



PLANEJAMENTO DE ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA CAMPANHAS DE FINANCIAMENTO COLETIVO A PARTIR DE METODOLOGIAS ÁGEIS

Ivana Cavalcante Saraiva, discente de pós-graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Alciane Nolibos Baccin, docente de pós-graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

ivanasaraiva.aluno@unipampa.edu.br

Com a redução acentuada de investimento público, de natureza discricionária, nas universidades e institutos federais, tem se tornado comum que as equipes de competição do Centro de Tecnologia da Universidade Federal de Santa Maria recorram ao financiamento coletivo como forma complementar de captação de recursos. Mas os resultados não têm sido satisfatórios, já que apenas uma de seis campanhas atingiram 100% da meta de arrecadação e os demais, em média, não passaram de 15%. Então, como projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa da Unipampa, busca-se compreender como dispor de um conjunto de informações específicas organizadas de forma funcional, levando em consideração a usabilidade de um processo para planejar uma campanha bem-sucedida de angariação de fundos, via financiamento coletivo, que viabilizem o desenvolvimento dos projetos das equipes de competição do CT-UFSM. O objetivo geral então é elaborar uma proposta de modelo de planejamento que atenda às especificidades dessas campanhas, com objetivos específicos como rastrear o campo de pesquisa, selecionar e identificar estratégias comunicacionais de campanhas de financiamento coletivo, propor um modelo de planejamento de comunicação, testar e validar o modelo e elaborar documentação sobre a inovação no processo de planejamento comunicacional voltado para campanhas de financiamento coletivo. A inovação do processo está especialmente nos procedimentos metodológicos do projeto. O modelo de planejamento de comunicação será baseado em metodologias ágeis - elas têm como principal restrição o tempo e são caracterizadas por produzirem entregas rápidas e frequentes. Como ponto de partida, têm-se a proposta de “lean inception”, do Paulo Caroli (2018) e “sprint”, de Knapp, Zeratsky e Kowitz (2017). Ambas metodologias ágeis são baseadas em workshops com duração máxima de uma semana. O cronograma de preparação e condução dos workshops está previsto para ser realizado de 2 de novembro a 4 de dezembro de 2020. As bases conceituais que nortearão o trabalho são “cibercultura”, “economia colaborativa”, “financiamento coletivo” e “as relações públicas e o planejamento estratégico como caminho para o financiamento coletivo”. Espera-se que a partir da execução deste trabalho seja possível compartilhar os procedimentos metodológicos adotados para

que sejam tanto aplicados às equipes de competição de outras universidades, quanto adaptado às necessidade de outros projetos universitários.

.

Palavras-chave: Financiamento coletivo; Crowdfunding; Indústria Criativa; Comunicação; Relações Públicas.