

Organização: IFRJ – Instituto Federal do Rio de Janeiro

Discente: Jorge Saturnino de Moraes (Turma 2017).

Docente orientadora: Profa. Flávia Galindo

Dissertação: Proposição de Ações Comunicativas Baseadas em Tecnologias Audiovisuais No Planejamento De Comunicação Pública: O Caso IFRJ

Data da defesa: 10/05/2019.

Setor beneficiado com o projeto de pesquisa, realizado no âmbito do programa de mestrado: Assessoria de Comunicação do IFRJ

Classificação¹: Produção com médio teor inovativo (combinação de conhecimentos pré-estabelecidos).


PRODUTOS TÉCNICOS/TECNOLÓGICOS:

- Produtos de Intervenção ou Desenvolvimento (Inovação)
- Empresa ou organização social inovadora
- Processo, tecnologia e produto, materiais não patenteáveis
- Relatório técnico conclusivo
- Tecnologia Social
- Norma ou marco regulatório
- Patente
- Produtos/Processos em sigilo
- Software / Aplicativo
- Base de dados técnico- científica


PRODUTOS DE FORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO DO CONHECIMENTO

- Curso para Formação Profissional
- Material didático
- Capacitações e Treinamentos
- Produto Bibliográfico ou audiovisual técnico/tecnológico

¹ De acordo com o [Relatório do Grupo de Trabalho da CAPES sobre produção técnica.](#)

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO Guia de Produção Audiovisual do IFRJ

1. Conexão com a Pesquisa

Projeto de Pesquisa: Consumo e Sociologia de Marketing, ligado ao [Grupo de Pesquisa – CNPq](#).

Linha de Pesquisa vinculada à produção: Estratégias Inovadoras para Organizações Pública e Privadas.

Aplicabilidade - descrição da Abrangência realizada: Este relatório é o produto final da dissertação aplicada no IFRJ. A pesquisa teve como ponto de partida o diagnóstico dos organizadores do Planejamento Estratégico do IFRJ (2017-2021), que constataram falhas consideradas graves na comunicação institucional, sobretudo para o reconhecimento da imagem do Instituto no ambiente externo. Os resultados apontaram a necessidade de normatização de atividades de comunicação, com planejamento de ações de médio e longo prazos, e direcionamento da produção audiovisual.

Replicabilidade: Este relatório é a proposição de soluções sociotécnicas formalizadas na concepção de um Guia de Produção Audiovisual para ser implementado na instituição.

Dissertação: [Link](#)


Declaração emitida pela organização cliente: [Link](#)

Convênio para formação profissional: [Link](#)


Conexão com a Produção Científica - artigos publicados que estão co-relacionados a esta produção:

- ✓ SANTOS, F. G. ; GALINDO, F.L.O.C. ; FERNANDES, J. C. A. S. ; MORAES, J. S. .
Comunicação e Estratégia em uma instituição federal de ensino. In: X CASI - X Congresso de Administração, Sociedade e Inovação, 2017, Petrópolis. X CASI, 2017.

Financiamento: CAPES, IFRJ.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário


Seropédica




GUIA DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Sumário

| | |
|--|----|
| 1. APRESENTAÇÃO | 4 |
| 1.2. Objetivos | 4 |
| 1.3. Objetivos específicos..... | 5 |
| 1.4. Públicos de interesse: | 5 |
| 1.5. Responsabilidade Institucional:..... | 5 |
| 2. PLANEJAMENTO E MODELAGEM FUNCIONAL | 6 |
| 1.1. Critérios para atendimento de demandas..... | 6 |
| 1.2. Métricas para avaliação..... | 7 |
| 2. PRODUÇÃO EM VÍDEO DA CGCOM | 8 |
| 2.1. Documentário | 10 |
| 2.1.1. Fases de um documentário: | 10 |
| 2.1.2. Protocolo | 11 |
| 4.2. Reportagem | 11 |
| 4.2.1 Protocolo | 12 |
| 4.3 Utilidade pública | 12 |
| 4.3.1 protocolo | 13 |
| 4.4 Propaganda | 13 |
| 4.4.1 Protocolo | 14 |
| 5 DESCENTRALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO | 15 |
| 5.1 Condições para produção de vídeos em <i>smartphones</i> | 16 |
| 6. CRONOGRAMA DE ADOÇÃO DO GPA..... | 18 |
| ANEXO I – AUTORIZAÇÃO DE USO DE DADOS E DIVULGAÇÃO DA INSTITUIÇÃO EM PESQUISA ACADÊMICA..... | 19 |

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



1. APRESENTAÇÃO

De acordo com o Art. 47 do Plano de Desenvolvimento Institucional do IFRJ, a Coordenação-Geral de Comunicação Social, vinculada à Diretoria de Articulação Institucional (DAINT), é a responsável pela coordenação das ações de comunicação institucional, no âmbito da Reitoria, normatizando e orientando as ações de comunicação no pertinente aos *campi* do IFRJ.

Dentre as suas atividades, a CGCOM compreende que a produção audiovisual é ferramenta essencial para a plena realização da VISÃO do IFRJ: *Ser uma instituição reconhecida pela sociedade como referência em educação profissional, científica e tecnológica nos diferentes níveis e modalidades de ensino*. E, partindo desta premissa, a CGCOM apresenta à comunidade acadêmica o Guia de Produção Audiovisual do IFRJ – GPA-, parte integrante do Plano de Comunicação do Instituto, e que norteará as produções em vídeo realizadas oficialmente no IFRJ.

A produção audiovisual, por sua diversidade e capacidade imediata de assimilação, é apontada por teóricos da comunicação e por profissionais das áreas correlatas como uma ferramenta fundamental para as instituições, tanto para construir e sedimentar a imagem e a marca institucional perante seus públicos de interesse quanto para construir um diálogo constante e dinâmico com a sociedade, contribuindo dessa maneira para o desenvolvimento da comunicação pública inerente ao Instituto.


O GPA surge da necessidade do IFRJ em ampliar suas atividades de divulgação para a comunidade interna e, sobretudo, para organizar e dinamizar a produção de vídeos para o ambiente externo, com foco na disseminação de conteúdo atrativo para seus públicos de interesse, contribuindo dessa forma, de maneira objetiva, para a atração de novos alunos para a instituição.

Este documento estabelece competências e define responsabilidades pela condução do processo de divulgação institucional através da produção audiovisual. O GPA apresenta os tipos de vídeos produzidos no IFRJ; define os requisitos necessários para a confecção de um vídeo oficial; esclarece a necessidade de planejamento para as produções e tem o propósito inclusivo de incentivar novas produções, capazes de atender aos objetivos da Reitoria e dos campi, num processo de integração institucional.


A comunicação institucional é um processo dinâmico, e, portanto, o GPA se insere neste conceito de inovação e constante aprimoramento. Diante de uma revolução tecnológica em curso, e das necessidades cada vez maiores de promoção de diálogo com a sociedade, na qual o adolescente, que corresponde a 50% do público atendido pelo IFRJ no segmento Médio e Técnico, é protagonista, este Guia online passará por revisões periódicas, a princípio, a cada seis meses, para que se mantenha em constante sintonia com novas tecnologias e possa atender novas demandas do segmento audiovisual.

1.2. Objetivos

O Guia de Produção Audiovisual do IFRJ tem como meta a regularização e a padronização oficial da produção em vídeo do Instituto, no intuito de possibilitar a criação planejada de peças que contribuam diretamente no sentido de promover de modo adequado a correta exposição das atividades e da excelência do Instituto, objetivando a atração de estudantes.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado.profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



1.3. Objetivos específicos

- Apresentar a produção audiovisual da CGCOM;
- Definir competências e responsabilidades;
- Padronizar as produções em vídeo na Reitoria e nos *campi*;
- Orientar produções em vídeo feitas por discentes, docentes e demais servidores;

1.4. Públicos de interesse:

O GPA é um documento norteador voltado para a organização e a orientação da produção audiovisual do IFRJ, com intuito de permitir a elaboração de materiais capazes de promover de maneira assertiva a imagem institucional, e, dessa forma, contribuir de maneira direta para a captação de novos alunos. Como tal, é uma ferramenta comunicacional que se coaduna com a proposta inclusiva e de inovação do Instituto. Portanto, o Guia é voltado a toda comunidade do IFRJ, na qual se inserem servidores: docentes e técnico-administrativos e discentes.

- Docentes – o material em vídeo vai evidenciar para o público externo a excelência do ensino ofertado pelo IFRJ, através de produções que valorizem os professores em sala de aula, nos laboratórios e em atividades que auxiliam na formação dos discentes;
- Discentes – Produções que tenham o aluno como protagonista vão ao mesmo tempo prestigiar aqueles que escolheram o IFRJ para início de suas carreiras profissionais, bem como servir como propaganda para jovens que ainda não conhecem o mundo de possibilidades que esta instituição oferece;
- Técnico-Administrativos – Produções em vídeo, com foco interno, acessível à comunidade IFRJ, ajudarão no processo de integração entre a Reitoria e os campi, evidenciando trabalhos específicos, reuniões e projetos realizados pelos servidores.


1.5. Responsabilidade Institucional:

Diante de uma nova realidade institucional, que valoriza a importância estratégica do departamento de Comunicação, a Coordenação Geral de Comunicação (CGCOM) é o setor responsável pela produção audiovisual oficial do IFRJ, e, portanto, participará da elaboração e divulgação de produtos de duas maneiras:


DIRETA – Sempre que o setor for responsável pela criação e elaboração de peças audiovisuais. A responsabilidade direta da CGCOM é a de produzir conteúdo audiovisual que atenda demandas da Reitoria e dos *campi* no sentido de dar visibilidade às atividades institucionais, à promoção dos cursos ofertados e às especificidades de cada unidade. Nesse intuito, cabe à CGCOM promover diálogo constante com os gestores e com representantes dos *campi* a fim de discutir ideias e realizar planejamento de atividades de divulgação audiovisual.

INDIRETA - Quando o setor não for a unidade produtora. Neste caso, será responsável pela avaliação e aprovação de material produzido fora da CGCOM.

Obs: os materiais audiovisuais institucionais só poderão ser oficialmente disponibilizados após a aprovação da CGCOM.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



2. PLANEJAMENTO E MODELAGEM FUNCIONAL

Uma produção audiovisual, a princípio, parece algo simples aos olhos do espectador, que tem acesso apenas ao produto acabado e pronto para o consumo através dos sentidos. No entanto, para os objetivos de uma instituição, trata-se de uma ferramenta estratégica, quase ‘cirúrgica’, já que precisa ser usada de modo a obter resultados positivos e minimizar possíveis ‘ruídos’ na comunicação com seu público. Para além, no caso do IFRJ, trata-se de uma maneira de promover não apenas a exposição de atividades e projetos, mas também de estabelecer diálogo inclusivo com a sociedade, que é uma das premissas da Comunicação Pública.

O Planejamento é a primeira etapa para a realização de peças audiovisuais. Assim, a CGCOM, uma equipe formada, entre outros profissionais, por jornalistas, relações públicas, programadores visuais e técnicos em audiovisual, realiza reuniões periódicas para avaliação de suas produções e para discutir pautas que podem se tornar vídeos institucionais, sempre levando em conta prioridades, capacidade de realização em tempo hábil e jamais descuidando do valor estratégico do material que será criado.

O caráter institucional da produção audiovisual necessita da participação e da responsabilidade das pró-reitorias e também dos diretores-gerais dos *campi*. Por esta razão, é imprescindível o diálogo com a CGCOM e a definição de atribuições.

PRO-REITORIAS: estabelecer reuniões periódicas com a CGCOM para discussão de calendário de atividades anuais; identificação conjunta de demandas audiovisuais de interesse do público externo e que contribuam para melhorar a percepção da imagem do IFRJ; colaboração no sentido de facilitar acesso da CGCOM a dados necessários às produções, a locações para filmagem, a docentes e discentes.


DIRETORES-GERAIS: criar comissões internas permanentes de comunicação nos *campi*; promover reuniões com a CGCOM para identificação de demandas que possam ser satisfatoriamente atendidas por produções audiovisuais (de acordo com a avaliação estratégica e técnica da CGCOM); facilitar acesso às instalações, bem como a docentes e discentes.

É através de um planejamento inicial que se torna possível identificar objetivos, estabelecer metas, prazos e a melhor estratégia a ser usada, o que implica diretamente no formato de vídeo a ser produzido.


1.1. Critérios para atendimento de demandas

Tendo em vista a diversidade relativa às demandas audiovisuais que fazem parte do cotidiano da instituição, faz-se necessária a adoção de critérios para o trabalho da CGCOM e seu Núcleo Audiovisual:

NÍVEL 1 – produções com foco externo, que possam ao mesmo tempo auxiliar na atração do público jovem e servir como publicidade a respeito da excelência do IFRJ. Além do trabalho de pesquisa executado pela CGCOM, estas demandas podem surgir da Reitoria ou dos *campi*, e serão analisadas pela equipe CGCOM quanto à viabilidade imediata, ou para realização posterior.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



Ex: concursos; novos convênios; vídeos apresentando conquistas dos alunos do IFRJ;

NÍVEL 2 – produções voltadas para comunidades específicas, atendidas pelos campi. São produções que precisam ser elaboradas em conjunto pela CGCOM e representantes dos campi, e que podem ser apresentadas em visitas promovidas por professores e diretores a escolas locais.

Ex: vídeos sobre os cursos ofertados em determinado campus, com participação de alunos e professores, além de abordagem da realidade local;

NÍVEL 3- demandas relativas à cobertura de eventos ou reportagens. Nesta nova fase da Comunicação do IFRJ, e levando em conta a prioridade que é a promoção do diálogo com os públicos de interesse da instituição, privilegiando para a produção audiovisual o público jovem neste primeiro momento, tais demandas serão realizadas apenas em casos definidos pela CGCOM como muito relevantes para a divulgação institucional.

Exemplo: matérias sobre assuntos específicos em algum campus ou na Reitoria.

Obs: eventos anuais, que servem como exposição das atividades do IFRJ para o público externo, como a Jornada de Iniciação Científica e os Jogos Intercampi, não se encaixam neste perfil e terão cobertura em vídeo, desde que exista a disponibilidade logística para sua realização.

1.2. Métricas para avaliação


O planejamento da produção audiovisual, para ser validado e reconhecido, precisa apresentar resultados, a fim de que possa ser constantemente aperfeiçoado. Desta forma, são necessárias as métricas para avaliação das produções.

Pesquisas: serão realizadas pela CGCOM, periodicamente (anualmente), pesquisas junto aos públicos de interesse a respeito das produções, em que se observem questões como: temática; entendimento da mensagem; elementos como linguagem e formato; além de críticas e sugestões.


Parametrização: serão apurados e analisados dados como quantidade de visualizações; alcance; compartilhamento.

Resultados para o IFRJ: através de pesquisas específicas, devem ser analisadas anualmente as relações entre as produções audiovisuais e o incremento do número de alunos na instituição.

Obs: apesar da atração de novos alunos ser uma prioridade nas questões que envolvem a produção audiovisual, existem outros fatores que interferem na matrícula. Assim, o propósito desta avaliação é verificar, de fato, os limites e potencialidades deste tipo de divulgação institucional, seu potencial e seus limites.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



2. PRODUÇÃO EM VÍDEO DA CGCOM

As primeiras produções em vídeo do setor de Comunicação do IFRJ datam do ano de 2014, e acontecem após o concurso realizado em 2010, que permitiu o ingresso de dois jornalistas para integrar a equipe. Além das modificações promovidas na maneira de apresentar conteúdos informativos no formato de matérias, que passaram a ter uma linguagem jornalística, objetiva e que refletiam o padrão já era praticado no MEC, foi percebida pelo setor a necessidade de implementar gradativamente modificações que permitissem, ainda que com limitações, dar mais visibilidade à comunicação institucional. Nesse contexto, a produção audiovisual passou a ser discutida com os gestores.

Em sua fase inicial, os vídeos eram realizados apenas com conteúdo de reportagens. Havia a necessidade da então Assessoria de Comunicação de iniciar uma produção audiovisual na instituição que comportasse outros formatos, face a uma defasagem flagrante deste tipo de conteúdo informacional em relação a outras instituições similares de ensino e à tentativa de promover mais visitas à página oficial do IFRJ na internet.


Atenta às necessidades de dar visibilidade não apenas ao que acontecia na Reitoria, através de vídeos da gestão, mas principalmente às atividades realizadas nos *campi*, a Comunicação realizou matérias em vídeo em diversas unidades da instituição, não apenas para a cobertura de eventos, mas para realização de matérias que apresentassem alunos e professores desenvolvendo projetos que mostravam o compromisso do IFRJ com a formação profissional e cidadã.

No ano de 2016 a, ainda, ASCOM recebeu novos servidores, o que impactou no aumento da produção de informação do setor e, no campo audiovisual, com o ingresso de servidoras técnicas em audiovisual, se permitiu novas produções institucionais. No mesmo período, o setor recebeu mais equipamentos para gravação e edição de material.


Ainda que a produção audiovisual não fosse entendida com o devido viés estratégico, ou tivesse sua importância reconhecida pela comunidade interna, a equipe de profissionais manteve seus esforços para o aprimoramento e diversificação de suas produções. Além dos vídeos com reportagens, que ganharam qualidade, foi possível diversificar a produção e realizar vídeos-chamadas para concursos; vídeos específicos sobre cursos, como o de Arte Circense; cultivo de Plantas Medicinais no IFRJ e equitação Lúdica; sobre as edições da Jornada Interna de Iniciação Científica e Tecnológica (JIT); especiais, como o ‘Diálogos pela Democracia’; visitas internacionais de reitores e suas equipes; campanha de combate à Dengue; cobertura de edições do Festival Literário Internacional da Diáspora Africana (FLIDAM); visita do ex ministro da Educação, Cid Gomes, etc.

Não satisfeitos, e com o firme propósito de evidenciar a importância da utilização da ferramenta audiovisual na divulgação institucional para fins de atração de novos alunos, a equipe de Comunicação decidiu fazer um vídeo que tivesse especificamente o modelo de propaganda, diferente de todos os que haviam sido produzidos até então. No ano de 2015, a ASCOM produziu o vídeo “Estude no IFRJ!”.

Com um formato que dispensou qualquer entrevista ou referência através de tarjas na tela a este ou aquele campus, o vídeo apresentava em 2.44 min uma visão única do IFRJ ao público externo. As cenas evidenciavam laboratórios, salas de aula e momentos de lazer, e focavam no que a instituição

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



tem de mais valioso, o aluno. O resultado foi um número recorde de visualizações. Enquanto as outras produções apresentavam, em média, 5 mil visualizações, o ‘Estudo no IFRJ’ chegou a mais de 20 mil.

Hoje, hospedados em sua página na plataforma *youtube*, o IFRJ possui um total de 96 vídeos. No contexto de uma realidade imagética, na qual o ser humano, de maneira geral, e, especificamente os adolescentes, estão imersos, a relevância de uma comunicação audiovisual supera o discurso e se apresenta como uma ferramenta essencial à prática de uma instituição como o IFRJ, que precisa ser vista e reconhecida pela sociedade pela sua excelência na formação técnica, profissional e cidadã, que precisa atrair cada vez mais alunos (o que impacta diretamente no recurso recebido anualmente); e que precisa ‘competir’ com outras instituições de ensino que desenvolvem trabalhos na área há muito tempo.

IMAGEM 01: Tela de abertura dos vídeos do IFRJ




FONTE: IFRJ. Estude no IFRJ. *youtube*. 2018.

FORMATOS DE VÍDEO:

Cada produção audiovisual possui uma característica única, seja uma reportagem, a divulgação de um concurso, de um novo convênio, um documentário, ou mesmo uma propaganda baseada unicamente em imagens. E cada uma tem um propósito específico, fazendo parte de um conceito maior, chamado, ESTRATÉGIA.

A definição correta de um formato para a produção de vídeos impacta diretamente no resultado a ser obtido, no retorno esperado, tanto para os produtores quanto para o público. Por esta razão, a

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



CGCOM, através de seu Núcleo Audiovisual, analisa criteriosamente as demandas que surgem na instituição bem como define o melhor formato para cada uma.

2.1. Documentário

IMAGEM 02 - vídeo Documentário

10



IFRJ - Campus Rio de Janeiro, 75 anos

554 visualizações

👍 27 🗑️ 0 ➔ COMPARTILHAR 📁 ...


FONTE: IFRJ.Campus Rio de Janeiro 75 anos. *youtube*, 2018

Classificado também como um filme de não-ficção, o documentário é um vídeo que pode abordar uma série de assuntos envolvendo pessoas, lugares e acontecimentos relevantes. É importante entender que um documentário pode ter desde um caráter histórico-documental até a proposta de abordar temas de vanguarda, ou que atendam ao interesse institucional de despertar a atenção para determinado assunto.

Existem diversas maneiras de se fazer um documentário, e, exatamente por esta particularidade, este tipo de produção audiovisual possui fases distintas que precisam ser realizadas através de um planejamento cuidadoso.

2.1.1. Fases de um documentário:

- ✓ escolha de um tema
- ✓ definição do recorte a ser usado na produção;
- ✓ definição do grau de relevância institucional do tema;
- ✓ definição de personagens, lugares, acesso da produção, disponibilidade da equipe etc;

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



- ✓ objetivo final da produção;
- ✓ definição de formato estético, incluindo linguagem, trilha sonora, tipo de imagem etc;
- ✓ cronograma da produção

2.1.2. Protocolo

A sugestão para um documentário institucional pode ser feita por qualquer servidor ou aluno do IFRJ. Esta solicitação deve ser encaminhada à CGCOM através do email: ascom@ifrj.edu.br.

No corpo do email deve haver a identificação do tema sugerido e sua pertinência. A partir deste contato inicial, a CGCOM terá o prazo de 10 dias para responder à solicitação. Em caso positivo, será marcada reunião para discussão temática e avaliação da real possibilidade de execução da obra.

Não há um prazo para a realização de DOCUMENTÁRIO, porque, ao contrário de outras produções audiovisuais, este modelo demanda avaliação de uma série de fatores que variam de uma produção para outra.

OBS: se o solicitante quiser apenas indicar um tema para documentário futuro, a solicitação será apreciada pela equipe CGCOM e a resposta sobre o interesse e uma possível viabilidade de produção decorrente do tema sugerido será dada no prazo máximo de 02 dias.

4.2. Reportagem

IMAGEM 03 – vídeo Reportagem





IFRJ dá início ao Planejamento Estratégico 2017-2021


647 visualizações

12 24 COMPARTILHAR

FONTE: IFRJ. Início do Planejamento Estratégico. *youtube*. 2017.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



O vídeo-reportagem tem caráter noticioso, pode ser usado para evidenciar atividades da gestão, dos campi, projetos de alunos e professores, inaugurações, eventos externos etc. Também pode ser usado como complemento de uma matéria escrita e veiculada no site do IFRJ, e, neste caso, funciona como um desdobramento da notícia, abordando tópicos que não foram suficientemente desenvolvidos na narrativa jornalística.

A realização do vídeo-reportagem pressupõe destaque do objetivo principal do evento, projeto ou atividade; abertura, passagem do repórter, locução em *off* e, no IFRJ, é um tipo de produção que tem uma duração média de 5 minutos.

A produção de um vídeo-reportagem precisa seguir um protocolo definido pela CGCOM, a fim de que possa ser realizado um trabalho com a qualidade necessária para a devida exposição pública.

4.2.1 Protocolo

Solicitação à CGCOM – qualquer setor da Instituição pode solicitar a realização de um vídeo-reportagem. Para tanto, basta entrar em contato com a CGCOM com, no mínimo, duas semanas de antecedência do evento, através do email: ascom@ifrj.edu.br. É importante que a solicitação neste caso seja de um representante oficial de um setor ou de algum campus.

No corpo do email deverá ser informado: o evento; local; objetivo e a relevância institucional. Também deverá constar horário de início e término; participações de autoridades e dados que o solicitante julgue importantes para serem destacados na filmagem.

O setor solicitante deverá disponibilizar, caso seja necessário, veículo para levar a equipe de filmagem, uma vez que a CGCOM não dispõe de meio de transporte.


Obs: caberá à CGCOM analisar a viabilidade da reportagem em vídeo, de acordo com as demandas do setor e suas prioridades, e dar resposta à solicitação em até 03 dias.

IMPORTANTE: A CGCOM não realiza filmagens de nenhum evento na íntegra. Os vídeos-reportagens têm duração curta e são usados para dar destaque aos eventos. O setor define também a edição final deste material.


Os motivos para esse modelo de vídeo-reportagem de curta duração têm a ver diretamente com a necessidade de uma edição rápida para exposição no site do IFRJ, antes que o assunto se torne perecível ao público externo. É uma questão estratégica, definida pela CGCOM.

4.3 Utilidade pública

Os vídeos que fazem parte da categoria utilidade pública englobam assuntos diversos que tem a ver com a exposição de conteúdo informativo que seja do interesse geral da população, ou de parte dessa. Seja a divulgação de uma campanha de Saúde, a realização de concursos, ações de inclusão e cidadania, divulgação de resultados oficiais da instituição, ações que impactem de alguma forma no funcionamento da instituição etc.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



Esses modelos de vídeo são realizados pela CGCOM ao longo do ano, e, sempre que possível, planejados com antecedência, como no caso de vídeos que evidenciem concursos a serem realizados no IFRJ. Para este fim específico, o produto audiovisual é complementar ao trabalho de divulgação que também é feito por empresas contratadas especificamente para a realização dos concursos oficiais, e que também atuam na área da comunicação nesses períodos realizando peças para divulgação em *busdoor*, *outdoor* etc.

IMAGEM 04 - vídeo de Utilidade Pública



FONTE: IFRJ. Eleições 2018. *youtube*. 2018.

4.3.1 protocolo


Para a realização de vídeos de utilidade pública as solicitações devem ser realizadas com a antecedência de um mês. As requisições podem ser feitas por qualquer servidor ou aluno através do email: ascom@ifrj.edu.br.

A CGCOM tem o prazo de 05 dias para responder.

4.4 Propaganda

Para além da produção audiovisual de caráter noticioso ou de utilidade pública e documentários, existe um modelo de vídeo que se destaca por realizar uma função expositiva que objetiva diretamente a atração de novos alunos para o IFRJ. Trata-se do vídeo de propaganda.

O objetivo deste modelo de vídeo é servir de modo estratégico, oportuno e direto para a divulgação não apenas das atividades e cursos ofertados, mas para criar elos entre potenciais alunos e o IFRJ.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



Este material tem o intento de apresentar o instituto como uma opção de excelência nas áreas de Ciência e Tecnologia, com compromisso de formação profissional e cidadã, e, ao mesmo deixar claro que trata-se de uma instituição acessível a todo e qualquer estudante.

Os temas abordados variam de acordo com as necessidades institucionais. Desta forma, podem versar sobre determinados tipos de cursos ofertados; sobre as possibilidades de aprendizado no Instituto, de modo geral; sobre as conquistas de alunos da instituição; sobre um contexto histórico; sobre intercâmbio; sobre inclusão, diversidade, cultura etc.

14

O viés estratégico no vídeo de propaganda é fundamental, pois visa estabelecer diferenciais positivos e apresentá-los de maneira atrativa, criando um diálogo com o espectador. Cada vídeo de propaganda deve funcionar como um cartão de visitas audiovisual único, e ter, sempre que possível, participação de discentes.

IMAGEM 05 - vídeo Propaganda




Estude no IFRJ, o Instituto Federal do Rio de Janeiro

FONTE: IFRJ. Estude no IFRJ. *youtube*. 2015.

4.4.1 Protocolo

Qualquer servidor ou aluno do IFRJ pode contribuir com ideias para a realização deste modelo de vídeo. Basta entrar em contato pelo email: ascom@ifrj.edu.br.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



No entanto, caberá à CGCOM a definição da realização dos vídeos de PROPAGANDA, pois tal modelo precisa ser discutido com a gestão a fim de definir prioridades a serem abordadas. A PROPAGANDA é, em essência, uma peça estratégica, e como tal precisa ser elaborada com critério e precisão.

O tempo para a realização de uma peça de PROPAGANDA varia de acordo com uma série de fatores técnicos.

5 DESCENTRALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO

A comunicação institucional é uma atividade que, em seu conceito mais amplo, não deve ser atribuída a um único setor. A construção deste conceito envolve o conhecimento da Missão, da Visão e dos valores institucionais, que devem ser perseguidos todos os dias e por todos os servidores do IFRJ. A comunicação institucional é, portanto, uma construção coletiva, em essência.


A CGCOM, setor responsável pelas atividades profissionais ligadas à Comunicação tem suas atividades definidas no Plano de Comunicação, que se insere no Plano de Desenvolvimento Institucional do IFRJ. É a responsável direta por realizar uma comunicação dirigida e coordenar projetos de divulgação institucional. Não obstante, o Instituto é composto por 15 *campi*, além da Reitoria, e, por esta razão, e por mais apurado que seja o trabalho dos profissionais da CGCOM, não seria possível concentrar toda a produção audiovisual do IFRJ. Perder-se-ia, neste caso, a rica e importante colaboração de professores, alunos e demais servidores, que ocasionalmente querem participar desse processo de divulgação institucional e produzem vídeos em aparelhos celulares.


Dada a abrangência do IFRJ, que atua em todas as regiões do Estado do Rio de Janeiro, compreende-se que existem demandas audiovisuais diversificadas em cada campus, uma necessidade cotidiana de se fazer visível e atrair novos alunos. Por outro lado, ainda que conte com servidores qualificados para atuar na produção e edição dos materiais promocionais, a CGCOM não teria como cuidar de todas as produções audiovisuais da instituição.

Em uma sociedade em que é cada vez mais comum o uso de recursos imagéticos por parte, principalmente, de adolescentes, a CGCOM entende que essa produção audiovisual não pode ser ignorada ou tratada como marginal aos materiais que são produzidos e disponibilizados pela equipe existente da Reitoria.

Tal produção espontânea deve ser incentivada, desde que os produtores de conteúdo tenham alguns cuidados essenciais. Assim, esses vídeos poderão ser divulgados oficialmente, não somente em páginas pessoais, mas através das páginas de *facebook* da Reitoria e dos *campi*, ou até na plataforma *youtube*, na página oficial do IFRJ.

Esse processo de descentralização da produção audiovisual, no sentido de conferir grau de legitimidade aos vídeos realizados no interior das unidades, nasce da crescente necessidade de um público que está conectado ao IFRJ diariamente, que sente orgulho em divulgar eventos de que participam, aulas, palestras e uma série de outras atividades, nas quais são protagonistas, ou mesmo meros espectadores.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



IMAGEM 06 - vídeo produzido por aluno



16

#IFRJ #DIY #LoucurasNaCozinha
PRIMEIRA SEMANA NO IFRJ ♥

951 visualizações

👍 111 🗨️ 2 ➦ COMPARTILHAR


FONTE: LOUCURAS ALEATÓRIAS. Primeira Semana no IFRJ. *youtube*. 2018.

Não cabe à CGCOM inibir de alguma forma produções que são realizadas fora do setor, mas é de competência da Comunicação a padronização e coordenação de toda produção de informação do IFRJ. Pois, desta maneira, a CGCOM pode garantir que tudo que for veiculado oficialmente através da sua página na internet, em suas redes sociais da Reitoria e dos *campi*, tenha um padrão suficiente de qualidade técnica e esteja de acordo com a correta e assertiva divulgação da instituição para seu público externo. Levando em conta que publicações em redes sociais com frequência são replicadas em outras redes sociais.


5.1 Condições para produção de vídeos em *smartphones*

Diante de uma grande variedade de modelos de *smartphones*, cada um com um tipo de câmera, com quantidade de pixels diferentes e, sobretudo, com proprietários que gostam de filmar e fotografar o tempo todo, não há como estabelecer regras rígidas para este tipo de produção. Portanto, é muito importante ficar atento para algumas dicas essenciais, que além de contribuir para melhores gravações, ainda podem ser veiculadas oficialmente pela CGCOM:

- ✓ **AS LIMITAÇÕES** – se você pretende fazer um registro em vídeo com qualidade, que consiga captar aqueles momentos importantes para serem reproduzidos em redes sociais e, no caso do IFRJ, possam ser compartilhados para um número ainda maior de pessoas dentro e fora da instituição, verifique em primeiro lugar a quantidade de memória disponível e a bateria;
- ✓ **RESOLUÇÃO** - as câmeras dos celulares são capazes de filmar em 480p (SD), 720p (HD), 1080p (Full HD) ou até 4K. A boa resolução é fundamental para o resultado final, mas, é bom lembrar

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica




que, quanto maior a resolução, maior será o arquivo e mais espaço terá na memória do celular. Se a proposta for veiculação em rede social, não há necessidade de alta resolução. Neste caso, filmar em 480p (SD) é suficiente. Agora, se o objetivo é garantir maior qualidade e riqueza nos detalhes, use a maior resolução possível.


- ✓ **LENTE** - verifique se a lente da câmera do seu *smartphone* está realmente limpa, pois é muito comum o acúmulo de partículas de poeira e também de gordura;
- ✓ **AÚDIO** - para uma boa gravação em vídeo é muito importante que o áudio seja de boa qualidade. Verifique se você não está cobrindo o microfone do *smartphone*. Evite, sempre que possível, ambiente com muitos ruídos, e não tente fazer locução nesses casos, porque o áudio fica muito ruim. Se for colher um depoimento de alguém, verifique o ambiente e faça um teste para saber se o resultado é de boa qualidade. Até um vento forte pode atrapalhar um registro.
- ✓ **FILMAR NA HORIZONTAL** – o registro desta forma horizontal permite que seu vídeo possa ser visto em tamanho real na tela de qualquer computador ou mesmo numa TV. A filmagem na vertical prejudica a visualização, pois cria duas faixas pretas na transposição do registro do *smartphone* para outra tela.
- ✓ **USE AS DUAS MÃOS** – apesar de não se tratar de um rigor profissional, é muito importante que o resultado de um registro em vídeo possa ser apreciado por um número grande de pessoas, e depois compartilhado. Assim, evite produzir um vídeo em que o resultado seja uma imagem tremida.
- ✓ **LUZ** – um dos fatores mais importantes para qualquer registro em vídeo é a questão da luminosidade. Se a gravação for ao ar livre, o ideal é buscar um local em que o sol esteja iluminando a cena de maneira uniforme, evitando constastes entre luz e sombras, que prejudicam o resultado. Não tenha pressa para começar a filmar, pois sem uma boa condição de luminosidade você pode simplesmente perder o registro, ou produzir um material que será apenas alvo de críticas.
- ✓ **AJUSTE MANUAL** – outra preocupação é o foco. Pressione e segure alguma área da tela do dispositivo para ativar o modo de bloqueio AE/AF (exposição automática/foco automático). Este procedimento evita que o foco da imagem sofra mudanças aleatórias enquanto você grava. A definição manual do foco é perfeita quando o objetivo é filmar algo a curta distância.
- ✓ **ZOOM** – a dica é estar o mais próximo possível do seu objetivo (seja uma pessoa, um evento, um lugar) a fim de que sejam evitadas distorções.
- ✓ **EDIÇÃO E COMPARTILHAMENTO** – trabalhar com edição é mais complicado do que parece. A dica básica é cortar o início e o fim da gravação, e, se possível, organizar as imagens em uma ordem seqüencial e lógica.

A CGCOM recomenda que, se o objetivo for divulgar registros em vídeo através dos canais oficiais do IFRJ, que o material seja enviado à CGCOM sem cortes, pois caberá aos profissionais fazer os ajustes necessários.

Todos os materiais em vídeo enviados à CGCOM deverão ter seus direitos de exibição cedidos ao IFRJ para uso exclusivo do setor, sem qualquer vínculo comercial, cessão externa a outras instituições e em hipótese alguma haverá qualquer ônus para o IFRJ ou para o autor das imagens, que terá seu crédito assegurado na divulgação oficial.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



6. CRONOGRAMA DE ADOÇÃO DO GPA

O Guia de Produção Audiovisual foi apresentado à Diretoria de Articulação Institucional; à Coordenação Geral de Comunicação e ao reitor do IFRJ, professor Rafael Almada, com o propósito de compartilhar o trabalho e enriquecê-lo através de contribuições. O Cronograma de Adoção, no entanto, está atrelado às mudanças que estão em curso no Plano de Desenvolvimento Institucional, no qual deverá ser inserido o GPA.

18


Destarte, o período exato em que o GPA será efetivamente adotado no IFRJ ainda está em aberto, mas existe um planejamento para as ações a serem realizadas no intuito de informar a população da instituição de sua existência. Leva-se em conta que durante o ano de 2019 o PDI já estará aprovado.


Quadro 01 – Cronograma de Adoção


| AÇÕES | PRAZOS |
|--|------------------|
| Elaboração e divulgação de teasers e informativos via email à comunidade | Junho e julho |
| Participação da CGOM no Colégio de Dirigentes para falar do GPA | junho |
| Cartazes e informativos sobre a produção audiovisual do IFRJ para a Reitoria e campi | Junho a agosto |
| Visita aos campi para divulgação do GPA junto aos professores, técnicos e alunos | Junho a setembro |
| Reunião com os grêmios estudantis | agosto |
| Apresentação do GPA no auditório da Reitoria | outubro |
| Adoção do GPA | novembro |

FONTE: elaboração do autor

Obs: os prazos são meramente ilustrativos, pois, como foi informado, a adoção de um cronograma definitivo depende do andamento e execução do PDI. Ainda assim, as etapas para adoção do GPA serão as descritas no Quadro 17.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



ANEXO I – AUTORIZAÇÃO DE USO DE DADOS E DIVULGAÇÃO DA INSTITUIÇÃO EM PESQUISA ACADÊMICA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

19

AUTORIZAÇÃO DE USO DE DADOS E DIVULGAÇÃO DA INSTITUIÇÃO EM PESQUISA ACADÊMICA

Magnífico Reitor, Prof. Dr. Paulo Roberto de Assis Passos

Solicitamos autorização para realização da pesquisa intitulada "Proposição de ações comunicativas baseadas em tecnologias audiovisuais no planejamento de comunicação pública: o caso IFRJ", a ser realizada pelo aluno Jorge Saturnino de Moraes, do Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia da UFRRJ (MPGE), sob orientação da Profa. Dra. Flávia Galindo, visando ter o livre acesso aos dados documentais e dados provenientes de entrevistas em profundidades no Instituto Federal do Rio de Janeiro.

Esta autorização também permite a divulgação do nome da instituição nos produtos da pesquisa que tenham fins acadêmicos, tais como o TFC – Trabalho Final de Curso, artigos acadêmicos publicados em anais de eventos científicos e em periódicos Qualis.

Declaramos conhecer e cumprir as Resoluções Éticas Brasileiras e salientamos que os dados coletados serão utilizados somente para o fim descrito neste documento.

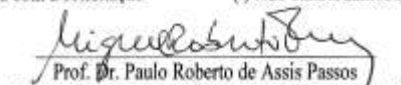
Na certeza de contarmos com a colaboração e empenho de Vossa Magnificência, agradecemos antecipadamente a atenção, ficando à disposição para quaisquer esclarecimentos que se fizerem necessário.


Rio de Janeiro – RJ, 01 de fevereiro de 2018.


Jorge Saturnino de Moraes
Mestranda - MPGE - UFRRJ


Profa. Dra. Flavia Galindo
Responsável pela Pesquisa - MPGE – UFRRJ

Concordamos com a solicitação Não concordamos com a solicitação


Prof. Dr. Paulo Roberto de Assis Passos
Reitor do Instituto Federal do Rio de Janeiro - IFRJ

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica

