

Universidade de Passo Fundo
Faculdade de Artes e Comunicação
Publicidade e Propaganda

PROJETO EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE
E PROPAGANDA: LIGA DOS HERÓIS

Daiane Pitágoras
Fabiane Auersvalt
Joana Nazari Chiesa
Henrique Mazzutti Alves
Matheus Henrique da Silva
Pedro Otávio Martini

Passo Fundo

2019

Daiane Pitágoras
Fabiane Auersvalt
Joana Nazari Chiesa
Henrique Mazzutti Alves
Matheus Henrique da Silva
Pedro Otávio Martini

PROJETO EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA: PROJETO LIGA DOS HERÓIS

Projeto experimental apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação dos professores Ms. Olmiro Cristiano Lara Schaeffer, Ms. Lisiane Caroline Rodrigues Hermes e Ms. Ciro Eduardo Gusatti.

Passo Fundo
2019

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho primeiramente a Liga dos Heróis, grupo que nos proporcionou a realização de um projeto repleto de cultura, aprendizado, mas, principalmente, amor pelo trabalho que realizam. Dedicamos também a todas as pessoas envolvidas nesse projeto, que nos incentivaram, apoiaram e auxiliaram na tomada de decisões e também no fazer das ações. São eles: professores, pais e familiares, namorados e namoradas, amigos e amigas, empresas apoiadoras do projeto, entre outros.

“Cem vezes todos os dias lembro a mim mesmo que minha vida interior e exterior, depende dos trabalhos de outros homens, vivos ou mortos, e que devo esforçar-me a fim de devolver na mesma medida que recebi.”

Albert Einstein

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer primeiramente aos Professores Mestres responsáveis pela disciplina do Projeto Experimental de Publicidade e Propaganda – Ciro Eduardo Gusatti, Lisiane Caroline Rodrigues Hermes e Olmiro Cristiano Lara Schaeffer - os quais contribuíram inúmeras vezes para que o desenvolvimento desse projeto seguisse sempre pelos melhores caminhos.

Agradecemos também a Liga dos Heróis, que esteve sempre presente e atuante no projeto, principalmente representada por Alencar Júnior Wentz, fundador do grupo. Agradecemos a eles pela disponibilidade e o prazer de trabalhar e vivenciar experiências únicas que o grupo realiza com as pessoas que atendem.

Agradecemos imensamente também aos apoiadores do evento realizado no projeto – nominado Dia de Ação – Bruxa Soberana, Padaria Santo Pão, Vera Lúcia da Silva e Plastipasso, que fizeram doações de salgados, doces e copos, tornando o Dia de Ação do nosso projeto ainda mais especial e completo. Outro apoiador que gostaríamos de agradecer é a agência GroupMy, representada por Robson Albuquerque e responsável pela impressão de alguns materiais doados à Liga, como crachás, cartões de visita e adesivos, que serão utilizados pela Liga dos Heróis nos eventos que participam.

Por fim, mas não menos importante, agradecemos aos nossos familiares, que nos auxiliaram no processo como um todo, compreendendo momentos difíceis, e fazendo o possível para facilitar nossas ações diárias ligadas ao projeto.

RESUMO

Todos nós enfrentamos grandes batalhas na vida, quando essa provação é encarar uma doença e se você for uma criança isso parece soar como um desafio ainda maior. Neste momento entra o trabalho da Liga dos Heróis, que é levar alegria, esperança e principalmente coragem aos que enfrentam essa grande batalha. A Liga dos Heróis é formada por um grupo de apaixonados por super-heróis, quadrinhos e *cosplay* e tem duas formas de atuação; Eventos beneficentes, visita a hospitais e clínicas como também eventos particulares, animando festas infantis, sociais e empresariais. O presente projeto foi iniciado com uma reunião explicativa onde os diretores da Liga colocaram o grupo a par das atividades desenvolvidas, dificuldades enfrentadas e projeções futuras. Iniciamos nossas atividades através de entrevistas particulares com membros pré-selecionados da Liga, onde foram trazidas mais informações sobre o andamento do grupo. Inicialmente percebemos a necessidade de trabalharmos o endomarketing do grupo, pois vimos que o trabalho de fortalecimento interno resultaria em melhorias na entrega e empenho do grupo. Acompanhamos eventos da Liga e após um profundo estudo de mercado começou a ser aplicada as estratégias traçadas. O dia de ação foi marcado por uma homenagem a um dos membros da Liga que passou por um câncer, atividades de dinâmica em grupo e confraternização que serviu para estreitar os laços entre todos. Após o dia foi dado início ao desenvolvimento dos materiais de apoio externos e aplicação das estratégias para dar solução a segunda campanha, na qual nosso objetivo era captar recursos através da criação de uma “lojinha” com produtos oficiais da Liga, sempre trabalhando a temática dos heróis e personagens infantis. Um dos objetivos também foi reforçar a lembrança da marca na mente das pessoas sobre o trabalho particular da Liga.

Palavras-chave: Liga dos Heróis; cosplay; projeto beneficente; campanha publicitária.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 – Primeiro traje da Liga dos Heróis
- Figura 2 – Primeiros integrantes da Liga dos Heróis
- Figura 3 – Principais pontos de atendimento
- Figura 4 – Banner informativo da Liga dos Heróis
- Figura 5 – Cartão de visitas
- Figura 6 – Logotipo da Liga dos Heróis
- Figura 7 – Página do Projeto no Facebook
- Figura 8 – Instagram Liga dos Heróis
- Figura 9 – Crachá de identificação
- Figura 10 – Matéria sobre Liga dos Heróis
- Figura 11 – Reportagem sobre Liga dos Heróis
- Figura 12 – Kaboom Animação de Festa Infantil
- Figura 13 – Tripularte Recreação Infantil
- Figura 14 – Federação Galáctica da Luz
- Figura 15 – República dos Heróis
- Figura 16 – Hall de entrada
- Figura 17: Mesa com brindes
- Figura 18 – Capitã América, Ravena e Jack Sparrow
- Figura 19 – Fera, de A Bela e a Fera
- Figura 20 – Homenagem a Vinicius
- Figura 21 – Entrega do “manto” do Robin
- Figura 22 – Mesa de salgados e doces
- Figura 23 – Entrega das canecas
- Figura 24 – Confraternização
- Figura 25 – Confraternização 2
- Figura 26 – Equipe PEXPP
- Figura 27 – Menino toca a janela interagindo com os limpadores
- Figura 28 – Hall de entrada da unidade de câncer do A. C. Camargo
- Figura 29 – Super-fórmulas entregues as crianças com câncer

Figura 30 – Histórias em quadrinho para crianças do hospital

Figura 31 – Criação de material para histórias em quadrinhos.

Figura 32 – Peça trazendo como super-heróis os santos

Figura 33 - Peça trazendo como super-herói o Padre Pío

Figura 34 - Peça trazendo como super-heroína a Santa Teresinha

Figura 35 – Peça de divulgação da campanha de doação de sangue

Figura 36 - Peça de divulgação da campanha de doação de sangue 2

Figura 37 – Heróis do Bem em intervenção no Metrô da cidade.

Figura 38 – Heróis do Bem em intervenção no Drive Thru do McDonald's.

Figura 39 – Material criado para fortalecer a identidade visual do projeto.

Figura 40 - Peça de divulgação no Facebook

Figura 41 – Layout do site do grupo

Figura 42 – Antiga e Nova logo Liga dos Heróis

Figura 43 – Páginas 1-3 do manual de identidade visual

Figura 44 – Publicação com 9 cards para Instagram

Figura 45 – Card para Facebook e Instagram

Figura 46 – Carrossel para Instagram

Figura 47 – Card para venda de produto 1

Figura 48 – Card para venda de produto 2

Figura 49 – Card para venda de produto 3

Figura 50 – Card para venda de produto 4

Figura 51 – Avatar para Facebook e Instagram

Figura 52 – Capa para Facebook

Figura 53 – Crachá

Figura 54 – Cartão de visitas - Frente

Figura 55 – Cartão de visitas – Verso

Figura 56 – Card de Dia das Crianças

Figura 57 – Destaques para Instagram

Figura 58 – Páginas 1, 2 e 3 Manual de Contratação

Figura 59 – Páginas 4, 5 e 6 Manual de Contratação

Figura 60 – Páginas 7, 8 e 9 Manual de Contratação

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – SWOT

Quadro 2 – Recursos Humanos: Pré-evento

Quadro 3 – Recursos Humanos: Evento

Quadro 4 – Orçamento Dia de Ação

Quadro 5 – Personas do público-alvo

Quadro 6 – Cronograma de comunicação

Quadro 7 – Orçamento produção gráfica e eletrônica

Quadro 8 – Roteiro vídeo institucional

Quadro 9 – Roteiro spot institucional

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

1 CONHECER A ORGANIZAÇÃO.....	14
1.1 Descrição da organização.....	16
1.1.1 Histórico.....	16
1.1.2 Missão, visão e valores.....	16
1.1.3 Estrutura organizacional.....	16
1.1.4 Produto ou serviço.....	16
1.1.5 Distribuição.....	17
1.1.6 Fontes de custos e despesas da organização.....	17
1.1.7 Fontes de receita da organização.....	18
1.1.8 Comunicação da organização.....	24
1.1.9 Objetivos organizacionais.....	24
1.2 Contexto da organização.....	24
1.2.1 Públicos da instituição.....	26
1.2.2 Concorrência ou organizações similares.....	26
1.2.3 Fornecedores e parceiros.....	27
1.2.4 Análise SWOT.....	27
1.3 Diretrizes gerais do projeto experimental.....	28
1.3.1 Expectativa da organização sobre o projeto experimental.....	28
1.3.2 Objetivo do projeto de comunicação.....	29
1.3.3 Público-alvo do projeto de comunicação.....	29
1.4 Pesquisa com especialistas e público próximo.....	30
1.4.1 Entrevista em profundidade com especialista.....	33
1.4.2 Pesquisa com público próximo.....	33
1.5 Projeto do Dia de Ação.....	33
1.5.1 Objetivo.....	34
1.5.2 Atividade.....	35

1.5.3 Recursos humanos e materiais.....	36
1.5.4 Orçamento.....	37
1.6 Ideia inicial da campanha.....	37
2 VIVER A ORGANIZAÇÃO.....	37
2.1 Realizar o Dia de Ação.....	47
3 CONHECER O PÚBLICO-ALVO.....	49
3.1 Pesquisa de imagem da organização junto ao público-alvo do projeto.....	49
3.2 Testar a ideia inicial da campanha.....	49
4 PLANEJAR A CAMPANHA.....	50
4.1 Diagnóstico inicial.....	50
4.2 Posicionamento atual de comunicação.....	54
4.3 Posicionamento pretendido de comunicação.....	54
4.4 Verba da campanha.....	55
4.5 Estratégias de comunicação.....	56
4.6 Táticas e plano de mídia da campanha.....	56
4.7 Cronograma da campanha.....	56
4.8 Orçamento da campanha.....	57
4.9 Pesquisa de referências.....	57
4.10 Tema da campanha, linha criativa e apelos básicos.....	59
4.11 Peça conceito e justificativa.....	59
5 CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA.....	70
5.1 Métodos e técnicas de criação.....	70
5.2 Percurso criativo.....	71
5.3 Peça conceito final.....	75
6 RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL.....	91
CONSIDERAÇÕES FINAIS	
REFERÊNCIAS	

APÊNDICES E ANEXOS

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE PERGUNTAS ENTREVISTA COM PÚBLICO INTERNO

APÊNDICE 2 – ROTEIRO DE PERGUNTAS ENTREVISTA COM PÚBLICO ESPECIALISTA

APÊNDICE 3 – APÊNDICE 3 – ENTREVISTA PÚBLICO INTERNO COM VINÍCIUS KÜMPEL

APÊNDICE 4 – ENTREVISTA PÚBLICO INTERNO COM LARISSA DA ROSA

APÊNDICE 5 – ENTREVISTA PÚBLICO ESPECIALISTA COM WILLIAM DE SOUZA DITTRICH

APÊNDICE 6 – ENTREVISTA PÚBLICO ESPECIALISTA COM LUZIANE

APÊNDICE 7 – QUESTIONÁRIO PESQUISA PÚBLICO EXTERNO

APÊNDICE 8 – QUESTIONÁRIO PESQUISA/ENTREVISTA PÚBLICO INTERNO

APÊNDICE 9 – RESULTADOS DA PESQUISA PÚBLICO EXTERNO

APÊNDICE 10 – PESQUISA/ENTREVISTA COM PATRICK CARVALHO

APÊNDICE 11 – PESQUISA/ENTREVISTA COM SAMARA WOLLMER

APÊNDICE 12 – PESQUISA/ENTREVISTA COM RENATO FISCHER

APÊNDICE 13 – PESQUISA/ENTREVISTA COM JÚLIA SCHERVINSKI

INTRODUÇÃO

O trabalho realizado no PEXPP busca proporcionar a ONGs e instituições beneficentes um trabalho também sem fins lucrativos, ligado diretamente a comunicação desses projetos. Ambos se definem como trabalho voluntário.

Segundo Oliveira (2010), o voluntariado se define a partir de atividades não remuneradas, em que o indivíduo dedica seu tempo, trabalho e talento a projetos em prol da comunidade inserida no padrão daquele que receberá este auxílio, este por sua vez pode ter cunho cívico, cultural, educacional, científico, recreativo ou de assistência social. Sendo assim, o trabalho voluntário é um agente de transformação que atua em benefício da sociedade.

Adentrando nesta definição é possível analisar quatro elementos subjacentes ao fenômeno da ação voluntária: qualificação, satisfação, doação e realização. Estas qualidades remetem a imagem de que nas ações do cotidiano dos voluntários devam colocar em prática saberes diversos para lidar com as situações complexas deste tipo de trabalho. A união desses saberes dá origem a competências desses voluntários, necessárias para a consecução dos objetivos da organização social (SARUBBI; ALPERSTEDT; FEUERSCHÜTTE, 2009).

A Liga dos Heróis, surge em 2012, com o objetivo de oferecer um momento de alegria a crianças em hospitais, principalmente em tratamento oncológico. Tendo seu início com Alencar Júnior Wentz, o projeto, atualmente, conta com o apoio de outros 46 voluntários que em suma, se vestem de personagens a fim de criar toda uma fantasia para quem recebe este tipo de trabalho, este tipo de atividade denomina-se *cosplay*.

O *cosplay* pode ser entendido, por muitos, como um *hobby*. As pessoas se fantasiam de certo personagem de *anime*, jogo, filme, *comics*, séries televisivas, entre outras, investindo uma grande energia, dinheiro e tempo para conseguir caracterizações que devem ser perfeitas. É intrínseco que não só se fantasiam como de fato encarnam a personagem, seja sua voz, ações, trejeitos, poses. Os motivos que levam uma pessoa a fazer *cosplay* são os mais diversos, mas geralmente afirmam que é devido à simpatia pela personagem que se faz a fantasia. O *cosplayer* não se fantasia todo dia, são apenas em eventos com relação à temática (MORI, 2010).

Em 2019, o projeto não possui uma sede própria, bem como não possui qualquer registro fiscal, porém já existe um processo para regularizar este trabalho, até o momento da execução deste trabalho o projeto atua na informalidade. A Liga dos Heróis arrecada fundos principalmente a partir de eventos particulares, onde toda a arrecadação é direcionada a fins

específicos como aquisição de novos trajes, transporte e alimentação e para a manutenção geral do projeto.

No que diz respeito a divulgação do projeto, ela acontece, principalmente, através de redes sociais, Instagram e Facebook, com a inexistência de uma plataforma própria, como um site. Usa-se cartões de visita com o logotipo e a identificação das redes sociais e também se utiliza um banner nos eventos. Importante ressaltar que o projeto frequentemente é citado em reportagens na mídia regional e por vezes nacional, estas por sua vez, geram um resultado orgânico muito benéfico ao grupo.

No Brasil apesar desta prática de *cosplay* existir há cerca de 20 anos, tornou-se mais popular nos últimos anos, o qual pode ser observado nos eventos *geeks*, caminhando junto com a popularização da internet. Em meio a oportunidades, surge uma ameaça ao projeto Liga dos Heróis, grupos que sem vínculos ideológicos com o mesmo, usando da credibilidade da equipe para se autopromover. Este é um ruído que, por vezes, acaba afetando a imagem do projeto e acaba por ruir o propósito essencial do projeto. Neste cenário, identifica-se a necessidade de responder a seguinte pergunta: Como maximizar a visibilidade do projeto através de estratégias de comunicação e endomarketing?

Desta forma, o objetivo geral do presente trabalho consiste em tornar claro o reconhecimento do projeto Liga dos Heróis e como consequência, maximizar a visibilidade do grupo na cidade de Passo Fundo e na região, atrair patrocinadores e parceiros que auxiliem no custeamento das despesas e por fim, motivar a participação ativa de novos voluntários e para os já presente, desenvolver um vínculo cada vez maior com a liga.

A execução deste projeto justifica-se pela importância das atividades realizadas pelos voluntários da Liga dos Heróis, uma vez que através de ações solidárias vem conquistando um papel social de extrema relevância para a comunidade. Sendo assim, é imprescindível a análise de alguns ruídos na comunicação interna e externa, estes por sua vez, podem ser trabalhados por meio de um conjunto de estratégias e ações de *marketing* institucional voltadas para o público interno.

No primeiro capítulo, intitulado Conhecer a Organização, serão abordados elementos referentes a contextualização do projeto. Nele se encontrará o histórico da instituição, estruturação de produtos e serviços, mas também de sua comunicação. Ainda se encontrará as diretrizes que dizem respeito ao público alvo, ameaças e oportunidades que se encontram no ambiente interno e externo.

No segundo capítulo, intitulado Planejamento da Campanha, serão explanados componentes pertinentes a realização do projeto de comunicação e o dia de ação, estes debatidos através da ideia central até a estruturação de recursos humanos e orçamentais.

O terceiro e último capítulo, intitulado Criação, contemplará o resultado referente a todo planejamento, ou seja, a exibição do material criativo realizado. Para tanto, a produção da campanha será descrita nesse mesmo capítulo.

Entende-se, portanto, que todos os passos realizados no Projeto Experimental de Publicidade e Propaganda voltados a Liga dos Heróis foram eficientes e responderam aos problemas apresentados pelo grupo que realiza trabalhos beneficentes e particulares. Esses dois aspectos do grupo apresentaram dificuldades no quesito comunicativo, cabendo ao PEXPP propor as soluções ideais para cada problema

1 CONHECER A ORGANIZAÇÃO

1.1 Descrição da organização

1.1.1 Histórico

A Liga dos Heróis teve início com Alencar Júnior Wentz, no ano de 2012, incentivado pela irmã a realizar trabalhos beneficentes. Simultâneo a isso, Júnior conheceu o trabalho de Cris Evans, que interpreta Capitão América pela Marvel, e faz visitas beneficentes em hospitais.

Com rotina árdua, que iniciava às 05h e terminava às 22h, Júnior decidiu que faria visitas para crianças em hospitais vestido de super-herói. Porém, encontrou uma dificuldade ligada ao seu perfeccionismo: precisava utilizar um traje fidedigno ao personagem, na época Capitão América (figura 1), para que as crianças realmente acreditassem que ele era o personagem.

Figura 1 – Primeiro traje Liga dos Heróis



Fonte: Liga dos Heróis (2019)

Com o passar do tempo, Júnior foi conhecendo mais pessoas interessadas em participar de suas atividades, como Baloy – Eloy Mendes de Oliveira Lima (ex-integrante da Liga). Ambos trocaram conhecimento e Baloy passou a ensinar Júnior sobre a arte do *cosplay*.

O trabalho nos hospitais iniciou com Júnior, Baloy e outro integrante da Liga, o Tubarão (Maicon), que optou por vestir-se de Homem-Aranha. Esse trabalho despertou o interesse de outras pessoas a participarem e fazer o bem, visitando crianças nos hospitais e arrecadando alimentos, roupas, produtos de higiene, entre outros (figura 2). Por proporcionar alegria a ambas as partes: quem ajudava e quem era ajudado, este trabalho se tornou o principal objetivo da Liga dos Heróis.

Figura 2 – Primeiros integrantes Liga dos Heróis



Fonte: Liga dos Heróis (2019)

1.1.2 Missão, visão e valores

Inicialmente a organização não possui missão, visão e valores bem estruturados, mas a base do grupo é o amor e o bem ao próximo. Portanto, o grupo realizador do Projeto Experimental sugeriu esses pontos.

A missão da Liga dos Heróis é levar alegria as pessoas que estão passando por momentos difíceis, assim como, transferir seus “superpoderes” para que essas pessoas passem pelo tratamento com mais força e esperança.

A visão é torna-se referência no Rio Grande do Sul como um grupo de cosplay com o principal objetivo de fazer o bem.

Os valores da Liga dos Heróis são fazer o bem com amor, respeito com os participantes e ao público, comprometimento e responsabilidade.

1.1.3 Estrutura organizacional

A Liga dos Heróis começou sua organização há alguns meses quando formou uma diretoria com sete membros: Alencar Wentz Junior, Janaina Gorgen Heinen, Maria Elisabete Gasparotto, Gilson José Gasparotto, Vinicius Kumpel, Júlio Nuklo e Patrick de Carvalho. O grupo conta com cerca de 45 pessoas. Uma vez por mês eles realizam um encontro com todos os membros para tratar assuntos relacionados ao grupo, como participação em eventos, apresentação de novos membros da liga. Cada reunião é realizada em uma cidade que a Liga está presente, são elas Carazinho, Não-me-Toque e Passo Fundo. Ou seja, o grupo não possui uma sede física.

1.1.4 Produto ou serviço

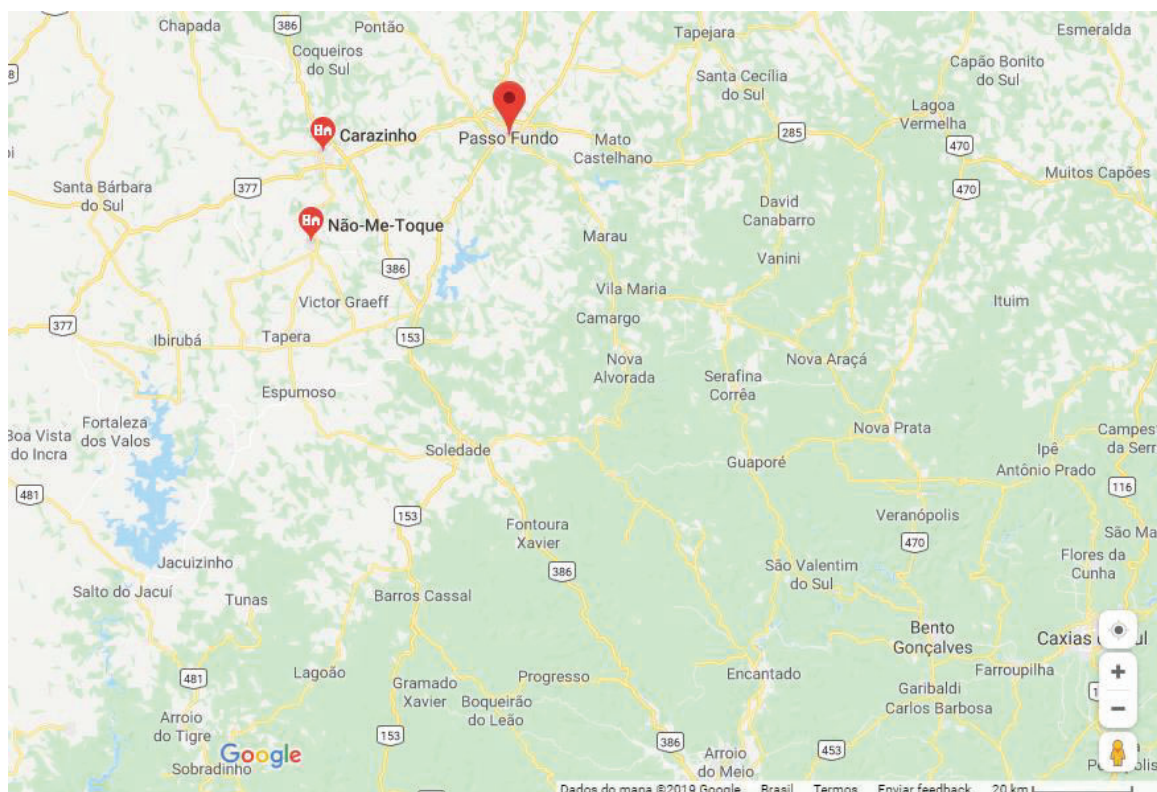
Entre os serviços da Liga dos Heróis, se encontram ações beneficentes como as visitas às crianças com câncer em hospitais, visitas às crianças com Síndrome de Down, eventos particulares, como aniversários, e também eventos maiores que focam no público geek/nerd. Muitas vezes o valor que ganham nos eventos particulares é utilizado para suprir os gastos que os mesmos têm com os eventos beneficentes por não receber nenhum patrocínio.

1.1.5 Distribuição

Pelo perfil de serviços da Liga, não há um sistema de distribuição - o atendimento em si acontece pelos próprios membros, que se deslocam ao local de trabalho para prestar seus serviços.

Os serviços prestados pela Liga, tanto particulares como beneficentes são feitos em diversas cidades, tendo como principais as cidades de Passo Fundo, Carazinho e Não-Me-Toque, conforme figura 3.

Figura 3 – Principais pontos de atendimento



Fonte: Google Maps (2019)

1.1.6 Fontes de custos e despesas da organização

O projeto Liga dos Heróis possui custos que envolvem a realização de suas atividades. Entre as principais despesas da organização estão: o transporte até os locais dos eventos, hospedagem caso necessário, alimentação, compra e manutenção dos trajes (reparos e/ou lavagem). Geralmente há a necessidade de os membros arcarem com esses custos.

1.1.7 Fontes de receita da organização

Entre as fontes de receita estão: os atendimentos particulares e a implantação de uma mensalidade para participação na Liga: cada membro deve contribuir com o valor de R\$10,00 por mês para ser um integrante do projeto. A verba recolhida é dedicada a pagar despesas gerais da Liga, e também para a aquisição de novos trajes – estes pertencentes à organização.

Para a complementação de sua receita, o grupo trabalha com eventos particulares, estes por sua vez, tem um custo médio de R\$200,00 por hora de serviço. Porém esse valor é negociável perante as condições de local e tempo.

Quando um integrante da Liga faz um evento particular sozinho e pega um dos trajes da Liga dos Heróis, 30% do cachê fica com a pessoa e o restante é destinado para o caixa da Liga. Toda a verba recolhida entre essas fontes de renda é convertida para as ações beneficentes e manutenção dos trajes, ou seja, a Liga dos Heróis não possui nenhum lucro.

1.1.8 Comunicação da organização

A comunicação do grupo se dá de forma desestruturada e sem nenhum tipo de planejamento. Uma boa parte de sua divulgação é feita a partir de mídia espontânea¹, por outro lado usa-se as redes sociais como meio de estar perto de seu público.

Em relação a materiais de comunicação físicos, também há poucos. Há um banner, que foi adquirido recentemente a fim de ser utilizado nos eventos e identificar a presença do grupo (figura 4).

Figura 4 – Banner informativo Liga dos Heróis



Fonte: Liga dos Heróis (2019)

¹ Quando o conteúdo publicado por uma marca adquire exposição espontaneamente entre a audiência. Ou seja, é tudo o que estão falando sobre a marca, mercado, atendimento, produtos e serviços. As reclamações e comentários negativos também se incluem aqui, portanto é fundamental monitorar constantemente os canais digitais (STRUTZEL, p.88, 2015)

Existe também um cartão de visita (figura 5), que é entregue pelos participantes nos eventos que realizam.

Figura 5 – Cartão de visitas.



Fonte: Liga dos Heróis (2019).

O logotipo Liga dos Heróis (Figura 6) foi criado a partir de um concurso em que pessoas que tinham afinidade com o projeto apresentaram suas propostas. A partir disso, a diretoria decidiu por esta arte que viria a ser o logotipo da Liga, porém a criação de um Manual de Identidade Visual não foi desenvolvida desde então.

Figura 6 - Logotipo Liga dos Heróis

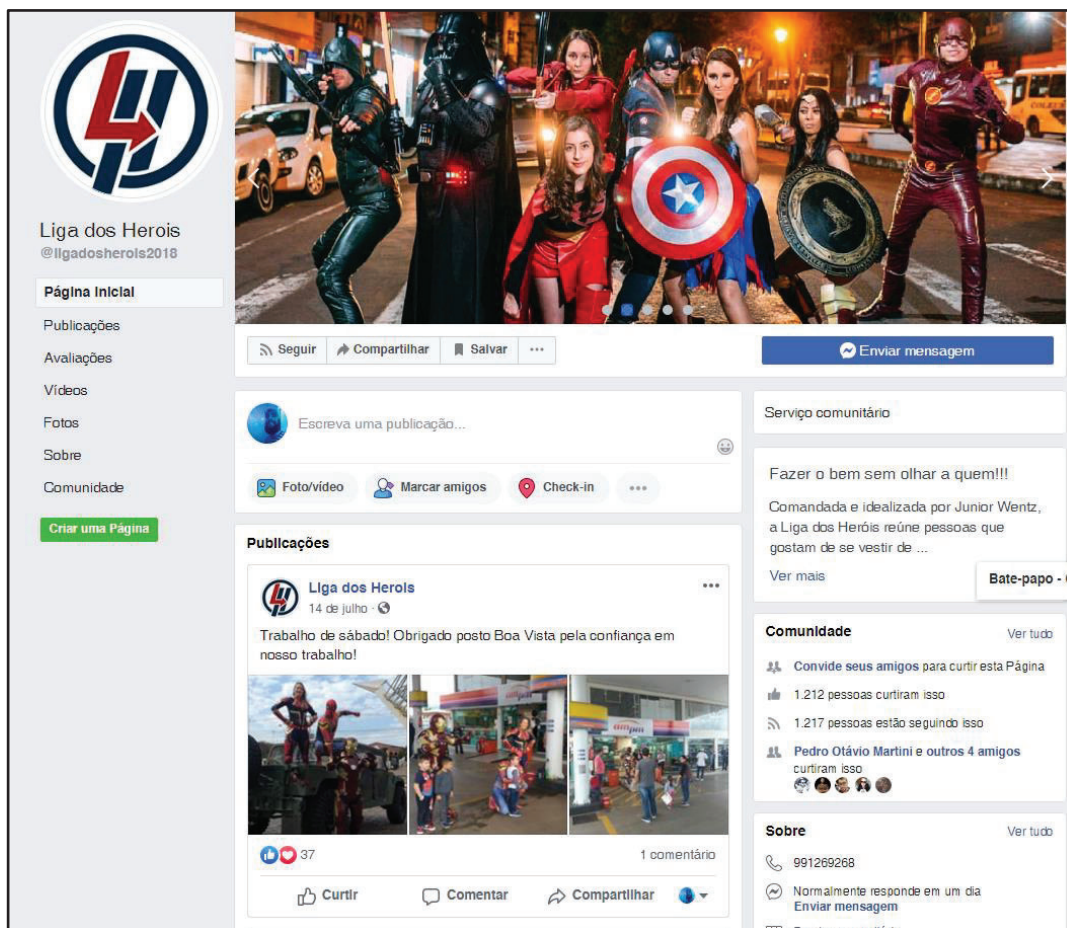


Fonte: Facebook (2019).

O Facebook é um dos meios principais de divulgação das ações da Liga dos Heróis (figura 7). Essas divulgações utilizam de fotos da internet e fotos produzidas pelos próprios membros. Ainda, algumas fotos utilizadas são provenientes de um ensaio realizado com os

participantes pelo fotógrafo e membro da Liga, Vinícius Kümpel. A página tem um total de 1.212 curtidas (03/09/2019).

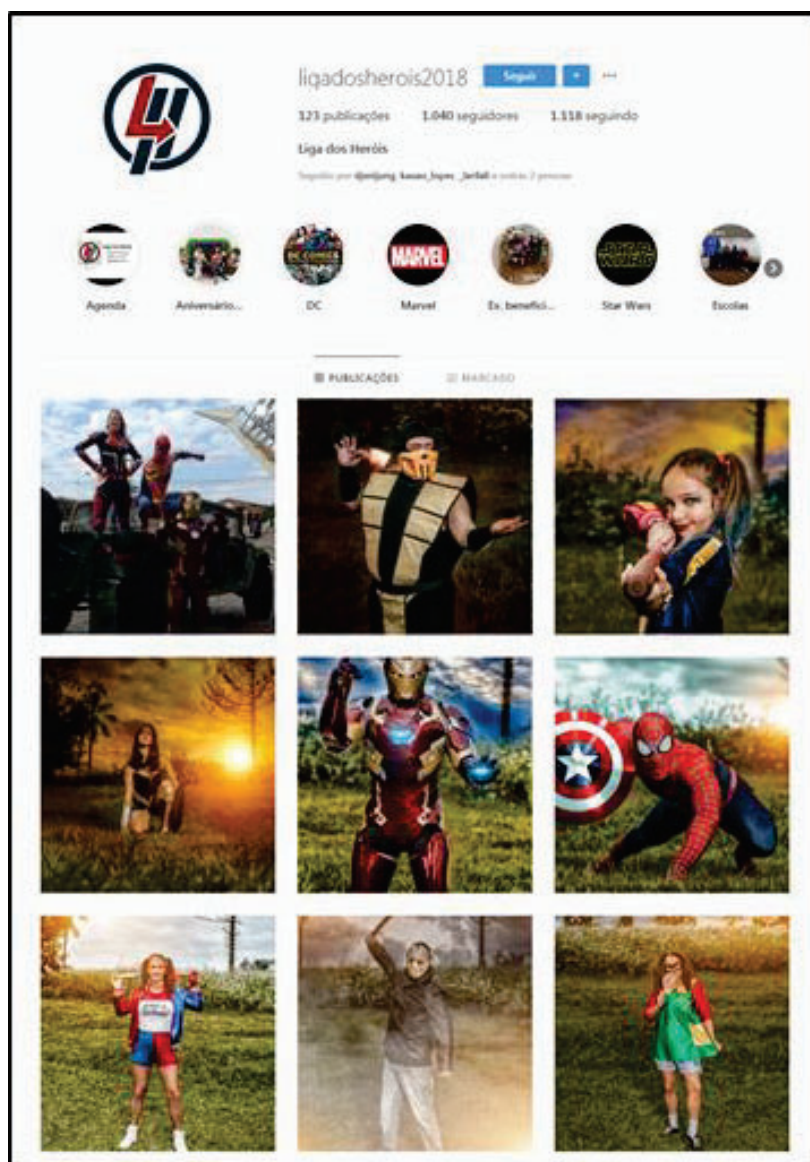
Figura 7 - Página do projeto no Facebook



Fonte: Facebook (2019)

No Instagram, a comunicação é basicamente a mesma encontrada no Facebook. Até a presente data (03/09/2019), conta com 1.040 seguidores (Figura 8).

Figura 8 – Instagram Liga dos Heróis



Fonte: Instaram (2019).

Na comunicação interna se encontra, em especial, a utilização de um crachá de identificação dos membros (figura 9). Este possuindo código de barras que está liado a todo cadastro do integrante, que contém informações básicas e emergenciais, como tipo sanguíneo por exemplo.

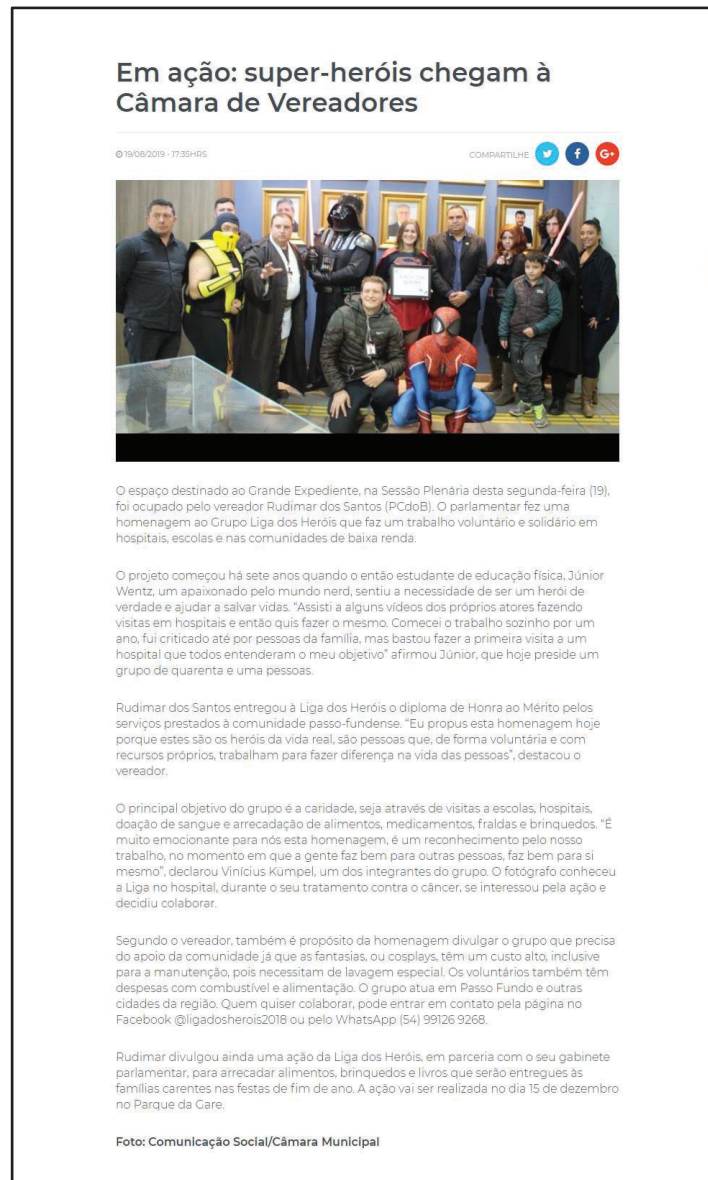
Figura 9 - Crachá de Identificação.



Fonte: Liga dos Heróis (2019)

Ações beneficentes tem um grande destaque nas mídias tradicionais, portanto a mídia espontânea garante ao projeto um retorno satisfatório, dando voz e visibilidade ao grupo. As manifestações têm alcance local como mostra a figura 10, tanto quanto regional, como demonstra a figura 11.

Figura 10 – Matéria sobre Liga dos Heróis



Fonte: Rádio Planalto (2019)

Figura 11 – Reportagem sobre Liga dos Heróis



Fonte: RBS (2019)

1.1.9 Objetivos organizacionais

Os objetivos organizacionais traçados a partir do desenvolvimento do trabalho são os seguintes:

Auxiliar a equipe da Liga dos Heróis a posicionar a marca e trazer mais visibilidade para o projeto, onde os nossos conhecimentos adquiridos na faculdade até o momento possam ser aplicados em diversas esferas do grupo, sempre buscando trazer um resultado claro e eficaz para o grupo.

Com uma comunicação alinhada as necessidades do grupo, levar o nome da Liga dos Heróis através de um projeto claro de ação e assim aumentar os eventos beneficentes e particulares, estes ajudarão a custear os projetos beneficentes. Assim levando alegria, amor e muita energia a entidades, empresas e públicos particulares que tenham interesse em receber o trabalho da Liga.

1.2 Contexto da organização

1.2.1 Públicos da instituição

A Liga dos Heróis tem atualmente uma área de atuação muito ampla, o público inicial foi sempre o beneficente, mas com o passar das atividades e o crescimento da divulgação do trabalho começou a surgir convites para eventos particulares. Com o foco inicial voltado para o público infantil o resultado do trabalho começou a refletir no público adolescente e adulto.

A participação em festas de quinze anos e eventos *nerd/geek* em geral, abriu o leque de públicos que tem contato com a Liga dos Heróis, levando-os a interagir com jovens, adultos e familiares das crianças em geral, onde sempre recebiam um feedback interessante, por fazerem o bem aos seus próximos, a energia da Liga dos Heróis ajudava os familiares a continuar lutando junto.

1.2.2 Concorrência ou organizações similares

A área de atuação da Liga dos Heróis é ampla no cenário regional, englobando três cidades com pontos de concentração dos membros, são elas Passo Fundo (principal ponto), Carazinho e Não-me-Toque, portanto algumas empresas de recreação infantil entram nesses cenários de concorrência.

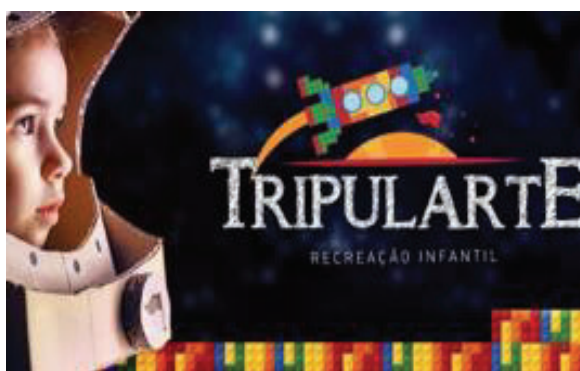
Entre os concorrentes diretos estão o Kaboom Animação de Festa Infantil (conhecido também por Homem Aranha Passo Fundo), Tripulante Recreação Infantil, a Federação Galáctica, República dos heróis e a Liga Heroica, as duas últimas atuam em Porto Alegre.

Figura 12: Kaboom Animação de Festa Infantil



Fonte: Aranha Passo Fundo (2019)

Figura 13: Tripularte Recreação Infantil



Fonte: Tripularte (2019)

Figura 14: Federação Galáctica da Luz



Fonte: Facebook (2019)

Figura 15: República dos Heróis



Fonte: República dos Heróis (2019)

1.2.3 Fornecedores e parceiros

Como parceiros, os membros da Liga do Heróis citaram como um dos principais o Hospital São Vicente de Paulo (HSVP), que recebe a Liga para visitas. Outro grande parceiro da Liga é a Lavanderia Weker, de Não-Me-Toque, que abraçou a Liga dando descontos para a manutenção dos trajes, sendo assim grande responsável por manter os trajes dos heróis sempre alinhados e em perfeito estado para poder circular por hospitais. São feitas também rifas, os membros da Liga decidem o prêmio para sortear e trabalham para vender o máximo possível – há ocasiões onde pessoas comprem um bloco inteiro de rifas sem nem ter interesse no prêmio, o único objetivo é ajudar a Liga a dar continuidade ao seu trabalho.

1.2.4 Análise SWOT

Em fase de crescimento, a Liga dos Heróis apresenta alguns diferenciais bastante significantes em relação a seus concorrentes, que podem ser identificados como forças da organização: o perfeccionismo em relação aos trajes está presente nas atividades da Liga desde o princípio, tudo deve ser realista ao máximo para realmente conseguir convencer as crianças de que quem está em sua frente é realmente o personagem, e não apenas alguém em uma fantasia - isso se mostra também no nível de interpretação que os membros tentam atingir, com o objetivo de se manter no personagem a todo custo, diferente de outras organizações semelhantes. Outro destaque levantado pela diretoria da Liga dos Heróis foi o atendimento, realizado geralmente por membros da própria diretoria.

Em questão de fraquezas a falta de dinheiro é uma das mais evidentes, além da presença de alguns membros que não participam ativamente dos eventos beneficentes da liga e estão ali só para participar dos particulares e ganhar cachê.

O ambiente externo mostra como oportunidade o crescimento e a popularização do universo geek e da cultura pop, principalmente em relação ao universo cinematográfico da Marvel, que cria personagens que podem ser utilizados para os *cosplays* da Liga. Em relação a ameaças há apenas uma, mas bastante significativa: pela falta de formas de identificar membros da Liga dos Heróis, alguns *cosplayers* independentes ou de outras organizações semelhantes estão usando o nome da Liga para divulgar o próprio trabalho e ganhar créditos por ações em que não participaram. Esse tipo de comportamento pode levar a situações ruins, logo que caso algo negativo aconteça com um desses *cosplayers* o nome da Liga pode acabar levando a culpa do ocorrido.

Quadro 1: SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
• Atendimento realizado pela própria diretoria; • Perfeccionismo no realismo dos trajes; • Perfeccionismo na capacidade de atuação dos participantes.	• Pouca verba; • Membros que participam apenas pelo cachê dos eventos particulares.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Crescimento e popularização de super-heróis, quadrinhos e do universo cinematográfico da Marvel na cultura popular.	• Falta de formas de identificação dos membros da Liga dos Heróis, o que facilita desinformação por via de terceiros.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

1.3 Diretrizes gerais do projeto experimental

1.3.1 Expectativa da organização sobre o projeto experimental

A Liga dos Heróis demonstrou altas expectativas em relação ao projeto experimental, recebeu o grupo com bastante entusiasmo e dispostos a colaborar para melhorar a comunicação da organização. Desde o primeiro contato com a Liga, esclareceu-se o fato de que qualquer

ajuda é bem-vinda, e a ajuda em uma área que poucos membros da organização têm conhecimento é de grande importância para eles.

1.3.2 Objetivo do projeto de comunicação

Com o projeto de comunicação para a Liga dos Heróis, objetiva-se abordar as principais carências do grupo – a principal sendo uma melhora na comunicação interna. Há também uma grande necessidade de criar reconhecimento e lembrança de marca para combater as ameaças citadas acima, conquistar empresas para se tornarem parceiras da organização e gerar um aumento no número de contratações particulares.

1.3.3 Público-alvo do projeto de comunicação

O projeto de comunicação para a Liga dos Heróis terá dois focos: o principal será no público interno e o outro no externo. O perfil atendido pela Liga é bastante amplo e dividido entre pessoas recebendo o serviço de forma beneficente e pessoas que pagam pelos serviços do grupo, como consequência o projeto de comunicação terá também que ser bastante abrangente. A princípio os públicos identificados foram:

- Público interno: Homens e mulheres que simpatizam com o trabalho da Liga e realmente querem ajudar a prestar o serviço. Gostam de pessoas, são extrovertidos e sociáveis. Indivíduos empáticos e conscientizados a respeito da saúde infantil.
- Público beneficiado: Homens e mulheres adultas entre 18 e 50 anos, classes A, B e C, que trabalham ou tem alguma relação com hospitais e outras instituições na área da saúde. Também é desejável atingir esse mesmo demográfico, mas que tenha algum empreendimento e também consciência em relação à saúde infantil e se simpatize com o trabalho da Liga dos Heróis
- Público privado: crianças entre 5 e 12 anos, fãs de desenhos, filmes do universo cinematográfico Marvel, tem um perfil extrovertido e criativo, gostam de fantasia e imaginação. Residem ou estão sob cuidado em Passo Fundo e região. Adolescentes entre 15 e 18 anos, aficionados por filmes e quadrinhos, prezam pela nostalgia e gostam de celebrar e lembrar a sua infância. Adultos entre 25 e 50 anos, possíveis pais das crianças acima citadas ou empreendedores que precisam de animação para um possível evento, como alguns dos que a Liga já atende, por exemplo, o *Anime Tchê*. Ambos públicos entre a classe A e B.

1.4 Pesquisa com especialistas

1.4.1 Entrevista em profundidade com especialista

Foram feitas duas entrevistas com dois profissionais da área da saúde. A primeira entrevista foi realizada com o psicólogo, William de Souza Dittrich, o qual já conhecia o trabalho da Liga dos Heróis por acompanhá-los pelas redes sociais e através dos Cursos Livres: Ciências Humanas e o Universo Marvel, ministrado pelo Prof. Dr. Ivan Dourado e o mestrando em história Patrick de Carvalho.

A segunda entrevista foi feita com Luziane Fabiane, pesquisadora da Oncologia Pediátrica e coordenadora dos voluntários do NCI - Núcleo de Cuidados Integrativos do Hospital São Vicente de Paulo. Luziane conheceu a Liga dos Heróis dentro do próprio hospital e vendo o trabalho realizado por eles e o resultado que esse trabalho traz, passou a ter contato com o grupo a fim de levá-los outras vezes até o setor da oncologia.

Ambas as entrevistas contaram com o mesmo formulário de questões e tiveram autorização para serem gravadas (apenas áudio).

A entrevista com o psicólogo William aconteceu no Centro de Convivência da Universidade de Passo Fundo, no dia 16 de agosto de 2019, às 18h30min. William, com base nas perguntas feitas à ele, falou sobre a proporção do trabalho realizado pela Liga dos Heróis em Passo Fundo e região, e que muitas vezes não é de conhecimento do público, pois a fonte de divulgação principal - as redes sociais - não representam tamanho esforço e dedicação do grupo. Disse ainda que as dificuldades vistas por ele em relação ao grupo variam entre questões financeiras ligadas a falta de apoio de pessoas e empresas e questões mais psicológicas do próprio grupo, que precisa muitas vezes absorver situações difíceis encontradas no ambiente hospitalar a fim de não transparecer aos pacientes.

Porém, William também citou essas mesmas situações hospitalares como um ponto positivo para a Liga dos Heróis, que com isso tem a possibilidade de enxergar a vida de forma diferente e mudar a percepção da própria rotina, além de ter nesses pacientes o maior retorno: gratidão, felicidade e muitas vezes, melhoras relacionadas à doença. Essa mudança feita por eles nesses pacientes foi o ponto mais importante dito por William também no trabalho entregue pela Liga dos Heróis, assim sendo uma troca positiva entre o grupo e os pacientes.

O psicólogo falou, dentro das diretrizes das questões, que possui conhecimento de outros grupos, porém não com enfoque de super-heróis. Ele comentou sobre grupos que trabalham a imagem do palhaço a fim de levar alegria aos lugares que visitam, mas não citou nenhum grupo específico. Disse ainda que participou de um evento voltado a crianças com

diabetes, sendo esse o trabalho mais parecido que já participou com o trabalho realizado pela Liga dos Heróis.

Em linhas gerais, finalizou falando novamente sobre o empenho e doação da Liga dos Heróis, sendo esse um papel muito importante para a sociedade.

A entrevista com Luziane Fabiane foi semelhante a realizada com William. Com as mesmas perguntas, Luziane respondeu de forma mais voltada ao hospital. Ela conheceu eles dentro do HSVP e todo o seu contato com eles é em função do hospital. O primeiro contato de Luziane foi com o Júnior, fundador da Liga dos Heróis.

Assim como William, Luziane falou da dificuldade financeira enfrentada pela Liga e também a falta de reconhecimento do trabalho deles, muitas vezes tendo dificuldade no quesito oportunidades. Nesse mesmo ponto de oportunidades, Luziane citou a gravação feita para um programa de TV gravado com eles dentro do hospital que ainda não foi ao ar, sendo essa uma das maiores oportunidades que o grupo teve de mostrar seu trabalho e sua importância para o tratamento de crianças com câncer.

Citou também que essa oportunidade poderá gerar um maior lucro, visto que a imagem deles será reconhecida de forma mais geral, aumentando o número de eventos particulares, de onde eles retiram o dinheiro que fazem uso no trabalho beneficente.

Quanto aos grupos que realizam trabalhos semelhantes, Luziane citou os Amigos do Riso, que atua dentro do hospital também, porém não são de Passo Fundo e região. Uma informação importante dada nessa entrevista é que esse grupo também atua como cosplay, porém não ligados a heróis e sim a outros personagens diversos.

As informações a respeito da importância do trabalho da Liga com os pacientes foram muito semelhantes a outra entrevista. O trabalho da Liga para Luziane influencia diretamente na saúde mental e física dos internados, pois os motiva a buscarem a melhora, e isso muitas vezes se reflete de fato na evolução do tratamento da doença. Ainda, Luziane disse que isso se reflete não só nos pacientes infantis, mas também nos acompanhantes e nos pacientes adultos. Assim, concluiu falando sobre a solidariedade, sobre cada um fazer sua parte na sociedade para uma melhoria de proporção maior.

1.4.2 Pesquisa com público próximo (interno/tomadores de serviço)

As entrevistas com público próximo foram feitas com os integrantes da Liga dos Heróis: Vinícius e Larissa. As perguntas feitas para cada um dos participantes foram as mesmas, porém as respostas apresentaram algumas informações diferentes.

Larissa, em sua entrevista, realizada no dia 15 de agosto no San Chico Café, localizado na Universidade de Passo Fundo, comentou sobre conhecer inicialmente o integrante Baloy no evento do Anime Tchê. Este, na mesma oportunidade fez contato com Larissa, que por sua vez recebeu contato do Júnior para de fato participar da Liga.

Sua primeira experiência pós entrada no grupo se deu em um evento para crianças com síndrome de down em Passo Fundo, que trouxe uma primeira impressão a ela sobre todo o trabalho feito pelo grupo e o carinho recebido muito positiva. Larissa comentou também não ter facilidade de participar de todos os eventos feitos pela Liga em função de seu trabalho, mas que já participou em torno de 15 eventos.

Ela também comentou da sua facilidade de diálogo com o público nos eventos, principalmente quando envolve incentivo a superação de algum problema ou doença. Larissa disse fazer vários cosplays dentro do grupo, e, ainda, citou que até mesmo dentro do grupo a solidariedade e ajuda acontecem, com doações de cosplays entre os participantes.

Segundo ela, o grupo é bem integrado, a comunicação é tranquila e a criação da diretoria foi uma grande melhoria para o grupo. E para isso ocorrer, Larissa acredita que os integrantes do grupo devem ter um “coração gigante”, ter amor, compaixão e saber se colocar no lugar do outro.

Larissa vê o grupo como uma grande ajuda para a própria vida, como algo que lhe completa, assim como para o grupo o público faz esse papel através da gratidão que expressam perante o trabalho da Liga dos Heróis.

Através de suas respostas, Larissa expôs também a reação do público adulto diante da Liga. Comentou sobre a postura mais fiel possível ao do personagem que estão vestidos ser um ponto forte entre esse público. Essa mesma questão foi comentada por ela como um dos pontos positivos, além da ajuda que é possível oferecer sendo parte da Liga dos Heróis: o gosto pela imagem do super-herói desde criança fez com que ela apresentasse interesse em estar na Liga.

Ela ainda citou que o crescimento da cultura pop/geek é um ponto muito positivo para o grupo para ser reconhecido em um primeiro momento, mas o objetivo maior é serem reconhecidos pelo trabalho que realizam, dessa forma, os cuidados com os objetivos de cada novo integrante do grupo é muito grande. Em contrapartida, esse mesmo reconhecimento do grupo faz com que muitos outros grupos menores ou até mesmo pessoas mal-intencionadas utilizem do nome da Liga dos Heróis a fim de obter vantagens que não condizem com o trabalho realizado por eles.

Quando questionada sobre as redes sociais do grupo, Larissa abordou que há necessidade de melhoria nos conteúdos e certa frequência de postagens, já que em grande parte os integrantes tendem a utilizar os conteúdos mais em seus perfis pessoais, porém sempre com a finalidade de reconhecer a Liga dos Heróis.

Questões financeiras e falta de reconhecimento do trabalho foram os pontos trazidos por Larissa em sua entrevista como sendo negativos, ruins e que atrapalham a Liga, e esse segundo ponto em sua maioria é feita pelo público adulto.

Em linhas mais gerais, Larissa finalizou sua entrevista abordando o papel social da Liga não exclusivamente voltada ao cosplay e a imagem dos personagens, mas à atenção, carinho e dedicação que carregam junto para levar até as pessoas que mais precisam, seja no hospital em bairros carentes, etc.

A entrevista com Vinícius ocorreu no Bella Città Shopping Center, no dia 14 de agosto. Vinícius trouxe em sua entrevista pontos ligados diretamente ao seu tratamento com o câncer. Citou que o acolhimento da Liga faz com que muitas pessoas queiram fazer parte da mesma devido a problema pessoais, e que na Liga buscam uma melhora, tanto na saúde física como mental.

Vinícius falou muito a respeito do que conhecemos como fortalecimento de marca, à proporção que o grupo está tomando. Disse também que há certa falta de organização no grupo, muito ligada a questão de tempo dos participantes. Estes por sua vez foram citados como muito acolhedores, porém pouco comprometidos em algumas questões internas da Liga. Vinícius comentou sobre a falta de continuidade em alguns pontos, que, são conversados e decididos entre os participantes, mas posteriormente não são colocados em prática mais do que uma ou duas vezes.

Como pontos fortes da Liga que se tornam também pontos fracos dos concorrentes, Vinícius citou a fidelidade de imagem e postura que o grupo possui em relação a cada personagem que faz, além é claro da questão beneficente que não existe em outros grupos. Outros pontos positivos vistos também como oportunidades são a mídia espontânea, que está crescendo para a Liga e a possibilidade, de forma mais pessoal para Vinícius, de ter vivido o que parte do público da Liga vive: o câncer.

Assim, Vinícius percebe que ter a possibilidade de incentivar e motivar esse público tendo propriedade no assunto é uma oportunidade para todo o grupo que possibilita outra: fazer a diferença na vida dessas pessoas. Esse público incentivado, motivado pela Liga abrange não

só crianças, mas também adultos. Por isso, Vinícius acredita que a comunicação em redes sociais deve atingir ambos.

Ter o coração grande, profissionalismo, foco, comprometimento e vontade de ajudar os outros, para Vinícius, são os valores que uma pessoa deve ter para fazer parte da Liga. Novamente nessa entrevista, a falta de auxílio financeiro foi um dos pontos comentados como problema. No restante da entrevista, Vinícius e Baloy que também estava presente relataram situações em que a falta de apoio se refletiu bem como ocorre em outros casos: falta de estrutura para produção dos cosplays, falta de material básico, como água por exemplo, falta de auxílio no armazenamento de objetos pessoais, etc.

Assim, a entrevista foi finalizada de forma tranquila e efetiva, tratando de um assunto importante baseado nas últimas questões feitas ao entrevistado.

1.5 Projeto do dia de ação

1.5.1 Objetivo

O Dia de Ação visa estreitar os laços entre os participantes, trabalhar um dia específico de “endomarketing” do grupo, uni-los e torná-los ainda mais próximos a fim de refletir posteriormente a sintonia entre eles no trabalho visto pelo público.

1.5.2 Atividade

O evento será no Auditório da Biblioteca da Universidade de Passo Fundo, contará com média de 70 pessoas e será composto por momentos de descontração, conversa, música e homenagens. Um membro da Liga, Vinicius, o qual passou por um processo de tratamento do câncer, será homenageado, já que recebeu recentemente a notícia de que está curado. Essa atividade em especial gerou grande interesse pela Liga, pois estes já haviam citado a ideia de comemorar com Vinícius sua recuperação. Serão servidos salgados, bolos e bebidas não alcoólicas para os participantes.

Será realizada também uma dinâmica de grupo, que trabalhará a questão de confiança entre os participantes e o foco no trabalho. A dinâmica será realizada com os integrantes da diretoria e tem em média 1 hora de duração.

Outra dinâmica a ser realizada será a comumente conhecida como “telefone sem fio” que trabalhará a comunicação do grupo. Ela será realizada com todos os participantes e terá duração média de 40 minutos.

1.5.2 Recursos humanos e materiais

Para que o Dia de Ação seja executado com sucesso, serão distribuídas as atividades entre os integrantes do grupo para que tudo saia conforme o planejamento. Os responsáveis e suas respectivas funções estão ilustrados no quadro 02:

Quadro 02: Recursos Humanos – Pré evento

Responsável	Tarefa
Daiane	- Decoração (Auditório Centro de Eventos e Hall para confraternização)
Fabiane	- Decoração (Auditório Centro de Eventos e Hall para confraternização)
Joana	- Dinâmicas em grupo
Henrique	- Decoração (Auditório Centro de Eventos e Hall para confraternização)
Matheus	- Edição de vídeos
Pedro	- Som

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Durante o evento também será dividida as tarefas para que transcorra tudo como previsto, conforme o quadro três:

Quadro 03: Recursos Humanos - Evento

Responsável	Tarefa
Daiane	- Vídeos
Fabiane	- Cerimonialista
Joana	- Aplicação das dinâmicas
Henrique	- Recepção
Matheus	- Fotos
Pedro	- Cerimonialista

Fonte: Elaborado pelos autores

1.5.4 Orçamento

Orçamentos para os materiais e alimentação para o Dia de Ação foram feitos pelo grupo, alguns integrantes conseguiram alguns itens sem custo em troca de um espaço no evento para a divulgação da marca que se tornou parceira do Dia de Ação.

Quadro 4: Orçamento Dia de Ação

Produto/Serviço	Empresa	Valor
Salgadinhos (2 centos)	Mariah Salgados	R\$ 110,00
Salgadinhos (3 centos)	Vera Lucia da Silva Padaria Santo Pão	Patrocínio
Bebidas	Stock Center	R\$ 138,01
Cupcakes (70 unidades)	Bruxa Soberana Confeitaria	Patrocínio

Decoração	Pertutti	R\$ 235,74
Copos Liga dos Heróis	Plastipasso (50 copos)	Patrocínio
Tarjas com a Logo da LH	Kátia Kuorum	R\$ 180,00
Eletrônicos (câmera fotográfica, computador, extensão, “T” e outros)	Integrantes do grupo	Sem custo
Equipamento fotográfico (lentes, flash, tripé, luz)	UPF	Sem custo

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

1.6 Ideia inicial de campanha

Entre os problemas detectados pelo grupo, a Liga dos Heróis necessita de uma atenção maior na parte de comunicação interna (endomarketing) e na comunicação externa (redes sociais), essa segunda com o objetivo principal de aumentar o reconhecimento e a lembrança de marca da Liga.

A comunicação externa irá focar também em melhorar as formas de se identificar os membros da Liga dos Heróis, com o objetivo de combater a ameaça descrita na análise SWOT, que são outros grupos e cosplayers utilizando o nome da Liga para ganhar crédito em ações onde não participaram ou possivelmente causando uma má impressão não só deles mesmos mas de cosplayers de eventos em geral.

O endomarketing é uma estratégia de marketing institucional voltada para a parte interna de uma empresa, a qual tem como objetivo melhorar a sua imagem entre seus colaboradores, assim atraindo novos integrantes e diminuir o índice de rotatividade dentro da empresa (ROCKCONTENT, 2019).

Com essa aplicação, espera-se que os atuais membros da Liga fortalecem seu comprometimento com o projeto, assim como despertar o interesse de novos colaboradores, estes principalmente para a construção de uma equipe de bastidores.

2 VIVER A ORGANIZAÇÃO

Este capítulo é destinado a descrever o dia de ação, uma das atividades propostas pelo Projeto Experimental. Nele consta o registro da experiência, relatos da vivência e a avaliação.

2.1 Registro da experiência

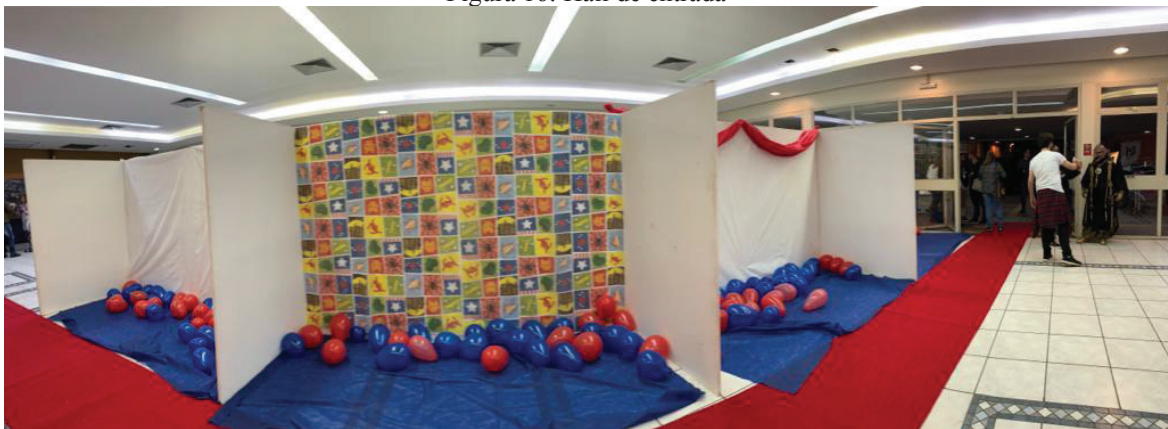
O dia de ação ocorreu no dia 4 de outubro no Centro de Eventos da Universidade de Passo Fundo (UPF), no auditório 2. Contou com a participação do grupo do PEXPP, dos membros da Liga dos Heróis e seus convidados, e, ainda, contou com dois amigos do grupo do PEXPP, que auxiliaram na organização de decoração, luz e fotos: Djennifer e Douglas. O setor de OBRAS da UPF colaborou com a montagem das divisórias.

As atividades iniciaram às 18h, com a chegada dos primeiros integrantes da Liga dos Heróis que se dirigiram ao camarim para se organizarem antes do início das fotos e demais atividades. O dia de ação finalizou às 22h.

2.2 Relato da Vivência

A organização do Dia de Ação começou no início da manhã, com os preparativos da decoração e a elaboração dos painéis no hall de entrada do Centro de Eventos. Neste primeiro momento, a equipe estava formada por Daiane, Joana, Henrique, Matheus e Djennifer, que se separaram para supervisionar a montagem das divisórias, encher balões e montar os painéis para fotos no hall de entrada (figura 16).

Figura 16: Hall de entrada



Fonte: dos próprios autores (2019)

No início da tarde, Daiane fez a checagem de som e vídeos para as homenagens que ocorreriam a noite, e, para isso, contou com a ajuda do funcionário do Centro de Eventos,

Fabrício. Os demais integrantes do grupo, Joana, Henrique, Pedro e Fabiane chegaram por volta das 15h com o restante do material para as atividades. Novamente o grupo foi dividido para que tudo fosse finalizado tudo antes das 18h.

O grupo conseguiu fazer uso de um tapete vermelho, propriedade da universidade e disponibilizado por Fabrício, funcionário da unidade. Esse foi utilizado na entrada do espaço do evento para recepcionar a Liga dos Heróis, o que finalizou a decoração. Porém, ainda em processo preparatório do evento e dentro do prazo de horário estipulado, o grupo do PEXPP foi surpreendido por integrantes da Liga dos Heróis que já estavam chegando.

Foi organizado o palco, onde em uma mesa (figura 17) , foi exposto os brindes do sorteio, os copos e as faixas que seriam entregues aos integrantes da Liga dos Heróis e o traje de Robin, o qual seria entregue ao pequeno Samuel para surpreender seu pai, Vinicius, o qual faz Batman na Liga e seria um dos homenageados da noite.

Figura 17: Mesa com brindes



Fonte: dos próprios autores (2019)

O primeiro integrante a chegar foi Vinicius, o qual foi recepcionado por Daiane e Henrique, e foi levado até a área do camarim para aguardar os momentos iniciais das atividades. Os demais integrantes do grupo deram as boas-vindas posteriormente. Em seguida, outro integrante chegou, Patrick, que foi recepcionado pelo grupo e se dirigiu até o camarim. Matheus, integrante do PEXPP, se juntou ao grupo às 18h15min para participar do evento.

Devido a antecipação de alguns convidados, o grupo precisou acelerar a organização dos últimos detalhes, mas mantendo a qualidade do que estava sendo executado. A decisão de quem seriam os cerimonialistas (Fabiane e Pedro), quem era responsável pela atividade do telefone sem fio (Joana), a passagem dos vídeos e sorteio (Daiane) e as fotos (Henrique e Matheus) foi feita previamente. Portanto, no dia de ação foi necessário apenas relembrar os passos e ordens do evento, a fim de torná-lo o mais proveitoso possível a todos.

Durante a prévia das atividades principais, o grupo do PEXPP se envolveu com os integrantes da Liga dos Heróis, conhecendo-os um pouco mais. Durante as fotos (figura 18 e 19), a Liga dos Heróis estava bastante animada e atraiu os olhares das pessoas que estavam no evento que ocorria ao lado, o que não causou problemas, já que era preciso aguardar a chegada de outros integrantes da Liga dos Heróis.

Figura 18: Capitã América, Ravena e Jack Sparrow



Fonte: dos próprios autores (2019)

Figura 19: Fera, de A Bela e a Fera



Fonte: dos próprios autores (2019)

A Liga dos Heróis, trajada, interagiu com as pessoas que passavam pelo local e tiraram fotos, socializaram e tiveram a oportunidade de representar seus personagens para todos apreciarem. Vários participantes do evento que estava acontecendo ao lado se aproximaram e solicitaram fotos e vídeos com os *cosplayers*.

O grupo fez uma lista de presença com os nomes, cidades e telefones dos integrantes. Cada integrante da Liga dos Heróis que assinava a lista, recebia um número para concorrer ao sorteio das canecas nerds/geeks que ocorreria antes da atividade do telefone sem fio. Estas informações formaram um mailing para o grupo.

Devido ao atraso de alguns integrantes da Liga dos Heróis, as atividades no auditório iniciaram após o previsto pelo grupo do PEXPP. Por volta das 19h40, todos se dirigiram ao auditório, onde o grupo faria as homenagens, sorteio de canecas e atividades. Durante a organização de todos dentro do auditório, alguns outros integrantes chegaram. Isso fez com que

parte do grupo do PEXPP precisasse voltar ao hall de entrada para fazer as fotos antes de dar início às atividades.

No momento das homenagens, todos os integrantes ficaram no auditório. A primeira homenagem, foi ao integrante Vinicius (figura 20), o qual passou pelo tratamento contra o câncer no fim de 2018 e início de 2019, e que recebeu alta há alguns meses. O vídeo continha depoimentos de Junior Wentz, integrante fundador da Liga e os integrantes diretores Gil e Beti.

Figura 20: Homenagem a Vinicius



Fonte: dos próprios autores (2019)

Vinicius faz o Batman e o grupo havia planejado vestir seu filho, Samuel, de Robin, para surpreendê-lo após o vídeo. Porém, infelizmente, Samuel não pode comparecer. O grupo então repensou o momento e fez a entrega do “manto” do Robin para Vinicius no fim dos vídeos (figura 21). Muito emocionado, recebeu o presente e agradeceu aos integrantes da Liga por toda a força que lhe passaram durante o processo e também pelo carinho que o grupo do Projeto Experimental estava tendo com ele.

Figura 21: Entrega do “manto” do Robin



Fonte: dos próprios autores (2019)

O dia de ação prosseguiu com um vídeo de homenagem a todos os integrantes da Liga dos Heróis, que foi composto por fotos de eventos, prints de depoimentos nas redes sociais e palavras que os definem. Após o vídeo, foi entregue aos integrantes um copo personalizado e uma faixa para identificar seus *cosplays* nos eventos, algo que eles pediram muito ao grupo.

A atividade do telefone sem fio iniciou após a exibição dos vídeos, em forma de círculo no palco, onde os participantes se organizaram com o auxílio de Joana para iniciar a atividade. Uma frase foi passada a um integrante presente no círculo. Este deveria passar adiante a frase até o último integrante. Ao final, a frase escolhida deveria ser igual, a fim de reforçar a ideia de que a comunicação entre o grupo é muito importante para o desenvolvimento do trabalho realizado por eles.

Como previsto, ao final, a frase não estava correta, levando a uma reflexão sobre ruídos, - entre eles, pensamentos negativos de que o grupo não é capaz de realizar algo ou que terão muita dificuldade com algo - que estão presentes na comunicação interna e como isso pode ser refletido para o público externo.

Enquanto a atividade ocorria, Daiane se dirigiu para fora do auditório para organizar a confraternização, que veio a ocorrer após a atividade. Em seguida, Henrique juntou-se a Daiane para finalizar a decoração da mesa e colocar os salgados, doces e bebidas (figura 22).

Figura 22: Mesa de salgados e doces



Fonte: dos próprios autores (2019)

Ao fim da atividade de telefone sem fio, Daiane já havia voltado para o sorteio das canecas, que foi feito de forma descontraída e animada, contribuindo para a integração do grupo como um todo. O período do sorteio contou com registros fotográficos dos ganhadores realizados por Joana, sorteio realizado por Daiane e Fabiane, e entrega das canecas por Fabiane (figura 23). No final do sorteio, Fabiane mencionou os patrocinadores, os quais foram chamados de “Amigos da Liga dos Heróis”, responsáveis pela atividade que veio a acontecer depois: a confraternização.

Figura 23: Entrega das canecas



Fonte: dos próprios autores (2019)

Ao final do evento, o grupo do PEXPP obteve uma quantia significativa de material para trabalhar na campanha - mais de 800 fotos-. Entre estas, estão fotos do grupo do PEXPP, do próprio evento, e fotos individuais de alguns membros da Liga dos Heróis para a montagem de peças gráficas. Assim como registraram o momento final a entrega das faixas e dos copos (figura 23) junto com os integrantes da Liga dos Heróis, onde muitos já vestiam as faixas.

Figura 23: Equipe PEXPP e Liga dos Heróis



Fonte: dos próprios autores (2019)

Os “Amigos da Liga dos Heróis” foram: Bruxa Soberana, responsável por 65 *cupcakes* de chocolate com *topper* do logotipo novo da Liga dos Heróis; Padaria Santo Pão, que disponibilizou 100 salgadinhos; Sr.^a Vera Lucia da Silva, que patrocinou 200 salgadinhos e a empresa Plastipasso, que ofereceu 100 copos de plástico com o novo logotipo impresso e as canecas para o sorteio.

Durante a confraternização (figura 24 e 25), mais um momento de interação do grupo do PEXPP com os integrantes da Liga dos Heróis: um momento em especial em que Gil, que interpreta o Orc Mago e outros cosplays na Liga dos Heróis, entregou à Daiane uma túnica vermelha, um amuleto e uma máscara de Orc, que ela virá a utilizar na Procissão das Criaturas com a Liga dos Heróis no dia 26 de outubro em Santa Cruz do Sul. Enquanto isso os demais participantes da Liga dos Heróis confraternizavam com muita alegria o momento em grupo.

Figura 24: Confraternização



Fonte: dos próprios autores (2019)

Figura 25: Confraternização 2



Fonte: dos próprios autores (2019)

Após os convidados irem embora, a equipe PEXPP fez toda a desmontagem e organização do espaço, para entregar o mais organizado possível a unidade, assim como deixaram agendado com o setor de obras a desmontagem das divisórias no sábado pela manhã. O dia foi exaustivo, mas no fim, todos os integrantes possuíam um sorriso estampado em seus rostos (figura 26).

Figura 26: Equipe PEXPP



Fonte: dos próprios autores (2019)

2.3 Avaliação da ação

Como todo evento existem alguns imprevistos ou ocorrem, situações que poderiam ter sido melhores resolvidas. Como o dia de ação não é diferente, algumas coisas foram observadas pelo grupo as quais acreditam ser relevantes.

Entre as observações, o grupo levou em conta a organização, que poderia ter sido melhor, principalmente na distribuição de tarefas, as quais mesmo tendo sido previamente definidas, foram alteradas no decorrer do evento. Alguns integrantes, acabaram tendo que se deslocar várias vezes durante a atividade para deixar tudo em ordem, assim não podendo participar 100% do evento. Apesar de terem tido ajuda de amigos (Djennifer e Douglas), poderiam ter criado uma equipe de apoio com outros voluntários.

Devido a atrasos de alguns membros da Liga dos Heróis, as atividades foram iniciadas mais tarde do que previsto. Isso ocasionou uma postergação nas atividades, que foram executadas mais rapidamente do que deveriam, apesar de no final o grupo ter percebido que não necessário ter adiantado as atividades como foi feito. Porém, também foi levado em conta que poderiam ter sido realizadas mais atividades para trabalhar a comunicação e interação da

Liga dos Heróis, gerando mais entrosamento e assim criando ainda mais afinidade dos integrantes.

Além dos depoimentos apresentados, homenagem ao integrante Vinicius e aos membros da Liga dos Heróis, poderiam ter sido feitos depoimentos do grupo do PEXPP para reforçar a importância do projeto e de seu trabalho. Outra observação, foi de que o grupo poderia ter participado mais do Dia de Ação e não apenas ter se preocupado com a organização das atividades, para assim desenvolver uma relação mais próxima com a Liga dos Heróis.

O modo de entrega das faixas de identificação para os integrantes, poderia ter sido feita de forma diferente, sentiu-se que no momento da entrega faltou organização do grupo de forma geral, criando assim um tumulto. A realização das fotos também poderia ter sido feita de uma forma melhor, com mais cuidado com a iluminação e foco, por exemplo. Nesse quesito, apesar da proatividade de alguns integrantes de se oferecerem para fazer as fotos, era preciso avaliar o nível de conhecimento para tal ação, a fim de obter um melhor aproveitamento de material.

A falta de planejamento para as fotos com os *cosplays* maiores foi um outro ponto que deveria ser levado em conta, se ocorresse um novo evento por exemplo. Por isso não ter sido avaliado previamente, o grupo teve dificuldades para realizar as fotos para os materiais, bem como não foi lembrado que alguns *cosplays* não poderiam subir no tapete, já que possuem dificuldade de erguer os pés quando trajados.

3 CONHECER O PÚBLICO-ALVO

O terceiro capítulo exhibe a metodologia, instrumentos de coleta de dados e a apresentação dos resultados a fim de conhecer e identificar o público-alvo do projeto da Liga dos Heróis, o qual tornou-se base para a criação da campanha.

3.1 Método da pesquisa

O método da pesquisa conta com um objetivo exploratório com abordagem qualitativa, a qual está dividida em duas partes:

- Etapa 1: Entrevista com público interno;
- Etapa 2: Aplicação de questionário online com público externo.

Iniciou-se com a pesquisa exploratória que segundo Gil (2002, p.41) tem o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema, aprimorar ideias e fazer descobertas através de levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas e análise de exemplos. O material foi coletado de forma discursiva e expressiva, onde os participantes responderam às questões de forma construtiva para a coleta de dados.

Os critérios estabelecidos para a seleção dos participantes, para a etapa do público interno, foram de acordo com os objetivos da Liga dos Heróis, membros da diretoria e membros gerais do projeto. Tendo em vista que o público externo é de suma importância para a construção da comunicação da Liga dos Heróis, foram criados critérios para a aplicação do questionário online. Os públicos que receberam o questionário faziam parte de três grupos nos quais as campanhas de público externo pretendem atingir: amantes de cosplay, agentes/instituições de saúde e familiares e amigos de atendidos – ou pessoas que passaram pela situação de câncer.

3.2 Instrumento de coleta de dados

Para a coleta de dados elaborou-se dois questionários, sendo um com perguntas abertas para aplicação ao público interno (Liga dos Heróis), no qual foi marcado um encontro para uma melhor aplicação delas. Já para o público externo usou-se a plataforma Google Forms para facilitar a coleta de dados.

O questionário para o público interno é composto por cinco perguntas abertas, com o intuito de conhecer mais o membro da Liga dos Heróis e como ele se envolveu com o projeto

e encontra-se no apêndice 0. Já o público externo recebeu um link com o questionário que possui 16 questões (apêndice 0) de fácil aplicação e compreensão para o público respondente.

3.3 Coleta de dados

A primeira coleta de dados ficou por conta das entrevistas com o público interno. As entrevistas foram marcadas individualmente, em locais e horários escolhidos pelos participantes. A entrevista inicial foi com Patrick de Carvalho, integrante da diretoria da Liga dos Heróis, no dia 25 de setembro, às 8h30 no Centro de Convivência (CC) da UPF. O questionário foi aplicado por Daiane Pitágoras e Fabiane Auersvalt.

A segunda integrante da Liga dos Heróis a ser entrevistada foi Samara Wollmer, o local para a entrevista também foi o CC da UPF, o horário combinado foi às 19h, porém, Samara marcou para um pouco mais tarde, ocorrendo às 20h40, horário do intervalo das aulas na UPF no período da noite. A chegada de Samara deu início a entrevista, feita por Daiane Pitágoras. Apesar da entrevistada estar com pressa, Daiane conseguiu obter as respostas do questionário, porém não recebeu abertura para maiores questionamentos por parte de Samara.

Os dois últimos integrantes a serem entrevistados foram Júlia Schervinski e Renato Fischer, no dia 28 de setembro, às 15h na Estação Gastronômica da Gare. Foi a única entrevista não individual feita. Daiane e Fabiane novamente fizeram as entrevistas baseadas no questionário. A entrevista com o casal foi muito produtiva, e assim foi obtida a coleta de dados necessária para o trabalho.

Enquanto isso, o questionário para o público externo ficou de responsabilidade de todo o grupo, que buscou respondentes com o perfil necessário para responder a pesquisa. Essa pesquisa era enviada em um link o qual as pessoas acessavam e respondiam rapidamente.

3.4 Apresentação dos resultados

Foram realizadas 4 entrevistas de profundidade, o qual teve como base um questionário de 5 perguntas (apêndice 0), aplicado com o público interno da Liga dos Heróis, sendo dois homens e duas mulheres. A faixa etária foi de 20 a 41 anos, em maioria exerce atividade remunerada, reside em Passo Fundo, Santo Antônio do Planalto e Não-Me-Tque. O grau de escolaridade é ensino superior em curso, mestrado e magistério.

Ao abordarmos o tópico do universo nerd/geek, três dos entrevistados demonstraram ter interesse por esse universo e ter envolvimento com filmes, séries e histórias em quadrinhos. Sobre a Liga dos Heróis, foi unânime o sentimento de ter o projeto como uma segunda família,

e como em qualquer família, há pequenos problemas de comunicação e pequenas comparações, problemas que são deixados de lado quando se envolvem com o trabalho beneficente. Em relação ao que jamais pode ser deixado de lado, foram citados a união e o amor ao próximo.

Em relação ao questionário para o público externo, presente no apêndice 0, recebemos o total de 23 respostas do público previamente estabelecido: amantes do cosplay, instituições/agentes de saúde e amigos/familiares de atendidos. O questionário foi respondido por mulheres (52,2%) e homens (47,8%), faixa etária entre 21 e 40 anos, renda mensal entre 2 e 3 salários mínimos.

Ao serem questionados sobre qual ONG/Projeto Benéfico eles lembravam, apenas duas pessoas responderam Liga dos Heróis. Esse dado demonstra que a marca da Liga dos Heróis precisa ser melhor aplicada nas mídias sociais para que fique entre um dos projetos mais lembrados pela população. Em relação ao grau de conhecimento das ONGs/Projetos Benéficos listados, 13 pessoas assinalaram que conheciam a Liga dos Heróis.

Os entrevistados (87%) não prestam ajuda a nenhum projeto ou ONG, seja voluntário ou financeiramente. Porém, os mesmos 87%, mostraram-se dispostos a ajudar algum projeto que lhes agradasse, entre os assuntos mais respondidos foram os projetos que possuem ligação com crianças, animais e a comunidade LGBTQ+.

A respeito dos serviços particulares que a Liga dos Heróis oferece, apenas 34,8% dos entrevistados tem conhecimento. Porém, ao saberem que o valor destes serviços é revertido para ações benéficas, 78,3% contratariam os serviços da Liga dos Heróis.

O quadro 5 mostra as personas que resumem os públicos da Liga dos Heróis definidos a partir das pesquisas realizadas no PEXPP. Essas personas são personificações de cada um dos públicos, a fim de facilitar a compreensão de quem se quer alcançar com as campanhas.

Quadro 5: Personas do público-alvo

Persona 1	Andréia, 23 anos, moradora da cidade de Carazinho. Solteira, estudante de psicologia da Universidade de Passo Fundo e apaixonada pelo mundo geek. Seu hobby principal é assistir filmes de super-heróis e ler HQs. Faz estágio na área que estuda e participa da Liga dos Heróis, grupo que une duas paixões da jovem: ajudar o próximo e universo nerd. Andréia possui rotina puxada,
-----------	--

	viaja diariamente de sua cidade até Passo Fundo e vice-versa, mas no tempo livre não mede esforços para participar de ações e eventos juntamente com a Liga. Por ter constante participação no grupo, Andréia consegue visualizar os diferenciais positivos do grupo e almeja que ele seja visto como o melhor grupo de Cosplay da região.
Persona 2 	Clarice, 37 anos, moradora da cidade de Passo Fundo, casada com Cláudio e mãe de Isabela, de 9 anos. Clarice é mãe, dona de casa e largou o emprego como vendedora em uma loja de departamento para cuidar da filha com câncer, que está internada no Hospital há cerca de 3 semanas. O marido Cláudio trabalha diariamente, sendo o provedor financeiro da família no momento. Por isso, Clarice fica sozinha com a filha durante grande parte da semana no hospital, tendo a companhia do marido mais frequente nos finais de semana. Ela sofre com o sofrimento de Isabela por não poder usufruir de uma rotina normal de criança, além de ter que ver a filha passar por todo o processo doloroso da doença, prejudicial tanto fisicamente quanto mentalmente para as duas partes. Por ser uma internação relativamente recente da filha, Clarice ainda não possui conhecimento sobre o trabalho realizado pela Liga dos Heróis.
Persona 3	Eduardo, 17 anos, morador de Passo Fundo e estudante do Colégio Notre Dame. Amante do mundo geek, Eduardo possui bonecos de ação em seu quarto, assiste a filmes sobre o assunto e está sempre antenado em novidades desse mundo.

	É filho único e ainda não está decidido sobre o que quer cursar na faculdade ou em que área gostaria de trabalhar. Já pesquisou e tem conhecimento sobre cosplays, mas nunca cogitou fazer disso um trabalho. Já viu algo sobre o assunto na cidade em que mora, mas não buscou informações mais detalhadas a respeito. Não ajuda nenhuma instituição de caridade e não tem interesse nesse quesito.
Persona 4 	Fernando, 38 anos, morador de Passo Fundo, casado. Possui 3 filhos e trabalha em seu consultório particular. É clínico geral e além de seu consultório, atua também no Hospital São Vicente de Paulo na cidade onde mora. Conhece o trabalho da Liga dos Heróis, mas não os acompanha constantemente, limita-se a conhecê-los quando a Liga realiza visitas no setor de oncologia do hospital. Fernando não é ligado a nenhuma instituição filantrópica de ajuda a alguma causa, mas não realiza doações ou ajuda de alguma outra forma porque nunca foi questionado ou convidado por alguém a fazê-lo.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

4 PLANEJAR A CAMPANHA

4.1 Diagnóstico inicial

A organização escolhida pelo grupo para a realização do projeto em questão, é um grupo de pessoas que trabalham de forma beneficente e também particular, denominado Liga dos Heróis. Os integrantes do grupo são de cidades distintas sendo elas Passo Fundo, Carazinho e Não-me-toque. O grupo conta atualmente com uma equipe de cerca de 40 pessoas que têm como objetivo principal trazer a alegria e tornar mais fácil os momentos difíceis. A Liga dos Heróis possui uma diretoria composta pelo presidente, vice-presidente, secretária, tesoureiro, diretor de marketing e um diretor artístico.

O grupo não conta com nenhuma empresa parceira que auxilie com os gastos financeiros, apenas em casos de auxílio com o combustível para o deslocamento até o local solicitado. Porém são auxiliados com descontos na Lavanderia onde os trajes são higienizados, e os hospitais e entidades que apoiam o trabalho, lembrando sempre do grupo e tornando possível a presença deles com frequência. Atualmente a Liga não dispõe de uma sede física, realizam seus encontros mensais em diferentes locais que são disponibilizados pelos integrantes.

A médio prazo, a instituição busca um aumento no número do seu grupo de participantes, sejam eles staffs para ajudar com os trajes ou ainda *cosplayers*, sempre prezando pela qualidade do seu trabalho e pela qualidade dos trajes. A Liga dos Heróis pretende também alcançar maior visibilidade em Passo Fundo e região, sendo visto como grupo beneficente que quer alegrar e tranquilizar o coração das pessoas que precisam.

No que diz respeito ao contexto organizacional, os públicos da instituição são crianças e adultos que necessitam de um conforto em um momento difícil. Como o grupo também realiza eventos particulares pode-se dizer que seu público também são pessoas que gostam do universo *geek*, e se espelham nos personagens de alguma forma. Este segmento possui alguns outros grupos presentes na cidade de Passo Fundo. Para manter seu funcionamento com qualidade, muitas vezes os integrantes da Liga tiram dinheiro da sua renda para transporte, conserto dos trajes ou melhorias nos mesmos.

Tendo em vista o plano de comunicação realizado junto à instituição, o grupo pode abordar a qualidade do serviço prestado, levando em conta os trajes completos e com a manutenção em dia; as opções e variações de personagens; o número expressivo de participantes; o carinho e atenção com que os integrantes atendem às pessoas que entram em

contato, e a responsabilidade que o grupo possui com os eventos, prezando sempre pela pontualidade.

As fragilidades que o grupo possui são: a carência de empresas e parceiros apoiadores da causa; a dificuldade que o público encontra em distinguir o propósito beneficente do particular, considerando que muitas vezes solicitam que o trabalho particular seja feito de forma gratuita; a falta de conhecimento do público sobre as necessidades que o grupo tem, como por exemplo, um local seguro para guardar seus pertences, água para hidratação e um local adequado para a colocação e retirada dos trajes.

Como ameaças, foram identificadas outras entidades que oferecem a mesma prestação de serviço, porém muitas vezes com o objetivo de gerar, se apropriando do reconhecimento conquistado pela Liga dos Heróis. Já as oportunidades vistas pelo grupo são o crescimento do número de pessoas interessadas nesse mundo geek, devido a lançamento de filmes de personagens considerados icônicos e o aumento de visibilidade que o grupo tem alcançado estando presente nas mídias regionais e nacionais.

4.2 Posicionamento atual de comunicação

A partir da pesquisa realizada junto aos públicos da organização foi identificada a imagem atual apresentada pelo projeto Liga dos Heróis. Pode-se constatar um desconhecimento parcial do grupo, quando questionados sobre a lembrança de marca no que diz respeito a ONG's e projetos beneficentes, apenas 21,7% mencionaram a Liga dos Heróis, entretanto ao elencar uma lista de ONG's e projetos 56,5% do público disse conhecer o grupo. Sobre os serviços particulares, 65,2% desconhecem e quando explicado que o dinheiro arrecadado nos eventos particulares é revertido em serviços beneficentes, 78,3% viria a contratar tais serviços, todavia, 65,2% pagaria em torno de R\$100,00 por hora de serviço e 21,7% ofereceria R\$ 200,00 por hora de serviço, valores acima desta faixa somaram 13% dos entrevistados.

Com base na amostra da pesquisa realizada com os públicos, chega-se à conclusão que há um desconhecimento quanto aos serviços prestados e uma desvalorização da mão de obra, muitas pessoas estão dispostas a ajudar, porém não tem entendimento de como funciona os processos dentro de uma ONG ou projeto beneficente. A liga dos Heróis tenta comunicar todos os seus trabalhos, ações e eventos através das redes sociais, para que o público participe e conheça as áreas que o projeto atua, porém em suma o projeto ainda é visto pela população como um grupo de cosplay voltado ao trabalho beneficente.

4.3 Posicionamento pretendido de comunicação

Tem-se como objetivo desenvolver e evidenciar os trabalhos da Liga, aumentar o reconhecimento da marca, posicionar a Liga dos Heróis no cenário de instituições beneficentes como a principal no segmento de cosplay.

4.4 Verba de campanha

A Liga dos Heróis não possui verba disponível para a campanha de comunicação, por isso o custo da campanha será através de um plano de contribuição, em que terá como alvo possíveis apoiadores que queiram contribuir com a campanha e dar maior visibilidade ao trabalho voluntário da Liga dos Heróis.

A realização do manual de identidade visual e da produção e criação das peças será doado pelo grupo diminuindo assim o valor da campanha. Quanto a produção dos materiais impressos, como cartões de visita e o novo crachá, serão impressos pela Gráfica Luiz, onde os custos serão pagos pela nova parceira da Liga dos Heróis, GroupMy – Agência Digital.

4.5 Estratégias da campanha

Após identificadas as principais fragilidades da Liga dos Heróis, foram decididas algumas estratégias para amenizar os pontos negativos e, a longo prazo, extingui-los. Essas estratégias se apresentam em duas campanhas: uma para o público interno da Liga e outra para o externo.

Para o público interno foi planejada uma campanha de endomarketing, levando em consideração os problemas de comunicação interna que foram identificados logo nos primeiros dias de contato com a organização. Com essa campanha, o objetivo era unir o grupo e melhorar a comunicação entre todos os integrantes, e não apenas dentro da diretoria da Liga.

Para o público externo, tendo como objetivo principal o reconhecimento da marca Liga dos Heróis, será realizada uma campanha de posicionamento de marca – no qual haverá uma reformulação do logo -, contando também com divulgação na internet para familiarizar o público-alvo com a nova Liga, além de separar e evidenciar que a Liga dos Heróis faz tanto trabalhos beneficentes como privados, mas sem fins lucrativos.

4.6 Táticas e plano de mídia da campanha

Para a campanha de *endomarketing* a principal tática utilizada foi o próprio dia de ação. Foi feito uso do mesmo para juntar a maior parte dos membros da Liga dos Heróis e prestar homenagens, realizar atividades que necessitam de cooperação e comunicação para serem concluídas, tudo como forma de fazer os integrantes se engajarem entre si e se conhecerem melhor. O objetivo do grupo do PEXPP com esse evento era deixar clara a mensagem de que para melhorar a comunicação externa da Liga, primeiro deve-se trabalhar a interna e ter certeza de que tudo está correndo da melhor forma possível.

A campanha externa teve uma breve aparição no dia de evento, com a entrega do logotipo e de bandanas para identificação da Liga dos Heróis em eventos - algo requisitado desde os primeiros contatos. Como veículos de comunicação, serão utilizados os perfis do Facebook e do Instagram da Liga, com posts semanais com editorias separadas entre trabalhos beneficentes e particulares, datas comemorativas e conteúdo envolvendo imagens e frases de heróis, a fim de atingir o público mais conectado à essa cultura. As peças desenvolvidas nessa campanha serão:

- Identidade visual;
- Identidade para redes sociais;
- Posts de diversos conteúdos para o Facebook e Instagram;
- Faixa de identificação para uso nos eventos;
- Crachá;
- Cartão de visita;
- Vídeo institucional.
- Materiais para a arrecadação de recursos financeiros e/ou divulgação em eventos: copos, *bottons*, adesivos, camisetas e outros

4.7 Cronograma da Campanha

O cronograma da campanha refere-se a todos os materiais que serão utilizados e divulgados em diversas mídias, como redes sociais e rádio por exemplo, dentro de um determinado período (6 meses), a fim de organizar todo o processo do andamento das campanhas realizadas no PEXPP para a Liga dos Heróis.

Quadro 6: Cronograma de comunicação

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO: DURAÇÃO 6 MESES			
Assunto	Ação de comunicação	Ferramenta de comunicação	Dias
Frases de Super-heróis	Posts com a imagem e frases características dos personagens	Facebook e Instagram	Segundas-feiras
Diferenciação dos serviços oferecidos	Posts e vídeos mostrando que a Liga realiza serviços particulares e beneficentes e destacando bem a diferença de ambos	Facebook e Instagram	Quartas-feiras
Participação da Liga em Eventos	Como contratar o grupo e o que deve conter para que o trabalho seja feito da melhor forma possível	Facebook e Instagram	Sextas-feiras
Apresentação dos integrantes da liga	Uma breve apresentação dos integrantes falando sobre qualidade e sobre os personagens que utilizam	Facebook e Instagram	Domingo

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

4.8 Orçamento da Campanha

A partir dos objetivos, estratégias e táticas estabelecidas, foram definidas ações a serem executadas, apresentadas no quadro 7, no qual encontra-se a distribuição da produção gráfica das quatro campanhas e o orçamento.

Quadro 7: Orçamento produção gráfica e eletrônica

PRODUÇÃO GRÁFICA E ELETRÔNICA					
FORNECEDOR	PEÇA	FORMATO / ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS	QUANT.	VALOR UN.	VALOR TOTAL
Katcha Kuorum	Faixas de identificação	Faixa de tecido com o logotipo impresso	60	R\$ 3,00	R\$ 180,00
Gráfica Luiz	Cartão de visita	Cartão institucional	1000	Indefinido	Indefinido
Plastipasso	Copos	Copos com cores em vermelho ou azul com o logotipo	100	R\$ 2,97	R\$ 297,00
Gráfica Luiz	Adesivos	Adesivos com a logo	500	Indefinido	R\$ 50,00
Indefinido	Crachás	Crachá de identificação com nome do membro e código de barras com acesso as outras informações da pessoa.	45	Indefinido	Indefinido
Indefinido	Bottons	Cores vermelha e azul com a logo	100	Indefinido	Indefinido
Indefinido	Balões	Cores vermelha e azul com a logo	100	Indefinido	Indefinido

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

4.9 Pesquisa de Referências

Limpadores de janela se vestem de super-heróis em hospital infantil de São Paulo. Ação foi fotografada na semana do Dia das Crianças em São Paulo. Crianças interagem com limpadores vestidos de super-heróis, conforme figura 27.

Figura 27 - Menino toca a janela interagindo com os limpadores



Fonte: Portal G1 (2019)

Outra ação relacionada ao ambiente hospitalar foi desenvolvida pelo Hospital A. C. Camargo, em sua unidade dedicada ao câncer. O grupo de assistência recorreu ao universo dos super-heróis para trazer uma energia de descontração ao tratamento que muitas vezes vem carregado de uma percepção negativa. Conforme figura 28, pode-se observar que o ambiente apresenta uma forma diferente de recepcionar os pacientes e familiares.

Figura 28 – Hall de entrada da unidade de câncer do A. C. Camargo



Fonte: Portal CanalTech (2019)

Ainda, equipamentos e medicamentos ganharam uma nova roupagem, utilizando elementos dos personagens da DC Comics. Os soros de quimioterapia são exibidos para as crianças como super-fórmulas (Figura 29), em corredores chamados de Hall da Justiça, e histórias em quadrinhos que explicam a doença e motivam na luta contra os vilões (Figura 30 e 31).

Figura 29 – Super-fórmulas entregues as crianças com câncer



Fonte: Portal CanalTech (2019)

Figura 30 – Histórias em quadrinho para crianças do hospital



Fonte: Portal CanalTech (2019)

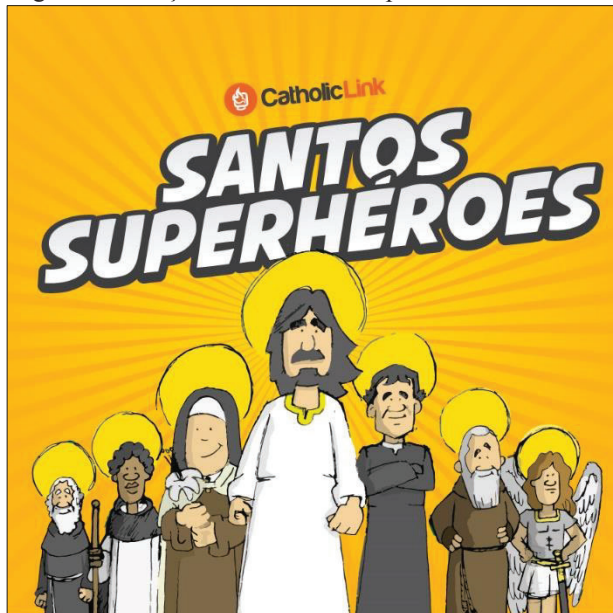
Figura 31 – Criação de material para histórias em quadrinhos.



Fonte: Portal CanalTech (2019)

O portal Catholic Link criou um infográfico divertido buscando contar a história dos santos de forma que os mesmos fossem retratados como super-heróis, conforme a figura 32, 33 e 34, por exemplo, pode-se observar um layout que lembra as histórias em quadrinhos, isto por sua vez, traz ao material uma oportunidade de atingir os indivíduos mais jovens.

Figura 32 – Peça trazendo como super-heróis os santos



Fonte: Portal CatholicLink (2019)

Figura 33 - Peça trazendo como super-herói o Padre Pío



Fonte: Portal Catholic Link (2019)

Figura 34 - Peça trazendo como super-heroína a Santa Teresinha



Fonte: Catholic Link (2019)

O HEMOSC, Centro de Hematologia e Hemoterapia de Santa Catarina, produziu uma campanha mundial (Figura 35 e 36), disseminando a ideia que cada individuo pode se tornar um super-herói, não por possuir super poderes, mas sim por ter a capacidade de doar e salvar vidas.

Figura 35 – Peça de divulgação da campanha de doação de sangue



Fonte: HEMOSC (2019)

Figura 36 - Peça de divulgação da campanha de doação de sangue 2



Fonte: HEMOSC (2019)

O grupo Heróis do Bem, que possui uma missão muito similar a Liga dos Heróis, propõe em suas redes sociais materiais descontraídos e jovens, conforme Figura 37, observa-se que os super heróis estão presentes em diversos locais protegendo as pessoas em diversos lugares da cidade. Ao mesmo tempo esta ação gera simultaneamente um marketing de guerrilha, visto que as pessoas ficam surpresas com a presença dos mesmos.

Figura 37 – Heróis do Bem em intervenção no Metrô da cidade.



Fonte: Facebook (2019)

Outras ações surpresas são características do grupo, eles fazem intervenções junto a algumas marcas (Figura 38) para reforçar sua identidade e angariar fundos para ajudar quem necessita.

Figura 38 – Heróis do Bem em intervenção no Drive Thru do McDonald's.



Fonte: Facebook (2019)

O grupo também tem como objetivo ser uma marca lembrada pela população, portanto, criou materiais diversos para divulgar sua marca conforme figura 39, estes objetos são usados nos eventos e também entregues as pessoas que estão presentes nestes encontros.

Figura 39 – Material criado para fortalecer a identidade visual do projeto.



Fonte: Facebook (2019)

A ONG Fábrica de Heróis tem uma linguagem lúdica e usa em suas redes sociais muitos elementos de histórias em quadrinhos (Figura 40), eles ajudam a contextualizar a criação. Ainda, trabalha-se muito a imagem das crianças dentro dos eventos, deixando muitas vezes os super-heróis em segundo plano.

Figura 40 - Peça de divulgação no facebook



Fonte: Facebook (2019)

O grupo também apresenta sua marca de forma criativa e atraente, mantendo no layout traços dos quadrinhos e expandindo sua missão, valores e visão utilizando infográficos conforme Figura 41.

Figura 41 – Layout do site do grupo



Fonte: Fábrica de Heróis (2019)

4.10 Tema da campanha, Linha criativa e apelos básico

O tema central da campanha é conscientizar as pessoas a se tornarem heróis junto à Liga, ao contratar os serviços particulares da Liga o contratante ajuda a custear as ações beneficentes do grupo. A linha criativa foi definida através de pesquisa por grupos que atuam no mesmo

modelo de negócio, buscando sempre atualizar a Liga com personagens novos das grandes companhias e atualizar trajes conforme a evolução do grupo e dos personagens também. Os apelos básicos da campanha são de trazer ao grande público a importância de engajar-se nas causas sociais, seja de maneira espontânea através de doações, aliando-se ao grupo, ou, ainda, através da contratação do grupo para eventos particulares.

4.11 Peça conceito e justificativa

Com a etapa de pesquisa pôde-se notar que a maior parte dos respondentes não ajudam uma ONG ou grupo beneficente - apenas 13% responderam positivamente quando indagados se prestavam qualquer tipo de auxílio a essas instituições -, enquanto 87% dos participantes afirmaram que ajudariam se possível. Com essa questão, a campanha parte do princípio que para fazer essas pessoas ajudarem a Liga dos Heróis, deve-se criar um laço entre o público e a marca - que será desenvolvido com uma campanha publicitária com foco no emocional, com o objetivo de evocar a empatia de quem receber a mensagem.

Como citado acima, a linha criativa visa colocar o público-alvo como super-heróis ao lado dos membros da Liga, assim retirando-os do simples papel de receptor da mensagem e integrando-o de forma com que o faça se sentir parte do grupo, de que ele pode ajudar de qualquer forma - monetária ou não. Essa mensagem, além de ser pertinente para um público que deseja ajudar instituições beneficentes, agrega ainda mais aos que trabalham na área da saúde, por lidarem diretamente com pacientes e poderem ser reafirmados de que eles são realmente heróis.

A campanha também será aproveitada como oportunidade de mostrar que o trabalho da Liga vai além do beneficente, e visa o particular, visto que 65,2% dos respondentes da pesquisa não sabem que a Liga dos Heróis realiza trabalhos em festas e eventos. Isso será feito com textos complementares e chamadas informando o receptor da mensagem de que todo o dinheiro ganho nos eventos particulares é convertido para verba dos beneficentes. Assim, mesmo que a pessoa esteja contratando a Liga por motivos pessoais e não para ajudar diretamente, poderá ter certeza de que seu dinheiro está indo para uma boa causa.

5 CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA

No quinto capítulo intitulado Criar e Produzir a Campanha, será abordado os métodos e técnicas de criação utilizadas, assim como a experiência do grupo com o processo criativo. A descrição dos caminhos criativos tomados, as ideias das campanhas e suas justificativas, também constam no capítulo, assim como todas as peças elaboradas e devidamente justificadas, com suas características explicadas. Neste capítulo constarão tanto as peças da campanha de endomarketing anteriormente citada como as da campanha para o público externo.

5.1 Métodos e técnicas de criação

A campanha de endomarketing foi desenvolvida com discussões entre o grupo, levando em consideração as carências encontradas e identificadas dentro da Liga dos Heróis. Com uso da técnica de observação participante (etnografia), a campanha desenvolveu-se ao longo do período de atividade do PEXPP até então, resolvendo através da comunicação cada necessidade da Liga.

Para alcançar o conceito principal da campanha, o grupo recorreu a uma técnica de brainstorm chamada “Sim, e...”, que basicamente se resume a algum integrante do grupo propor uma ideia inicial que é apresentada aos outros membros, e estes devem acrescentar elementos à ideia inicial utilizando a frase “Sim, e...”. A vantagem dessa técnica é que, por requisitar a utilização do “Sim, e...”, evita a censura de ideias e negatividade durante o processo de brainstorm.

5.2 O percurso criativo

Logo ao início dos atendimentos à Liga, percebeu-se problemas com a comunicação interna do grupo, e ficou claro que isso deveria ser resolvido primeiro antes de partir para a campanha externa. Para isso, discutiu-se sobre focar o Dia de Ação nesta parte, e, conforme as discussões ocorreram, chegou-se à conclusão de que devia-se unir o grupo inteiro para homenagear tanto a Liga dos Heróis quanto um dos membros, Vinícius, que havia passado por tratamento de câncer.

Com a pesquisa realizada no capítulo anterior, ficou claro para o grupo que a intenção de ajudar pessoas carentes está presente no público-alvo encontrado. Para dar um incentivo a mais para o público auxiliar a Liga, foi decidido utilizar uma campanha que encurtasse a distância entre o emissor e o receptor da mensagem - quando se pede para ser um herói junto à Liga, a ideia é colocar o público ao lado da organização, já o identificando como parte de algo maior.

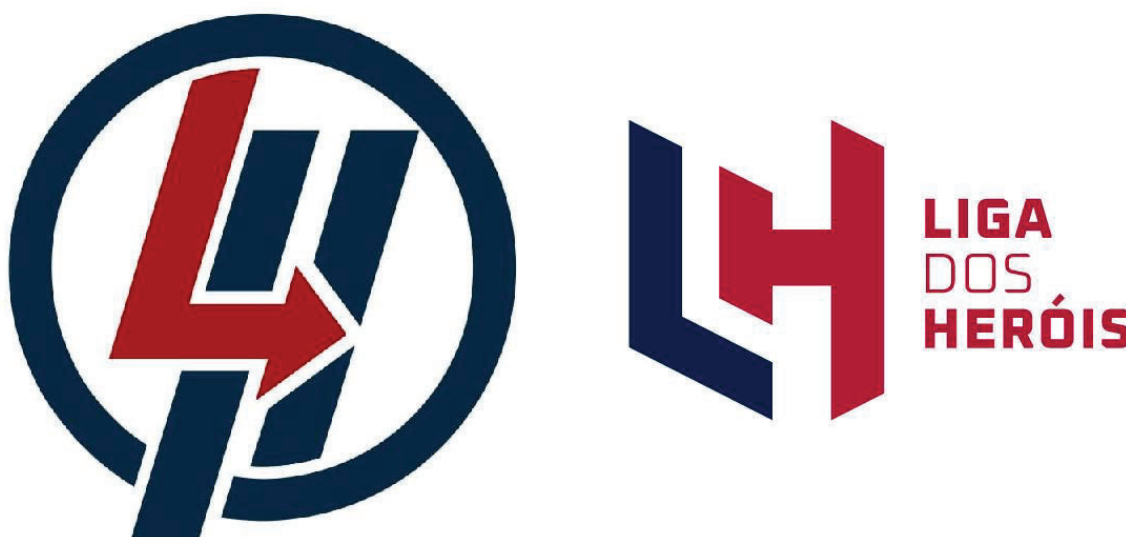
Assim, deu-se início ao processo de produção de peças e materiais para a Liga dos Heróis. Nesse processo, a criação de um slogan foi feita, já que o grupo não possuía um slogan até então. O slogan “O poder está em fazer o bem” foi pensado com o intuito de aproximar o público ao trabalho realizado pela Liga dos Heróis, não só visualmente pelo uso de trajes de super-heróis e personagens diversos, mas também para que conheçam as ações realizadas pelo grupo e o quanto esse público pode auxiliar e contribuir.

5.3 Peça conceito final

A campanha de endomarketing realizada no dia de ação não teve foco em criação de peças, apesar de terem sido desenvolvidos alguns materiais para a realização do Dia de Ação. Logo, não houve uma peça conceito específica.

Usou-se como referência principal para a criação da peça conceito as revistas HQ's, no qual o uso de imagens sobrepostas, mesclando colagens e desenhos são a principal característica. Os textos usados de forma horizontalizada e com angulação são uma referência aos balões de fala dos personagens e textos narrativos da história.

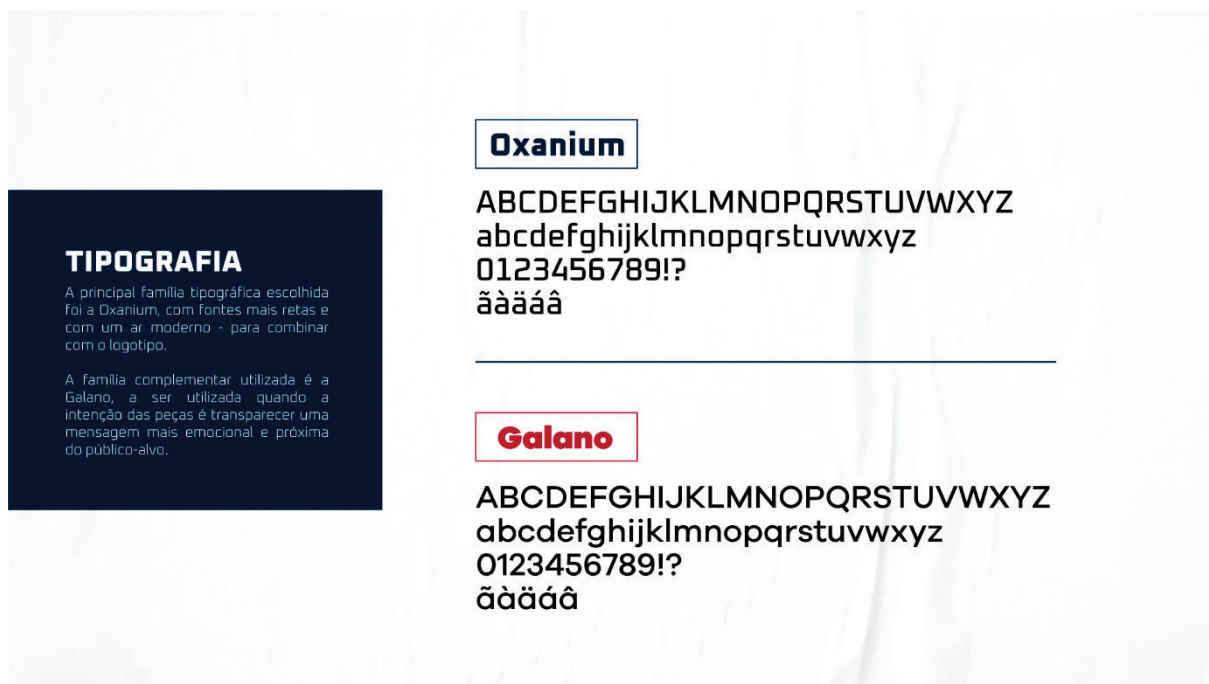
Figura 42: Antigo e novo logo Liga dos Heróis



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 43: Páginas 1-3 do manual de identidade visual





Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 44: Publicação com 9 cards para Instagram – 1000x1000px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

5.4 Peças de campanha

As peças da campanha acompanham peça conceito, onde utilizou-se de elementos de referência aos quadrinhos HQ's e a figura dos personagens interpretados pelos membros da Liga, deixando a mensagem clara, fiel, amorosa e criativa sobre a real missão, que é levar amor e esperança.

Figura 45: Card para Facebook e Instagram – 1000x1000px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Nesta peça exclusiva para Instagram (Figura 44) a ideia criativa permaneceu com referência a peça conceito, mas usou-se novas formas de interação, onde as mensagens estão dispostas estrategicamente entre dois cards. Para a informação ser lida por completo o público precisa interagir/rodar as peças até o final.

Figura 46: Carrossel para Instagram – 6000x1000px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Mantiveram-se elementos da identidade visual, mas dando maior destaque para o produto, deixando claro junto ao texto de apoio da postagem que o valor arrecadado com a venda destes produtos é para uso, em maior porcentagem, para custear as ações beneficentes da liga (Figura 47, 48, 49 e 50).

Figura 47: Card para venda de produto – 1000 x 1000px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 48: Card para venda de produto 2 – 1000x1000px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 49: Card para venda de produto 3 – 1000x1000px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 50: Card para venda de produto 4 – 1000x1000px:



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Identidade visual: A nova identidade visual da Liga dos Heróis foi criada com o intuito de renovar a imagem do grupo sem desconstruir completamente tudo o que já havia sido estabelecido - então, optou-se por um logo simples, mantendo o LH do original, criado a partir de retas para transparecer comprometimento, dedicação e profissionalismo nos serviços da Liga.

Apesar de manter as cores e o conceito original de conter as iniciais do grupo, o novo logo opta por uma estética bastante diferente, não fazendo alusões diretas à outros logos de cultura popular, com o objetivo de torná-lo o símbolo que justamente lembra as pessoas da Liga

dos Heróis, e não direciona seus pensamentos para outras marcas, como a dos Vingadores por exemplo

Figura 51: Avatar para Facebook e Instagram – 1000x1000px:



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 52: Capa para Facebook – 1700 x 630px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 53: Crachá – 6,5 x 10cm



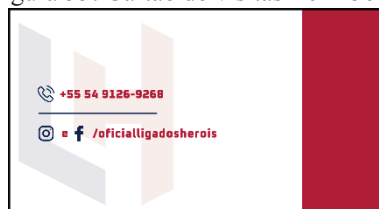
Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 54: Cartão de visitas – 9 x 5cm - Frente



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 55: Cartão de visitas – 9 x 5cm - Verso



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 56: Card de Dia das Crianças – 1000x1000px



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 57: Destaques para Instagram – 1080x1920px



Fonte: Elaborados pelos autores (2019)

Manual de contratação para compor *Press Kit*

Criou-se um manual de contratação a fim de compor um material para ser entregue à imprensa e também para possíveis clientes. Esse material traz elementos informativos para explicar a metodologia de ação da Liga dos Heróis, ele mostra ainda conteúdos relacionadas às necessidades que o grupo terá ao fazer um evento e assim corresponder às responsabilidades que o contratante terá que administrar.

Figura 58: Páginas 1, 2 e 3 do Manual de Contratação



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 59: Páginas 4, 5 e 6 Manual de Contratação

PASSO 3

AGORA CHEGOU A HORA DE VOCÊ ESCOLHER QUAL SERVIÇO É O MAIS ADEQUADO PARA SEU EVENTO:

BENEFICENTE

AJUDAS A ORGANIZAÇÕES
E VISITAS A HOSPITAIS;

PARTICULAR

FESTA DE ANIVERSÁRIO INFANTIL;
FESTA DE ANIVERSÁRIO INFANTIL;
FESTA DE 15 ANOS;
FORMATURA;
CASAMENTO;

PERSONAGENS

ESSA É A PARTE MAIS DIVERTIDA, NÃO É?

NOSSOS PERSONAGENS SÃO DE DIVERSOS UNIVERSOS, COMO DC COMICS, MARVEL, DISNEY, PERSONAGENS DE FILMES, DE ANIMES, DE GAMES E MUITO MAIS.

QUER SABER MAIS SOBRE NOSSOS PERSONAGENS? ENTRE EM CONTATO COM NOSSA EQUIPE.

PASSO 4

PASSO 5

OS NOSSOS SERVIÇOS PARTICULARES SÃO DE R\$ 200,00 A HORA.

ESSE VALOR EQUIVALE A PARTICIPAÇÃO DE 1 (UM) PERSONAGEM DA SUA ESCOLHA. TRABALHAMOS COM PACOTES PERSONALIZADOS, PARA ESTAS CONDIÇÕES ESPECIAIS, ENTRE EM CONTATO COM NOSSA EQUIPE.



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 60: Páginas 7, 8 e 9 Manual de Contratação

PASSO 6



CONTATOS

 @OFICIALLIGADOSHEROIS

 @OFICIALLIGADOSHEROIS

 (54) 9 9126-9268
FALAR COM JÚNIOR WENTZ



PRONTO

DESEJAMOS QUE A SEU EVENTO SEJA INCRÍVEL E SUPER PODEROSO! AGRADECEMOS PELO SEU CONTATO E CONTRATAÇÃO. AO ADQUIRIR NOSSO SERVIÇO PARTICULAR, VOCÊ SE TORNA UM APOIADOR DAS NOSSAS AÇÕES BENEFICENTES, JÁ QUE 70% DO VALOR É REVERTIDO EM AÇÕES BENEFICENTES E 30% VAI PARA A MANUTENÇÃO DE NOSSO PROJETO.



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Vídeo Institucional:

Foi criado um vídeo institucional curto para a campanha da Liga dos Heróis para ser publicado nas redes, acompanhado de uma legenda. O vídeo em si contém informações bastante básicas e ágeis, para tentar incitar o ato de contribuir com o grupo. Não há narração, apenas texto e trilha sonora, e o conceito visual segue a identidade estabelecida para as redes sociais.

Descrição do post: *A missão da Liga dos Heróis é de sempre levar esperança, alegria e mensagens de otimismo àqueles que mais precisam - mas para isso eles também precisam de uma mãozinha. Seja um herói você também, todos os valores doados ou adquiridos através dos nossos eventos particulares são totalmente revertidos para a realização de serviços beneficentes, a Liga dos Heróis não possui fins lucrativos.*

Você pode colaborar fazendo doações pela nossa conta do Banco do Brasil ou pela nossa Vakinha! Entre em contato no número +55 54 9126-9268 e saiba mais sobre como se tornar um herói.

Quadro 8: Roteiro vídeo institucional

TEC	LOCUÇÃO
TRILHA QUE LEMBRE SUPER-HERÓIS E VAI AUMENTANDO PARA TRAZER EMPOLGAÇÃO E EMOÇÃO. AS IMAGENS SERÃO USADAS DA PRÓPRIA LIGA, DOS MOMENTOS EM QUE ESTIVERAM COM PACIENTES E OUTROS EVENTOS BENEFICENTES.	SEJA NAS PÁGINAS DOS QUADRINHOS OU NA TELA DO CINEMA, OS SUPER-HERÓIS MOSTRAM SEUS SUPERPODERES O TEMPO TODO, ELES PODEM VOAR, ELES TÊM SUPER FORÇA, VISÃO RÁIO X E OUTROS. PASSAM O DIA SALVANDO VIDAS E COMBATENDO VILÕES. PARA A LIGA DOS HERÓIS NÃO É DIFERENTE, TODOS OS DIAS NOSSOS HERÓIS USAM SEU MAIOR SUPERPODER PARA AJUDAR AS PESSOAS: A EMPATIA. ATRAVÉS DELA, ELES DISTRIBUEM A FELICIDADE, A ESPERANÇA E A FORÇA PARA CRIANÇAS E ADULTOS QUE ESTÃO PASSANDO POR MOMENTOS DIFÍCEIS. A MAIOR BATALHA QUE A LIGA DOS HERÓIS ENFRENTA JUNTO À ESSAS PESSOAS É A LUTA CONTRA O CÂNCER, SEU MAIOR INIMIGO. OUTROS INIMIGOS SURTEM NI CAMINHO, UM DELES É A FOME, A LIGA PARTICIPA DE EVENTOS PARA ARRECADAR NÃO SÓ ALIMENTOS,

	MAS TAMBÉM PRODUTOS DE HIGIENE E LIMPEZA PARA TORNAR A VIDA DE ALGUMAS PESSOAS MELHOR. VOCÊ TAMBÉM PODE SER UM HERÓI. A LIGA DOS HERÓIS QUER AJUDAR MAIS PESSOAS E TE CONVIDA VOCÊ A AJUDAR TAMBÉM. JUNTE-SE A LIGA DOS HERÓIS NESTA BATALHA EM PROL DA ESPERANÇA.
--	--

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Spot

Foi criado um spot para rádio e demais mídias onde seja oportuno uso desta locução, com o objetivo de chamar a atenção da população para a real missão desenvolvida pela liga:

Quadro 9: Roteiro Spot Institucional

TRILHA	TEXTO
FADE-IN TRILHA – SAVING THE WORLD – AARON KENNY	COM GRANDES PODERES, VEM GRANDES RESPONSABILIDADES. A LIGA DOS HERÓIS TEM COMO MISSÃO LEVAR ALEGRIA E ESPERANÇA A TODOS QUE PASSAM POR UMA GRANDE BATALHA E JUNTOS LUTARMOS LADO A LADO ATÉ A VITÓRIA. PARA SABER MAIS ACESSE NOSSOS PERFIS OFICIAIS @OFICIALLIGADOSHEROIS NO FACEBOOK E INSTRAGRAM. JUNTE-SE A NÓS NESTA LUTA.

FADE-OUT TRILHA – SAVING THE WORLD – AARON KENNY	LIGA DOS HERÓIS, O PODER ESTÁ EM FAZER O BEM.
---	--

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

6 RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL

Antes do grupo iniciar o Projeto Experimental, alguns integrantes já tinham certa noção do que os aguardava, principalmente que seria uma etapa fundamental do curso de Publicidade e Propaganda, pois seria nela que os alunos aplicariam os conhecimentos adquiridos no decorrer dos anos do curso.

Os desafios do grupo foram muitos. Inicialmente a escolha dos integrantes: seis pessoas de diferentes turnos e turmas, enquanto alguns já se conheciam e estavam juntos desde o início da faculdade, outros se cruzaram no meio do caminho em alguma disciplina. Seria um grande desafio trabalhar com personalidades e pensamentos diferentes.

Como o Projeto Experimental é realizado em grupo, seria ele uma boa simulação de como funcionam os trabalhos em agências e outros setores da comunicação. O grupo optou por não se dividir como agência - atendimento, planejamento e criação - por acreditar que todos os integrantes do grupo deveriam se envolver em todas etapas e trabalhar em equipe. Porém, com o decorrer da execução do projeto, ficou visível que cada integrante possuía maior afinidade com determinada área do trabalho, e assim, cada um auxiliou naquilo que tinha maior conhecimento e habilidade

Apesar das personalidades e pensamentos diferentes, foram poucos os momentos conflitantes. Estes, foram solucionados com facilidade. Alguns integrantes em determinados momentos precisaram se fazer ouvir e serem percebidos pelos demais, enquanto outros optaram por não expor muito suas opiniões a fim de evitar maiores conflitos. Mesmo com alguns momentos como esses, o trabalho se desenvolveu de maneira tranquila.

Um dos maiores aprendizados do grupo foi descobrir que a Publicidade não existe apenas para “vender, vender e vender”, podemos ir além, podemos nos apropriar da comunicação. É aí que entra a propaganda, e não só a publicidade. Propagar ideias, conceitos, estimular a visibilidade de projetos como o da Liga dos Heróis e outros tantos que existem por aí a fim de fazer o bem a quem precisa.

O processo de contato que tivemos com a Liga dos Heróis, em um primeiro momento, foi intensa. Recebemos feedbacks dos integrantes que estavam presentes na primeira reunião de que devido a visibilidade que eles estavam alcançando, muitas pessoas buscavam algum proveito disso, e que eles trabalhariam conosco caso o intuito não fosse esse.

Como grupo do projeto, sentimos que a Liga depositava em nós uma expectativa muito grande, ligada inclusive a atividades as quais não caberiam ser feitas por nós. Apesar disso, sentimos também que essa expectativa era uma forma quase palpável de demonstrar que eles

estariam conosco nessa caminhada tanto quanto estaríamos com eles, e, poderíamos contar com o auxílio da Liga para a realização dos passos do projeto.

No decorrer do semestre, um dos integrantes que tinha grande participação na Liga (Baloy) deixou o grupo por motivos ligados a comunicação interna e realização de atividades. Apesar de estarmos acompanhando o grupo seguidamente e termos notado que a relação do integrante com o fundador principalmente não estava tranquila, não esperávamos pela saída dele. Porém, essa questão não afetou no desenvolvimento do projeto.

Ao longo do trabalho, poucos foram os problemas de fato ligados a parte de desenvolvimento. Houve algumas questões como o espaço inicial pensado para o Dia de Ação, que acabou necessitando de uma segunda opção, essa, inclusive, melhor que a primeira. Os problemas maiores foram relativos à questão de tempo: conseguir realizar o projeto no melhor formato possível em pouco tempo e selecionar quais ideias de fato seriam possíveis colocar em prática.

Por isso, algumas questões foram levantadas no grupo ao longo do semestre, as principais, estavam ligadas a participação dos integrantes no andamento do projeto. Entendia-se como grupo que todos possuem problemas pessoais e que todos sentem-se afetados por eles, porém, era necessário compreender também que não cabia a esse projeto distanciar-se do grupo e das atividades constantemente. Apesar de alguns problemas relacionados a essa falta de participação por parte de alguns integrantes, o projeto desenvolveu-se adequadamente e todas as questões levantadas foram devidamente conversadas entre o grupo para que não ocorresse nenhum problema.

De uma forma geral, para todos os integrantes, esse projeto foi, de fato, um desafio. Alguns participantes do grupo estavam com seus TCCs em andamento. Outros, junto ao projeto, faziam mais matérias do curso e trabalhavam nos períodos restantes. Foi um desafio também, pois como já citado no início desse relato, poucos eram os integrantes que já haviam trabalhado em aula juntos anteriormente. Todos eram novos uns aos outros, e a experiência de utilizar todo o conhecimento adquirido ao longo do curso em um único trabalho, também era novidade ao grupo.

Compartilhar experiências, conhecimento, vivências e auxiliar uns aos outros: mesmo com algumas dificuldades ao longo do semestre, é isso que levaremos deste período único!

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de identificar e solucionar possíveis problemas do grupo escolhido para a realização dos processos do PEXPP através de uma campanha comunicacional, buscou-se aplicar um processo observatório participativo, também chamado de etnográfico, convivendo com a Liga dos Heróis e vivenciando experiências passadas pelo grupo.

Assim, deu-se início a um processo de aprendizado sobre o trabalho beneficente que fazem, envolvendo principalmente a oncologia pediátrica do Hospital São Vicente de Paulo de Passo Fundo, conhecido atualmente como Hospital de Clínicas.

Nesse processo, dois pontos principais se sobressaíram: a comunicação interna do grupo e a falta de reconhecimento de marca do público externo. Os trabalhos realizados para solucionar os problemas de comunicação interna foram definidos e identificados como processos de endomarketing. Através de materiais criados para a Liga e da Liga e o uso do Dia de Ação, etapa solicitada na realização do Projeto Experimental, a comunicação do grupo se fortificou.

O Dia de Ação, em especial, foi dedicado a entrega dos materiais criados e a atividades e conversas que pudessem reforçar a importância da comunicação entre os participantes. Ainda, fez-se uso do Dia de Ação para mostrar aos integrantes a importância do trabalho que realizam e o quanto a comunicação interna pode ser refletida ao público externo. Todos esses processos foram realizados levando em consideração os capítulos iniciais desse projeto: conhecer a organização e viver a organização (capítulos 1 e 2).

Já para solucionar o problema que envolvia o público externo, foi necessário realizar uma série de processos inclusos numa campanha maior, definida como campanha de reconhecimento de marca.

Nessa campanha, com público-alvo já identificado previamente através de um questionário online aplicado, e tendo conhecimento que o público externo compunha-se de amantes de cosplay/mundo geek/ner, profissionais e entidades de saúde, familiares de pessoas que passaram por tratamentos contra doenças como o câncer (trabalho realizado no capítulo 3: conhecer o público-alvo), o grupo do PEXPP fez a construção de uma nova identidade visual, já que a anterior estava ligada diretamente a marcas como DC Comics e Marvel.

Na nova identidade buscou-se uma linha criativa que estivesse ligada a valores do Grupo da Liga dos Heróis, desvinculando a marca do grupo a outras empresas. É importante salientar que pela Liga dos Heróis tratar-se de um grupo de cosplayers - principalmente de super-heróis

- não havia motivos para utilizar como tema outros assuntos em alta atualmente, senão os super-heróis e o universo geek/nerd.

Ainda, unido ao fator financeiro, fez-se a proposta de produção de materiais para venda ao público, como canecas, chaveiros e garrafas, que estampassem a nova marca da Liga, para que as pessoas pudessem levar consigo, gerando a lembrança de marca e também contribuindo financeiramente para os investimentos realizados pelos participantes da Liga. Essa sugestão foi expressa em materiais para as redes sociais da Liga, por serem canais em que o público possui maior contato com os trabalhos realizados por eles.

Outro ponto trabalhado na campanha de lembrança de marca foi a diferenciação dos serviços prestados pelo grupo. Viu-se a necessidade de tal devido a uma confusão erada pelo público. Assim, nessa campanha, buscou-se mostrar ao público as diferenças entre os serviços particulares e beneficentes, e como um pode auxiliar o outro, tornando o público parte do projeto beneficente da Liga.

Ligado ao fator de reconhecimento de marca e também ao fator financeiro, criou-se um manual de contratação da Liga, que poderá ser entregue a quem deseja contratar o grupo, para que não haja eventuais problemas ligados ao tipo de serviço prestado.

Em suma, a campanha de reconhecimento de marca poderá ser aplicada nas redes sociais do grupo. Também poderá contar com materiais impressos, porém, a campanha foi criada com foco no ambiente digital. Ainda, alguns materiais impressos serão voltados a empresas de comunicação, como rádios e emissoras de televisão, buscando um espaço gratuito para divulgação do grupo (nesses casos, especificamente, reforçando o trabalho beneficente). A concepção de todos esses materiais e sua produção foram feitos a fim de responder questões abordadas nos capítulos 4 e 5: planejar a campanha e criar e produzir a campanha.

Após a finalização de todas as etapas ligadas diretamente as campanhas, o capítulo 6, relatório do projeto experimental, foi criado com base em um diário, também solicitado no projeto, em que o grupo alimentou durante a execução de todas as partes do estudo, relatando cada momento dedicado a esse trabalho. Nesse relatório, identificou-se muitos pontos positivos, mas também pontos que poderiam ter sido executados de maneira diferente a fim de um melhor aproveitamento do processo como um todo.

Diante de todas as atividades e materiais feitos, o Projeto Experimental guiou-se por um caminho específico. Algumas lacunas ficaram abertas, e, posteriormente, poderão ser preenchidas em estudos futuros. Entendeu-se entre o grupo do PEXPP que o problema

comunicacional interno, por ter sido identificado primeiro, teve um foco maior de todos os integrantes.

Esse foco acabou dificultando o desenvolvimento e o fluxo de ideias para a comunicação externa. Apesar disso, compreendeu-se também que após a solução do problema interno através do endomarketing, o grupo pôde-se dedicar inteiramente ao problema comunicacional externo.

Na campanha externa, o grupo sentiu dificuldade de domínio da linguagem de HQ's para uso em materiais. Sugere-se futuramente, um processo de imersão no universo geek/nerd realizado antes mesmo de um primeiro contato com a Liga dos Heróis.

Outra lacuna identificada foi o contato com o público externo. Apesar de ter sido realizado com técnica previamente estabelecida, é interessante a esse estudo que esse contato se faça de forma ainda mais aprofundada, incluindo entrevistas presenciais com uma amostra dos públicos por exemplo, a fim de coletar mais informações da visão externa sobre a Liga dos Heróis, facilitando o processo de desenvolvimento de materiais e conceito

REFERÊNCIAS

CANAL TECH. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/entretenimento/Hospital-utiliza-herois-da-Liga-da-Justica-para-ajudar-criancas-com-cancer/>>.

CATHOLIC LINK. Disponível em: <<https://catholic-link.com/imagenes/infografia-santos-superheroes/>>.

FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/HeroisDoBem/photos/pcb.2476284475796747/2476283622463499>>.

FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/HeroisDoBem/photos/pcb.2464079703683891/2464075617017633>>.

FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/HeroisDoBem/photos/pcb.2448054415286420/2448054035286458>>.

_ Disponível em: <<https://www.facebook.com/ongfabricadeherois>>.

_ Disponível em: <https://www.facebook.com/Federa%C3%A7%C3%A3o-Gal%C3%A1ctica-da-Luz-490295168390810/?epa=SEARCH_BOX>.

_ Disponível em: <<https://www.facebook.com/tripularte/photos/a.118408388851976/118408705518611/?type=1&theater>>.

_ Disponível em: <<https://www.facebook.com/aranhapassofundo/photos/a.1963601077194834/2411980409023563/?type=1&theater>>.

GLOBO. Disponível em: <<http://g1.globo.com/dia-das-criancas/2013/fotos/2013/10/super-herois-limpam-janelas-em-hospital-de-sao-paulo.html>>.

_ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/v/liga-de-super-herois-ajuda-criancas-no-hospital-em-passo-fundo/7698435/>>.

MORI, Robson Hideki. *Cosplay: Fantasiar e Expressar*. Orientador: Profª Drª Selma Baptista. 2010. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) - Universidade Federal do Paraná., [S. l.], 2010. Disponível em: Referenciabibliografica.net/a/pt-br/ref/abnt. Acesso em: 30 set. 2019.

ONG FÁBRICA DE HERÓIS. Disponível em: <<https://www.ongfabricadeherois.com.br>>.

SARUBBI, Fabíola Maciel; ALPERSTEDT, Graziela Dias; FEUERSCHÜTTE, Simone Ghisi. *O Trabalho Voluntário em Organizações do Terceiro Setor: Caracterização dos Saberes Necessários para Atuar na Questão do Hiv/Aids*. EnANPAD, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APS1767.pdf>. Acesso em: 30 set. 2019.

STRUTZEL, Tércio. *Presença Digital*: Estratégias eficazes para posicionar sua marca pessoa ou corporativa na web. Alta Books Editora. Rio de Janeiro, 2015.

UNIMED. Disponível em:

<http://www.unimed.coop.br/pct/index.jsp?cd_canal=49146&cd_secao=-1&cd_materia=342552>.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE PERGUNTAS ENTREVISTA COM PÚBLICO INTERNO

Levantamento de informações sobre a participação e visão sobre a Liga dos Heróis

1. Como começou o seu envolvimento com a Liga dos Heróis?
2. Em que você colabora com a organização?
3. Qual sua percepção a respeito dos serviços?
4. Na sua opinião, a organização precisa de alguma mudança ou está bom como está?
5. Como você percebe como funciona a comunicação dentro da Liga?
6. Pontos positivos e benefícios do projeto?
7. Pontos negativos e dificuldades do projeto?
8. Quais as oportunidades na região que você percebe que podem beneficiar o grupo?
9. Como você percebe o papel social do projeto?
10. Quais as restrições que você vê no grupo?

APÊNDICE 2 – ROTEIRO DE PERGUNTAS ENTREVISTA COM PÚBLICO ESPECIALISTA

Levantamento de informações sobre a visão da Liga dos Heróis

1. Qual o grau de conhecimento que você tem a respeito do projeto?
2. As dificuldades que este tipo de projeto passa?
3. As oportunidades que este de projeto?
4. Conhece outras organizações que trabalham como a Liga?
5. Vivências e experiências com essas organizações/projetos?
6. Qual a contribuição/importância deste serviço prestado pelo projeto?
7. Como você percebe o papel desse projeto no social/local?

APÊNDICE 3 – ENTREVISTA PÚBLICO INTERNO COM VINÍCIUS KÜMPPEL

Como começou seu envolvimento com a Liga dos Heróis? Como conheceu e como entrou no grupo?

Foi assim, em agosto 2018 eu perdi minha vó com câncer e em setembro descobri que minha mãe estava com câncer, dia 16 de dezembro ela faleceu, dia 18 de dezembro eu estava internado com câncer. Então aí eu com tratamento vi que eles estavam fazendo bastante serviços e ajudando muito o pessoal no hospital e me interessou porque vi que eles estavam sempre fazendo as fotos com celular, faziam a cobertura com o celular, aí eu disponibilizei meus equipamentos pra fazer as fotos pra eles, tudo que eles precisassem quando eu não tivesse evento eu iria fazer com todo carinho e sem por minha logo nem nada.

Aí fiz primeiro evento com eles dia 11/04 no hospital da cidade na oncologia, depois fui conversando com o Júnior e conheci o Baloy e aí depois no outro evento que teve aqui na outra semana na estreia do filme dos vingadores o ultimato comecei a conversar mais com eles, já na mesma semana o Júnior entrou em contato comigo, pediu minha altura o número que eu calçava e eu peguei e falei né, aí ele falou no próximo evento vou colocar você de herói aí eu não sei por mim indiferente né, ele me deu o Batman, falou vou te dar o Batman pra fazer tu tem todos os traços, tem a altura tem tudo, tu vai fazer o Batman, aí foi na outra semana dia 18 eu já peguei e já fiz no Hospital São Vicente na oncologia, aí foi que fiz o Batman aí fomos nos conhecendo mais e criamos um laço, sempre que faço algo eu entro de cabeça não tenho medo é melhor que eu faça e me arrependa de algo que eu fiz do que não fiz pelo menos eu tentei, eu sou assim daí comecei a conversar com o Baloy, com o Júnior e com a Jana com o pessoal fechou sabe, eu via que a galera se puxava, que a galera gostava e pra mim isso foi muito bom, porque isso me ajudou em 90% do meu tratamento a liga me ajudou.

Quase toda semana o pessoal conversava comigo me pediam como eu tava, quando eu fazia quimioterapia depois que acabava um ou outro sempre entrava em contato comigo, o que eu gostei é que a liga não é só pra fazer um evento beneficente para as pessoas mas sim também para o pessoal do grupo, muitas pessoas do grupo entraram porque passaram por algo é depressão é emocional muito grande então isso aí que me chamou muita atenção. Quando fiz o primeiro evento também todos chegaram pra mim lá quando eu tava colocando a roupa do Batman e disseram pra mim assim, ó qualquer coisa que você sentir, qualquer desconforto você chama um de nós a gente vai e tira a roupa de você, porque eu tinha feito quimioterapia aquela

semana me senti muito acolhido pela liga, e foi assim que a gente foi se conhecendo e estamos até hoje.

E hoje em que você colabora com a liga?

Na parte de fotografia, na parte de arte, na parte de vídeo, muitas coisas a gente tá guardando os materiais, a gente tem um servidor então eu guardo toda a parte de material da liga e toda essa parte aí para as redes sociais.

Em relação as redes sociais como você vê, o que tu pensa no futuro, o que daria pra postar mais?

Na verdade assim, o que acontece, é que existe outros grupos também que vocês sabem qual é que são, e que eles estão tomando o nome da liga dos heróis pra eles, porque eles não fazem eventos beneficentes, eles só fazem eventos particulares se vocês forem pesquisar e tal, mas isso não vem ao caso o que eu acho que poderia ser feito mais, criado uma arte, entendeu, que nem ontem de noite uma mãe de um guria que está passando pela segunda vez por leucemia, ela entrou em contato comigo pra saber se a gente podia fazer uma campanha pra doadores de medula e ela me mandou uma foto que a gente tinha com ela entendeu, e ela também conhece minha história que eu tive câncer e tal, aí eu disse que a gente podia disponibilizar isso aí, mas que ia conversar com a diretoria e com o pessoal, também falei que vocês estavam a par disso, bolar uma ideia pra gente fazer essas campanhas de doação de sangue, doador de medula, tipo essas campanhas pras pessoas que a gente tem eventos particulares sim e tem eventos beneficentes.

Hoje a liga faz um pouco dos dois mas mais beneficentes que particulares então tinha que mesclar mais alguma coisa mas que não vejam como se a liga tivesse se aproveitando do beneficente para fazer no particular que é uma coisa que pode acontecer e muito, esse era meu maior medo a respeito da outra equipe, eles fazem tipo de eventos particulares e nós fazemos beneficentes, então o que acontece a o pessoal da liga tá fazendo eventos beneficentes, até a gente comentou esses dias sobre isso, sobre os nossos membros fazerem eventos particulares pros outros, porque isso acontece bastante, a liga hoje falei com o Júnior a Jana e o baloy que eles não tem mais que ver a liga como um grupo mas sim como uma empresa até quando a

gente fez o cadastro a gente bolou tudo, um crachá porque muitas pessoas vão usar o nome da liga pra entrar e se beneficiar e reduzir esses efeitos para que não aconteça isso.

E hoje quando tu pensa nos trabalhos que a liga faz o que te vem a mente no primeiro momento?

Pra mim, assim emoção, carinho, afeto, a parceria, a palavra família deu mais sentido nesse momento, nosso grupo ele tem as mesmas características de uma família, tem brigas tem tudo é família não adianta, um fica bravo com o outro é família, mas assim ó o principal que eu vejo é que o pessoal não deixa isso tomar conta, prejudicar a liga e isso que me chama mais atenção, esse sentimento de carinho um com os outros.

Alguma coisa poderia ser melhorada dentro da liga?

A falta de comunicação, na verdade o rio grande do sul pesquisas falam que tem uma grande falta de comunicação cerca de 50%, muitas vezes a gente conversa combina e no outro evento a gente já se perde, até queremos fazer mas muitas vezes acaba se perdendo, não uma pessoa, falo de todo mundo porque no momento que sai uma coisa errada é a liga e no momento que sai uma coisa certa é a liga também, falta de planejamento de projeto, agora vamos fazer um projeto sobre isso aí, e hierarquia o pessoal respeitar como deve ser feito, tipo vai ter o evento tal, não deixar que a liga se torne um tapa furo, tipo a vai ter evento amanhã liga pra liga que eles vem, não tem uma organização uma estrutura organizacional, agregar valor pra marca e organizacional.

Como a liga trata com as pessoas que tem um temperamento mais forte, quais são as medidas tomadas?

A gente está chegando conversar, como a gente montou a diretoria de uns tempos pra cá, então cada um teve seus cargos, então a gente já chegando conversar com as pessoas que estão precisando mais de atenção, que tem um temperamento forte a gente vai e conversa é tudo destinado entendeu.

Você acha que existe algum ponto negativo da liga, algo que possa impedir vocês de fazer alguma coisa?

Tipo tempo, na verdade não seria uma coisa negativa, mas é um empecilho, o tempo das pessoas do grupo porque uma pessoas tem o evento beneficente como uma profissão vamos dizer assim e outros não têm pensam que é uma brincadeira, então acho que a falta de compromisso de muitos membros é o ponto negativo que a liga tem. A situação financeira, até porque a gente criou uma vaquinha pra arrumar os cosplay e muitas vezes tiramos esse dinheiro do bolso pra poder viajar, por exemplo fomos em uma escola e ela pagou a gasolina, isso já ajuda bastante.

E você acha que diminuir o número de integrantes que a liga tem é uma opção?

Na verdade assim ó, como o evento beneficente abrange muitos setores, vamos dizer assim que a gente vai participar de um evento beneficente que a gente vai arrecadar alguns brinquedos, hoje a liga é muito conhecida se a gente for se caracterizar aqui e sair na rua a gente leva mais ou menos de 30 minutos a uma hora pra conseguir dar a volta no quarteirão por causa que a galera para, a galera conversa, então não seria a questão você diminuir os integrantes do grupo entendeu, porque como são muitos setores vai ter muitos setores no evento, teria que multiplicar esse pessoal, multiplica que eu falo não seria pessoas vestidas de cosplayers mas sim pessoas pra staff, pra ajudar, pra dar apoio, nós estamos com a roupa e não estamos vendo nada ou passamos mal e não temos o suporte e apoio.

Na sua opinião qual é o ponto negativo dos concorrentes?

Eles não entram no personagem, é uma coisa muito superficial, eles estão levando como uma diversão por exemplo o capitão américa não vai ficar brincando de rodinha ou ficar sambando na frente dos convidados, o batman não vai ficar sorrindo e andando de rodinha na frente da criança, o Vader não vai ficar rebolando em cima do palco essa é a grande diferença, e o grande diferencial é que a liga sim faz o beneficente, a missão da liga é o evento beneficente é a peça chave da liga.

E hoje na região quais são as oportunidades que tu vê que pode ajudar a liga a crescer?

As aparições na RBS TV, no Fantástico, na TV câmara, ser conhecido nesse mundo do pessoal para ajudar as pessoas, vou dar um exemplo, eu gosto sempre de dar o meu exemplo do momento que eu passei pelo câncer, que eu passei pelas perdas, vamos começar pelas perdas que eu tive da minha avó e da minha mãe, hoje eu posso chegar e conversar com uma pessoas que está passando pela mesma situação, que tem um familiar com câncer, entendeu? Porque muitas vezes a gente não têm um familiar com câncer e a gente quer dar uma palavra de incentivo e acaba estragando tudo, então essa é uma oportunidade que eu tenho de conversar, posso conversar com uma pessoa com câncer também porque eu passei por isso. Vou dar um exemplo que aconteceu aqui no Hospital da Cidade, quando a gente tava fazendo a reportagem do Fantástico, eu tive que ser internado por causa que os meus exames estavam muito altos, e tipo assim, eu não entendi o porquê, aí aconteceu tudo ali a gente fez a gravação, no sábado à tarde tinha uma mulher chorando na janela do corredor e eu peguei e sentei e fiquei conversando com ela, falei pra ela “é difícil né” e ela disse assim “é muito difícil quando as pessoas não querem se ajudar” e eu olhei pra ela assim e, tipo assim, eu hoje não dou mais uma palavra de conforto pro familiar e nem pras pessoas com câncer, a gente não pode ver uma pessoa que tem câncer como uma pessoas indefesa, isso é a pior coisa pra você dizer pra pessoa com câncer que não se ajuda, porque se ela não se ajudasse ela não estaria no hospital fazendo o tratamento. Uma pessoa com dor de cabeça em casa, que não tem câncer, não tem nada, gosta de ficar no seu quarto, quieto, dormindo, deitado, então quer dizer que essa pessoa não está se ajudando também pra essa dor de cabeça sair, então eu comecei a conversar com ela sobre isso, e eu acho que essa é uma oportunidade que a gente pode ter de conversar com as pessoas e entender o que as pessoas têm.

E tu acha que tem um tabu muito grande em relação a essa coisa do câncer em as pessoas terem um distanciamento, vocês trabalham bastante com crianças né? Mas os pais, como que eles reagem quando vocês vão para esses eventos, você veem bastante pais desacreditados ou pais que têm esperança?

Não a gente vê pais que têm esperança, porque um exemplo que aconteceu uma vez, que ligaram pro Junior pedindo pra ele ir visitar uma criança em estado terminal, que o médico não tinha

dado até a tarde para ele, então ele se arrumou o mais rápido possível e despencou de lá pra cá e veio ver a criança, e quando ele viu a criança ela deu uma reagida, entendeu, aí depois de dois dias a mãe da criança ligou agradecendo o Junior porque com a visita do capitão américa ele teve mais dois dias de vida que o médico tinha dado só até a tarde de vida pra ele.

Teve muitos casos que os pais não tinham esperança? E isso mudou depois da visita?

Teve, teve muitos casos, muitas vezes o super herói não é nem pra criança e sim pros pais e daí acontece que muitas vezes a gente chega pra visitar a criança e o pai fala a deixa eu tirar uma foto pra mandar para outra pessoa tira a foto e acaba acreditando na pessoa que daí a criança dá uma reagida então já criou uma esperança, porque muitas vezes as pessoas então em estado terminal no CTI pediátrica, cansado, dormindo debruçado na cama a gente vai lá e chega conversa com eles e a gente vê os batimentos subindo um pouquinho, a gente vê a criança abre o olho porque ela está sedada né, daí a mãe já começa a conversar dá um ânimo pros pais.

Em relação a comunicação no facebook, você acha que seria melhor se comunicar com os pais ou com as crianças?

Com os dois grupos, porque o que acontece é que no facebook, instagram tem muitas coisas para adultos e muitas coisas impróprias para crianças, até muitas vezes a roupa do cosplay gera um ar de sensualidade, claro não é o intuito do nosso grupo, mas tem alguns grupos que gera isso aí, então o pessoal hoje já vê o cosplay com outros olhos e fazendo um trabalho mais para as crianças e também para os adultos eu acho que complementaria um no outro.

O que hoje impede o grupo de crescer e se destacar?

A falta de comprometimento, exemplo de comprometimento, hoje existe no grupo 3 cidades, Passo Fundo, Carazinho e Não-me-toque, por exemplo eu sou de carazinho, o baloy de passo fundo e vocês de não me toque, tipo vocês se movimentam para vim fazer a entrevista para fazer isso e aquilo e eu não faço nada, nesse momento que eu não faço nada eu to criando uma barreira para que o grupo não cresça, porque o pessoal não entendeu que eles são a liga, muitas vezes aconteceu de pessoas querer solta piadinha do tipo criar um grupo aqui e tal, aqui nosso, o pessoal tem que entender, deu coisa errada é a liga, deu coisa certa é a liga, então no

momento que o pessoal entender que eles são a liga, não é simplesmente um grupo, cada um é a liga aí o comprometimento vai ser maior, ir na escola conversar com as crianças, muitas vezes não é só se vestir de cosplay e ir conversar e divertir a pessoa, que nem que tava direto no hospital conversava com as pessoas sem cosplay e foi o que aconteceu na segunda depois que eu tava internado que aconteceu a gravação foi seis pacientes lá bater na porta do meu quarto pra conversar comigo entendeu, então é isso que o pessoal não te entendendo. Acho que é o momento de entender que não, não é mais uma coisinha de diversão, que nem botei no grupo esses dias que nós temos que ser mais profissionais por aquilo que a gente faz, porque se você não é profissional você não tem caráter, porque você faz as coisas meia boca e se você faz as coisas meia boca, aí pra liga não serve porque você tá lidando com pessoas, e pessoas com o estado emocional abalado, pessoas indefesas, no momento que a gente trabalhar como profissionais e como pessoas, a mesma coisa um médico, porque ele trabalha profissionalmente com pessoas porque se trabalhasse de qualquer jeito a vai morrer e pronto.

5 valores que uma pessoa precisa ter pra entrar na liga:

- 1- Coração grande
- 2- Ser profissional
- 3- Ter foco
- 4- Comprometimento
- 5- Ter o intuito de ajudar as pessoas

Muitas vezes as pessoas querem entrar na liga só para usar cosplay, colocam isso em primeiro lugar, assim como também tem pessoas que entram na liga para ajudar, as pessoas saberem que não simplesmente você colocar o cosplay pra ser herói, não precisa se vestir de herói pra se tornar um. Vamos dar exemplos dos filmes, o batman ele é o batman mas tem o alfred que dá o suporte pra ele, o arqueiro tem ele e tem a equipe mas tem a felicity lá no cafofo pra dar as diretrizes, então essas pessoas poderiam se situar nisso.

APÊNDICE 4 – ENTREVISTA PÚBLICO INTERNO COM LARISSA DA ROSA

Como começou o seu envolvimento com a Liga dos Heróis?

Estava participando do Animetchê 2018 e conheci o Baloy. Eu estava com um cosplay de Star Wars e ele faz o Darth Vader, comentou em fazermos um grupo, mas acabamos não tendo mais contato. No início deste ano, fui chamada pelo Júnior no facebook, porque eles fazem em Não-Me-Toque o Animetoque e comentou que tinha conversado com o Baloy e ele disse que eu muito atenciosa e que gostaria de me ter no grupo deles. Então, perguntei como funcionava e ele me contou todo o propósito do grupo e já me adicionou no grupo do whatsapp onde somos avisados dos eventos e quem pode ir vai e quem não pode vai no próximo.

Meu primeiro evento foi com as crianças com Síndrome de Down aqui em Passo Fundo e nossa, cheguei em casa com o coração explodindo. Eles são muito amor, eu nunca havia participando de eventos assim, mais como comentei, no Animetchê, encontros nerds, para esse propósito nunca tinha ido, muito legal. As crianças têm uma paixão que não dá pra descrever. Nós tínhamos planejado fazer uma entrada toda bonitinha e não deu tempo, porque quando chegamos na porta eles já vieram correndo, esse foi meu primeiro evento e foi bem marcante.

Eu não participei de tantos eventos, até porque eu só consigo participar nos fins de semana por causa do trabalho, é difícil eu conseguir folga. Eu devo ter participado de mais ou menos uns 15 eventos. De acordo com o número de eventos que a Liga tem, são poucos.

Em que você colabora com a organização?

Conversar com crianças e adultos também, por exemplo no hospital, eu não sou uma pessoa religiosa, mas tem pessoas mais velhas que eu que são religiosos e eu sempre procuro dizer, de uma forma que ajude eles, que Deus só dá batalhas que ele sabe que a gente vai conseguir enfrentar, e você sente que ajuda eles. É algo que você sabe que vai ajudar. Esse tipo de conversa, com criança, que ela tem uma outra missão daqui a pouco e ela vai ter que ir embora, que eles vão salvar a outra parte do mundo agora e eles entendem isso. Mas sempre na base da conversa, do carinho, dar um abraço quando pode. Eles adoram abraçar, no hospital também, eles se sentem acolhidos e a gente também.

Em todos os eventos você estava caracterizada?

Sim. A Rey (Star Wars) que fiz em casa, não tinha dinheiro e eu queria muito fazer e decidi fazer em casa. Depois o Junior me deu uma roupa dele que era do Homem Aranha, ajustei a roupa do meu tamanho e agora eu tenho o Homem Aranha, foi muito legal quando usei ela. E já usei a Capitã América que é dele também e agora eu comprei dele a Supergirl. Mas antes, eu fiz em casa também a Vampira dos X-Men.

E saiu tudo do teu bolso?

Sai tudo do meu bolso. Mas assim, você ajuda como pode. Tem muita gente ali que faz seus próprios copslays porque é mais barato e tem muita coisa incrível. Tem o Leo, por exemplo, que fez o noir do Homem Aranha do Aranhaverso e a roupa dele é perfeita. É bem legal, a maioria do pessoal faz por questão financeira mesmo, é a vontade que a gente tem de ajudar que motiva. Não tem aquela desculpa de eu não tenho roupa para ir, não vou ter dinheiro pra comprar, sempre tem. E a gente sempre se ajuda, se alguém tem um material, peço emprestado, se eu puder emprestar, se souber de uma técnica para aquela roupa, a gente sempre vai conversando muito sobre isso, tem muita troca dentro do grupo.

E essa conversa com o grupo é bem acessível, você tem contato com todos?

Tem quase 50 pessoas no grupo, agora por questão de organização a gente fez um grupo a parte que a gente chama de Liga Diversos, lá a gente fala besteira, conversa bastante, justamente para que esse grupo principal fala em evento, precisa de algo mais sério, pra não sumir a conversa. Então tem esse grupo a parte, mas sempre que preciso falar com alguém eu chamo no particular, todo mundo já se conhece, já sabe o que é. É bem fácil de falar com o pessoal. Tem o pessoal de Não-Me-Toque, principalmente a Jana, que eu tenho mais contato. Até questão de ter lugar para ficar, se um evento for terminar tarde, tem dias que eu fico aqui e ela já tem meu cobertor reservado na casa dela. Então até isso, a gente se ajuda nessa questão, é bem legal, é uma família. A gente sempre fala que é uma família.

Na sua opinião, a organização precisa de alguma mudança ou está bom como está? / Como você percebe como funciona a comunicação dentro da Liga?

A diretoria é uma ideia meio recente, pra mim, tá sendo ótimo, porque é muita gente e antes ficava muito desorganizado, tinha muita coisa a gente deixava passar. Tanto a questão do grupo, tinha coisas que passavam porque a gente ficava falando besteira e sumia. Ai ficou um grupo pra coisas mais sérias e importantes e o outro para descontração. Depois teve a ideia dos crachás

para quando a gente fosse nos eventos, que nem todo mundo tem a camiseta da Liga. Essa organização foi ótima depois da diretoria, se continuar assim vai ser ótimo.

Se tu tiver que falar sobre 5 valores que uma pessoa precisa ter para entrar na Liga, quais seriam?

Coisas que o Junior sempre fala pra gente e que tu vê quando está no evento: coração gigante, é ter amor, é tu saber que tu não é a única pessoa do mundo e tu não é a única pessoa com dificuldades, tu vai encontrar pessoas piores que tu. Claro que a gente não deve medir batalhas, o que não tá ruim pra mim, pode estar pra você e vice e versa. Mas uma situação hospitalar é sempre mais complicada. De tudo que eu já vi, o que eu passo não é nada comparado. Então é ter amor, compaixão, é se colocar no lugar da outra pessoa, eu não sei explicar, eu fico emocionada quando eu falo dessas coisas.

Tu vê isso te ajudou até com questões internas tuas?

É ter a família por perto, como você disse, me ajudou mesmo, porque hoje fazendo parte da Liga, eu me sinto uma pessoa completa, porque, claro, eu sempre fui bem tranquila, mas hoje, participando desse tipo de evento. Por exemplo sábado, sábado de manhã a gente foi no hospital por causa do Dia dos Pais e a tarde a gente conversou com as crianças. Eu até cheguei com a Jana em casa e falei: eu não sei o que eu faria se não estive aqui porque eu tô querendo explodir, sabe. É muito bom. Eu não sei explicar. É uma aceitação que eu não sei explicar. O amor que tu recebe, todo o carinho é muito gratificante.

A gente às vezes fala que está ajudando as pessoas e muitas vezes são elas que estão nos ajudando, né?

A gente ajuda tanto as outras pessoas mas a gente se ajuda também, porque nossa, tem semanas que eu to acabada, aí eu penso, amanhã tem evento, aí eu já fico animada, e na semana seguinte eu já to... essa semana foi uma semana incrível por causa dos eventos do fim de semana. E como o Junior fala, quando ele começa a reclamar muito da vida ele pega e vai pro hospital de novo. Porque isso recarrega e faz a gente ver todas as outras coisas com outros olhos. Minha mãe, por exemplo, era uma pessoa que reclamava por qualquer coisinha e depois que eu comecei a chegar em casa e contava pra ela o que eu via, ela já mudou totalmente a visão dela, sabe. Tu vai ajudando todas as pessoas em volta. Você vê muito além. A gente tava noite caminhando e um gurizinho viu a gente e ele falou: mãe era a capitã Marvel, ele reconheceu a Jana, marca muito eles. Você muda o dia, a semana de uma pessoa ou de uma criança também.

E como você vê a relação com os adultos?

Minha irmã falava “vocês são adultos, adultos não vão querer ver a vocês assim”. Gostam, porque da mesma maneira que a gente já foi crianças, eles também foram criança e a gente quer deixar isso vivo. E uma coisa que me ajuda a lidar com adulto é pegar muito do personagem. Agora, eu to fazendo mais a Supergirl, então tudo que eu consigo aprender dela, eu quero passar isso pro adulto, que é a questão do carinho, do ser justo, de mandar a real, ser firme e saber que tem que passar confiança para a pessoa, pra ela saber que ela vai conseguir enfrentar seja o que ela ta passando. Então, adulto gosta muito. Teve uma senhorinha que brincou com o Vini sábado, disse que ia deixar a janela do quarto dela aberta pra quando ela estiver triste ele ir visitar ela. É muito divertido, é um ambiente pesado, mas depois que tu faz, tu sente que ficou mais leve, até as enfermeiras falam, que estão sempre na correria e não veem esse lado divertido. E por mim, se eu puder eu vou toda a semana. Se eu puder ir pro hospital toda semana, eu vou toda semana.

Pontos positivos e benefícios do projeto?

Além de fazer bem para as pessoas, eu desde criança sempre fui apaixonada por heróis, então poder estar nesse meio ainda fazendo coisas do personagem que eu sempre gostei e conheço, é incrível. Eu até fiz uma tatuagem em homenagem depois que eu entrei pra Liga, eu tinha medo de fazer tatuagem e o Junior falou “se for importante pra ti, você vai conseguir fazer”. Aí depois de assistir o último filme dos Vingadores, sai de lá e já marquei a tatuagem, fiz uma tatuagem dos Vingadores originais, porque ao mesmo tempo me lembra a Liga. Fiz uma do Star Wars também, para ligar que por causa da personagem de SW eu entrei na Liga. Pra mim é muito incrível e eu sou muito nerd.

E tu acha que com esse movimento geek aumenta, isso ajuda a Liga ou atrapalha?

Sim, eu acho que ajuda bastante porque a gente fica mais reconhecido, o que a gente quer: ser reconhecido, de repente começar por esse meio em que todo mundo vai saber depois porque a gente faz isso. A gente quer que as pessoas se inspirem pra também começar a fazer o bem.

E acontece muito de algumas pessoas que tem outras intenções a entrarem no grupo?

Já teve casos da gente expulsar. A gente conversou todo mundo, essa pessoa não tá sendo muito legal, daí se faz uma votação, porque a gente não quer ficar com uma imagem errada. A gente quer fazer coisas boas. Claro que o Junior interfere antes, conversa com a pessoa para rever o

que ela tá fazendo, senão funciona, falou uma, duas vezes, não tem o que fazer. Porque infelizmente tem gente que só quer a fama. É a fama que eles querem.

Pontos negativos, coisas que podem ser melhoradas dentro da Liga?

Identificar um personagem quando é da Liga. Porque hoje tem muita gente que tem cosplay, porque querendo ou não, fora da Liga, usam cosplay e não tem boas intenções. Então, a gente tá vendo pra fazer um bracelete, que mesmo com o uniforme o pessoal identifique que aquele personagem é da Liga. Coisas assim de organização mesmo. Porque se eu faço uma coisa errada, vai cair pra todo mundo e quando você faz uma coisa boa é uma coisa maravilhosa, mas se você erra uma vez, não vai ser só uma pessoa, será o grupo inteiro.

Tem algo sobre os eventos que deveriam ser melhorados?

Por enquanto, de todos os eventos que eu fui, até em POA, foi tudo tranquilo. Aconteceram problemas, mas não foram com a gente, por exemplo, transporte aconteceu coisa no ônibus, mas não teve relacionado com a organização. Porquê do jeito que tá, tá tranquilo. A gente fala vai ter evento em tal cidade, até tal dia todo mundo tem que pagar, pra gente ver se vai ter dinheiro pra ir de ônibus, de van. Isso de organização tá muito bom. Bem tranquilo, por enquanto não tem nada.

Como você vê as questões das redes sociais da Liga?

O que a gente sempre quer fazer e nunca dá, eu até fiquei um tempo tentando administrar o Instagram da Liga e nunca dá. A gente queria poder divulgar mais eventos que vamos estar porque tem muita gente que quer levar os filhos, mas não dá, a gente esquece, é bem complicado. Então a gente acaba postando no pessoal, a gente vai esquecer, não adianta, daí posta no pessoal mesmo, às vezes tem mais pessoas que seguem e acabam visualizando, mas isso a gente precisaria de pelo menos uma pessoa que ficasse 100% só pra cuidar das redes sociais, porque a gente esquece. Postar mais fotos e coisas de eventos, chama bastante.

Qual seria um obstáculo que impediria o crescimento da Liga?

Dinheiro. A gente sempre fala, tu imagina como seria incrível a gente ter um centro, um lugar assim para a gente poder arrecadar o máximo de coisas possíveis, pra gente poder fazer todo

mês e sair e ajudar famílias diferentes, mas a gente não tem estrutura pra isso, não tem ajuda. A gente já sofre quando a gente vai ter que gastar com transporte, gasolina, então tu imagina uma coisa dessas. Mas é algo que a gente pensa muito, algo que a gente queria muito. A gente queria poder ajudar mais dessa forma mas não tem dinheiro.

Tirando o dinheiro, tem algo mais? A respeito de empresas que contratam?

Tem empresa que sabe que o grupo tá famoso, vai chamar o grupo porque vai chamar mais atenção das pessoas. Claro que a gente faz esses eventos particulares para manter a parte beneficente, mas sempre tem algumas pessoas que são maldosas. Tem comentários também que a gente ouve que é maldoso. A gente aprende a lidar com esse tipo de coisa, aprende a filtrar, o que vem pro bem, coisas que podem ajudar a melhorar, o traje por exemplo, mas tem muita coisas que tu aprende a ignorar.

Pré-conceito

Algumas vezes vem das pessoas mais velhas, porque os jovens, os adolescentes principalmente, ele parecem que são crianças de novo, de tão felizes que eles ficam. Eles interagem, eles fazem piada, como eles conhecem os personagens, tu tem que conhecer muito do teu personagem, porque eles vão falar de muita coisa. Eu fui na segunda, numa escola em Carazinho, a Supergirl tinha um namoradinho na série e aí umas gurias disseram “e aí, você já superou o Monel?” e daí eu “Sim”. Eles sabem, eles vão a fundo e tu tem que tá ligado no que eles estão falando. É tu entrar no personagem o máximo, para você saber como agir, pegar o personagem e vestir isso, até teve um caso de um dos membros ter que usar o Pantera Negra num evento porque não tinha outra pessoa pra usar e era evento particular, chamaram de T'Challa e ele nem sabia o que era. Daí depois disso, o Junior disse “gente estudem o personagem, por favor, porque não funciona”. E quando é alguém que vai usar, a gente dá o máximo de dicas possíveis, chamam disso, aconteceu tal coisa, dá uma aula.

Eu sempre gostei mais da Marvel e a Supergirl é da DC e o Junior me ofereceu o traje pra usar e eu disse que não conhecia muito dela. E isso foi de uma semana pra outro evento na outra. Eu tava de férias e comecei a assistir a série, daí me apaixonei por ela, aí falei “tá, eu vou usar”. Mas assim, se eu não conhecer, eu não uso, de jeito nenhum. Medo de passar vergonha, mas também porque você quer que as pessoas se realizem de certa forma. Eu por exemplo, quando vi eles no Animetchê, nem conversei tanto porque era muita gente, mas tenho uma foto com o Junior de Capitão América, que eu to com o escudo dele e que é a minha paixão.

Como você vê os concorrentes?

Claro que cada um faz o que quiser da sua vida, mas eu acho que se tu tem a oportunidade, principalmente financeira, é muito caro esse tipo de roupa, se tu tem essa oportunidade, vai e faz. Porque eu comecei com muito pouco, com uma roupa super simples e é só a vontade mesmo. Você não vai perder nada, você tem a roupa de qualquer jeito, vai uma vez por mês, vai visitar alguma entidade. Mas mudar a cabeça das pessoas é difícil.

Mas chega a ter alguma rixa?

Não tem rixa, mas já aconteceu de um mini grupo daqui, se intitulou membro da Liga numa publicação, inclusive no facebook. Uma mãe e uma criança no hospital postaram foto junto com nós e a pessoa foi lá e comentou “foi uma prazer parte...”, como assim? E nunca foi num hospital, conhecemos a pessoa e nunca pisou num hospital. Esse que é o pior. É bem complicado.

O Junior, acho até que chamou ela (mãe) no particular e falou que foi um prazer, quando a gente puder, esperamos que quando estivermos de novo, esperamos não te ver lá por que é sempre o que a gente quer. É sempre uma vitória quando a gente volta e alguma criança não está mais lá. E o Júnior falou que só pra deixar claro, aquela pessoa não estava com a gente. Só pra explicar a situação mesmo. Porque tu não vai ir lá e xingar a pessoa. É a partir disso que vai surgindo a ideia do bracelete para identificar. Porque sempre vai ter alguém que quer fama as suas costas e não é pelo motivo bom.

Outros eventos

Não, depois que eu entrei na Liga, só fui em eventos com a Liga. E às vezes a gente até conversa com o Júnior, que a gente que pode sair e alguém tirar foto com a gente na rua e marcar que é da Liga, então ele pede pra avisar. Claro que não é uma autorização, mas por exemplo no Halloween. Eu tava conversando com outro colega meu que também é da Liga, viu vamos vim de cosplay no Halloween, daí já falei com o Junior, que a gente quer ir de cosplay no halloween, só pra deixar avisado, e também pra se sair qualquer coisa, é pra ele saber o que tá acontecendo e como as pessoas são fora da Liga também. Porque na frente do teu pessoal você pode ser de um jeito, mas fora dali, como tu é. É mais por cuidado mesmo que ele pede pra avisar, nada como autorização. E depois ainda pergunta como que foi e tal.

Quais as oportunidades na região que você percebe que podem beneficiar o grupo?

Esse lance de eventos, a gente tá com planos de apostar mais em nossos eventos. No Animetoque tem sempre muita gente, agora no final do ano, a gente vai fazer um evento aqui, vai ser a primeira vez, a gente vai ver como vai ser. Vai ser no final do ano, a gente já arrecada brinquedos pro Natal e tudo mais. A gente vai ver como vai, porque a gente quer apostar mais nos nossos eventos e a gente conhece muita gente de fora. Aí a gente vai nos eventos deles pra ajudar e eles viriam no nosso para chamar mais gente. É sempre uma troca. O último evento fora que eu fui fora, foi em São Leopoldo, eles estavam arrecadando alimentos também e foi muita gente, porque tem muita gente que conhece a Liga e quer ir lá.

Como você percebe o papel social do projeto?

Difícil. Pelo que a gente recebe de notícia, principalmente do hospital, de médicos dizendo que crianças melhoraram, é muito real. Eu não me imagino mais não tendo isso, sabe, se um dia o grupo acabar eu não sei o que vai acontecer. Mas é muito importante, tanto pra recuperação, tu vai ficar mais feliz se tu tá lá dentro, se eu tô internada e acontece uma coisa dessas, Meu Deus... e eu sempre cito Vinicius de Moraes porque tem um poema dele que fala “que viver sem ter amor, então não é viver”, então, enquanto tu tá lá, pensando que está abandonado, vem essa pessoa e te dá uma atenção um dia, você vai saber que não tá. Tu não tá sozinho, tem pessoas que se importam contigo, são coisas assim, sabe. Carinho, ouvir, teve uma senhora no sábado que reclamou que tava sozinha, que a filha não pode ir ver ela, sentei lá com ela, conversei, já fiquei sabendo das netas, é só você dar uma atenção. Às vezes, nem é tanto pelo cosplay, mas por você estar dando atenção.

Claro que vai ter muito adulto que vai gostar do cosplay, o Batman e o Homem Aranha, Meu Deus. São os mais conhecidos. Mas você poder conversar com alguém, você ouve e você sente aquele peso saindo da pessoa, desabafando contigo. Tem muita gente que não é daqui, tem pai e mãe que se revezam para cuidar da criança, que nem se falam, eles precisam ter uma estrutura emocional muito grande entre eles, tu sabe que tão precisando dar uma relaxada, é bem difícil.

Você não chega a se abalar com esses eventos?

Não, eu me abalo quando eu vou falar sobre. Mas lá, você recebe uma energia tão boa, tem uma oração que a Supergirl faz na série que é pro Rao que é o Deus que ela acredita que ela fala que Rao nos dê força para nós passar força adiante, uma coisa assim, e isso eu interpreto muito pra

Liga, porque a gente recebe força do além pra poder tá lá e passar isso pras pessoas. É muito legal.

APÊNDICE 5 – ENTREVISTA PÚBLICO ESPECIALISTA COM WILLIAM DE SOUZA DITTRICH

Qual o grau de conhecimento que você tem a respeito do projeto?

Eu conheço a Liga de publicações no Facebook, na página que eles costumam colocar as fotos, os trabalhos que eles fazem, mas eu ouvi eles de verdade no mini curso que teve aqui na UPF sobre cultura pop, sobre a Marvel, ministrado pelo professor Ivan Dourado. E ali eu pude escutar como é que funciona de fato o projeto deles. E realmente, é um projeto que exige muita dedicação. O que eles colocam na internet é pouco perto do que eles costumam fazer por toda a região, não só em Passo Fundo, mas em toda a região.

As dificuldades que este tipo de projeto passa?

Bom, como é um trabalho muito mais voltado pra parte da saúde, pra parte do bem-estar, da saúde mental mesmo, eu vejo a dificuldade que eles têm de encarar uma situação como é em um hospital, na oncologia, trabalhar com crianças que estão passando por esse tipo de dificuldade, por essa doença tão séria. E como eles precisam também desse suporte psicológico, é um choque tu encontrar uma situação desse tipo. Então a própria questão do trabalho que eles fazem já é um trabalho complexo.

Outra dificuldade que eu vejo que eles encontram é a falta de apoio das instituições que veem o trabalho que eles fazem, eles agradecem, mas eles não ajudam, não apoiam. Então tem uma questão também que depende também do financeiro. As próprias fantasias que eles costumam colocar, que são os cosplays, levam tempo e dinheiro. O próprio deslocamento, como o trabalho não é só aqui em Passo Fundo, o trabalho deles é na região, eles também precisam ter a gasolina pra colocar no carro, pra poder passar nas outras localidades e buscar o pessoal, que nem todos moram perto um do outro. Então eles tem um problema que é da ordem do financeiro, que precisa, e eles também tem um problema da dinâmica do trabalho, que é como eles encaram esses desafios.

****No caso tu acha importante eles terem um apoio psicológico, até mesmo pra chegar nas pessoas, né?**

Um apoio psicológico ele ajuda em todas as áreas da saúde. Todos os profissionais que precisam lidar com questões de saúde, com questões de pessoas com algum tipo de doença, faz uma

situação pra pessoa que é negativa. Negativa no sentido que precisa lidar com possíveis perdas, no ambiente hospitalar existem perdas, existem aqueles casos que não tem muito o que fazer em termos médicos, de medicina mesmo, mas na parte psicológica eles fazem um trabalho excelente, que é dar esse suporte pra elas, e isso mobiliza. E é essa mobilidade que eles precisam trabalhar pra eles também terem uma saúde mental pra aguentar o tranco.

****Pra ficarem mais fortalecidos pra continuarem fazendo esse trabalho.**

****Acho que até pra manter a postura do super-herói, pra aquilo bem ou mal não afetar eles pelo menos naquele momento principalmente.**

Claro, assim como também esse trabalho traz algo assim que é muito lindo pra eles, por mais que tenha a dificuldade das situações, dos casos, de doenças ali, eles veem nessas crianças, nessas pessoas, uma possibilidade de encarar a vida de uma outra forma.

****Acho que é uma troca de sentimentos, né? Até mesmo pra eles, com eu posso dizer, é uma gratificação pra eles ver a felicidade dos pacientes. E é aquela questão que a gente sempre reclama, reclama, reclama, mas aí a gente nota que as vezes não é nada, e eles acabam ensinando isso pra gente, né?**

É bem uma relação de troca, eles têm algo muito importante a oferecer, e em contraponto eles também têm algo muito importante a receber.

Conhece outras organizações que trabalham como a Liga?

De super-herói é o primeiro grupo que eu conheço de fato, tem alguns outros grupos que atuam na cidade, mas não com esse enfoque que é nos super-heróis. Tem grupos que trabalham vestidos de palhaços, que vão também levar um pouco de alegria pra essas crianças. Mas como super-herói é o primeiro grupo aqui que eu conheço dessa região que faz esse trabalho.

Vivências e experiências com essas organizações/projetos?

Eu participei alguns anos atrás, no ano de 2015 se não me engano, do acampamento da criança com diabetes, que aconteceu na UPF, foi organizado juntamente com a UPF, onde foram feitas, realizadas, muitas oficinas pra conscientização da doença mas também pra recreação. Trazer pontos positivos e mostrar que não é sobre doença, é sobre saúde. E a psicologia teve algumas

oficinas bem pontuais pra ela poder trabalhar essas questões com as crianças e também com os adolescentes, que tinham alguns adolescentes junto.

Qual a contribuição/importância deste serviço prestado pelo projeto?

Foi como a gente tinha comentado, a troca. A troca entre pessoas, que é o fundamental das relações. O fato de tu se doar, tu tá doando não só o teu tempo mas tu tá doando a ti mesmo pra alguém que precisa. Então essas trocas dessas relações entre pessoas é o que fortalece os vínculos. Acho que isso é o mais importante desse trabalho que eles realizam. É fortalecer vínculos.

****No caso isso entraria também na questão do papel social deles, se tu tiver alguma coisa a mais sobre esse papel social deles...**

Como você percebe o papel desse projeto no social/local?

É, tu percebe que é um projeto bem do coração, não visa qualquer outra promoção em cima. É um grupo que percebe a importância que tem essas histórias fantásticas, de pessoas que lutam, a importância que isso tem pras pessoas de verdade que estão em luta. Ainda mais quando tu pega crianças que estão muito fragilizadas com a questão da doenças, eles percebem que essas histórias tem uma importância muito grande pra elas. E nisso, eles conseguem criar um projeto que é de doação, não tem um outro caráter a não ser de doação.

E essa questão de eles irem de super-heróis, tu acha que isso ajuda ainda mais as crianças, as pessoas, a se sentirem mais fortalecidas, tu acha que ajuda nessa questão mais psicológica de enfrentarem melhor a doença?

Com certeza. A figura do super-herói tá muito entrelaçada com as noções de ética, de força, de coragem, são pontos de identificação, que principalmente na infância são muito importantes. Na constituição do sujeito, do sujeito psíquico, a identificação é o ponto chave, o ponto mais importante da estruturação. Porque é quando tu vê no outro características que são caras pra ti, que te trazem algo que é da ordem do amor. E nada mais da ordem do amor do que um super-herói que se doa, que luta lutas que não são necessariamente deles, mas que é uma luta em prol do outro. E isso as crianças conseguem interpretar de uma maneira muito positiva. Elas veem nesse super-herói, nesse personagem, uma motivação pra continuar lutando contra as adversidades da doença, e também de saber que o super-herói às vezes também tem derrotas, e isso não necessariamente faz com que ele seja um derrotado, mas que ele possa aprender a se fortalecer e continuar lutando.

APÊNDICE 6 – ENTREVISTA PÚBLICO ESPECIALISTA COM LUZIANE

Qual grau de conhecimento que tu tens a respeito do projeto a Liga dos Heróis?

A liga dos heróis, então, temos um contato bem próximo, é uma parceria que sempre que temos um evento aqui, a gente chama e eles participam. Eles são bem atuantes aqui com nós, principalmente na oncologia pediátrica.

Você conhecia o trabalho da Liga dos Heróis antes de eles começarem o trabalho no hospital?

Não, conheci eles aqui dentro.

Faz quanto tempo que eles acompanham esses eventos?

Acredito que uns dois anos e meio ou três anos, mais ou menos. A primeira vez, quem veio foi só o Júnior, como capitão e ele fez algumas atividades e depois que veio a Liga dos Heróis. O primeiro contato, foi sozinho e depois veio a Liga.

Quais as dificuldades que tu achas que esse tipo de projeto encontra?

Eu acredito que dificuldades financeiras, como locomoção, acho que eles não ganham muitas doações neste sentido e as roupas são muito caras para mandar fazer. Eu acredito que um pouco é isso e também um pouco de resistência das pessoas entenderem o projeto, o porquê daquilo, qual é o objetivo deles, e as vezes não abrirem mitos locais para eles neste sentido.

Quais as oportunidades que este projeto encontra hoje?

Agora abriu mais a partir do momento que foi para a RBS, que começo a divulgação maior, que começou se mostrar mais o trabalho deles. E agora já tiveram outras atividades e acredito que eles vão crescer ainda mais com a visibilidade que ganhou este projeto. Tanto aqui dentro do hospital e como fora, nas redes sociais, acho que eles começaram a serem mais vistos e como eles fazem estes eventos, como festas, eu acredito que nisto também vai aumentar esta demanda e acho que o campo deles tende a crescer muito porque a partir do momento que a pessoa conhece o que eles estão propondo, a aceitação é mais fácil, melhor.

Tu achas que isto é bom para os eventos particulares?

Eu acredito que sim, é a forma que eles encontram de arrecadar verba para conseguir manter a parte voluntária. Acredito que isto vá aumentar também.

Você conhece alguma outra organização que faça trabalhos semelhantes a Liga dos Heróis?

A gente tem aqui no hospital o Amigos do Riso, eles eram de Porto Alegre, agora o grupo se dividiu, uma parte do grupo está morando em Caxias, e eles passam pelas cidades fazendo estas atividades, eles trabalham com esta parte de campanhas em lojas e também fazem este serviço voluntário nos hospitais. Então, agora estamos organizando para eles virem uma vez por mês, em data certa, eles vêm vestidos de Kiko, Chaves, Chiquinha e também fazem este trabalho na oncologia. Eles vêm menos por causa da distância.

Você teve algum envolvimento com o grupo fora do Hospital?

Fora daqui, não. Sempre dentro do hospital.

Quando eles chegam no hospital como você vê as crianças reagindo ao grupo?

É fascinante ver o olho deles brilhando, a admiração, porque os pequeninhos olham para eles vestidos e eles acham, realmente, que eles são os super heróis. Então, um dia nos deparamos com um gurizinho parado na frente de um deles e ele olhava para ele com uma carinha, sabe, só de olhar aquilo cada um saiu chorando para um lado. Para ele, aquilo realmente era um super herói. O Junior se emociona muito quando ele participa porque é nítido no olho das crianças e dos adultos, agora tivemos a oportunidade de leva-los em alguns quartos de pacientes adultos, eles ficam fascinados, a pesar de terem a noção de super herói, é muito legal ver a recepção que eles tem. É emocionante. E é sempre uma emoção diferente.

Você teve vivência com outros projetos fora do hospital?

Nunca participei de outros projetos fora do hospital.

Qual a importância que este projeto tem na sociedade?

A gente tem pacientes que ficam, às vezes, dois meses internados, fechados em um quarto sozinho que não pode sair, por questão da imunidade, ficam em isolamento protetor. Vemos que estas pessoas não têm nada de novo para fazer, quando eles chegam, é um “mais” que a gente pode proporcionar para eles e faz muita diferença. Principalmente, pelo relato dos pais que nos dão um retorno que as crianças ficam até uma semana falando no assunto, que eles ficam esperando. Já aconteceu de a gente chamar o Junior e falar que o paciente estava chamando e aí eles se reúnem e conseguem fazer estas atividades. Então mostrar um pouquinho de que se cada um fizesse o mínimo já seria uma grande coisa. Fazer o bem e trazer um minuto

de alegria para um paciente que está tanto tempo internado, fazer ele esquecer de todo este clima de hospital.

Você nota uma questão de otimismo nas crianças na questão de melhorar?

Eles até têm um habito de pôr a mão no soro e dizer que estão passando a força para eles. E a gente nota a animação depois, o auto astral depois. É nítido a mudança nas crianças após a visita deles. Você consegue perceber na criança, na família, acompanhando durante o tratamento esse “up” que dá nestas pessoas. A gente sempre diz, o tratamento é 50% o medicamento, os outros 50% da cabeça, o ambiente que ele está, e a gente faz o possível para tentar alcançar estes outros 50%.

E tem algum dia fixo destas visitas?

Não, a gente até fez algumas datas específicas, como dia das crianças, Páscoa... A gente agenda para eles virem e organizamos para eles participarem. Mas nunca teve dia marcada, até pela questão da rotina deles, não é periódico, a gente conversa conforme surgem as demandas.

Vocês têm alguma data prevista para alguma atividade?

No mês de setembro, nós temos um novo encontro dos pacientes curados e eles vão participar, por enquanto, temos esta data marcada com eles.

Comentário adicional:

O envolvimento dele (Júnior), ele seguidamente ele está, ele se abaixa, tira foto com a criança, abraça e quando ele se levanta, assim quando tu olha, ele está com o olho cheio de água, então ele respira e vai de novo. É muito legal. A gente vê que, realmente, ele está passando aquilo para a criança, que ele está realmente ali querendo ajudar, não é para aparecer, muito pelo contrário.

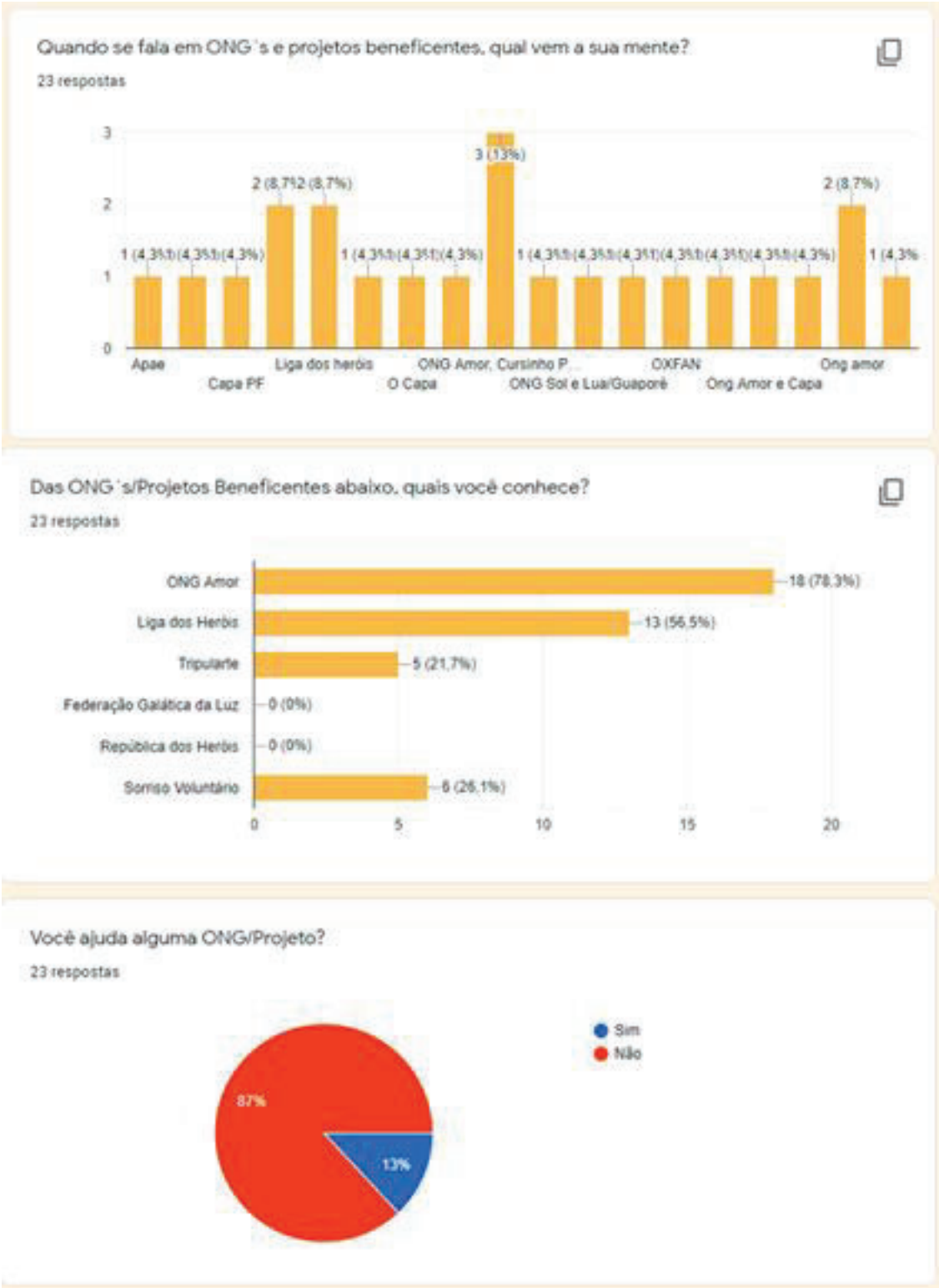
APÊNDICE 7 – QUESTIONÁRIO PESQUISA PÚBLICO EXTERNO

1. Quando se fala em ONG's e Projetos Benéficos, qual vem a sua mente?
2. Das ONG's/Projetos Benéficos abaixo, quais você conhece?
3. ONG Amor / Liga dos Heróis / Tripularte / Federação Galáctica da Luz / República dos Heróis / Sorriso Voluntário
4. Qual o seu nível de conhecimento/reconhecimento das ONG's/ Projetos, abaixo?
5. ONG Amor / Liga dos Heróis / Tripularte / Federação Galáctica da Luz / República dos Heróis / Sorriso Voluntário
6. () nenhum () pouco () médio () muito
7. Você ajuda alguma ONG/Projeto?
8. () Sim () Não.
9. Qual ONG/Projeto você ajuda? _____
10. Você faz algum trabalho voluntário? Se sim, descreva brevemente. _____
11. Você ajudaria alguma ONG/Projeto?
12. () Sim () Não
13. Qual ONG/Projeto você ajudaria?
14. () Sim () Não
15. Você conhece a Liga dos Heróis?
16. () Sim () Não
17. Você sabia que além de terem o trabalho voluntário nos hospitais e participarem de eventos benéficos, eles oferecem um serviço particular para eventos/festas?
18. () Sim () Não
19. O dinheiro arrecadado nos eventos particulares é utilizado para os serviços benéficos. Você contrataria a Liga dos Heróis sabendo disso?
20. () Sim () Não
21. Qual o valor que você pagaria por um serviço profissional como o que a Liga dos Heróis faz?
22. () 100,00 a hora () 200,00 a hora () 300,00 a hora () 400,00 a hora
23. Qual ONG/Projeto você ajudaria?
24. Qual o seu sexo?
25. () Feminino () Masculino () Outro
26. Qual a sua faixa etária?
27. () 15 a 20 anos () 21 a 30 anos () 31 a 40 anos () 41 a 50 anos () mais de 51 anos
28. Qual a sua renda mensal?
29. () 1 salário mínimo () 2 a 3 salários mínimos () mais de 4 salários mínimos
30. Qual a sua profissão? _____

APÊNDICE 8 – QUESTIONÁRIO PESQUISA/ENTREVISTA PÚBLICO INTERNO

1. Fale um pouco sobre você, estuda ou é formado, trabalha com o que, seus passatempos... (essa é mais para guiar o entrevistador a iniciar a conversa)
2. Você já trabalhava com alguma organização ou projeto beneficente? Se sim, qual?
3. Qual foi a sua primeira impressão da Liga dos Heróis e quais as diferenças que nota hoje? (em relação à união, comunicação, qualidade de trabalho do grupo...)
4. Há mudanças que você julga necessárias para a Liga dos Heróis crescer? Quais?
5. Qual a característica da Liga que você mais admira e não quer que mude nunca?

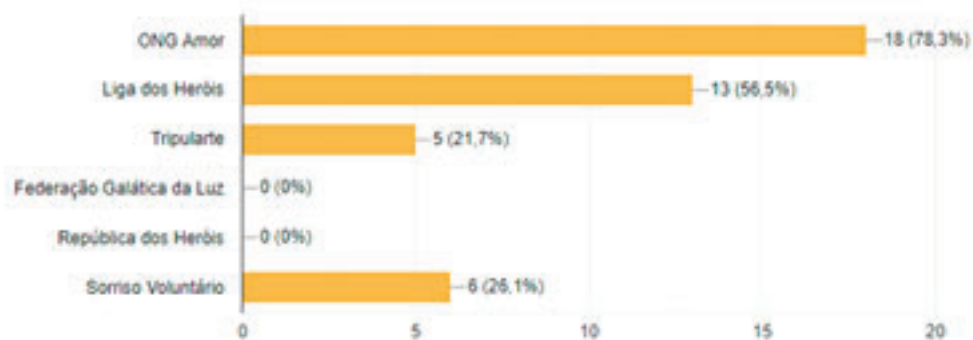
APÊNDICE 9 – RESULTADOS DA PESQUISA PÚBLICO EXTERNO



Das ONG's/Projetos Beneficentes abaixo, quais você conhece?

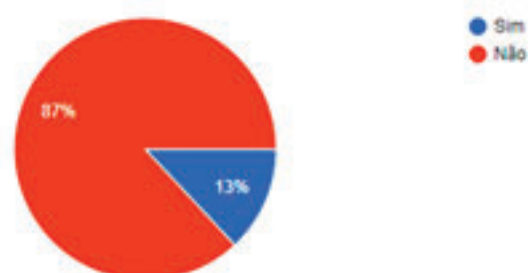


23 respostas



Você ajuda alguma ONG/Projeto?

23 respostas



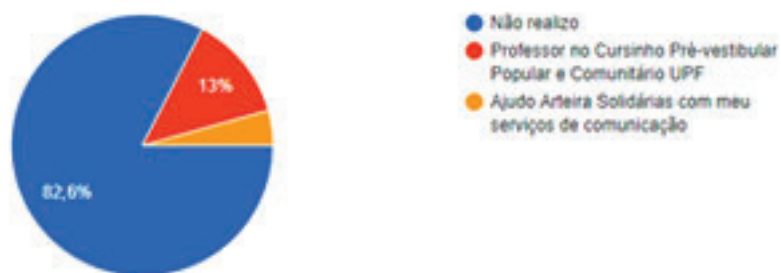
Caso deseje ajudar uma ONG ou projeto, qual seria de seu interesse?

23 respostas



Você realiza trabalho voluntário? Se sim, descreva brevemente.

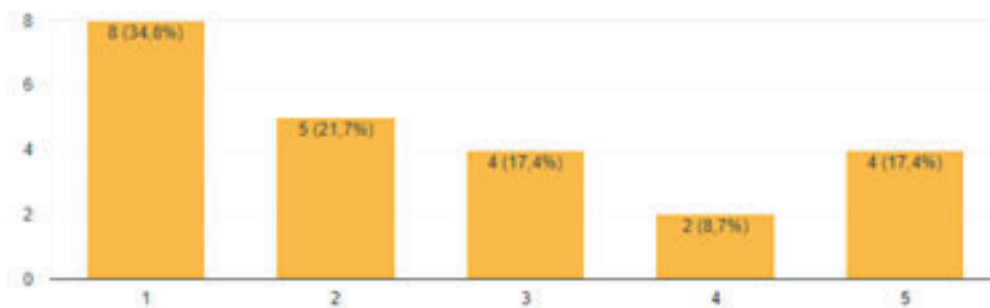
23 respostas



Conhecimento/Afinidade

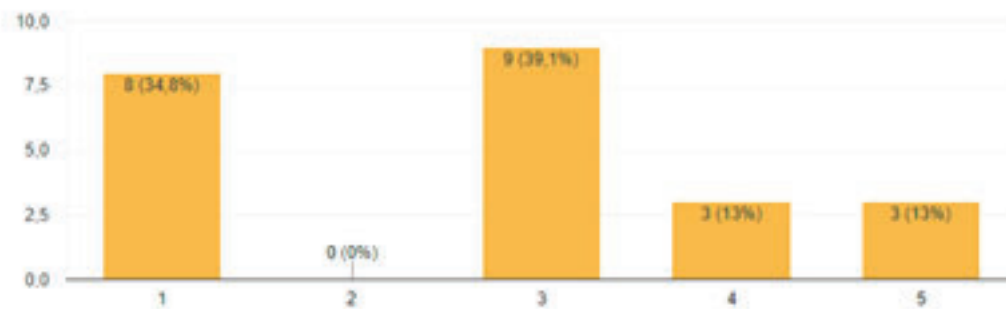
ONG Amor

23 respostas



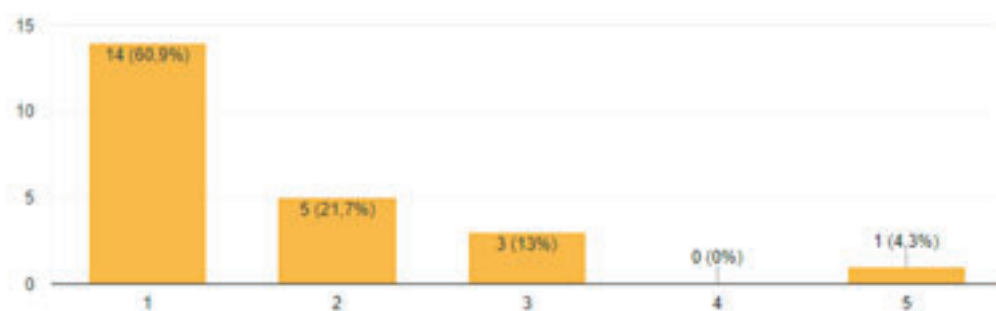
Liga dos Heróis

23 respostas



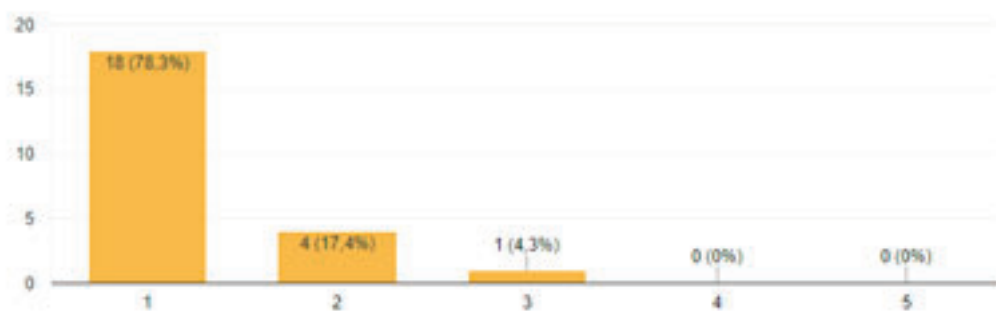
Tripulante

23 respostas



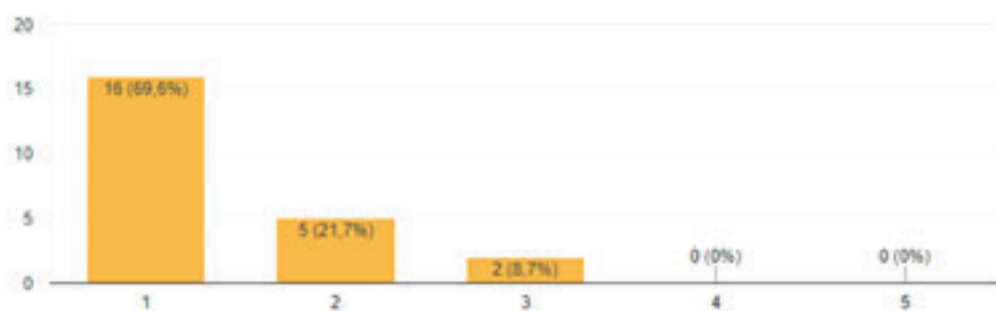
Federação Galática da Luz

23 respostas



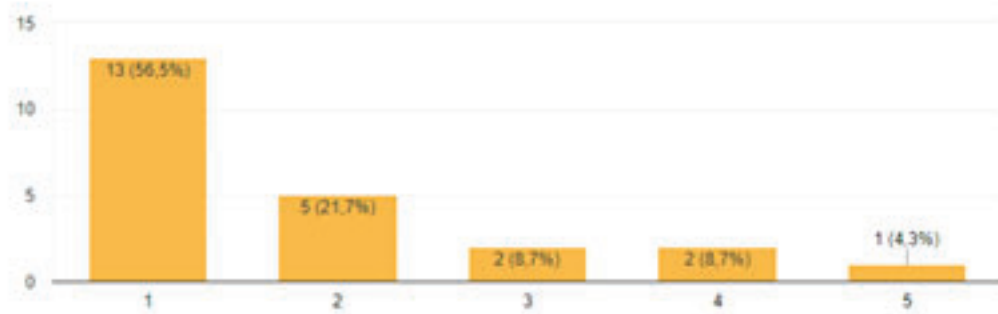
República dos Heróis

23 respostas



Sorriso Voluntário

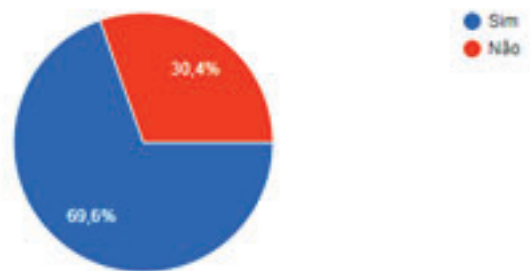
23 respostas



Sobre a Liga

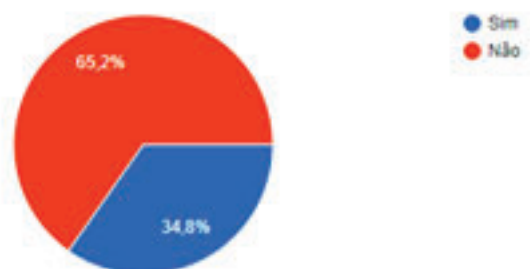
Você conhece a Liga dos Heróis?

23 respostas



Você sabia que além de terem o trabalho voluntário nos hospitais e participarem de eventos beneficentes, eles oferecem um serviço particular para eventos/festas?

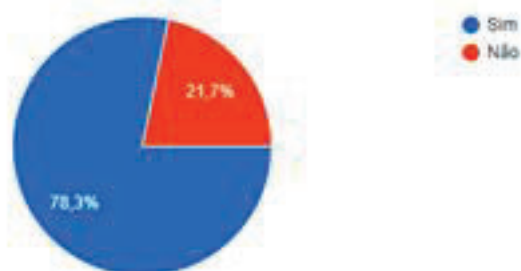
23 respostas



O dinheiro arrecadado nos eventos particulares é utilizado para os serviços beneficentes.
Você contrataria a Liga dos Heróis sabendo disso?

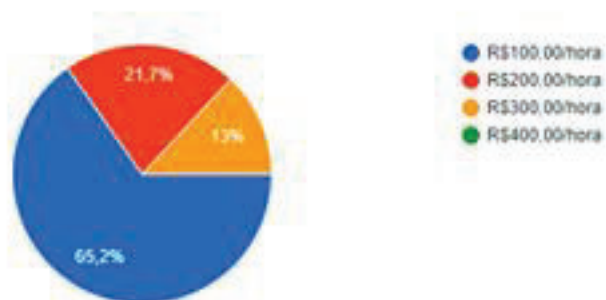


23 respostas



Qual o valor que você pagaria por um serviço profissional como o que a Liga dos Heróis faz?

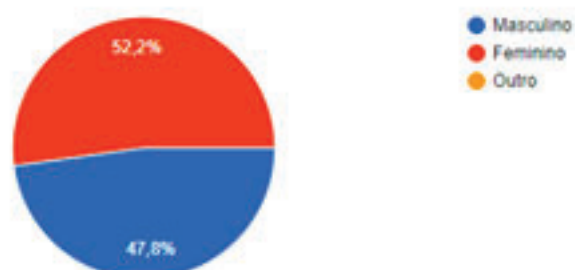
23 respostas



Sobre você

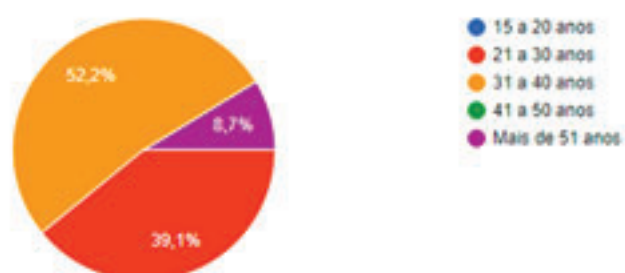
Qual o seu sexo?

23 respostas



Qual a sua faixa etária?

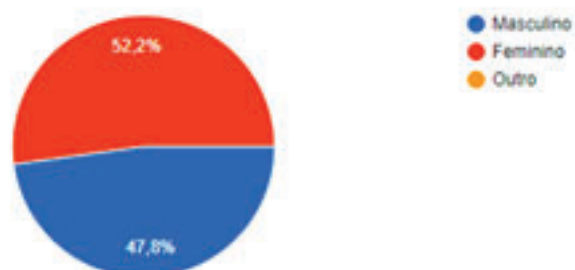
23 respostas



Sobre você

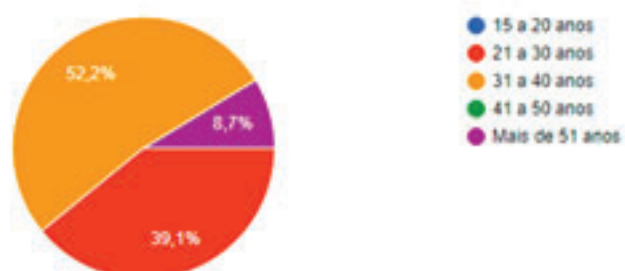
Qual o seu sexo?

23 respostas



Qual a sua faixa etária?

23 respostas



APÊNDICE 10 – PESQUISA/ENTREVISTA COM PATRICK CARVALHO

Patrick Carvalho (41 anos)

**Fale um pouco sobre você, estuda ou é formado, trabalha com o que, seus passatempos...
(essa é mais para guiar o entrevistador a iniciar a conversa)**

Eu sou formado como ator desde 2007, eu não sou daqui, sou de São Paulo, e eu tive a oportunidade de voltar para São Paulo para fazer uma especialização em dublagem, que é uma ramificação das artes cênicas, junto com o Hermes Baroli, que o dublador de Seiya de Pégaso do Cavaleiros do Zodíaco. Ele tem uma empresa, a dubladora do Brasil. E iria voltar para lá, mas daí surgiu uma oportunidade de fazer uma segunda graduação. Faço não faço, fiz. Fiz história, me formei em 2017 e agora estou fazendo mestrado, então por enquanto eu estou por aqui. Eu trabalho também aqui na UPF, no Setor de Atenção ao Estudante (SAES), sou monitor e auxilio os alunos com alguma deficiência.

- Você domina Libras?

Não, eu estou fazendo uma Pós em Libras a distância e eu tenho contato com o pessoal da APAS – Associação dos Pais e Amigos dos Surdos – daqui de Passo Fundo. E por causa do contato e o convívio a gente acaba aprendendo e conversando, eu já consigo conversar de boa com eles, mas não ainda como tradutor interprete, porque ainda tem um caminho a seguir.

Eu gosto de desenhar, gosto de assistir séries, também sou apaixonado por histórias em quadrinhos... Histórias em quadrinhos, por exemplo, o que eu via antes apenas como diversão, hoje faz parte da minha formação. Agora a pouco tempo, nós tivemos os Cursos Livres aqui na instituição, eu em parceria com o Professor Ivan Dourado, da sociologia, nós trabalhamos o Universo Marvel dentro das Ciências Humanas. Então, muitas vezes as histórias em quadrinhos passam aquela ideia de serem muito infantis, serem para criança, mas não. Elas têm muitas histórias, muitas ideologias, muitas problemáticas que a gente pode trazer para o meio acadêmico. Fora isso, no tempo livre gosto de seriados, assisto muitos seriados quando posso, porque agora com o mestrado está um pouco complicado, mas a gente vai tentando adequar.

- Essa ligação dos quadrinhos vem desde cedo ou é alguma coisa recente?

Com os quadrinhos vem desde sempre. Quando eu era pequeno morava no Rio de Janeiro e lá tinha um programa que era do início dos anos 90, que era o TOP TV, um programa bem geek,

bem nerd, para a época era um avanço porque não existia programas nesse sentido e o primeiro contato que eu tive com os quadrinhos foi uma HQ dos X-Men, que foi apresentada nesse programa e aí eu comecei a colecionar e não parei mais.

Você já trabalhava com alguma organização ou projeto beneficente? Se sim, qual?

Sim, eu faço um trabalho voluntário na própria APAS. Eu trabalho com a disciplina de História com os alunos surdos. Nós temos alunos com faixa etária desde os 13 até os 55 anos e eles gostam de trabalhar várias temáticas, vários recortes de tempo dentro da história.

Qual foi a sua primeira impressão da Liga dos Heróis e quais as diferenças que nota hoje? (em relação à união, comunicação, qualidade de trabalho do grupo...)

Eu já tinha ciência de movimentos como a Liga dos Heróis aqui em Passo Fundo, existe em várias partes do Brasil. Tem em Belém do Pará, Rio de Janeiro, tem São Paulo, Belo Horizonte. Mas eu nunca tive contato diretamente com a Liga. O meu primeiro contato com o trabalho voluntário, em hospitais, em asilos, foi com o pessoal dos Doutores da Alegria que tem em São Paulo e posteriormente, eu vim a conhecer o pessoal aqui de Passo Fundo do Sorriso Voluntário, que é um Projeto de Extensão daqui da Universidade. Mas aí, eu fui apresentado ao Júnior, faz mais ou menos uns dois anos, ele como Capitão América e eu já fazia parte desse universo cosplay, já faço cosplay há alguns anos. Aí ele me convidou se eu queria participar da Liga. A Liga já tinha um determinado número de participantes e eu falei vamos. Comecei a fazer esses trabalhos com a Liga e foi maravilhoso e continua sendo até hoje.

- E quais são os personagens que você faz na Liga?

Com a Liga eu tenho o Pantera Negra, que de vez em quando eu assumo o manto do Pantera, trabalho com Cavaleiros Jedi, faço a participação com o personagem que se chama Mace Windu, que foi interpretado pelo Samuel L. Jackson em Star Wars, trabalho também com o Charada, um dos vilões do Batman, mas um dos carros chefes é o Capitão Jack Sparrow, que é o que o pessoal mais pede, o pessoal conhece mais e também é um personagem que eu trabalho com muito carinho, gosto muito do personagem.

Há mudanças que você julga necessárias para a Liga dos Heróis crescer? Quais?

Mudou porque a Liga é.... eu costumo dizer que a Liga é uma mutação, porque nos conhecemos, nós falamos muito que a Liga é uma família, uma segunda família, porque nós temos as questões dos trajes, mas também temos o lado humano que é muito forte. Então, a gente acaba estreitando os laços com os colegas. Acaba trabalhando os relacionamentos, os sentimentos e como isso aflora quando a gente está fazendo esses trabalhos voluntários, por exemplo. Como a gente trabalha com as crianças, como a gente trabalha com os idosos, os adultos. E a gente foi vendo isso, que a Liga foi galgando degrau por degrau até se tornar o que é hoje e a gente tem ainda muito a conquistar. Eu me sinto orgulhoso de estar fazendo parte desse projeto. É uma evolução constante, tanto no pessoal como nos trajes, a gente tenta o mais fidedigno possível do personagem, a maneira da interpretação, a gente também tenta trabalhar isso com mais afinco, para que quando a pessoa esteja vendo, ela esteja vendo aquele personagem na íntegra, como se ela estivesse participando daquele universo.

- Tem alguma mudança que você acha que a Liga precise, pra crescer, evoluir...

Eu costumo dizer que não apenas na Liga, mas na nossa vida, a gente faz parte de uma constante troca de experiências, então a cada inserção que a Liga faz, seja em momentos particulares, pessoais ou momentos assim como as visitas que nós fazemos, é uma constante troca de experiências. Então sim, a Liga tem ainda muito a crescer e essas parcerias novas com quem a gente faz, sejam acadêmicos, professores, funcionários das instituições de ensino aqui na cidade, da região, isso ajuda a Liga a crescer. Porque através das opiniões das pessoas é onde a gente vê no que temos que mudar, o que a gente precisa desconstruir, reformular.

Qual a característica da Liga que você mais admira e não quer que mude nunca?

Eu acredito que a união. A união ela é bem constante, a gente é quase palpável. A Liga começou com o Junior Wentz, mas hoje ela tem quase 40 membros e a gente tenta manter essa grande família unida. E como toda família, nós sabemos que nós temos nossas divergências, sejam ideológicas, sociais, políticas, mas quando nós estamos com o traje, é o personagem. Então, a gente tem isso bem ciente que temos que separar as coisas, parar, que aquele momento o personagem precisa aflorar pra levar o sorriso a quem precisa.

- Como você vê a comunicação da Liga? A comunicação entre vocês?

Apesar da gente sermos de cidades diferentes, hoje a Liga conta com pessoal de Carazinho, Não-me-Toque, Passo Fundo e não lembro se é Soledade ou Sarandi, tem um pessoal também. Que é o Thor. O Thor é de mais longe. Mas a comunicação ela existe, então de uma maneira bem organizada, nós temos o nosso grupo nas redes sociais e a palavra inicial e final, geralmente é da diretoria da Liga. Mas sempre trazendo essas informações para todos os membros da Liga pra gente poder decidir de uma maneira mais homogenia. Então, a comunicação é um ponto chave.

APÊNDICE 11 – PESQUISA/ENTREVISTA COM SAMARA WOLLMER

Samara

Fale um pouco sobre você, estuda ou é formado, trabalha com o que, seus passatempos... (essa é mais para guiar o entrevistador a iniciar a conversa)

Sou de Santo Antônio do Planalto, faço Engenharia da Produção na UPF, não trabalho na área ainda.

Você já trabalhava com alguma organização ou projeto beneficente? Se sim, qual?

Não. A Liga foi o primeiro contato.

Conheci a Liga porque meu namorado foi convidado para fazer um dia esporadicamente o Homem Aranha. Daí nisso, conhecemos o Junior, eu conheci o Junior e logo ele já me convidou para fazer um personagem e eu já tinha vontade de fazer algo nesse tipo, mas não tinha contato com quem já fazia. Daí esse convidou já brilhou. Nunca tinha feito cosplay e queria fazer um trabalho com crianças em hospitais

Qual foi a sua primeira impressão da Liga dos Heróis e quais as diferenças que nota hoje? (em relação à união, comunicação, qualidade de trabalho do grupo...)

É até difícil em transpor em palavras, porque é uma coisa mágica. Você ver a expressão das crianças e até mesmo dos adultos. Eles olham com um olhar de uma realização de um sonho. É uma coisa muito bonita.

Há mudanças que você julga necessárias para a Liga dos Heróis crescer?

Quais?

Na verdade, tem entrado muita gente ultimamente, começou com um grupo pequeno com pessoas conhecidas e expandiu um pouco e não temos tanto contato. Acho que poderia ter alguma coisa pra deixar mais unida, algo pra ter mais conhecimento das pessoas que participam, porque a gente nem se conhece direito.

Qual a característica da Liga que você mais admira e não quer que mude nunca?

A força de vontade que eles têm. Porque muitas coisas que a gente tem que tirar do bolso e nem sempre todo mundo tem. Mas aquela força de vontade de querer ajudar. Então, mesmo tendo poucas coisas, a gente dá um jeito de fazer isso, de fazer a diferença.

- Quais os personagens que você faz?

Só a Cinderela, mas já tem em mente mais alguns.

APÊNDICE 12 – PESQUISA/ENTREVISTA COM RENATO FISCHER

Renato

Fale um pouco sobre você, estuda ou é formado, trabalha com o que, seus passatempos... (essa é mais para guiar o entrevistador a iniciar a conversa)

Eu no momento só estou estudando, Artes Visuais na UPF. E eu comecei com isso, no universo nerd, desde os 10, 11 anos com Harry Potter. Ai depois eu fui expandindo pra outros livros, Percy Jackson, Star Wars, O Senhor dos Anéis. Mas cosplay só foi ano passado (2018). Assistir séries, filmes, desenho animado, desenhar, jogar videogame.

Você já trabalhava com alguma organização ou projeto beneficente? Se sim, qual?

A Liga foi o primeiro contato com o mundo cosplay e beneficente.

O que a Liga representa para vocês?

A Liga é uma segunda família, mas ela ao mesmo tempo se integra. Por exemplo, o Junior conhece a minha mãe, conhece a mãe da Julia, é meio que se integra a nossa família, é a nossa família de coração e não a de sangue. Mas acho que todo mundo que gosta desse mundo nerd, acho que já passou na escola aquela coisa de falar uma referência ou querer falar de um livro que gostou muito e ninguém tá nem aí. Acho que a Liga é uma válvula de escape para gente poder falar com pessoas que gostam da mesma coisa que a gente.

Qual foi a sua primeira impressão da Liga dos Heróis e quais as diferenças que nota hoje? (em relação à união, comunicação, qualidade de trabalho do grupo...)

Eu, foi em 2017, só que não foi no Animetoque, foi no Animetchê, que teve um ano antes, eu não conheci, só vi de longe porque tinha muita gente ao redor. Aí, no Animetoque eles estavam na praça de Não-Me-Toque, aí eu consegui tirar foto com eles e falei com Junior que tava de Máquina de Guerra, e falei pra ele que um dia eu ia fazer cosplay, daí ele incentivou e tal. Mas a que mais me incentivou foi a minha colega, que agora faz a Rey na Liga, ela me ameaçou de morte se eu não fizesse, me falaram que eu era meio parecido com o Kylo e me obrigaram a fazer e também foi fazendo que eu conheci a Júlia.

Como vocês avaliam a união da Liga?

Eu não sei se tem como descrever em palavras por que o pessoal é bem direto. Por exemplo, tem alguma coisa que estão achando que está meio errado, que eu acho bem legal da Liga é que eles falam. A gente discute na hora e resolve, conversa, que é muito legal, o que a gente tem em conflito a gente resolve ali na hora pro outro sem intrigas. O grupo funciona muito bem e quando alguém tem uma dúvida ou pede uma ideia, já surge um monte de mensagens, surgem muitas ideias.

Há mudanças que você julga necessárias para a Liga dos Heróis crescer? Quais?

Agora a Liga teve mais repercussão. O que eu pretendo com a Liga é ajudar as pessoas, então, eu to lá pra ajudar, fazendo sucesso ou não, eu quero ajudar as

peessoas. Eu quero o sucesso do grupo, porque a gente sempre faz as coisas pensando em dar certo, então tudo que vier de bom pro grupo, eu agradeço.

Qual a característica da Liga que você mais admira e não quer que mude nunca?

União e amizade entre nós.

APÊNDICE 13 – PESQUISA/ENTREVISTA COM JÚLIA SCHERVINSKI

Júlia

Fale um pouco sobre você, estuda ou é formado, trabalha com o que, seus passatempos... (essa é mais para guiar o entrevistador a iniciar a conversa)

Eu faço Magistério, no EENAV, tá muito difícil, eu confesso. E eu estou nesse mundo nerd desde 2015, que o primeiro filme desse meio que eu assisti foi Star Wars. Foi Star Wars que me ligou, me levou a O Senhor dos Anéis, Harry Potter e fui descobrindo tudo o que tem nesse meio. Cosplay foi em 2016. Gosto de desenhar, ler, jogar videogame, e principalmente, dormir.

Você já trabalhava com alguma organização ou projeto beneficente? Se sim, qual?

Mais ou menos, eu já fazia parte de um grupo de cosplay só de Star Wars, mas esse grupo acabou. Era a Federação Galáctica.

O que a Liga representa para vocês?

Ela é uma família, que eu amo com todo o meu coração. É também, como eu posso dizer, o meio que eu me sinto acolhida, posso dizer que me sinto mais a vontade com a Liga do que com a minha própria família e também é a realização de um sonho, porque eu sempre quis fazer cosplay e eu tinha muita vergonha.

Qual foi a sua primeira impressão da Liga dos Heróis e quais as diferenças que nota hoje? (em relação à união, comunicação, qualidade de trabalho do grupo...)

A primeira vez que eu os vi foi no Animetoque, em 2016, que foi o primeiro evento que eu fui. Eu fiquei maravilhada, tipo, não só com o trabalho, mas também a roupa deles, o cosplay, tudo perfeito, eu fiquei hipnotizada com tudo aquilo.

Como vocês avaliam a união da Liga?

O grupo ajuda uns aos outros, quando surgem dúvidas, quando se pedem ideias, as coisas são resolvidas na hora quando há problemas.

Há mudanças que você julga necessárias para a Liga dos Heróis crescer?

Quais?

Eu não sei dizer sobre isso. Pra mim, eu acho que tá bom.

Qual a característica da Liga que você mais admira e não quer que mude nunca?

A união e amizade que nós temos.