

Vídeo como suporte de conscientização/sensibilização para o Terceiro Setor: Caso Grupo Condutores do Riso¹

Lucas Soares Mariano²

Marcilon Almeida de Melo³

Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, GO

Resumo: Este trabalho se propôs a criar um vídeo que viesse a suprir as necessidades comunicacionais do grupo Condutores do Riso, uma organização do terceiro setor. Para a sustentação teórica, pesquisou-se os conceitos base do trabalho: Terceiro Setor e Filme Publicitário. Para a realização do trabalho a pesquisa focou-se no terceiro setor e suas particularidades, no mundo do palhaço e nos efeitos do filme publicitário e seu poder de sensibilização. Após isso foi feito o *Briefing* com as informações da empresa e um planejamento estratégico focado no vídeo final. O final e o mais importante ficou para construção do vídeo. Nesta etapa foram formulados o conceito, roteiro, referências, storyboard, animatic e o vídeo final. Após finalizado o produto foi feita uma análise focada na adequação do vídeo às necessidades do grupo e ao que foi exposto sobre terceiro setor e narrativa na publicidade.

Palavras-chave: Terceiro Setor; Filme Publicitário; Palhaço; Condutores do Riso.

1 INTRODUÇÃO

O terceiro setor é uma área que passou a ser recorrente nas discussões e planejamentos das mais variadas empresas. Filantropia, ações sem finalidade lucrativa, ações sustentáveis, iniciativas de caráter social, marketing cultural dentre outras são objetivos a serem alcançados por grandes empresas e que tem no terceiro setor um meio para que estas ações ocorram. Mais que a qualidade dos seus produtos e serviços, empresas com uma área de planejamento de marketing qualificada, tem também a preocupação com a imagem que passam para seu público e com a qualidade do diálogo entre a empresa e estas pessoas.

Dentre estas iniciativas estão inclusas as ações de palhaçaria⁴ em Hospitais. A prática surgiu no Brasil em 1991 com Wellington Nogueira, ator clown⁵, que algum tempo

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme Publicitário.

² Aluno líder e graduado do curso de Publicidade e Propaganda da UFG, email: lucas12mariano@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UFG, email: markntz@gmail.com.

⁴ Entende-se Palhaçaria como a arte do palhaço. São todas as técnicas, figurinos e demais características que definem o palhaço como tal.

⁵ Clown é o termo usado para palhaços que atuam em hospitais. Há uma mudança no tipo de intervenção (um contato mais íntimo com o público), na maquiagem (uma maquiagem menos pesada pois o público está mais próximo) além do local de atuação, o hospital.

depois fundou o grupo Doutores da Alegria, figurando como uma instituição do Terceiro Setor. O grupo é referência deste tipo de trabalho e é a principal motivação da ONG Condutores do Riso, grupo de Palhaçaria em Hospitais de Goiânia e foco deste projeto experimental.

2 OBJETIVO

A partir dessa perspectiva criada surgiu a seguinte pergunta: Quais os elementos e quais as estratégias necessárias para realizar um vídeo que comunique bem uma instituição do Terceiro Setor como o grupo "Condutores do Riso"? Pesquisar a maneira certa de se comunicar nesse nicho é essencial para o sucesso destas ações e esse é o objetivo principal deste trabalho.

3 JUSTIFICATIVA

O meu interesse pelo grupo Condutores do Riso vem de alguns anos. Participo da iniciativa a 5 anos e este ano de 2013 assumi a coordenação do grupo. O trabalho e os amigos que tocam esse projeto comigo são a energia que me move a continuar. Juntando-se a isso, o meu trabalho como videografa, que também será explicado posteriormente, é outro ponto que fortalece a escolha por esse projeto experimental como TCC.

Com o grande crescimento do Terceiro Setor e especificamente dos "clowns" em hospitais, veio a preocupação com a forma de comunicação que deveria ser feita para os objetivos destas instituições. Especificamente na parte de vídeo, filme publicitário, é preciso pensar como trabalhar esse formato junto aos valores deste tipo de instituição. Pensar a inserção de ferramentas de marketing também aliadas ao Terceiro Setor é mais um apoio para fazer assim uma publicidade correta e eficaz.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Metodologia é o estudo dos métodos e processos de um trabalho. O objetivo deste projeto é analisar vários métodos indispensáveis para o sucesso do trabalho a ser desenvolvido. A metodologia prevê o controle de todas as variáveis envolvidas, os problemas e as possíveis soluções e também as restrições e requisitos do projeto.

Este trabalho se baseou no método explicitado por Jon Krasner em seu livro “*Motion Graphic Design & Fine Art Animation*” (Krasner, 2004: p. 90-107), onde divide a criação do produto audiovisual do *Motion Graphics* em quatro processos:

1. Avaliação do projeto – Definição de objetivo, público alvo, pesquisa, restrições diversas, estilo e atmosfera;
2. Conceituação – Brainstorming individual ou coletivo;
3. Desenvolvimento de idéias – Avaliação, seleção, clarificação e refinamento dos conceitos mais fortes na direção de uma solução final;
4. *Storyboard* - Planejamento e registro da solução final.

Seguindo este modelo, inicialmente foram feitas algumas etapas que antecederam a produção do vídeo. Estas etapas proporcionaram a base para a criação deste. Nestas etapas foram incluídas a coleta de dados e o desenvolvimento de um Planejamento Estratégico para que no vídeo fossem resolvidos os problemas de posicionamento do grupo.

Para a coleta de dados do grupo Condutores do Riso foram feitas entrevistas com os membros do grupo, pesquisa em documentos e mídias antigas, além da análise dos processos. As entrevistas com os membros mais antigos do grupo serviram para a coleta de dados históricos da ONG além de entender os atuais processos. A pesquisa em documentos foi feita para uma melhor noção sobre os processos organizacionais do grupo. E a análise das mídias antigas (blogs, perfis em redes sociais, etc) foi mais uma forma de busca de informações.

Após este processo foi realizado um Planejamento Estratégico depois de observados o perfil da organização e a análise de ambiente, segundo os dados coletados anteriormente. Deste planejamento foram analisadas todas as informações e posteriormente selecionadas as estratégias a serem seguidas para a realização do vídeo, objetivo principal desde projeto.

O vídeo seguiu o método de Krasner⁶, já iniciado nas etapas anteriores. Foi feita uma pesquisa por referências e estilos que determinaram o "clima" a ser passado segundo a proposta do grupo Condutores do Riso. Após esta etapa foi trabalhado o conceito base de forma a deixá-lo forte. Com este conceito definido veio o processo de refinamento, colocando idéias que somaram e clarearam o que foi pensando, dando vida ao conceito. Por fim, para fechar a etapa de planejamento e avançar para a etapa de produção do *Motion*

⁶ KRASNER, Jon. **Motion Graphic Design and Fine Art Animation: Principles and Practice**. Woburn: Focal Press, 2004.

Graphics foi feito um storyboard que traduziu em imagens as soluções e o encaminhamento encontrado no refinamento do conceito.

Por fim foi produzido o produto audiovisual proposto no trabalho. Junto a ele foi feito a descrição de cada etapa de sua produção. Após isso foi discutido a adequação do resultado final às necessidades do grupo e à proposta inicial.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Especificamente para esse projeto utilizei um tipo específico de filme publicitário. Dentro da técnica de motion graphics, trabalhei predominantemente com a mescla de animação 3D e 2D. Utilizando a definição sobre terceiro setor para a criação da narrativa, buscou-se uma maneira de comunicar sobre "o que era" o grupo Condutores do Riso sem utilizar um roteiro meramente informativo. A animação foi um ponto chave para que essas informações fossem "contadas" de uma forma que adultos e crianças partilhassem também do mundo clown e da palhaçaria em hospitais. Esse mergulho na ótica infantil e do palhaço foi buscado no vídeo na escolha da técnica, das cores, dos movimentos, dos traços, da locução, da duração dos quadros, dos planos e da trilha. Enfim, o produto audiovisual final deste trabalho é uma junção de todos estes conceitos que serão apresentados posteriormente (Terceiro Setor; Palhaçaria em Hospitais; Filme Publicitário e suas narrativas; Motion Graphics) e uma escolha minuciosa de técnicas que traduzissem o planejamento da peça publicitária.

5.1. Construção do Conceito

Partindo de todas estas informações, torna-se possível o desenvolvimento de um conceito que traduza verdadeiramente o que o grupo Condutores do Riso deseja transmitir. Após a leitura do briefing contendo todas as informações da instituição e a análise do mercado contida no planejamento estratégico, verificou-se que o objetivo do vídeo seria resumir a resposta da pergunta : o que é o grupo Condutores do Riso?

O objetivo do vídeo foi expor "o que é" o grupo. Partindo disso, é preciso separar informações que demonstram tal resposta em sua essência. As informações indispensáveis que o vídeo deverá cobrir são:

- É um grupo essencialmente de palhaçaria em Hospitais
- O nome do grupo agora é Condutores do Riso
- É um grupo que ainda tem financiamento dos próprios integrantes
- Lida essencialmente com crianças
- Além dos hospitais também auxilia o CEVAM (Centro de Valorização a Mulher) e comunidades carentes
- As visitas são compostas por música, balões e brincadeiras
- O grupo precisa de ajuda externa (doações) para sobreviver

Diante disso foi criado o conceito “Ajude a magia acontecer”. O material que terá como base a técnica de Motion Graphics, reproduzirá o clima de Contos de Fadas que nós adultos já tivemos contato e que as crianças ainda se encantam. Serão mostrados as informações indispensáveis para entender “o que é” o grupo mas tudo isso com uma ótica infantil fantasiosa, diluindo estas informações em um mundo encantado com “reinos” e “magias”. A idéia é inserir as pessoas que não conhecem o trabalho nesta ótica do “clown” que vive em um mundo paralelo, de descobertas, de cor - bem próximo do mundo das crianças - ao mesmo tempo que conhece o trabalho desempenhado pelo grupo. O objetivo é também a sensibilização destes espectadores para que ao final deste vídeo entrem no site para conhecer melhor o grupo e posteriormente serem apoiadores do grupo através de doações, participação e mesmo divulgação.

5.2. Roteiro

O roteiro apresentado aqui foi pensado com uma locução em OFF de uma criança de 04 até no máximo 08 anos. A intenção era conseguir os timbres, modos de falar e demais características pertencentes a crianças nestas idades. O OFF e a trilha serão elementos a mais de imersão do espectador no mundo “clown” e infantil. A locução também não era fixa, quanto mais a crianças colocasse o seu jeito de falar nesta “base”, melhor.

Outro ponto é a parte visual em *Motion Graphics*. O objetivo era conseguir uma estética de livros em “popup” que explicitarei mais a frente nas referências.

ROTEIRO

Peça:	Video Institucional Condutores do Riso
Título:	O Mistério do Riso
Duração:	1'40"
Data:	07/10/2013
Roteirista:	Lucas Mariano
Videografa:	Lucas Mariano

VÍDEO	ÁUDIO	TEC
Uma princesa e oito amigos com narizes de palhaço.	Era uma vez uma princesa muito bonita, que tinha um monte de amigos/ Eles usavam jalecos brancos e narizes vermelhos, engraçado/ hihi	LOC
A princesa e seus amigos	Certo dia cada um juntou um pouco de dinheiro e foram viajar/	LOC
Palhaços em um pequeno "fusca" indo de castelo em castelo. Quando eles passam	Eles passavam de reino em reino levando uma luz misteriosa/	

<p>pelo castelo, ele passa de preto e branco para colorido. Tudo com um aspecto de mistério</p>	<p>E tudo ficava mais bonito/</p>	<p>LOC</p>
<p>O reino das crianças Dodóis tem elementos de hospital (macas, soros, é branco, "gelado")</p> <p>.</p> <p>O reino das crianças escondidas pode ter o "logo" do Cevam. A parte externa deste castelo é bem "tenebrosa", simulando os maus tratos fora dali.</p> <p>O reino das crianças sem brinquedos é um castelo bem pobre.</p> <p>A mágica pode ser representada por um "fluido", uma fumaça que envolve esses lugares.</p>	<p>Tinha o Reino das Crianças "dodóis", o Reino das crianças escondidas e o reino das crianças sem brinquedos/</p> <p>Em todos a magia acontecia/</p>	<p>LOC</p>

<p>Aparecem esculturas de balões de vários bichos.</p> <p>Aparecem os palhaços com instrumentos (violão e cavaquinho).</p>	<p>Tem gente que fala que eles podem fazer aparecer qualquer bicho,é só pedir/</p> <p>E que fazem música também, daquelas bem bonitas/</p>	<p>LOC</p>
<p>Plano fechado de uma criança olhando para algo e algo ilumina seu rosto. A criança abre um sorriso como se estivesse "maravilhada".</p>	<p>Essa luz misteriosa, só quem já viu pode explicar/</p>	<p>LOC</p>
<p>Lettering: Ajude a magia acontecer.</p> <p>Assinatura com o logo "Condutores do Riso".</p> <p>Slogan: Compartilhe o riso.</p>		<p>TRILHA</p>
<p>FADE OUT</p>	<p>FADE OUT NA MÚSICA</p>	<p>TRILHA</p>

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi muito importante para mim. Foi uma junção de várias coisas que gosto e creio que por isso me deu tantas alegrias. Trabalhei aqui com o grupo de palhaços que participo a anos e que estão amigos de longa data. Pude explorar mais a questão do *clown*, que é o palhaço de hospitais e o palhaço de uma forma geral também. Explicar como

funciona o seu mundo e a sua lógica. Passando isso para as pessoas de uma forma leve que requer uma certa sensibilidade e envolvimento com o material.

Aqui também fiz uso de técnicas que me encantei e algumas até descobri na época de faculdade. Tive contato primeiro com a modelagem 3D no primeiro ano de faculdade com um curso externo. Depois com a animação 3D e *motion graphics* produzindo para a Tv UFG. E tudo isso mesclado a edição de vídeos, trilhas e etc. São coisas que gosto muito e que pude desenvolver aqui.

Acredito que esse é o fechamento que eu esperava da graduação. Utilizei vários conhecimentos que me foram passados nestes quatro anos e alguns que até me surpreendi em coincidentemente se fazerem necessários nesta última etapa. São coisas que te agregam e te montam como profissional de qualidade. "O Mistério do Riso" é o resultado deste esforço.

7.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUMONT, Jaques. **A Imagem**. Campinas: Papyrus, 1993.

BONNASIE, Pierre. **Dicionário de História Medieval**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1985.

COSTA, Maria Cristina Castilho. **Gestão da Comunicação: Terceiro Setor, Organizações Não Governamentais, Responsabilidade Social e Novas formas de Cidadania**. São Paulo: Atlas, 2006.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ELIN, Larry. LAPIDES, Alan. **O Comercial de Televisão: Planejamento e Produção**. São Paulo: Bossa Nova, 2006.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

KOTLER, Philip. ROBERTO, Eduardo. **Social Marketing**. Londres: The free Press, 1989.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing** .4ª ed. São Paulo: Atlas, 1994.

KRASNER, Jon. **Motion Graphic Design and Fine Art Animation: Principles and Practice**. Woburn: Focal Press, 2004.

LACAVA, Ulisses. Campanhas de mobilização. In: **Manual de comunicação e meio ambiente**. São Paulo: Peirópolis, 2004.

- MATTELART, Armand. **La publicidad**, Barcelona, Paidós, 1991.
- MASETTI, Morgana. **Soluções de Palhaços: transformações na realidade hospitalar**. São Paulo: Palas Athena, 1998.
- MASETTI, Morgana. **Boas Misturas: a ética da alegria no contexto hospitalar**. São Paulo: Palas Athena, 2003.
- PEREZ, Clotilde. Planejamento Publicitário. In: PEREZ, Clotilde & BARBOSA, Ivan. (Org.). **Hiperpublicidade 2 - Atividades e tendências**. São Paulo: ThomsonLearning, 2007.
- RIBARIC, Marcelo Eduardo. **Breve síntese sobre a trajetória do filme publicitário**. Paraná:UTP, 2011.
- ROCHA, Everardo P. Guimarães. **A Magia e o Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. 2ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.
- VAZ, Gio Nuno. **Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995.
- VELHO, João. **Motion graphics : linguagem e tecnologia, anotações para uma metodologia de análise**. Rio de Janeiro, 2008.
- VOLTOLINI, Ricardo. **Marketing, uma ferramenta útil para o terceiro setor**. In:_____. **Terceiro Setor: Planejamento e Gestão**. 2 ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.
- VOLTOLINI, Ricardo. **Guia de gestão de entidades sociais**. São Paulo: Fundação Abrinq/Senac São Paulo, 2002.