

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

IGOR GRANDI

RELATÓRIO DE ESTÁGIO CURRICULAR

ORIENTADOR: JACOB RAUL HOFFMANN

CAXIAS DO SUL

2022



SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	4
2 - DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO	6
3 - REFLEXÃO TEÓRICA.....	20
3.1 - EDIÇÃO AUDIOVISUAL.....	20
3.2 - ASSESSORIA DE IMPRENSA ORGANIZACIONAL	27
4 - PLANO DE AÇÃO	34
4.1 - IMPRENSA	34
4.2 - MÍDIAS DIGITAIS	48
5 – PARECER DO SUPERVISOR DE ESTÁGIO	57
6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
7 – REFERÊNCIAS.....	59

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Site Randon Implementos	7
Figura 2 – Site Empresas Randon	8
Figura 3 – Agência de publicidade SPR	9
Figura 4 – Assessoria de imprensa Empresas Randon	9
Figura 5 – Aba novidades, site Randon Implementos	10
Figura 6 Facebook - Randon Implementos	11
Figura 7 – Exemplo de post Facebook Randon Implementos	12
Figura 8 – Instagram Randon Implementos	13
Figura 9 – Exemplo de post Instagram	13
Figura 10 – Youtube Randon Implementos	14
Figura 11 – Websérie Randon na estrada	14
Figura 12 – LinkedIn Randon Implementos	15
Figura 13 – Exemplo de post LinkedIn	16
Figura 14 – Tiktok Randon Implementos	17
Figura 15 – Exemplo de post Tiktok	17
<i>Figura 16 - Diferenças entre as etapas de uma produção audiovisual</i>	<i>24</i>
Figura 17 - Contributo para definição do campo da assessoria	29
Figura 18 - Quadro de expressões	31
Figura 19 - Demandas de imprensa de janeiro a maio	35
<i>Figura 20 - Release Randon Concept Trailer na Íntegra</i>	<i>36</i>
Figura 21 - Randon Concept Trailer	37
Figura 22 - Divulgação na revista Transporte Moderno	38
Figura 23 - Divulgação no veículo Blog do Caminhoneiro	39
Figura 24 - Relatório de pontuação Randon Concept Trailer	40
<i>Figura 25 - Relatório de inserções por pilares de conteúdo das Empresas Randon</i>	<i>41</i>
Figura 26 - Relatório de inserções por atributo de marca das Empresas Randon	41
Figura 27 - Release Randon Hybrid R na Íntegra	43
Figura 28 - Pauta divulgada pelo Estadão	44
Figura 29 - Vídeo utilizado na íntegra no Estadão	45
Figura 30 - Branded content com a Forbes	46
Figura 31 - Relatório de pontuação Randon Hybrid R	47
Figura 32 - Relatório de inserções por pilares de conteúdo das Empresas Randon	47
<i>Figura 33 - Relatório de inserções por pilares de conteúdo das Empresas Randon</i>	<i>48</i>
Figura 34 - HUG de redes sociais Junho	49
Figura 35 - Post Interativo Randon Implementos	50
Figura 36 - Frames da 1ª versão	51
Figura 37 - E-mail com a solicitação de ajustes (estudo)	52
Figura 38 - Powerpoint com ajustes	53
Figura 39 - Postagem Hybrid-R	53
Figura 40 - Postagem Hybrid-R	54
Figura 41 - Insights de seguidores Facebook e Instagram	55
Figura 42 - Insights LinkedIn	55
Figura 43 - Insights de seguidores Tiktok	56
Figura 44 - Parecer do Supervisor	57



1 - INTRODUÇÃO

O estágio supervisionado é o momento onde o acadêmico tem a oportunidade de pôr em prática todo o conteúdo que pode absorver durante seu histórico universitário. Com bases fixadas em sua área de atuação, o aluno deve promover em suas atividades designadas dentro do estágio, ações estratégicas que possam comprovar seu comprometimento e aprendizado obtido. O grande desenvolvimento profissional se alia neste momento às práticas de situações reais que dão ao acadêmico a movimentação necessária que constroem um perfil mais ativo dentro de sua atividade de formação, saindo da sala de aula e partindo para a atuação no mercado de trabalho.

Conforme aponta Corte e Lemke (2015), um dos objetivos da graduação é fornecer subsídios para que o acadêmico possa cumprir suas funções profissionais conforme sua área de atuação, mas além disso, é necessário que se promova junto ao acadêmico uma reflexão que não parta apenas do ponto de vista científico, mas também dos fundamentos de ética, política e ideologia do seu trabalho.

O primeiro passo do estágio supervisionado é reconhecer o campo de atuação, dentro da organização em que vai ser exercida tal função. Após este reconhecimento, é necessário analisar as necessidades, pontos positivos e negativos que sejam identificados na área da organização onde o acadêmico irá atuar. O profissional deve seguir um alinhamento básico com o seu supervisor e orientador, para que a perspectiva e visão das necessidades e atividades de atuação, possam andar em perspectiva com os objetivos que o estágio propõe, assim como com os objetivos que a empresa entende que deva atingir.

Para o estágio que se dissolve neste relatório, serão elencados os seguintes capítulos: Apresentação do campo de estágio; diagnóstico do campo de estágio; proposta de plano de ação, relato de execução; processos e resultados alcançados; parecer do supervisor do campo de estágio; considerações finais.

Na apresentação do campo de estágio será feita uma descrição da empresa, local de trabalho e suas ações de comunicação, vistas as vezes internas, porém, em sua maioria externas, visando aplicação e ênfase no mercado.

No diagnóstico de estágio é descrito um pouco mais sobre como a empresa atua suas comunicações, visando identificar os pontos positivos, negativos e os canais de comunicação utilizados pela organização.

O plano de ação apresenta, a partir do diagnóstico, processos que podem ajudar a empresa a melhorar seus pontos negativos e aprimorar os positivos visando atingir o alinhamento de objetivos da empresa juntamente com a proposta do campo de estágio.

Será também apresentado um relato de todo o processo de estágio juntamente com os resultados atingidos mesmo que imensuráveis, no quesito de números, porém com um parecer do supervisor de campo, atestando a comprovação de tais conclusões.

2 - DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO

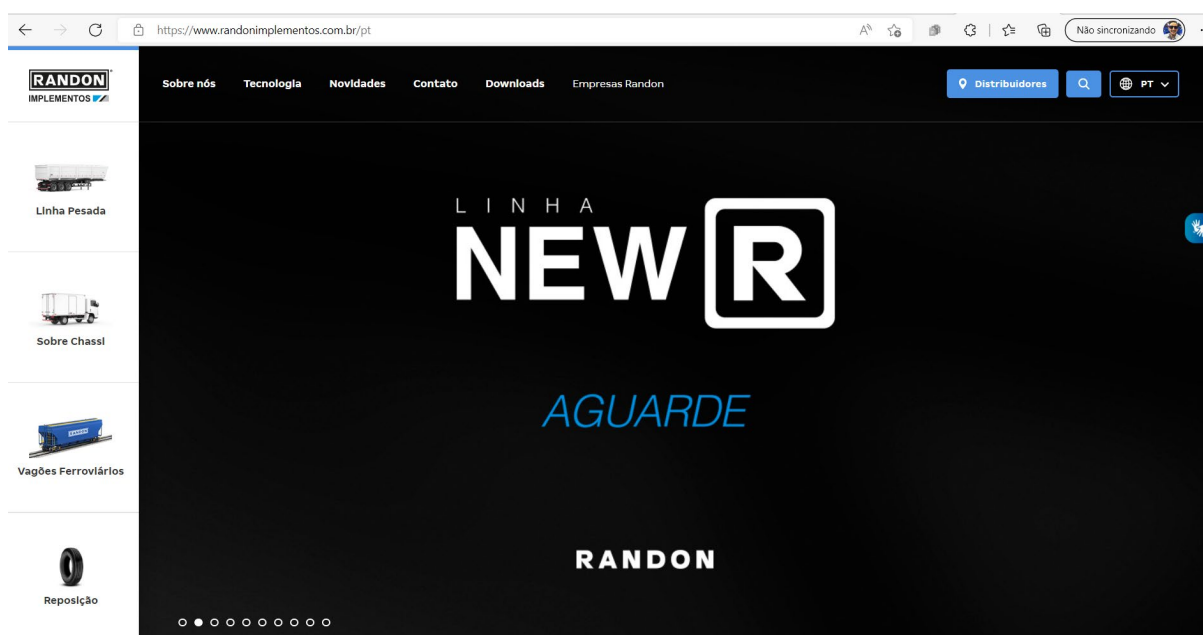
A empresa Randon Implementos SA, com sede em Caxias do Sul, possui mais de 70 anos de história, sendo líder nacional na fabricação de implementos pesados para o transporte rodoviário, a empresa também conta com a produção de implementos sobre chassi, vagões ferroviários e peças de reposição, sendo a maior exportadora de semirreboques brasileira e uma das maiores montadoras do mundo, ficando no ranking top 10 da revista “Global Trailer”. A indústria contém unidades em Erechim (RS), Chapecó (SC), Araraquara (SP), Porto Real (RJ), Messias (AL), Alvear na Argentina e Callao no Peru e uma unidade de distribuição de peças em Linhares no (ES). A empresa contém também uma grande rede de representações no Brasil com mais de 80 pontos e no exterior, com 48 pontos espalhados pelo mundo, entre representantes completos (produtos, peças e assistência técnica) representantes de produtos, de peças e pontos de assistência técnica.

Conforme o site (<https://www.randonimplementos.com.br/pt/>), a empresa possui como princípios:

- **Proporcionar um ambiente seguro, saudável, com o compromisso de eliminar os perigos e reduzir os riscos;**
- **Zelar pela proteção do meio ambiente e prevenção da poluição;**
- **Garantir qualidade e segurança dos produtos e serviços em toda a cadeia de valor;**
- **Assegurar a competência da Organização para o atendimento à legislação, normas e outros requisitos aplicáveis, de forma imparcial e responsável;**
- **Promover o desenvolvimento das pessoas e gerir os recursos para garantir a competitividade do negócio;**
- **Estimular uma cultura de inovação para a sustentabilidade da organização;**

- Incentivar a melhoria contínua do sistema de gestão, envolvendo as partes interessadas.

Figura 1 – Site Randon Implementos



Fonte: Site Randon Implementos: [Randon Implementos | Randon Implementos](https://www.randonimplementos.com.br/pt)

Respaldada pelos seus mais de 70 anos de história e com seus objetivos mercadológicos alinhados à tecnologia e inovação, a indústria segue assim como sua holding um direcionamento de ESG (Environmental Social Governance), juntamente com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) da Organização das nações unidas (ONU). Estas práticas seguem um direcionamento social, ambiental e governamental que condicionam as ações da empresa à busca de uma sociedade mais justa e um mundo melhor. Assim, com estes elementos e ações previamente definidos, a empresa busca criar produtos a partir destes alinhamentos.

Figura 2 – Site Empresas Randon



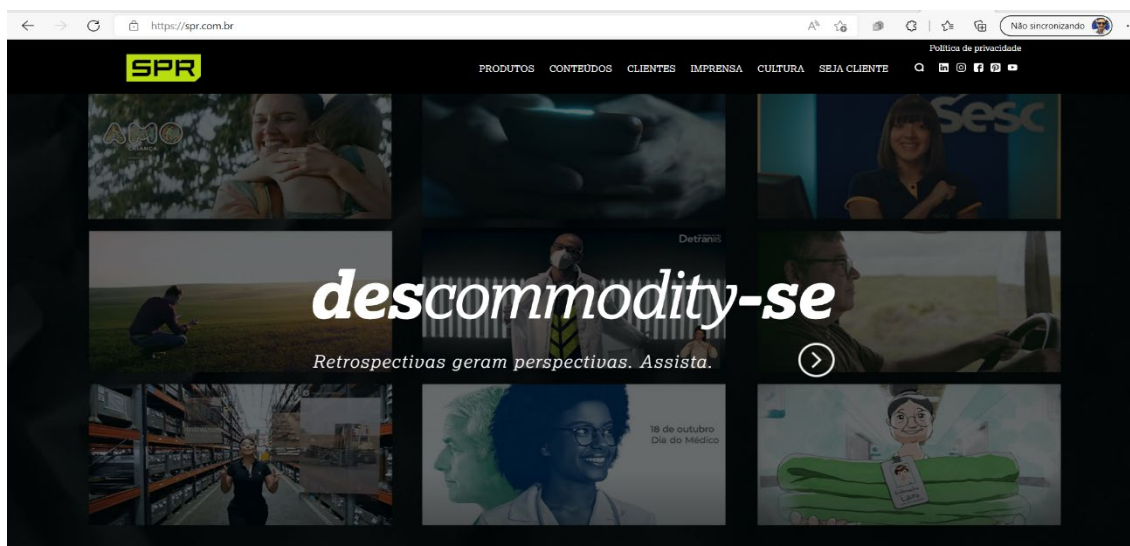
Fonte: Site Empresas Randon: [Empresas Randon apresentam compromissos públicos de sustentabilidade](https://www.randon.com.br/pt/noticias/empresas-randon-apresentam-compromissos-publicos-de-sustentabilidade) | [Empresas Randon](#)

Atualmente a Randon Implementos possui uma equipe de marketing que conta com 12 pessoas divididas em áreas sinérgicas, mas com funções um tanto distintas: marketing do produto, marketing estratégico e marketing de comunicação e relacionamento. Para os fins deste estágio, as aplicações das propostas elaboradas e os planos de ação que aqui serão propostos, será dentro da área do marketing de comunicação ao qual se aplica os fundamentos do curso de jornalismo com base na comunicação social. A equipe de marketing de comunicação conta com quatro pessoas, contando com minha atual função. Além disso, a empresa possui assessoria de comunicação de outras duas empresas: Assessoria publicitária e criação de materiais da agência SPR Descommodity-se e assessoria jornalística para materiais de releases com a ANK Reputation. É válido ressaltar que todos os projetos, trabalhos e ações promovidas pela empresa, passam por estas vias de assessoria conforme a necessidade de demanda, seja ela publicitária e jornalística.

As duas empresas que assessoram a Randon Implementos no processo de comunicação, tanto visual, publicitária e informativas, buscam compreender o cliente e estar alinhadas aos objetivos mercadológicos da unidade, visando atender todas

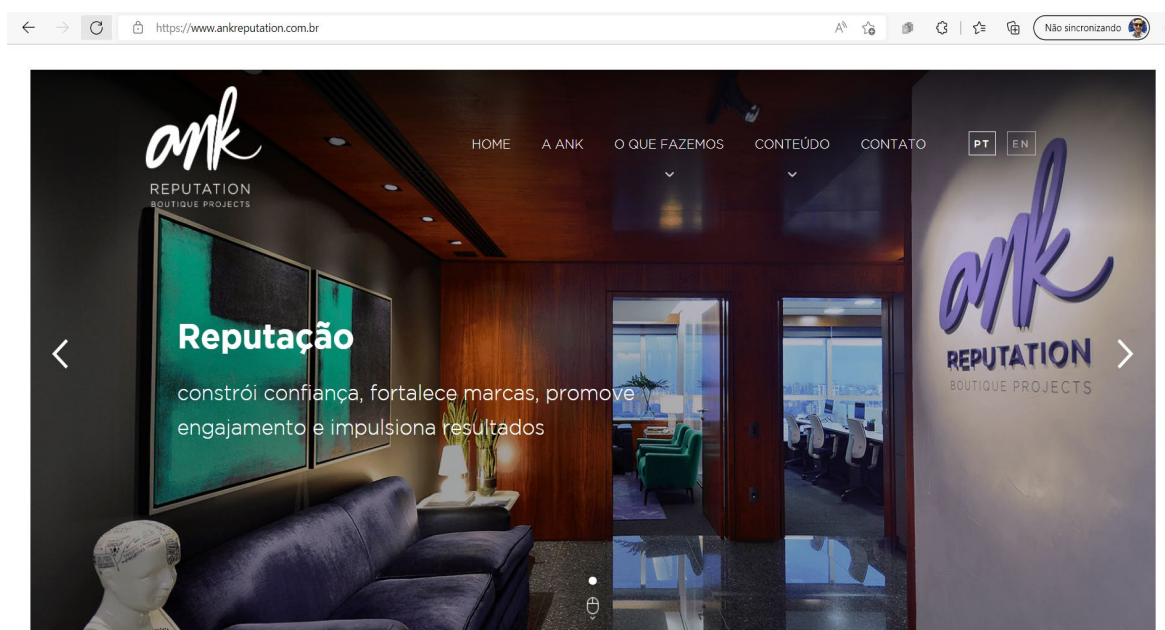
necessidades apontadas pelos seus intermediários. Quanto a isso, a empresa ainda possui alguns padrões que necessitam ser analisados de maneira mais profunda e reportados de maneira constante, visto assessoria publicitária e assessoria de imprensa.

Figura 3 – Agência de publicidade SPR



Fonte: Site SPR: [SPR - descommodity-se](https://spr.com.br)

Figura 4 – Assessoria de imprensa Empresas Randon

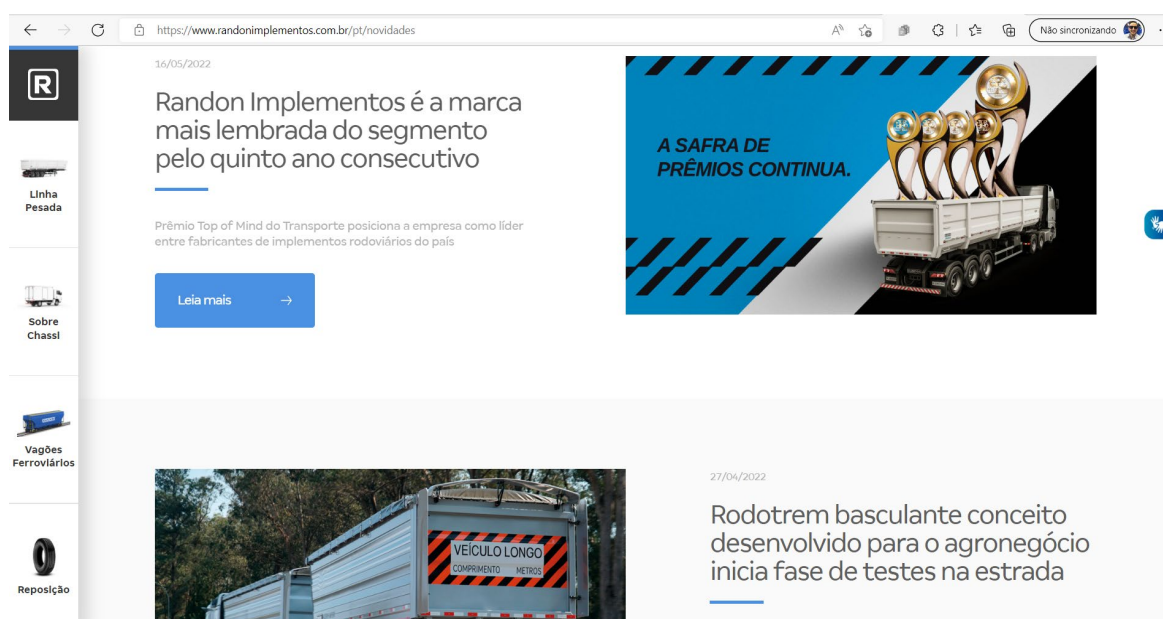


Fonte: Site ANK: [ANK - Home \(ankreputation.com.br\)](https://www.ankreputation.com.br)

A fabricante de implementos rodoviários, no seu marketing de comunicação, possui um olhar estrategicamente mercadológico, visando prosperar informações sobre produtos, inovações, novas tecnologias e tendências de boas práticas, possuindo como principais canais de comunicação o seu site (randon.implementos.com.br), Instagram ([randon_implementos](https://www.instagram.com/randon_implementos)), Facebook (RandonSA) e mais recentemente um LinkedIn ([linkedin.com/company/randon](https://www.linkedin.com/company/randon)) e o TikTok ([randon_implementos](https://www.tiktok.com/@randon_implementos)). É válido ressaltar que até pouco tempo atrás a empresa tinha apenas seu facebook e site no ar. A dedicação maior nos canais mencionados acima, teve uma visibilidade maior a partir de 2019 após uma reestruturação na área de comunicação com os objetivos de fomentar as estratégias de fortalecimento da marca e de canais digitais.

O site da Randon Implementos teve sua atualização em 2020, em uma proposta de modernização visual e de navegação, se tornando uma ferramenta de comunicação importante para o marketing da empresa. Na construção do site, atuei nos ajustes de layout e conteúdo, assim como no abastecimento dos mesmos. Hoje basicamente toda manutenção básica, inserção de atividades e de novos conteúdos é produzida por mim.

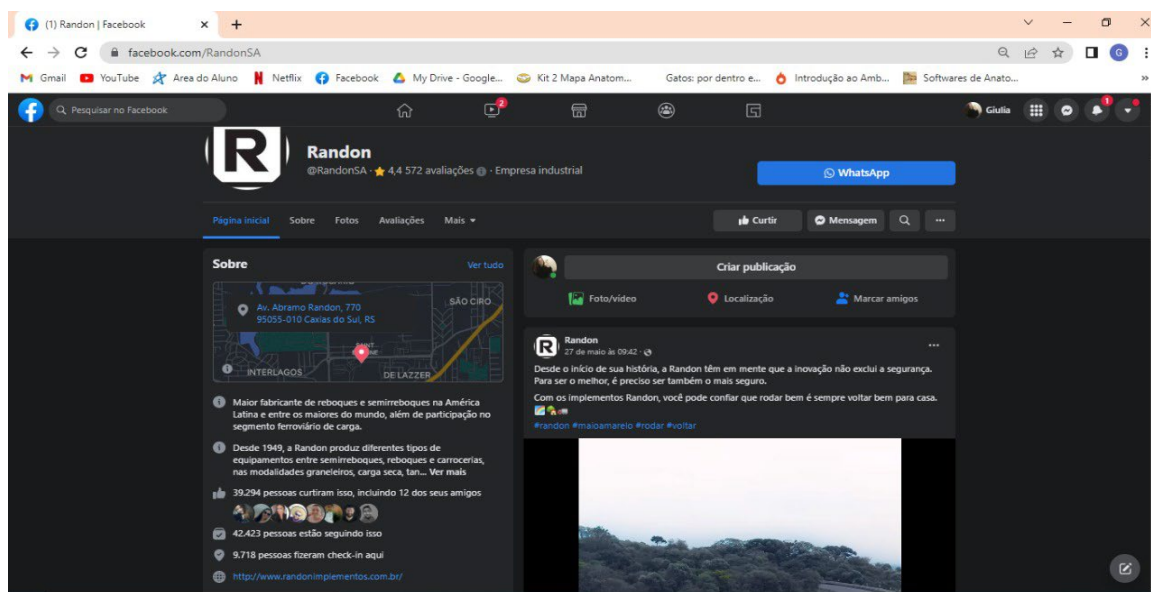
Figura 5 – Aba novidades, site Randon Implementos



Fonte: Randon Implementos: [Novidades](#) | [Randon Implementos](#)

O facebook da empresa, possui mais de 40 mil seguidores e tem o seu vínculo com conteúdos mercadológicos. Hoje a rede social é gerenciada pela agência SPR. Os conteúdos de forma geral, passam pelo aval e idealização da equipe de comunicação do marketing, eu e meu colega Samuel Zulianelo.

Figura 6 Facebook - Randon Implementos



Fonte: Randon Implementos: <https://www.facebook.com/RandonSA>

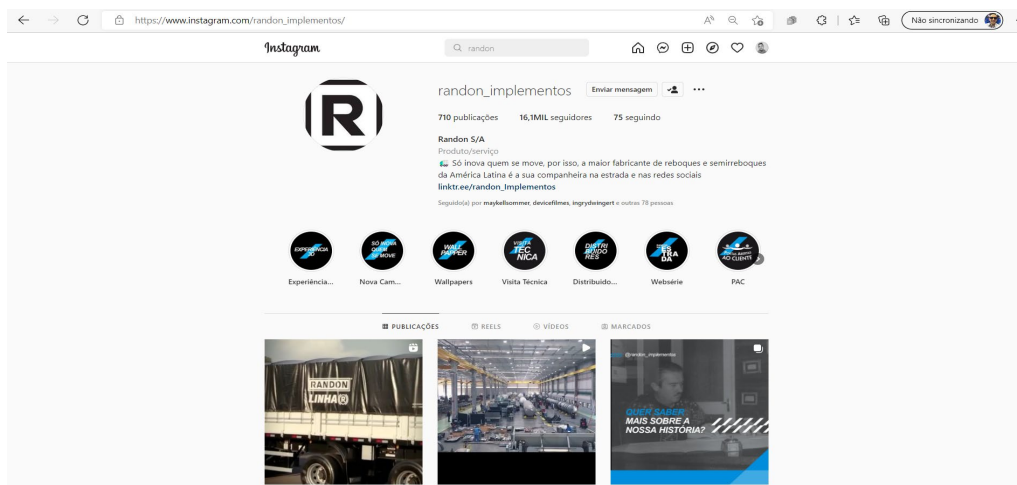
Figura 7 – Exemplo de post Facebook Randon Implementos



Fonte: Randon Implementos: <https://www.facebook.com/RandonSA>

O Instagram é outra plataforma gerenciada também pela SPR e assim como no Facebook os conteúdos de forma geral, passam pelo aval e idealização da equipe de comunicação do marketing, eu e meu colega Samuel Zuliano. A plataforma não é a que tem mais seguidores, mas é uma onde o relacionamento com o público interno e externo é mais estreito, mesmo a comunicação sendo mercadológica. Hoje a rede tem pouco mais de 16 mil seguidores.

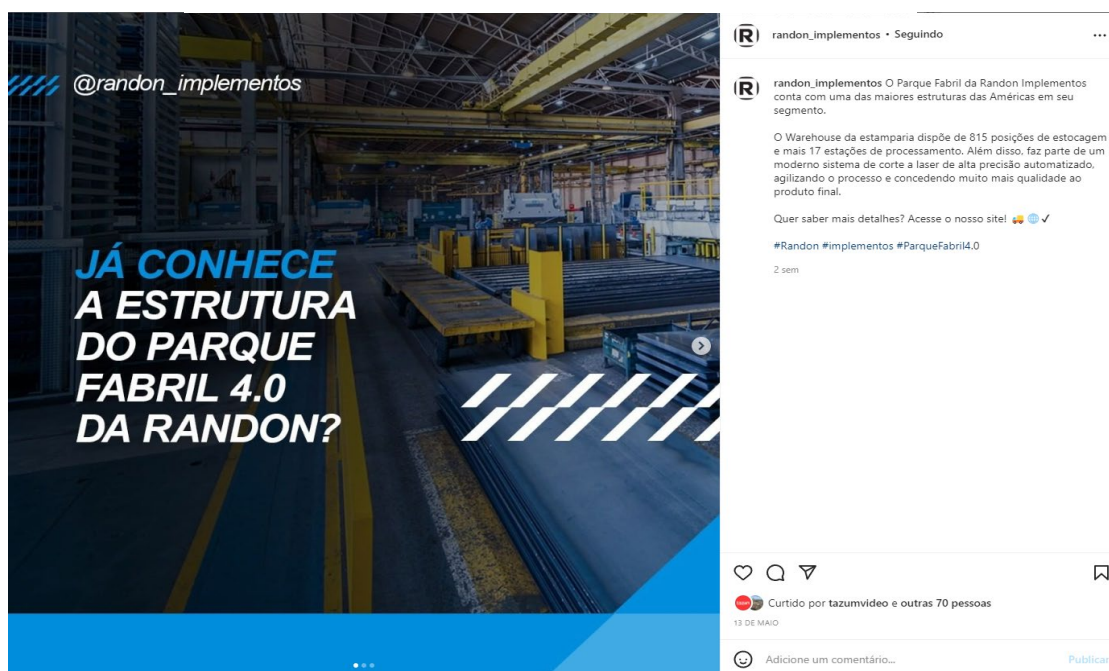
Figura 8 – Instagram Randon Implementos



Fonte: Randon Implementos: [Randon S/A \(@randon_implementos\)](#) • Fotos e vídeos do [Instagram](#)

A proximidade dos conteúdos do Instagram e do Facebook é bem maior. Por isso, existe uma reaplicação dos mesmos posts, mudando quando necessário as formas de conversão.

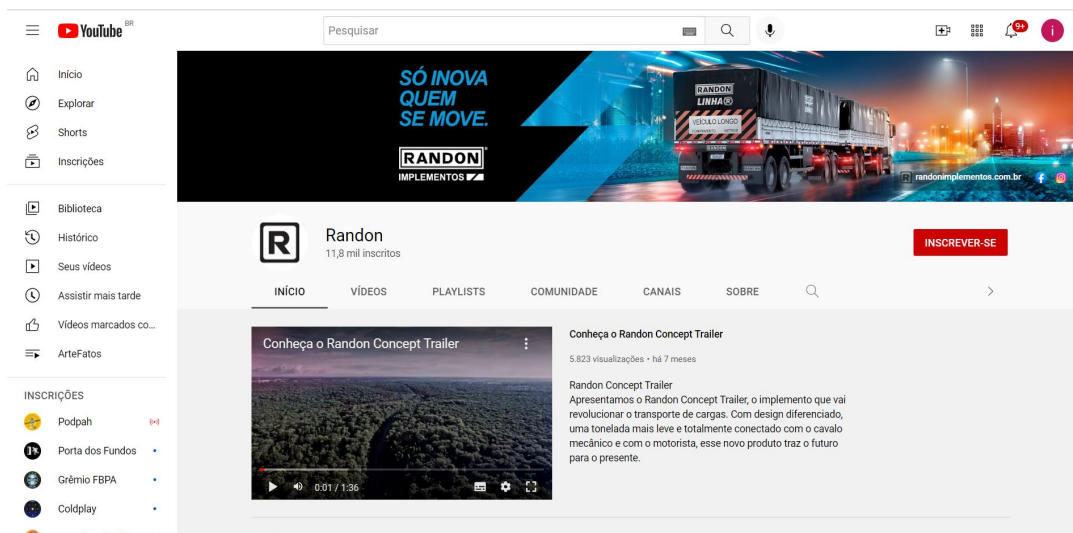
Figura 9 – Exemplo de post Instagram



Fonte: Randon Implementos: [Randon S/A \(@randon_implementos\)](#) • Fotos e vídeos do [Instagram](#)

O youtube da empresa é outro portal de divulgação de material visual, tendo hoje quase 12 mil seguidores. Recentemente, no ano de 2021, a plataforma abrigou a Websérie Randon na Estrada.

Figura 10 – Youtube Randon Implementos



Fonte: Randon Implementos: [\(85\) Randon - YouTube](#)

Figura 11 – Websérie Randon na estrada

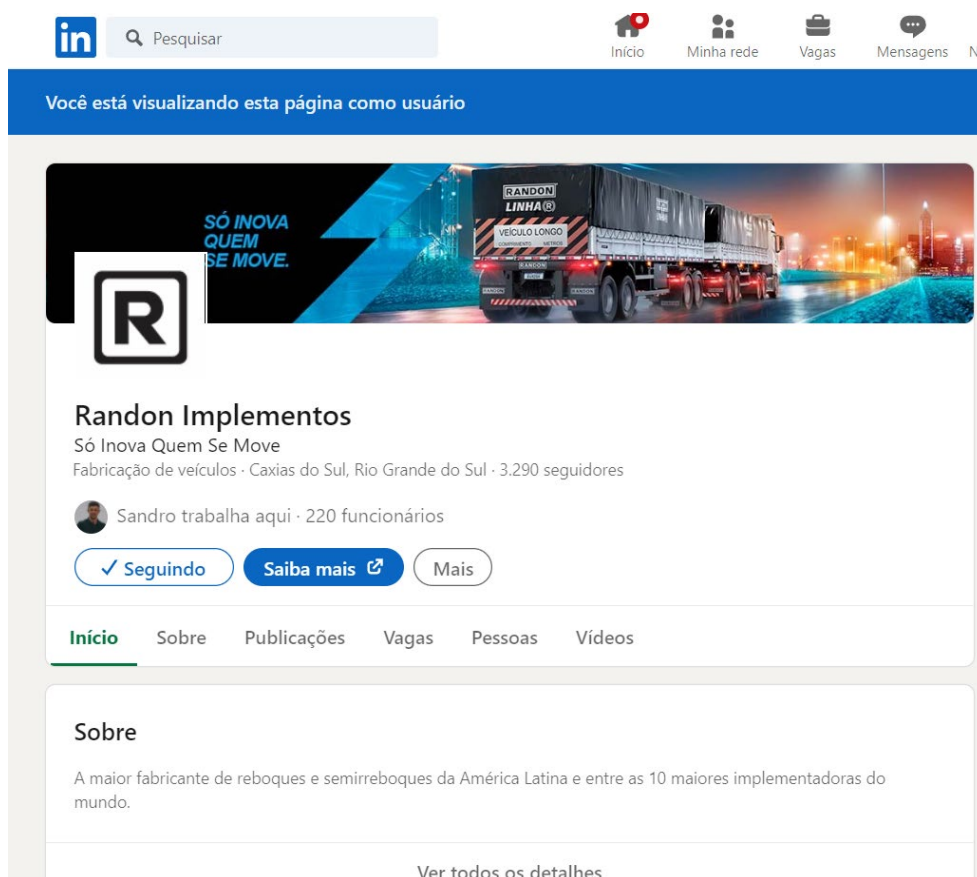


Fonte: Randon Implementos: [\(85\) RANDON NA ESTRADA – EP.2 – SUELEN LOPES - YouTube](#)

O LinkedIn é outra plataforma que conta com um recurso um pouco diferente, onde os conteúdos são mais interativos e buscam uma proximidade

maior com novas tecnologias, linha produtiva e vagas de emprego. Criado no final de 2021 a plataforma em sua grande maioria é gerenciada por mim, através de atividades rotineiras e adaptação de materiais que possam atender a estratégia da empresa e da rede social.

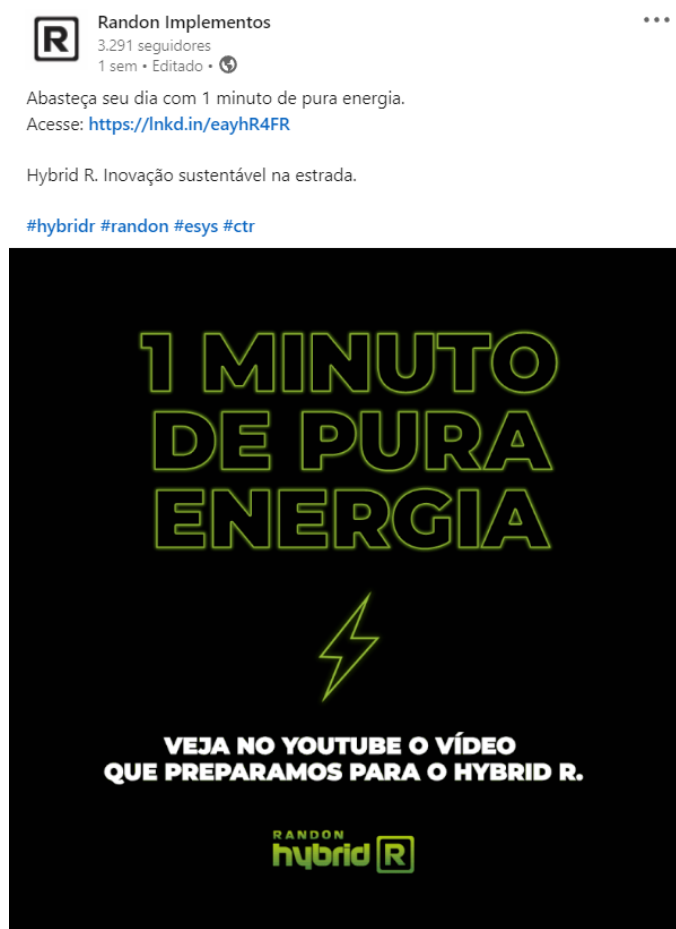
Figura 12 – LinkedIn Randon Implementos



Fonte: Randon Implementos: [\(4\) Randon Implementos: visão geral | LinkedIn](#)

O canal de comunicação LinkedIn da empresa, conta com pouco mais de 3 mil seguidores até o momento, mas segue em alta nas pesquisas de procura da plataforma, assim como seu desempenho no aumento de interação e de seguidores.

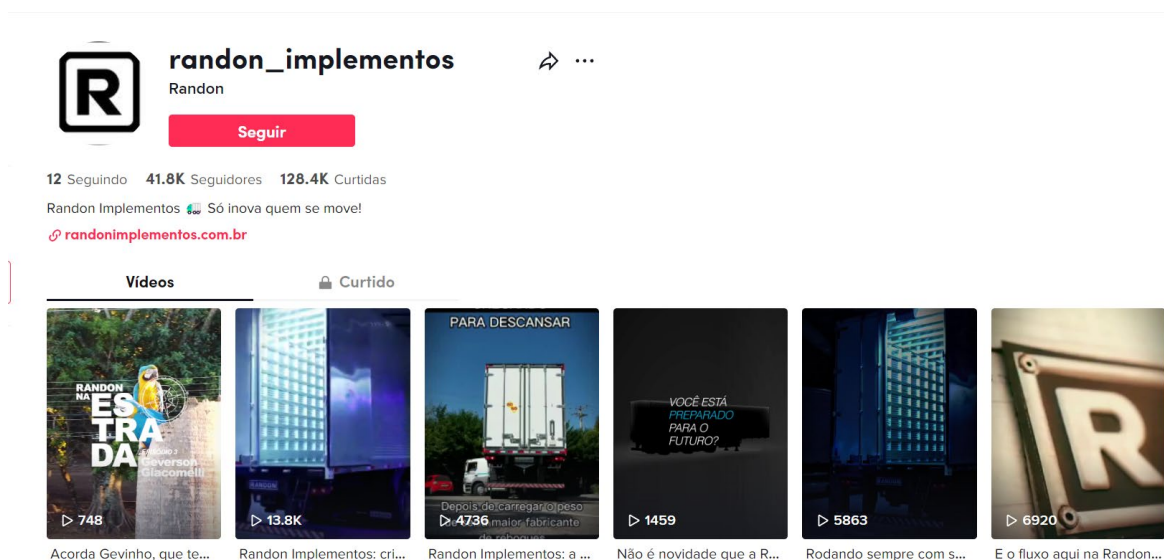
Figura 13 – Exemplo de post LinkedIn



Fonte: Randon Implementos: https://www.linkedin.com/posts/randon_hybridr-randon-esys-activity-6933493171804880896-Pxck?utm_source=linkedin_share&utm_medium=member_desktop_web

Por último dos canais de atuação digital da indústria, o TikTok. A plataforma que teve seu grande avanço no Brasil durante a pandemia e conta hoje com mais de 2 bilhões de usuários pelo mundo, é também a plataforma com maior número de seguidores da Randon Implementos, mesmo atuando a pouco tempo dentro da plataforma.

Figura 14 – Tiktok Randon Implementos



Fonte: Randon Implementos:

https://www.tiktok.com/@randon_implementos?is_from_webapp=1&sender_device=pc

Dentro de todas as plataformas o qual a empresa atua, o Tiktok é uma das que mais estreita o relacionamento aos clientes, gerando uma proximidade muito grande.

Figura 15 – Exemplo de post Tiktok



Fonte: Randon Implementos:

https://www.tiktok.com/@randon_implementos/video/7100968479196466438?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7098112713558033925

Quanto aos materiais de informe jornalísticos, a empresa chegou a possuir no passado, uma equipe de assessoria interna estabelecida como um departamento da unidade. A assessoria jornalística que atende todas unidades do grupo, possui um fluxo onde por muitas vezes não consegue priorizar e destacar as pautas fornecidas pela unidade. Isto acontece por diversos motivos que vão desde a demora de aprovação, quanto a sobreposição de conteúdos que partem pela “confusão” que acontece entre os nomes da unidade e de sua holding, Randon Implementos e Empresas Randon. Outro ponto é que todas as suas coligadas, levam o nome Randon junto, que com toda certeza beneficiam a propagação de marca da unidade, mas também, atuam de forma negativa na priorização de assuntos que possuem um cunho mercadologicamente mais estratégico para a fabricante.

Uma seção que ainda não parece ser tão clara dentro da empresa, é quanto às suas políticas de comunicação. Existe uma preocupação imensa da controladora holding, quanto às suas controladas de se ter uma comunicação integrada e alinhada entre as empresas, visto que neste ano o setor de comunicação corporativa (holding) passou por uma reformulação e reestruturação, passando a se chamar neste momento de “marca e reputação”.

Para concluir o diagnóstico do campo de estágio, foi desenvolvido uma análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Conforme o Movimento Empreenda do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), seu elaborador Marcelo Nakagawa, diz que a análise SWOT é uma ferramenta para analisar os pontos fortes e fracos, e as oportunidades e ameaças de um negócio. Desta forma, é possível organizar um plano de ação e gerar melhorias ou corrigir os processos vistoriados.

- *Strengths* / Fortalezas (pontos positivos do ambiente interno)
- *Weaknesses* / Debilidades (pontos negativos do ambiente interno):
- *Threats* / Ameaças (pontos negativos do ambiente externo):
- *Opportunities* / Oportunidades (pontos positivos do ambiente externo)

Fortalezas • Produtos e serviços de alta qualidade; • Marca e reputação forte; • Influência e credibilidade; • Empresa bem requisitada para trabalhar.	Debilidades • Equipe de marketing pequena; • Comunicação assertiva nas atividades de comunicação; • Processos internos burocráticos; • Setor de marketing abaixo da engenharia e não de vendas.
Oportunidades • Atuar com mais frentes perante a imprensa; • Buscar novos e diferentes conteúdos para as redes sociais; • Conteúdos aderentes a cada modelo de rede; • Conseguir conciliar tradicional e conteúdos atuais dentro dos pilares da empresa.	Ameaças • Mercado volátil em 2022; • Concorrentes buscando atuar e criar movimentos em produtos/conteúdos muito parecidos.

3 - REFLEXÃO TEÓRICA

As atividades deste estágio envolvem a pauta de comunicação completa, desde a pesquisa estratégica para contribuição e desenvolvimento de ações, até a empregabilidade das atividades. O campo de atuação envolve os pilares completos da comunicação, atuando nas frentes de jornalismo, publicidade e relacionamento.

O jornalista do futuro será uma espécie de MacGyver. Homem dos mil e um recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmara de vídeo digital, telefone satélite, laptop com software de edição de vídeo e html, e ligação sem fios à internet. One man show, será capaz de produzir e editar notícias para vários media: a televisão, um jornal impresso, o site da empresa na internet, e ainda áudio para a estação de rádio do grupo. (Grandim, Anabelle, p.117, 2003).

Seguindo nesta tendência a motivação dentro da empresa é de conseguir flutuar pelos princípios de comunicação em geral, sendo capaz de fazer contribuições à partir das atividades de jornalista multimídia, como: Criar, editar fotos e vídeos, propor soluções para imprensa, propor conteúdos, desenvolver a comunicação de eventos e realizar o acompanhamento de todas atividades que possam gerar pauta na mídia.

As tecnologias digitais, e especialmente os novos media, estão simplesmente a acelerar um processo onde as administrações pressentem um aumento das margens de lucro, produzindo o jornalista tipo MacGyver, o super repórter multimídia, e o novo produto que este se prepara para oferecer ao seu público. (Grandim, Anabelle, p.122, 2003).

3.1 - EDIÇÃO AUDIOVISUAL

A produção de conteúdos audiovisuais, de relações com a imprensa e público em geral, requer do jornalista as mais diversas habilidades da multimedialidade, além de buscar um entendimento geral das tendências ao qual o público do segmento da empresa está mais inclinado a acompanhar.

Para a produção de conteúdos aderentes ao público em questão é válido ter o conhecimento geral da produção audiovisual. Segundo Satler 2020, a liberdade de conteúdos e o amplo público o qual se pode atingir, é composto em sua maioria por recursos de interatividade fornecidos pelas plataformas web, desta forma a audiência

se torna incerta, dependendo da visibilidade e também capacidade do conteúdo, sendo ainda necessário despertar o interesse de acordo com a estratégia de diálogo com o público alvo.

De maneira geral a edição audiovisual exige alguns procedimentos para e conceitos para sua aplicação. Conforme Angeluci e Castro 2010 os procedimentos dividissem em duas fases:

Fase conceitual:

- 1 – Roteiro
- 2 – Projeto
- 3 – Captação

Fase operacional:

- 4 – Preparação
- 5 – Pré-produção
- 6 – Filmagem
- 7 - Finalização

É entendido também que por muitas vezes não se tem esta necessidade ou ela acontece de maneira a ter que ser empregada de maneira impulsiva dentre os prazos exigidos, ou pela falta de conteúdos e informações que chegam até o editor. Estas adversidades fazem parte do desafio de progredir com o conteúdo. Ainda segundo Angeluci e Castro 2010 existem diversos fatores que privilegiam a expressividade da imagem, dando o sentido à produção.

- 1 - os enquadramentos;
- 2 - os diversos tipos de planos;
- 3 - os ângulos de filmagem;
- 4 - os movimentos de câmera.

Conforme Satler 2020, todos esses aspectos são de incentivos e evidenciam a produção de conteúdos feito para web. Apesar de se tratar de um ambiente que traz desafios para produtores no que se refere a sustentabilidade e visibilidade, a oferta de conteúdo audiovisual seriado para a web tem sido cada vez maior. (Satler, p.56, 2020).

Segundo Angeluci e Castro (2010), existem oito categorias de análise que devem ser consideradas dentro da produção de conteúdo audiovisual:

1 - Interatividade

A interatividade é a possibilidade de feedback por parte da audiência através dos canais de contato com o público. Neste caso, a ideia de promover a participação da audiência de forma mútua com a audiência dando a ele o poder de interação. De maneira simples os conteúdos devem seguir um padrão linear para que possam seguir um fluxo que deixa a interação oportunista, sem excesso de conteúdos adicionais, por isso, é necessário organizar a informação de forma a não estressar a audiência. É também necessário usar o bom senso e avaliar que tipo de interatividade é a mais adequada.

2 - Multiplataforma

Uma característica da cultura digital é o fato de que a audiência procura o conteúdo não pela plataforma, mas sim pelo conteúdo que está sendo apresentado. É necessário que seja elaborado um projeto que determine as estratégias de inserção de conteúdo nas mais diversas plataformas, pensando na linguagem narrativa, estética mais adequada. Não existe uma fórmula certa que possa embasar como o conteúdo deve ser aplicado, o melhor método é através da experimentação.

3 - Não-linearidade

Este tópico indica que é preciso inovar nas narrativas, saindo do comum, do tradicional de contar produções lineares e cansativas, explorando as variadas formas de se contar uma história. A organização de conteúdo aqui, deve partir de uma lógica de navegação descontraída, mas não descompromissada. Por isso a simplicidade é

uma boa condução, o conteúdo precisa ser simples e estar de acordo com o repertório do público alvo.

4 - Convergência entre mídias

Se as audiências estão se dividindo e migrando entre as mais diversas mídias, é preciso pensar em conteúdos convergentes e traçar estratégias de diferentes formas presentes nas mais diversas mídias. Essa modalidade é chamada de narrativa transmidiática. No caso de produções mais completas, é importante que o conteúdo seja de um nível de compreensão comum e não transcendental.

5 - Didática televisiva

É preciso que os conteúdos sejam didáticos diante das novas possibilidades de audiência e plataformas. São diversas audiências e de diversos níveis (mesmo com a estratégia da empresa) que vão desde a compreensão até a intuição total de uso de um recurso interativo da forma mais clara possível, contando com as possibilidades interativas que a audiência vai ter. A linguagem do conteúdo tem pouco significado se for descolada das aplicações interativas. É preciso que a audiência seja informada e compreendida, podendo assim gerar uma continuidade de narrativa de conteúdo.

A necessidade de investir constantemente em inovação implica, necessariamente, promover processos que estimulem o aprendizado, a capacitação e a acumulação contínua do conhecimento. Também não se pode correr o risco de desenvolver mecanismos para alfabetizar mecanicamente a população para o uso das tecnologias e, com isso, formar um novo contingente de analfabetos: os analfabetos funcionais digitais. (Angeluci e Castro, p 13, 2010).

6 - Estética televisiva

O conteúdo precisa ser produzido pensando nas aplicações interativas que devem conter nele. Essa observação deve estar presente e pautar todo o processo de produção do conteúdo. Por isso é fundamental um planejamento estético de forma que a tela não fique poluída e se tenha nitidez das apresentações propostas. É importante a figura de um designer da interface, produtor e programador da linguagem interativa, trabalhando juntos neste processo de produção de conteúdo.

7 - Mobilidade

Com inúmeros aparelhos conectados, rompe-se um paradigma em relação de espaço tempo quando passa a ser possível consumir conteúdo de qualquer lugar. Este quesito também reforça o consumo através de multiplataformas, portanto, todos os conteúdos devem ser pensados a partir da perspectiva de um público alvo e como e onde ele pode consumir esse conteúdo.

8 - Transdisciplinaridade de produção

Os produtores poderão pensar em conteúdos inovadores e ter como fundamento a participação da audiência. É fundamental que este produto de conteúdo digital interativo conheça as ferramentas de software gráfico e o uso dos processos de interatividade.

Figura 16 - Diferenças entre as etapas de uma produção audiovisual

Quadro 1 – Diferenças entre as etapas de uma produção audiovisual analógica e digital, bem como suas equipes.

		Produção Audiovisual Analógica	Produção Audiovisual Digital
Fases	Etapas		
Conceitual	Roteiro	Literário e técnico, pensado para narrativas lineares formatadas só para televisão, elaborado somente pelo produtor.	Além de literário e técnico, contempla a descrição dos eventos interativos e sua relação com os enquadramentos e ângulos adotados. Sua estrutura deve ser multidisciplinar e pensado diferente para cada plataforma ou para transmídias. Deve ser elaborado em conjunto com <i>designer</i> da interface e o programador de interatividade.
	Projeto	Deve conter a ideia central, a justificativa, a sinopse do roteiro, análise técnica, cronograma de execução e orçamento preventivo para uma produção de televisão.	Além dos itens descritos na produção analógica, deve estabelecer uma organização diferenciada da equipe com a chegada de novos profissionais; deve também deixar claro para qual plataforma se direciona.
	Captação de Recursos	Depende da natureza de financiamento de cada emissora.	Além de depender da natureza de financiamento, deve se considerar que os custos deverão aumentar com a produção de conteúdos adicionais para interatividade.

Operacional	Preparação	É feito um <i>check-list</i> de tudo que é necessário para a produção. O produtor faz o agendamento das locações, marca as entrevistas, elabora os cronogramas e conclui o roteiro.	Além dos itens descritos na produção analógica, o programador deve fechar o roteiro junto ao produtor e o design de interface, definindo qual linguagem vai utilizar de acordo com o conteúdo proposto (se NCL/Lua ou Java, ou as duas simultaneamente).
	Pré-produção	Contrata-se o que foi discutido na etapa anterior; são feitos os testes dos equipamentos a ser utilizados, além do ensaio com o <i>casting</i> .	Além dos itens descritos na produção analógica, o programador monta a estrutura de interação e testa com outros objetos de mídia para verificar se o sincronismo intermídia previsto no roteiro está sendo executado adequadamente.
	Filmagem	A captação das imagens é baseada a partir do roteiro técnico definido pela produção, sendo as opções de ângulo e movimento mais uma opção estética para o formato do programa televisivo.	A captação das imagens é baseada a partir do roteiro multidisciplinar que considera aspectos também da posição dos eventos interativos na tela. Além disso, deve ser adequada para as diversas plataformas que se propor. Em filmagens para conteúdos de dispositivos móveis, melhor optar por planos mais fechados e movimentos mais lentos.
	Finalização	O editor, a partir dos relatórios de produção elaborados durante o processo de filmagem,	Editor, programador e designer da interface trabalham juntos no processo de edição. Após

		faz a montagem do conteúdo, inserindo trilha sonora e efeitos visuais. O conteúdo está, então, pronto para ser distribuído e exibido.	a edição do conteúdo descrita no processo de produção analógico, o <i>designer</i> da interface trabalha na elaboração do <i>layout</i> a partir do conteúdo. “Conteúdo + <i>Layout</i> ” tornam-se os “objetos de mídia” do programador, que substitui então os objetos de mídia temporários inseridos durante a fase de programação descrita na etapa de pré-produção. Após testar e verificar que a execução está perfeita, aí sim o material está pronto para ser distribuído e exibido, em formato digital.
--	--	---	--

Fonte: Angeluci e Castro 2010

3.2 - ASSESSORIA DE IMPRENSA ORGANIZACIONAL

Uma das grandes partes deste trabalho, ocorre através da assessoria de imprensa, por isso, é necessário ter compreendido alguns fundamentos básicos e teóricos para aplicar dentro da prática jornalística. Segundo Walter Lippman em *Public Opinion*, o autor demonstra que o poder não estava na limitação coercitiva do cidadão, mas na obediência a uma conformada opinião pública. Partindo deste princípio, Ribeiro 2015, fala que nas décadas de 60 e 70 surge um conjunto de estudos que analisa o peso das fontes no processo de produção jornalística.

Toda a comunicação humana tem uma fonte. Ou seja, uma pessoa ou um grupo de pessoas com um objectivo para despoletar o processo comunicativo, objectivo esse que tem de ser expresso em forma de mensagem (BERLO, apud RIBEIRO 2015, p. 13).

Por isso é importante ressaltar que as informações entre jornalistas e fontes de informação são complexas.

Ainda segundo Ribeiro, os constantes movimentos de aproximação e afastamento dos jornalistas e fontes de informação, é como uma dança a dois normalmente se comporta.

Mas esta dinâmica não é, de modo algum, linear. Antes de chegarem ao espaço público, as notícias resultam de um processo produtivo vulnerável à influência de fatores externos aos news media. Existem fontes capazes de moldar o conteúdo das notícias, bloquear ou acelerar a sua difusão e aumentar ou diminuir o seu impacto público. Aliás, ao privilegiar umas fontes em detrimento de outras, o jornalista já está a influenciar o conteúdo das notícias. (RIBEIRO 2015, p. 13).

Para Azeredo 2010, a assessoria de comunicação é uma administradora de informações que trabalha de maneira dinâmica e versátil, desempenhando um papel estratégico dentro da empresa. A área de comunicação da organização envolve então todos os atos indiretos, unilaterais e públicos, com todas as ações de comunicação coletivas ou de massa que possam ser irradiadas através de jornais, revistas, rádios e televisão.

A independência do campo do Jornalismo visa, no final das contas, enfatizar o compromisso de seus integrantes com o interesse público, garantindo um espaço de exclusividade para determinadas abordagens sobre temas de relevância social. Essa noção de “capital” detido por profissionais e empresas do Jornalismo se mostra importante na medida em que, de forma análoga ao que acontece em outros campos, os agentes envolvidos com o processo de produção da notícia tentam, por vezes, transferir o prestígio obtido nessa função para outras atividades, a exemplo da Assessoria de Imprensa ou do campo da política. (MARQUES, MIOLA, SIEBRA, 2014, p.149).

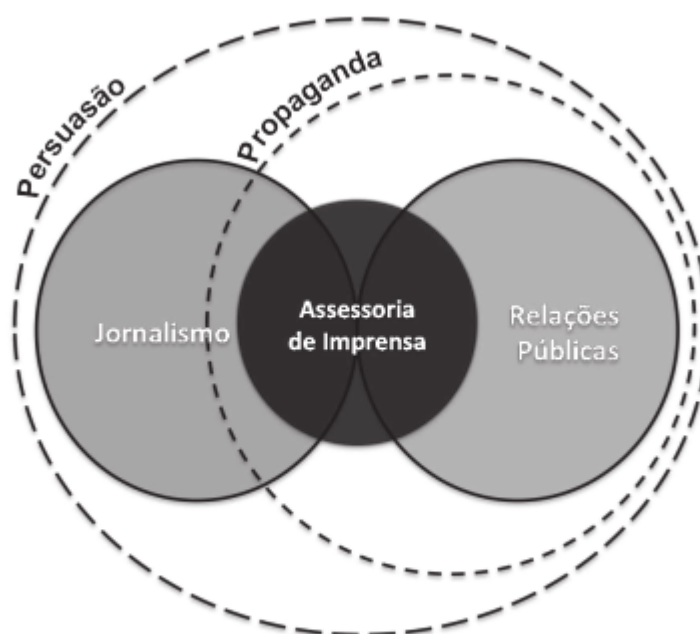
Conforme Azeredo 2010, uma das principais tarefas da assessoria é a interpretação crítica e seletiva do ambiente exterior e este trabalho permite ampliar as alterações nas diversas áreas e segmentos sociais, podendo desta forma antecipar objeções inconvenientes, mal entendido a alguma ação.

Segundo Marques, Miola e Siebra, 2014, os trabalhadores como jornalistas, radialistas, publicitários, designers, cineastas e relações públicas, foram treinados

para produzir com objetivos e parâmetros que atendessem o seu escopo de trabalho. Desta forma, se vale refletir sobre a construção da informação e os limites de participação.

Entende-se, assim, que o campo da assessoria de imprensa abarca competências do jornalismo e das relações públicas, sendo uma atividade totalmente impregnada de persuasão e de propaganda (ver desenho 1. Contributo para a definição do campo da assessoria de imprensa). (RIBEIRO, p.38, 2015)

Figura 17 - Contributo para definição do campo da assessoria



1. Contributo para a definição do *campo* da assessoria de imprensa.

Fonte: (RIBEIRO, p.38, 2015)

Dentre as atividades da assessoria de imprensa se encontra o *press release*, como uma técnica de informação subsidiada. Conforme Ribeiro 2015, os *press releases* são textos curtos, considerados como informação noticiosa. Seu objetivo é ser publicados integralmente como notícias reais. Geralmente um *press release* são confinados dentro de uma página de tamanho A4, com frases curtas, usam-se também títulos indicativos e informativos, devem evitar-se frases sem verbos, verbos no passado ou gerúndios. Segundo Ribeiro, apud Paola

Cetenaccio, o *press release* é um produto puramente publicitário e com uma estrutura híbrida que situa informação e promoção.

É uma ferramenta altamente eficiente, de baixo custo, difundida em tempo real, de profusão global, que possibilita um rápido feedback (DILENSCHNEIDER, 2010) e que pode atingir os seguintes objetivos (KENNEDY, 2008): 1) anunciar um evento; 2) promover uma ideia pessoal ou corporativa; 3) conter uma crise; 4) fornecer informação ao consumidor/eleitor; 5) lançar um novo produto ou serviço; 6) lembrar um produto existente; 7) cessar o fornecimento de um serviço já existente; 8) anunciar eventos próximos; 9) consubstanciar relatórios sobre eventos passados; 10) acolher novos membros da equipa; e, por último, 11) divulgar prémios e méritos. (RIBEIRO, p.52, 2015).

Entre os vários estudos realizados vale aqui citar Ribeiro apud Maat na formulação de um quadro onde é registrado as expressões promocionais habitualmente utilizadas na elaboração de *press releases*, que contribuem para que se consiga projetar uma mensagem positiva nos seus clientes.

Figura 18 - Quadro de expressões

Categoria	Subcategoria	Exemplo
Prefixos		Prefixos amplificadores indicando graus extremos de propriedades positivas, como <i>ultramoderno</i> [ultramodern], e modificadores nominais que indicam uma qualidade excepcional, como <i>número 1</i> [number 1] ou <i>top-class</i> .
Adjetivos	Adjetivos intensificadores	Adjetivos que intensificam a interpretação do substantivo, tais como: <i>importante</i> [such as important], <i>grande</i> [large], <i>forte</i> [strong], e <i>amplo</i> [extensive].
	Adjetivos de avaliação	Estes adjetivos referem-se a avaliações positivas sem especificação da propriedade, dando origem a juízos de valor. Exemplos: <i>ótimo</i> [terrific], <i>bom</i> [good], <i>especial</i> [special], <i>importante</i> [leading], <i>único</i> [unique] e <i>excelente</i> [excellent].
	Adjetivos de propriedade	Alguns adjetivos evocam uma atitude positiva em geral, tais como: <i>fiável</i> [releable], <i>clara</i> [clear], <i>eficiente</i> [efficient] e <i>prático</i> [practical]. Outros, não sendo na sua epistemologia positivos, descrevem uma avaliação favorável no contexto em que são inseridos, como neste exemplo: <i>o conhecido arquiteto</i> [well-known architect].
	Quantificadores de intensidade	Esta categoria inclui: - Quantificadores de substantivos, tais como: <i>todos</i> [all], <i>vários</i> [various], <i>diversos</i> [several], <i>milhões</i> [millions] e <i>muitos</i> [many]; - Elementos que indicam quantidades para além da expectativa, como <i>extra</i> [extra]; - Elementos de intensificação de proporções, tais como <i>inteiro</i> [entire] e <i>completo</i> [complete].
	Graus comparativos e superlativos	Os graus superlativos foram contados como promocionais, pois poderiam ser facilmente substituídos por construções mais neutras, como neste exemplo: <i>o mais importante em Espanha</i> . Também foram identificados graus comparativos promocionais como nesta frase: <i>Brussels Airlines vai oferecer um amplo serviço de transportes entre Bruxelas e os dois mais importantes destinos de negócios na Espanha</i> . Ou também no <i>ainda mais rápido</i> [in even faster] e <i>na hora exata</i> [in exactly on time].

Categoria	Subcategoria	Exemplo
Advérbios	Tempo	Esta categoria inclui termos e expressões como <i>já</i> [already], <i>mais uma vez</i> [once again], <i>sempre</i> [always] e <i>constantemente</i> [constantly], usados para sugerir uma avaliação positiva.
	Lugar	Esta categoria inclui, por exemplo, <i>internacionalmente</i> [internationally] e <i>em todo o mundo</i> [throughout the world], como nesta frase paradigmática: <i>Nossa rede tem uma alta reputação em todo o mundo.</i>
	Intensificadores numéricos	Foram contabilizados quando indicavam quantidades sobreavaliadas. Exemplos: <i>quase</i> e <i>cerca de</i> [almost], <i>para além</i> [over], <i>mais de</i> [more than]. Veja-se esta frase: <i>Air One espera quase 2 milhões de passageiros este ano.</i> “Quase 2 milhões” é mais forte do que 1,98 milhões, na medida em que convida o leitor a desenhar inferências a partir de um número maior do que o número real. Do mesmo modo, “mais de 2 milhões” convida o leitor a fazer deduções a partir de um maior número do que os reais 2.010.000.
	Mitigadores numéricos	Mitigadores numéricos são o inverso da alínea anterior. Empregam-se para minimizar quantidades negativas, tais como: <i>só</i> [only] e <i>menos de</i> [less than]. Exemplo: <i>Comprámos esta empresa por menos de 5 milhões de euros.</i>
	Intensificadores modais	Exemplos: <i>claro</i> [of course] e <i>simplesmente</i> [simly]. Frase exemplificativa: <i>Claro que as refeições também podem ser reservadas ao comprar o bilhete.</i>
Conjunções		Esta categoria não inclui a conjunção de adição <i>e</i> [and], mas inclui outras palavras que enfatizam o comprimento da uma lista. Exemplos são: <i>e também</i> [and also], <i>além disso</i> [moreover], <i>além de</i> [besides], <i>além de X também Y</i> [besides X also Y], <i>e ambos, X e Y</i> [and both X and Y].

Fonte: (RIBEIRO, p.56 e 57, 2015)

Segundo Ribeiro (2015), recentemente emergiu a tendência de transformar o *press release* em um material publicitário com recurso de imagens, parágrafos destacados, elementos de personalização e outras técnicas de marketing, para que a narrativa possa se aproximar ainda mais da notícia final.

Uma vez mais, trata-se de técnicas sofisticadas para potenciar as mensagens dos clientes das agências de comunicação, mas cuja eficácia está ainda por provar.

Até porque, embora o assessor de imprensa tenha conhecimento técnico sobre o que pode ou não ser notícia, a decisão final de publicação é sempre dos jornalistas, no seio da redação e com base nos critérios editoriais do órgão onde trabalha (RIBEIRO p.59, 2015, apud DUARTE, 2004: 287).

4 - PLANO DE AÇÃO

Dentre as atividades empregadas, que já vem sendo realizadas, será acrescentado as oportunidades de melhoria identificadas na análise SWOT.

- Atuar com mais frentes perante a imprensa;
- Buscar novos e diferentes conteúdos para as redes sociais;
- Conteúdos aderentes a cada modelo de rede;
- Conseguir conciliar tradicional e conteúdos atuais dentro dos pilares da empresa.

O plano de ação buscará neste sentido flexibilizar as atividades com base nos conteúdos compreendidos dentro de sala de aula e ressaltando os princípios do curso de jornalismo. Tendo como uma das principais bases o jornalista multimídia do século XXI.

Aqui serão listadas as atividades apresentadas para este estágio. O foco é voltado para a condução de releases. Também serão apresentadas as atividades relativas às mídias digitais da empresa, com base na condução, criação e oportunidade.

É válido ressaltar que todas as atividades que serão registradas neste documento, foram produzidas de maneira colaborativa, entre colegas de equipe e empresas terceiras contratadas, como ANK e SPR.

4.1 - IMPRENSA

Começaremos abordando as atividades realizadas com o enfoque voltado para atender as demandas de imprensa e seus mais diversos públicos segmentados, tanto em veículos gerais, quanto em veículos especializados.

Figura 19 - Demandas de imprensa de janeiro a maio

Nome	Data de modificação	Tipo
 Anuário da Anfir - Entrevista Trentin	02/02/2022 10:03	Pasta de arquivos
 Prêmio Top Five	07/04/2022 13:49	Pasta de arquivos
 Divulgação Campanha - SPR	13/04/2022 10:03	Pasta de arquivos
 Sobretrilhos Abr22	26/04/2022 16:28	Pasta de arquivos
 Revista do Caminhoneiro	26/04/2022 16:40	Pasta de arquivos
 Entrevista Transporte Mundial Trentin	26/04/2022 16:40	Pasta de arquivos
 Basculante nº 1000 Araraquara	28/04/2022 10:16	Pasta de arquivos
 Reportagem Concept Trailer COAMO TV	29/04/2022 15:36	Pasta de arquivos
 Prêmio Top Of Mind do Transporte	12/05/2022 10:39	Pasta de arquivos
 Linha New R	17/05/2022 14:32	Pasta de arquivos
 Transposul	20/05/2022 07:50	Pasta de arquivos
 _relatórios	23/05/2022 14:56	Pasta de arquivos
 Randon Venice	24/05/2022 13:49	Pasta de arquivos
 Entrega Técnica - Hybrid R + E-Sys	27/05/2022 14:25	Pasta de arquivos
 Entrega Técnica Concept Trailer - Coamo	27/05/2022 14:32	Pasta de arquivos
 Blog da Fenatran	30/05/2022 08:41	Pasta de arquivos

Fonte: Randon Implementos

De acordo com a imagem, foram executados dentro do período de janeiro a maio, 13 releases que partiram de demandas da empresa e de veículos da imprensa também, como entrevistas com porta-vozes.

Dentro destes conteúdos, é possível elencar dois como os principais dos quais a minha participação foi mais ativa dentro da colaboração da produção de materiais.

O primeiro conteúdo a ser apresentado aqui, trata-se do Randon Concept Trailer, um produto conceito, desenvolvido pela Randon Implementos e Volvo em uma parceria que estava voltada a montar um laboratório sobre rodas. O produto teve seu lançamento ainda no final do ano de 2021, onde foi release um grande plano de imprensa. Neste segundo momento, foi realizada a entrega técnica do produto a uma das maiores cooperativas agroindustriais do Brasil, a Coamo Agroindustrial. O material deveria representar o motivo da entrega técnica, o motivo da escolha do cliente e relembrar todo potencial tecnológico e sustentável (ESG) empregado no produto.

Figura 20 - Release Randon Concept Trailer na Íntegra

Rodotrem basculante conceito desenvolvido para o agronegócio inicia fase de testes na estrada

Concebido pela Randon Implementos e empresas parceiras, o Randon Concept Trailer será observado no escoamento da safra de grãos brasileira. Objetivo é assegurar a eficiência de performance e segurança com menor custo de operação

O Randon Concept Trailer, rodotrem basculante apresentado recentemente ao mercado, passou a integrar a frota da COAMO Agroindustrial Cooperativa, de Campo Mourão (PR). O veículo será utilizado em rotas que conectam regiões produtoras aos principais portos do país.

Resultado da atuação conjunta de grandes players do mercado de transportes, o Randon Concept Trailer, apelidado de 'caminhão do futuro', é o primeiro protótipo desenvolvido especificamente para operações do agronegócio nacional, com processos de fabricação e tecnologias inéditas para o segmento.

O êxito do novo produto foi possível graças à parceria entre a equipe de Engenharia da Randon e a Volvo, com apoio de fornecedores como Continental e Hyva. A entrega técnica à COAMO cumpre a etapa de avaliação no ciclo real de uso, que vai durar seis semanas. O objetivo é identificar possíveis adequações e melhorias. A Cooperativa, importante cliente da Randon Implementos, foi escolhida por valorizar o uso de tecnologia em sua frota e investir em práticas de eficiência e de sustentabilidade.

Ao ressaltar o caráter colaborativo do projeto, Sandro Trentin, diretor-superintendente da Divisão Montadora das Empresas Randon, também destaca que o Randon Concept Trailer é uma iniciativa alinhada com a visão de governança ambiental, social e corporativa da companhia. Além disso, o transporte mais eficiente, econômico e limpo de grãos trará resultados positivos para os negócios do setor e para a sociedade de forma geral.

"O Randon Concept Trailer emprega diversas tecnologias e novos materiais, unidos em um conceito de sustentabilidade, resultando em mais segurança e capacidade de transporte. O período de testes de campo cumpre uma função importante na evolução do conceito que apresentamos ao mercado", resume Trentin.

O diretor de Operações e Logística da COAMO, Ednilson Carlos de Oliveira, adianta que o rodotrem basculante vai circular na rota que liga os municípios paranaenses de Campo Mourão e Paranaguá, bastante utilizada pela Cooperativa. *"Como esse é um caminhão conceito que visa, principalmente, a redução de consumo, circulando no mesmo trecho, teremos parâmetros eficientes de comparação com os veículos que já utilizamos",* complementa.

Aparelhado com uma série de recursos de automação e sensores, a tecnologia empregada no Randon Concept Trailer reduz o peso total do implemento, o que potencializa a performance e diminui os custos de operação do transportador. É uma tonelada mais leve que o modelo similar atual e utiliza processos de fabricação inéditos no segmento. Outro diferencial está no design. Ausência de colunas na caixa de carga e inclusão de defletores contribuem para a redução do arrasto aerodinâmico. O produto conta, ainda, com sistema antitombamento, o que ajuda a corrigir a trajetória em condições de risco.

Além de otimizar a operação, os dispositivos eletrônicos ampliam a segurança para o caminhoneiro. Como exemplos, o sensor e câmera de ré interligados ao sistema de freios, que atuam automaticamente quando há presença de obstáculos na área de manobra. O enlombamento da carga é feito por um sistema totalmente automatizado, acionado por controle remoto, que reduz o tempo e elimina a necessidade de o operador subir na caixa de carga.

O conjunto também identifica quando o trailer não está carregado e suspende automaticamente os eixos, reduzindo o desgaste dos pneus e o consumo de combustível.

Fonte: Randon Implementos

Juntamente com o release, foram divulgadas imagens do produto que conseguissem representar a companhia e sua inovação.

Figura 21 - Randon Concept Trailer



Fonte: Randon Implementos/Volvo

O conteúdo em poucos dias conseguiu uma grande proporção de divulgação dentro dos veículos de comunicação, tanto na internet, quanto na rádio, totalizando até o momento apurado 22 colocações dentro da mídia. Abaixo, está elencado a publicação em dois dos principais veículos de comunicação especializados do segmento de caminhoneiros e transporte de cargas.

Figura 22 - Divulgação na revista Transporte Moderno



INDÚSTRIA

Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócio inicia nova fase de testes

Concebido pela Randon Implementos e empresas parceiras como a Volvo, o Randon Concept Trailer será observado no escoamento da safra de grãos brasileira

29 abr 2022



Fonte: [Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócio inicia nova fase de testes - Transporte Moderno](#)

Figura 23 - Divulgação no veículo Blog do Caminhoneiro



The image is a screenshot of the 'Blog do Caminhoneiro' website. At the top, there are two banners: one for 'BLOG DO CAMINHONEIRO' with the website URL 'www.blogdocaminhoneiro.com', and another for 'BORTOLOTO' with the text 'A concessão O MAIOR E de carretas frigoríficas'. Below these is a 'buonnycheck' banner with the text 'Contrate o melhor cadastro e consulta de motoristas do mercado.' The navigation bar includes links for 'INÍCIO', 'STORIES', 'EMPREGOS', 'CLASSIFICADOS', and 'ESPAÇO DO CAMINHONEIRO'. The main content area features a large banner for 'PROMOÇÃO Troca de Óleo' with images of trucks. Below this is the article title 'Rodotrem mais tecnológico do Brasil inicia testes na estrada' by Rafael Brusque, dated 29/04/2022. The article's main image shows a 'RANDOM CONCEPT TRAILER' truck. A sidebar on the left mentions '29 ANOS' and '29 anos oferecendo qualidade e soluções de economia para o transporte'. At the bottom, there are several small image thumbnails and a 'MAIS VISTOS' section.

BLOG DO CAMINHONEIRO
www.blogdocaminhoneiro.com

BORTOLOTO
A concessão O MAIOR E de carretas frigoríficas

buonnycheck
Contrate o melhor cadastro e consulta de motoristas do mercado.

INÍCIO STORIES EMPREGOS CLASSIFICADOS ESPAÇO DO CAMINHONEIRO

PROMOÇÃO
Troca de Óleo

Rodotrem mais tecnológico do Brasil inicia testes na estrada
escrito por Rafael Brusque - Blog do Caminhoneiro | 29/04/2022

29 ANOS
29 anos oferecendo qualidade e soluções de economia para o transporte

RANDOM CONCEPT TRAILER

MAIS VISTOS

O rodotrem mais tecnológico do Brasil começou a ser usado em uma operação real de transporte, na frota da Coamo, de Campo Mourão, no Paraná. O Random Concept Trailer é um rodotrem basculante, e está sendo usado em rotas que conectam regiões produtoras aos principais portos do país.

Fonte: [Rodotrem mais tecnológico do Brasil inicia testes na estrada - Blog do Caminhoneiro](#)

O release na grande maioria de suas divulgações, foi colocado na íntegra, sem ser reescrito e contendo todas as informações passadas no conteúdo. Abaixo segue imagem de relatório de desempenho do material, elencado com nota média 7.5 nos quesitos de audiência de imprensa.

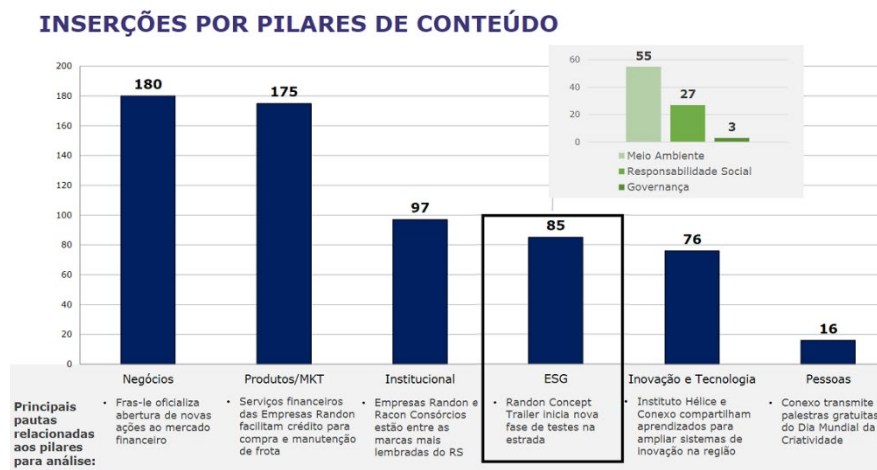
Figura 24 - Relatório de pontuação Randon Concept Trailer

Data	Mídia	Veículo	Manchete	Pts
28/04/2022	Internet	Ab Noticia News	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7
28/04/2022	Internet	Arapongas Mais	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7
28/04/2022	Internet	Manezinho News	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7
28/04/2022	Internet	Cidade no Ar	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7
28/04/2022	Internet	Portal Marcos Impren...	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7
28/04/2022	Internet	Notícia do ES	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7
28/04/2022	Internet	Tchê Erechim	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7
29/04/2022	Internet	Blog CabiAuto	Rodotrem mais tecnológico do Brasil inicia testes ...	8
14/04/2022	Rádio Online	Podcast Frota & Cia	Sandro Trentin, da Randon Implementos, fala sobre ...	5.5
28/04/2022	Internet	Jbn Bahia	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	6.5
28/04/2022	Internet	Rio Preto News	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	6.5
29/04/2022	Internet	ANFIR	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
29/04/2022	Internet	Transporte Moderno	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
29/04/2022	Internet	Portal On Truck	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
28/04/2022	Internet	Gazeta da Semana	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
28/04/2022	Internet	O Progresso	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
28/04/2022	Internet	Teclando Web	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
28/04/2022	Internet	Araraquara Agora	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
28/04/2022	Internet	Planeta Pará Oficial	Rodotrem basculante desenvolvido para o agronegócios...	7.5
29/04/2022	Internet	Blog do Caminhoneiro	Rodotrem mais tecnológico do Brasil inicia testes ...	7.5
29/04/2022	Internet	Web Rádio Divulga	Rodotrem mais tecnológico do Brasil inicia testes ...	7.5
04/04/2022	Internet	Blog Car Point	Rota Digital Fenatran 2.2 começa amanhã com foco n...	7.5
14/04/2022	Internet	Frota & Cia	Sandro Trentin, da Randon Implementos, fala sobre ...	7.5
19/04/2022	Internet	Caminhões e Carretas	Volvo Efficiency Concept Truck será testado pela C...	7.5

Fonte: CWA Clipping

Além disso, o conteúdo foi um dos que conseguiram atender os pilares das Empresas Randon, passando a mensagem de ESG, sustentabilidade, conforme relatório de todas as pautas de todas as empresas do grupo.

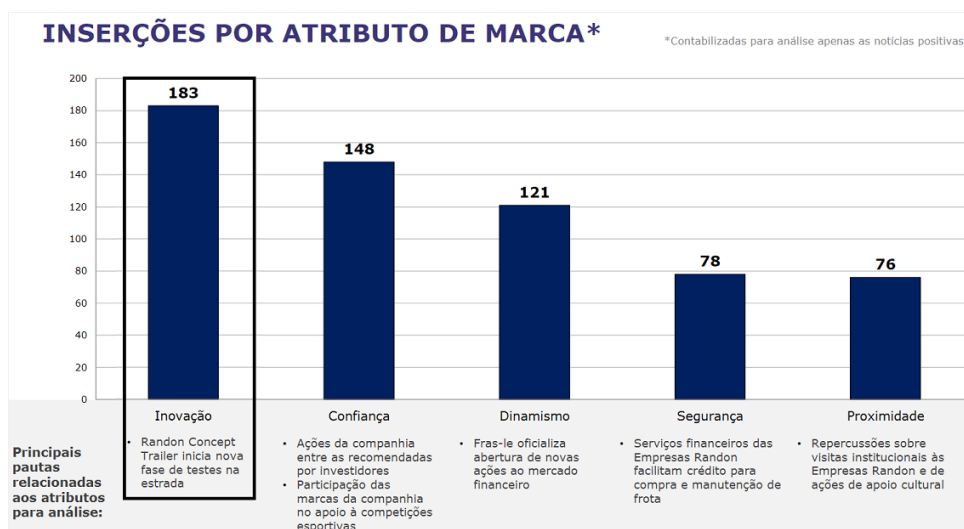
Figura 25 - Relatório de inserções por pilares de conteúdo das Empresas Randon



Fonte: ANK

Ainda a pauta conseguiu ser a principal dentre os principais atributos da marca Randon no quesito inovação.

Figura 26 - Relatório de inserções por atributo de marca das Empresas Randon



Fonte: ANK

O segundo conteúdo de imprensa que será retratado para representar o trabalho realizado dentro do período de estágio trata-se do Randon Hybrid - R. O produto é um semirreboque que conta com um exclusivo sistema de tração auxiliar elétrico, denominado de E-sys, que foi desenvolvido por outras duas empresas do grupo, a Suspensys e o Centro Tecnológico Randon (CTR).

O produto que foi lançado em 2019, chega neste momento à fase de *fleet sedding*, onde é entregue para que clientes selecionados possam testar o produto em rotas reais e alternativas e desta forma, realizar uma degustação do produto. Ocorreram duas entregas técnicas simultâneas do produto, uma em Caxias do Sul, RS, para a empresa BRF Global e outra em Marialva, PR, para o G10 Transportes. A pauta neste momento foi discutida entre Randon Implementos e Suspensys para que conseguisse atender os objetivos mercadológicos das duas empresas. A Randon se desenvolveu a partir do Hybrid-R e a Suspensys através do E-sys. Para que atingisse o objetivo proposto de forma igualitária para as duas empresas e que conseguisse passar a dimensão do produto, o release foi divulgado como Empresas Randon, visto ser uma parceria colaborativa.

O material produzido aqui buscava utilizar o momento de entrega técnica, valorizando e estreitando o relacionamento com os clientes e trazendo novamente a pauta das vantagens do produto, em questões de economia de combustível, manutenção, desgaste dos componentes, mas principalmente de sua importância como inovação sustentável.

Figura 27 - Release Randon Hybrid R na Íntegra

Inovação sustentável na estrada: sistema de tração auxiliar elétrico e-Sys passa por testes de campo

Semirreboques da linha Hybrid R vão rodar por estradas do Sul e Sudeste do país

As Empresas Randon cumprem mais uma etapa do processo de desenvolvimento do inovador sistema de tração auxiliar elétrico e-Sys. A companhia realizou a entrega técnica de dois modelos de semirreboques da linha Hybrid R, da Randon Implementos, equipados com a tecnologia pioneira liderada pela Suspensys, para a fase de testes de campo com empresas parceiras. Nesta etapa, as equipes de engenharia e pesquisa buscam monitorar o comportamento do produto em uso real pelas estradas do Sul e Sudeste do país.

Uma das maiores companhias de alimentos do mundo, a BRF, está recebendo um Hybrid R equipado com e-Sys do modelo Frigorífico, para o transporte de cargas entre unidades da empresa nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. A operação do semirreboque ocorre por meio de fornecedores da BRF, começando pela empresa Tombini & Cia.

O grupo G10 Transportes, que reúne cinco importantes transportadoras e está entre as maiores empresas de logística e transporte rodoviário do país, vai utilizar um modelo Graneleiro para deslocamento de cargas do agronegócio em rodovias do Paraná.

Outro modelo de Graneleiro já foi testado no final do ano passado para o transporte de grãos entre o norte gaúcho e o oeste catarinense, em parceria com a Cooperativa de Produção e Consumo Concórdia – Copêrdia, uma das maiores do ramo agropecuário de Santa Catarina.

Durante um período de 30 dias, os veículos de testes são monitorados para a coleta de dados sobre redução de consumo de combustível alcançado pelo uso do sistema de tração elétrica no semirreboque. Os condutores dos caminhões receberam treinamento com pilotos de testes do Centro Tecnológico Randon (CTR), onde ocorreram todas as fases de testagem até o momento.

Com conceito inovador e sustentável, o e-Sys é um sistema de tração auxiliar elétrico desenvolvido de forma exclusiva pelas Empresas Randon, em uma parceria entre Suspensys e CTR. Ele atua como sistema auxiliar de recuperação de energia gerada durante movimentos de descida e frenagem para momentos de necessidade de tração como subidas e ultrapassagens.

Dependendo da aplicação, condição de carregamento e da estrada percorrida, a economia de combustível pode chegar até a 20%, propiciando um menor desgaste dos componentes e contribuindo para uma menor geração de resíduos e menor emissão de gases. Estimativas apontam que, nessa faixa, a redução na emissão de carbono pode chegar a 96 toneladas por ano, por exemplo, trazendo uma importante contribuição para o setor de transporte no combate às mudanças climáticas. *“Os testes são determinantes dentro do processo de desenvolvimento. Pela experiência vivenciada pelos nossos parceiros, consolidando os parâmetros necessários, poderemos disponibilizar ao mercado uma tecnologia inovadora, que contribui para eficiência da operação do transportador e colabora com os desafios do setor de transporte em reduzir as emissões de gases do efeito estufa”,* destaca o CEO das Empresas Randon, Sérgio L. Carvalho.

A linha de semirreboques Hybrid R, equipada com a solução e-Sys, foi apresentada ao mercado em 2019, após dois anos de desenvolvimento, e vem passando por várias etapas de testes e homologações para o início da comercialização no decorrer de 2022.

Fonte: Randon Implementos

O material por se tratar de uma grande inovação no mundo dos semirreboques e possuir um apelo sustentável muito forte, estando vinculado com os pilares ESG os quais o grupo é comprometido, ganhou uma grande proporção, inclusive a nível nacional, visto que logo após a divulgação do release o Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN) autoriza o uso da tecnologia em semirreboques.

Aqui também será elencado dois conteúdos em plataformas nacionais. O primeiro trata-se de um material publicado na editoria Estradão do jornal Estadão de São Paulo.

Figura 28 - Pauta divulgada pelo Estadão

The image is a screenshot of the Estradão website. At the top, there is a black navigation bar with the 'ESTADÃO' logo and links to various sections: Opinião, Política, Economia & Negócios, Brasil, Internacional, Esportes, Cultura, Últimas, and Assine. Below this is a blue bar with the 'ESTRADÃO' logo and a list of categories: CAMINHÕES, ÔNIBUS, MOBILIDADE URBANA, GUIA DE COMPRAS, SERVIÇOS, VÍDEOS, GALERIAS, and MARCAS. A dark blue bar below that contains the breadcrumb 'Home / Serviços / Legislação / Artigo'. The main content area has a 'Legislação' tag and a headline 'Conran libera eixo elétrico para semirreboque de caminhão'. The sub-headline reads: 'Eixo elétrico, que acaba de ser liberado pelo Conran, já está em testes com transportadores. Feito pela Randon, o sistema será vendido ainda em 2022'. Below the headline, it says 'Redação' and '19 de mai, 2022 - 4 minutos de leitura.' To the right of the text is a progress bar with a play button icon and the text 'ouça este conteúdo' and 'readme'. Below the text is a promotional banner for 'americanas' featuring five different models of metal storage cabinets with a '-12%' discount tag. The banner includes the text 'Entrega rápida e frete grátis' and 'Americanas.com.br'. At the bottom of the screenshot is a large image of a semi-trailer truck driving on a road. The trailer is black with green and white graphics that say 'AQUI TEM FORÇA EXTRA.' and 'HYBRID R'. The truck is a white cab with a black trailer.

Fonte: [Conran libera eixo elétrico para semirreboque de caminhão - Estadão](https://www.estadao.com.br/conran-libera-eixo-eletrico-para-semirreboque-de-caminhao/)
([estadao.com.br](https://www.estadao.com.br))

O desafio nesta pauta era conseguir dar a importância a tecnologia, aos clientes e também a sustentabilidade. Foi preparado um grande material visual, sendo contratado fotógrafos e videomakers especializados para registrar os produtos. Fiquei aqui responsável por fazer um filtro do conteúdo visual e realizar uma edição do vídeo geral, mostrando os melhores momentos do produto e que

conseguisse contemplar o conteúdo descrito no release. Além disso, realizei um tratamento em algumas fotos que tiveram interferência de luz.

O vídeo foi utilizado como link direto para o nosso youtube, gerando tráfego também neste canal.

Figura 29 - Vídeo utilizado na íntegra no Estádio



Assim, dependendo da aplicação, há grande redução do consumo de diesel. Segundo a Randon, chega a 20%. Evidentemente, isso depende de variáveis como condição de recarregamento das baterias, tipo de pavimento e peso transportado.

Transportadores e embarcadores testam o eixo elétrico e-Sys

Uma das companhias que recebeu o eixo elétrico da Randon é **Tombini**. A transportadora presta serviços para a **BRF**. Assim, o sistema foi instalado em um implemento frigorífico. Segundo a empresa, o conjunto vai trafegar nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

Fonte: <https://youtu.be/rwBwAYdpkzI>

Devido à pauta possuir um cunho de inovação extremamente importante para o meio ambiente, foi construído um branded content em parceria com a Forbes.

Figura 30 - Branded content com a Forbes



Empresas Randon buscam mostrar na prática como o setor de transportes pode ser protagonista no combate às mudanças

Fonte: [Inovação sustentável na estrada - Forbes](#)

Da mesma forma do conteúdo anterior, a pauta do Hybrid-R teve sua grande maioria de divulgações na mídia, como um *press release*, sem ser reescrito. Abaixo segue imagem de relatório de desempenho do material, elencado com nota média 9 nos quesitos de audiência de imprensa.

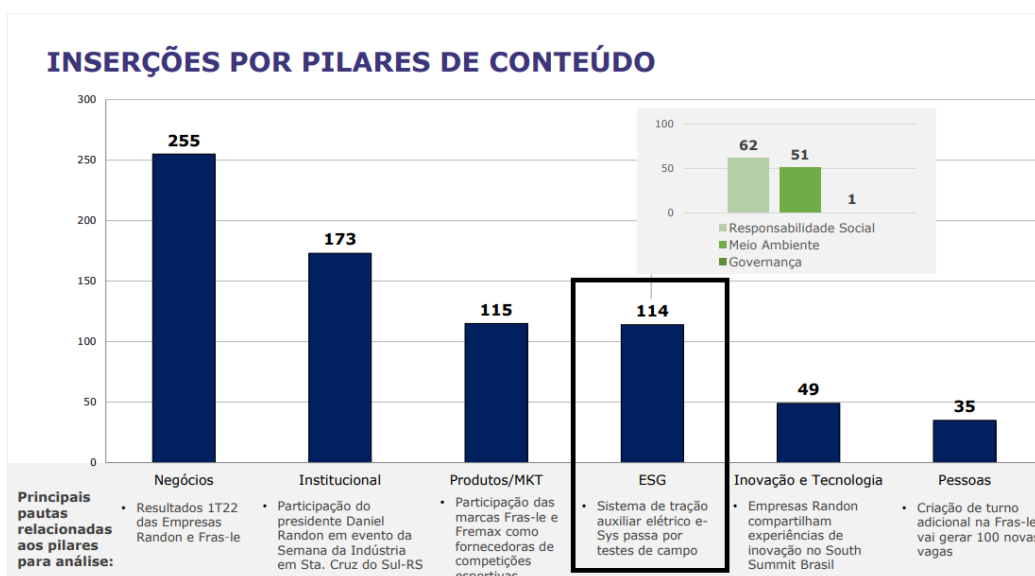
Figura 31 - Relatório de pontuação Randon Hybrid R

Data	Mídia	Veículo	Mensagem	Pts.
19/05/2022	Internet	Estrada	Contran libera eixo elétrico para semireboque de...	9,5
10/05/2022	Bádo	Gaúcha Serra FM 102...	Eixo elétrico da Randon entra em fase de testes co...	9,5
10/05/2022	Internet	Felipe Vieira	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	8,5
30/05/2022	Internet	Revista M&T	Uso de semireboques com eixo elétrico é autorizad...	7,5
30/05/2022	Internet	AutoData	Autorização do uso de eixo elétrico no semireboqu...	7,5
30/05/2022	Internet	ANFIB	Autorização para uso de semireboques com eixo elé...	7,5
30/05/2022	Internet	Reparação Automotiva	Semireboques de eixo elétrico garante investiment...	7,5
29/05/2022	Internet	Petrus News	Contran libera eixo elétrico para semireboque de...	7,5
27/05/2022	Internet	Revista News	Uso de semireboques com eixo elétrico garante seg...	7,5
27/05/2022	Internet	Pé na Estrada	Contran autoriza semireboque com eixo elétrico pa...	7,5
27/05/2022	Internet	Revista Caminhoneiro	Autorização para uso de semireboques com eixo elé...	7,5
24/05/2022	Internet	Construção Latino Am...	Contran autoriza eixo de tração auxiliar elétrica...	7,5
24/05/2022	Internet	Trânsito Web	Contran autoriza uso de semireboque com eixo elétr...	7,5
20/05/2022	Internet	Frota & Cia	Contran libera eixo elétrico para uso em semirebo...	7,5
20/05/2022	Internet	Portal Despachando	O uso do semireboque com eixo elétrico foi aprova...	7,5
19/05/2022	Internet	Caminhões e Carretas	CONTRAN aprova circulação de carretas com eixo elé...	7,5
19/05/2022	Internet	Portal Estrada	Contran permite uso de semireboque com eixo elétr...	7,5
19/05/2022	Internet	Portal do Trânsito	Contran autoriza uso de semireboque com eixo elétr...	7,5
17/05/2022	Internet	Segs	Mentor Inc. anuncia avanços na produção do eixo e...	7,5
13/05/2022	Internet	AutoIndústria	Carretas Randon com eixo elétrico iniciam fase de...	7,5
12/05/2022	Internet	Caminhões e Carretas	Carretas Randon com eixo elétrico começam a circul...	7,5
11/05/2022	Internet	Oficina Brasil	Fatores que levam ao comprometimento do eixo difer...	7,5
05/05/2022	Internet	Reparação Automotiva	Fatores que levam ao comprometimento do eixo difer...	7,5
05/05/2022	Internet	Mais Automotivo	Fatores que levam ao comprometimento do eixo difer...	7,5
04/05/2022	Internet	Blog Car Point	Fatores que levam ao comprometimento do eixo difer...	7,5
30/05/2022	Internet	ANFIB	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7,5
10/05/2022	Internet	Portal On Truck	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7,5
09/05/2022	Internet	Mecânica Online	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7,5
09/05/2022	Internet	Gazeta da Semana	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7,5
09/05/2022	Internet	Avanço Agora	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7,5
10/05/2022	Internet	Pioneiro G2H	Eixo elétrico da Randon entra em fase de testes em...	10
12/05/2022	Internet	CQ7 Comunicação	Inovação sustentável na estrada: sistema de traçã...	10
09/05/2022	Internet	Ponto Inicial	Inovação sustentável na estrada Sistema de traçã...	10
11/05/2022	Impressa	Pioneiro	Eixo elétrico da Randon nas estradas	9
19/05/2022	Impressa	Pioneiro	Para experimentar o conceito de inovação aberta	9
30/05/2022	Internet	Truck&Bus	Autorização do uso de eixo elétrico no semireboqu...	8
20/05/2022	Internet	Truck Brasil	Contran libera eixo elétrico para semireboque de...	7
05/05/2022	Internet	Truck Brasil	Fatores que levam ao comprometimento do eixo difer...	7
09/05/2022	Internet	Portal Marcos Impren...	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7
09/05/2022	Internet	Notícia do ES	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7
09/05/2022	Internet	Tchê Erechim	Inovação sustentável na estrada: sistema de tração...	7

Fonte: CWA Clipping

Além de obter boa nota, o conteúdo foi um dos que conseguiram atender os pilares das Empresas Randon, passando a mensagem de ESG, sustentabilidade, conforme relatório de todas as pautas de todas as empresas do grupo.

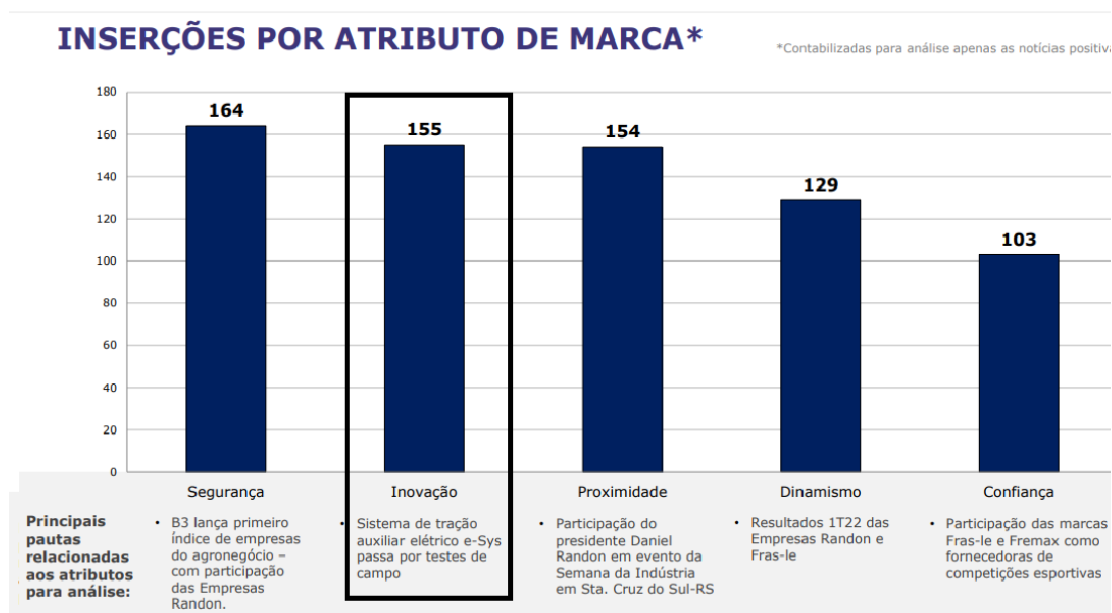
Figura 32 - Relatório de inserções por pilares de conteúdo das Empresas Randon



Fonte: ANK

Neste mesmo relatório a pauta também conseguiu ser a principal dentre os principais atributos da marca Randon no quesito inovação.

Figura 33 - Relatório de inserções por pilares de conteúdo das Empresas Randon



Fonte: ANK

Dentre os conteúdos trabalhados neste estágio, todos obtiveram bons resultados, mas é válido destacar a grande importância dos dois apresentados, onde foi possível unir os pilares e princípios da companhia, assim como o tom mercadológico para a pauta chegar até o público em geral.

4.2 - MÍDIAS DIGITAIS

Diferentemente das pautas de imprensa, o trabalho nas mídias digitais utiliza um espaço diário que requer além de uma divulgação dos pilares da empresa, uma conexão mercadológica e interativa com o público alvo, com o objetivo não de converter vendas, mas sim de ser um conteúdo informativo que reforce o desejo de consumir a marca, tendo a mesma sempre ativa dentro das timelines dos usuários.

A grande maioria dos conteúdos divulgados para a imprensa, também possuem uma abordagem dentro das redes sociais como forma de sustentação.

Assim como o trabalho realizado na assessoria de imprensa, nas mídias sociais o trabalho também ocorre de maneira colaborativa, em parceria com nossa agência

contratada a SPR. As atividades por meio das redes sociais são uma grande bandeira de reforço da marca com seus stakeholders (rede de distribuidores, caminhoneiros, comunidade e público em geral). Toda estratégia de comunicação é definida no início do ano, entretanto é fato que diversos ajustes e novas pautas surgem ao decorrer do trabalho.

Figura 34 - HUG de redes sociais Junho

	B	C	D	E	G
1	FACEBOOK & INSTAGRAM				
2	Linha	O quê?	Conteúdo - Assunto	Onde?	Observações
3	Especial	Classe R	Randon Venice	Story e Feed	OK
4	Data Comemorativa	Aniversário	Randon Argentina	Story e Feed	OK
5	Data Comemorativa	Aniversário	Randon Megatec	Stories	OK
6	Data Comemorativa	Aniversário	Randon ICCAP	Stories	OK
7	Data Comemorativa	Aniversário	Randon Compasi	Stories	OK
8	TikTok	Vídeo	Snoop	-	
9	Conteúdo	Classe R	Post Interativo	Story e Feed	Usar conceito (frase de caminhão são geralmente muito criativas ou geram inspiração) conta pra gente qual é a frase do seu caminhão, ou se você tivesse, o que escreveria? - https://www.instagram.com/p/ContH9UUVFI/
10	Conteúdo	Produto	Hybrid R	Story e Feed	
11	Conteúdo	Produto	Patim de freio	Story e Feed	Na pasta
12	Data Comemorativa	Aniversário	Randon Implementos - Linhares	Story e Feed	OK - FEED Também - Escrever Randon Unidade Linhares (descritivo, pode ser nosso centro de distribuição)
13	Especial	Redes Sociais	-	Stories	OK - Um de cada, dividir entre as semanas
14	TikTok	Vídeo	Vontade de Morder	-	
15	Conteúdo	Classe R	Retomar 3D	Story e Feed	Retomar os 3D
16	Conteúdo	Produto	Hybrid R	Story e Feed	
17	TikTok	Vídeo	Freeza	-	
18	Conteúdo	Produto	Produtos com 4° eixo - Portaria 882/21	Story e Feed	Produtos com 4° eixo - Portaria 882/21
19	Data Comemorativa	Aniversário	Randon Implementos - Messias	Story e Feed	OK - FEED Também - Escrever Randon Unidade Messias (Aguardar foto)
20	Conteúdo	Classe R	Guia de Operação - Manutenção Torques	Story e Feed	Já temos.
21	Data Comemorativa	Aniversário	Randon Implementos - Porto Real	Story e Feed	OK - FEED Também - Escrever Randon Unidade Porto Real (Aguardar foto)
22	Conteúdo	Produto	Hybrid R	Story e Feed	
23	Conteúdo	Produto	Basculante	Story e Feed	OK
24	TikTok	Vídeo	Like Like	-	
25	Especial	SAC	-	Stories	OK
26	Conteúdo	Produto	Hybrid R	Story e Feed	
27	Conteúdo	Classe R	Relembrar Randon na Estrada	Story e Feed	Relembrar Randon Na STRADA
28	TikTok	Vídeo	Luva de Pedreiro	-	
29	Data Comemorativa	Dia do Caminhoneiro	Dia do caminhoneiro SP	Story e Feed	Dia do caminhoneiro? Vamos ter mais ações?

Fonte: Randon Implementos

A HUG é a espinha dorsal do planejamento de comunicação das mídias digitais da empresa. A agência de publicidade faz uma proposta inicial, e a equipe de comunicação (eu e meu colega) sugerimos ajustes e mudanças que entendemos que se adequam melhor aos nossos stakeholders. Isso envolve o levantamento de pautas com o objetivo de passar da melhor forma possível nossa mensagem e objetivos como empresa. Dentro do mês de junho, a cobertura inclui todos os pilares para os mais diversos públicos o qual atendemos com postagem de reconhecimento da nossa rede de distribuidores (Randon Venice, Randon Megatec, Randon ICCAP e etc) onde é dado os parabéns pelos seus anos de atividades junto a matriz. O segundo é o público interno (Randon Argentina, Randon Messias e Randon Porto Real), empresas do grupo que também parabenizamos por seu tempo de atuação. O terceiro público são os clientes onde reforçamos nossos produtos e suas qualidades (Patim de Freio, Hybrid R, Produtos 4 eixos, basculante e etc). E por último, posts de interação com

cunho mais divertido, que buscam a atratividade e partição de todos os públicos interessados na marca (Post Interativo, Snoop, Freeza e etc).

Após este procedimento é realizada a fase de produção, onde a agência faz uma proposta inicial de conteúdos visuais e apontamos todas as correções e melhorias que podem ser feitas. A grande revisão de todo esse conteúdo é feito por mim, incluindo os textos de descritivo técnico, que irão acompanhar o material. Vale lembrar que neste ponto é necessário captar especialistas nos assuntos como produto, para esclarecer dúvidas e verificar a compatibilidade do post, assim como ter o conhecimento sobre o assunto tratado e sobre edição gráfica, visando conseguir contribuir também com o melhor material visual para ser disponibilizado nas redes sociais.

Um grande exemplo das atividades aplicadas neste mês é o post interativo proposto por mim.

Figura 35 - Post Interativo Randon Implementos

Linha de conteúdo: Classe R (Interativo) – 03/06



Fonte: Randon Implementos

Neste post foi possível unir diversas estratégias em um mesmo conteúdo.

1° - Uma ligação emocional e descontraída com o público alvo (frases de para-choque carregam motes, inspirações e motivações)

2° - Reforço da marca e do produto através do conteúdo visual.

3° - Oportunidade de interação do público em geral e reconhecimento dentro do perfil oficial da marca.

Outro conteúdo que é possível destacar aqui, trata-se do Hybrid - R. A estratégia definida é que seja fomentado o potencial e as qualidades deste conceito de eletromobilidade até o momento de comercialização. A Agência preparou uma proposta com atributos comuns os quais já haviam sido reforçados anteriormente, assim como a escolha de imagens, que mostravam mais a tecnologia E-sys (eixo) do que o implemento Hybrid - R que é nossa linha de produto. Abaixo, será possível ver alguns frames da primeira versão do conteúdo que é audiovisual. Não será possível aplicar o conteúdo na íntegra, visto que ele nunca foi publicado.

Figura 36 - Frames da 1ª versão



Fonte: Randon Implementos

Descritivo da 1º versão:

“Conheça o Hybrid R! Com conceito inovador e sustentável, é um sistema de tração auxiliar elétrico desenvolvido exclusivamente para atuar na recuperação de energia após descidas e frenagens, gerando maior força em subidas e ultrapassagens. Dependendo da aplicação, da condição de carregamento e da estrada percorrida, a economia de combustível pode chegar a até 20% e promover menor desgaste dos componentes, reduzindo custos para sua frota. A emissão de gases também é menor, o que é ótimo para o meio ambiente. Conheça o Randon Hybrid R.”

Após uma análise profunda nesta primeira versão e do aconselhamento do colega de atividade, entendemos como deveria se comportar o conteúdo da linha Hybrid R proposto para ser publicado em 04/06.

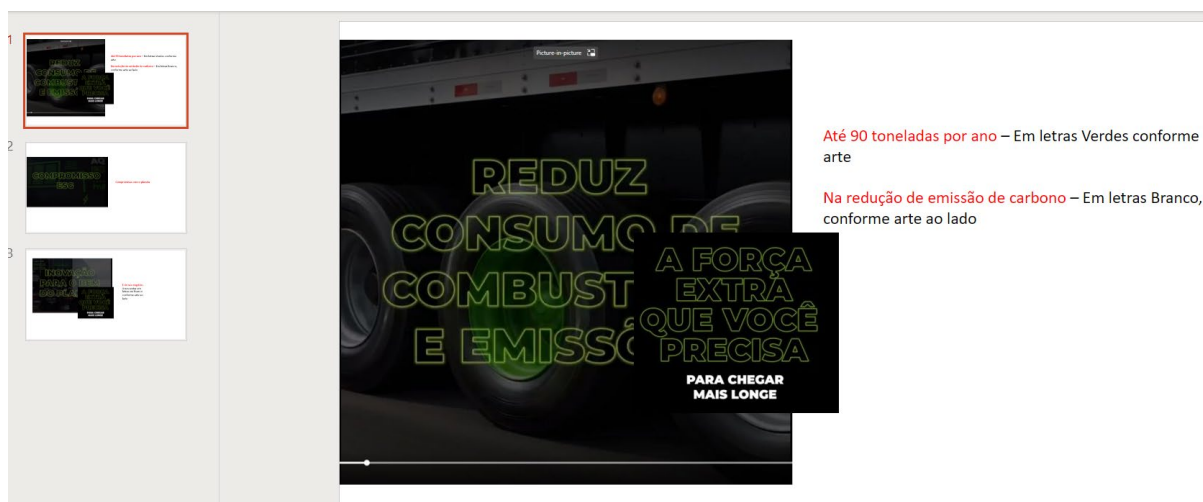
Figura 37 - E-mail com a solicitação de ajustes (estudo)



Fonte: Randon Implementos

Após este passo, foi recebido uma segunda versão, um pouco melhor mas ainda fora do ideal do solicitado. Para facilitar o entendimento, foi criado um powerpoint com prints dos frames que precisavam se ajustes, assim como textos do conteúdo visual.

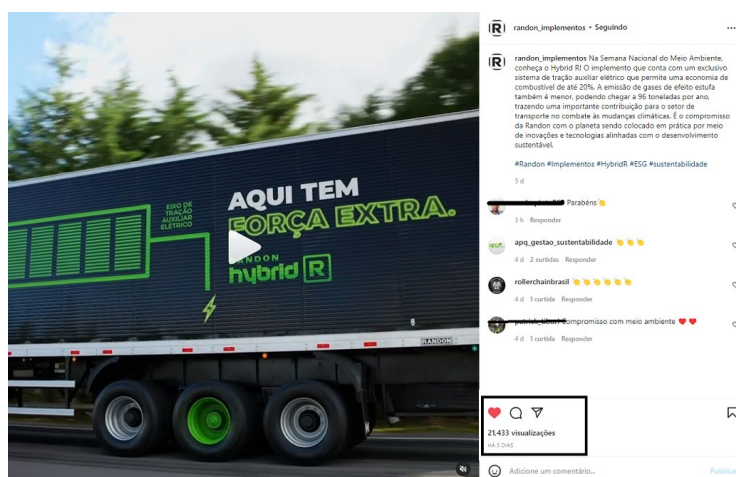
Figura 38 - Powerpoint com ajustes



Fonte: Randon Implementos

Após isso, foi possível chegar no resultado de publicação ideal, ressaltando a inovação tecnológica, o compromisso da empresa com o meio ambiente e com o cliente, além de aproveitar a temática da “Semana Nacional do Meio Ambiente” para encaixar a pauta.

Figura 39 - Postagem Hybrid-R



Fonte: https://www.instagram.com/p/CeZjNigNtwm/?utm_source=ig_web_copy_link

Mesmo com poucos comentários (algo comum nas postagens em geral) pode-se perceber que a mensagem com o enfoque nos pilares de ESG, foram atingidas. Além disso, em cinco dias o conteúdo teve mais de vinte mil visualizações, números com excelente desempenho, atingindo muito além do público seguidor e consumidor do conteúdo.

Figura 40 - Postagem Hybrid-R

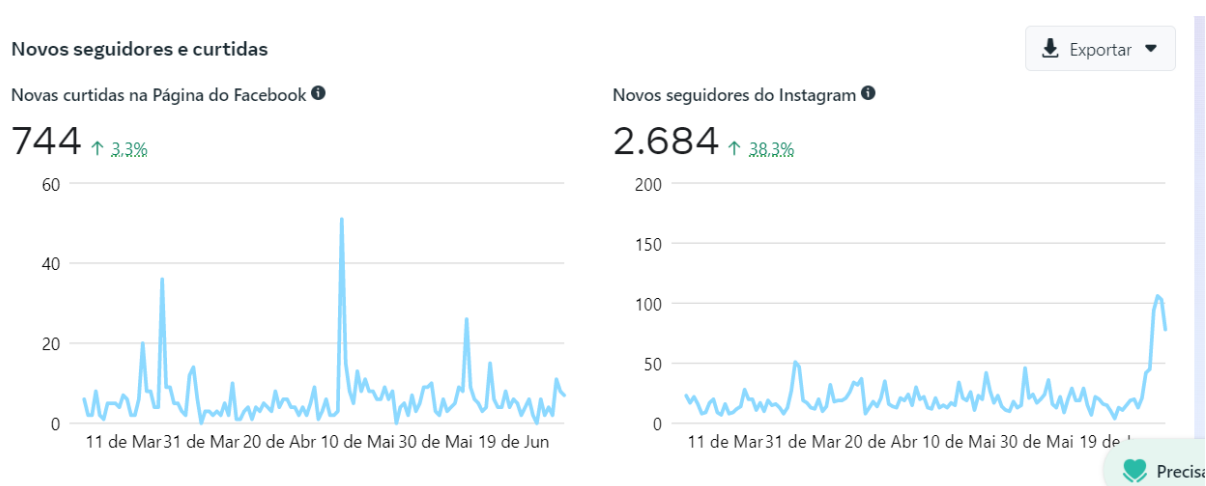


Fonte: Randon Implementos

Entre os números que pode -se citar nas redes sociais, será focado no aumento de seguidores. O número é considerado como “ vaidade ” visto que, quantidade de seguidores não representa toda interatividade e adesão de conteúdo.

Cada rede apresenta um comportamento diferente, e os números mostram isso. O Facebook é uma das redes que já desde o ano passado apresenta menos crescimento em comparação as demais. Neste período, o Facebook atingiu 744 novos seguidores e o Instagram 2684, um aumento de quase 40%.

Figura 41 - Insights de seguidores Facebook e Instagram



Fonte: Meta Bussiness

Já no linkedin, uma página que faço o gerenciamento sozinho e ainda não temos nenhuma fonte de impulsionamento, apresentou resultados bem positivos neste período de estágio, conquistando mais de 3 mil seguidores.

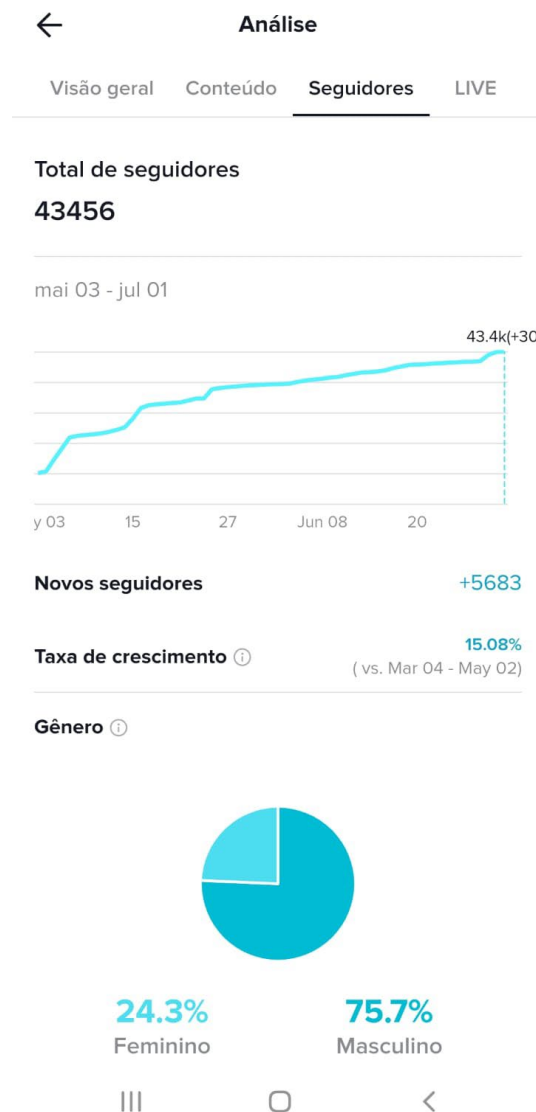
Figura 42 - Insights LinkedIn



Fonte: LinkedIn

Por último, temos a rede do tiktok, que diferente das demais redes sociais, não permitiu um filtro no período total do estágio, porém, do que foi possível ser analisado de 03/05, até 01/07, a rede apresentou o maior crescimento com mais de 5600 seguidores.

Figura 43 - Insights de seguidores TikTok



Fonte: TikTok

5 – PARECER DO SUPERVISOR DE ESTÁGIO

Figura 44 - Parecer do Supervisor

RANDON

Caxias do Sul, 4 de julho de 2022.

Universidade de Caxias do Sul - UCS

Caxias do Sul/RS

Prof. Jacob R. Joffmann

Coordenador do Curso de Jornalismo

Conforme nossa concordância de 04/04/2022 para atendimento de seu ofício de 31/03/2022 referente ao estágio do acadêmico de jornalismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Igor Grandi, informamos que o mesmo elaborou um plano de ação para atendimento desse objetivo, baseado nos fatos e evidências analisados e compreendidos como necessidades para melhorar ainda mais o conteúdo que já vinha sendo desenvolvido pela equipe interna de marketing dessa companhia.

Durante este período, o supervisionado demonstrou suas habilidades multimídia atuando em diversas frentes de comunicação, buscando obter sempre os melhores resultados, alinhado aos princípios estratégicos e mercadológicos da companhia frente a seus *stakeholders*, trabalhando de maneira colaborativa e ativa junto com os colegas de equipe e terceiros contratados.

Atenciosamente,



Claude Domingues Padilha

Gerente de Marketing e Gestão de Rede

Randon S.A. Implementos e Participações – Vertical Montadora

claude.padilha@randon.com.br



6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizei meu estágio curricular dentro de uma das maiores montadoras de semirreboques da América Latina e uma das maiores do mundo. Desde 2019, integro a equipe do marketing de comunicação da companhia. Passei por estagiário remunerado, assistente administrativo e hoje, sou analista júnior. Ao todo destes 3 anos e meio de trabalho, atuei em diversas frentes dentro da equipe, assim como grandes eventos e grandes campanhas de marketing e incentivo. Neste último ano, pude por em prática meus aprendizados jornalísticos, onde pude assumir de maneira mais criativa e ativa as redes sociais e o relacionamento com a imprensa da empresa.

Creio que dentro do plano de ação proposto, pude mais do que colaborar e aplicar minhas técnicas jornalísticas, aprender sobre os diversos campos do marketing, juntamente com todos os colegas de equipe e os subcontratados que auxiliam em demandas diárias e pontuais. Deixo em destaque aqui, todo aprendizado que tive na Campanha NEW R, o qual não pude colocar a tempo dentro deste relatório de estágio. Agradeço imensamente ao meu supervisor de estágio Claude Domingues Padilha, que me deu a oportunidade de fazer parte da equipe e de grandes projetos, assim como o colega Samuel Zulianelo, um grande orientador que não mede esforços em passar seus conhecimentos adiante.

Espero que esta atuação que desenvolvi, tenha atingido as perspectivas solicitadas pela empresa, assim como que eu possa a partir disso, continuar desenvolvendo estas atividades buscando sempre os melhores resultados para companhia de maneira colaborativa com os colegas de trabalho, assim como também passar adiante todo conhecimento que eu adquiri e que me foi passado dentro desta atuação.

7 – REFERÊNCIAS

ANGELUCI, Alan César Belo. **Oito Categorias para Produção de Conteúdo Audiovisual em Televisão Digital e Multiplataformas**. São Paulo: Nenhuma, 2010. 21 p.

AZEREDO, Bernardo Reis. **O PAPEL E A IMPORTANCIA DAS ASSESSORIAS DE IMPRENSA NAS ORGANIZAÇÕES**. Rio de Janeiro: Nenhuma, 2010. 37 p.

COELHO, Diana Xavier. **A produção de conteúdo audiovisual para a web: circulação e consumo da websérie SEPTO**. Rio Grande do Norte: Nenhuma, 2020. 17 p.

CORTE, Anelise C Dalla. LEMKE, Cibele K. **o estágio supervisionado e sua importância para a formação docente frente aos novos desafios de ensinar**. XII EDUCERE: Congresso Internacional de Educação. Puc-Paraná: ISSN 2176-1396.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida *et al.* **JORNALISMO, ASSESSORIA DE IMPRENSA E SEUS CONDICIONANTES ORGANIZACIONAIS: UMA REFLEXÃO A PARTIR DAS TEORIAS DO JORNALISMO**. Santa Maria: Animus, 2014. 23 p.

NAKAGAWA, Marcelo. **Ferramenta: ANÁLISE SWOT (CLÁSSICO)**. Rio de Janeiro: Globo, 2011. 3 p.

PIRES, João Paulo Rodrigues. **PRODUÇÃO AUDIOVISUAL**: um processo de desenvolvimento da capacidade de expressão e comunicação visual em educação patrimonial. Lisboa: Nenhuma, 2016. 298 p.

RIBEIRO, Vasco. **Assessoria de Imprensa: Fundamentos teóricos e práticos**: o relacionamento com os jornalistas, a produção de conteúdos e os eventos como motor de produção noticiosa.. São Paulo: Nenhuma, 2015. 96 p.