

ISSN 2238-9113

ÁREA TEMÁTICA:

- COMUNICAÇÃO**
- CULTURA**
- DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA**
- EDUCAÇÃO**
- MEIO AMBIENTE**
- SAÚDE**
- TRABALHO**
- TECNOLOGIA**

**O FINANCIAMENTO COLETIVO EM PROL DO JORNALISMO: UMA
EXPERIÊNCIA EXTENSIONISTA EM CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA DO
PROJETO LENTE QUENTE**

Angelo Eduardo Rocha (angeloeduardorocha@gmail.com)

André Luiz Da Luz (aluiz.dl@gmail.com)

Kimberlly Safraide (kimberllysafraide@hotmail.com)

Rafael Schoenherr (rafaelschoenherr@gmail.com)

RESUMO – O presente resumo relata a experiência do projeto extensionista Lente Quente, do curso de Jornalismo da UEPG, com a plataforma Catarse de financiamento coletivo, em 2015. Os extensionistas ficaram responsáveis pela gestão da campanha de mídia, articulada à produção de um vídeodocumentário e de um livro de fotojornalismo. O que pautou tais produções jornalísticas foi a cobertura do confronto entre servidores públicos do Paraná e a polícia militar em Curitiba no dia 29 de abril. A produção extensionista virou realidade por meio da estratégia de financiamento coletivo organizado por um grupo de estudantes do curso, em parceria com o projeto. Além de trazer novos aspectos de viabilização e gestão da produção jornalística contemporânea para os estudantes, a iniciativa rende reflexões sobre jornalismo e cidadania.

PALAVRAS-CHAVE – Extensão universitária. Produção jornalística. Financiamento coletivo. 29 de abril.

Introdução

O projeto de extensão Lente Quente, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), desenvolve diariamente, desde 2010, a cobertura fotográfica dos principais eventos culturais, assim como de aspectos comportamentais da cidade de Ponta Grossa (PR) e região – tais como ocupações do espaço público e manifestações de rua. Os estudantes se encontram semanalmente para definir as pautas, que serão fotografadas e depois divulgadas no formato online de fotolegendas no endereço www.flickr.com/lentequente. Neste ano, o acervo digital deve chegar a mais de 2 mil imagens dos acontecimentos da cultura na cidade.

No ano passado, ocorreu uma verdadeira batalha no Centro Cívico no dia 29 de abril, em Curitiba. Na ocasião, professores e servidores públicos em greve protestavam contra o projeto de lei que alterou o fundo previdenciário da classe. O protesto aconteceu em frente à Assembleia Legislativa do Paraná, onde houve confronto entre os professores e a força

policial – que reunia batalhão de choque, além de policiais militares deslocados de todo o estado para a capital.

Envolvidos com a greve estadual dos professores das universidades públicas, os estudantes do Lente Quente pautaram o evento e se deslocaram de Ponta Grossa a Curitiba com equipamentos de fotografia e captação de vídeo. Justamente com o intuito de registrar o protesto, que acabou tomando proporções inimagináveis. A agressão contínua e desproporcional pelo aparato policial, com aval da Justiça, do Executivo e de maioria do Legislativo, transgride as garantias democráticas de ocupação do espaço público e restringe a dimensão de cidadania de trabalhadores e estudantes posicionados na praça Nossa Senhora de Salete, em defesa da educação pública no Paraná. Outro fator que agrava o ocorrido é o relativo silenciamento por parte das maiores mídias do país.

Nesse sentido, buscou-se divulgar, documentar e denunciar ao público, com material estendido - fotos, vídeos e depoimentos – uma situação de interesse público e de frontal ataque aos direitos sociais dos trabalhadores, no contexto de limitação do Estado Democrático e de Direito. Entende-se que o jornalismo em sua diversidade de estilos, formatos e correntes tem um papel diretamente articulado à pluralidade de vozes que perfaz o sistema democrático: “Una sociedad plural requiere y exige pluralidad de oferta comunicativa (LÓPEZ, 1995, p. 23).

Coletados os materiais de registro do evento em Curitiba, a equipe do projeto Lente Quente passou a avaliar as informações. Ao mesmo tempo, um coletivo independente de estudantes de Jornalismo apoiadores da greve docente decidiu iniciar uma estratégia de financiamento coletivo e solicitou parceria do projeto de extensão para a viabilização de dois materiais: um documentário, lançado em 29 de maio (disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=s16jiyd7Ago>) e um livro de fotojornalismo – lançado em 29 de junho. Feito esse convite de parceria, iniciou-se efetivamente a campanha de mídia que permitiria viabilizar as produções e ao mesmo tempo servir de ampliação das ações extensionistas numa efetiva interação com a comunidade – agora ressignificada.

Objetivos

Geral:

Descrever uma nova forma de prática extensionista experimentada pelo projeto Lente Quente, concentrada na gestão de campanha de mídia de financiamento coletivo e no desenvolvimento de produtos jornalísticos convergentes.

Específicos:

- a) Registrar possibilidades ampliadas de interação com a comunidade beneficiada pela ação extensionista;
- b) Sondar ganhos para a formação em jornalismo de uma experiência extensionista em tempos de greve nas universidades estaduais do Paraná;
- c) Caracterizar estratégias de campanha de mídia e divulgação adotadas na experiência.

Referencial teórico-metodológico

Dada a centralidade do jornalismo moderno nos processos de medição social entre indivíduos, grupos, instituições e a realidade factual das sociedades democráticas (GUERRA, 2003), questiona-se a capacidade dos presentes modelos de gestão em jornalismo darem conta de um cenário de convergência tecnológica, acompanhado da crescente crise do modelo de influência social herdado do jornal impresso (MEYER, 2007) – quando esta mídia detinha relativo controle da circulação da informação sobre a atualidade perante outros meios.

O novo contexto de produção, circulação e consumo de informação jornalística é marcado pela forte presença da web e também pela reconfiguração de papéis e funções no desenho dos empreendimentos jornalísticos. O próprio novo perfil do jornalista capaz de atender a um outro tipo de demanda social também está em debate. Para além de habituais ajustes no *modus operandi* da profissão ou de esperadas transformações processuais inerentes à trajetória de qualquer produção cultural organizada e industrial, classifica-se o atual período do jornalismo como um cenário de transformações estruturais (PEREIRA & ADGHIRNI, 2013). Isto é, são mudanças que alteram de modo sólido o conjunto de fatores que perfazem o jornalismo e, talvez, também a sua essência como atividade profissional moderna.

Diante desses condicionantes é que se busca explorar as possibilidades extensionistas como um campo de testes e de reflexão sobre outros modos de sustentar a produção jornalística conectada ao que se esperada do jornalismo em situações de claro enfrentamento à ordem democrática.

Resultados

O Catarse é um site para financiamento coletivo de projetos. Um espaço para iniciar campanhas de arrecadação, sendo que os recursos se convertem em alguma produção efetiva e também em 'recompensas' aos doadores envolvidos. A integração ao site surge da proposta de

um coletivo de estudantes em greve, que solicita uma parceria com o Lente Quente para a gestão da campanha de financiamento coletivo. Após criado o vínculo com a plataforma Catarse, a divulgação cresce com o intuito de arrecadar a meta de R\$ 10.000. No final da campanha, 147 pessoas reuniram coletivamente R\$ 13.011. Após isso, o livro “Massacre 29 de abril: Gás, bala, bomba e pimenta contra os professores do paraná”  lançado no dia 29 de junho, na Estao Saudade, em Ponta Grossa. Foram 30 dias de campanha, sendo que a meta foi alcançada antes disso. As doações foram revertidas na confecção do livro, que saiu como uma tiragem de 700 exemplares. O restante foi utilizado no envio de recompensas aos doadores, tais como fotografias e copias do documentario sobre o mesmo evento. Outras quantias foram revertidas em um equipamento fotografico que será doado ao projeto.

O primeiro passo para a abertura da campanha de mdia que impulsionasse o financiamento coletivo e permitisse viabilizar o livro de fotojornalismo sobre um tema tão urgente foi conversar por longas horas com o vocalista Igor Fillus, da banda paranaense Charme Chulo – dada a recente experiencia do grupo com uma campanha no mesmo site, para lançar um disco duplo.

A partir da, começa o trabalho de elaboração das recompensas e de construção inicial da página no Catarse, com vídeos, fotos e textos explicando os objetivos. Desde o começo da produção do crowdfunding tínhamos em mente que o trabalho seria árduo, mas apostvamos em uma divulgação de qualidade e bem articulada nas redes sociais, como Instagram, Twitter e Facebook, tmbm nas redes de e-mails e no próprio site www.catarse.me/massacre29deabril.

Como o curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) não possui nenhum grupo ou projeto focado em publicidade promocional, então buscamos parceria com a fotografa e aluna do mestrado em Jornalismo, Elaine Schmitt, que desenvolveu grande parte de todo o material promocional do crowdfunding 29 de Abril via Catarse.

A campanha contou com várias produções promocionais que surgiam conforme as necessidades de divulgação, junto com algumas estrategias de visibilidade que elevavam as contribuições e acesso ao projeto.

Produzimos conteúdos em diversos formatos, em vídeo elaboramos um informativo de como utilizar o crowdfunding, uma vez que a sociedade de Ponta Grossa não tinha muito contato com o financiamento coletivo, então entendíamos que era necessário explicar essa lógica de produção, um vídeo com o agradecimento dos primeiros colaboradores junto com a

explicação das recompensas, um curto spot com fotografias e fundo sonoro explicando brevemente a produção e por fim um vídeo agradecendo aos colaboradores.

Em imagens produzimos diversas artes com informações da produção do livro levando a ideia de financiamento coletivo, metas alcançadas, contagem regressiva dos dias, estreia do site Catarse 29 de Abril, sorteio de uma fotografia junto com um quadro, e imagens do lançamento do livro. Sobre as imagens foi elaborada uma produção específica em cada rede social, levando em consideração o seu formato e linguagem.

Ao apresentar o documentário “massacre 29 de abril” e divulgar o crowdfunding do Lente Quente na terceira edição do Encontro de Blogueiros do Paraná (13 de junho de 2015) conseguimos espalhar nossa campanha para diversos públicos com a ajuda de personalidades que estavam no evento e abraçaram a causa. Com a ajuda de Joka Madruga do jornalismo independente Terra sem males, Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé e o rapper Genival Oliveira Gonçalves (GOG) divulgamos o projeto para diversos lugares do Brasil.

Durante o evento o GOG teve a ideia de fazer uma foto com alguma fotografia impressa do 29 de abril em frente ao seu rosto (<https://www.facebook.com/GOGpoeta/photos/a.478300278872740.98188.478299455539489/886080808094683/?type=3&theater>), durante o evento rapidamente espalhamos por suas redes sociais e acabou virando um grande sucesso de divulgação.

Com o retorno da publicidade da ideia do GOG produzimos uma campanha para apoiar a ideia onde a pessoa deveria postar uma foto com uma fotografia do dia 29 de abril em frente ao seu rosto e utilizar a hashtag #massacre29deabril. A estratégia obteve um grande sucesso no Instagram. Além de uma campanha promocional bem elaborada tínhamos em mente a necessidade e responsabilidade de mostrar um retorno e atenção com os colaboradores do crowdfunding, entendíamos cada novo colaborador como um voluntário com vontade de realizar a produção do livro 29 de Abril.

Com isso, retornávamos individualmente uma mensagem de agradecimento para cada colaborador e mensagens particulares sobre a produção para aqueles que contribuíram. Durante os 30 dias de financiamento coletivo divulgávamos notas no próprio site do Catarse/29deAbril.

Considerações finais

O desenvolvimento de uma campanha de mídia para o financiamento coletivo de um livro de fotojornalismo que pudesse circular o máximo possível pelos estados do país com o registro documental de episódio de interesse público como foi o 29 de abril permitiu à equipe extensionista reconhecer estratégias e táticas de gestão de mídia e do jornalismo contemporâneo. O livro chegou a mais de dez estados da federação. Mas a base local de apoiadores revelou-se fundamental para divulgar a ideia, assim como a parceria com o Sindicato dos Docentes da Universidade Estadual de Ponta Grossa (Sinduepg/Andes) e com a Editora Estúdio Texto. Isso nos deu uma ideia mais clara do poder de rede e da necessidade da gestão jornalística ter em conta os pontos de conexão de um proposta jornalística com outras redes de interesse. Daí a necessidade da equipe estar em vários eventos parceiros de ativistas midiáticos, bem como de bases sindicais e grupos representantes dos professores. Talvez esteja aí um novo desafio para a extensão universitária em universidades públicas e para a formação em jornalismo.

APOIO: Fundação Araucária

Referências

GUERRA, Josenildo. O nascimento do jornalismo moderno: uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação; Belo Horizonte, 2003.

LÓPEZ, Manuel. **Cómo se fabrican las noticias:** fuentes, selección y planificación. Barcelona: Paidós, 1995.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?:** como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: São Paulo: Contexto, 2007.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. In *Texto*, Porto Alegre, v. 1, n. 24, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208>>. Acesso em: 11 mar. 2013.