



Vídeo institucional para a Santa Casa de Misericórdia de Cuiabá: apoio e solidariedade¹

Welytton Cesar Cabral Mazzer HERRERA²

Ailton Pereira BARBOSA³

Gilson Moraes da COSTA⁴

Antonio Carlos do AMARAL⁵

João Rodrigo Venuti da COSTA⁶

Muryllo Rhafael LORENSONI⁷

Daniela Aparecida ZANETTI⁸

Fabiula Aparecida BENTO-GUTH⁹

Centro Universitário Cândido Rondon, UNIRONDON, Cuiabá, MT

RESUMO

Uma vida dedicada a você é um vídeo institucional sobre Santa Casa da Misericórdia de Cuiabá e seu importante papel na prestação de serviços na área da saúde, no Estado de Mato Grosso. Apresenta em 30 segundos uma estória que busca sensibilizar o público para contribuir com a instituição. A produção do VT compreendeu a utilização de conteúdos teóricos e práticos aprendidos pelos alunos do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon, UNIRONDON.

PALAVRAS-CHAVE: Publicidade e Propaganda; Vídeo Institucional; Santa Casa de Misericórdia; Solidariedade.

1 INTRODUÇÃO

O VT apresentado neste trabalho foi produzido por acadêmicos do 6º semestre do curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro

¹ Trabalho submetido ao XIV Prêmio Expocom Centro Oeste 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme Publicitário.

² Aluno líder do trabalho, estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email:

³ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email:

⁴ Orientador do trabalho: Professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email: gilcostta@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho: Professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email: antonio@casadideias.com.br

⁶ Orientador do trabalho: Professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email: jrvenuti@gmail.com

⁷ Orientador do trabalho: Professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email: mlorensoni@hotmail.com

⁸ Orientador do trabalho: Professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email: danielazanetti@terra.com.br

⁹ Orientador do trabalho: Professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Cândido Rondon – UNIRONDON. Email: fabulabento@gmail.com



Universitário Cândido Rondon, UNIRONDON, durante o ano de 2011 para a disciplina de Linguagem Cinética II. Esta atividade é parte de uma campanha realizada pela agência experimental Ópera, que incluiu: *briefing*, pesquisa, planejamento de marketing, planejamento de mídia, criação e produção de peças publicitárias.

O cliente escolhido foi a Santa Casa de Misericórdia de Cuiabá. Com base nas pesquisas realizadas previamente, definiu-se que seria utilizado o seguinte mote: *Uma vida dedicada a você* - com a finalidade de divulgar os serviços prestados pela Instituição na área da saúde, bem como sensibilizar a população local a contribuir financeiramente para que o cliente tivesse condições de continuar desenvolvendo suas atividades. Como estratégia persuasiva do VT, procurou-se utilizar uma narrativa simples, mas que colocasse o receptor no papel de possível agente transformador através da contribuição solidária à instituição.

Para produção foram captadas imagens em locações internas, com utilização de refletores com lâmpadas de alta temperatura de cor, filtros difusores e de correção de cor. O áudio foi gravado em estúdio. Do ponto de vista técnico, a edição foi realizada em Ilha não linear, com uso dos *softwares Adobe Premier e After Effects*. Do ponto de vista conceitual, buscou-se uma estratégia de montagem linear para facilitar a compreensão da mensagem por parte do público expectador.

O vídeo mostra uma criança comum que chega da escola, e entra em seu quarto e deitasse na cama. A passagem da cama para o leito do hospital marca um novo momento da narrativa, onde muda-se também a coloração das imagens (trabalha-se, por imagens em preto e branco). O personagem é hospitalizado e a narrativa transmite a idéia de que sua situação pode ser transformada caso haja uma tomada de atitude por parte do público.

2 OBJETIVO

Este artigo tem como objetivo apresentar o vídeo *Uma vida dedicada a você*, que foi produzido para fortalecer a imagem institucional da Santa Casa da Misericórdia de Cuiabá, e sensibilizar o público expectador para uma contribuição solidária com a instituição, já que está, por ser uma entidade filantrópica, necessita da contribuição voluntária de pessoas, empresas e organizações sociais, para garantir parte de sua manutenção.



3 JUSTIFICATIVA

A Santa casa de Cuiabá é uma entidade filantrópica com 193 anos de existência. Durante quase dois séculos tem sido pioneira no serviço de prestação de saúde em Cuiabá e também no Estado de Mato Grosso (já que muitas pessoas são encaminhadas de cidades do interior para tratamento em seus leitos). Apesar de sua tradição e reconhecimento social, a instituição tem enfrentado problemas financeiros – já que a principal fonte econômica são os recursos decorrentes da prestação de serviços através do SUS. Ao longo de sua história, uma das formas de arrecadação financeira tem sido a doação voluntária de indivíduos, empresas e organizações sociais.

Diante dos dados obtidos através da pesquisa de campo, constatou-se que uma das necessidades a serem atendidas estava justamente no campo financeiro. Neste sentido, a campanha foi desenvolvida com o intuito de reforçar a importância social da Instituição perante a sociedade, bem como sensibilizar a população para a contribuição financeira.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O vídeo tem 30 segundos e para sua produção foram utilizados os seguintes programas: *Adobe Premiere* (para elaboração do primeiro corte e copião, bem como inserção de trilha sonora), *Adobe After Effects* (para correção de cores, inserção de efeitos especiais e finalização) e ainda *Sony Vegas* para tratamento e edição do áudio. O equipamento utilizado para a captação das cenas foi uma câmera Panasonic AG-HMC70P com imagens em HD a 30 frames por segundo, e demais recursos de iluminação como fresnéis, *soft light* e filtros de correção de cor.

O gênero do vídeo é drama, o estilo de realização é dramatização *off-câmera*. Apresenta como linha narrativa, a estória de uma criança comum que repentinamente é acometida por uma enfermidade e, conseqüentemente é hospitalizada. A locução dramática coloca o expectador em um papel de agente que pode contribuir para que esta e outras crianças possam ter acesso ao serviço de saúde oferecido pela instituição. O VT apresenta as seguintes cenas:



Vídeo

Cena 1- Int-Dia-Sala

Fad In- Plano Médio Criança Abre A Porta De Seu Quarto

Cena 2- Int-Dia-Sala

Plano Geral Criança Entra Em Seu Quarto Com Uma Mochila.

Cena 3-Int-Dia-Sala

Plano Detalhe Na Mochila Que Ele Joga No Sofá.

Cena 4-Int-Dia-Quarto

Plano Americano Na Criança Que Caminha Para Seu Quarto.

Cena 5-Int-Dia-Quarto

Plano Geral Na Criança Que Entra Em Seu Quarto, Pega O Controle Remoto, Liga A Tv E Se Deita Na Sua Cama.

Cena 6-Int-Dia-Quarto

Plano Médio Na Criança Que Deita Na Sua Cama. (Cross Fader).

Cena 7-Int-Dia-Hospital

Efeito Pb-Plano Médio Na Criança Deitada Em Uma Cama De Hospital Respirando Com A Ajuda De Uma Sonda. (Travelling Left). Fade In

Cena 8- Int-Dia-Hospital

Efeito Pb- Plano Médio Na Criança Deitada Em Uma Cama De Hospital Respirando Com A Ajuda De Uma Sonda. Gc- Amanhã Pode Ser Tarde. A Santa Casa Precisa De Você Hoje. Fade Out

Cena 9-Assinatura

Logomarca Da Santa Casa E Telefone.

Audio

Tec- Música Triste

Efeito De Aparelho Respiratório

Loc Off: Amanhã Pode Ser Tarde. A Santa Casa Precisa De Você Hoje . Ligue E Faça Sua Doação. 0800-3616-0044

Figura 1 Roteiro do Vídeo Institucional para a Santa Casa de Misericórdia de Cuiabá



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Mesmo sendo uma Instituição com quase dois séculos de prestação de serviços na área da saúde, a Santa Casa de Cuiabá tem como um de seus grandes desafios a sua manutenção econômica, já que é uma entidade de caráter filantrópico, portanto não visa lucro.

A pesquisa realizada em campo mostrou que a população reconhece a importância do papel social realizado pelo cliente, e conseqüentemente estaria disposta a ajudá-lo financeiramente através de uma contribuição voluntária. Constatou-se também que para a efetivação desta predisposição, era necessária uma sensibilização mais agressiva no sentido da *instituição* para a *sociedade*. A partir destas informações, buscou-se desenvolver uma campanha cujo principal objetivo era reforçar a imagem da instituição perante a sociedade e sensibilizar esta última a materializar seu reconhecimento através da contribuição financeira solidária. O VT institucional ora apresentado foi um dos elementos da campanha.

6 CONSIDERAÇÕES

Nesta atividade pode-se materializar de forma empírica o conhecimento teórico apreendido em sala de aula, principalmente no que diz respeito a linguagem audiovisual e seus elementos, bem como técnicas de montagem e narrativa do vídeo. Pode-se também, a partir do resultado de uma pesquisa real, levantar elementos para elaboração do *briefing*, *story board* e roteiro final da peça produzida.

O trabalho foi desenvolvido como caráter informativo e também é resultado de uma campanha completa que envolveu inúmeras etapas. Procurou-se, ainda, sensibilizar a população para a importância da contribuição voluntária para que a instituição continue tendo condições de oferecer os seus importantes serviços na área da saúde para a sociedade.



REFERÊNCIAS

GAGE, Leighton; Meyer, Cláudio. O Filme Publicitário. Editora Atlas.

KEN, Dancyger. Técnicas de Edição para cinema e vídeo. 4 ed. São Paulo: Campus: 2005.

MACHADO, Arlindo. **Pré-Cinemas & Pós-Cinemas**. São Paulo, Papirus: 1997.

MOURA, Edgar. **50 anos luz, câmera e ação**. São Paulo, Senac: 2004.

RABIGER, Michael. **Direção de Cinema, Técnicas Estética**. Rio de Janeiro, Elsevier: 2007.

SALLES, Filipe. **O cinema e a música**. Dissertação de Mestrado. 24/06/2002.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. Editora Thomson Learning. São Paulo. 2007.

WATTS, Haris. **On Câmera: O curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Summus, 1990.