



JORNADA
DE —
COMUNICAÇÃO
— POPULAR



MATERIAL
DE APOIO ➤

MÃO
NA
TERRA



coletivo
PROTEJA



2023

2024

Fotos da capa: Ahmad Jarrad

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-Compartilhual 4.0 Internacional.

Você pode:

Compartilhar: copiar e redistribuir o material em qualquer meio ou formato

Adaptar: remixar, transformar e criar a partir do material

O licenciante não pode revogar essas liberdades desde que você siga os termos da licença.

Sob os seguintes termos:

Atribuição: Você deve dar crédito apropriado, fornecer um link para a licença e indicar se foram feitas alterações. Você pode fazer isso de qualquer maneira razoável, mas não de maneira que sugira que o licenciante endossa você ou o seu uso.

NãoComercial: Você não pode usar o material para fins comerciais.

Compartilhual: Se você remixar, transformar ou criar a partir do material, você deve distribuir suas contribuições sob a mesma licença que o original.



coletivo
PROTEJA

Quando o
ato de fazer
não é mais
suficiente,
refletir
e recriar
tornam-se
imperativos.



2024 JORNADA DE — COMUNICAÇÃO — POPULAR



contato@coletivoproteja.org



coletivoproteja.org



[@coletivoproteja](https://www.instagram.com/coletivoproteja)



[@protejacoletivo](https://twitter.com/protejacoletivo)

Produzido pelo Coletivo Proteja
julho 2024

ÍNDICE

INTRODUÇÃO 06

Coletivo Proteja
Nossa Jornada

O CHÃO QUE PISAMOS 07

Comunicação Popular
como ferramenta de luta

MÃO NA TERRA 14

Comunicação,
que bicho é esse?
Audiovisual
Fotografia
Vídeo
Mídias Sociais
Cuidados digitais
Plano de Cobertura



COLETIVO PROTEJA

Nós, do Coletivo Proteja, atuamos desde 2015 no apoio e fortalecimento de organizações, grupos, coletivos e comunidades nos processos de enfrentamento à violações de direitos, responsabilização por impactos socioambientais e na defesa de suas comunidades e culturas. Construímos estratégias e ações aliando diferentes formatos e produtos, através da orientação política da Comunicação Popular, aplicando as múltiplas técnicas a serviço das vontades políticas, coletivas e revolucionárias dos movimentos, grupos, coletivos e organizações com que trabalhamos.

NOSSA JORNADA

Construímos a “Jornada de Comunicação Popular do Coletivo Proteja” com o objetivo de fortalecer e debater a comunicação popular junto às organizações parceiras do coletivo e assim abrir espaço para o debate e construções coletivas sobre a comunicação adequada a cada realidade, luta, pauta e estrutura de governança dos movimentos.

A comunicação é instrumento essencial nas dinâmicas humanas individuais e coletivas. Vital para os processos de luta, defesa e construção de estratégias políticas.

INTRODUÇÃO

O CHÃO QUE PISAMOS

PARA ALÉM DA PRÁTICA, POR QUE PRECISAMOS DEBATER A COMUNICAÇÃO?



Comunicação Popular é o chão que pisamos. Refletir, construir, articular, produzir e disseminar narrativas que fortalecem as lutas sociais populares são nossos caminhos neste chão. As vozes das comunidades, movimentos e organizações populares fazem parte desta comunicação.

A metodologia que desenvolvemos para esta cartilha é resultado da experiência prática e reflexiva do Coletivo Proteja durante nossos 9 anos de atividades. Cada encontro realizado com a Jornada de Comunicação Popular nos ajuda a aperfeiçoar nossa metodologia.

Esta cartilha foi pensada para ser usada como material de apoio para atividades formativas e contribuir nas discussões e ações. Nós da Proteja pretendemos contribuir com o debate político e formativo sobre a comunicação e assim fortalecer a grupos, coletivos e movimentos, neste processo de troca.

Esta cartilha foi pensada para ser usada como material de apoio para atividades formativas e contribuir nas discussões e ações. Nós da Proteja pretendemos contribuir com o debate político e formativo sobre a comunicação e assim fortalecer a grupos, coletivos e movimentos, neste processo de troca.

Mão na Terra é a parte deste material de apoio que pretende trazer aspectos práticos da comunicação que podem contribuir em atividades que preparam coberturas e fortalecem mobilizações populares. Trazemos nesta parte: conceitos de comunicação e tipos de narrativas, audiovisuais (foto e vídeo), cuidados digitais e estrutura de um plano de cobertura.

COMUNICAÇÃO POPULAR COMO FERRAMENTA DE LUTA

A comunicação popular, em muitos momentos, também é chamada de comunitária ou alternativa. É a forma de fazer comunicação para amplificar as vozes e narrativas de pessoas e grupos sociais, muitas vezes silenciadas e exterminadas pelo poder político e econômico que oprime as lutas populares.

Entendemos a comunicação popular quando ela é capaz de promover o empoderamento comunitário, a transformação social e o fortalecimento da luta por direitos. Ela tem como protagonistas as pessoas que sofrem injustiças sociais.

A comunicação popular representa uma forma de compreender a comunicação como ferramenta de luta social e é um instrumento de educação. Ela é criada por movimentos sociais e grupos populares, que passam a criar seus próprios meios de comunicação para fortalecer suas estratégias políticas.

Nesse contexto, compartilhamos aqui **três pontos chaves** no debate sobre comunicação popular que vem sendo compartilhado dentro das atividades da Jornada do Coletivo Proteja.



CONTRA-NARRATIVAS

A partir da necessidade de disputar narrativas e lutar contra a invisibilidade feita pelos grandes grupos de mídia, os movimentos sociais ao longo da história propõem a realização dos seus próprios conteúdos e meios de comunicação. *Se a “grande mídia não nos mostra, então nós seremos a mídia.* Dessa forma a comunicação popular propõe a contra-narrativa como uma estratégia política dentro dos movimentos populares. A contra-narrativa pode trabalhar os formatos abaixo, mas não se restringe à eles.

Pautas Positivas: Focar em histórias e aspectos positivos, destacando conquistas, ações bem-sucedidas e iniciativas que gerem impacto positivo na sociedade.

Denúncias: Expor e fortalecer incidências políticas e jurídicas contra injustiças, desigualdades e violações de direitos, proporcionando visibilidade a questões que muitas vezes são ignoradas pela mídia convencional.

Protagonismo: Amplificar as vozes e evidenciar os protagonistas das histórias, destacando a perspectiva e experiência das pessoas diretamente envolvidas nos eventos ou movimentos.

Posicionamento Político: Manifestar claramente as posições políticas, ideológicas e valores do movimento, contribuindo para a construção de uma identidade e coesão interna.

Mobilização Social: Através de campanhas, eventos e iniciativas de mobilização social, a comunicação popular pode incentivar engajamentos políticos e promover mudanças sociais significativas.

Linguagem Inclusiva: Ações de comunicação popular frequentemente adotam uma linguagem



inclusiva, respeitando as diferentes formas de expressão linguística e evitando estigmatização ou marginalização com base na linguagem.

A diversidade de formatos e enfoques permite que a contra-narrativa seja flexível e adaptável, capaz de atender às necessidades específicas de diferentes contextos e movimentos sociais. Essa abordagem busca não apenas desafiar as narrativas dominantes, mas também que possam povoar o imaginário contemporâneo e construir alternativas significativas e ressoantes com o futuro que buscamos coletivamente.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E ORGANIZAÇÃO SOCIAL

A Comunicação Popular é concebida como uma ferramenta política essencial para os movimentos sociais, comunidades e grupos populares, sendo, portanto, organizada de acordo com a estrutura política desses coletivos. Nessa perspectiva, destacam-se dois princípios fundamentais que orientam nossa discussão sobre a importância da orientação da comunicação a partir da compreensão da governança e organização política de cada grupo:

Movimentos são Capilares: Diferentes do modo de organização do sistema capitalista, os movimentos sociais possuem lógicas próprias de se organizarem, de representatividade e de processos de tomada de decisão únicos a cada contexto. A comunicação, em sua forma popular, precisa adotar uma abordagem capilar, principalmente quando pensamos em movimentos ligados à terra e território. Dessa maneira, a elaboração de estratégias, conteúdos, abordagens e linguagens deve se dar a partir da construção, consulta, revisão e validação junto às bases e núcleos locais.. Essa característica reflete a necessidade de alcançar e envolver diferentes escalas. Isso

implica, naturalmente, em processos de construção por vezes mais longos e sensíveis, mas garante que representem de forma mais abrangente e autêntica as visões e posicionamentos dos movimentos.

Organizar-se a partir da estrutura política é fortalecer os movimentos: Em um cenário de velocidade, emergência e efemeridade dos conteúdos de comunicação, muitas vezes nos vemos angustiados em concluir materiais com rapidez. No entanto, seguir o processo do debate e decisão coletiva segundo a estrutura política da organização, grupo ou movimento é principalmente uma maneira de exercitar e fortalecer sua própria governança interna e suas capacidades de debate e construção de consensos. Para nós, é importante dedicar espaço e tempo para a experiência da construção coletiva, tendo a comunicação popular como objeto de reflexão e desenvolvimento de capacidades sociais e políticas.

Não são apenas os comunicadores que devem pensar comunicação: Atualmente, a comunicação é entendida como uma atividade a ser desenvolvida por pessoas jovens. Fetiche esse resultado da conexão superficial entre comunicação, internet e redes sociais. No entanto, tratando-se de comunicação política e voltada para e pelos movimentos, reconhecemos como imprescindível a participação e envolvimento efetivo de lideranças e coordenações políticas nos debates e definições da comunicação. Ao envolver comunicadores, jovens e velhos, e lideranças políticas no processo, é possível fomentar a formação política, a troca geracional e a devida orientação da comunicação com base nas visões dos movimentos.

Esses princípios fundamentais não apenas refletem a natureza democrática da Comunicação Popular, mas também fortalecem a capacidade de engajamento e mobilização, garantindo que a comunicação seja verdadeiramente representativa

das comunidades e grupos populares envolvidos. A estrutura de governança, ao seguir esses preceitos, contribui para uma comunicação mais autêntica, formativa e alinhada aos interesses e necessidades das bases dos movimentos.

COMUNICAÇÃO COM AS BASES

Além de desenvolver estratégias para expandir o alcance e a visibilidade das narrativas e pautas essenciais para os movimentos, nossa metodologia de Comunicação Popular coloca como prioridade a comunicação com suas bases de forma a amplificar as vozes e mobilizar politicamente as raízes da luta social. A comunicação é um importante meio de formação e agitação política das bases dos movimentos, que em grande parte não têm acesso à tecnologia ou à linguagem das plataformas digitais.

Transparência: Assegurar um fluxo transparente de informações, promovendo uma comunicação aberta e acessível a todos os membros da comunidade, grupos e movimentos.

Consulta: Proporcionar a participação ativa e diálogo constante para ouvir e considerar as perspectivas das bases antes de tomar decisões importantes e, sobretudo, antes de difundir informações.

Devolutiva: Organizar fluxo para retornos e devolutivas, fechando o ciclo de comunicação para manter uma relação saudável e construtiva com as bases políticas.

Desse modo, o público-alvo da Comunicação Popular não é apenas a esfera pública que busca sensibilizar, mas principalmente as comunidades e grupos locais que resistem e enfrentam diária e diretamente às ameaças e ataques aos seus direitos e modos de vida.





MÃO NA TERRA

COMUNICAÇÃO,
QUE BICHO É ESSE?



MAS AFINAL, O QUE É COMUNICAÇÃO?

Em muitos livros e documentos existem duas formas opostas de se compreender a comunicação:

1. A comunicação como um ato de transmissão e informação

2. A comunicação como ter algo em comum, como diálogo e intercâmbio

A primeira concepção é mais limitada. Vê a comunicação basicamente como um ato em que o emissor transmite informações para um ou mais receptores. Esta concepção é a que predomina na sociedade e que aparece em meios massivos.

emissor ← mensagem → receptor

A outra concepção põe ênfase no diálogo e no intercâmbio. Aqui a comunicação é relação entre pessoas ou grupos que repartem experiências,

conhecimentos e sentimentos. Todos têm oportunidade de ser tanto emissores como receptores. Quer dizer, todos são sujeitos em uma situação que precisamos entender como “mediação”, para além dos meios de comunicação (Martin-Barbero, 2008).

emissor-receptor ← mensagem → receptor-emissor

A comunicação é tão importante em nossas vidas que podemos dizer, com certeza, que todos nós somos comunicadores. Na verdade, ela é que possibilita às pessoas realizarem todas as coisas para viver. Se pararmos para pensar, em tudo que fazemos, a comunicação está presente, nas conversas, nos gestos, no jeito de se vestir, no trabalho e nas atividades do dia-a-dia.

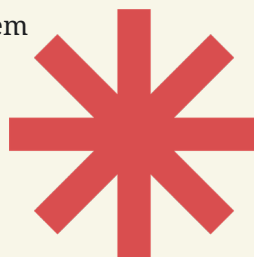
Então, todos nós, de uma forma ou de outra, sabemos nos comunicar. Mas para termos certa garantia de que seremos entendidos, é necessário nos preocuparmos com a forma pela qual vamos nos comunicar.

O QUE É NOTÍCIA?

A **notícia** também pode ser entendida como um formato de divulgação de um acontecimento por meios jornalísticos.

la é a matéria-prima do jornalismo, normalmente reconhecida como algum dado ou evento socialmente relevante que merece publicação num veículo de comunicação (jornal, rádio, TV, site).

Fatos políticos, sociais, econômicos, culturais, naturais e outros podem ser notícia se afetarem indivíduos ou grupos significativos.



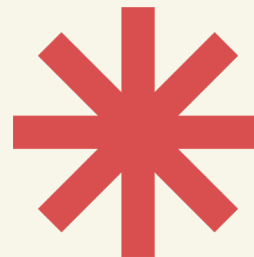
1. Para uma informação ser notícia ela precisa atender, prioritariamente, aos seguintes critérios:

Novidade: A notícia deve conter informações novas;

Proximidade: Quanto mais próximo do leitor for o local do evento, mais interesse a notícia gera, porque implica mais diretamente na vida do leitor;

De interesse público ou social: Notícia deve ser importante, ou, pelo menos, significativa. Acontecimentos banais, corriqueiros, geralmente não interessam ao público;

Nitidez: O fato tem que ser contado com clareza, sem colocar pormenores desnecessários; com frases simples, sem muita explicação ou adjetivos.



2. Estrutura da notícia

A Pirâmide invertida é uma forma de organizar textos. A técnica consiste em propor que o conteúdo seja iniciando com as informações mais relevantes para o que é considerado menos relevante:



A técnica da pirâmide invertida sugere respondermos 6 perguntas para iniciarmos textos:

1	O quê? (o fato)
2	Quem? (a pessoa da história)
3	Quando? (a data do ocorrido)
4	Onde? (local)
5	Como? (a forma que o fato ocorreu)
6	Por quê? (causa)

O QUE COMUNICAR

Precisamos ter sempre em mente, que em uma comunicação popular e democrática, a **participação** é fundamental, as pessoas precisam se identificar com os materiais e as mensagens. Para isso, é necessário criar condições:

a | Escutar, recolher as vivências e as falas das pessoas na comunidade, as preocupações e aspirações, como expressam, as coisas que a eles lhe interessam.

b | Revalorizar e recuperar os próprios conhecimentos, sua memória histórica e sua vida cotidiana. Apresentar testemunhos das pessoas que viveram momentos importantes na vida da comunidade.

c | Tratar, sobretudo, dos problemas sociais. E quando escrevermos sobre problemas nacionais e internacionais, conectar esses problemas com a experiência das pessoas, para que vejam como estes temas têm relação com seu próprio mundo.

d | Não nos limitarmos a denúncias e problemas. Também inclua elementos que animem e que dêem esperança: a risada, o jogo, o belo, a brincadeira. Na cultura popular encontramos uma fonte rica para isso.

e | Outra condição para a participação popular é que as pessoas possam utilizar uma lista ativa de mensagens. Que tenham a oportunidade de se expressar nos materiais, de escrever, de dizer sua palavra, desenhar, etc.

f | Também é importante que os materiais tenham uma função na luta coletiva e organizada da comunidade. Que os materiais realmente sirvam para discutir juntos os problemas e tomar decisões. Em outras palavras, temos que superar o consumo individualista e passivo das mensagens.

g | Finalmente, para saber se nossos materiais têm uma boa acolhida entre a população é preciso avaliar com diferentes leitores. Perguntar tanto pelos conteúdos como pela forma do material: O que você acha? O que você mais gostou? E o que não gostou? O que entendeu? Que sugestões tem?

AUDIO VISUAL



FOTOGRAFIA, UMA FORMA DE ESCREVER COM A LUZ

A fotografia vem do grego e significa escrever com a luz. A luz é, portanto, o elemento mais importante da fotografia, ao lado de mais três elementos básicos:

1. Assunto 2. Câmera 3. Foco

Existem diversos tipos de câmera. O importante é você conhecer seu equipamento e saber reconhecer as vantagens e limitações que ele oferece.

Na comunicação popular é fundamental entender a responsabilidade do que vai ser fotografado. Promover o respeito e envolvimento das pessoas nesse processo é fundamental. **Pedir permissão antes de sair fotografando é um princípio básico.**

DICAS PARA FOTOGRAFAR

Escolher o assunto

Um dos grandes segredos da fotografia é o assunto, pois é ele que será retratado. Para isto, observe bem o que você vai fotografar. Escolha o melhor local para estar e pegar tudo o que quer. Se for fotografar pessoas, aproveite o momento em que estiverem relaxadas e desinibidas, com expressão natural.

Observar o ângulo

Prefira os ângulos mais próximos do assunto. Evite fundos com muita informação. Uma foto feita de perto elimina o excesso de fundo e o efeito desagradável do segundo plano. Fundos com muita informação podem dificultar comunicar o que você idealizou. Mude o ângulo da foto ou mude a posição do assunto, sempre que possível para melhor comunicar sua imagem.

Enquadrar bem

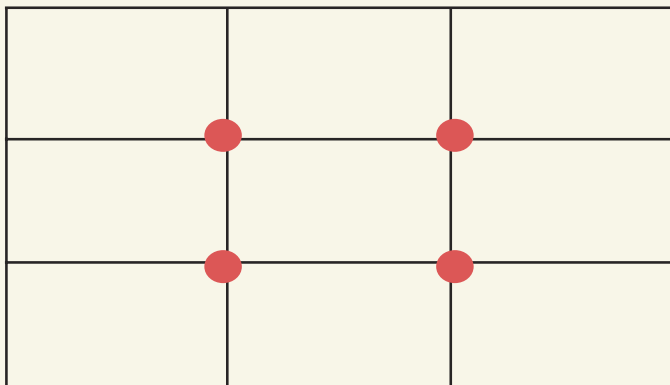


Figura: Usando regras dos terços para enquadramento das fotos

Você já ouviu falar da regra dos terços? Essas linhas que existem nos celulares e câmeras de fotografia. Os quatros cruzamentos dessas linhas são os melhores lugares para posicionar o assunto/tema principal, trazendo uma harmonia para as fotos.

Procure enquadrar o assunto/tema corretamente, observando o alinhamento das linhas horizontais e verticais da câmara. Enquadramento significa composição, isto é, a seleção e o arranjo que se deve fazer do assunto, antes de fotografá-lo. Você pode conseguir a melhor composição do assunto de várias maneiras:

- Coloque alguma coisa no primeiro plano para preencher os espaços vazios. Um portão, uma árvore ou uma pessoa, para servir de moldura à cena.
- Acostume-se a escolher o ângulo a ser fotografado, através do visor da câmara. Procure examinar o assunto de vários ângulos: mais perto, mais longe, de cima para baixo, de baixo para cima. Analise bem todos os ângulos e escolha o que mais lhe agrada e só então aperte o disparador. Se tiver dúvidas, tire duas ou três fotos de ângulos diferentes e assim será mais fácil estudá-las para escolher a melhor depois.

Figura: guia de fotometria



POUCA LUZ
(subexposta)



MUITA LUZ
(superexposta)



EXPOSIÇÃO CORRETA
(balanceada)

Observar a iluminação é essencial para uma boa foto. Caso o assunto esteja mal iluminado ou com excesso de luz, o resultado não será satisfatório. Tome cuidado com as fotos contra a luz (a luz atrás do objeto que você vai fotografar), pois a câmara fará a leitura desta luz e o assunto sairá escuro.

Praticar e observar

Tire fotos e observe o resultado. Procure também olhar atentamente as fotografias feitas por outras pessoas. Os erros cometidos podem ser evitados nas suas fotos. Esse exercício ajudará a melhorar sua técnica fotográfica.

CUIDADO COM O QUE EXPOR

Devemos lembrar que fotografias são registros e como tal podem ser provas de ações de um grupo ou de pessoas. Assim sendo, devemos ter cuidado com o que vamos expôr nas fotografias. Em casos de ações dos movimentos de luta, procurar não evidenciar rostos, crachás com nomes ou outras informações que possam ocasionar ações mais severas para as pessoas retratadas, de todo modo, isso é um tema que deve ser debatido politicamente com seu respectivo grupo.

SOBRE O USO E ENVIO DE IMAGENS

A qualidade e/ou resolução de uma imagem pode variar de acordo com o uso que será feito dela. Sendo assim, para o uso em sites, blogs e redes sociais, as imagens não precisam ter uma resolução muito alta, principalmente por dois motivos: arquivos muito pesados deixam os sites muito lentos e a resolução máxima que os monitores reproduzem é de 72 pixels/polegada (pixels/inch). Publicar imagens com resolução maior que isto, portanto, não é necessário.

Imagens produzidas e disponibilizadas para reprodução na internet, é recomendado que se faça uma edição dos materiais. Também não é bom colocar fotos dentro de arquivos Word, pois isso literalmente faz com que as imagens percam qualidade.

O ideal é enviar as fotos como arquivos, ou nuvens de armazenamento. Para impressões, como livros, jornais e revistas, as imagens já precisam estar em uma resolução alta para garantir a qualidade da impressão.

VÍDEO

A filmagem é o ato de gravar áudio e vídeo juntos. As filmagens podem ser usadas para produzir reportagens, denúncias, filmes ou simplesmente registrar um acontecimento que acredite ser importante, como uma reunião, um festejo, uma marcha, etc.

Para conseguirmos boas imagens existem algumas técnicas que podem nos ajudar. Nesta cartilha vamos passar algumas dicas que podem ajudar você nessa busca para aperfeiçoar os seus registros audiovisuais:



a) Roteiro

Antes de pensarmos em produzir um vídeo, é importante elaborar um roteiro. O roteiro vai nos ajudar a ter em mente o objetivo da filmagem, as imagens que pretende ser captadas, pessoas que deverão ser filmadas, e quais perguntas deverão ser feitas.

Neste sentido podemos responder às seguintes perguntas norteadoras para estruturar um roteiro:

1. O seu vídeo é sobre o quê?
2. Qual o objetivo do seu vídeo?
3. Onde pretende usar/divulgar esse vídeo?
4. Quais pessoas vão ser entrevistadas/retratadas no seu vídeo? Se houver, liste as perguntas.
5. Quais imagens de apoio para compor a imagem do vídeo você deverá captar ?

b) Equipamento

O melhor equipamento é aquele que a gente tem disponível. Um celular ou uma câmera moderna e cara, não importa tanto. O principal é que o seu equipamento consiga gravar bem o som e a imagem. Se isso estiver funcionando, aplique algumas técnicas que você aprendeu na fotografia para filmar e você terá bons resultados. É fundamental praticar bastante e jamais deixar de filmar apenas por achar que o seu equipamento não é bom ou moderno.

c) Luz

A melhor iluminação é a luz natural. Use sempre ela a seu favor para ter uma boa filmagem, ou seja, o sol deve estar atrás de você e a pessoa, paisagem ou objeto que esteja filmando deve estar na sua frente sendo iluminado pela luz do Sol.

Nos casos em que for preciso filmar a noite ou em ambientes fechados procure sempre registrar a pessoa ou objeto próximo a alguma luz artificial, como uma lâmpada.



d) Enquadramento

Na parte onde falamos da fotografia foi colocado sobre a Regra dos Terços, certo? Essa mesma técnica da fotografia também é aplicada nas filmagens de modo geral. O enquadramento é fundamental para uma boa filmagem. E para se fazer um bom enquadramento busque sempre utilizar a regra dos terços para aperfeiçoar sua filmagem. Existem muitas técnicas de enquadramento, mas nesta cartilha vamos focar apenas na Regra dos Terços.

e) Planos de Imagens

Para uma boa filmagem é preciso definir que planos de imagem serão utilizados. Assim como no enquadramento existem muitas técnicas.

Ao lado, compartilhamos algumas.

f) Imagem Estabilizada

Para uma boa filmagem é importante se preocupar em não deixar a imagem tremida, principalmente se vai fazer uma entrevista. É recomendável utilizar um tripé, mas na falta de um pode buscar colocar seu celular ou sua câmera em cima de algum local como uma mesa ou cadeira, por exemplo.

g) Som

MUITA ATENÇÃO!!! Em caso de entrevistas busque sempre locais sem muito barulho. Evite gravar em momento de ventos fortes para não prejudicar o som da sua filmagem. No caso de estar gravando no celular busque estar próximo da pessoa entrevistada para melhor captura do áudio.

Povo
Munduruku
faz
mobilização
contra
hidrelétricas
no rio Teles
Pires
Foto: Juliana
Pesqueira,
Coletivo
Proteja

plano geral: uso de um ângulo visual bem aberto. A câmera fica mais distante da figura humana, mostrando um cenário ou paisagem por completo;



Ato em frente
ao Ministério
da Justiça
durante o ATL
de 2018.
Foto: Elias
Poxo/
Associação
Dace

plano americano: com um ângulo bem fechado, a pessoa é enquadrada na altura do joelho;



plano sequência: plano de movimento em que a câmera anda e captura toda a cena, sem corte

plano frontal: a câmera é posicionada em linha reta com o nariz da pessoa filmada.

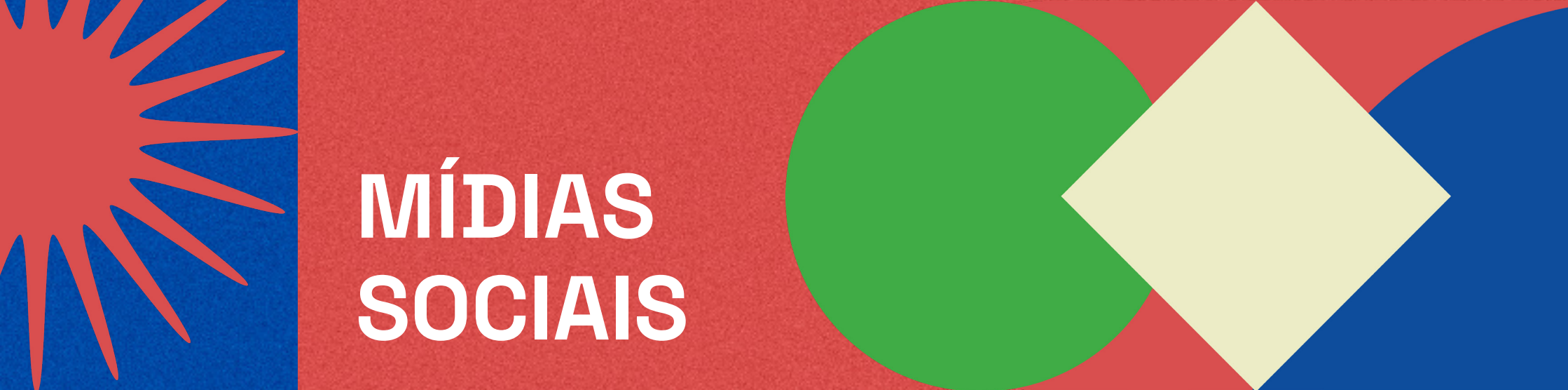


Liderança
do povo
Munduruku
do rio
Teles Pires,
Silvaleide
Kirixi.
Foto: Captura
de vídeo/
Coletivo
Proteja

plano detalhe: câmera enquadra uma parte do rosto ou do corpo (um olho, uma mão, um pé, etc.). Também é usado para objetos pequenos, como uma caneta sobre a mesa, um copo, uma caixa de fósforos, etc.



Mesa de
reunião
durante
plenária na
T.I Kayabi no
Mato Grosso.
Foto: Caio
Mota / Coletivo
Proteja



MÍDIAS SOCIAIS

Diversas estratégias podem ser aplicadas de acordo às especificidades de cada rede, mas podemos destacar algumas técnicas comuns para a comunicação de movimentos e organizações sociais em mídias digitais:

Características textuais

O texto para redes sociais, precisa ser ainda mais direto que o texto jornalístico, se possível com frases menores e que considerem a unidade de cada informação, já que além de texto, fotos, áudios e vídeos podem ser usados nas publicações.

Hiperlinks

Por meio dos hiperlinks, os textos se vinculam entre si, de modo que a leitura na internet deixa de ser linear. Um link pode direcionar o receptor a continuar sua leitura em outro texto e abandonar a primeira interface. Isso pode e deve ser aproveitado produtivamente controlando para que sempre haja links, mas nunca em excesso confundindo o leitor.

Uso de hashtags

Hashtags são palavras-chave normalmente precedidas por # que permitem aos algoritmos dos sites de redes sociais identificarem postagens comuns, agrupando e apresentando um volume de informações. Seu uso integra principalmente campanhas, mas pode ser utilizado em toda postagem com uma ou mais hashtags.

Perfis de administradores

É preciso pensar quem gerencia e posta conteúdos nas redes sociais. Redes como o Facebook permitem que um ou mais usuários com perfis tenham diversas funções em uma página. Administradores, editores, moderadores, analistas, etc. Normalmente, o principal cuidado é com o perfil do administrador que pode inclusive excluir a conta.

Identidade visual

A identidade de uma organização na internet precisa considerar desde seu nome de usuário até suas imagens de capa, de perfil e as postagens, para que configurem uma imagem coerente e comum, fácil de encontrar.

Timeline e campanhas orquestradas

As redes sociais recebem continuamente uma grande quantidade de conteúdo e sua atualidade se esvai em segundos. O que pode servir de estratégia para o maior alcance de um conteúdo é um planejamento de postagens e compartilhamentos orquestrados, como são os twitaços, que ocorrem em horário marcado solicitando compartilhamento de uma imagem, texto ou hashtag, ampliando a duração do produto de comunicação.

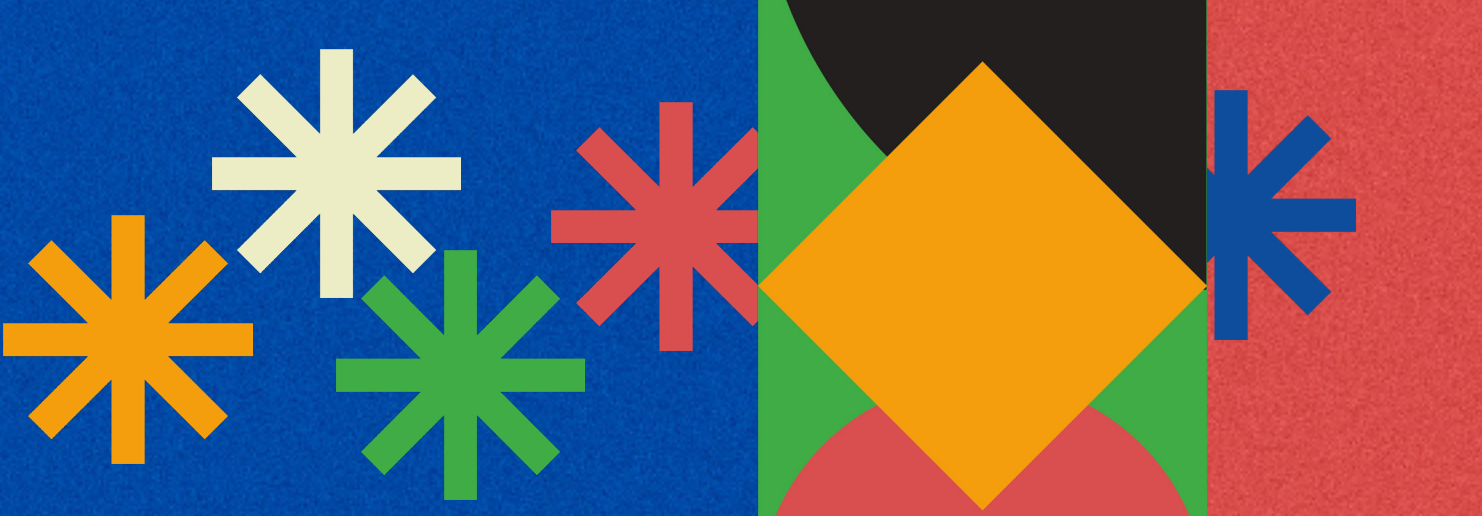
Horários de postagens

É interessante para uma organização estar sempre presente nas redes sociais, mas esta frequência não pode ser exaustiva. Recomenda-se não publicar diversos conteúdos ao mesmo tempo para que não venham a competir entre si e deixar vácuos durante horas ou dias depois. Pode-se programar postagens com intervalos padronizados.

Multi-Referenciação

Uma rede social, assim como os hiperlinks, devem ser orquestradas pela organização. O conteúdo publicado por uma via pode e deve ser circulado também por outra, promovendo uma convergência.

CUIDADOS DIGITAIS



Agora que falamos de mídias sociais é fundamental colocarmos pontos sobre segurança. Essa é uma tarefa constante e fundamental para as organizações, coletivos e pessoas. Não há nenhum método, cultura ou norma que garanta 100% de segurança: sempre haverá riscos e ameaças para quem está atuando. O importante é reconhecer este fato e trabalhá-lo.

Os riscos são reais e a segurança completa não existe, mas **é possível atuar com riscos diminuídos, seguindo boas práticas, evitando o imprevisto, gerindo bem as informações e responsabilizando todas e todos pela segurança coletiva**: a corrente é tão forte quanto seu elo mais fraco.

A **segurança deve ser parte integrante da sua atuação**. É preciso sempre pensar na segurança para planejar e executar ações, por mais corriqueiras que sejam. É preciso também buscar um equilíbrio: não deixar de fazer atividades por medo, mas também não realizá-las sem garantir o básico – ou seja, não cair nem na paranoia paralisante nem num grande relaxamento.

Aqui vamos compartilhar alguns pontos que podem contribuir para sua atuação em mobilizações e outras práticas do cotidiano.

USO SEGURO DO WHATSAPP

O WhatsApp se torna então um ponto de encontro onde a grande maioria dos brasileiros que possuem um celular estão presentes, e um ponto de encontro pode ser tanto como a porta de casa, onde nos sentamos para falar com os vizinhos, quanto uma praça movimentada, onde podemos cumprimentar conhecidos, mas não conhecemos todas as pessoas que passam. Sendo um espaço tão importante e ao mesmo tempo cheio de pessoas desconhecidas (que nem sempre têm boas intenções), vamos ver algumas dicas de como usar o WhatsApp com mais segurança.

MEIOS DE PROTEÇÃO

#1 Localização

Uma dica importantíssima é manter a função de “localização” do seu celular desligada. Você deve encontrá-la na opção “configurações” do seu celular.

Quando esta função está ativada, todas as fotos e vídeos feitos por você passam a conter as informações de onde foram registrados, possibilitando que outras pessoas tenham acesso imediato a sua localização e saibam onde você está.

#2 Deletar ou bloquear usuário

Contatos bloqueados não serão capazes de ver você. É importante fazer isso com usuários desconhecidos que entrem em contato com intenções suspeitas e até mesmo com conhecidos que passam a representar algum tipo de ameaça a sua integridade física ou emocional. Você deve bloquear esses contatos.

#3 Denunciar como spam

Também pode ser usado com desconhecidos que entram em contato com intenções suspeitas, e especialmente correntes com informações falsas ou outros conteúdos fraudulentos. Mensagens de marketing indesejadas, aquelas que buscam vender produtos e serviços, também podem ser denunciadas como spam.

Lembre quais informações ficam visíveis no WhatsApp!

Você pode controlar quem vê sua foto do perfil, seu recado e seu status. Basta ir em:

Três pontinhos > Configurações > Privacidade

Todos: foto do perfil, seu recado e conteúdo do seu status aparecem para todos os usuários, mesmo os que você não conhece;

Meus contatos: foto do perfil, seu recado e conteúdo do seu status disponíveis apenas para seus contatos adicionados no WhatsApp;

Meus contatos, exceto: foto do perfil, seu recado e conteúdo do seu status ficam indisponíveis apenas para contatos específicos que forem selecionados;

Ninguém: nenhum conteúdo será mostrado para nenhum usuário.

É recomendado selecionar **Meus contatos** para todos. Assim, apenas seus contatos poderão ver esses conteúdos que muitas vezes expõem informações e opiniões pessoais.

#4 Confirmação em duas etapas

É um dos melhores recursos para impedir que alguém não autorizado acesse seu WhatsApp. É como adicionar uma camada “extra” de proteção, isto é, outra “etapa” para que alguém possa acessar o seu aplicativo, como diz o nome.

Para ativar a confirmação em duas etapas, vá em:

Três Pontinhos > Configurações > Conta > Confirmação em duas etapas > Ativar

Então, é só seguir o passo a passo para criar uma senha de seis dígitos. Essa senha será solicitada a você de vez em quando para assegurar que é você mesmo que está acessando sua conta. É importante também adicionar um endereço de e-mail para recuperar o código caso você o esqueça.

O WhatsApp também poderá oferecer outras opções para confirmação em duas etapas, como sua digital, um comando de voz ou um código enviado por SMS para o seu celular. Dentre essas opções, a mais segura é mesmo a senha, com cadastramento do e-mail.

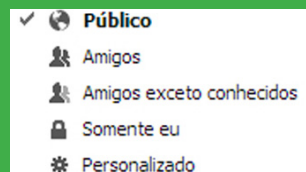
Dicas rápidas para cuidar da sua privacidade

Não faça posts que contenham:

- Documentos e números de identificação pessoal
- Localização de seu endereço de moradia,
- trabalho ou militância
- Informações sobre rotina
- Lugares que costuma frequentar, por exemplo)

No Facebook

Utilize o “Seletor de público” para limitar quem vê o que você compartilha. Ele fica abaixo do seu nome no momento da postagem e tem opções como:



No Instagram

- Ative o modo privado para que apenas seguidores aprovados vejam o conteúdo.

Acesse as configurações, vá em “Privacidade e segurança”. Na opção “Privacidade da conta” marque a opção “Conta privada”.

INDIVIDUAL E COLETIVA

Exposição nas redes sociais

Com as redes sociais na internet, como o Facebook e o Instagram, criamos uma cultura em que a regra é estar sempre exibindo aspectos da nossa vida.

Por que se expor em redes sociais?

Do ponto de vista pessoal, essa exposição pode ser desejada para manter contato com familiares e pessoas que gostamos, por exemplo.

Do ponto de vista profissional, no que diz respeito ao trabalho ou a atividades de organizações comunitárias que ajudamos a construir, essa exposição (seja de fotos, textos ou comentários em redes sociais) pode ajudar a noticiar informações de interesse público, divulgar atividades que necessitam de engajamento da comunidade, além de dialogar com possíveis parceiros em demandas conjuntas.

Os riscos da exposição em redes sociais

Mas, como as redes sociais são um espaço público, muitas vezes pessoas indesejadas, e até mesmo que não conhecemos, têm acesso ao conteúdo que publicamos. Isso pode se tornar um grande risco! O nosso “exibicionismo” pessoal pode interferir não apenas em nossa privacidade e segurança, mas na de nossos familiares e amigos. Isso pode comprometer também a segurança de nossos colegas de trabalho e membros de organizações que fazemos parte.

Nesse caso, o cuidado deve ser redobrado, pois mesmo informações que à primeira vista parecem inofensivas podem resultar em ameaça ao trabalho desses coletivos, e podem inclusive comprometer a segurança e integridade da organização e de seus membros.

Exercer a privacidade pode trazer vários benefícios!

A privacidade, isto é, resguardar informações da nossa vida pessoal ou mesmo profissional, é um direito. Exercer esse direito, mesmo em tempos de redes sociais, em que a regra é a exibição de informações, pode trazer muitos benefícios. Ambientes em que a privacidade é violada podem prejudicar o exercício pleno do direito de se expressar e comprometer nossa segurança.



Presenciei ou sofri uma violência na internet, e agora?

Apoio

Ouçá to relato com atenção. Certifique-se que a vítima está em segurança. Caso você seja a vítima, procure alguém que confie e relate tudo sobre o que aconteceu. Acesse uma rede de apoio que ofereça assistência e alerte pessoas próximas sobre o ocorrido.

Busque ajuda

Priorize atendimento médico e/ou suporte psicológico. O canal de ajuda para crimes e violações dos direitos humanos na internet pode ser um caminho: canaldeaajuda.org.br

Entre em contato com as pessoas, organizações e/ou instituições que podem auxiliar

Acesse organizações e/ou instituições que oferecem auxílio jurídico como defensorias públicas e Ministério Público

Registre

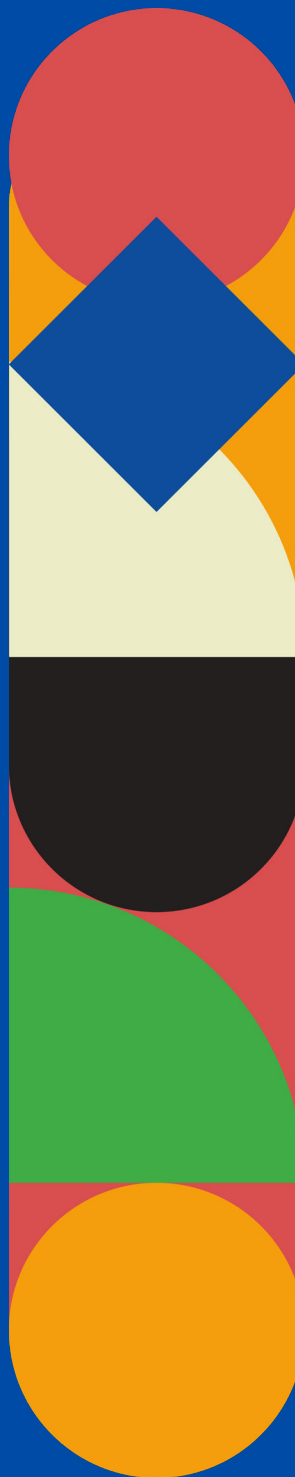
- Faça print
- Baixe e salve áudios, imagens ou vídeos
- Guarde as informações que conseguir sobre o infrator
- Salve o endereço da página
- Guarde conteúdos que reforcem a denúncia

Denuncie

Nas plataformas
As redes sociais têm regras chamadas de PADRÕES DE COMUNIDADE.
Busque o mecanismo de denúncia da plataforma.

PRÁTICAS NAS REDES SOCIAIS QUE COMPROMETEM A PRIVACIDADE

- 1| Postar fotos de diplomas, certificados, carteiras de identificação ou qualquer documento que divulgue informações como seu nome completo, RG e CPF. A exposição desses dados pode ser usada por fraudadores.
- 2| Postar fotos que mostram endereços de moradia, trabalho ou militância.
- 3| Marcar, em fotos ou textos, a localização de endereços de moradia (como os chamados “check-in” do Facebook e outras redes sociais).
- 4| Fazer postagens que revelem rotinas e mobilizações: horários de trabalho, lugares que são frequentados e em quais dias da semana, etc.
- 5| Fazer postagens falando sobre reuniões estratégicas ou postar fotos desses encontros em redes sociais.



ALGUMAS COISAS PARA PENSAR ANTES DE POSTAR

É fundamental refletir não apenas sobre a sua exposição, mas sobre a exposição de outras pessoas. Deve-se pedir permissão antes de postar fotos com amigos e parentes na internet.

1| É preciso lembrar que as coisas que escrevemos e publicamos também podem ser acessadas por várias pessoas, inclusive indiretamente, por meio de “prints” ou fotos da tela.

2| Em grupos, como no WhatsApp, cuidado quando você não conhecer todos que estão ali (o que é comum em grupos de bairro, igreja ou trabalho, por exemplo), pois esses desconhecidos também têm acesso a tudo o que você escreve e envia para o grupo.

3| Considere outras alternativas para compartilhar conteúdos pessoais diretamente com a família e não publicamente no Instagram e Facebook. Uma opção são os aplicativos de mensagem como o WhatsApp, o Telegram e o Signal. Videochamadas, chamadas de áudio ou telefonemas também são opções.

4| Use as opções de “denunciar” e “bloquear” no Instagram e no Facebook, se perceber que alguém está sendo inconveniente com a sua privacidade.

PLANO DE COBERTURA

EM QUE CONSISTE UM PLANO DE COBERTURA?

Quando precisamos organizar a comunicação de uma atividade, seja ela uma assembleia, um encontro cultural ou uma marcha é importante organizarmos um plano sobre o que queremos divulgar, como queremos divulgar, quando iremos difundir a informação e onde essa informação deve ser circulada.

Cada atividade requer uma reflexão com as pessoas envolvidas na comunicação, mas também é importante debater junto das pessoas que estão organizando a atividade para entendermos os objetivos políticos que precisam ser evidenciados ou não. Cada cobertura vai possuir suas particularidades. Aqui vamos compartilhar linhas gerais que apoiam a construção de um plano de cobertura.

CONTEXTO

O primeiro passo para pensarmos a cobertura é entendermos o que vamos cobrir e quais seus objetivos políticos. Esse contexto é importante pois ajuda a orientar o entendimento de que materiais devem ser produzidos e como será feita essa cobertura.

PROGRAMAÇÃO

Para toda a cobertura é fundamental entendermos a programação daquilo que precisa ser divulgado. Definir dias, horários, participantes e temas de cada atividade devem ser feitos junto da organização da atividade. Sem uma programação estabelecida não é possível definir nosso próximo passo.

CRONOGRAMA DE COBERTURA

Agora que já sabemos que atividade vamos cobrir e quando ela acontece, podemos desenvolver nosso cronograma de cobertura. Aqui podemos organizar as propostas de conteúdo para os dias de atividade, incluindo proposta do que será produzido e para quais canais, como site ou redes sociais da organização ou materiais para imprensa.

ORGANIZAÇÃO DE EQUIPE

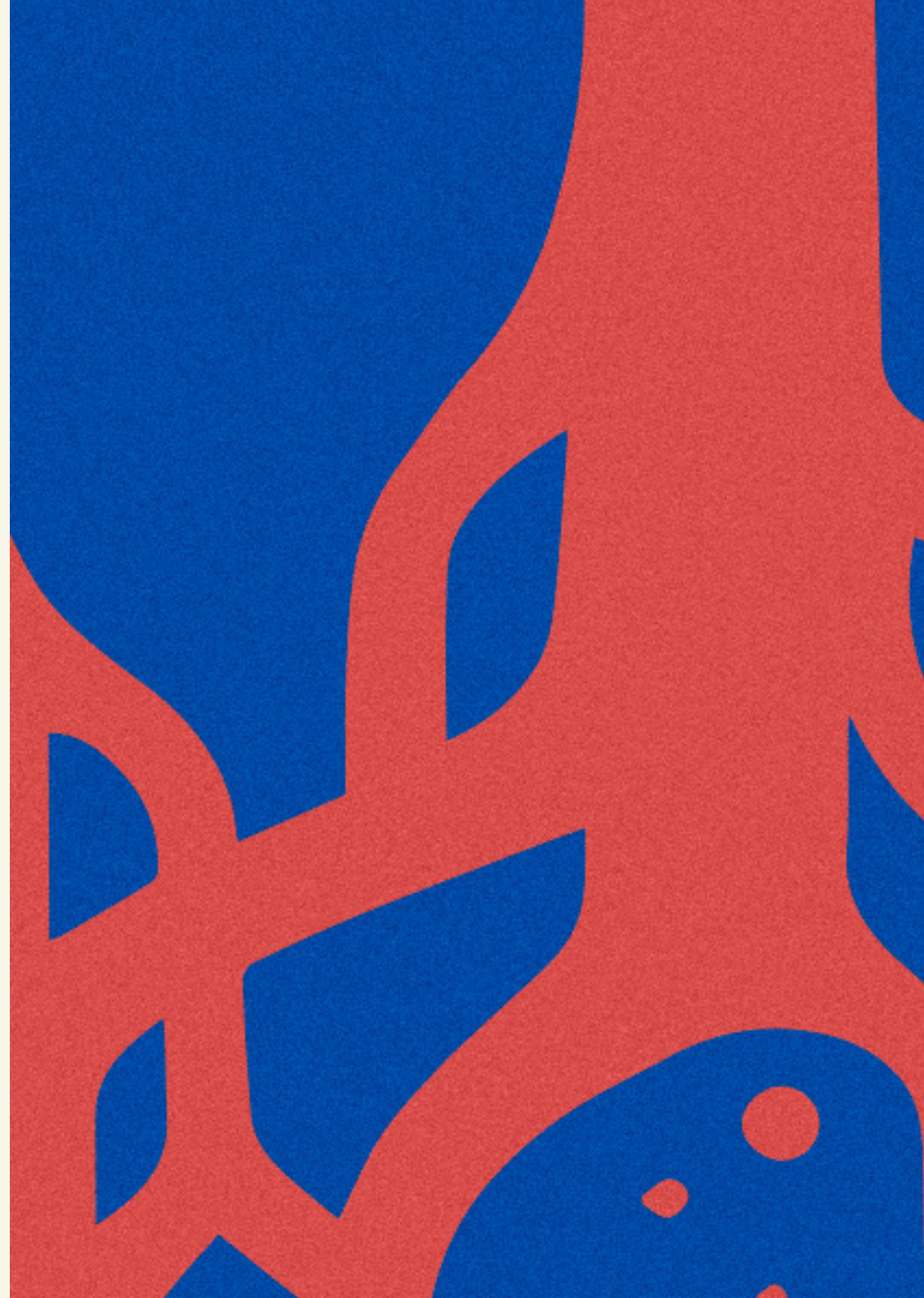
A organização de equipe deve refletir as demandas do cronograma. É importante entender as necessidades para compreender quem pode somar. Esse ponto varia bastante para cada organização e atividade. Existem organizações que já possuem equipes e outras não, mas mesmo aquelas que possuem pessoas que já contribuem com a comunicação, em algumas atividades como mobilizações de marchas com vários dias de programação é fundamental organizar um chamado para cobertura colaborativa.

ORIENTAÇÕES E BOAS PRÁTICAS

Boa parte das coberturas de comunicação envolvem muitas pessoas. Cada uma com experiências diferentes e por isso é importante propor orientações de boas práticas. Nos processos que orientam a comunicação popular é fundamental o respeito e atenção para estabelecer um bom convívio entre as pessoas. Indicar aos comunicadores termos adequados, informar o que não pode ser feito para respeitar o direito das pessoas que estarão na atividade são alguns pontos chaves. O importante é estabelecer um debate prévio com quem está organizando as ações para propor o que podem ser as orientações e boas práticas que devem ser realizadas pelas pessoas que estarão na cobertura.

ESTRATÉGIA DE DIFUSÃO

Por fim, organizar uma lista de grupos aliados e veículos de comunicação que podem contribuir para difundir os conteúdos da cobertura é um ponto chave. Mobilizar esses grupos previamente para enviar materiais e contar com uma rede de disseminação de informações é importante para amplificar as ações que serão cobertas.



66

NÓS, DOS SETORES
POPULARES, DEVEMOS NOS
APROPRIAR DOS CANAIS E
INSTRUMENTOS DE
COMUNICAÇÃO MASSIVA
PARA MUDAR O ENFOQUE
TRADICIONAL E ALIENANTE
IMPOSTO VERTICALMENTE”

ZONA 4, SÃO CRISTÓVÃO, COLÔMBIA.

2024



PROTEJA



iCS
INICIATIVA
CLIMA, SOCIEDADE



66

ELES ARRANCARAM NOSSAS
FOLHAS, QUEBRARAM NOSSOS
GALHOS, DERRUBARAM
NOSSOS TRONCOS. MAS,
ESQUECERAM DO
FUNDAMENTAL: ARRANCAR
NOSSAS RAÍZES!”

MANINHA XUKURU