Modalidade do trabalho: Relato de experiência
Evento: XVII Jornada de Extensão

PLURAIS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE UM PROJETO DE COMUNICAÇÃO PARA A EMPATIA[1]

Lara Nasi[2], Nilse Maria Maldaner[3].

[1] Relato de experiência de projeto produzido de maneira transdisciplinar, nas disciplinas de Criação e Produção de Campanhas II e Criação e Produção em Meios Digitais, do curso de Publicidade e Propaganda, e das disciplinas da ênfase curricular em Multimídia do curso de Jornalismo.

[2] Professora do curso de Jornalismo da Unijuí, doutoranda em Comunicação pela UFSM. E-mail lara.nasi@unijui.edu.br.
[3] Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Unijuí, mestre em Comunicação Social. E-mail nilsem@unijui.edu.br

1. Introdução

Os meios de comunicação social são uma forma de mediação entre as pessoas e o que acontece na vida em sociedade; portanto, têm importância significativa nos modos como os indivíduos constroem suas representações e visões sociais de mundo. Neste trabalho, partimos desta compreensão fenomenológica (VALDETTARO, 2015), para a proposição de um trabalho de comunicação que promova a cultura da empatia (KRZNARIC, 2013) e ajude a superar preconceitos, também socialmente e culturalmente construídos.

Na sociedade contemporânea, a comunicação caracteriza-se pela convergência cultural, com a presença e interação dos meios tradicionais e novos, convergindo cada vez mais como forma de expressão e produção nas plataformas digitais. As práticas, nessa cultura digital, são mais colaborativas, a exemplo das possibilidades de criação, desenvolvimento e até financiamento de projetos, seja na área criativa ou inovando processos, e ainda aperfeiçoando trabalhos com códigos abertos.

Este texto trata-se de um relato de experiência do projeto Plurais, desenvolvido em mídias digitais e produzido de maneira transdisciplinar (MORIN, 2000), em atividades de pelo menos seis disciplinas de dois cursos de graduação da Unijuí: Jornalismo e Publicidade e Propaganda. O projeto resulta do trabalho articulado entre os alunos e quatro professoras dos referidos cursos, com o objetivo de, a partir da comunicação, abarcar diferentes olhares, enfatizando uma perspectiva sem preconceitos, estereótipos, na perspectiva da empatia. Neste texto apresentamos um relato do percurso, desde os antecedentes, até a execução e resultados, bem como as perspectivas futuras do projeto, realizado como campanha de comunicação, no primeiro semestre de 2016.

2. Metodologia:

O Plurais surgiu como um projeto multidisciplinar dos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo da Unijuí. O objetivo era despertar o sentimento de empatia no público-alvo definido para a ação de comunicação: estudantes universitários da instituição, com a provocação de que se

pudessem colocar-se no lugar de outras pessoas e compreendê-las melhor, para, com isso, tentar desconstruir rótulos e preconceitos.

A proposta, embora tenha iniciado de forma multidisciplinar, caminhou, ao longo do semestre, para a transdisciplinariedade. O tema "combate a rótulos e preconceitos" foi eleito por alunos do sétimo semestre de jornalismo para os trabalhos da ênfase curricular em multimídia, em que desenvolvem, nas diferentes disciplinas práticas do semestre, produções que se articulam com a proposta de um projeto desenvolvido na disciplina de Produção Multimídia II. No curso de Publicidade e Propaganda, estudantes também do sétimo semestre, na disciplina de Criação e Produção de Campanhas II, desenvolviam uma campanha para combate a preconceitos. Em reunião envolvendo os dois cursos, com o conhecimento dos trabalhos sobre o mesmo tema, iniciou-se a construção de uma proposta conjunta, que envolveu outra disciplina da Publicidade, Criação e Produção de Meios Digitais. A abordagem para um assunto delicado, ao mesmo tempo que polêmico, foi a perspectiva da empatia, a partir do entendimento de Roman Krznaric (2013), que vê na empatia a "arte de se por no lugar do outro e ver o mundo de sua perspectiva" (op. cit., p. 45). O autor explica que a empatia não se trata de uma questão de sentir pena de alguém, mas de "tentar nos transportar para o personagem e a realidade vivida de outrem" (idem). A comunicação, sendo capaz de construir percepções sobre a realidade, ao constituir as referências que conformam o repertório dos indivíduos, pode, portanto, contribuir para este exercício de empatia.

Desta forma, iniciou-se a construção de um projeto que demandou o trânsito das professoras envolvidas com a proposta nas diferentes turmas (professoras de Jornalismo nas disciplinas de Publicidade e Propaganda e vice-versa; e entre as professoras do mesmo curso). Além disso, a transformação de espaços de aula em espaços de planejamento coletivo, para o desenvolvimento de uma proposta com unidade, a partir de uma abordagem temática comum, que viria a tornar-se o projeto Plurais, com o contato e produção conjunta de estudantes de diferentes cursos. Neste sentido, entendemos, com Edgar Morin (2000, p. 48), que é "impossível conceber a unidade complexa do ser humano pelo pensamento disjuntivo", e por isso, como propõe o autor ao pensar na educação do futuro, promovemos um "remembramento" de conhecimentos oriundos de diferentes áreas. Inclusive pela própria proposta, que trata da complexidade do que é ser humano, articulando a singularidade com o que é plural.

Partindo da compreensão de Boaventura de Sousa Santos para a igualdade, quando afirma que há a "necessidade de uma igualdade que reconheça as diferenças e de uma diferença que não produza, alimente ou reproduza as desigualdades" (2003, p. 56), a construção do projeto Plurais foi trabalhar com histórias singulares, de pessoas reais, que sofrem preconceitos, preservando a identidade das pessoas e também propondo um exercício de empatia, que provocava: "essa história é de uma pessoa real, poderia ser a sua".

O manifesto do projeto, publicado quando do lançamento do Plurais explica a adoção da perspectiva da empatia: "E se você pudesse enxergar com os olhos do outro? Se pudesse ouvir com os ouvidos do outro e sentir com o coração do outro? A capacidade de colocar-se no lugar de outra pessoa e compreendê-la emocionalmente torna-se uma prática cada vez mais necessária em um

mundo tão complexo, em que o preconceito, os estereótipos e a intolerância fazem contraponto com a crescente diversidade de opiniões, ideias, culturas e tantos outros conceitos que formam o nosso meio." O slogan do projeto resume a direção dada à criação e produção dos conteúdos: E se você fosse outro?.

A principal mídia eleita para o projeto foi o Facebook, e uma fanpage foi lançada no dia 23 de maio, no endereço www.facebook.com/projetoplurais. Ali, era dada a largada pública ao projeto Plurais. Estudantes da disciplina de Produção de Texto II, envolvidos com o projeto, fizeram release para a imprensa regional sobre o lançamento do projeto e houve repercussão em jornais, rádios e portais locais. Os estudantes de Publicidade e Propaganda, produziram todos os materiais gráficos, definindo a identidade visual do projeto. O público-alvo definido pelo grupo foram estudantes universitários da Unijuí, campus Ijuí. Sabemos que nas mídias digitais, sempre é possível que a produção seja recebida também por outros públicos, mas ao definir nosso público-alvo, definimos a linguagem e abordagem. Conversaríamos com estudantes, era com eles que iríamos falar e dirigir as publicações.

Figuras 1 e 2: Imagens Página Facebook (https://www.facebook.com/projetoplurais/)

Uma característica importante dessas novas mídias, a exemplo do Facebook, é a interação. Usuários podem comentar, podem reagir aos conteúdos com botões como "curtir", "amar", e ainda aqueles que dão uma conotação negativa aos conteúdos, como ficar triste ou com raiva. Além de se apropriar dos conteúdos, compartilhando-os em suas próprias páginas, escrevendo textos para ressignificar os conteúdos. Ao definir trabalhar com um tema que buscava, pela empatia, trabalhar com preconceitos, sabíamos que poderíamos ter tanto reações positivas quanto negativas nas mídias sociais. Por isso, estabelecemos uma política de publicações e interações no Facebook, em que se definia que o objetivo da página era "espalhar a empatia, com foco em enfatizar o diálogo entre pessoas incluídas em diferentes culturas, classes e contextos sociais". Na política, o grupo definiu

por reservar-se ao direito de remover comentários e fotos postados na página que fossem fraudulentos, odiosos, preconceituosos, sexistas, ofensivos ou obscenos, ou ainda que fizessem menção a atividades ilegais ou que não estivessem alinhadas ao conteúdo discutido. No documento, ainda foi definida a linguagem, como "informal, leve, buscando o diálogo com o público", a adoção de hashtags , para engajar o público e possibilitar aos usuários acompanhar a repercussão dos assuntos debatidos. Além disso, a política definia também questões relacionadas à acessibilidade. Muitas pessoas cegas ou com deficiência visual fazem uso do Facebook e de outras mídias sociais, porém, os softwares que fazem a leitura para cegos traduzem apenas textos, não imagens. Desta forma, adotamos o uso da legenda acessível #pracegover, já recorrente em conteúdos acessíveis on-line em redes sociais, com uma descrição das imagens utilizadas e transcrição dos textos publicados nas imagens. Para pessoas com deficiência auditiva, adotamos o uso da publicação de legendas nos vídeos, o que aconteceu apenas no início do projeto, devido a dificuldades técnicas na própria rede do Facebook para publicar vídeos com legendas.

O uso do Facebook esteve estreitamente relacionado a um site do projeto, criado por um aluno de Publicidade e Propaganda. Disponível no endereço www.plurais.org, o site funciona como espaço para a publicação de vídeos, relatos e reportagens, base dos principais conteúdos do projeto.

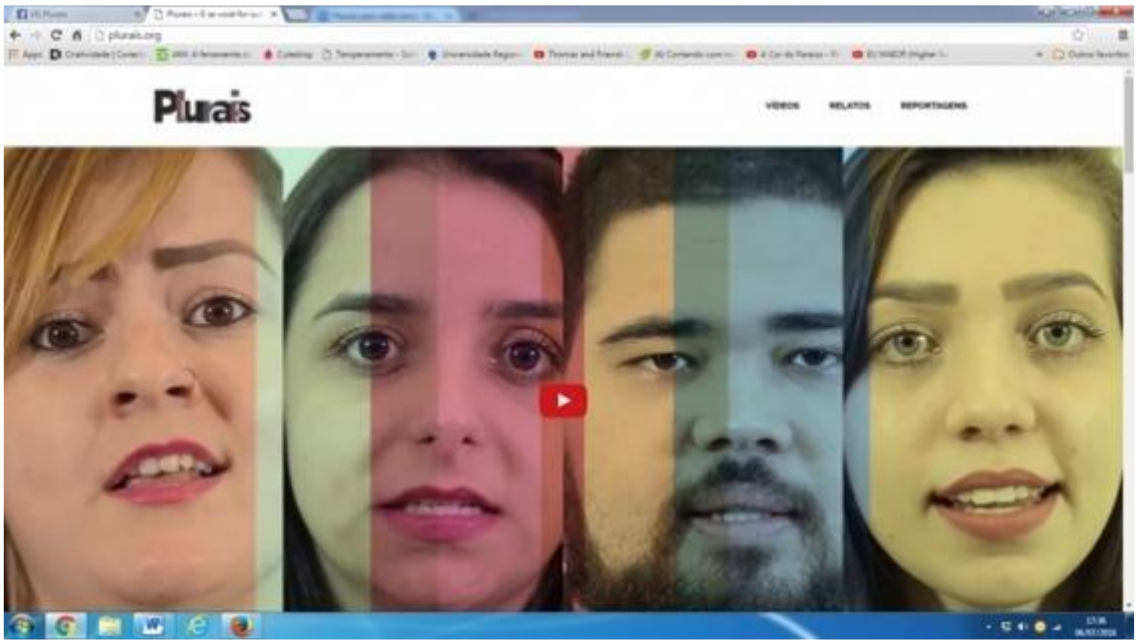

Figura 3: Site Plurais (www.plurais.org)

Modalidade do trabalho: Relato de experiência
Evento: XVII Jornada de Extensão

Figuras 4 e 5: Site Plurais: espaço dos vídeos e relatos no(www.plurais.org)

De acordo com a proposição do projeto, a produção de conteúdos iniciou com a busca de histórias de pessoas que sofrem julgamentos, preconceitos. Alunos dos dois cursos, organizados em equipes, foram atrás de relatos, para os quais deram diferentes tratamentos. Na Publicidade, alguns relatos foram a matéria-prima para vídeos, em que diferentes alunos contavam a história de uma pessoa ouvida, como se fosse sua. Os vídeos foram editados com quatro pessoas contando a mesma história, ao mesmo tempo. Todos finalizavam com a provocação: "Essa história real não é de nenhuma destas pessoas, mas poderia ser. E se você fosse outro?". No jornalismo, o principal tratamento dos relatos foi a edição em texto, para publicação no site. Para que as histórias não permanecessem apenas em sua singularidade, os dados trazidos à tona pelas pessoas ouvidas, sempre de forma anônima, foram contextualizados em diferentes produções realizadas no âmbito de cada curso e algumas delas conjuntamente: reportagens, gifs e postagens explicativas, produções em áudio. Especialistas nos temas foram entrevistados em vídeo pelos alunos e os conteúdos postados na página do projeto. No jornalismo, parte da produção em vídeo foi proveniente de entrevistas realizadas para a produção de documentários sobre o tema, na disciplina de Produção de Vídeo II.

Um perfil no Youtube também foi criado, para o compartilhamento das produções em vídeo. Percebeu-se que o engajamento dos usuários do Facebook era maior quando o conteúdo postado eram vídeos, assim, além dos vídeos com as histórias interpretadas por estudantes, criaram-se outras três séries: Plurais Explica, em que especialistas entrevistados pelos estudantes abordavam temas como feminismo, empatia, racismo, bullying, homofobia; Plurais em Minuto, em que os estudantes repercutiam os assuntos relacionados ao projeto que estavam em pauta na internet e nos meios de comunicação, e Plurais Agenda, que teve apenas uma edição. Neste último, os estudantes anunciavam o que seria abordado no projeto ao longo da semana, mas avaliou-se que restringia a implementação das ações, dificultando alterações sobre as publicações e por isso não foram feitas novas edições.

Os vídeos, inicialmente foram publicados no Youtube e compartilhados no Facebook, porém, os estudantes observaram que muitos dos usuários das mídias sociais no celular têm acesso liberado de dados do Facebook e só podem assistir sem custos vídeos que são publicados originalmente na própria rede. Assim, adotamos a sistemática de publicar os vídeos no Facebook e também no Youtube. Para a publicação dos materiais em áudio, realizados na disciplina de … Áudios II, que conformam vinhetas, programetes e entrevistas, foi criada uma conta na rede social Soundcloud. Os

materiais foram compartilhados no Facebook. Na página do Facebook também foram publicados conteúdos relacionados a assuntos atuais e outros relativos a preconceitos em geral, e a necessidade de superá-los, a partir da empatia, colocando-se no lugar do outro.

Ações off-line também foram realizadas, no âmbito da universidade. Numa das ações, colocaram-se cadeiras diferentes em quatro pontos dentro do campus, onde havia um cartaz com a pergunta: E se essa cadeira fosse sua, qual história ela contaria?, as pessoas eram convidadas a ouvir o relato de outra através do uso de um dispositivo móvel, e também, ao final, se quisessem compartilhar alguma história sua que envolvesse a temática. Ainda foi realizado um evento do grupo Gênero, Mídia e Sexualidade (Gemis), de Porto Alegre, que oferecia oficina aos estudantes de Comunicação e palestra sobre "Mídia, gênero e construção da realidade: a naturalização da violência", foi promovido no âmbito do projeto. Para o evento, os estudantes planejaram uma ação que articulava o on-line off-line: entregaram aos participantes uma folha de papel em que convidavam as pessoas a compartilhar alguma história sua com o Plurais. Uma das mensagens recebidas dizia apenas "todo mundo me odeia", e os estudantes produziram um vídeo em resposta ao recado, em que a principal mensagem era dizer à pessoa, que havia escrito de forma anônima, que ela não estava sozinha.

O trabalho foi constantemente reavaliado entre as turmas, levando em consideração a repercussão das publicações e ações. O retorno a partir da internet serviu para planejar os próximos passos.

3. Resultados e discussão

A execução do projeto, realizado durante os meses de maio e junho de 2016, foi centrada na produção de conteúdos em texto, áudio, vídeo, imagem, com vistas a sensibilizar o público para conhecer outras realidades, outras histórias, outras formas de viver, e assim, ajudar na superação de preconceitos, pela perspectiva da empatia. A proposta configurou-se como uma campanha de comunicação, associando conteúdos jornalísticos e publicitários, a partir de uma abordagem transdisciplinar.

O planejamento foi constantemente reavaliado, houve algumas dificuldades decorrentes da proposta, como o trabalho conjunto entre alunos de dois diferentes cursos, em prazos curtos, a articulação entre as diferentes disciplinas, o cumprimento com os prazos de avaliação institucional. Dentro da própria proposta e construção do projeto, os problemas foram avaliados e levaram, muitas vezes, à adoção de mudanças no processo. A página do Facebook teve, até o início do mês de julho, mais de 1200 curtidas e, conforme os indicadores da rede social, chegou a ter alcance de mais de 6 mil usuários, a partir dos compartilhamentos das publicações. Percebemos poucos comentários em nossa página, mas notamos o engajamento a partir de mensagens enviadas aos alunos participantes do projeto, aos textos postados com os relatos, aos retornos recebidos presencialmente na universidade.

O objetivo, de despertar o sentimento de empatia, gerou a empatia nos próprios estudantes que desenvolveram o projeto. A maior parte das ações do projeto, ainda que com a orientação de quatro docentes, veio dos próprios alunos, demostrando grande engajamento e protagonismo com o projeto. A partir de sua atuação, do envolvimento com os temas, e do repertório desenvolvido,

percebemos nos estudantes potencial para tornarem-se profissionais atentos às questões de direitos humanos contemporâneas.
Com relação ao público-alvo do projeto e público em geral, percebemos um alcance importante em seus primeiros dois meses de duração, o que nos motiva a dar seguimento, com um grupo de alunos voluntários, com o objetivo de tornar-se uma referência para atuar no combate aos preconceitos pelo viés da empatia e da comunicação social.

Palavras-chave: jornalismo; publicidade e propaganda; campanha; empatia; preconceito.

Referências

Morin, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. Tradução de
Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya 2. Ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF : UNESCO, 2000.

KRZNARIC, Roman. Sobre a arte de viver: lições da história para uma vida melhor. Zahar, Rio de Janeiro, 2013.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Reconhecer para libertar: os caminhos do cosmopolitanismo multicultural. Introdução: para ampliar o cânone do reconhecimento, da diferença e da igualdade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003

VALDETTARO, Sandra. Epistemología de la comunicación: una introducción crítica. Rosario: UNR Editora, 2015 [E-book]