses dias foram coletadas imagens do ambiente de trabalho da Ingresse e os depoimentos dos colaboradores Marcello Henrique, Adrian Ibarra, Ícaro Gaspar, e do CEO co-fundador da empresa Gabriel Benarrós. No sábado à noite, as gravações foram feitas no estande da Ingresse no evento Villa Mix, onde foram gravados depoimentos de alguns clientes compradores de ingresso.

Os equipamentos utilizados para a captação de imagem e áudio foram disponibilizados pelo Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas, e a edição do vídeo foi realizada no programa Sony Vegas Pro 11.0, com o auxílio do roteiro de edição previamente preparado.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O Vídeo Institucional da Ingressse apresenta definições sobre a organização e seus objetivos através de depoimentos dos colaboradores e clientes. Durante 2 minutos e 53 segundos são exibidas imagens do cotidiano do escritório em Manaus e de suas ações em eventos da cidade, conforme o roteiro a seguir:

DURAÇÃO: 2 MINUTOS 53 SEGUNDOS

ÁUDIO	TEMPO	IMAGEM
Depoimento: Gabriel Benarrós, Co-Fundador	05”	Depoimento do Co-Fundador
A Ingressse é a melhor forma de divulgar eventos e vender seus ingressos online.		
Abertura	16”	Logo Ingressse
		Cenas de rotina do escritório
Depoimento: Gabriel Benarrós, Co-Fundador	29”	Depoimento do Co-Fundador
A gente é um portal que reúne tudo que está acontecendo na cidade e permite que você compre os ingressos para os seus eventos. Juntar as pessoas sempre foi a coisa que eu gostava de fazer.		
Ela começou como um projeto na faculdade. Depois que eu descobri que eu gostava de empreender e que eu queria alguma coisa nova que é uma empresa. Eu juntei basicamente a minha vontade de unir as pessoas com a minha vontade de criar um negócio e a Ingressse é resultado disso.		
Depoimento: Adrian Ibarra, Closer		Cenas de rotina do escritório, reuniões.

<p>A gente é uma plataforma social onde a gente procura oferecer experiências aos públicos e unir pessoas, unir amigos.</p>	<p>07”</p>	<p>Depoimento do Closer</p>
<p>Depoimento: Ícaro Gaspar, Diretor Regional Norte</p>		
<p>A gente procura realmente juntar o grupo em momentos lúdicos, em que a gente vai almoçar todo mundo junto em um lugar fora. Mas a nossa essência, o site todo, tem esse objetivo (que que o site traz pra eu unir amigos, pra eu encontrar amigos?). Você vai enxergar que é um site totalmente diferente de outros sites de venda de ingresso.</p>	<p>29”</p>	<p>Cenas de Ginástica Laboral e Dinâmica da Equipe</p>
<p>O que realmente você vai ver, é que é o local pra você encontrar os melhores eventos e os melhores lugares, e para onde vão seus amigos. É para isso que serve o site.</p>		<p>Depoimento do Diretor Regional Norte</p>
<p>Depoimento: Adrian Ibarra, Closer</p>		
<p>As pessoas já estão aderindo. A gente já tá conseguindo criar essa cultura nas pessoas de comprarem online...</p>	<p>23”</p>	<p>Depoimento do Closer</p>
<p>...que é legal evita trânsito, fila, stress, pode perder o ingresso e isso não pode acontecer na compra online da Ingresse. Então, eu vejo que a gente tem um caminho legal aí pra conquistar.</p>		<p>Cenas do Evento Vila Mix – Sambódromo</p>
<p>Depoimento: Cliente 1</p>		
<p>O diferencial da Ingresse é a rapidez e a segurança.</p>	<p>6”</p>	<p>Depoimento do Cliente</p>
<p>Depoimento: Cliente 2</p>		
<p>Foi bem tranquilo comprar pela Ingresse e tem a facilidade do parcelamento também. Rapidinho, entrei comprei e recebi no meu e-mail a confirmação do ingresso.</p>	<p>8”</p>	<p>Depoimento da Cliente</p>
<p>Depoimento: Cliente 1</p>		
<p>Na Ingresse acontece.</p>	<p>2”</p>	<p>Depoimento do Cliente</p>
<p>Depoimento: Gabriel Benarrós, Co-Fundador</p>		

Na minha vida a Ingresso é a realização do sonho de criar uma coisa de valor pras pessoas que essa é na verdade a nossa missão. O nosso objetivo de negócio é vender ingresso, é claro por causa dos eventos, mas a nossa missão como empresa é proporcionar bons momentos pras pessoas. Ajudar a você encontrar um bom evento e levar você até ele. A Ingresso é apenas um passaporte pra isso.	28”	Depoimento do Co-Fundador
Final	2”	Logo Ingresso
	15”	Créditos

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se questiona como o profissional de Relações Públicas pode alcançar os públicos de determinada organização, a comunicação dirigida é sempre uma das melhores opções, pois esta busca analisar e viabilizar o meio de comunicação mais adequado para cada situação.

Dessa maneira, por ser uma ferramenta eficaz, a produção de um vídeo institucional para a empresa Ingresso foi a melhor escolha para divulgar o trabalho e serviços que a mesma desenvolve. A partir de imagens que aproximem o público da empresa, tanto do ambiente interno e externo que ela está inserida, o vídeo permite o alcance de tais objetivos. Além de apresentar-se como um instrumento condizente com a atual realidade da organização, ele possibilita ainda, o fortalecimento da marca no mercado local, assim como, a expansão para atuação em outras cidades do país.

Este trabalho foi desenvolvido na disciplina Técnica de Comunicação Dirigida II, ministrada pela professora Inara Costa e teve como propósito colocar as equipes em contato com organizações locais e propor a elaboração de um vídeo institucional, passando por todas as etapas. A equipe considerou a experiência bastante válida, visto o estudo teórico e o experimentalismo que foram oferecidos.

REFERÊNCIAS

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas – processos, funções, tecnologia e estratégias** – 3ed. Ver. – São Paulo: Summus, 2003.

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda Institucional: nova arma estratégica da empresa**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HERMANSON, Boris. **O que é uma Startup?** - Disponível em <<http://www.mundosebrae.com.br/2011/01/o-que-e-uma-startup/>> Acesso em 12/mar/2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. - Edição Revista – São Paulo: Summus, 2003.

NINI, Henrique. **Vídeo Institucional**. Disponível em: <<http://www.nacalifa.com/video-institucional/video-institucional.php>> Acesso em: 27 de out. de 2012.

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