

Calendário Informativo PROTAAF 2015¹

Mequiel Zacarias FERREIRA²
Denise Farias de SOUZA³
Glauciane Brissow REALTO⁴
Guilherme Munhoz BARBOZA⁵
Raquel dos Anjos OLSEN⁶
Junio Garcia da SILVA⁷
Roscéli KOCHHANN⁸

Universidade do Estado do Mato Grosso, Alta Floresta, MT

RESUMO

Baseados em noções de fotojornalismo e jornalismo comunitário e regional, o grupo de acadêmicos de Comunicação Social de Alta Floresta, “Luz”, produziu o “Calendário Informativo PROTAAF 2015”, com fotomontagem, textos e produção gráfica. A produção e comercialização do calendário permitiu a arrecadação de aproximadamente 4 mil Reais, que foram utilizados para custear os gastos com medicamentos, produtos e veterinário da Associação, fortalecendo a continuidade do trabalho dos mesmos e garantindo destaque na mídia local.

PALAVRAS-CHAVE: Calendário; Fotografia; Jornalismo Comunitário; PROTAAF.

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo, em sua essência, objetiva informar com qualidade e situar as pessoas no contexto ao que pertencem ou não, com a preocupação de não ser indutivo, mas sim mostrar, de forma objetiva o fato – é uma forma de construção da realidade social. Observa-se assim, a crescente preocupação do jornalismo em retratar linhas específicas de trabalho, atuações especializadas e dominantes. O jornalismo policial, político superficial e o

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Comunicação e Inovação.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: mequiel@live.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: denisefaaria@gmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: anniebrissow@gmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: guilherme_munoz@hotmail.com

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: olsen.raquel@gmail.com

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: junio.garcia.s@hotmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: rosceli.ko@gmail.com

cumprimento de cobertura de agendas e releases oficiais de órgãos e poderes constituídos conduzem as pautas de impressos, radiofônicos e televisivos. Fatos e informações, apropriadas pelos meios de comunicação, e de importância para a sociedade, permanecem, desta forma, desassistidas pela mídia. Logo, identifica-se uma falha no cumprimento da função do jornalismo.

Essa perspectiva é pontuada por Freitas (2006), quando enfatiza:

Entretanto, no jornalismo da Indústria Cultural fica cada vez mais difícil o jornalista se desligar de valores mercadológicos como afirma Medina (Freitas, 2006 *apud* Medina, 1988 p.23). Portanto, Garcia Márquez relata que o jornalismo a cada dia se torna mais indiferente, e faz com que o profissional dessa área seja apenas mais um trabalhador e perde a sua sensibilidade de ver o mundo (FREITAS, 2006, p.23).

Essa visão estabelece o fortalecimento da indústria da notícia, com pautas pré-estabelecidas de assuntos predeterminados. Nem tudo que é notícia é de fato noticiado. Muitas delas são ignoradas, ou pelo fato de que estão dissonantes dos desejos dos veículos ou pelos profissionais da comunicação que estão se tornando insensíveis para perceber tais notícias no cotidiano. Agrava-se essa situação, pelo posicionamento de permanecer apenas dentro das redações, acomodados pela questão tecnológica e de reprodução de produtos jornalísticos de outros meios.

Consonante a esse processo de desconstrução da função social da comunicação, Freitas (2006), apresenta o jornalismo comunitário:

O jornalismo comunitário é sempre alternativo, pois sua linguagem difere-se da grande imprensa. Pois a preocupação do jornal comunitário é com discussões na esfera do micro. E o jornal comercial, discute as questões no macro não tendo espaço nem interesse em abordar assuntos que só seriam notícias para determinada comunidade (Freitas, 2006 *apud* Festa, 1986 p.17). Essa forma de jornalismo dá ao profissional a liberdade perdida com a industrialização da notícia (FREITAS, 2006, p.24).

Freitas (2006, p. XX), ainda acrescenta que este jornalismo é caracterizado por ser “o espaço no qual a população daquela comunidade não é julgada pelo veículo de comunicação, mas sim valorizada”. E este apontamento se encaixa na perspectiva da prática do jornalismo regional. O jornalismo regional é caracterizado pelos veículos menores de comunicação que se ocupam e preocupam com as perspectivas regionais e locais, as notícias que se ligam ao cotidiano daquela localidade. Ribeiro (2005), caracteriza o jornalismo regional como:

Privilegiado por sua proximidade com o público e os problemas locais, o jornal regional permite a polifonia ao abrir espaço para a dona de casa reivindicar melhores infraestruturas em seu bairro, ao mostrar a cultura dos municípios da redondeza e também ao questionar as irregularidades na administração da prefeitura. A função informativa dos jornais do interior está diretamente relacionada ao fato local (RIBEIRO, 2005, p.47).

Nesse sentido de proximidade com o público e até mesmo de interação com o mesmo, de compreensão da mensagem produzida e da participação na produção noticiosa, pode-se refletir sobre o uso de imagens e fotos. Tais elementos hoje são considerados muito importantes para compreensão da notícia. Milward (2006, p.01), funcionaliza o fotojornalismo da seguinte forma: “A função primeira do fotojornalismo não é apenas complementar uma matéria ou reportagem, é dizer mais do que as palavras, o indizível, o sensitivo.” Isso evidencia a importância das imagens nos produtos jornalísticos.

E é neste sentido que o projeto “Calendário Informativo PROTAAF 2015” foi elaborado, objetivando informar não apenas com textos, mas também com fotografias e elementos gráficos. De modo a suprir a carência informativa das pautas locais, no que se diz respeito às temáticas ligadas aos projetos sociais que nascem e crescem, com dificuldades. Esse processo é consequência da falta de incentivo pelo poder público, que está diretamente ligado aos assuntos que se tornam de relevância aos meios de comunicação da cidade.

A lógica da produção regional, aliada com o uso de imagens fotográficas, tem então em si um potencializador na capacidade de construção social e favorecimento na compreensão das notícias e aprofundamento da própria realidade. Peixoto (2011) esclarece esse papel e posiciona o resultado da atividade fotojornalística nos produtos da comunicação:

Pensar em fotojornalismo é refletir sobre a capacidade de articulação visual do homem com a realidade na qual está imerso. E para o desenvolvimento desta atividade, profissionais preocupam-se em buscar, por meio de imagens, extrapolar aquilo que as palavras não conseguem captar (ou reportar), resultando em um discurso visual carregado de posicionamentos, preferências e ambientações (PEIXOTO, 2011, p.01).

Desta forma, compreende-se que a produção de produtos jornalísticos é, de fato, essencial para a construção da realidade social e, propriamente, favorecer a aproximação dos indivíduos da sua realidade e da própria construção do processo comunicacional de sua localidade. Cumprindo sua função social e favorecendo a evolução daquela realidade.

A PROTAAF assume essa responsabilidade e recebe, diariamente, segundo seus membros, cerca de cinco denúncias de animais em situação de perigo e pedidos de ajuda de todos os bairros da cidade. Destes, geralmente, dois ou três se efetivam em atendimento, utilizando o critério de risco, ou seja, quanto mais grave o caso, mais urgente e preferencial o atendimento. Nem todos os casos são atendidos, já que a Associação trabalha com voluntários e não conta com fundo financeiro adequado e nem apoio da instituição pública executiva. Ainda assim, são aproximadamente mil chamados e denúncias por ano e centenas de atendimentos e adoções no município, salvando e encaminhando animais que antes eram caso de saúde pública.

O Calendário Informativo da PROTAAF contextualiza, assim, a prática da percepção das problemáticas locais, apuração de fontes, situações cotidianas e o aprofundamento do olhar na produção de fotos que contem histórias e favoreçam ao leitor que no decorrer de todo o ano possam manter-se em contato direto com a causa em questão. Podendo a cada mês reavivar a reflexão sobre a questão do abandono de animais e situações correlatas. Além disso, tal produto pode, de fato, contribuir e mudar a realidade de um grupo local que desenvolve um trabalho essencial para a sociedade e precisa ser melhor reconhecido e valorizado pela mesma, que também precisa assumir sua responsabilidade. Com o calendário, a população passa agora a ter uma referência direta com a PROTAAF e um lembrete contínuo da questão dos animais abandonados.

2 OBJETIVO

Fortalecer a identidade e ações do grupo PROTAAF e chamar a atenção da mídia do município e do poder público para a causa dos cuidados com os animais, através de um calendário informativo.

3 JUSTIFICATIVA

A cidade de Alta Floresta, no norte do estado de Mato Grosso, não possui Centro de Zoonoses e nem políticas específicas relativas ao tratamento de animais abandonados. Exceto as políticas federais de vacinação. Esta realidade não é exclusiva deste município, contudo, o alto índice de animais abandonados torna-se um fator preocupante.

Para cobrir essa deficiência, existe, desde 2009, a Associação dos Protetores de Animais de Alta Floresta (PROTAAF), que recebe denúncias sobre abandono e maus-tratos de animais e presta atendimento aos casos mais urgentes (ferimentos, doenças, desnutrição

e agressões). O valor financeiro usado nos atendimentos é oriundo de promoções realizadas pela Associação, doações e parcerias com clínicas veterinárias e outros estabelecimentos. Salientando a omissão da esfera do legislativo, que não reconhece o trabalho da Associação e, muito menos, a importância deste para os municípios no que tange as questões de saúde pública.

O âmago de toda esta questão reside no fato de que, mesmo prestando um serviço gratuito para a sociedade, a PROTAAF não é reconhecida nem pela instituição pública, nem pelos meios de comunicação do município. Logo, a produção deste trabalho e ações correlatas permitiram maior visibilidade ao trabalho e à Associação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Este trabalho teve início com as discussões da disciplina de Fotojornalismo, onde fomos provocados a aguçar o nosso olhar para a retratação das temáticas sociais. Desta forma, unimos a proposta do trabalho com a Associação aos conceitos aprendidos em sala de aula.

Preocupados com a qualidade final do produto, o grupo utilizou as câmeras digitais Sony Alpha 3000, Sony Alpha 58, Sony NEX – F3 e Canon EOS Rebel T5, todas com lentes 18-55 mm. Para a caracterização dos animais e cenário, foram utilizados acessórios como chapéis, lenços, bolas, roupas para cachorros, tecidos etc.

Para a produção gráfica, foram utilizados os softwares para design gráfico CorelDRAW x5 e Adobe Photoshop CS6. Foi feita a seleção de cores, levando em consideração o mês e a fotografia. Então, a escolha da tipografia, realizada visando manter a harmonia visual do projeto e criando uma identidade para o mesmo.

A elaboração textual seguiu a linha lúdica, inspirada na literatura infantil, inserindo na construção das histórias o fato real da situação dos animais anterior à adoção complementando o material fotográfico que mostra a realidade dos mesmos após serem adotados. O calendário foi produzido através da técnica de fotomontagem conforme descrição de Peixoto (Peixoto, 2011 apud BAEZA, 2007):

Podemos considerar que es fotoilustración toda imagem fotográfica, sea cumpuesta de fotografias (en *collage* y fotomontaje, electrónicos o convencionales) o de fotografia combinada con otros elementos gráficos, que cumpla la funcion clásica de ilustración. (...) La fotoilustración se caracteriza por depender de um texto prévio que marca y origina la imagem; ésta debe explicarlo, esclarecerlo, y/o generar en el destinatario

afán de aproximación a los contenidos del texto (Peixoto, 2011 *apud* BAEZA, 2007, p. 06).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A proposta surgiu de um dos membros do grupo, que assumiu o desafio de retratar o trabalho da associação supracitada, após identificação desta abordagem como pauta no município.

O trabalho, totalmente voluntário, começou com a construção do projeto e contato com a Associação para apresentação do mesmo, que aceitou imediatamente a proposição. Após esta etapa, iniciamos os preparativos para o dia do ensaio fotográfico, conhecendo o trabalho de outros fotógrafos do meio, analisando os possíveis locais para a realização do ensaio e providenciando os acessórios e equipamentos necessários para a produção. Salienta-se que o grupo possui equipamento fotográfico profissional e semiprofissional. Paralelo a esse processo, o grupo realizou o estudo relativo à produção gráfica do calendário e o aprofundamento no estudo do objeto de trabalho.

No ensaio foram produzidas aproximadamente 800 imagens com cerca de 20 cães e gatos, já resgatados e tratados pela PROTAAF, que agora possuem um lar. As fotos foram feitas no parque da Praça Cívica - uma referência para a cidade – e os animais foram levados pelos adotantes, que acompanhavam o ensaio, para o caso do animal não se adaptar ao espaço. Não houveram incidentes, porém, nem todas as fotos puderam ser utilizadas. Do contingente de fotos produzidas, foram selecionadas cerca de 30 fotos de 12 animais, visto que o modelo de calendário exigia o uso de duas fotos por animal/mês.

Após o processo de seleção das fotos, deu-se início a produção gráfica do projeto. A criação levou cerca de um mês até que chegasse à arte final, sendo encaminhado posteriormente à gráfica para impressão de mil exemplares. No percurso deste processo, foram levantados recursos por meio de patrocinadores, com o objetivo de viabilizar a impressão.

Calendários prontos e impressos (Imagem 1), começa então a dinâmica de distribuição, sendo dividido em quantidades iguais entre os membros da PROTAAF e do grupo Luz. Além disso, os patrocinadores receberam uma quantidade e o Selo de Reconhecimento de Apoio (Imagem 2) como forma de agradecimento. Com o intuito de arrecadar fundos a serem destinados a investimentos e cobrir dívidas já existentes da Associação, os calendários foram distribuídos de forma que o mínimo estabelecido para venda-troca dos calendários era de 10 Reais. Assim, cada pessoa poderia contribuir com

esse valor ou outro que considerasse adequado. O montante arrecadado foi todo repassado para a Associação para uso nos custos com o resgate e cuidado com os animais.

Para a divulgação do Calendário e de demais produções feitas pelo grupo, como camisetas e selo da campanha, foram utilizados recursos disponíveis na rede social Facebook, em uma página de apoio a PROTAAF e o perfil da mesma, além da criação de uma fan-page própria do Grupo Luz – Ideias em Comunicação. Foram feitas postagens (Imagem 3), sorteio e apresentação dos patrocinadores. Interpelando a mídia local, a mesma contribuiu para a divulgação, veiculando matérias de rádio, TV e web, alcançando um dos objetivos do projeto.

6 CONSIDERAÇÕES

O campo da comunicação social, de fato, é muito amplo. É possível tornar públicas notícias relevantes de diversas maneiras e através de diversos meios. Um calendário deixa de ser apenas um calendário quando passa por um processo de identificação de significância, apuração de fatos e vivência dos mesmos.

Desta forma, com o projeto “Calendário Informativo PROTAAF 2015”, uma parte maior da comunidade altaflorestense foi alcançada, tendo assim mais conhecimento das ações desenvolvidas pela Associação e reconhecendo-se na causa, que se percebe na realidade que o mesmo expõe. Pode-se notar ainda uma aproximação entre os meios de comunicação da cidade e a entidade supracitada, durante o período de divulgação.

O uso de textos informativos transcritos com viés literário, aliado ao uso de fotomontagens também foi muito produtivo e bem aceito. As pessoas que colaboraram com a causa em troca de um calendário, de maneira geral, gostaram da proposta diferenciada de abordar a prática jornalística, especialmente pelas técnicas aplicadas na produção, tratamento e montagem das fotos nos meses, que buscavam transmitir, além das histórias, a responsabilidade pelo cuidado com os animais abandonados.

Percebe-se ainda que o Poder Público continua sem apresentar nenhum tipo de apoio a causa. Porém, o grupo Luz pretende continuar com outros projetos, além do calendário 2016, para que a Associação tenha ainda mais visibilidade perante a sociedade. Chamando, assim, atenção para o fortalecimento da discussão de políticas públicas relacionadas aos cuidados com os animais e outras pautas desprestigiadas pela mídia estabelecida.

Foi arrecado com a ação um montante aproximado de quatro mil Reais, repassados na íntegra para a PROTAAF. Com o valor recebido, a Associação pode quitar débitos com

as clínicas veterinárias que simpatizam com a causa, cujos vencimentos passavam de um mês. Os calendários também foram quitados com os valores doados pelos apoiadores do projeto e da causa, que receberam 30 calendários informativos e o Selo PROTAAF (Imagem 4) da causa em um quadro que agora identifica a empresa como amiga dos animais e da Associação.

Esse contexto demonstra o quão importante é a atuação do jornalismo regional e como é essencial que os meios de comunicação estejam preocupados em extrapolar linhas editoriais caducas compostas por assassinato-escandalo-coluna social e se preocupem em tornar comum – no sentido de “para todos” –, situações relevantes e que realmente contribuam de alguma forma com melhoria na vida de uma determinada localidade, como é o caso da PROTAAF, que atua sobre a realidade, e agora, com esse projeto, ganhou um novo olhar e participação das empresas e da sociedade de maneira geral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREITAS, Viviane Belizario de. **O papel social do jornalismo comunitário:** Um estudo do Jornal Cantareira. São Paulo: UNINOVE, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/freitas-viviane-papel-social-do-jornalismo-comunitario.pdf>> Acesso em: 24 maio 2015.

MILWARD, Julia. **Pensamento sobre a estética do fotojornalismo contemporâneo...** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29. 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0533-1.pdf>> Acesso em: 25 maio 2015.

PEIXOTO, João Guilherme de Melo. Desafios para a edição no fotojornalismo contemporâneo. **Revista temática**, Pernambuco, Ano VII, n. 09, set. 2011. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2011/setembro/desafios_fotojornalismo_contemporaneo.pdf>. Acesso em: 25 maio 2015

RIBEIRO, Juliana Colussi. **Jornalismo regional e construção da cidadania:** O caso da Folha da Região de Araçatuba. Bauru, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-juliana-jornalismo-regional-construcao-cidadania.pdf>> Acesso em: 24 maio 2015.

APÊNDICE A – Ilustrações

Imagem 1 – Produto final – Calendário Informativo PROTAAF

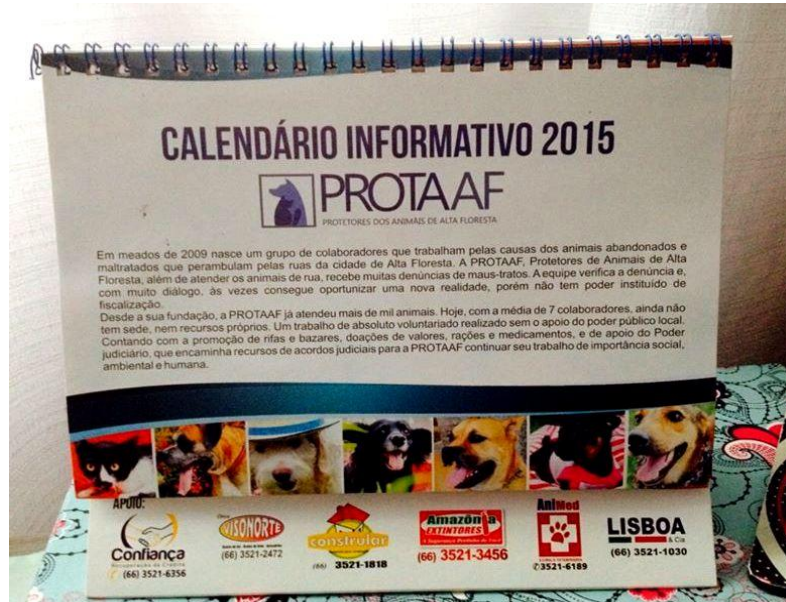


Imagem 2 – Selo criado para identificar as empresas parceiras da PROTAAF.



Imagem 3 – Neguinha, um dos animais resgatados e posteriormente adotada, ilustrou o mês de janeiro.



Imagem 4 – Entrega do Selo de Reconhecimento de Apoio à PROTAAF a uma das empresas apoiadoras.

