



VIDEOCLÍPE SEMANA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL¹

Angelo Daniel Coutinho TEXEIRA²

Anthony Andrade NOBRE³

Edmilson da Silva GUSMÃO⁴

Heloisa Rhodius ANDRADE⁵

MarlaEglaea da Silva FREIRE⁶

Rodolfo Carlos MARQUES⁷

Liliana RODRIGUES⁸

Martha Falcão Devry, Manaus –AM

RESUMO

A produção do vídeo feito para a Semana de Responsabilidade Social da Faculdade Martha Falcão realizado dia 21 de Setembro, feito pelos alunos da própria instituição e intitulados Clube do Vídeo, com propósito de usar a produção de vídeo para levantar resultados quanto ao dia social, mostrando entrevistas com os responsáveis pelo evento, alunos integrados e idosos participantes da Fundação Doutor Thomas em diferentes cenários da faculdade e desenvolvendo mais uma atividade interna do clube, além de divulgar o evento externamente.

PALAVRAS-CHAVE: Vídeo ;Responsabilidade Social; Vídeo.

1. INTRODUÇÃO

A produção do videoclipe foi feita pelos alunos da faculdade Martha Falcão do curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda que participaram do evento com intuito de deixar registrado um grande momento da instituição, afinal esse é um dos grandes motivos para realização de um vídeo. “O videoclipe é um audiovisual e sua composição se dá na relação entre imagem e som, desta forma, só se pode falar em narratividade no videoclipe a partir deste entrosamento [...]”. O prazer do reconhecimento no consumo dos videoclipes aconteceu, principalmente, pela estruturação reiterativa da música pop.

Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Transdisciplinar, modalidade Videoclipe Avulso

²Aluno acadêmico do quinto período do curso de PP da FMF. E-mail: anthony_nobre@hotmail.com

³Aluno acadêmico do quinto período do curso de PP da FMF. E-mail: edy_gusmao@hotmail.com

⁴Aluna acadêmica do quinto período do curso de PP da FMF. E-mail: rhodiush@gmail.com

⁵Aluna acadêmica do quinto período do curso de PP da FMF. E-mail: marlafreiree@hotmail.com

⁶Aluno acadêmico do quinto período do curso de PP da FMF. E-mail: rcgrafica@hotmail.com

⁷Aluno acadêmico do quinto período do curso de PP da FMF. E-mail: adaniel092009@gmail.com

⁸ Mestrado em Ciências da Comunicação. MBA em Comunicação Empresarial e MKT pela Universidade do Norte – UniNorte. Pós Graduada em planejamento Estratégico Empresarial pela Universidade Federal do Amazonas. Bacharel em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Norte UniNorte. Professora de Comunicação Social da Faculdade Martha Falcão e Executiva de Contas da Oana Publicidade.



E essa repetição ocorre em três níveis: com a música, entre as músicas e nas mídias de divulgação. [...] Como a música pop utiliza um endereçamento direto ao ouvinte (seja pela voz do cantor e/ou pela letra da canção), o olhar direto para a câmera faz parte desta estratégia de aproximação e de construção de uma relação de intimidade.” (CARVALHO, 2008, p.103-105).

No dia 21 de Setembro a instituição abriu suas portas para realizar o dia da Responsabilidade social, onde seria feita a contagem de alimentos e brinquedos arrecadados de cada curso da instituição, além de oferecer serviços e atendimentos aos participantes, como idosos da Fundação Doutor Thomas e a comunidade no geral, e a presença do vampirão, trailer para doação de sangue oferecido pelo HEMOAM.

A responsabilidade social é extrema importância para o meio acadêmico, pois além de interagir entre os cursos e alunos, a instituição promove um dia voltado para contribuir com a sociedade de forma justa e solidária.

“Sendo produto audiovisual contemporâneo, o videoclipe é parte de um processo histórico dinâmico, em que produtores e consumidores “se encontram” no meio e, também, de onde parte definições dos usos do clipe.” (SOARES, 2004,) Por isso, a proposta da interação entre os acadêmicos, a faculdade e comunidade no geral, todos interligados para produção do vídeo e registro de um momento histórico da instituição e sociedade.

2. OBJETIVO

O videoclipe tem como finalidade produzir um registro do Dia de Responsabilidade Social da faculdade Martha Falcão, para que os acadêmicos adquiram o gosto e respeito pela ação solidária, além de interagir com diretores, professores e a comunidade. Um modo que surgiu dos próprios acadêmicos para divulgação do projeto social que envolve fotografia, produção audiovisual, união em equipe e apoio da instituição para realização do projeto.

3. JUSTIFICATIVA

Através da oportunidade cedida pela coordenação, o grupo realizou um produto audiovisual que parou de ser algo experimental e com isso incrementaram as ideias dentro de projeto já existente na instituição, buscando fortalecê-lo o que já era feito e de alguma forma não era tão divulgando, trazendo reconhecimento para pessoas de fora da faculdade e não manter apenas pelo lado interno. Com a necessidade de levar para a



comunidade um projeto que já era executado pela faculdade há bastante tempo, mas não obtinha reconhecimento, foi quando o grupo escolheu fazer o videoclipe para divulgar entre as redes sociais para maior conhecimento não só da comunidade, mas também de outras instituições para futuras parcerias. A partir do momento que o grupo recebeu o briefing da coordenação, percebeu-se uma oportunidade única de reconhecimento de trabalho e principalmente de aprimoramento de conhecimentos absorvidos na sala de aula. A construção do videoclipe proporcionou não só um enriquecimento acadêmico, mas vai servir para um conhecimento externo a faculdade, pois por meio da ação o grupo buscou uma visibilidade maior do projeto.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

O Processo de definição de ideias se deu de diversas formas. As técnicas utilizadas para a produção do videoclipe foram observacionais, onde foi analisado o público que frequentaria a instituição e que receberia a doação. Seguindo adiante nossa segunda fonte foi à pesquisa bibliográfica, que deu grande diretriz no que se estava executando. Tivemos um foco em pré-produção, produção, pós-produção. A idealização do projeto foi dada pela coordenação do curso para expandir o conhecimento da comunidade quanto ao dia da Responsabilidade Social.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Ao adentrar à faculdade e receber um *briefing* da coordenadora do curso, sobre como ocorreria o processo e quais as atividades disponíveis para os idosos e comunidade. Houve uma reunião de *brainstorm* com a equipe do clube do vídeo para chegar a uma solução de logística, afinal, o desafio seria gravar toda a ação e o processo de como funciona o dia da Responsabilidade Social. A equipe foi dividida de forma que cada um cobriria uma parte do processo, parte interna e parte externa. O primeiro passo foi seguir para a Fundação Doutor Thomas, buscar os idosos e conhecer um pouco da fundação e buscar maiores informações quanto ao funcionamento, enquanto outra parte da equipe fazia contabilidade dos alimentos arrecadados e a filmagem de todas as atividades como corte de cabelo, doação de sangue, bingo, manicure, pedicure, atendimento jurídico dentre outras atividades disponíveis.



Seguindo adiante foram entrevistados alguns ganhadores do bingo, rifas e responsáveis pela ação social no caso professores, diretores do projeto e até mesmo a comunidade para saber o que estavam achando da ação. A gravação do vídeo foi feita na Fundação Doutor Thomas, Faculdade Martha Falcão e dentro do ônibus cedido pela FMF para buscar os idosos. Adotou-se como referência entrevistas feitas por alguns canais fechados, buscando sempre interagir diretamente com o espectador, seguindo caráter experimental e levando em conta o som ambiente, que era de muita diversão. Os equipamentos usados no processo foram quatro câmeras, sendo elas duas Canon T4i, 5Dmark3, Canon T3i, tripé e, o áudio foi captado por um microfone externo. Ao fim da captação, utilizamos o software Adobe Premiere cs5 e Final Cut para ajustar as imagens e finalizar o videoclipe, o grupo reuniu-se para escolher as melhores imagens e iniciar o processo de edição. A gravação durou aproximadamente quatro horas e a edição foi uma semana.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção de vídeo vai além de edição de imagens ou uma simples gravação, nesse caso sobre o dia da Responsabilidade Social promovida pela faculdade Martha Falcão foi um momento de registrar um projeto social que envolve alunos, professores e a comunidade, uma troca de experiências, diversão e solidariedade. Os alunos que promoveram a produção foram preocupados com a melhor maneira de passar a mensagem da importância da responsabilidade social por meio das imagens feitas.

Portanto o a produção do vídeo da semana de responsabilidade social da Faculdade Martha falcão foi muito importante para o grupo, tanto pelo aprendizado em produção audiovisual quanto ao respeito e ao amor pelo próximo tendo em vista que o evento é social, com um intuito de ajudar pessoas necessitadas com a doação de alimentos, arrecadação de sangue para o Hemocentro de Manaus, corte de cabelo, emissão de documentos e segunda via de documentos entre outros benefícios oferecidos pela instituição.



7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COELHO, Lillian. **As relações entre canção, imagem e narrativa nos videoclipes**. In: INTERCOM – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte. Anais, 2003. Disponível em:<http://www.ericaribeiro.com/arquivos/Canção Imagem Narrativa Videoclipes>. Acesso em 10 de janeiro de 2014.

CORRÊA, Laura J. Andrade. **Breve História do Videoclipe**. Anais do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste – Cuiabá – MT. GT Audiovisual. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007

KELLISON, Cathrine. **Produção e Direção para Tv e Vídeo: uma abordagem pratica**. Rio de Janeiro: Campus, 2007

SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Ed. Do Autor, 2004.

LINK DO VÍDEOCLIFE: <https://www.youtube.com/watch?v=izGa31X9Z0Q>