



## **DEPOIMENTO**

**INOVAÇÃO DIGITAL E PANDEMIA DE COVID-19: O CASE DA CLAQ,  
PLATEIA CONECTADA**

Por Vanessa Fick

## INOVAÇÃO DIGITAL E PANDEMIA DE COVID-19: O CASE DA CLAQ, PLATEIA CONECTADA

Vanessa Fick<sup>1</sup>

### 1. Introdução

Durante o período de distanciamento social, proporcionado pela pandemia de COVID-19, assistimos a uma aceleração digital de nossas vidas transmitidas pelas redes sociais e fomentada pelas regras de distanciamento e isolamento social. Na área de entretenimento, *Claq - Plateia Conectada* foram algumas das soluções encontradas para seguir promovendo divertimento ao público. Este ensaio apresenta o caso da criação de uma *Claq* que aproximou artistas e plateia em tempos de pandemia. Algo que antes só era possível nos palcos, como a interação entre ambos, se transformou em realidade na era do distanciamento social pela Claq - Plateia Conectada, uma plataforma digital que proporciona uma experiência exclusiva levando a reação do público até o comediante e possibilitando a interação da plateia em tempo real.

Em tempos de distanciamento social provocado pela pandemia de Covid-19, o setor de eventos e entretenimento tem sido um dos mais impactados, afetando direta e indiretamente diversas empresas que compõem a cadeia produtiva deste segmento, dentre elas produtores de evento, empresas de venda de ingressos, artistas, casas de espetáculo, teatros e todos terceirizados que movimentam o setor.

Diante desse cenário, a aliança entre três empresas nos segmentos de entretenimento e tecnologia resultou na criação de uma *Claq*, a Claq, que trouxe esperança aos profissionais da área e chamou atenção pelo seu caráter disruptivo. Na visão de Rogers (2017, p.250) “a ideia de disrupção (ruptura) ganhou relevância na medida em que todos os setores de atividade enfrentam ameaças de disrupção cada vez mais intensas e imprevisíveis”. O autor explica que não se pode falar sobre o tema como um modismo e exaltar qualquer novo

---

1

negócio como disruptivo. Nesse sentido ele propõe uma definição sobre disrupção de negócios que procura compreender com maior facilidade esse termo. Para ele, a disrupção de negócios “ocorre quando um setor estabelecido enfrenta um desafiante que fornece muito mais valor para os clientes, mediante ofertas com as quais as empresas tradicionais não podem competir diretamente” (ROGERS, 2017, p.250).

Nessa linha de pensamento, podemos dizer que uma disrupção de negócios ocorreu quando a Claq foi criada. A ideia surgiu em um momento de crise, onde seu idealizador passava por situações conturbadas por conta da pandemia de Covid-19. Suas empresas, o Porto Alegre Ô [ { ^ â ^ Á Ô ] ~ à (POACC), e a Artistaria Produtora de Humor, tiveram que fechar as portas e cumprir a quarentena imposta pelo governo do estado. Na terceira semana do isolamento, ainda em março de 2020, percebemos a gravidade da situação e cogitamos fechar o POACC, mas com um contrato de aluguel de 4 anos seria difícil optar por essa decisão. Assim, foi necessário pensar em alternativas para adaptar e gerar novas formas de receita para o negócio. Várias reuniões foram realizadas entre o time de gestão e os sócios para buscar redefinir o posicionamento da empresa, muitas ideias foram propostas, algumas colocadas em prática, como o foco no â ^ / ã ^ / ^ e ã ^ ã æ da cozinha do POACC mas, ainda assim, o resultado não movimentava o faturamento e a carreira de diversos comediantes.

Com o propósito de levar entretenimento e humor ao público tanto através do Poa Ô [ { ^ â ^ Á Ô ] ~ à É quanto da Artistaria, ainda faltava o fator principal dessas duas empresas: fazer rir. Assim, ao participar de uma festa de aniversário online, Luciano Barth Lopes, teve a ideia de criar um serviço de • d ^ ã ã \* pra transmitir os shows de comédia. Diferente das / ã ^ • que se popularizaram e até perderam o valor monetário. Seria um serviço onde a plateia pudesse interagir com o comediante. Como essas plataformas de reuniões [ ] / ã ^, mas com características voltadas ao entretenimento.

Rapidamente reunimos todas as peças para fazer esse projeto acontecer. Foram muitas conversas com o proprietário de uma empresa de tecnologia, com o fornecedor de som e luz do clube, com uma produtora de vídeo parceira e marcamos o primeiro teste. Deu certo: algumas falhas na

conexão, uns cachorros latindo, umas crianças chorando, o motor de um carro passando, mas no dia 29 de abril de 2020, tínhamos o que mais alimenta nossa alma de volta: pessoas rindo e se divertindo através de um painel de alta definição, com os comediantes no palco do Porto Alegre *Ô[ { ^â^ Ô]~ à*. Nascia a CLAQ, plateia conectada.

Para a criação da Claq, foram realizadas reuniões de *à'æ] • q' i{ ã \** para definição de nome e posicionamento, esboços de *æ[ ~c* e programação, contatos com empresas de áudio visual, comediantes, jornalistas, formadores de opinião para apresentar o projeto. Também foram feitas pesquisas informais na rede social Instagram *@poacomedyclub*, que alavancaram o projeto para entender como o público reagiria a novidade. Com essa troca de informações, foi possível aperfeiçoar a plataforma e concomitante ao trabalho da equipe de tecnologia, criar uma identidade visual e o planejamento de comunicação para lançamento da novidade no mercado do entretenimento e posteriormente do esporte.

Entre os dias 29 de abril e 05 de junho de 2020 foram realizados 8 testes com diversos públicos (familiares, colaboradores da Artistaria e *U] æ] ã ^IT*, profissionais das empresas parceiras envolvidas, Plug Som e Gandolf Filmes, fãs dos comediantes e futuros clientes) e, assim, no dia 08 de junho de 2020, a Artistaria Produtora de Humor em parceria com a *U] æ] ã ^IT* Tecnologia e o Porto Alegre *Ô[ { ^â^ Ô]~ à* lançou a Claq – Plateia Conectada. Uma plataforma digital que proporciona uma experiência exclusiva levando a reação do público até o comediante e possibilitando a interação da plateia em tempo real com um canal próprio de streaming transmitindo tudo para o público geral.

## 2. Histórico de inovação

É importante contextualizar a história das companhias que viabilizaram o nascimento da Claq. Um breve resumo da trajetória da Artistaria Produtora de Humor, do Porto Alegre *Ô[ { ^â^ Ô]~ à* e da *U] æ] ã ^IT* Tecnologia apresenta estas três empresas com características distintas em seus segmentos, mas com a mesma energia da transformação disruptiva em comum.

## 2.1 Artistaria

Em fevereiro de 2012 nascia a Artistaria, idealizada por Luciano Barth Lopes, que depois de 15 anos de experiência em produção de eventos na extinta Rádio Pop Rock, hoje, Mix FM POA, sentiu que era o momento de empreender. Na época, com uma cadeira de praia e um sofá usado, em uma sala comercial, deu vida ao sonho de montar sua própria produtora com o diferencial de ser a primeira especializada em humor no RS. Aos poucos foi consolidando a marca no Sul do Brasil e fortalecendo a cena da comédia no estado. Artistas como Cris Pereira, Nando Viana, Paloma Santos e Gio Lisboa, são representados pela marca, que direciona a carreira, faz gestão comercial, produz conteúdo e realiza espetáculos de comédia em todo país. A empresa tem também parceria com grandes nomes do cenário nacional, produzindo shows de comediantes como Afonso Padilha, Thiago Ventura, 4 amigos, Bruna Louise entre outros.

## 2.2 Porto Alegre Ô [ { ^â^ ÁÔ] ~ à

A história do Porto Alegre Ô [ { ^â^ ÁÔ] ~ à é recente e também traz a inovação em seu DNA. O clube de comédia foi o primeiro da capital e atualmente é o maior do país, sendo o único a oferecer serviço de gastronomia personalizado, com cardápio assinado pela Severo Rango. Em um ambiente contemporâneo, a casa surgiu com o posicionamento de ser um lugar para encontrar os amigos, dar risadas e comer bem.

O empreendimento nasceu do sonho de três comediantes e um empresário: Nando Viana, Thiago Ventura, Afonso Padilha e Luciano Barth Lopes, em seguida, o comunicador Alexandre Fetter se juntou ao time de sócios. Projetado em mais de 700 metros quadrados, o espaço conta com 250 lugares, e antes da pandemia, operava com apresentações de terça a sábado, desde 29 de maio de 2019. A tecnologia também é uma das características do clube, que conta com cardápios digitais em ~~ca~~/^ nas operações de almoço e jantar, além do recentemente lançado ~~â~~/ã^ próprio.

## 2.3 U] ã ã ^IT Tecnologia

A U] ã ã ^IT é uma empresa desenvolvedora de softwares voltados para a , ^à e aplicativos { [ à^, criada em Porto Alegre/RS, no ano de 2012,

por Régis Corrêa Rodrigues, profissional do mercado de TI, que iniciou sua trajetória na NTConsult, uma das principais empresas de tecnologia do Sul do País, com operações na América Latina e nos EUA, onde atuou na coordenação tecnológica e gerenciamento de projetos vinculados ao Banco Mundial e ao Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID. Quando fundou a Ujã IT, criou um sistema de gestão e fiscalização de compras utilizados por mais de 100 municípios brasileiros, por onde passaram mais de 5 bilhões em recursos investidos e controlados. Em seguida, no ano de 2016 lançou no mercado a Dr. Mob, plataforma de gerenciamento e telemedicina, que atua no mercado privado de saúde, atendendo redes de clínicas e centros médicos em todas as regiões do Brasil.

A empresa se especializou no segmento de saúde, com soluções voltadas para as áreas de gestão e, recentemente, trouxe do vale do silício uma plataforma robusta, a Dr. Mob Telemedicina, para webconferências em medicina. Após algumas reuniões com Luciano Barth Lopes, da Porto Alegre Óptica, essa plataforma foi adaptada para e implementada na Claq, plateia conectada.

### 3. Entendendo a Claq, plateia conectada.

A iniciativa de criar uma plataforma capaz de aproximar as pessoas oferecendo interatividade e o conceito de “aglomeração online”, partiu de Luciano Barth, que ao participar de uma festa de aniversário virtual em outra plataforma de transmissão, teve o insight de criar uma ferramenta que levasse vida ao palco do Porto Alegre Óptica, mas que fosse direcionada para o entretenimento, diferente dos serviços de videoconferência existentes.

O segundo passo foi se juntar com Regis Rodrigues, diretor da Ujã IT, que havia acabado de voltar do Vale do Silício para uma imersão sobre aplicativos de videoconferência. A parceria com a empresa de tecnologia fez toda diferença no processo de criação e rápido lançamento da Claq que, em menos de 30 dias desenvolveram, testaram e estrearam a plataforma no mercado.



humoristas Nando Viana, Afonso Padilha e Thiago Ventura participaram do primeiro evento e um público de quase 3 mil pessoas esteve conectado. Cada nova edição a Claq conta com melhorias no desenvolvimento do aplicativo, adequação de internet, compressão de vídeo e outros pontos da plataforma.

O nome da Claq foi inspirado no termo francês “claquer”, referência dada às pessoas que eram contratadas para aplaudir espetáculos em teatros e casas de ópera francesas e, também, em programas de auditório na televisão. A diferença é que nossa Claq a risada de quem assiste vem da emoção provocada pela piada e por estar interagindo com os comediantes. Já em seu logotipo, é utilizada uma fonte sem serifas que combina traços minimalistas e geométricos. Os símbolos que compõem a identidade visual, conotam a diversão e ação. A representação da gargalhada no centro da letra “q” traduz o propósito da Claq, o entretenimento. Já a exclamação com botão de “like” remete a forma como este entretenimento chegará até o espectador.

Mesmo com recursos tecnológicos disponíveis, fazer humor em tempos de incertezas pode ser um desafio. “A principal dificuldade é não saber quando a gente volta, isso ainda não sabemos lidar” conta o comediante Cris Pereira, atração em duas edições da Claq. Ele explica que o contato com o público faz falta nesse período e complementa afirmando que “[...] sou movido pelo abraço da plateia, atender as pessoas no final do show e fazer fotos com elas é a minha maior saudade”, diz. A plataforma chega para que os humoristas se aproximem da sensação de interação que acontece no palco. “Por mais que pareça, não é uma live, mas uma apresentação interativa” e “ela representa uma nova forma de fazer humor”, destaca.

#### **4. Considerações finais**

Parece difícil falar do ano de 2020 e de todo cenário que a pandemia de COVID – 19 ocasionou sem falar em disrupção. Este conceito, para Li (2019) trata de mudanças nas relações de poder profundamente inquietantes não só pelo ponto de vista do modelo empresarial, mas do psicológico também. Para essa autora, “[...] nosso mundo seguro e conhecido é virado de cabeça para



baixo. A transformação disruptiva é muito difícil, porque abala o “status quo” e altera as relações de poder” (LI, 2019, s/p).

O diferencial das empresas que se uniram para viabilizar o surgimento da Claq, foi a mentalidade aberta a mudança de seus líderes. Ou seja, eles ficaram à vontade com a incerteza e não tiveram receio de tentar coisas novas. Além disso, desenvolveram um comportamento encorajador perante seus stakeholders<sup>3</sup>, atraindo seguidores, formando um time de pessoas relevantes para fazer o negócio acontecer. Dentre esses stakeholders, podemos citar profissionais de comunicação, tecnologia da informação, fornecedores de áudio visual, estúdios de gravação e comediantes.

O fator disruptivo da Claq não é apenas sobre a criação de uma nova tecnologia, mas também uma nova forma de aplicação de tecnologias já existentes. O que a Claq fez foi transformar a experiência de comediantes e interlocutores unindo uma plateia a um show, convertendo o acesso desses participantes em receita, através da venda de ingressos de acesso por um valor fixo simples. Embora todas essas tecnologias já existissem há anos, podemos dizer que as reunir foi algo único e disruptivo.

Os empreendedores apresentaram também a ideia para clubes e federações de futebol, aventando assim a possibilidade de transmissão de jogos e até outros esportes, com torcida, criando assim uma variação para Claq – torcida conectada. Foram realizados testes no estádio Beira-Rio e em 08 de julho de 2020 aconteceu o primeiro jogo de futebol com participação de torcida, por meio da plataforma, entre os times de futebol Chapecoense e Havaí, em Chapecó -SC.

Com pouco mais de 100 dias, a Claq já atraiu a atenção do mercado publicitário que buscou a ferramenta para ações comerciais e shows corporativos para marcas como Guaraná Antarctica, Unicred, Chevrolet – DG Sul, Eurofarma, Unimed e Datum TI. Até o final de 2020 estima-se a realização de, pelo menos, mais 20 edições da transmissão incluindo palestras, workshops, convenções empresariais e ações de endomarketing.

---

<sup>3</sup>Partes interessadas nos rumos estratégicos da organização e que nela influem, ou são por elas influenciados, devendo, por isto, ser considerados nos processos de tomada de decisão (FREEMAN, 1984, p. 24, adaptado de RODRIGUES, 2010, p. 14).

## Referências bibliográficas

ARCOS, Eduardo. 50 años de la primera videoconferência. Hipertextual. 2014. Disponível em <https://hipertextual.com/2014/04/videoconferencia-50-anos>. Acesso em: 28/08/2020.

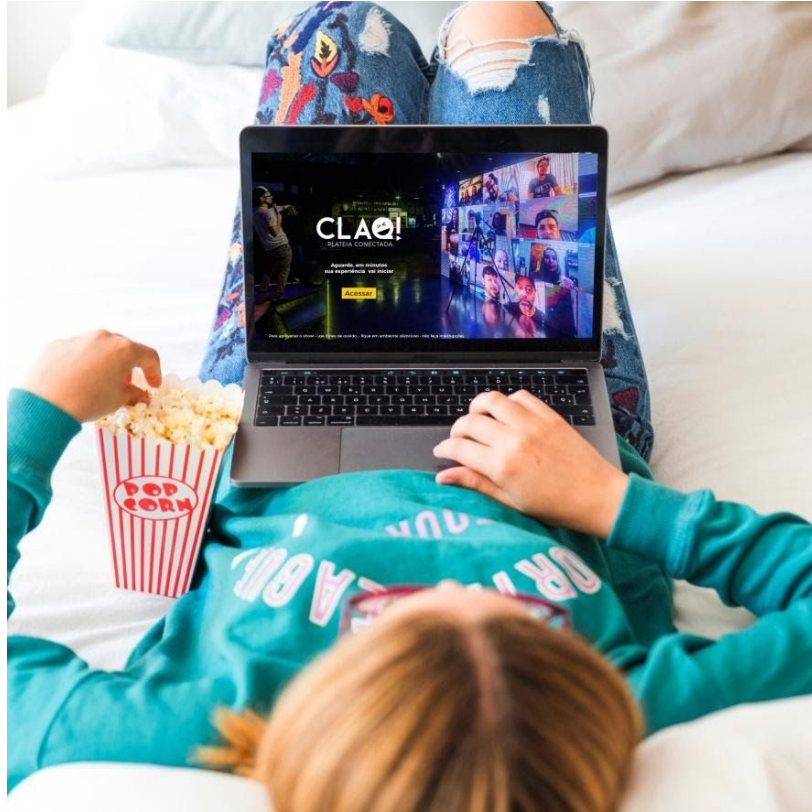
LI, Charlene. *Tudo sobre a Disrupção*. Rio de Janeiro: Alta books, 2019.

RODRIGUES, Marley. Proposta de dimensões de relacionamento em Relações Públicas com *colaboradores* internos. 2010. 299 f. Tese de Doutorado Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

ROGERS, David. *Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital*. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

## APÊNDICES

### Usabilidade da plataforma



### Identidade visual do show de lançamento da Claq



## Teste realizado no Estádio Beira-Rio



## Show de estreia com Nando Viana, Thiago Ventura e Afonso Padilha



