



ESCOLA SUPERIOR
DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Observatório de Favelas (Rio de Janeiro):
A Comunicação Institucional e a Comunicação para o
Desenvolvimento

Marta Fernandes Luiz

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUBMETIDO COMO REQUISITO PARCIAL PARA
OBTENÇÃO DO GRAU DE
MESTRE EM GESTÃO ESTRATÉGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Orientadora:
Prof.^a Doutora Mafalda Eiró-Gomes
Escola Superior de Comunicação Social – I.P.L

Setembro, 2014

Observatório de Favelas (Rio de Janeiro): A Comunicação Institucional e a Comunicação para o Desenvolvimento

Relatório de Estágio no Observatório de Favelas (Rio de Janeiro)

Marta Fernandes Luiz

Escola Superior de Comunicação Social- I.P.L.

Declaração

Declaro ser a autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, que constitui um trabalho original e inédito que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das suas partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, 31 de Agosto de 2014

Agradecimentos

Se consegui chegar até aqui foi porque tive o apoio e carinho de muita gente!

Um grande bem-haja à minha família, a mais linda! Os meus pais, que sempre me estimularam a querer saber mais e mais, e desde sempre fizeram o possível e o impossível para o conseguir.

Ao meu irmão Francisco, os meus tios Dulce e Luís e os meus primos Adelaide, Vítor e João, sempre com conselhos tão sábios.

À minha avó... longe, mas sempre tão perto!

David, pelo carinho e paciência infinita!

Aos meus amigos que tanto me dão!

À Prof. Doutora Mafalda Eiró-Gomes, por todo o carinho e apoio. Sempre acreditou em mim desde o primeiro dia. Obrigada por todo o conhecimento que me transmitiu... a minha “mestre” a qual serei eternamente grata.

Ao Observatório de Favelas e à sua maravilhosa equipa, pessoas sábias que de maneira consciente e inconsciente me alargaram os horizontes e me fizeram acreditar que é possível sermos agentes de mudança.

Nova Holanda, um sítio que ficará para sempre guardado.

Thayssa, Nicco e Ravi, a minha família do Rio de Janeiro que me recebeu de braços abertos: verdadeiros irmãos!

Resumo

Discute-se neste relatório de estágio – condição necessária para a obtenção do grau de mestre em GERP – como é que a Comunicação Institucional e a Comunicação para o Desenvolvimento/Participativa se relacionam no seio do Observatório de Favelas no Rio de Janeiro (Complexo da Maré – Comunidade de Nova Holanda).

A autora estagiou no gabinete de Comunicação Institucional da referida instituição entre os dias 21.01.2014 e 07.04.2014. Esteve ainda envolvida em três projectos: *Guia Cultural de Favelas*, *Imagens do Povo* e *Do Chão da Maré às Nuvens*.

O grande desafio, para além das dificuldades inerentes ao próprio contexto de trabalho, prendeu-se com a reflexão sobre o papel e o lugar da Comunicação numa Organização da Sociedade Civil brasileira.

Palavras-Chave

Comunicação para o Desenvolvimento; Comunicação Institucional; Observatório de Favelas; Rio de Janeiro; *Stakeholders*.

Abstract

This internship report describes how the Corporate Communication and the Communication for Development relate to each other inside the “*Observatório de Favelas*” (slums observatory) in Rio de Janeiro (Complexo da Maré - community of *Nova Holanda*). This report is a partial requirement for obtaining a master's degree in GERP.

The author was an intern at the office of Institutional Communication of the aforementioned institution between 21/01/2014 and 07/04/2014. She was also involved in three different projects: *Guia Cultural de Favelas* (Cultural guide of the slums), *Imagens do Povo* (Pictures of the people) and *Do Chão da Maré às Nuvens* (From the ground of Maré to the clouds).

Apart the difficulties inherent to the work context, the biggest challenge has been reflecting on the role and position of Communication in an organization of the Brazilian Civil Society.

Key Words

Communication for Development; Corporate Communications; *Slums Observatory*; Rio de Janeiro; Stakeholders

*“Teu corpo é paisagem
Surpresa
É síntese de múltiplas cores
formas
volumes
sabores
Teu corpo é movimento
Sinuosa
Nas tuas curvas habitam
labirintos
segredos
prazeres
Teu corpo é um continente
Mergulho livre nas franjas das encostas
sonhos
rumores
odores
Nome adotado
Memória e souvenir
Passando num filme antigo
Às vezes tem asas
para estar em todos os lugares.
Onde não imaginamos,
aparece alinhada ao céu
ágil
rápida
instante
Perto das estrelas se faz eterna
E na Cidade, secular, apenas.
Visível e invisível.
Favela”*

in “Favela alegria e dor na cidade”

Índice

	Páginas
Agradecimentos	v
Resumo	vi
Abstract	vii
Índice de Tabelas	xii
Índice de Ilustrações	xiii
Lista de Siglas	xiv
Introdução	1
Capítulo I – Terceiro Sector no Brasil	
1. O Terceiro Sector no Brasil	7
1.1. Visão histórica	7
1.2. Qualificações das Entidades do Terceiro Sector	10
1.3. Legislação do Terceiro Sector - Associação vs. Fundação	11
1.4. Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)	13

Capítulo II – Observatório de Favelas

1. As favelas do Rio de Janeiro – breve história	17
1.1. O Complexo da Maré – Nova Holanda	19
2. Observatório de Favelas	22
2.1. Contexto	23
2.2. História	23
2.3. Missão	24
2.4. Objectivos	24
2.5. Funcionamento	25
2.6. Áreas de actuação	26
2.7. Projectos 2014	28
2.7.1 Projectos activos/confirmados para 2014	29
3. Departamento de Comunicação Institucional	41
3.1 Comunicação com os colaboradores	44
3.2 Comunicação com os públicos externos	45
 Capítulo III – Comunicação para o Desenvolvimento	
1. Desenvolvimento e Comunicação para o Desenvolvimento	50
2. Comunicação Participativa	58
2.1. Origem da Comunicação Participativa	58

2.2. A Comunicação Participativa	60
2.3. A importância dos <i>media</i> na Comunicação Participativa	61
2.4. O que defende e engloba a Comunicação Participativa?	63
2.5. O modelo <i>Multi-track</i>	65
2.6. As quatro fases do ciclo de programa de comunicação	67
Notas Conclusivas	74
Referências bibliográficas	82
Outros Documentos	87
Apêndice:	
Diário de Bordo	88
Anexos	
Anexo 1 – Documentação exigida para obtenção do título de OSCIP.....	119
Anexo 2 – Projecto Guia Cultural de Favelas, por Gilberto Vieira	121
Anexo 3 – Convite para audiência pública	128
Anexo 4 - Memória do Encontro de Comunicação, 21.03.2014	126

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Associações vs. Fundações	12
Tabela 1.1 – Associações vs. Fundações	13
Tabela 2 – Três eixos principais do PRVL	37
Tabela 3 – Comunicação monológica vs. dialógica	66

Índice de Ilustrações

Ilustração 1 - A personalidade jurídica segundo o código civil brasileiro	10
Ilustração 2 – Síndrome de Down	34
Ilustração 3 - <i>Lasswell's Communication Theory</i>	52

Lista de Siglas

CHP – Centro de Habitação Provisória

DCMN – Do Chão da Maré às Nuvens

EFP – Escola de Fotógrafos Populares

FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations

FASFIL - Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos

GCF – Guia Cultural de Favelas

GERP – Gestão Estratégica das Relações Públicas

ICCO - Organização intereclesialística de Cooperação para o Desenvolvimento

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IP – Imagens do Povo

IPEA - Instituto de Pesquisa Económica Aplicada

LAV-Uerj - Laboratório de Análise de Violência da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

ODF – Observatório de Favelas

ONG – Organização Não Governamental

OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

PRVL – Programa de Redução da Violência Letal contra Adolescentes e Jovens

RP – Relações Públicas

UNESCO – United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization

UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância

UPP – Unidade de Polícia Pacificadora

Introdução

O Observatório de Favelas não dá o peixe... ensina a pescar.

(Succo, 2014¹)

A história da democracia no Brasil ainda é demasiado recente. Os anos 70 e 80 foram marcados por lutas sociais intensas, em oposição à ditadura militar que se vivia.

A sociedade, cada vez menos passiva e cada vez mais crítica, começou a organizar-se e a reivindicar os seus direitos. Como resultado surgiu uma sociedade civil mais fortalecida e conseqüentemente o terceiro sector começou a tomar forma.

Nos anos de 2013 e 2014 a história repetiu-se. Desde a ditadura militar que não se tinham registado movimentos sociais em tão grande escala e frequência, em oposição ao Estado, como nestes dois anos. O Rio de Janeiro foi um dos seus principais palcos.

Devido ao Mundial de Futebol de 2014 e aos Jogos Olímpicos de 2016 houve muitas mudanças no Rio de Janeiro. Pacificações de favelas e instalações de UPPs foram uma das que mais se destacaram – houve inúmeros relatos e registos de violações de direitos humanos, conflitos e demasiadas mortes. A Amnistia Internacional aponta que devido aos projectos de infra estruturas urbanas, como parte dos preparativos para os mega eventos desportivos, milhares de famílias foram desalojadas forçadamente. Estas foram deslocadas para sítios muito distantes onde os serviços básicos são limitados ou inexistentes.

O relatório anual (Brasil 2013) da Amnistia Internacional inicia-se da seguinte maneira:

“Os índices de crime violento mantiveram-se elevados. As autoridades reagiram frequentemente usando força excessiva e tortura. Os jovens negros ainda constituem uma percentagem desproporcionada das vítimas de homicídio. Houve relatos de tortura e de outros tipos de maus-tratos no sistema prisional, que se caracterizava por condições

¹ Antigo aluno e actual colaborador do ODF

cruéis, desumanas e degradantes. Os trabalhadores rurais e os povos indígenas, bem como as comunidades quilombolas (descendentes de escravos foragidos), foram vítimas de intimidação e de ataques. Os desalojamentos forçados, tanto em zonas urbanas como rurais, continuaram a ser motivo de grande preocupação”.²

As violações de direitos humanos foram apenas apontados em espaços populares.

É neste âmbito que o trabalho do Observatório de Favelas se desenvolve.

O ODF é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, que através de análises e pesquisas cuidadas pretende provar como estas, e outras, acusações têm fundamento. No entanto, não se limita a isso. De maneira pró activa, crítica e justificada tenta entendê-las e combatê-las, propondo caminhos e soluções concretas. O que distingue o seu trabalho é o facto de tentar incluir o público em todo processo, de modo a contribuir para o seu *empowerment*, podendo assim ter um papel activo na contribuição de tomadas de decisão. Lourenço & Eiró Gomes (2009: 1489) fazem uma reflexão pertinente ao assumirem que a falta de comunicação leva à renúncia de participar, ou seja, “(...) as pessoas não percebem, logo não formam opinião, logo passam a ter cada vez mais dificuldade em comunicar devido à complexidade.”. É assim função da Comunicação Institucional, neste caso do ODF, criar um entendimento mútuo entre a organização e o seu público.

Sinto-me verdadeiramente lisonjeada por ter tido a oportunidade de estagiar no ODF no Rio de Janeiro (Complexo da Maré – comunidade de Nova Holanda) de 21.01.2014 a 07.04.2014, onde acompanhei o trabalho do departamento de Comunicação Institucional e outros três projectos: “Guia Cultural de Favelas”, “Imagens do Povo” e “Do Chão da Maré às Nuvens”.

Realizar este estágio no Brasil apresentou-se como um desafio, com os seus riscos e aprendizagens, mas que me alargou, sem dúvida, os horizontes.

O objecto de estudo deste trabalho foi reflectir sobre a Comunicação Institucional e a Comunicação para o Desenvolvimento no ODF.

² Fonte: http://www.amnistia-internacional.pt/images/Noticias/maio_2013/Relatorio2013/RELATORIO_13_brasil.pdf

Há muito que a comunicação é parte integrante de organizações e projectos para o desenvolvimento, no entanto, apenas recentemente se tem vindo a dar importância à sua função estratégica.

Se sentia uma certa desconfiança face a ONGs³, que muitas vezes têm um traço unicamente paternalista, o Observatório de Favelas mostrou-me que um outro trabalho é possível.

É exactamente aqui que o trabalho do ODF se distingue ao ser um lugar de aprendizagem mútua. Pretende dar ferramentas e assim capacitar os seus *stakeholders* para que sejam autores do processo de transformação da própria realidade.

Procura-se acima de tudo que dentro da organização haja um ambiente aberto e participativo, onde a discussão e a colaboração são fomentadas a cada dia. A directoria esforça-se a cada instante por motivar a sua jovem e dinâmica equipa a arriscar, a ir além. A fazê-la entender o quão importante é desenvolver um espírito crítico, tanto para opinar como para justificar escolhas, críticas, projectos.

Um dos principais objectivos do ODF é incidir na agenda pública para que mudanças reais sejam possíveis, e é em conjunto que tentam descobrir como fazê-lo.

Toda a equipa é motivada a desenvolver projectos e a trabalhar autonomamente, sem que haja alguém a ditar os passos.

Confesso que foi motivador ver como esta linha de trabalho tem resultados tão incríveis.

Todos os colaboradores do ODF preocupam-se em criar e manter projectos que sejam realmente úteis. A quem participa nos projectos pretende dar-se ferramentas de trabalho e assim voz, para que de maneira coerente possam opinar, integrar-se, profissionalizar-se, desenvolver-se a todos os níveis e acima de tudo mostrar a sua realidade. O diálogo e a discussão são procurados sempre.

Com o presente trabalho pretendo defender a minha posição face à relação simbólica

³ Refirmo-me ao termo generalizado: organizações do Terceiro Sector que têm como objectivo o desenvolvimento e o bem da sociedade.

dos RP no âmbito das organizações do terceiro sector.

Defendo que em projectos para o desenvolvimento a Comunicação para o Desenvolvimento, mais especificamente a Comunicação Participativa, deva ser uma das bases, sobretudo dentro da própria organização.

Acredito que na relação com os *stakeholders*⁴, em projectos para o desenvolvimento, uma mera disseminação de informação não é suficiente. Nem no desenho de projectos, nem na implementação e funcionamento destes.

Quando planeamos e pomos em prática um projecto precisamos de ter em conta todo o contexto em que este está inserido, e muitas vezes só o entendemos quando existe uma comunicação aberta entre os diversos *stakeholders*. Todos eles são de extrema importância e têm contributos importantes a dar.

Acredito que quando trabalhamos com e para alguém, seja essencial haver uma comunicação horizontal, dialógica e participativa, o que não significa que uma comunicação vertical e monológica, em certos momentos, não seja necessária.

Uma comunicação horizontal, dialógica e participativa gera entre os *stakeholders* principais confiança, autonomia e acima de tudo um elevado sentimento de pertença, o que leva a um maior nível de motivação e responsabilidade. (Cf: Mefalopulos, 2008)

Segundo Tatiana Albino, que defende a ideia de Mauro Koury⁵, o “Sentimento de Pertença é uma ideia de enraizamento, em que o indivíduo constrói e é construído, sentindo-se parte de um projecto que modifica e é por ele modificado.” (Albino, 2010/11: 4)

Este sentimento de pertença traduz-se ainda em confiança, segurança e lealdade (Cf: Pinheiro 2010).

⁴ Ao longo de todo o trabalho mantenho a ideia que: “People are stakeholders when they are affected by decisions of an organization or if their decisions affect the organization. Many stakeholders, such as employees or residents of a community, are passive. Stakeholders who are or become more aware and active can be described as publics.” (Steyn & Puth, 2000: 64) Ideia também defendida por Grunig & Repper, 1992.

⁵ Antropólogo e professor no Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal da Paraíba

“Confiança, então, é uma atitude que permite àqueles que a possuem, ou põem em prática, uma espécie de segurança íntima de procedimento: o outro passa a ser visto como uma extensão ou prolongamento do eu.” (Pinheiro, 2010: 1)

Para que possa haver desenvolvimento é necessário fomentar nos *stakeholders* um pensamento crítico e, acima de tudo, dar-lhes ferramentas para que possam criar pelas próprias mãos alternativas; daí a importância do termo *empowerment*: capacitar e assim dar voz a quem não a tem. Os *stakeholders* devem estar envolvidos no processo de mudança, e este não lhes deve ser imposto por alguém externo.

A questão central que defendo no presente trabalho é, assim, que a Comunicação Participativa é essencial, tanto no desenho, implementação e desenvolvimento de projectos para o desenvolvimento, como para o bom funcionamento de uma Organização e consequentemente a base para uma Comunicação Institucional verdadeiramente sólida.

Deve ainda haver uma concordância entre a Comunicação Institucional e a Comunicação para o Desenvolvimento, ou seja, entre a teoria e a prática.

A Comunicação para o Desenvolvimento é uma das áreas mais importantes das Relações Públicas no sector sem fins lucrativos e as organizações devem ter consciência do seu poder estratégico. Acredito que a Comunicação Participativa seja essencial para este processo; ou seja, todos os *stakeholders* são necessários para que mudanças e melhorias, a longo prazo possam ser criadas.

Foi a primeira vez que existiu esta parceria entre o I.P.L, mais especificamente, entre a Escola Superior de Comunicação de Lisboa e o Observatório de Favelas. O desafio tornou-se, assim, ainda maior.

Pretendo mostrar a realidade e o contexto em que o trabalho do ODF é realizado, assim como a sua metodologia de trabalho.

O meu objectivo é através da minha experiência prática e de um levantamento de informação teórica sobre a Comunicação para o Desenvolvimento, mais especificamente a Comunicação Participativa, defender a minha posição face a esta área

das Relações Públicas.

Para melhor compreensão deste trabalho decidi fazer uma abordagem do contexto geral.

Sendo assim no Capítulo I é feita uma abordagem ao terceiro sector no Brasil. O seu percurso na história e a sua actual legislação. É feita a distinção entre associações e fundações, as únicas que fazem parte o terceiro sector no Brasil, dando especial atenção às OSCIP, pelo facto de o ODF ter esta titulação.

O Capítulo II procura descrever o contexto em que o trabalho do ODF é desenvolvido. É feito um resumo da história das favelas do Rio de Janeiro, com foco no Complexo da Maré. Neste capítulo é ainda feita uma apresentação do ODF, sua missão, objectivos e funcionamento; do gabinete de comunicação (tendo em conta a comunicação com os colaboradores e a comunicação externa) e claro, dos seus projectos.

O Capítulo III surge como uma reflexão sobre desenvolvimento e a Comunicação para o Desenvolvimento. É apresentada a evolução do termo “desenvolvimento” nas últimas décadas e o que é, afinal, considerado “desenvolvimento” no séc. XXI. Da mesma forma é apresentado a evolução da comunicação no contexto de “desenvolvimento” e a sua actual importância.

Parte do Capítulo III é ainda reservado à Comunicação Participativa, conceito usado na América do Sul, que defendo como sendo essencial em projectos para o desenvolvimento. Como e quando surgiu, quais as suas principais características e o porquê da sua importância.

Por fim são apresentadas as minhas Notas Conclusivas, que pretendem ser uma reflexão sobre a relação da Comunicação Institucional e a Comunicação Participativa no Observatório de Favelas, onde a ideia defendida ao longo de todo o trabalho é reforçada mais uma vez em tom de conclusão.

Capítulo I - Terceiro Sector no Brasil

1. O Terceiro Sector no Brasil

Enquanto o primeiro sector se refere ao sector público, portanto ao Estado/Governo e o segundo sector ao sector privado, o mercado, o terceiro sector é formado pelas Entidades da Sociedade Civil, sendo de certa maneira a complementação dos primeiros dois: dinheiro privado é usado para fins públicos. Não obstante, o Estado pode também dirigir parte das suas verbas para o terceiro sector.

O que distingue o terceiro sector dos primeiros dois, é o facto de ter como objectivo primordial o bem comum da sociedade, pretendendo gerar de maneira pró activa mudanças na sociedade e, de certa maneira, cobrir as necessidades sociais às quais o Estado não tem conseguido dar resposta. Sendo assim, são de carácter privado, mas desenvolvem trabalhos de interesse público. (Cf: Jenei & Kuti, 2008)

No Brasil o terceiro sector é composto apenas por associações e fundações.

1.1 Visão histórica

Durante o Império e a 1ª República, de 1822 a 1930, por influência da colonização portuguesa e pelo conseqüente domínio da Igreja Católica, as acções sociais tinham um carácter unicamente religioso. Na verdade existem registos que remontam para o trabalho de assistência às comunidades, desenvolvido pela Santa Casa, já na segunda metade o séc. XVI. (Cf: Delgado, 2004).

A revolução da década de 30 contribui para que mais tarde fosse criada a primeira lei brasileira que regulamentava as regras para declaração de utilidade pública⁶ e também o

⁶ “ (...) quando desempenhadas de forma perene e desinteressada, têm um fim público ou de utilidade pública. São, portanto, espontâneas colaboradoras do Estado. Daí decorre que a expressão *utilidade pública* está a designar também o conjunto de condições pela qual os poderes públicos reconhecem a uma entidade privada, cujas actividades prestadas as tornem de interesse público. Estas actividades devem ser prestadas da mesma forma e condições que o Estado as prestaria. Em razão disso, surge a

Conselho Nacional do Serviço Social.

O terceiro sector, tal como o conhecemos hoje, começou a surgir no Brasil apenas a partir da década de 60, no entanto encontrava na ditadura militar um grande entrave, que fazia com que a participação popular na esfera pública fosse bastante limitada. No entanto foi exactamente esta limitação que fez com que a sociedade se unisse, e começassem a surgir movimentos sociais organizados em oposição ao Estado. Estes começaram a estar presentes um pouco por toda a América Latina.

Ao longo dos anos os movimentos e lutas populares contra o modelo autoritário de governo começaram a ser cada vez mais constantes e em maior força. Estes culminaram na década de 70, no entanto, também aqui haveria um grande braço de ferro, pois esta década também foi o grande auge de popularidade da ditadura militar, uma época que, devido a factores económicos, ficou conhecida como o “milagre brasileiro” (Cf: Silva, 2010).

Apesar de todos os obstáculos a sociedade civil fortaleceu-se em oposição ao Estado e as organizações não-governamentais cresceram a um ritmo estonteante, ganhando uma força cada vez maior.

Após muitas lutas os resultados começaram a ser mais visíveis na década de 90 (é importante lembrar que a ditadura militar no Brasil durou até Março de 1985, portanto 21 anos, e é assim, um passado ainda muito recente).

Foi na década de 90 que pela primeira vez na história brasileira o primeiro, o segundo e o terceiro sector da economia se encontram dentro de um mesmo sistema procurando um crescimento de políticas sociais.

Embora o Estado brasileiro sempre tenha tido o objectivo de prestar serviços na área social, ficou, desde cedo, claro que não seria capaz de cobrir todas as necessidades e exigências. Este facto contribuiu para que a sociedade se organizasse e tentasse combater as falhas do Estado, tentando chegar onde este não chega.

“ Na década de noventa, o Terceiro setor surge como portador de uma nova e grande

intenção de reconhecer tais entidades como de utilidade pública, através de uma expressa manifestação estatal.” (Marin, 1995/96: 40)

promessa: a renovação do espaço público, o resgate da solidariedade e da cidadania, a humanização do capitalismo e, se possível, a superação da pobreza”. (Leite, 2003: 2)

O facto de hoje em dia as empresas serem socialmente cada vez mais forçadas a cumprirem com responsabilidade social e códigos de ética, fez com que o terceiro sector tivesse e tenha um maior apoio, sobretudo financeiro (financiamentos, patrocínios).

“Indeed, there is increasing evidence that giant corporations are cooperating with activist NGOs to form more socially responsible policies.” (Wilcox & Cameron, 2006: 532)

Hoje em dia, incluem-se no terceiro sector, as mais variadas organizações, no entanto a essência permanece a mesma “(...) their willingness to serve as vehicles for participation and social integration” (Janei & Kuti, 2008: 12)

Segundo um estudo publicado em 2012 “Perfil das Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos” realizado pelo IBGE⁷ e o IPEA⁸, em parceria com a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais - ABONG e o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas – GIFE, havia no ano de 2010 290,7 mil FASFIL⁹ no Brasil, encontrando-se 44,2%, ou seja, quase metade, no sudeste brasileiro. 18,6%, ou seja 54.1 mil, do total das instituições actuavam em áreas de políticas públicas (Cf. Abong)

O estudo refere ainda que em cada 100 organizações brasileiras (públicas ou privadas), cinco são constituídas sob a forma de fundação ou associação.

Numa era de globalização em que o acesso a informação é mais fácil do que nunca, é defendido por muitos, que problemas locais viram questões globais. Facto é que temos acesso a muita informação, no entanto, quando penso a favela, e a sociedade do Rio de Janeiro acredito que questões/problemas sociais ainda são muito encobertas e mal definidos e que só quem parte da atitude de procurar informação consegue encontrá-la. O facto de se ter um “acesso global” a informação não significa que estas se tornem questões globais, e penso que é exactamente aqui que entra a função estratégica das Relações Públicas.

⁷ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

⁸ Instituto de Pesquisa Económica Aplicada

⁹ Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos

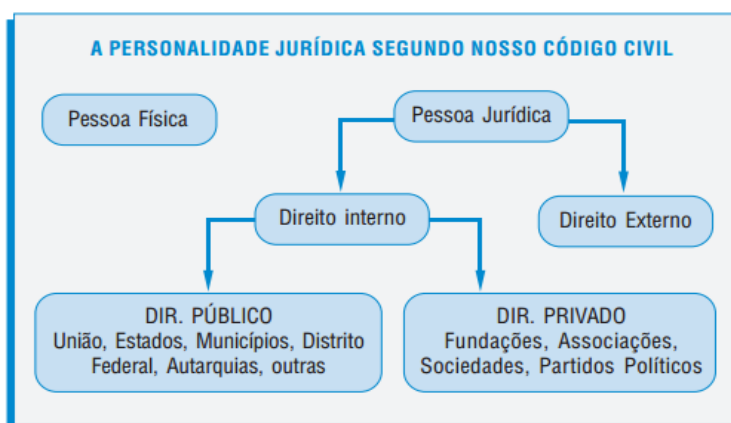
1.2 Qualificações das Entidades do Terceiro Sector

No Brasil o terceiro sector é representado juridicamente apenas por associações e fundações, sendo estas consideradas no artigo 44 do Código Civil como pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos.

ONGs, OSCIPs, Institutos, etc. serão assim, juridicamente, sempre associações ou fundações. No caso das OSCIPs, esta é uma qualificação jurídica atribuída a

“ (...) pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, instituídas por iniciativa privada, para desempenho de serviços sociais não exclusivos do Estado, com incentivo e fiscalização do Poder Público” (Tourinho,2011: 8).

Ilustração 1 – A personalidade jurídica segundo o código civil brasileiro¹⁰



A Divisão de Estatística das Nações Unidas em conjunto com a Universidade John Hopkins entende por “instituição sem fins lucrativos” pessoas jurídicas que sejam:

- “(a) Institucionalizadas: constituídas legalmente;
- (b) Privadas: não integrantes do aparelho do Estado;
- (c) De fins não lucrativos: não distribuem lucros para os seus administradores ou dirigentes;

¹⁰ Fonte: Instituto Pro Bono, p. 9

(d) Auto – administradas: gerenciam suas próprias actividades;

(e) Voluntárias: podem ser constituídas livremente por qualquer pessoa ou grupo de pessoas.”

1.3 Legislação do Terceiro Sector – Fundação vs. Associação

A grande diferença entre fundações e associações é que no centro das fundações está o património, e no centro das associações o indivíduo. Esta é uma exigência aquando da sua formação.

Legalmente as fundações só podem ter fins morais, culturais, religiosos ou de assistência, sendo o fim a que se decidiram permanente. Nas associações, os sócios podem alterar a finalidade institucional com o decorrer do tempo. (Cf: Spalding, s.d.)

As fundações e as associações podem receber outras qualificações ou titulações, que visam alguns benefícios, desde que cumpram todos os requisitos para tal. Entre elas estão: entidade, organização de base comunitária, ONG, centro de pesquisa, organização sem fins lucrativos, instituto; ou outras qualificações/titulações dadas pelo Poder Público: utilidade pública, organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), organização social, etc. (Cf: Instituto Pro Bono)

Segundo o Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, as principais características de uma associação e de uma fundação são:

Tabela 1 – Associações vs. Fundações¹¹

Associações	Fundações
<p>Finalidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fins próprios, conforme definido pelos associados ▪ Fins alteráveis, na forma prevista em seus estatutos, os associados podem alterar ou adaptar as finalidades segundo seus interesses ▪ Fins sem especificação definida por Lei das finalidades 	<p>Finalidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fins alheios, conforme desejo do instituidor ▪ Fins imutáveis, isto é, as finalidades não podem ser alteradas. É possível que algumas regras do estatuto sejam modificadas, desde que não afetem as finalidades. As alterações serão deliberadas pela maioria absoluta dos órgãos de administração e aprovação do Ministério Público ▪ Fins especificados pelo Código Civil
<p>Patrimônio</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Não há exigência de patrimônio inicial ou de recursos mínimos para constituição ▪ É um instrumento de gestão constituído ao longo da vida da associação 	<p>Patrimônio</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ É um componente essencial e alocado pelo instituidor ▪ O patrimônio inicial deve ser suficiente para o cumprimento dos objetivos sociais da fundação
<p>Alienação</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Os bens das associações podem ser alienados, conforme seus estatutos e mediante deliberação dos administradores. 	<p>Alienação de Bens</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Via de regra, os bens imóveis das fundações são inalienáveis.
<p>Administração</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Associados podem ter representatividade e poder de deliberação; ▪ Deliberações pautadas pelo estatuto; ▪ Órgãos dominantes; ▪ Órgãos típicos: ▪ Assembléia - deliberação ▪ Diretoria – execução ou também deliberação; representação da organização; se optar pela qualificação de OSCIP pode remunerar a diretoria; ▪ Conselho Deliberativo – representação e execução; ▪ Conselho Consultivo – direito a voz; ▪ Conselho Fiscal – fiscalização interna. 	<p>Administração</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prevalece a vontade do instituidor, inclusive quanto à forma de administração; ▪ Deliberações delimitadas pelo instituidor e fiscalizadas pelo Ministério Público; ▪ Órgãos servientes ▪ Órgãos típicos: ▪ Conselho Curador – deliberação e estabelecimento diretriz; ▪ Conselho Administrativo ou Diretoria – gestão e representação da organização; ▪ Conselho Fiscal - fiscalização interna.

¹¹ Instituto para o Desenvolvimento Social. *Diferenças entre Associações e Fundações* (2009: 5)

Tabela 1.1 – Associações vs. Fundações¹²

<p>Fiscalização</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A fiscalização das associações é realizada pelos próprios associados; ▪ Beneficiários, financiadores e demais stakeholders indicam e expressam a boa gestão e fiscalização das associações; ▪ Está se tornando usual a exigência de fiscalização através de auditoria externa, especializada e independente das associações; ▪ Fiscalização similar a estabelecimento empresarial, através de Fiscais com a verificação de alvarás, laudos, recolhimento de tributos trabalhistas, previdenciários, fiscais entre outros. 	<p>Fiscalização</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Compete ao Ministério Público velar pelas fundações; ▪ Beneficiários e demais <i>stakeholders</i> indicam e expressam a boa gestão e fiscalização das fundações; ▪ Fiscalização similar a estabelecimento empresarial, através de Fiscais com a verificação de alvarás, laudos, tributos trabalhistas, previdenciários, fiscais entre outros.
<p>Titulação dos Membros</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ As associações podem conceder títulos aos seus membros, por exemplo, associados eméritos, beneméritos, honorários, etc. 	<p>Titulação dos Membros</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ As fundações não podem conceder títulos aos seus integrantes.
<p>Pontos Fortes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilidade de constituição, procedimentos mais simples, menor burocracia; ▪ Inexistência de patrimônio prévio; ▪ Maior flexibilidade para se organizar, e eventualmente alterar seus estatutos e missão programática; ▪ Maior autonomia. 	<p>Pontos Fortes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recurso é destinado a um fundo permanente; ▪ Segurança em relação à perenidade dos fins definidos pelo instituidor; ▪ Presença de um Conselho Curador que tem independência para administrar os fundos com respeito ao desejo do instituidor; ▪ A vida da Fundação é independente do instituidor; ▪ Credibilidade fortalecida pela obrigatoriedade de controle externo.
<p>Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Como não existe obrigação de patrimônio mínimo, não há como garantir a sustentabilidade da organização, mesmo em curto prazo. 	<p>Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ O Ministério Público, por meio do Curador de Fundações, deve ser consultado para qualquer decisão que envolva o patrimônio ou mudança de missão de uma fundação, como é um procedimento excepcional torna-se mais lento e burocrático; ▪ Os membros do Conselho Curador devem ser aprovados pelo Curador de Fundações.

Podemos assim concluir que existe uma maior facilidade na criação de uma associação e que a criação de uma fundação apresenta mais entraves.

1.4 Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)

A crise do estado do bem-estar social fez com que se buscassem, na sociedade civil, alternativas para responder às demandas da população por bens e serviços cujo provimento era, num passado recente, visto como dever estatal. (Leite, 2003: 2)

¹² Fonte: Instituto para o Desenvolvimento Social. *Diferenças entre Associações e Fundações* (2009: 6)

A 23 de agosto 1995, foi encaminhado ao Congresso Nacional o “Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado”, que tinha como objectivo ser um:

“ instrumento de viabilização e implementação de políticas públicas e partia do princípio de que as funções do Estado deveriam ser de coordenar e financiar políticas públicas e não mais de executá-las com exclusividade” (Berardi s.d.)

Para implementação desta Reforma foram apresentadas várias propostas de Emendas Constitucionais, entre elas a Lei Federal n.º 9.790, de 23 de Março de 1999, (concedida pelo Ministério da Justiça) que instituiu as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, também conhecida por Lei das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Lei das OSCIPs). Esta Lei servia assim como um marco legal e elo na relação entre o Estado e Sociedade Civil no Brasil.

Um dos principais objectivos desta Lei seria o *empowerment* da sociedade, capacitando-a e dando-lhe possibilidade de incidir na agenda pública acabando assim com o “monopólio estatal” daquilo que é público. Esta foi uma forma de fortalecer a sociedade civil, ou de outro ponto de vista, investir, de maneira mais ou menos inocente, no capital social. Facto é que tem sido visto como estímulo ao terceiro sector.

O objectivo, seria assim, a parceria e cooperação entre o Estado e a sociedade civil, onde a sociedade civil ficaria responsável pela criação, implementação, monitorização, de eventuais políticas públicas. No entanto, e para que esta lei fosse legalmente viável era necessário antes de mais criar mecanismos que facilitassem essa colaboração e que reconhecessem o carácter público de organizações da sociedade civil.

Segundo Berardi

“ (...) já existia a avaliação de que o olhar público da sociedade civil é que detecta problemas, identifica oportunidades e vantagens colaborativas, descobre potencialidades e soluções inovadoras em lugares onde o olhar do Estado não pode e nem deve penetrar. E mais, a ação pública da sociedade é capaz de mobilizar recursos, sinergizar iniciativas, promover parcerias em prol do desenvolvimento humano e social sustentável, de uma forma que o Estado jamais pôde ou poderá fazer.” (Berardi s.d.)

Segundo a Lei poderiam assim qualificar-se como OSCIP pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, cujos respectivos objectivos sociais e normas estatutárias correspondam aos requisitos. O art.3 da Lei No. 9.790 prevê como objectivos sociais:

“Art. 3º A qualificação instituída por esta Lei, observado em qualquer caso, o princípio da universalização dos serviços, no respectivo âmbito de atuação das Organizações, somente será conferida às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, cujos objetivos sociais tenham pelo menos uma das seguintes finalidades:

I - promoção da assistência social;

II - promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico;

III - promoção gratuita da educação, observando-se a forma complementar de participação das organizações de que trata esta Lei;

IV - promoção gratuita da saúde, observando-se a forma complementar de participação das organizações de que trata esta Lei;

V - promoção da segurança alimentar e nutricional;

VI - defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável;

VII - promoção do voluntariado;

VIII - promoção do desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza;

IX - experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito;

X - promoção de direitos estabelecidos, construção de novos direitos e assessoria jurídica gratuita de interesse suplementar;

XI - promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais;

XII - estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos que digam respeito às

atividades mencionadas neste artigo.” (Presidência da República - Casa Civil - Subchefia para Assuntos Jurídicos: LEI No 9.790, DE 23 DE MARÇO DE 1999)

Este objectivos sociais devem ser postos em prática através da

“execução direta de projetos, programas, planos de ações correlatas, por meio da doação de recursos físicos, humanos e financeiros, ou ainda, pela prestação de serviços intermediários de apoio a outras organizações sem fins lucrativos e a órgãos do setor público que atuem em áreas afins.” (Berardi s.d.)

Para que haja a obtenção do título de OSCIP, concedido pelo Ministério da Justiça, é ainda necessária a apresentação dos diversos documentos¹³.

¹³ Ver anexo 1, p. 120

Capítulo II - Observatório de Favelas

1. As favelas do Rio de Janeiro – breve história

Aponta-se que as primeiras favelas tenham surgido no final do século XIX. A primeira favela teria sido o “Morro da favela”, que por sua vez deu o nome *Favela* às que se seguiriam. Existem no entanto registos que tenha havido este tipo de habitações populares em morros bem antes, no entanto ainda não se destacavam na paisagem. (Cf: Silva & Barbosa, 2005)

Nesta época vivia-se uma grave crise habitacional no Rio de Janeiro. Esta foi ignorada pelo poder estatal durante um longo período de tempo.

“Em apenas 20 anos, entre 1820 e 1890, a população aumentou cerca de 120%, passando de pouco mais de 235 mil para cerca de 520 mil habitantes. No mesmo período, o crescimento do número de domicílios ficou em 74%”. (Silva & Barbosa, 2005: 25)

Muita gente migrou para o Rio de Janeiro, devido à grande procura de mão-de-obra. Os trabalhadores e suas famílias abrigavam-se em cortiços e casas de cômodos, perto dos locais de trabalho. No entanto estes foram considerados focos de doença e, portanto, anti-higiênicos, o que levou a que Pereira Passos, que governou o Rio de Janeiro de 1902 a 1906, iniciasse uma nova reforma urbana. Os cortiços eram demolidos em massa para darem espaço a construções nobres, avenidas, etc. A única solução para estas famílias e muitas outras que se juntavam a elas a cada dia, foi procurar uma alternativa, e assim começaram a ocupar os morros que se interlaçam em toda a cidade. Os primeiros a serem ocupados foram os do centro, pois eram os que ficavam mais perto dos seus locais de trabalho. (Cf: Silva & Barbosa, 2005)

Este fenómeno rapidamente chamou à atenção da imprensa. Classificando estes espaços apenas de maneira negativa: espaço de doenças, desordem, pobreza. O discurso da imprensa da época, marca desde o início até aos dias de hoje todo o preconceito que ainda se vive. A única medida tomada pelo poder estatal foram investidas policíacas e sanitárias, o que significa que não eram atribuídos quaisquer direitos a estes cidadãos.

É aqui que surge o que hoje em dia se vive: uma cidade, mas na verdade dois territórios.

À medida que os transportes públicos se iam ampliando para fora do centro da cidade (principalmente para a zona norte) acontecia o mesmo com as favelas, não porque usavam os transportes, mas sim porque prestavam serviços à população.

Em 1920 já eram mais de 100 mil pessoas a habitarem as favelas do Rio de Janeiro.

Com o engenheiro Alfred Agache surge em 1920 – altura em que havia grandes tensões políticas - o Plano de Reforma Urbana, “Plano Agache”, que pretendia dividir física e socialmente a cidade: em área comercial, área industrial e área residencial, sendo que a área residencial seria agrupada em bairros, divididos consoante o estatuto. Aos habitantes das favelas estariam reservadas casas colectivas, junto às zonas industriais nos subúrbios. Havia assim claramente uma tentativa de separação de classes sociais, onde os pobres ficavam bem longe daquilo que se considera “a” cidade. (Cf: Silva & Barbosa, 2005)

Devido a movimentos culturais da época, como foi o caso o Modernismo, a favela começou a chamar à atenção pela primeira vez devido à sua cultura: as musas do samba, a capoeira, e os poetas. Dá-se assim uma romantização e “exotização”¹⁴ da favela, tornando-se presente em músicas, poemas e obras de arte.

Após o “Plano Agache” muitas políticas se seguiram, mas a sua base era a mesma: isolar da cidade os *favelados*. Foram construídos inúmeros parques proletários e habitações provisórias, que na verdade não passariam disso. Como resultado havia casas destruídas e famílias separadas. A estes problemas veio juntar-se o problema do tráfico e das facções.

Ainda hoje em dia há uma luta constante para que haja políticas públicas eficazes que englobem as favelas, que são acima de tudo e antes de mais *cidade!* Esta é uma das maiores lutas do ODF: que as favelas sejam entendidas como parte integrante da cidade e em prol deste ideia incidir na agenda pública. É em torno de território, direitos humanos e políticas públicas que grande parte dos projectos se desenvolvem. São fomentadas inúmeras discussões dentro da organização, sob forma de assembleia geral, encontro de colectivos ou via redes sociais, para abordar estas temáticas.

¹⁴ Termo muito usado pelos autores do livro “*Favela: Alegria e dor na Cidade*”, Silva & Barbosa (2005)

1.1. O Complexo da Maré – Nova Holanda

O Complexo da Maré, maior Complexo do Rio de Janeiro, situa-se na zona norte de Rio de Janeiro junto à baía de Guanabara.

A Maré começou a ser ocupada na década de 40, construída em cima de aterro, contando inicialmente apenas com habitações improvisadas e construídas pelos seus moradores. As primeiras comunidades foram o Morro do Timbau, Baixa do Sapateiro e o Conjunto Marcílio Dias (Cf: Jacob, Hees & Waniez, 2014). Como é uma zona de pântanos e devido às suas características naturais, a baía trazia consigo marés com muito lixo para junto das habitações, dando assim o nome a este território, “Complexo da Maré”.

Foi fundada legalmente como bairro apenas a 19 de Janeiro de 1994 pelo Projecto de Lei nº 2119. Situa-se entre duas das principais avenidas do Rio de Janeiro: a Avenida Brasil e a linha Vermelha e é formada por 16 comunidades, contando no total com cerca de 132 mil habitantes; tem, portanto, mais habitantes que 40% dos municípios brasileiros.

As 16 comunidades que formam o Complexo da Maré são: Baixa do Sapateiro, Bento Ribeiro Dantas, Conjunto Esperança, Conjunto Marcílio Dias, Conjunto Nova Maré, Conjunto Novo Pinheiro (Salsa e Merengue), Conjunto Pinheiros, Morro do Timbau, Nova Holanda, Parque Maré, Parque Roquete Pinto, Parque Rubens Vaz, Parque União, Praia de Ramos, Vila do João e Vila do Pinheiro.

O Observatório de Favelas encontra-se na comunidade de Nova Holanda, que foi construída como Centro de Habitação Provisória (CHP) no início da década de 60, pelo poder público. O objectivo inicial era abrigar os moradores de morros do Rio de Janeiro que foram demolidos para a ampliação da cidade.

A primeira vaga de moradores era da Favela do Esqueleto, que foi demolida para dar lugar ao actual campus da Universidade do Estado do Rio de Janeiro; da Praia do Pinto, do Morro da Formiga, do Morro do Querosene e das margens do Rio Faria Timbó, sob a coordenação da Fundação Leão XIII, que controlava tanto o processo de remoção quanto o gerenciamento dos CHPs. Aquilo que foi pensado como provisório acabou por tornar-se definitivo. (Cf: Redes da Maré)

Em 1979 foi realizada a primeira assembleia para a criação da Associação de Moradores da Nova Holanda, a Associação Pró-Desenvolvimento da Comunidade Nova Holanda, cujo presidente é Marco António Castro de Oliveira.

Quando iniciei a minha pesquisa/estágio em Janeiro de 2014 o Complexo da Maré era uma favela não pacificada, embora a sua “pacificação” tivesse sido anunciada inúmeras vezes. Segundo o comandante do Batalhão de Operações Policiais Especiais, coronel Wilmam René, na 2ª Reunião (10.09.2013) de representantes da Maré com o Comando de Operações Especiais, não havia nenhuma previsão para a instalação da UPP (Unidade de Polícia Pacificadora) no Complexo da Maré. (Cf: Redes da Maré) Embora o Complexo da Maré neste momento ainda não seja pacificado (a instalação da unidade da UPP está prevista para Setembro) foi ocupada por forças militares no final de Março de 2014.

Durante o meu estágio vivi na primeira pessoa todo o processo de ocupação. O ODF teve um papel essencial em todo este processo, no sentido de garantir apoio à comunidade. Diz-se que o Complexo da Maré foi uma dos últimos a ser ocupada por ser um dos mais difíceis a nível de território, mas também por haver ONGs, OSCIPs, associações, etc. com grande poder. Todas elas sabem quais os direitos das pessoas, sabem quando e como denunciar, conhecem bem a comunidade e contam com o seu reconhecimento, sabem onde o Estado/Prefeitura falhou e falha, sabem das promessas não cumpridas, têm uma grande capacidade de organização e relação com imprensa. O ODF trabalha em parceria com inúmeras instituições reconhecidas, nacional- e internacionalmente (Redes da Maré, UNICEF, Amnistia Internacional, etc.), o que faz com que possa agir com o apoio colectivo.

Aquando da ocupação militar houve reuniões, assembleias, e até uma audiência pública ¹⁵ convocada pelo ODF e os seus parceiros, na qual o Secretário de Segurança Pública do Rio de Janeiro, José Mariano Beltrame, confirmou presença. O objectivo desta audiência pública foi discutir políticas de segurança pública, o processo de ocupação e políticas públicas necessárias para este espaço.

Importa referir que neste complexo se encontravam presentes 3 facções: uma relativamente pequena (Amigos dos Amigos), e outras duas rivais que são consideradas

¹⁵ Ver Anexo 3, p. 128

as maiores do Rio de Janeiro: o Comando Vermelho e o Terceiro Comando Puro.

O Secretário-geral da Amnistia Internacional – parceira do Observatório de Favelas – Salil Shetty, que visitou a Maré a 05.08.2013, com o objectivo de ouvir relatos e depoimentos sobre violações de direitos humanos (principalmente de violência policial) afirmou que “não poderia haver melhor forma de conhecer a realidade do Brasil do que visitar a Maré ao chegar ao País “ (Redes a Maré)

Segundo um estudo do Instituto de Estudos, Trabalho e Sociedade (IETS) de 2006, 25% da população do conjunto das favelas da Maré vive abaixo da linha de pobreza.

A falta de equipamentos ou serviços públicos nestes territórios fez com que os próprios moradores de favelas criassem “soluções”, embora as limitações políticas e sociais oferecessem, e ofereçam, grandes limitações a este processo de desenvolvimento e tentativa de melhorar o nível de vida.

“Da autoconstrução, à prestação de serviços no mercado informal e à produção artística, os moradores buscaram soluções para os seus problemas dentro daquilo que lhes era possível” (Fernandes, 2009: 14)

A comunidade de Nova Holanda conta com um comércio bastante vasto, embora seja em grande parte um comércio informal. Desde mercearias a dentistas, mecânicos a cabeleireiros. Criam assim serviços, receitas e empregos. “No Censo da Maré” realizado pelo ODF em conjunto com a parceira Redes da Maré é possível aceder a informação mais pormenorizada. Contém tanto estatísticas sociais como económicas.

Parece-me ainda pertinente referir que no Rio de Janeiro não existe uma boa rede de transportes. Não existe um passe, portanto cada passagem é paga (3 reais). Muitas das vezes moradores de favelas teriam que apanhar dois a três autocarros, portanto um custo de cerca de 120 a 360 reais/mês para se deslocarem para o local de trabalho. Tendo em conta que o salário mínimo corresponde a 720 reais é muitas vezes difícil conseguir pagar este preço, principalmente quando se tem filhos e estes ainda não estão na idade escolar. E mesmo estando na idade escolar, muitas vezes não têm vagas nas próprias comunidades e aqui coloca-se novamente a questão das despesas de transporte/alimentação. Este é um dos factores que muitas vezes leva ao abandono escolar (temática estudado e trabalhada pelo projecto do ODF “Aluno Presente”).

O facto de se tratar moradores de favelas, muitas vezes sem uma rua oficial, dificulta o acesso ao mercado de trabalho.

Com estas informações pretendo mostrar que no Rio de Janeiro existem dificuldades que para nós seriam impensáveis e reforçar a ideia de duas cidades numa. Uma fronteira difícil de quebrar porque ultrapassa a fronteira física.

Embora tenha havido melhorias das condições sociais (equipamentos públicos, saneamento, rede eléctrica, escolas) ao longo das décadas de 80 e 90, tem havido também um aumento das redes de grupos criminosos armados e do comércio de drogas ilícitas.

Por um lado melhorias, por outro novas dificuldades - *Favela: Alegria e Dor na Cidade*, como ilustra o título do livro de Silva & Barbosa. Estas novas dificuldades têm tido como resultado o aumento da violência e mortes. Na minha opinião é o resultado do aumento de processos repressivos que tem havido, que pretendem ora o controle das favelas, ora a sua eliminação, mas nunca políticas públicas que visam ir ao cerne da questão, que procurem acabar com esta fronteira da favela com o resto da cidade, resultando assim apenas em precarização.

Enquanto as favelas eram vistas inicialmente como um problema estético e imobiliário, rapidamente passaram a ser visto como um problema social, e este estigma tem sido difícil de combater.

2. Observatório de Favelas

O Observatório de Favelas é uma organização social de pesquisa, consultoria e ação pública dedicada à produção do conhecimento e de proposições políticas sobre as favelas e fenómenos urbanos. Buscamos afirmar uma agenda de Direitos à Cidade, fundamentada na ressignificação das favelas, também no âmbito das políticas públicas.
(Observatório de Favelas)

2.1. Contexto

A favela é um dos maiores símbolos que marca as desigualdades e contradições urbanísticas e sociais no Rio de Janeiro, desde a sua origem. (Cf: Silva & Barbosa, 2005). Uma cidade na teoria, na prática um território dividido em dois. Uma divisão entre a cidade e o resto. Esta divisão tem vindo a ser um processo sistemático de estigmatização e distanciamento, que enraíza a cada dia a visão de “problema social” para o qual não tem havido nem definições, nem soluções reais.

Como a favela foge ao padrão ordenado e elitizado da cidade, e que grande parte da sociedade só conhece através dos *media* - onde por um lado é passado uma imagem de violência, e por outro lado é romantizada como algo exótico - é mais fácil ignorá-lo e isolá-lo, ao invés de questioná-lo, entendê-lo e resolvê-lo.

É neste contexto que surge e actua o Observatório de Favelas.

O ODF pretende, através dos seus projectos, acções e campanhas, discutir de maneira pró-activa estas questões sociais, com o objectivo de incidir na agenda pública e quebrar estas fronteiras sociais e territoriais.

A questão de território é, assim, uma das bases que move todos os projectos, acções e campanhas do Observatório de Favelas.

2.2. História

O Observatório de Favelas foi criado em 2001 por pesquisadores e profissionais oriundos das favelas como um programa do Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade (IETS). Enquanto IETS tinha dois eixos principais que se mantêm até à data: a pesquisa e a formação, com o intuito de “produzir conhecimentos que permitissem um novo olhar sobre as favelas e outros espaços populares”.¹⁶

Desde 2003 é reconhecida como uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP).

¹⁶ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/nossa-historia/>

Embora a sua sede seja no Rio de Janeiro (Maré – comunidade de Nova Holanda - zona norte) actua em todo o País. O meu estudo, no entanto, focou-se apenas no trabalho e projectos realizados no Rio de Janeiro.

2.3. Missão

O ODF tem um papel cada vez mais importante para a sociedade no Rio de Janeiro. Conta com uma equipa fixa de quase sessenta pessoas e tem como principal missão a elaboração de “metodologias, projetos, programas e práticas que contribuam na formulação e avaliação de políticas públicas voltadas para a superação das desigualdades sociais”¹⁷

O Observatório de Favelas tem consciência que para combater desigualdades é preciso ir ao cerne da questão, fazendo questão de fazer sempre um trabalho de inclusão da comunidade, tanto na parte do desenho como no desenrolar dos projectos. Pretende desde a sua origem mostrar um outro olhar sobre as favelas, e assim quebrar as barreiras territoriais, sociais e mentais que se ancoraram na cidade desde a sua origem, fazendo todo um trabalho de inserção social, territorial, cultural e profissional.

Afinal a cidade do Rio de Janeiro é isso: uma cidade de grandes contrastes, onde senti que cada um e cada qual tem o seu lugar. Sempre que essa fronteira é quebrada dá-se um sinal de alerta e um sentimento de ânsia e desconforto.¹⁸

Autocaracteriza-se como uma instituição “propositiva”, que tenta identificar problemas, e assim apresentar soluções, que contribuam de maneira real para uma cidadania plena, que respeita o direito à diferença. (Observatório de Favelas)

2.4 Objectivos

O ODF tem objectivos bem definidos, tendo um papel pró-activo para alcançá-los. Os seus principais objectivos são:

¹⁷ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/categoria/areas-de-atuacao/>

¹⁸ Ver Diário de Bordo, 19.03, p. 113

- “ - Ampliar sua rede sociopedagógica para influenciar na elaboração de políticas públicas, torná-las efetivas e criar práticas de intervenção social nos espaços populares;
- Avaliar políticas públicas destinadas à cidade e, em especial, aos espaços populares, a partir da produção de instrumentos conceptuais e metodológicos plurais;
 - Elaborar conceitos, produzir informações e representações que ponham em perspectiva visões estereotipadas e homogeneizantes sobre as favelas e espaços populares;
 - Incidir no campo das políticas culturais, para que a definição destas reconheça e contemple as manifestações e práticas presentes nos espaços populares;
 - Formular e implantar práticas exemplares em educação, geração de trabalho e renda, moradia e regularização fundiária urbana, cultura, comunicação, segurança pública e valorização da vida;
 - Constituir referências inovadoras de produção do conhecimento, dentro e fora de nossa rede social e política, para viabilizar propostas de Direito à Cidade”¹⁹

2.5. Funcionamento

O ODF está aberto de 2ª a 6ª-feira. É um centro de pesquisa, de produção de conteúdo e de formação, formado por uma directoria de 8 elementos. Grunig defende exactamente esta descentralização de direcção/coordenação, e que esta deve ser colectiva, tendo como tarefa principal coordenar, ao invés de impor. (Cf. Grunig, 1989)

Cada um dos directores está envolvido em projectos/áreas do ODF, grande parte das vezes sob forma de coordenador. Isto faz com que a directoria esteja realmente envolvida em todo o processo do ODF, podendo identificar eventuais dificuldades e necessidades.

Uma das coisas que me marcou bastante foi o facto de a equipa do ODF ser formada na sua maioria por uma equipa muito jovem, em grande parte oriunda de espaços populares. Isto permite que haja um olhar inovador e criativo, e acima de tudo genuíno, no sentido de haver uma maior noção do contexto, das dificuldades, das necessidades e dos desafios.

¹⁹ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/apresentacao/>

O ODF conta com a sede principal (Rua Teixeira Ribeiro, 535, Maré. Rio de Janeiro - RJ - Cep: 21044-251) e mais dois espaços (ambos na comunidade de Nova Holanda).

Existem vários projectos no ODF o que não significa que estejam restritos a apenas uma das áreas de actuação²⁰, muitas das vezes elas interligam-se.

Um outro facto bastante curioso foi o elevado grau de colaboração entre os projectos. O projecto “Guia Cultural de Favelas”, contou ao longo das oficinas com a colaboração de colegas de outros projectos (do “Imagens do Povo”, Jorge Luiz – um dos directores - deu aulas sobre território, etc.). Este é apenas um exemplo de muitos.

No ODF tem sido pensado cada vez mais a formação de colectivos abertos, que pretendem ser um espaço de discussão. Até à data existem dois colectivos: o “Colectivo de Igualdade Racial e de Género” e o “Colectivo de Artes e Território”. Estes reúnem-se uma vez por semana na sede do ODF.

Muitos dos trabalhos desenvolvidos pelo ODF (campanhas, estudos) são feitos em colaboração com parceiros. Entre os parceiros estão inúmeras instituições de renome.

Importa ainda referir que muitas das actividades são feitas graças à ajuda de patrocinadores e financiamentos.

2.6. Áreas de actuação ²¹

Embora o ODF tenha cinco diferentes áreas de actuação, que servem como alicerces ao seu trabalho, todas elas se complementam. Nos diferentes projectos elas tendem a cruzar-se, mantendo assim uma ligação. As cinco áreas de actuação do ODF são:

- Políticas urbanas: através desta área de actuação o ODF pretende contribuir para uma melhor qualidade de vida das pessoas, sobretudo nas favelas. O ODF serve-se de diferentes métodos de análise e avaliação, visando a apresentação de diagnósticos concretos.

²⁰ Ver Capítulo II, ponto 2.6., p.26

²¹ No *site* oficial os títulos das áreas de actuação ainda não foram actualizadas.

Assim sendo, “Entender a dinâmica urbana, as práticas sociais plurais dos seus sujeitos e as formas como os territórios urbanos se configuram, são gestos centrais para o nosso universo de questões.”²²

- Educação: Esta área de actuação é trabalhada desde a origem o ODF. Pretende-se através dela traçar um caminho naquilo que é a real democratização de informação e conhecimento.

“O que orienta este campo de ação da instituição é a certeza de que é preciso criar um espaço de formação para os novos sujeitos que emergem na periferia urbana, superando a lógica da educação pública de baixo aproveitamento a que estão geralmente submetidos e a estrutura academicista dos centros universitários, a qual se coloca de forma extremamente rígida e impermeável à realidade e as temáticas que estes sujeitos trazem.”²³

Pretendem fazê-lo

“ (...) através de cursos, seminários, programas com foco na formação e qualificação profissional, mobilização de rede de atores e instituições que se dedicam à formação –, pois consideramos que um dos principais desafios enfrentados por esta população é a superação de sua condição social historicamente subalternizada, por meio do exercício pleno de uma cidadania ativa e crítica, além da inserção qualificada no mercado de trabalho.”²⁴

- Comunicação: é através desta área que se pretende dar um novo olhar sobre as favelas. O “objetivo é intervir na disputa pela construção de novos imaginários sobre a cidade, contribuindo para ampliação dos repertórios de representação, por meio dos quais as favelas e espaços populares são concebidos em diferentes âmbitos da vida social.”²⁵

Sobre a comunicação fazem ainda uma reflexão interessante:

“O grau de radicalização de uma democracia é dado pela pluralidade de visões de mundo em circulação. Na contemporaneidade, a liberdade de expressão, para além de

²² Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/areas-de-atuacao/politicas-urbanas/>

²³ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/areas-de-atuacao/educacao/>

²⁴ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/areas-de-atuacao/educacao/>

²⁵ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/areas-de-atuacao/comunicacao/>

suas manifestações individuais, depende de um conjunto mais amplo de direitos, como o acesso aos meios de comunicação.

Isto quer dizer que o direito à comunicação pressupõe a garantia de condições para que todos possam ter suas ideias expressas, considerando os regimes de visibilidade de nossa época fortemente impactados pela presença da mídia.”²⁶

- Artes e território: esta área de actuação pretende trabalhar a arte e a cultura, e fugir ao padrão estereotipado deste termo, que na verdade, é tão abrangente. Pretende democratizar e descentralizar os equipamentos culturais, que normalmente são reservadas às zonas mais ricas da cidade

- Direitos à vida e Segurança Pública:

“Para o Observatório de Favelas, Direitos Humanos são parâmetros éticos, jurídicos e políticos, construídos por lutas sociais emancipatórias. Os direitos humanos são indivisíveis e interdependentes. As distintas formas de violência, arbítrio e desrespeito vivenciados pelos moradores dos espaços populares apontam para a centralidade da formulação de proposições e práticas de promoção, proteção e reparação dos Direitos Humanos.”²⁷

Consideram que num espaço onde os índices de letalidade, principalmente de adolescentes e jovens, são elevadíssimo ser necessário criar um novo modelo de Segurança Pública, pautado na valorização da vida e no reconhecimento de todos os cidadãos como sujeitos de direitos.

2.7. Projectos do Observatório de Favelas

O Observatório de favelas (ODF) já teve e continua a ter inúmeros projectos. O número de projectos aumentou tanto nos últimos anos que a sede principal já não consegue dar resposta a todos eles. Existe assim um segundo *galpão*²⁸ em construção (cuja previsão

²⁶ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/areas-de-atuacao/comunicacao/>

²⁷ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/areas-de-atuacao/direitos-humanos/>

²⁸ *Brasil* construção coberta por telha, palha ou folha de zinco, geralmente sem parede num dos lados, destinada a armazenar material, maquinaria, etc. *galpão* In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora,

de conclusão era o início de Abril) e um terceiro chamado Bela Maré, que pretende ser um espaço dedicado a exposições, seminários, reuniões, etc.

Apesar de criar muitos projectos, o ODF não os mantém anos a fio, somente enquanto fazem sentido e enquanto cumprirem com os seus objectivos. Claro que a questão de financiamento externo para realização dos projectos também tem um peso elevado neste sentido. Grande parte dos financiamentos é conseguida sob forma de concursos. Isto significa que muitas das vezes um projecto não depende só da boa vontade do ODF, mas destas verbas, que nunca são por tempo indeterminado. Se houver a possibilidade de fazer um desdobramento de um projecto, ou seja, reinventá-lo e adaptá-lo para que faça sentido, é feito.

Embora os projectos tenham modos diferentes de actuar, uns mais ligados à comunidade, outros mais ligados a estudos teóricos, as áreas de actuação mantêm um elo entre todos eles: Educação, Políticas Urbanas, Comunicação, Artes e Território e Direitos à Vida e Segurança Pública.

Para o ano 2014²⁹ estão confirmados dezassete projectos, enquanto onze estão a aguardar aprovação/confirmação (financiamento). O início de meu estágio em Janeiro, coincidiu com as férias escolares. Apenas após o Carnaval, ou seja, em Março é que as actividades começaram a funcionar a um ritmo normal.

2.7.1. Projectos activos/confirmados para 2014:

2.7.1.1. “Direito à Comunicação e Justiça Racial”

Este projecto visa a democratização da comunicação e através desta enfrentar o racismo. Pretende

“aumentar o reconhecimento da relação entre as violências simbólicas e físicas promovidas pelo racismo contra a população negra, moradora de favelas e espaços

2003-2014. [Consult. 2014-08-16].

Disponível na www: <URL: <http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/galp%C3%A3o>>.

²⁹ Dados até à data final do meu estágio, Abril 2014

populares”.³⁰

Tem como objectivo dar voz aos moradores de espaços populares e vítimas de racismo através da comunicação, tanto através dos *midia* populares como corporativos, assim como pretende contribuir para a construção de políticas públicas de democratização da comunicação.

2.7.1.2. “Bela Maré”

O “Bela Maré” é um centro cultural criado em 2011, na comunidade de Nova Holanda (Complexo da Maré) pelo Observatório de Favelas.

Surgiu com o objectivo de ser um passo em direcção à democratização da cultura e a descentralização de equipamentos culturais.

Este espaço abraça e difunde os mais diferentes tipos de expressão artística, sob as mais diversas formas: exposições, apresentações, encontros, *workshops*.

Segundo Artur Voltolino, membro do ODF

“A cidade do Rio de Janeiro conta hoje, segundo dados de prefeitura, com 499 equipamentos culturais (teatros, cinemas, bibliotecas, museus, centro culturais, pontos de cultura e pontos de leitura). Destes, apenas 11,5% se encontram na Zona Oeste, que hoje concentra quase metade da população carioca.”³¹

2.7.1.3. “Residência artística” - Teatro da Laje

A “Residência artística” é uma parceria entre o Teatro da Laje e o Observatório de Favelas. É um colectivo de actores bolsistas aos quais se pretende

“atender às necessidades de formação do coletivo, o aprimoramento e ampliação de seus recursos expressivos, além da circulação e visibilidade do trabalho desenvolvido há dez

³⁰ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/projetos/comunicacao-projetos/direito-a-comunicacao-e-justica-racial/>

³¹ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/noticias-analises/cultura-num-lugar-bem-longe-de-voce/>

anos pelo Grupo Teatro da Laje, nascido na Vila Cruzeiro (Complexo da Penha)”³²

2.7.1.4. “Arena Carioca Dicro”

A “Arena Carioca Dicro” é um espaço cultural inaugurado no bairro da Penha (zona norte do Rio de Janeiro) a 16 de Junho de 2012. Pertence à Prefeitura do Rio de Janeiro, e o papel o Observatório de Favelas, em conjunto com a Secretaria Municipal de Cultura, é gerir este espaço.

Milhares de pessoas já usufruíram activa e passivamente deste espaço, no papel de participante e no papel de espectador. Este espaço cultural abriga formações em música, dança, teatro e audiovisuais e já realizou inúmeros espectáculos nas áreas de cinema e arte.

A “Arena Carioca Dicro” pretende ter um papel activo na democratização e descentralização de produção cultural, através da difusão e formação nas diversas áreas de expressões artísticas e culturais.

2.7.1.5. “É Comunitário”

O projecto “É Comunitário” tem como objectivo principal “fomentar o turismo de base comunitária e cultural na zona oeste do Rio de Janeiro”³³ pelas e nas comunidades locais. Pretende fazê-lo através da criação e do fortalecimento de espaços culturais, que tenham como objectivo reconstruir e guardar a história regional e sirvam assim como pontos turísticos. O objectivo é dinamizar empreendimentos locais, como restaurantes, pousadas, lojas.

O projecto “É Comunitário” pretende ainda a criação de um Guia Turístico da zona oeste do Rio de Janeiro que deverá ser disponibilizado sob forma de guia de bolso, aplicativo, uma plataforma *online* e um *e-book*.

³² Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/projetos/residencia-artistica-teatro-da-laje/>

³³ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/projetos/e-comunitario/>

2.7.1.6. “Do Chão da Maré às Nuvens”

“Do Chão da Maré às Nuvens” é um projecto ligado aos *medias* digitais. Pretende através de um curso base de fotografia, vídeo, meios de comunicação digitais e discussões, dar a jovens moradores do Complexo da Maré ferramentas para pensarem a sua realidade e apresentá-la da maneira como a vêem, vivem e sentem, ao invés de serem representados simplesmente com factos distorcidos por outrem. “O objetivo é que este núcleo seja permanente e constitua-se como um canal de comunicação entre os adolescentes e seu território de origem.”³⁴

Este projecto será feito a partir de um curso semestral (quatro meses) com encontros virtuais e presenciais (três vezes por semana) e contará com a participação de cento e quatro adolescentes estudantes das redes públicas, do 6º ao 9º ano do ensino fundamental e do ensino médio, moradores do Complexo da Maré e de espaços populares adjacentes. Haverá duas turmas (uma de manhã e outra de tarde). Para além de um curso técnico será um espaço de discussão e reflexão, com uma metodologia de ensino muito prática. Um dos objectivos será a criação de um *blog*.

2.7.1.7. “Aluno Presente”

Este projecto pretende trabalhar o tema de abandono escolar. Por um lado pretende apontar as principais causas de abandono escolar em crianças, por outro tenta identificar estas crianças. O objectivo é a reinserção destas nas escolas.

2.7.1.8. “Imagens do Povo”

O projecto “Imagens do Povo” está dividido em três grupos principais: Escola de Fotógrafos Populares (EFP), Agência Escola e Banco de Imagens, respectivamente nas áreas de formação, acompanhamento e difusão.

³⁴ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/projetos/do-chao-da-mare-as-nuvens/>

Com cada um destes projectos pretende-se por um lado mostrar um outro olhar sobre favelas e, por outro lado, a inserção de fotógrafos “populares” no mercado de trabalho.

A EFP pretende através de um curso baseado em teoria e prática formar fotógrafos. Dedicar-se ainda a oficinas com jovens e realiza uma formação de educadores em fotografia. O curso destina-se a moradores de comunidades populares. Chegou a um ponto de reconhecimento tal, que a oferta não consegue dar resposta à procura.

A Agência Escola é uma agência de fotografia, da qual fazem parte antigos alunos da EFP. Disponibilizam o material para que os fotógrafos possam realizar trabalhos de cobertura de eventos (institucionais, sociais, desportivos, culturais, etc.).

As pautas de trabalho são lançadas via *e-mail* por um elemento do Imagens do Povo, ao qual os fotógrafos podem “concorrer”. De maneira a que o trabalho seja dividido da maneira mais justa tentam-se alternar os fotógrafos.

O Banco de Imagens é um arquivo de fotografias tiradas pelos fotógrafos formados pela EFP. Por um lado este arquivo é um centro de documentação, por outro destina-se à comercialização de imagens. Os principais clientes são editoras, ONGs e agências de comunicação social.

2.7.1.9 e 2.7.1.10. “Movimento Down” e “Portal SD – Fase II”

O ODF é parceiro do “Movimento de Down”, por este se ter institucionalizado apenas há pouco tempo. O ODF é apenas responsável pela co-gestão e realização de acções. Os dois projectos são na prática apenas um. O “Portal SD” é a plataforma digital do “Movimento Down”, que por sua vez está mais focado em acções.

O portal pretende dar informações concisas sobre o Síndrome de Down, não apenas sobre a doença, mas sim sobre tudo o que a engloba.

Ilustração 2 - Síndrome de Down ³⁵

SÍNDROME DE DOWN O que é Características Meu bebê chegou! Para profissionais de saúde Rede de Atendimento Tratamentos experimentais Pesquisas Depoimentos	DESENVOLVIMENTO Estimulação precoce Fisioterapia Fala e comunicação Terapia ocupacional Outras terapias Aplicativos para tablets Esportes Artigos Depoimentos	DIREITOS Legislação e direitos Cidadania e participação política Como garantir seus direitos Artigos Perguntas frequentes	DOWN POR AÍ Notícias Livros Filmes Quadrinhos Na internet Eventos Síndrome de Down na mídia
SAÚDE Gravidez e parto Cuidados médicos Saúde de jovens, adultos e idosos Comportamento Artigos Conteúdos para download Perguntas frequentes	EDUCAÇÃO Educação e síndrome de Down Educação infantil Ensino fundamental Ensino médio Educação de jovens e adultos Ensino profissionalizante Dicas para pais Artigos Perguntas frequentes	JOVENS E ADULTOS A vida com síndrome de down Namoro e amizades Com a palavra, o jovem Comunicação acessível Saiba mais Dicas para pais e profissionais Artigos Perguntas frequentes	

É pensado sobretudo para as pessoas com o SD e as suas famílias. O “Movimento Down” pretende fazer um trabalho de informação (combatendo dúvidas e preconceitos) e acima de tudo de inclusão. Através de iniciativas tenta fomentar o desenvolvimento de capacidades e potencialidades de pessoas com Síndrome de Down e deficiências intelectuais em todos os espaços da sociedade.

O Observatório já colaborou com ações como uma oficina de fotografia para jovens e adultos com Síndrome de Down, “TÔ Brincando” (projecto que pretende a construção de uma “brinquedoteca” e o desenvolvimento de publicações de apoio sobre o uso de brinquedos para o estímulo de crianças e adolescentes com Síndrome de Down), um Censo pioneiro sobre Síndrome de Down no Complexo da Maré, etc.

2.7.1.11. “Disseminação do Guia”

É um projecto que pretende elaborar o “Guia Municipal de Prevenção da Violência Letal contra Adolescentes e Jovens”. Este projecto é o resultado físico de um dos três

³⁵ Fonte: www.movimentodown.org.br

eixos principais do projecto PRVL – Metodologias de Intervenção.³⁶

2.7.1.12. “Índice de Homicídios na Adolescência” (IHA) – Actualização do índice

É um projecto que pretende apresentar estatísticas reais relativamente aos homicídios na adolescência no Brasil. Este projecto é o resultado físico de um dos três eixos principais do projecto PRVL – Produção de Indicadores.³⁷

2.7.1.13. “Formação em Inteligência Sócio-criativa – Territórios Compreendedores” – cooperação técnica

O projecto “Formação em Inteligência Sócio-criativa – Territórios Compreendedores” é um curso baseado em práticas e técnicas de pesquisa participativa. Trata-se de um curso livre com uma carga horária de 120 horas que pretende estimular uma reflexão, de cariz criativo, sobre o empreendedorismo e tudo o que envolve: desde uma perspectiva psicossocial, económica a uma perspectiva política. Este curso pretende dar aos participantes ferramentas de criação e gestão de empreendedorismo, fugindo ao cariz tradicional. Oferece quarenta vagas e o curso é dado na sede do Observatório de Favelas.

O curso visa:

“viabilizar empreendimentos comunitários sustentáveis, buscando desenvolver a capacidade analítica e realizadora dos participantes, permitindo que eles possam atuar de forma articulada em um território comum.”³⁸

³⁶ Ver Tabela 2, p.37 - 38

³⁷ Ver Tabela 2, p.37 - 38

³⁸ Fonte: <http://observatoriodefavelas.org.br/projetos/english-formacao-em-inteligencia-socio-criativa-territorios-compreendedores/>

2.7.1.14. “Guia Cultural de Favelas”³⁹

O Projecto “Guia Cultural de Favelas” pretende mapear pontos culturais na cidade do Rio de Janeiro, mais propriamente em seis favelas desta cidade. Muitas vezes estes territórios nem são mapeados, o que significa que este projecto se propõe a mapear territórios e, a assinalar “pontos” de produção cultural.

É um desdobramento de um projecto anterior chamado de “Solos Culturais” realizado durante os anos de 2012 e 2013. O resultado deste projecto de pesquisa sobre as práticas culturais nestes territórios, foi uma recolha e listagem destas práticas culturais.

O “Guia Cultural de Favelas” é assim resultado de uma pesquisa feita num projecto anterior, que propõe uma formação teórico-prática (oficinas formativas) de fotografia, vídeo, som, entrevistas e produção de texto, que por sua vez formarão o conteúdo dos “pontos” mapeados.

A turma será constituída por seis grupos, respectivamente com seis elementos, que trabalhará seis favelas.

Este projecto pretende, assim, mapear, quando necessário, os territórios “palcos” deste estudo, e marcar pontos culturais.

O resultado será apresentado em formato de *site* onde estarão marcados os setenta pontos. Quando clicado abrirá uma aba com três opções: vídeo, galeria e texto.

Este *site* pretende ser apenas o primeiro passo. O *site* será colaborativo, o que significa que os usuários poderão acrescentar pontos culturais, que serão analisados por uma equipa e depois postos *on-line* no *site*.

2.7.1.15. “Programa de Redução da Violência Letal Contra Jovens e Adolescentes” (PRVL)

Este projecto foi criado em 2007 e actua actualmente em dezasseis regiões metropolitanas: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Vitória, Recife, Salvador, Maceió, Belém, RIDE-DF, Curitiba, Porto Alegre, Fortaleza, Natal, João Pessoa,

³⁹ Para informação mais pormenorizada consultar Anexo 2, p. 121

Manaus e Rio Branco.

É resultado de uma iniciativa do Observatório de Favelas, a UNICEF e a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, em parceria com a LAV-Uerj⁴⁰ e ICCO⁴¹.

Os três eixos principais destes projectos são:

Tabela 2: Três eixos principais do PRVL⁴²

Articulação Política	Produção de indicadores	Metodologias de Intervenção
Articulação nacional seguindo a Agenda Social Criança e Adolescente e buscando pautar o tema dos homicídios de adolescentes.	Elaboração e actualização do “Índice de Homicídios na Adolescência (IHA)” para todos os municípios com mais de 100 mil habitantes.	Levantamento de políticas públicas, programas e projectos de prevenção da violência desenvolvidos nas regiões de abrangência do PRVL, especialmente, acções implementadas em espaços populares.
Encontros com gestores públicos e organizações da sociedade civil, visando o fortalecimento de iniciativas de prevenção.	Cálculo de risco relativo em função de idade, género, raça e meio (armas de fogo).	Sistematização, análise e difusão de metodologias de prevenção da violência.
Realização de oficinas com adolescentes e jovens nas regiões metropolitanas para	Produção de indicadores e mecanismos de monitoramento da violência letal que possam subsidiar programas e projectos	Elaboração do “Guia Municipal de Prevenção da Violência Letal contra Adolescentes e Jovens”.

⁴⁰ Laboratório de Análise de Violência da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

⁴¹ Organização intereclesial de Cooperação para o Desenvolvimento

⁴² Fonte: Observatório de Favelas.org.br/projetos/direitos-humanos-projetos/prvl/

debater o tema.	locais de prevenção dos homicídios de adolescentes e jovens.	
Desenvolvimento de estratégias de comunicação capazes de chamar atenção tanto dos gestores públicos quanto da sociedade em geral para a questão da violência letal contra adolescentes e jovens no Brasil.	Construção de ferramentas para que o monitoramento do Índice de Homicídios na Adolescência possa ser feito nos municípios.	X

2.7.1.16. “Censo Maré”

O projecto “Censo Maré” é uma parceria do ODF com a Redes da Maré (RM). A RM é uma instituição da sociedade civil, que conta com sete espaços no Complexo da Maré.

O papel do ODF foi o de criar toda uma metodologia e acompanhamento para que o Censo pudesse ser realizado.

O objectivo do Censo foi fazer um diagnóstico completo sobre a realidade actual dos moradores da favela da Maré, procurando com base nele colocar questões negligenciadas na agenda pública, procurando alternativas e soluções, com o objectivo de contribuir para a melhoria das condições de vida dos moradores da Maré. Dácio, um dos directores do ODF e responsável por este projecto, defende que tendo dados concretos é mais fácil justificar reivindicações. Os resultados serão dados a conhecer a partir de um livro/guia. O censo contempla não só a vertente populacional, mas também

a económica, ou seja, um levantamento das instituições e empresas do bairro.

O Censo pretende:

“determinar o número de habitantes da Maré e sua origem geográfica, a composição das famílias, a distribuição da população por faixa etária, a formação étnica, os níveis de escolaridade e renda, trabalho e as redes de inserção social.”

“ (...) levantar as condições de habitação da comunidade, investigar a incidência de doenças para determinar taxas de mortalidade, identificar as diferentes práticas religiosas, culturais e de lazer da população, mapear os serviços públicos disponíveis e as actividades económicas existentes, apontando os potenciais de crescimento, além de identificar situações de violência nas comunidades e seus impactos nas famílias e organização social do território.” (Redes da Maré, s.d.)

Toda a equipa é gerida por Dálcio, um dos oito directores do ODF, o único com experiência e formação na área. Ele reuniu jovens universitários oriundos do Complexo da Maré para o ajudarem neste processo. A dificuldade que encontrou foi o facto de a equipa ser pequena e estes jovens não terem experiência. Enquanto trabalhavam estavam, assim, simultaneamente a ser formados.

O levantamento de dados (em 2012) foi feito porta-a-porta, sendo que a primeira etapa de questionários e entrevistas foi feita a comerciantes. Pretende-se com base nesta recolha de dados um levantamento completo da rede de comércio e de serviços existentes no Complexo da Maré, assim como entender o potencial económico das comunidades e um apuramento de quantos empregos são gerados através deste. Pretende-se ainda conhecer as necessidades existentes, assim como a criação de programas de capacitação e qualificação profissional. Um dos resultados será o lançamento de um guia de comércio e serviços da Maré, de maneira a “publicitar” estes estabelecimentos, como referiu Dálcio, no entanto só serão incluídos no guia os estabelecimentos cujo responsável do comércio autorizou.

A dificuldade encontrada nesta etapa foi o facto de grande parte dos estabelecimentos funcionar de maneira informal, o que levou a um certo receio por parte dos comerciantes, que receavam ter problemas legais. O facto de estarem a trabalhar também fez com que as não tivessem muita disponibilidade.

A grande dificuldade actual é o facto de o tratamento de dados estar a ser mais demoroso daquilo que tinha sido planeado. O Censo era para ter sido lançado em final de 2013, no entanto está previsto apenas para Março 2014. Segundo Dálcio, este atraso pode trazer dois grandes problemas. Por um lado o justificar o atraso nos relatórios de prestação de contas, ou seja, aos financiadores; por outro lado, quanto mais tarde o Censo for lançado, menos actual será.

Os atrasos devem-se em grande parte à equipa pouco numerosa e pouco experiente, tanto na recolha como no tratamento de dados. Foi um trabalho porta a porta, no qual os moradores participaram com grande vontade. Muitas vezes as pessoas, desejosas por terem alguém com quem falar, faziam com que fosse mais demoroso do que planeado. Dálcio explicou-me que apenas cerca de 1% da população não quis participar no Censo, o que é um número muito reduzido.

O tratamento de dados está a ser feito num dos espaços da Redes da Maré.

Uma das tarefas deste projecto foi ainda criar uma base cartográfica das dezasseis comunidades do Complexo da Maré. Esta foi feita por um profissional contratado. Houve assim um levantamento de todas as ruas do Complexo da Maré.

Está a ser pensada a ideia de fazer um guia de todo o território da Maré com base neste trabalho, no entanto, será um projecto futuro.

Este trabalho foi importante porque em grande parte das favelas do Rio de Janeiro não existe este levantamento, muitas vezes não existem sequer nomes de rua, ou quando existem não estão oficializadas pela Câmara Municipal de Vereadores. Este é também um dos objectivos deste trabalho cartográfico: oficializar todas as ruas.

2.7.1.17. “Galeria 535”

A “Galeria 535” é um projecto que pertence ao projecto “Imagens do Povo”.

Está localizada na sede do Observatório de Favelas e é um espaço destinado única e exclusivamente à fotografia. Pretende expor e dar a conhecer trabalhos de qualidade de fotógrafos populares e de renome nacional a pessoas que vivem nesta área,

desfavorecida de equipamentos culturais, dando assim um acesso cultural.

O responsável por esta galeria é Alexandre Silva, gestor de conteúdos e responsável pela comunicação do projecto “Imagens do Povo”.

O horário de funcionamento da galeria é de segunda à sexta de 9:00h às 18:00h e a entrada é sempre gratuita. Os trabalhos artísticos expostos costumam mudar de dois em dois meses, tentando intercalar a cada exposição fotógrafos residentes e fotógrafos externos.

3. O departamento de Comunicação Institucional

O departamento de Comunicação Institucional do ODF é formado por três profissionais de comunicação, um fotógrafo e dois estagiários. São responsáveis pela Comunicação Institucional do ODF, embora também sejam responsáveis, em parte, pela comunicação de outros projectos.

Entre as principais tarefas está a mediação de relacionamentos fora e dentro da organização, a produção de “conteúdos”, a gestão e “alimentação” dos suportes de comunicação existentes: o *site* oficial, a *newsletter* electrónica, o boletim, a página de *Facebook* e ainda o perfil no *Twitter*. Eiró-Gomes & Nunes (2012: 170) defendem como uma das principais funções do departamento de Comunicação Institucional gerir “(...) the interest between the various stakeholders and the organization”. Esta ideia também é defendida por outros teóricos, tal com Tench & Yeomans e Lesley.

É ainda da responsabilidade deste departamento a produção de materiais, como a brochura institucional, folhetos, etc. e relação com os *media* e público em geral. Este departamento faz ainda a cobertura de eventos do e no ODF, e de outros que pareçam de relevo.

As tarefas tendem a ser bem definidas.

Os estagiários são responsáveis pela agenda, *clipping* geral do ODF, o *clipping* da Arena

de Dicro (trimestral), *clipping* da ocupação da Maré, pelo Mural, notícias@.⁴³ O *clipping* é uma ferramenta muito utilizada por diversas razões. Por um lado para prestação de contas a financiadores, por outro lado para entender até que ponto o trabalho do ODF é reconhecido e influente.

No *clipping* são usados jornais em formato físico e digital e a *web* no geral. Uma técnica muito usada é por exemplo usar como termo de pesquisa o nome dos directores, projectos e as páginas de parceiros:

- Agência Redes Para a Juventude
- Redes de Desenvolvimento da Maré
- Amnistia Internacional
- Biblioteca Parque de Manguinhos
- Biblioteca Parque da Rocinha
- Crescer e Viver
- Centro de Artes da Maré
- Instituto Raízes em Movimento
- Luta pela Paz
- Vida Real
- Escola de Cinema Darcy Ribeiro
- Cooperativa de Reciclagem Eu Quero Liberdade
- Academia Internacional de Cinema

As três profissionais de comunicação, são responsáveis no fundo por todas as actividades da Comunicação Institucional: acompanhar o trabalho dos estagiários,

⁴³ Ver Capítulo II, pontos 3.1. e 3.2., p. 44 - 49

produção de “conteúdos” (para artigos, boletim interno e externo), gestão de redes sociais, relação com a imprensa, público.

Semanalmente (sextas-feiras) existe uma reunião com a equipa do departamento de comunicação do ODF e o coordenador de comunicação, que por sua vez faz parte da directoria - Eduardo Alves.

Estes encontros são uma excelente forma de comunicação dialógica. Podem ter um perfil maior (assembleia geral) ou mais pequeno, como é o caso destas reuniões de comunicação. Cada reunião pode ter diferentes objectivos: resolver problemas, criar consenso sobre notícia que deve seguir ou não. É no entanto importante haver uma ordem que deve ser respeitada, para melhor aproveitamento do tempo. (Cf: Cutlip, Center & Broom). No caso do ODF, todas as reuniões são arquivadas sob forma de actas, para futuras consultas.

Penso ser importante reflectir sobre o modo de como o mundo digital veio revolucionar a comunicação e a maneira como também o ODF se aproveita desta ferramenta para comunicar internamente e com os seu público.

“Advancing technology has change the way communication is produced, distributed, displayed, and stored.” (Cutlip, Center & Broom, 2000: 285)

Na Comunicação Institucional a internet tem sido vista como uma das ferramentas fundamentais. Permite uma comunicação com *stakeholders* internos e externos, quase a tempo real, fortalecendo a comunicação dialógica.

“Intranets and Internets make two-way communication possible as never before.” (Cutlip, Center & Broom, 2000: 285)

O gabinete serve-se de várias ferramentas tanto para a comunicação com os colaboradores como para a comunicação externa, mas quase todas elas estão ligadas à internet.

3.1 Comunicação com os colaboradores

Havendo uma boa Comunicação Institucional, é muito provável haver uma maior sensação de *teamwork*, que por sua vez aumenta o comprometimento dos colaboradores.

Para que haja uma Comunicação Institucional realmente sólida é essencial haver uma boa comunicação com os colaboradores.

“Organization’s most important relationships are those with employees at all levels.”
(Cutlip, Center & Broom, 2000: 287).

No ODF existe uma excelente comunicação entre os diversos departamentos, e muito desta é conseguida pelo bom trabalho do departamento de comunicação, e a visão de comunicação da directoria do ODF. Esta acredita que através de uma comunicação aberta, entre directoria e colaboradores, é possível ajudar, evitar mal entendidos e trocar opiniões, que por sua vez resultam em confiança. Defendem que esta relação seja a base de tudo.

“Face-to-face communication with an open-door policy is the premium medium for encouraging upward communication and building good working relationships with employees.” (Cutlip, Center & Broom, 2000: 289)

As ferramentas de comunicação com os colaboradores usadas pelo departamento de Comunicação Institucional, são as seguintes:

Boletim interno: o boletim interno é uma espécie de *newsletter*. Contém notícias relacionadas com colaboradores do ODF e apresenta uma agenda de actividades de colaboradores envolvidos. A informação que sai no boletim é recolhida todas as segundas-feiras até às 14h, para ser publicada no mesmo dia por volta das 15/16h. É pedido aos vários departamentos/projectos cumpram data/hora.

Mural: existe um mural no corredor principal do ODF onde todos os colaboradores passam. Esse mural é actualizado todas as manhãs. Contém informação de jornais, com notícias variadas sobre o ODF, espaços populares, e outras notícias de relevo.

“The dynamic board gets regular attention; it needs to be updated often. Seeing the same notice again and again becomes an annoyance and soon leads to inattention.” (Cutlip, Center & Broom, 2000: 296).

O mesmo acontece com posters e placares à entrada do ODF.

E-mail interno: o *e-mail* interno é usado como forma de comunicação e para partilha/troca de informação. Permite enviar a mesma mensagem a várias pessoas, aliás é possível criar grupos que permitem uma mais rápida troca de informação. É muito útil também pelo facto de permitir reencaminhar *e-mails* e responder com conhecimento de alguém (muitas vezes há várias pessoas envolvidas numa questão e através desta opção é possível todos estarem sempre a par da situação).

Grupo de Facebook interno: o grupo de *Facebook* interno é fechado, portanto só pessoas que trabalham no ODF têm acesso à informação. Neste espaço textos e informações são partilhadas, notícias de última hora, etc. Existe ainda um grupo de *Facebook* fechado para formandos, fotografos populares, etc.

Assembleias gerais: uma vez por mês são feitas assembleias gerais. Estas reúnem todos os membros e servem para discutir temas actuais ligadas na maioria a favela e também para dar opiniões e tomar decisões. É extremamente útil haver um moderador nestas assembleias para melhor articulação.

Agenda interna: esta está reservada para promover actividades de colaboradores ou parceiros do ODF.

3.2 Comunicação com os públicos externos

Sendo o ODF uma organização que trabalha com e para a comunidade no âmbito de desenvolvimento, a comunicação externa tem extrema relevância. O gabinete de comunicação serve-se de diversas ferramentas de modo a que a comunicação com o seu público seja fluída e o mais dialógico possível:

Redes Sociais: o gabinete de comunicação do Observatório de Favelas serve-se do *Twitter* e do *Facebook*. O segundo é o mais usado, pois permite uma relação mais

directa e participativa com o público, tem assim mais “força”.

Aqui é partilhada a informação que também está disponível no *site* oficial do ODF, com a diferença que neste caso os usuários podem ter uma participação mais directa, havendo assim uma comunicação dialógica.

“Feedback tells the communicator how his message is being received.” (Schramm, 1973: 51)

É ainda partilhada informação relacionada com as áreas de actuação do ODF, *links* de parceiros, fotografias de eventos do ODF, etc.

Desde o início do ano tem havido uma média de 100 novos *likes* por semana. Até ao verão a equipa da comunicação pretende aumentar significativamente os *likes*. A estratégia que adoptaram para tal é a de colocar *links* de parceiros e marcar sempre as suas fontes.

Até Fevereiro 2014 o gabinete era livre de colocar informação na página de *Facebook*, agora existe uma outra política: o coordenador do gabinete de comunicação aprova o que vai para a página, quando se trata de questões mais “sensíveis”.

Os colegas deste departamento dizem que esta é a ferramenta com mais poder.

Grande parte dos projectos tem ainda o seu próprio *Twitter*, *Facebook*, *site* e/ou *blog*.

Site institucional: no *site* é possível encontrar grande parte de informação sobre o ODF e os seus projectos. A primeira página (“Home”) está reservada a breves notícias e à agenda actualizada. É possível aceder à ligação das Redes Sociais, *Facebook* e *Twitter*, e aos vídeos do Youtube. Existe a opção de escolher outras 2 línguas, inglês e espanhol, embora a informação nessas línguas não seja tao completa.

A página está dividida em 8 partes às quais é possível aceder com grande clareza:

1. Quem somos

- Apresentação

- A nossa história

- Equipe (contém uma lista com todos os e-mails dos elementos do ODF e a sua função)
- Prêmios
- Relatórios

2. Áreas de actuação

- Educação
- Políticas Urbanas
- Comunicação
- Cultura
- Direitos Humanos

3. Projectos. Esta parte está dividida pelas cinco áreas de actuação. Clicando em cada um dos projectos podemos aceder à apresentação de cada um. É ainda disponibilizado o *site* do projecto, sempre que este existe.

- *Comunicação*: Direito à Comunicação e Justiça Racial, Escola Popular de Comunicação Crítica (Esspocc), Mídia e Favela
- *Cultura*: Rio em Rede, Imagens do Povo, Bela Maré, Arena Carioca Dicro, Galeria 535, Solos Culturais
- *Direitos Humanos*: Programa de Redução da Violência Letal Contra Jovens e Adolescentes (PRVL), Sistematização de Experiências, Rotas de Fuga, Redes de Valorização de Vida
- *Educação*: Novos Saberes, Prevenção da violência na Rede de Educação, Legado Social do Pan, Conexões de Saberes
- *Políticas Urbanas*: Movimento Down, Território Criativo da Maré

4. Acervo: onde podemos aceder a artigos, produções académicas, publicações e vídeos.

5. Parceiros: nesta parte estão enumerados 21 projectos, os sete patrocinadores,
6. Notícias e análises: contém pesquisas e notícias de relevo.
7. Doação
8. Contacto: números de telefone, morada (e o mapa), formulário *on-line*, e *e-mail*.

E-mail: através deste *e-mail* é possível entrar em contacto com o ODF.

O Boletim Externo: “Notícias e análises”. Este sai uma vez por mês, normalmente na segunda quinzena. Para receber este boletim basta uma pessoa inscrever-se através do *site*.

“Bulletin Boards offer a good place to corroborate information with brief messages publicly. They provide quick access for spiking rumors and for making desirable information stick.” (Cutlip; Center & Broom, 2000: 296)

É usado como *newsletter*, sendo que esta se refere a:

“Any publication of a few pages, usually written in concise form and generally appearing at regular intervals, is called a newsletter.” (Lesley, 1997: 467)

É considerada um método de comunicação directa e uso deste método tem vindo a crescer. Normalmente é enviada de maneira gratuita e é necessário ser subscrita. Normalmente este método é usado a longo termo, talvez devido ao facto de serem fáceis, rápidas e sem custo (Cutlip, Center & Broom, 2000: 293)

Publicações da Insitucionais / Livros:

O ODF tem imensas publicações. Cutlip, Center & Broom (2000) defendem que

“(…) they let organization communicate in its own words, in its own way, without interruption or alteration. In short, they give the organization a means of controlled communications.” (Cutlip, Center & Broom, 2000: 291)

Estas publicações, sob forma de livros ou recolha de artigos, podem ter diversos objectivos: servir como mais uma prestação de contas, apresentar um projecto, “imortalizar” projectos, informar públicos sobre determinado tema, marcar pontos de vista.

Brochuras, folhetos, livros podem ajudar a recém-chegados à organização a entender melhor o trabalho da organização. Nos livros, normalmente a organização mostra os seus valores, filosofia e missão. Para além de mostrar pesquisas, opiniões e trabalhos relacionados com a organização. (Cf: Cutlip, Center & Broom, 2000)

Reprinted speeches, position papers and “Backgrounders”: Estes servem para mostrar ponto de vista da organização, face a questões mais ou menos controversas. É possível aceder a estes a partir do *site* do ODF, tendo assim acesso a textos académicos, pesquisas e artigos.

1. Desenvolvimento e Comunicação para o Desenvolvimento

It is not difficult to see throughout history the importance of community relations as a factor in the rise and fall of many systems. (Ellis & Bowman, 1963: 50)

No pós 2ª Guerra Mundial, ou seja, na chamada Guerra Fria, havia dois blocos dominantes: por um lado os EUA, por outro a URSS. A influência destes no resto do mundo era notória a todos os níveis. Serviam de modelo daquilo que deveria ser um país desenvolvido⁴⁴, sobretudo para os chamados países de Terceiro Mundo.

Os países mais ricos tinham como um dos principais objectivos ajudarem os países mais pobres a desenvolverem-se economicamente, ou seja, ajudarem estes países a deixarem a sua condição de "subdesenvolvimento", de pobreza. Para isso tentava-se "modernizar" os países. Termo que veio dar nome a este paradigma, o "Paradigma da modernização".

45

Assim sendo, o desenvolvimento era associado, nesta época, a crescimento e estabilidade económica. É importante relembrar que esta época também está associada ao colonialismo, e portanto a uma época menos democrática e pacífica, onde os valores do ocidente se impunham de maneira vinculada.

Esta posição face ao desenvolvimento, era encarado muitas vezes com um olhar crítico, pois acreditava-se que nada mais era do que a imposição de um modelo político-económico, que não respeitava as realidades locais, nem se preocupava com as suas

⁴⁴ *"During the Cold War period, the superpowers – the United States and the former Soviet Union – tried to expand their own interests to the developing countries. In fact, the USA was defining development and social change as the replica of its own political-economic system and opening the way for the transnational corporations.", (Servaes 2008: 17)*

⁴⁵ *"This mainly economic-oriented view, characterized by endogenism and evolutionism, ultimately resulted in the modernization and growth theory. It sees development as a unilinear, evolutionary process and defines the state of underdevelopment in term of observable quantitative differences between so-called poor and rich countries on the one hand, and traditional and modern societies on the other hand." (Servaes, 2008: 17)*

necessidades.

Não me parece que a realidade de uma grande cidade dos EUA dá década de 40, possa ser comparável à realidade vivida, na mesma época, numa pequena povoação no Uganda. Hoje em dia o termo de comparação continua o mesmo. Tratava-se do uso de um modelo que tinha funcionado - de maneira mais, ou menos, democrática - numa outra realidade e por esse motivo se impunha aqui sem respeitar os valores socioculturais locais.

As comunidades locais eram forçadas a

“(…) abandon traditional beliefs, considered an impediment toward modernization, and embrace attitudes and behaviors favorable to innovation and modernity” (Mefalopulos, 2008: 44)

Por este motivo o “Paradigma da modernização” também ficou conhecido como “Paradigma dominante”.⁴⁶

Nesta época, o papel fundamental da comunicação face ao desenvolvimento, era a persuasão da audiência através da difusão/transferência de informação em grande escala, ou seja, a transferência de informação através dos *mass media*. O modelo usado era: *Sender – Message – Channel – Receiver (SMCR)*.⁴⁷

A base deste modelo comunicativo foi lançada em 1948 por Lasswell, que defendia que uma transferência de informação através de um canal certo seria suficiente para alcançar uma mudança colectiva de comportamento desejada. Esta teoria, que também ficou conhecida como *Lasswell's Communication Theory*, é baseada em cinco etapas: Quem (Who?), diz o quê (says what?), através de que canal (in what channel?), a quem (to whoam?) e com que efeito (with what effect?).

⁴⁶ “This old paradigm, rooted in the concept of development as modernization, dates back soon after World War II and has been called the dominant paradigm because of its pervasive impact on most aspects of development”. Mefalopulos, P. 2008, p.6

⁴⁷ “Because of the overestimated belief that they were extremely powerful in persuading audiences to change attitudes and behaviors, mass media were at the center of communication initiatives that relied heavily on the traditional vertical one-way model: Sender – Message – Chanel – Receiver (SMCR)”. (Mefalopulos, 2008: 6)

Ilustração 3 - *Lasswell's Communication Theory* ⁴⁸

Who?	Says what?	In what channel?	To whom?	With what effect?
Refers to the senders/ those taking decisions about communication goals and approaches?	Refers to the content and how to package it (i.e. the message)	Decides which media should be used	Refers to the audiences of the communication initiative	Evaluates the impact of communication

Como se pode verificar, neste modelo de comunicação, que predominou durante longos anos, e que hoje em dia continua presente, a comunicação era vertical (*top down*) e unidireccional (*one way*). Mensagens eram enviadas através de um canal por um *sender* a um receptor, sem que este pudesse dar algum tipo de *feedback*. Everet Rogers viria a desenvolver esta teoria, que ficaria a ser conhecida como “Modelo de difusão”, mais tarde. (Cf: Tufte & Mefalopulos, 2008)

Acreditava-se piamente no poder persuasivo dos *media*, e que estes teriam força suficiente para influenciar uma audiência a mudar de comportamento e assim rumar em direcção ao que as potências mundiais definiam como desenvolvimento. Não havia de todo participação dos *stakeholders* neste processo e o contexto em que os programas de desenvolvimento se davam, quase sempre em países do 3º Mundo, não eram tidos em conta. Este pensamento manteve-se inquestionável até sensivelmente aos anos 70.

Durante a década de 50 Paulo Freire, que viria a ficar conhecido como o pai da Comunicação Participativa, investigou pela primeira vez uma vertente participativa em programas de desenvolvimento no Brasil. Este trabalho assentava no *empowerment*, ou seja, na capacitação e participação dos *stakeholders*⁴⁹ e pretendia mostrar que os *stakeholders* deveriam ter um papel activo ao longo do processo de desenvolvimento. Segundo Freire os *stakeholders* deveriam poder decidir que mudanças seriam necessárias, ao invés de aceitarem mudanças impostas por alguém externo, que não está familiarizado com a situação. (Cf: Tufte & Mefalopulos, 2009)

⁴⁸ Fonte: Tufte & Mefalopulos, 2009: 1

⁴⁹ “Freire’s original literacy work empowered landless peasants to formulate their own demands for a better life and to liberate themselves from oppressive conditions.”. (Tufte & Mefalopulos, 2009: 2)

No entanto esta pesquisa foi “ignorada” por muito tempo, e apenas mais tarde se viria a dar importância a este trabalho desenvolvido por Freire no Brasil.

Sensivelmente uma década depois, nos anos 60, surgiu um forte movimento que se opunha ao “paradigma dominante”⁵⁰ de desenvolvimento. Era a chamada “Dependency Theory”, ou, “Dependency Paradigm”, que atingiu o seu auge nos anos 70. Acusavam o “Paradigma Dominante” de impor a sua visão de desenvolvimento, sem se preocuparem com o contexto e ideologias das comunidades locais, onde os programas eram desenvolvidos. (Cf: Mefalopulos, 2008)

A nível da comunicação manteve-se o modelo unidireccional e vertical, embora o “Dependency Paradigm” começasse a dar alguma importância a aspectos culturais quando pensava a comunicação (Cf: Mefalopulos, 2008). Mantinha-se, no entanto, o facto de não haver qualquer tipo de participação dos *stakeholders*.

Apesar de toda a força que este novo paradigma conseguiu ganhar ao longo dos anos 70, começou a perder relevância nos anos 80, uma época em que a própria UNESCO começou a fomentar longos debates⁵¹ em torno do tema “desenvolvimento”, fugindo ao cariz somente político-económico e focando-se nos aspectos socioculturais.

Os anos 70 foram também fortemente marcados pelos movimentos de resistência na América Latina, em oposição às ditaduras militares. Lutavam por uma democracia plena, e assim pela liberdade e pelos direitos das pessoas. Estes movimentos sociais, que se fortaleceram nos anos 80, viriam a influenciar a maneira como hoje em dia, se vê o desenvolvimento, e o caminho para o alcançar. A “audiência” estava, assim, cada vez menos passiva. Foi através destes movimentos que a sociedade civil se fortaleceu, em oposição aos Estados ditatoriais e influenciou, como apresentado no Capítulo I, a criação do chamado Terceiro Sector.

⁵⁰ “The proponents of this Scholl of thought criticized some of the core assumptions of the modernization paradigm mostly because it implicitly put the responsibility, and the blame, for the causes of underdevelopment exclusively upon the recipients, neglecting external social, historical, and economic factors.” (Mefalopulos, 2008: 6)

⁵¹ “One of the thorny issues was the demand for more balanced and equitable Exchange of communication, information, and cultural programs among rich and poor countries”, (Mefalopulos, 2008: 6)

Foi no início dos anos 80 que começou a surgir uma vertente mais estratégica da comunicação, através da qual se pretendia a mudança individual e social de comportamento, conhecida como *Behavior Change Communication (BCC)*. Note-se que até aqui, o que era pretendido era uma mudança colectiva.

Ao longo do tempo tornou-se assim evidente que, por um lado, os paradigmas de desenvolvimento impostos até à data nada mais eram que promessas vazias, que não conseguiram, de todo, atingir os objectivos esperados, aliás, falharam em todas as suas promessas. Por outro lado provou-se que o modelo de comunicação usado era bastante limitado, e que os *media* não eram tão poderosos e influentes ao ponto de num curto espaço de tempo mudar crenças e comportamentos enraizados há muito. (Cf: Mefalopulos, 2008)

Estavam assim lançadas as bases para que um novo paradigma surgisse. Este novo modelo – para o qual ainda não existe consenso no nome - em que pela primeira vez havia participação, estava realmente focado pela primeira vez na participação das pessoas e em toda a sua realidade cultural e social.

A própria definição de desenvolvimento começou a mudar. Embora inicialmente o seu significado tivesse ancorado a um cariz somente político-económico, passou a ter um significado de cariz mais social e cultural. Termos como *empowerment* e sustentabilidade começaram a ter um peso cada vez maior na definição de desenvolvimento⁵².

É com este paradigma participativo, que o papel da comunicação para o desenvolvimento muda radicalmente.

Mefalopulos afirma que muitos programas de desenvolvimento - que até têm uma vertente participativa - se esqueçam muitas das vezes que é essencial haver comunicação em projectos para o desenvolvimento. A comunicação, por sua vez, tem que ser dialógica (*two-way*) e horizontal, pois facilita “(...) stakeholders’ engagement in problem analysis and resolution.”. (Mefalopulos, 2008: 7).

⁵² “Sustainability and people’s participation became key elements of this new vision (...)”.(Mefalopulos, 2008: 7)

O papel da comunicação deixou de ser uma simples disseminação de informação através dos *mass media*, que já se provou ser limitado (embora faça sentido e seja útil em certas circunstâncias⁵³). Aliás, grande parte das falhas de programas de desenvolvimento têm sido apontadas como resultado de uma falta da participação das pessoas no processo de desenvolvimento.

A comunicação para o desenvolvimento, horizontal e dialógica, tem sido vista como uma ferramenta que “open dialog, assesses risks, identifies solutions, and seeks consensus for action came to be seen as a key to the success and sustainability of development efforts.” (Mefalopulos, 2008: 7)

No primeiro congresso mundial de Comunicação para o Desenvolvimento (*World Congress of Communication for Development*) realizado em Outubro de 2006 em Roma, 900 participantes acordaram no *The Rome Consensus* definir Comunicação para o Desenvolvimento como:

“(...) a social process based on dialogue using a broad range of tools and methods. It is also about seeking change at different levels including listening, building trust, sharing knowledge and skills, building policies, debating and learning for sustained and meaningful change.” (Mefalopulos, 2008: 228)

Defendo que para que possa haver desenvolvimento é necessário ter em conta todo o contexto social e cultural em que uma dada comunidade se encontra. Para isso é necessário, por parte dos RP, um grande conhecimento teórico, mas também, e acima de tudo um elevado grau de sensibilidade e humildade: para ouvir, explorar e aprender.

“Effective Public relations start with listening, which requires openness and systematic effort.” (Cutlip; Center & Broom, 2000: 344)

Trata-se de um processo colectivo, de um dar e receber, para que em conjunto seja possível entender falhas e criar soluções e caminhos.

⁵³ “Two-way communication, used to understand, assess, explore, and facilitate decision making related to change, combined with the effective use of one-way communication approaches, has been proven to significantly enhance results and the sustainability of development initiative”. (Mefalopulos, 2008: xii)

“Communication is not only about raising awareness, informing, persuading, or changing behavior. It is also about listening, exploring, understanding, empowering, and building consensus for change.” (Mefalopoulos, 2008: xii)

A Comunicação para o Desenvolvimento é acima de tudo um processo de mediação que reúne diversos grupos sociais com o objectivo de discutir os seus interesses e necessidades, e assim atingir um consenso nas acções.

Este é um dos papéis dos papéis dos RP no âmbito de desenvolvimento.

Como José Ortega y Gasset escreveu em “O Livro das Missões”: “ Cultura é uma necessidade imprescindível de toda uma vida, é uma dimensão constitutiva da existência humana, como as mãos são atributo do homem.” ⁵⁴

Ajudar um país ou uma comunidade a desenvolver-se não pode ser sinónimo de aniquilar toda uma existência.

É certo que desenvolvimento também está associado a aspectos económicos, pois de certa maneira, quando usado de maneira correta, sinónimo de segurança. Só a existência de dinheiro e uma boa gestão deste pode garantir saúde, educação, apoios.

Por Comunicação para o Desenvolvimento entende-se o uso de uma comunicação estratégica em projectos para o desenvolvimento. Não se trata apenas de disseminação de informação - que, no entanto, poderá ser usada também em paralelo - mas sim de estratégias comunicativas com o objectivo de uma mudança de comportamento, enraizado há um longo período de tempo.

Segundo o *World Bank* qualquer desenvolvimento implica uma mudança de comportamento por parte dos *stakeholders*. É importante lembrar que uma mudança de conhecimento ou de atitudes não significam necessariamente uma mudança de comportamento.

⁵⁴ Fonte: www.citador.pt

Para que possam ser implementadas estratégias que visam uma mudança de comportamento é necessário que, antes de mais, se entenda porque as pessoas se comportam e agem de determinada maneira. E depois disso não basta mostrar os benefícios que a mudança pode trazer consigo, mas sim entender eventuais medos que os *stakeholders* possam sentir antes de se entregar a um processo de mudança.

A ideia é construir um consenso através da compreensão colectiva e da criação de um diálogo com *stakeholders* bem informados.

A comunicação para o desenvolvimento vai assim além da disseminação de informação para uma audiência passiva. Ela visa facilitar uma participação activa e o diálogo entre os *stakeholders*.

Defendo ainda que para que possa haver desenvolvimento e para que este seja real e a longo prazo, os *stakeholders* devem ter um papel activo no processo desenvolvimento; No entanto não tem que ser necessariamente em todo o processo, melhor, poderá ser mais ou menos presente conforme a situação. Isto não significa que se rejeite o modelo de difusão, acredito que deva haver um certo equilíbrio. No entanto acredito piamente que as estratégias e actividades de comunicação numa primeira fase tenham que ter como base comunicação participativa, para que se possa entender melhor a situação e medir as necessidades.

Assim facilita-se a escolha de ferramentas certas para necessidades específicas. Este é um dos aspectos que irei desenvolver no próximo capítulo.

Na etapa inicial da Comunicação para o Desenvolvimento é necessário um processo horizontal e interdisciplinar, para se evitar mal entendidos, muitas vezes fruto de falta de comunicação, e assim eventuais riscos.

Mefalopulos defende que só após esta pesquisa ter sido feita, outras estratégias poderão fazer sentido.⁵⁵

⁵⁵ “Only after this explorative and participatory research has been carried out does communication regain its well-known role of communicating information to specific groups and of trying to influence stakeholders’ voluntary change.” (Mefalopulos, 2008: xviii)

“(…) a horizontal process aimed, first of all, at building trust, then assessing risks, exploring opportunities, and facilitating the sharing of knowledge, experiences, and perceptions among stakeholders.” (Mefalopulos, 2008: xviii)

É através da comunicação participativa e do *empowerment* dos stakeholders, que a própria audiência se torna responsável pelo próprio desenvolvimento e bem-estar, permitindo assim a estas pessoas, terem conhecimentos suficientes a manterem este processo, sem que tenham que estar dependentes de outros.

É necessário dar voz a quem não a tem e acredito que os média possam ter um papel fundamental neste processo. Através destes é possível as pessoas mostrarem a sua própria realidade, de maneira mais ou menos colaborativa, e dar ênfase a conteúdos locais.

“The field of development communication is a broad but rigorous one: it includes a specific body of research as well as a series of practices to induce change through specific methods and media.”. (Mefalopulos, 2008: xviii)

2. Comunicação Participativa

Development is about people becoming or being helped to become conscious about themselves and their environment, after which plans and actions are expected to follow. The involvement of people in this process of helping themselves is a cornerstone of good development – and their awareness of this explains why development organizations have attached so much importance to PMs (Participatory methodologies). (Rowlands, J. 2007: 227)

2.1. Origem da Comunicação Participativa

Como visto no capítulo anterior, a Comunicação para o Desenvolvimento tem sido vista como uma ferramenta estratégica que tem como objectivo envolver os seus *stakeholders* e públicos nos processos de desenvolvimento. Pretende a partilha de conhecimentos

entre estes, *empoderando-os*, tornando assim mais fecundo o vínculo do desenvolvimento com a comunicação.

Opõe-se portanto de maneira vincada ao *Modelo de Difusão* e à ideia de que a transferência de informação, única e exclusivamente, seria suficiente para uma mudança de comportamento, que na altura tinha apenas um cariz individual. Embora no início dos anos 90 os apoios para a comunicação em projectos para o desenvolvimento (*IEC – Information, Education and Communication*) começassem a ser cada vez mais sistemáticos, manteve-se enraizado durante muito tempo a ideia de disseminação de informação.

“Typically these activities are non-participatory in approach, emphasizing dissemination of information via the production of audio-visuals or print materials”, (Tufté & Mefalopulos, 2009: 2)

Apenas muito recentemente se tem vindo a estudar, a trabalhar e a praticar a vertente participativa, deste modelo de comunicação - o *Modelo Participativo*.

Desde então, a Comunicação para o Desenvolvimento tem marcado de maneira firme a sua posição e há cada vez mais especialistas de comunicação a defenderem esta modelo.

Embora Paulo Freire se destaque como umas das figuras centrais da Comunicação Participativa podemos dizer, a título de curiosidade, que a primeira “pedra” tenha sido colocada por Bertold Brecht. Em 1927 este criou a teoria do rádio, onde via a rádio como um instrumento dialógico para a mudança. Seria, assim, uma visão muito inicial da Comunicação Participativa e dos *media* interactivos. Ele tinha a noção que as tecnologias podiam dar voz a quem não a tinha, e embora na altura tenha perdido relevância, a verdade é que nos últimos anos se tornou uma ferramenta muito importante, sendo no entanto hoje-em-dia mais abrangente: a rádio comunitária, rádio interactiva, redes sociais.

De forma mais correcta poder-se-á dizer que a noção de Comunicação para o Desenvolvimento é um anglo-saxónico, enquanto o de Comunicação Participativa continua a ser um termo usado na América do Sul.

Nos dias de hoje destacam-se assim dois modelos: por um lado o *Modelo de Difusão* de

Everett Rogers, de 1962, por outro o *Modelo Participativo* baseado na pedagogia libertária de Paulo Freire da década de 50.

2.2. A comunicação Participativa

A participação dos cidadãos é essencial para consolidar a democracia, e uma sociedade civil dinâmica é o melhor instrumento de que dispomos para reverter o quadro de pobreza, violência e exclusão social que ameaça os fundamentos de nossa vida em comum. (Fernandes, 1994: 12)

No modelo de difusão a estratégia de comunicação é decidida por agentes exteriores, não dando espaço ao diálogo e à participação. É linear, monológica e vertical (*top down*), fazendo-se assim uma linha hierárquica entre quem faz e para quem se faz.

Na comunicação participativa há uma mudança estrutural radical.

O respeito pelo contexto das comunidades para as quais se trabalha e do ambiente multicultural com quem se trabalha. O diálogo e o respeito mútuo são a base deste modelo. A linha central do trabalho de Paulo Freire era a participação dos stakeholders nos processos de desenvolvimento, ao invés de impor aos stakeholders algo já pré estabelecido por alguém externo. Defende uma comunicação dialógica e horizontal e a participação dos stakeholders e do público ao longo do processo de desenvolvimento.

“The emphasis was on participatory and collective processes in research, problem identification, decision-making, implementation, and evaluation of change” (Tufté & Mefalopulos, 2009: 2)

É no fundo o que Grunig defende como *two-way symmetrical communication approach*, que defende a importância da igualdade e autonomia. Todas as pessoas devem ser tratadas de maneira igual, porque todas elas têm contributos importantes a dar. Sendo assim, deve ser depositado confiança total nelas, de maneira que possam agir de maneira autónoma. Este sentimento de autonomia vai promover maior satisfação dos colaboradores. Grunig afirma que “People are more innovative, constructive, and self-fulfilled when they have the autonomy to influence their own behavior, rather than having it controlled by others ” (Grunig, 1989: 38)

O processo de acção e reflexão colectivo pelos stakeholders mais relevantes, é mais uma das bases deste modelo, pretendendo através deste atingir, a longo termo, um dos seus maiores objectivos: o *empowerment* dos *stakeholders* e do público através

“(...) their active involvement in the identification of problems, development of solutions and implementation of strategies” (Tufté & Mefalopulos, 2009: 7)

Nos últimos anos tem sido cada vez mais reforçada a ideia de uma mudança estrutural e social, e não simplesmente uma mudança individual. Para isso tem-se apostado cada vez mais em acções de comunicação didácticas e cara a cara, pretendendo uma maior consciencialização.

2.3. A importância dos *media* na Comunicação Participativa

Pareceu-me pertinente dedicar parte deste capítulo aos *media* por três motivos. Primeiro porque os *media* sempre foram uma das ferramenta de comunicação mais usadas e mais reconhecidas, pois permitem dar visibilidade; depois porque os *media* são bem mais abrangentes do que se possa pensar; e por fim, porque a internet e “novos *media*” vieram revolucionar a maneira como, hoje em dia, se comunica.

Media é um termo muito abrangente, e inclui muito mais do que somente os *mass media*, embora esta tenha sido o mais difundido até à data. Nem sempre todos os tipos de *media* são tão óbvios.

Na década de 70 surgiu na América Latina a *media* alternativa (documentários de vídeo, rádio comunitária, murais). Este tipo de média surgiu numa altura em que se lutava contra um sistema ditatorial, tendo assim um cariz político, usado para dar voz a quem não a tinha.

Na década de 80 F. Ogboajah falava em *Oramedia* em África, onde considerava como média todas as formas populares de comunicação (poesia, concertos de música, etc.). Ou seja, um veículo para mostrar e manter uma cultura. (Cf: Tufté & Mefalopulos, 2009)

Existe ainda a comunicação cara-a-cara, como é o caso do teatro, e este também pode

ser dialógico e participativo.

No entanto, com o surgimento da internet, a que tem sido visto como mais revolucionária são os *media* virtuais e as redes sociais. Permitem-nos aceder a informação de todo o mundo e são uma das mais importantes ferramentas da comunicação dialógica.

Tem um custo muito reduzido e permite assim um fácil acesso. Hoje em dia está tão difundido que não é preciso ter internet em casa. É possível milhares de pessoas ligarem-se a uma mesma rede.

Este tipo de média permite promover a discussão e debate, ou seja, permite dar *feedback*, e assim uma troca de conhecimento e pontos de vista. Jornais *on-line*, *blogues* e redes sociais são um exemplo disso.

Nunca na história foi possível através dos média promover uma comunicação tão directa e quase em tempo real.

“Social networking is increasingly being used by public sector organizations to reach their citizens.” (Eral & Wadington, 2012: 215)

Via *feedback* ou *e-mail* as respostas são quase imediatas a questões via mail, mesmo que haja uma distância física tremenda (Cf: Wilcox & Cameron, 2006.)

Enquanto o modelo de difusão tem tendência a usar os *mass media* nacionais como canal comunicativo, o modelo participativo tende a dar grande importância aos média tradicionais, mas acima de tudo dá ênfase aos *media* mais focados na comunidade, e muitas vezes feitos pela comunidade. Além do mais permite a ONGs, que normalmente têm poucos recursos, o contacto directo tanto com os seus públicos como com os seus *stakeholders*.

É essencial ter consciência da sua importância e da sua força na Comunicação para o Desenvolvimento/participativa. Para além de dar visibilidade permite canalizar de forma eficaz a informação.

Na média usada na Comunicação para o Desenvolvimento existem vários tipos (comunitária, *mass media*, novos *media*), níveis (baseado na comunidade, nacional e

transnacional), *medias* de natureza diferente (cara a cara, electrónica, interactiva, monológica), diferentes características institucionais (público ou privado, independentes ou parte do governo) e com uma lógica económica diferente (comercial, não lucrativo, misto).

2.4. O que defende e engloba a Comunicação Participativa?

Podemos concluir que os principais alicerces da comunicação participativa são um diálogo livre e aberto e o modelo “Acção – Reflexão – Acção” (*Action-Reflection-Action*). Para além de o diálogo e a reflexão serem dos pontos mais importantes da comunicação participativa, pois fomenta uma maior consciencialização, a acção colectiva também o é, pois permite a troca de conhecimento e uma mudança real e a longo prazo.

Por um lado uma reflexão conjunta, ou seja, a identificação de um problema, e por outro lado uma posterior acção colectiva. Todos estes processos promovem o *empowerment*, ou seja, dão voz a quem não a tem. O *empowerment* contribui, como visto no capítulo III, para uma maior consciencialização e comprometimento.

Segundo Tufte e Mafalopulos, a participação de *stakeholders* em projectos para o desenvolvimento tem vários resultados positivos, entre eles um maior sentimento de pertença, que motiva, tal como o *empowerment*, um maior sentimento de compromisso, e consequentemente uma maior eficácia de trabalho.

Ao longo de todo o processo são desenvolvidas competências e capacidades, fazendo os *stakeholders* e o público ter uma influência mais presente em instituições que podem afectar indivíduos ou a comunidade. Significa isto que a participação tem resultados a três níveis: individual/psicossocial, desenvolvimento de novas competências e institucional / comunitário.

O terceiro sector é cada vez mais vasto e cada projecto para o desenvolvimento tem especificidades e questões diferentes, no entanto todas elas podem ser divididas em diferentes etapas. A divisão em etapas facilita entender mais facilmente se a participação é relevante ou não, e por esse motivo, essencial para mim.

Segundo uma perspectiva institucional existem quatro etapas num projecto para o desenvolvimento: pesquisa, desenho, implementação e avaliação.

Na pesquisa é definido o problema de desenvolvimento e todo o contexto, podendo incluir o estudo de experiências anteriores, conhecimentos individuais e da comunidade. Por esse motivo todos os *stakeholders* podem, e devem na minha opinião, estar envolvidos neste processo.

Na segunda etapa são definidas as actividades. Como referido anteriormente, existe uma participação neste processo contribui para um maior sentimento de pertença e consequentemente a resultados mais positivos.

Na terceira etapa dá-se a implementação da estratégia. Também aqui a participação aumenta o sentimento de compromisso, e leva a uma maior autogestão.

Por fim, a avaliação para medir um impacto de todo o processo. Os indicadores de avaliação devem ser definidos logo no início do processo envolvendo todos os stakeholders relevantes. A participação nesta etapa faz com que haja uma maior noção das mudanças.

Para além das quatro etapas de um projecto para o desenvolvimento: existem, ainda, diferentes níveis de participação e comunicação.

É de grande relevo definir, no início de um projecto ou programa de desenvolvimento, que tipo de participação irá guiar a nossa estratégia. Existem quatro abordagens de participação: participação passiva, participação por consulta, participação por colaboração e participação de *empoderamento*.

A participação passiva é a menos participativa. Os *stakeholders* principais de um projecto são informados do que foi ou irá ser feito. A oportunidade e darem um *feedback* é mínima ou inexistente, e a sua participação assenta em pequenas contribuições em discussões.

Apesar da participação por consulta os stakeholders não terem poder quanto à tomada de decisão, fazem parte de discussões relevantes.

Na participação por colaboração, os stakeholders principais participam na discussão

dos objectivos definidos, no entanto, não são definidos por estes. No entanto têm voz na tomada de decisão, e têm deste modo um papel activo. A comunicação horizontal é a base deste tipo de participação.

Por fim a participação de *empoderamento*. Os *stakeholders* têm como tarefa fazer parte do processo de análise, ou seja, fazem parte do processo onde e como deve ser tomada uma acção, e têm portanto influência no processo de tomada de decisão. É fomentado um diálogo aperto e horizontal, permitindo assim uma grande troca de conhecimento. (Cf. Tufte & Mefalopulos, 2009)

2.5. O modelo *Multi-track*

O modelo *Multi-track* é o modelo mais flexível e que defendo como modelo a ser usado em qualquer projecto para o desenvolvimento, pois adapta-se às necessidades. Cada caso é um caso, tendo cada um dele as sua necessidade e limitações específicas.

O objective principal da comunicação é o entendimento mútuo, daí ver o Modelo de Difusão como limitado, assim como o Modelo Participativo incompleto em algumas situações.

O Modelo *Multi-track* é a combinação da comunicação monológica e a comunicação dialógica, resultando assim num modelo flexível e adaptável às diferentes circunstâncias, utilizando a cada etapa as formas de comunicação mais convenientes. Dependendo das circunstâncias e os objectivos pretendidos, é usada a abordagem certa. O Modelo *Multi-track* considera a comunicação fundamentalmente como um processo horizontal e participativo, sobretudo na fase inicial.

Tabela 3 – Comunicação monológica vs. dialógica⁵⁶

Table 2.1. The Main Features of Communication Modes

	MONOLOGIC (one-way communication)		DIALOGIC (two-way communication)	
	Communication to Inform	Communication to Persuade	Communication to Explore	Communication to Empower
Main purpose	Raise awareness, increase knowledge	Promote attitude and behavior change	Assess, probe and analyze issues, prevent conflicts	Build capacities, involve stakeholders
Main model of reference	One-way (monologic)	One-way (monologic)	Two-way (dialogic)	Two-way (dialogic)
Preferred methods and media	Predominant use of mass media	Predominant use of media	Heavy use of interpersonal method	Use of dialogue to promote participation

A comunicação monológica é unidireccional, trata-se de disseminação de informação, como por exemplo as campanhas de sensibilização. A abordagem dialógica é bidireccional, é mais aberta e o objectivo é, para além de informar, criar novos conhecimentos e eventuais soluções.

Tal como os outros modelos o Modelo *Multi-track* pode ser dividido em quatro etapas: pesquisa, desenho da estratégia, implementação, monitorização e avaliação. Assim sendo, é usado em cada uma destas fases o modelo mais apropriado.

Na primeira fase, quer seja na identificação de problemas ou pesquisa, deve ser usado sempre o modelo dialógico, baseado num diálogo aberto, pois ajuda na construção de uma relação de confiança entre os stakeholders, que por sua vez irá ter uma influencia positiva em todo o processo. Um diálogo aberto torna-se necessário para entender várias perspectivas e posições e definir as prioridades da iniciativa. Se os *stakeholders* não estiverem motivados desde o início a probabilidade de problemas e contratempos aumenta drasticamente, e a resolução de eventuais conflitos diminui.

“No matter what kind of project – agriculture, infrastructure, water, governance, health – it is always valuable, and often essential, to establish dialog among relevant stakeholders. Dialog is the necessary ingredient in building trust, sharing knowledge and ensuring mutual understanding”. (Mefalopulos, 2008: 8)

Os objectivos definidos na primeira fase vão influenciar as escolhas das abordagens de comunicação nas etapas seguintes (disseminação de informação, marketing social, etc.).

⁵⁶ Fonte: Tufte & Mefalopulos, 2009: 13

“This new conception contains functions of both communication modes: the monologic and the dialogic. When the two are fully understood and properly applied, if needed combined together, development communication is used to its fullest advantage.”
(Tufté & Mefalopulos, 2009: 14)

O objectivo primordial do processo bidireccional de comunicação não é persuadir uma audiência a adoptar uma mudança pré definida, mas sim motivar os *stakeholders* a explorarem situações e apontarem mudanças necessárias. Sendo assim, a comunicação dialógica aponta riscos, identifica oportunidades, tenta prevenir problemas e identifica ou confirma mudanças necessárias.

2.6. As quatro fases do ciclo de programa de comunicação para o Desenvolvimento

A divisão de um ciclo de comunicação permite uma maior clareza e cumprimento. Sendo assim, existem quatro fases base num programa de comunicação, no fundo muito semelhantes às quatro etapas de um projecto para o desenvolvimento. As etapas são assim: *Participatory Communication Assessment (PCA)*, *(Participatory) Communication Strategy Design*, *Implementation of Communication Activities* e *Monitoring and Evaluation*. (Cf: Tufté & Mefalopulos, 2009)

Nesta primeira fase é decide-se que ferramentas e métodos de comunicação serão usados para fazer uma investigação, que pretende compreender uma dada situação na sua totalidade. Na segunda fase, e com base na primeira, é desenhada a estratégia de comunicação, com a qual se pretende atingir os objectivos propostos. Na fase seguinte é decidido quando deve ser usada cada uma das actividades decididas anteriormente. O sucesso nesta fase de implementação depende fortemente de toda a investigação e do modo de como a estratégia foi desenhada.

Por fim, na fase de monitorização/avaliação são avaliadas todas as etapas, medir o seu impacto real no final das intervenções e fazer eventuais ajustes.

Idealmente a comunicação dialógica deve ser usada desde o início e aplicada em cada uma das fases, de modo a tornar a comunicação realmente participativa. No entanto é importante entender que a participação de todos os *stakeholders* e públicos, não é

possível em todo o processo, e a meu ver, também não faz sentido.

Tufte e Mefalopulos defendem que a tomada de decisão deve ser feita em conjunto, pelos *stakeholders* principais: “Key stakeholders affected by the change should have the opportunity to participate in the entire decision-making process defining the needed change” (Tufte & Mefalopulos, 2009: 20).

Apesar de os *stakeholders* devem fazer parte do processo de tomada de decisão, isto não se aplica a todas as situações. Quando as questões são meramente técnicas, só faz sentido os *stakeholders* principais participarem no processo, caso tenham conhecimentos técnicos, até porque muitas vezes existe o limite “tempo”.

Defendo que mesmo que a determinado momento os stakeholders não estejam directamente envolvidos, devem estar sempre informados acerca do que está previsto acontecer. Penso que isto cria um maior grau de confiança e envolvimento.

Joseph Luft e Harry Ingham desenvolveram uma importante e útil ferramenta chamada *Joahri Window*. Esta refere-se ao processo de comunicação interpessoal que deve ser tido em conta num processo dialógico de tomada de decisão. A *Joahri Window* coloca 4 questões fundamentais:

- O que nós sabemos e eles sabem?
- O que nós sabemos e eles não sabem?
- O que eles sabem e nós não sabemos?
- O que nenhum sabe?

Tendo em conta que “nós” se refere aos stakeholders principais/internos do projectos e “eles” ao público, estes quatro passos pretendem através do diálogo a aprendizagem mútua.

2.6.1 Fase um: *Participatory Communication Assessment (PCA)*

Nesta fase é primordial que haja um espaço de comunicação e interacção aberto, de maneira a promover o conhecimento mútuo, e contribuir, assim, de maneira eficaz para construção de confiança entre os envolvidos. Através de métodos e técnicas dialógicas, pretende fazer uma pesquisa e análise de questões, prioridades e necessidades. O

objectivo é tentar identificar problemas e oportunidades. Nesta fase faz sentido dedicar tempo a uma investigação profunda, pois esta fase é a base para todas as outras.

Na obra “Participatory Communication: A Practical Guide” são nos apresentados os 5 passos base no *Participatory Communication Assessment (PCA)*.

De acordo com Tufte & Mefalopulos (2009: 23) é essencial:

1. *Understand the socio-cultural context while identifying key issues (including definition of key stakeholders)*. Esta fase é de cariz exploratória, englobando todas as áreas e sectores que pareçam pertinentes aos seus *stakeholders*. Existem casos onde os objectivos, ou seja, os tópicos de estudo, já estão pré definidos. Por este motivo não se trata de uma fase genuinamente participativa, já que nem sempre os *stakeholders* principais fazem parte desta tomada de decisão. No entanto penso ser de grande relevo discutir estas questões pré-definidas o quanto antes com os *stakeholders*.

2. *Create a common/public space, establish dialogue, and build trust among key stakeholders*. De modo a evitar a falta de envolvimento dos stakeholders nas tomadas de decisão é importante criar um espaço comum que permita um diálogo aberto, a troca de informação, e em que sejam cultivadas a compreensão mútua e a partilha de experiências e conhecimento de modo a criar um ambiente de confiança e conforto para a partilha.

Havendo confiança existe uma maior facilidade em chegar a um consenso, pois fala-se mais abertamente. Como consequência é possível ter mais resultados positivos a longo prazo. O espaço pode ser físico, através de encontros, etc. ou por exemplo virtual. No caso do ODF havia uma vez por mês uma assembleia geral aberta, assim como havia colectivos que se reuniam uma vez por semana, onde eram discutidos muitos dos temas dos ODF. Existe ainda o grupo de Facebook do ODF e um grupo para cada um dos projectos. Grande parte dos projectos tem ainda uma página de Facebook própria.

3. *Assess needs, problems risks, opportunities, and solutions*. Nesta fase o foco está

nas áreas que se acordaram serem no processo de mudança. Existem várias técnicas e métodos para iniciar a investigação. A título de exemplo podemos identificar o *problem tree* focado na raiz dos problemas ou a *solution tree*, focada nas soluções.

Faz sentido dedicar tempo a este estudo base, pois é este que vai apoiar a posterior comparação e validação (ou não). Este pré-estudo deve manter-se ao longo deste processo. A meu ver é útil tentar quantificar o que foi qualificado, pois torna-se assim posteriormente mais fácil justificar tomadas de decisão.

Nesta fase é de grande relevo aplicar o *Johari window*, referido anteriormente: entender o nível de conhecimento comum, partilhar conhecimento, criar novo conhecimento e assim tentar criar o caminho para as mudanças pretendidas. Dependendo das situações podem criar-se ainda *focus groups* (normalmente composto por 8 a 10 pessoas e que tenham algo em comum no que diz respeito à questão que vai ser posta em prova), mapas sociais (no caso do ODF realizou um censo social e económico, facilitando assim um maior conhecimento da estrutura socio-económica do Complexo da Maré), etc.

No que diz respeito a questões de comunicações é importante entender quais os canais de comunicação usados pela comunidade e *stakeholders*, tanto para receber, como dar e trocar informação, de maneira formal e informal (os media informais são muito importantes, porque através deles conseguimos chegar a quem mais queremos), qual a frequência, quais os hábitos.

4. *Prioritize key issues for change and reconcile different perceptions.* Nesta fase é importante fazer uma triangulação dos dados e resultados conseguidos anteriormente, de modo a entender se têm realmente igual importância para todos os *stakeholders*, ou se os pontos de vista sobre determinada situação diferem muito. Se forem encontradas divergências demasiadas acentuadas são discutidas abertamente de modo a encontrar um consenso. Esta é apenas uma de muitas técnicas.

5. *Validate findings and define solutions/objectives.* Nesta fase é desejável ter uma grande capacidade de sintetização e análise da informação recolhida, de modo a chegar mais facilmente a conclusões. O objectivo é analisar todos os dados recolhidos dos *stakeholders* e encontrar os padrões definidos para o processo de mudança. O Objectivo

é terminar a fase de PCA com a identificação e descrição dos objectivos do programa de desenvolvimento.

Embora este seja um fio condutor é importante ter em conta que cada realidade é uma realidade, e que estes 5 passos base nem sempre seguem exactamente esta ordem.

2.6.2 Fase dois: Desenho da estratégia de comunicação (participativa)

A tarefa essencial nesta fase é definir os objectivos. Nesta fase não é possível, nem desejável na sua grande maioria, ter uma participação total dos *stakeholders* principais. Isto não significa que a opinião dos *stakeholders* não deva ser ouvida em todas as fases principalmente no que diz respeito às tomadas de decisão, aliás, é extremamente importante. O desenho de uma estratégia de comunicação pode ser monológico ou dialógico.

Por uma estratégia monológica entendemos que:

“The level of change addressed by this approach concerns one or a mix of following: awareness, knowledge, attitudes or behaviours, and practices.” enquanto que por uma estratégia dialógica “a change in the level of collaboration, mediation, conflict resolution, mobilization or partnership, and coalition building”. (Tufte & Mefalopulos, 2009: 29)

Segundo o livro Tufte & Mefalopulos (Tufte & Mefalopulos, 2009: 29) existem sete passos a serem seguidos em cada uma destas vertentes.

Modalidade monológica (participação limitada, mas ainda assim participativa, pois as contribuições de *stakeholders* são tidos em conta):

- 1) *SMART objectives (specific, measurable, achievable, relevant, time bounded)*
- 2) *Primary and secondary audience*
- 3) *Level/type of change*
- 4) *Communication approach and activities*
- 5) *Channels and media*
- 6) *Messages*
- 7) *Expected outputs and/or outcomes*

Modalidade dialógica:

- 1) *SMART objectives*
- 2) *Stakeholders*
- 3) *Level/type of change*
- 4) *Communication approach and activities*
- 5) *Partners, channels and, eventually, venues*
- 6) *Target issues*
- 7) *Expected outputs and/or outcomes*

2.6.3 Fase três: Implementação das actividades de comunicação

Nesta fase, o primeiro passo é desenhar o plano de acção. Depois este primeiro passo prepara-se a coordenação e monitorização das actividades. Existem várias maneiras de o fazer, mas em todas elas é preciso ter sempre em conta o contexto, os recursos, e outros factores que possam eventualmente afectar as actividades. A monitorização e avaliação devem ser feitas ao longo de todo o processo, mesmo que um relatório só seja escrito no final.

Tufte e Mefalopulos afirmam que um plano de acção, depois de ter os objectivos bem definidos, deve ter em conta

“(…) people (audience or stakeholders) who are engaged in the needed change, activities planned, resources needed (human and financial), party responsible for each activity, and time frame. Finally a column about the indicators to assess outputs and outcomes can also be added to facilitate the monitoring of the activities.” (Tufte & Mefalopulos, 2009: 34)

2.6.4 Fase quatro: Monitorização e avaliação

O planeamento desta etapa deve ser feito logo no início de um projecto/acção/campanha. Assim como os stakeholders devem fazer parte do processo de tomada de decisão no desenho e implementação de um projecto, devem segundo Tufte e Mafalopulos (2009) fazer parte desta etapa de avaliação. Segundo estes autores

a tendência é normalmente avaliar resultados e não a satisfação e *feedback* dos *stakeholders*, daí esta fase ser tão importante.

Defendo que deve haver um equilíbrio entre ambas, e que esta seja tanto focada nos resultados (números) como nas opiniões; aliás, os números são essenciais quando se trata de prestação de contas, no caso os projectos que são apoiados por financiamentos externos, como é o caso dos projectos do ODF. Mais, defendo que existem situações em que apenas uma faz sentido.

A título de exemplo quero apontar três projectos do ODF. O projecto “Do chão da maré às nuvens” trabalha com crianças e jovens adolescentes. Neste caso, o mais importante é o *feedback* das crianças. Já no projecto “Guia cultural de favelas” parece-me pertinente haver um *feedback* dos *stakeholders* principais, como números a apresentar, pois pretende ser um projecto que futuramente será aberto (ver pormenores na secção de descrição dos projectos.) Um outro caso é o Censo Maré. Trata-se de um projecto onde a opinião dos *stakeholders* é indiferente. O importante neste caso é realmente os números.

O terceiro sector, que no Brasil tem uma história muito recente, muito devido à ditadura militar, tem sido um importante factor na contribuição para o desenvolvimento. Como apresentado no capítulo III, a noção de “desenvolvimento” ultrapassa, hoje em dia, a definição meramente económica, e tem um cariz muito mais de justiça e bem-estar social. Considero que o terceiro sector tem sido visto como um dos passos mais importantes em direcção a uma democracia real. Dentro deste, distinguem-se as organizações titulares de OSCIPs, pois têm a característica de trabalharem em parceria com o Estado, no entanto muitas das suas actividades só são possíveis graças a patrocínios e financiamentos (muitas das vezes conseguidas através de concursos).

Apesar de entre 1948 e a década de 80 os modelos de comunicação para o desenvolvimento terem sofrido alterações, manteve-se o facto de não haver nem, participação dos seus *stakeholders*, nem diálogo com estes. O objectivo era a mudança de comportamento colectivo e acreditava-se que a transferência de informação por si só teria força suficiente para atingir este objectivo.

Apenas recentemente se tem vindo a dar relevância à sua função estratégica.

“Strategy can be defined as the determination of the basic long term goals and objectives of an enterprise, and the adaption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these goals.” (Robbins, 1990: 121)

Foi na década de 90 que a comunicação em projectos para o desenvolvimento mudou radicalmente, ficando conhecida como “Comunicação para o Desenvolvimento”, uma comunicação estratégica que dá maior relevo a aspectos socioculturais, cujas bases são uma relação horizontal, o diálogo e a participação dos *stakeholders*/público. A Comunicação Participativa, termo essencialmente usado no Brasil e América Latina, é o resultado mais extremo deste modelo. Embora o defenda como essencial, creio que cada caso é um caso, defendendo assim o Modelo *Multi-track* como aplicável e certo para todos os projectos.

O ODF tem sido um exemplo concreto de como é possível fazer a diferença. Através de projectos, seminários, encontros e pesquisas, tem uma posição real no desenvolvimento, ao ponto de incidir na agenda pública. Este factor é defendido por Lourenço & Eiró-Gomes (2009) como um dos grandes desafios de organizações do terceiro sector.

As áreas de actuação consideradas as bases de todo o seu trabalho e através das quais acreditam contribuir para um desenvolvimento essencial e real são: Educação, Políticas Urbanas, Comunicação, Artes e Território e Direito à Vida e Segurança Pública.

A prova de que têm um papel fundamental é o reconhecimento que têm, por parte de quem fez parte das suas actividades, e a atribuição de inúmeros prémios: Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social 2005 (projecto “Conexões de Saberes”), Cultura Nota 10 (“Imagens do Povo”), Faz a Diferença de o Globo 2007 (“Imagens do Povo”), Mídia Livre do Ministério da Cultura 2010 (“Notícias & Análises”), ANU Preto 2012 (“Escola Popular de Comunicação Crítica – ESPOCC”), ANU Dourado 2012 (“ESPOCC”).

Como qualquer outra instituição tem hierarquias, no entanto destaca-se pelo facto de ter uma directoria constituída por oito elementos, descentralizando assim de certo modo, aquilo que é considerado de modo geral “poder”. Além do mais, o facto de haver uma hierarquia não significa que não haja uma comunicação aberta e participativa. Estas são fomentadas a cada instante. Assim como a colaboração e parceria entre projectos, departamentos e outras organizações.

O ODF conta com uma equipa muito grande, mas o que na minha opinião a distingue de muitas outras organizações é o facto de por um lado haver elementos com grande experiência e uma outra maturidade, e por outro lado grande parte dos membros serem muito jovens. Não é por isso que têm menos voz que os demais. Aliás, são responsáveis por grande parte dos projectos e colectivos, assim como participam activamente em outros. A sua criatividade e inovação são um factor muito importante para o trabalho desenvolvido pelo ODF, e estes são valorizados e estimulados sempre pela directoria.

São ainda, em parte, responsáveis pela organização de eventos do ODF (encontros, projecção de filmes – onde há sempre um esforço de alguém da realização estar presente – debates).

Todas as actividades pretendem sensibilizar, consciencializar e acima de tudo permitir o *empowerment*.

O grande objectivo do presente trabalho foi por um lado fazer uma apresentação de todo o contexto em que o meu trabalho foi realizado no Brasil, e por outro lado fazer uma recolha de informação teórica, procurando, por fim, entender como ambas as áreas de comunicação se relacionam.

Hoje em dia defende-se cada vez mais a Comunicação Institucional como sinónima de RP, tendo esta uma vertente cada vez mais ampla sobretudo, quando falamos em organizações do terceiro sector. Neste caso, o papel das RP, prende-se com um elevado grau de comprometimento com a comunidade (visão micro) e a sociedade (visão macro). Assim sendo, um dos papéis mais relevantes dos RP é o de negociação, visando o bem-estar do seu público. (Eiró-Gomes & Nunes, 2012). No entanto, num mundo cada vez mais globalizado, os novos desafios crescem a um ritmo elevado. Aos RP coloca-se assim o desafio de acompanhar esta mutação, devendo ultrapassar de modo estratégico o papel clássico que lhes foi atribuído outrora. Tal como Eiró-Gomes & Nunes defendem, o papel dos RP tem que incorporar aspectos do que é considerado Comunicação do Interesse Público, ou seja, que visa “(...) understood as attempts to inform, empower and mobilize individuals and society for change in knowledge, attitudes and behaviors” (Eiró-Gomes & Nunes. 2012: 168).

No caso do ODF esta é a base de todo o seu trabalho. Por um lado tentam através de várias metodologias criar diagnósticos e conteúdos, de modo a combater falhas de maneira pró activa, seja em forma de campanhas, projectos, seminários ou debates. Por outro lado, mantêm uma relação aberta e dialógica com os seus colaboradores e públicos tendo como objectivo o seu *empowerment*, promovendo através deste um pensamento crítico e uma maior autonomia, que por sua vez contribuem para que os colaboradores e o próprio público possam ser agentes de mudança.

Facto é que esta linha de trabalho do ODF se tem traduzido numa relação cada vez mais forte com o seu público e num crescente reconhecimento, tendo conseguido muitos financiamentos nos últimos anos.

É portanto necessário haver uma ponte entre a Comunicação Institucional e a Comunicação Participativa, ou seja, por um lado é primordial a organização contribuir para o bem-estar da sociedade, dando-lhe ferramentas para que eles próprios possam fazer parte da tomada de decisão e mudanças, por outro lado a organização tem que ter uma identidade, ou seja, uma missão e objectivos bem definidos, de modo a que o seu trabalho como um todo seja coerente. Segundo Eiró-Gomes “The point is precisely that organizations must be able to express who they are and what they stand for and they can’t forgotten that they do it in everything they say, they make or they do.” (Eiró-Gomes, 2005: 4). Acrescenta ainda “(...) they can’t simple describe their mission they must express it.”

No livro *“Pesquisa Institucional – Diagnóstico Organizacional para Relações Públicas”* de Fortes (1990) inicia a sua obra argumentando que é importante os administradores de uma organização estarem sempre a par das actividades desenvolvidas pelos RP, de maneira a que o trabalho de ambos possa seguir uma mesma linha, indo de encontro aos objectivos da organização.

Penso que este (re)conhecimento deve ser recíproco; aliás, mais do que os administradores de uma organização estarem sempre a par das actividades desenvolvidas pelos RP⁵⁷, penso ser importante os RP estarem sempre a par das actividades desenvolvidas pela organização. São os profissionais de comunicação que têm como uma das tarefas principais mostrarem quem é o Observatório de Favelas: qual a sua missão e valores, quais os seus objectivos, para quem trabalham e como o fazem.

Para isto é essencial haver uma comunicação estratégica eficaz.

O objectivo da comunicação com os colaboradores é gerir o fluxo de informações e as relações entre colaboradores dentro de uma organização. Se estas forem bem geridas existe uma maior “co-compreensão” entre a organização e os seus colaboradores reflectindo-se num maior sentimento de pertença, que por sua vez influencia drasticamente a eficácia de trabalho. (Cf: Rego, 2007). O facto de haver uma relação muito aberta e horizontal no ODF permite que haja um maior uso de canais formais e informais de comunicação, aumentando assim este elo.

⁵⁷ No caso do Observatório de Favelas refiro-me aos profissionais de comunicação do Departamento de Comunicação Institucional.

A comunicação com os colaboradores é a base de uma organização. No caso do departamento de comunicação do ODF torna-se ainda mais imperativo que esta seja consistente, pelo facto de este departamento ser responsável pela Comunicação Institucional, mas também pela comunicação de parte dos projectos do ODF. Exige assim uma grande noção de planeamento, visto este departamento ser bastante reduzido.

Segundo Tench & Yeomans (2006), deve haver um planeamento rigoroso e consistente pelos profissionais de comunicação pois contribui, entre outros, para uma maior definição de prioridades e assim um maior foco no trabalho, um melhor aproveitamento do tempo disponível e evita possíveis conflitos.

Claro que todo o tempo é pouco para um departamento que tem tantas tarefas a realizar. Por estes motivos penso ser extremamente útil e necessário, principalmente para quem é novo na equipa, fazer uma pesquisa institucional, pois facilita o seu trabalho de RP/profissional de comunicação.

No meu caso específico, foi isso que aconteceu, e embora não o tenha entendido muito bem na altura, sei que foi extremamente importante para o meu trabalho no ODF.⁵⁸ É essencial conhecer a instituição, sobretudo quando existem tantos departamentos e projectos diferentes.

Talvez as questões referidas tenham sido, em parte, o motivo da realização do “Encontro de Comunicação”⁵⁹, organizado pelo departamento de Comunicação Institucional, aberto a todos os colaboradores do ODF que quisessem pensar e repensar a comunicação do ODF, suas potencialidades e eventuais falhas, e como se poderia melhorar o aproveitamento desta ferramenta essencial.

Como visto no Capítulo II o Departamento de Comunicação Institucional serve-se de diferentes ferramentas de comunicação com os colaboradores⁶⁰, sobretudo digitais e cara-a-cara, tendo por um lado um cariz meramente informativo, e por outro dialógico, fomentando uma discussão saudável, que contribui para tomadas de decisão e posição mais maduras.

⁵⁸ Ver Diário de Bordo: 22.01 e 23.01 – “Aspectos negativos”, respectivamente p. 92 e 93

⁵⁹ Ver Anexo 3, p. 128

⁶⁰ Ver Capítulo II, ponto 3.1., p. 44 - 45

O departamento de comunicação tem uma vez por semana uma reunião de comunicação, da qual participam todos os elementos do departamento e o Director de Comunicação, que por sua vez faz parte da directoria do ODF: Eduardo Alves.

A reunião é iniciada sempre com uma pauta de trabalho sugerida em conjunto pelo Director de Comunicação Eduardo Alves, assim como por todos os elementos do departamento.

O facto de o Director de Comunicação também fazer parte da directoria contribui exactamente para o “(re)conhecimento” referido acima.

Esta é uma linha de trabalho que o ODF desenvolve não só com o departamento de comunicação, mas também com outros projectos. Os elementos da directoria são muitas vezes responsáveis por projectos ou áreas de actuação do ODF. Mário Simões é responsável pela área da Educação está ligado aos projectos “Aluno Presente” e “Do Chão da Maré às Nuvens”, Jorge Barbosa pela área de Artes e Território e aos projectos a eles ligados, Raquel Willadino é responsável pela área de Direito à Vida E Segurança Pública e muitos dos projectos ligados a esta área. Todos os membros da directoria mantêm e reforçam esta ligação.

Defendo assim por um lado que para que o departamento de comunicação possa fazer um bom trabalho deva conhecer a organização na sua totalidade: a sua visão, missão e objectivos, os seus projectos e departamentos, o trabalho desenvolvido e defendido pela directoria, a informação lançada pelos *media*⁶¹, o trabalho dos seus fotógrafos, etc. tendo assim um conhecimento exaustivo da organização e do contexto de trabalho.

No caso do *Guia Cultural de Favelas* foi exactamente isto que aconteceu: uma semana antes da data prevista para início de actividades, soube-se que o dinheiro dirigido a este projecto ainda não tinha sido disponibilizado⁶², tornando assim impossível comprar o material. O novo *galpão* onde se iriam dar as aulas teóricas não ficou pronto na data prevista e na semana em que as actividades se iriam iniciar houve a ocupação militar do Complexo da Maré, onde um dos principais focos foi precisamente a comunidade de Nova Holanda.

⁶¹ Refiro-me no termo global de média e não apenas *mass-media*

⁶² Ver Diário de Bordo: 10.03 “Aspectos negativos”, p. 111

Isto fez com que muitos alunos tivessem receio de entrar no território da Maré.⁶³

Por outro lado, e pensando no exemplo concreto do meu estágio, defendo ser extremamente importante todos os funcionários (incluindo os empregados de limpeza, seguranças) conhecerem as linhas gerais que guiam o trabalho da organização para a qual trabalham, por se tratar de um trabalho na comunidade e para a comunidade. Aliás, é isto que se pretende com as Assembleias Gerais realizadas uma vez por mês e as ferramentas de comunicação para a comunicação com os colaboradores⁶⁴. Todos os elementos do ODF são assim o rosto da organização.

No caso de organizações para o desenvolvimento assumem muitas vezes posições sensíveis; relativamente ao tráfico, confrontos com a polícia, políticas públicas, etc. daí ser realmente fundamental.

Existe ainda uma grande colaboração entre os projectos, que é facilitada pelo boa comunicação com e entre os colaboradores. No caso do projecto “Guia cultural de Favelas”, muitas das aulas e actividades foram feitas com a ajuda de elementos de outros projectos e áreas de actuação (ex. “Artes e Território”⁶⁵). O mesmo aconteceu como o projecto DCMN. Quanto maior o conhecimento dos e entre os projectos, maior são as probabilidades de cooperação.

“(…) é por meio do ato comunicativo que se altera a realidade, uma realidade com algo novo, que faz sentido para as pessoas que desse processo participam e , portanto, naturalmente praticada”. (Nigel & Bowman, 1963: 31)

Claro que o departamento de comunicação tem uma tarefa acrescentada neste sentido que é a de dever conhecer o trabalho e as problemáticas dos administradores de modo a contribuir para o bom funcionamento da organização.

Fortes (1990) defende que este conhecimento, total e completo, que o RP deve ter da instituição em que trabalha, serve para que na altura de surgimento de problemas saiba estudar o caso e apresentar soluções aos departamentos específicos.

⁶³ Ver Diário de Bordo: 31.03, 01.04 e 02.04 – “Aspectos negativos”, respectivamente p. 117 e 118

⁶⁴ Ver Capítulo II, ponto 3.1, p.44 e 45

⁶⁵ Ver Diário de Bordo: 25.03 – “Principais actividades”, p. 116

“Toda a decisão subentende implicitamente um risco, que é notavelmente reduzido, quando se tomou mediante um método correcto” (Lozano, 2001: 17)

Como exemplo prático temos a ocupação militar do Complexo Maré. Como houve várias reuniões, antes e durante a ocupação militar, assim como assembleias gerais, foi mais fácil definir tarefas e assumir posições aquando do acontecimento.

É o Departamento de Comunicação que, no fundo, serve de elo de ligação entre os departamentos/projectos, a direcção/administração e o “público”, e tal como já foi apresentado, o ODF faz um trabalho na e para a comunidade. Como tal, não basta que haja uma comunicação com os colaboradores eficaz, também a comunicação com os públicos externos tem que sê-lo.

São os profissionais de comunicação que moldam a imagem do ODF, tendo como objectivos principais gerarem uma boa reputação, gerir relações externas e internas e a identidade organizacional (Tench & Yeomans, 2006). Estas são importantes por diversos motivos.

A criação de muitos projectos depende muitas das vezes de financiamentos e patrocínios, é assim de extrema importância haver uma relação de confiança entre estes e o ODF. Por sua vez, esta relação vai aumentar a confiança do público na instituição, que é fundamental para o ODF, visto que faz um trabalho na e para a comunidades

É assim objectivo primordial dos profissionais de comunicação manter a relação da organização com os diversos *stakeholders* e o seu público.

Através da comunicação com os públicos externos o ODF promove conhecimento e uma maior consciencialização. Não por simplesmente expor informação, mas por tentar manter uma relação com o público. Como já referido, a ferramenta de comunicação com os públicos externos mais usada e na qual mais se aposta é o *Facebook*, pois permite uma comunicação mais directa e uma maior partilha/discussão de informação, sendo assim uma das ferramentas de comunicação dialógica – à distância – mais eficazes. Todos os elementos do departamento têm acesso à conta, podendo inserir nova informação ou responder a eventuais questões. No entanto, quando se trata de questões mais sensíveis, têm a tendência de partilhar com os colegas a informação e chegar a um consenso na resposta a dar.

Embora haja a página de Facebook do ODF, quase todos os projectos têm uma página própria, e muitos deles usam também grupos de Facebook fechados, somente para quem participa ou participou de um dado projecto.

Em muitas das formações/oficinas dadas pelo ODF existem aulas de audiovisuais e novos média (vídeo, fotografia, *blogues*) pois permitem dar ferramentas úteis, para que os próprios formandos possam mostrar a sua realidade e ser actores da uma mudança desejada. Que ganhem voz, ou seja, poder.

Relativamente às aulas, dá-se uma partilha de informação, e transmissão de ferramentas técnicas e teóricas. em todos os projectos. Não existem as típicas aulas onde informação é apenas transmitida. O diálogo é fomentado sempre e existe sempre um esforço de entender o que os formandos procuram nos projectos que visitam, o que os motivou a participarem. Ou seja, não existe o típico papel de professor, mas sim de facilitador. Pretende-se sempre desenvolver um espírito crítico nos jovens e mostrar que há diversas maneiras de se ver uma coisa só, em que todas podem estar certas.

Todos os projectos são uma mescla de conhecimento teórico e prático, sendo na maioria dada especial atenção à vertente prática.

Num panorama geral do ODF a Comunicação Participativa está sempre presente. O diálogo, discussão e colaboração são fomentados a cada dia e a cada hora, quer por reuniões, assembleias ou encontros; por aulas ou mesmo através de conversas informais.

Quando por exemplo se deu a ocupação do Complexo da Maré, foram muitas as assembleias abertas, conversas com moradores, etc. assim como houve um grande uso de tecnologias de comunicação, como ferramenta, para haver um outro e maior espaço de discussão. Ou seja, conhecimento teórico e prático aliado sempre a uma comunicação aberta, pensada para toda a comunidade.

É assim apropriado usar todas as ferramentas de comunicação existentes, sejam elas tradicionais, locais ou modernas, para que cada situação específica e para que a comunicação possa fluir sem barreiras.

Assim sendo, a Comunicação Participativa, baseada num processo horizontal, aberto e dialógico, é uma constante, no ODF, tanto dentro da organização como com os seus

públicos e *stakeholders*.

A grande dificuldade do presente trabalho prendeu-se com o facto de se tratar de um tema pouco estudado, para cujos principais termos ainda não existe consenso absoluto: desenvolvimento, participação, Comunicação Participativa são algumas das designações que encontramos de acordo com os diferentes paradigmas teóricos, mas essencialmente de acordo com o posicionamento geográfico dos seus autores.

Quanto ao estágio foi muito enriquecedor, no entanto penso que existem algumas falhas que poderiam ser fáceis de combater, como é o caso do *site* oficial. O *site* contém informações que não estão actualizadas, como é o caso das áreas de actuação. No entanto nas brochuras mais recentes a actualização já foi feita. Temos assim duas ferramentas de comunicação extremamente importantes, cujo objectivo é apresentar o ODF, mas que contêm informações distintas.

Outra questão do *site*, na aba “Projectos”, é a difícil distinção entre os projectos que estão activos e os que já não estão. Penso que seria útil esta diferenciação ser feita, de modo a facilitar compreensão.

Relativamente aos meios de contacto disponibilizados tenho a apontar que, embora haja diversos meios, estes não funcionam propriamente bem. Ter uma resposta rápida a um e-mail nem sempre é tarefa fácil. Normalmente é necessário insistir. Por telefone a dificuldade mantém-se, sobretudo quando, por alguma razão, se pretende falar com alguém específico.

A Comunicação Institucional no Observatório de Favelas parece-me, assim, ainda ter um longo caminho a percorrer para que o seu apoio ao cumprimento dos objectivos do ODF seja verdadeiramente optimizado.

Referências Bibliográficas

Berardi, L.A.A. (s.d.) *As Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIPS como instrumento de gestão pública na área de saúde*. Âmbito Jurídico. [Internet]. Disponível em: http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9062 [Consult. 6 de Agosto. 2014].

Albino, T. (2010/11). *Sentimento de Pertença – Contornos teóricos*. Mestrado de Ciências da Comunicação - Comunicação Estratégica. [Internet]. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/58455667/Sentimento-de-Pertenca-nas-Organizacoes-Contornos-Teoricos> [Consult. 6 de Agosto. 2014].

Amnistia Internacional (1998). *Direitos Humanos aqui e agora: Comemoração da Declaração Universal dos Direitos Humanos*. [Internet]. Disponível em: http://www.amnistia-internacional.pt/files/documentacao/DH_Aqui_e_Agora.pdf [Consult. 15 Julho 2014].

Cutlip, S.M ; Center, A.H. & Broom, G.M. (2000) *Effective Public Relations*. 8ª Edição.

Silva, J. de Souza e & Luiz Barbosa, J. (2005). *Favela alegria e dor na cidade*. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Senac Rio.

Delgado, M.V.M. (2004). *O Terceiro Setor no Brasil: Uma Visão Histórica*. Revista Espaço Académico. [Internet]. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/037/37cdelgado.htm>

Earl, S. & Waington, S. (2012). *Brand Anarchy – Managing Corporate Reputation*. 1ª Edição. Londres: Bloomsbury.

Eiró-Gomes, M. (2005). *NGOs in Portugal: some remarks concerning organizational/corporate identity*. EUPRERA PROCEEDINGS.

Eiró-Gomes, M. & Nunes, T. (2012). *3rd sector PR or when Community is our main stakeholder*. *Sinergi, rivista di studi e ricerche*, n.89. Pp. 167-182.

Nigels, E. & Bowman, P. (1963). *The Handbook of Public Relations*. Londres

Fernandes, F.L. (organizador) (2009). *Redes de valorização da vida – Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro.

Fernandes R. C. (1994) *Privado Porém Público: O terceiro Setor na América Latina*. 2.ed. Rio de Janeiro: Relume – Dumaré

Ferrarezi, E. (s.d.) *O Novo Marco Legal do Terceiro Setor no Brasil*. [Internet]. Disponível em: <http://lasociedadecivil.org/docs/ciberteca/ferrarezi.pdf> [Consult. 12 de Julho. 2014].

Ferreira da Silva, T. (2010). *Milagre Econômico*. [Internet]. Disponível em: <http://www.historiabrasileira.com/brasil-republica/milagre-economico> [Consult. 6 de Agosto. 2014].

Fortes, W. G. (1990). Pesquisa institucional – Diagnóstico Organizacional para Relações Públicas. São Paulo: Loyola.

Freire, P. (2013). *Pedagogia da Autonomia – Saberes necessários à Prática Educativa*. 47ª Edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Grunig, J.E. (1989). *Symmetrical Presuppositions as a Framework for Public Relation Theory*. In: *Public Relations Theory*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

Grunig, J.E & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*.

Grunig, J.E. & Repper, F.C. (1992). *Strategic management*. Lawrence Erlbaum Associates: Hillsdale, New Jersey.

Hulme, D. & Edwards, M. (2013). *NGOs, Sates and donors – Too close for Comfort?*.

Instituto para Desenvolvimento do Investimento Social. *Diferenças entre Associação e Fundação*. (2009) [Internet]. Disponível em: file:///C:/Users/Natalino/Downloads/Fundacoes_e_associacoes_diferencas.pdf [Consult. 14 Maio 2014].

Instituto Pro Bono. *Manual do terceiro Sector*. [Internet]. Disponível em: <http://www.abong.org.br/final/download/manualdoterceirosetor.pdf>. [Consult. 14 de Maio. 2014].

Jacob C. R., Hees, D. R. & Waniez, P. (2014). *Atlas das condições de vida na Região Metropolitana do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio. [Internet]. Disponível em http://www.editora.vrc.puc-rio.br/docs/ebook_atlas_vida_rio_de_janeiro.pdf [Consult. 6 de Agosto. 2014].

- Jenei, G & Kuti, E. (2008). *The Third Sector and Civil Society*. In, Osborene, Stephen P. *The Third Sector in Europ: prospects and challenges*. Routledge (Eds.). New York. Pp. 9-25.
- Lesley, P. (1997). *Lesley's Handbook of Public Relations and Communications*. 5ª Edição.
- Lurenço, S. & Eiró-Gomes (2009). *O papel e a responsabilidade das Relações Públicas na sustentabilidade de um mundo global*. Conferências Lusófona, 8ª LUSOCOM, Pp.1488-1499
- Lozano, F. (2001). *Manual Prático de Relações Públicas*. Lisboa: Livros do Brasil
- Marchiori, M. (2008). *Cultura e Comunicação Organizacional – um olhar estratégico sobre a organização*. 2ª Edição. Difusão editora.
- Marin, E.F. (1995/96). *Entidade de utilidade pública: Efeitos jurídicos de sua declaração*. Ver. Fac. Dir. UFG, v.19/20, Pp. 39-46 Disponível em:
<https://revistas.ufg.br/index.php/revfd/article/viewFile/11890/7821>
- Mefalopulos, P (2008). *Development Communication Sourcebook, Boardering the boundaries of Communication*. World Bank.
- Pinheiro Koury, M.G. (2010). *Identidade e pertença: disposições morais e disciplinares em um grupo de jovens*. Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia. [Internet]. Disponível em: <http://etnografica.revues.org/148> [Consult. 6 de Agosto. 2014].
- Presidência da República - Casa Civil - Subchefia para Assuntos Jurídicos. *LEI Nº 9.790, DE 23 DE MARÇO DE 1999*. [Internet]. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19790.htm [Consult. 6 de Agosto. 2014].
- Rego, A. (2007). *Comunicação Pessoal e Organizacional, Teoria e Prática*. Edições Sílabo Lda.
- Robbins, S.P. (1990). *Organization Theory: Structure, Design, and Applications*. 3ª Edição. Englewood Cliffs, NJ: Prentince-Hall
- Rowlands, J. (2007). *Development Methods and Approaches – Critical Reflections*. Oxfam GB
- Santos Leite, M.A. (2003) *O Terceiro Setor e as Organizações da Sociedade*

Civil De Interesse Público – OSCIPs. Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.
[Internet]. Disponível em:
http://www.almg.gov.br/opencms/export/sites/default/educacao/sobre_escola/banco_conhecime nto/arquivos/pdf/terceiro_setor.pdf [Consult. 6 de Agosto. 2014].

Schramm, W. (1973). *Men, Messages and Media: a Look at Human Communication*. New York: Harper and Row

Servaes, Jan (2008). *Communication for Development and Social Change*.

Spalding, Érika. (s.d.) *Distinção Essencial entre Fundação e Associação e Algumas de suas Conseqüências*. Disponível em: <http://www.fundata.org.br/Artigos%20-%20Cefeis/08%20-%20DISTIN%C3%87%C3%83O%20ESSENCIAL%20FUND-ASSOC.pdf> [Consult. 7 Agosto 2014].

Tench, R. & Yeomans, L. (2006). *Exploring Public Relations*. Prentice-Hall. Reino Unido.

Tourinho, R. (2001). *Terceiro Setor no ordenamento jurídico brasileiro: constatações e expectativas*. Salvador, Brasil. [Internet]. Disponível em:
(<http://www.direitodoestado.com/revista/RERE-24-DEZEMBRO-JANEIRO-FEVEREIRO-2011-RITA-TOURINHO.PDF>). [Consult. 14 Agosto 2014].

Tufte, T. & Mefalopulos, P. (2009). *Participatory Communication – A Practical Guide*. Washington, D.C.: World Bank. Working paper no.170

Wilcox, D.L. & Cameron, G.T. (2006). *Public Relations - Strategies and Tactics*. 8ª Edição. Boston: International edition

World Congress on Communication for Development (WCCD), Rome 2006 // <http://www.fao.org/oek/communication-for-development/comdev-home/en/>

Outros documentos

Abong. (s.d.) *Número e dados das fundações e associações privadas sem fins lucrativos no Brasil – Pesquisa FASFIL 2012 – Lançada em 2012*. [Internet]. Disponível em: <http://www.abong.org.br/ongs.php>. [Consult. 5 de Julho. 2014].

Cazumbá, N. (2014). *Papel e importância das instituições do Terceiro Setor*. Nossa Causa. . [Internet]. Disponível em: <http://nossacausa.com/importancia-das-instituicoes-do-terceiro-setor/> [Consult. 4 de Julho. 2014].

FAO – Corporate Document Repository (s.d.). *The Foundation of Communication Strategy Design*. [Internet]. Disponível em: <http://www.fao.org/docrep/008/y5794e/y5794e04.htm> [Consult. 3 de Agosto. 2014].

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (s.d.). *As Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil – 2010*. [Internet]. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/fasfil/2010/default.shtm> [Consult. 6 de Agosto. 2014].

Movimento Down. (s.d.). *Movimento Down*. [Internet]. Disponível em: <http://www.movimentodown.org.br> [Consult. 01 Maio. 2011].

Observatório de Favelas. (s.d.). *Observatório de Favelas*. [Internet]. Disponível em: <http://observatoriodefavelas.org.br/pt> [Consult. 01 Maio. 2011].

Portal Terceiro Sector Online. (s.d.). *Terceiro Setor no Brasil*. [Internet]. Disponível em: <http://www.terceirosetoronline.com.br/terceiro-setor-no-brasil/> [Consult. 6 de Agosto. 2014].

Redes da Maré. (s.d.). *Redes da Maré*. [Internet]. Disponível em: <http://redesdamare.org.br/> [Consult. 01 Maio. 2011].

Terceiro Sector (s.d.). *Terceiro Sector*. [Internet]. Disponível em: <http://terceiro-setor.info/> [Consult. 6 de Agosto. 2014].

Apêndice: Diário de Bordo (21.01.2014 a 07.04.2014)

SEMANA 1 – de 21.01.2014 a 24.01.2104

Terça-feira, 21.01.2014

Palavras-chave: conversa com Mário Simões (um dos directores); sede do Observatório; Ponto de cultura.

Principais actividades: Este primeiro dia no Observatório foi para conversar com Mário Simões, um dos 8 directores do Observatório de Favelas, com o qual tinha mantido contacto a partir de Portugal. Tentamos em conjunto perceber como poderia aproveitar da melhor maneira este estágio. Chegamos à conclusão que esta semana e a próxima deveriam ser usadas para estudar e conhecer melhor o trabalho do Observatório de Favelas, a sua história e o panorama das Favelas do Rio de Janeiro, tentar conhecer pessoas dos vários projectos activos de Janeiro a Abril (o tempo de estágio). Depois devo escolher dois ou três projectos com os quais me identifico mais, e passar cerca de duas semanas com cada um destes. A ideia é fazer um pequeno roteiro para ter um panorama geral de todo o trabalho desenvolvido.

Conheci ainda um pouco a sede física. Para além da sede existem mais 2 *galpões* que pertencem ao Observatório de Favelas: um ainda em construção e o segundo é a Bela Maré, que este ano passou a ser um ponto de cultura (uma acção do Programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura, que, desde 2007, actua em parceria com os governos do estado). Isto significa que passou a ser reconhecida pelo Governo brasileiro como uma iniciativa cultural bem sucedida da sociedade civil. As iniciativas culturais reconhecidas como ponto de cultura são “uma ação da Secretaria de Estado de Cultura (SEC), em parceria com o MinC, que fomenta a rica diversidade cultural do estado, ao proporcionar apoio financeiro e articulação institucional”⁶⁶

No estado do Rio de Janeiro existem actualmente no total 196 pontos de cultura. No caso da Bela Maré recebe 60 mil reais por ano, ao longo de 3 anos. Este recurso deve ser usado para realização de cursos e oficinas, a produção de espectáculos e eventos culturais, compra de equipamentos, etc.

⁶⁶ Fonte: <http://www.cultura.rj.gov.br/projeto/rede-de-pontos-de-cultura-do-estado-do-rio-de-janeiro>

Tenho plena consciência que não irá ser uma tarefa fácil entender tudo que englobe o universo do ODF, daí ser muito importante, como Mário Simões referiu, iniciar o meu trabalho fazendo pesquisas através do *site*, de bibliografia disponível no Observatório e trocando ideias com quem trabalha cá, para posteriormente ajudar no projectos (focando o meu trabalho na comunicação) e no departamento de comunicação do Observatório de favelas.

Aspectos positivos: Apreciei bastante o facto de me darem “carta branca” para poder circular à vontade por todos os departamentos do ODF e me deixarem bastante à vontade e livre. O facto de se preocuparem de eu tirar o melhor proveito o estágio foi bastante inesperado e deixou-me muito motivada.

Aspectos negativos/dificuldades: O facto de ter esperado imenso tempo pelo responsável deixou-me bastante irrequieta. Antes de falar com o director tive a oportunidade de falar com colegas do departamento de comunicação, mas que pareciam não estar a par da situação. Estava à espera de chegar ao ODF e ter alguém que me desse instruções para o meu trabalho, o que não aconteceu.

Na minha opinião o ODF ainda não tem capacidade ou disponibilidade para receber estagiários internacionais, e penso que é de uma certo risco aceitarem. Para além desta dificuldade há o facto de até ao fim do carnaval parte dos projectos não estarem em funcionamento.

O Observatório de Favelas tem muitos projectos activos, no entanto, parte deles não funciona durante todo o ano. Ainda há a questão de muitos projectos que já tiveram várias edições estarem à espera da aprovação de financiamento, mantendo-se assim na incógnita se irão acontecer este ano ou não. Um desses casos é a ESPOCC (Escola popular de comunicação crítica).

Quarta-feira, 22.01.2014

Palavras-chave: Gabinete de Comunicação; *Site* oficial do Observatório de Favelas

Principais actividades: Hoje passei o dia no gabinete de comunicação do ODF. Disponibilizaram-me um computador e tive como tarefa principal fazer um estudo do *site*. O *site* do ODF está construído de maneira bastante organizada e estruturada.

A página base - “*Home*”- está reservada a breves notícias e à agenda actualizada. É possível aceder à ligação das Redes Sociais, *Facebook* e *Twitter*, e aos vídeos do Youtube. Existe a opção de escolher outras duas línguas, inglês e espanhol, embora a informação nessas línguas não seja tão completa.

O *site* está dividido em oito partes às quais é possível aceder com grande clareza

1. Quem somos

- Apresentação
- A nossa história
- Equipe
- Prémios
- Relatórios

2. Áreas de atuação

- Educação
- Políticas Urbanas
- Comunicação
- Cultura
- Direitos Humanos

3. Projectos. Esta parte está dividida pelas 5 áreas de actuação. Clicando em cada um dos projectos acedemos à apresentação de cada um, assim como é possível aceder ao *site* oficial, sempre que este existe.

- Comunicação: Direito à Comunicação e Justiça Racial, Escola Popular de Comunicação Crítica, Mídia e Favela
- Cultura: Rio em Rede, Imagens do Povo, Bela Maré, Arena Carioca Dicro, Galeria 535, Solos Culturais
- Direitos Humanos: Programa de Redução da Violência Letal Contra Jovens e Adolescentes (PRVL), Sistematização de Experiências, Rotas de Fuga, Redes de Valorização de Vida
- Educação: Novos Saberes, Prevenção da violência na Rede de Educação, Legado Social do Pan, Conexões de Saberes
- Políticas Urbanas: Movimento Down, Território Criativo da Maré

4. Acervo: onde podemos aceder a artigos, produções académicas, publicações e vídeos.

5. Parceiros: nesta parte estão enumerados 21 projectos e sete patrocinadores,

6. Notícias e análises: contém diversos artigos

7. Doação

8. Contacto: números de telefone, morada, formulário online, e *e-mail*. Embora haja muitos meios de contacto, penso que estes não funcionam de todo bem. Ter resposta a *e-mail* é difícil. Normalmente é necessário insistir. Por telefone a dificuldade mantém-se, principalmente quando se, por alguma razão, se quer falar com alguém específico

Aspectos positivos: O facto de os colegas presentes estarem bastante abertos às minhas questões, embora me parecessem estar bastante ocupados.

Aspectos negativos: Senti-me um pouco desmotivada e impotente por o meu trabalho hoje ter sido apenas uma pesquisa do *site* do ODF e seus parceiros assim como do respectivo Facebook (incluindo dos diferentes projectos do ODF). Apercebi-me, em conversa, com os colegas do gabinete de comunicação que muita informação não está actualizada. Projectos que já não estão em funcionamento continuam listados; outros que se desdobraram em outros não estão actualizados e dos projectos que estão activos

neste ano nem todos estão listados. Edu, um dos directores e responsável pelo gabinete de comunicação, explicou-me depois de o questionar, que um dos senão do *site* é que não é fácil alterar a informação. Silvana, colega do gabinete de comunicação disse-me que essa irá ser uma das tarefas dela dos próximos dias. A informação relativamente a cada projecto é escrito pelos próprios projectos, que depois reencaminham os textos para o gabinete de comunicação. A colega está assim, de certa maneira, dependente do trabalho dos colegas.

Penso que um senão é também o facto de estarem presente as opções de língua inglês e espanhol, mas estas estarem bastante incompletas.

Quinta-feira, 23.01.2014

Palavras-chave: Complexo da Maré

Principais actividades: Durante o dia de hoje tive a oportunidade de conversar com Eduardo Silva, um dos directores e responsável pela comunicação sobre o que me motivou a viajar até ao Brasil e quais as minhas expectativas. Na sua opinião é essencial fazer um pequeno estudo sobre a Maré, pois venho de uma realidade muito distinta. Aconselhou-me a andar bastante pela cidade do Rio e pela comunidade de Nova Holanda, de modo a entender melhor esta realidade e o porquê do trabalho do ODF.

Li bastante sobre as favelas do Rio de Janeiro e sobre o Complexo da Maré, procurando muita da informação na internet e em livros que me facultaram

Aspectos positivos: a conversar foi muito agradável. Foi importante para mim ouvir alguém explicar-me esta nova realidade.

Aspectos negativos: Tal como ontem senti-me um pouco desmotivada por não ter propriamente tarefas/acções a desempenhar.

Sexta-feira, 24.01.2014

Palavras-chave: projectos do ODF; reunião do departamento de comunicação.

Principais actividades: Como o ODF é responsável por muitos projectos diferentes fiz um pequeno estudo sobre todos eles. Tive ainda a oportunidade de participar na reunião semanal do departamento de comunicação.

Aspectos positivos: Fiquei a conhecer melhor o trabalho do ODF de modo a situar-me. Ter tido a oportunidade de participar na reunião do departamento de comunicação foi bastante positivo, para ter uma noção da sua linha de trabalho. Pareceu-me ser bastante organizada e aberta. Estas reuniões acontecem todas as sextas-feiras e após cada reunião é feito sempre o registo das actas.

Aspectos negativos: Sexta-feira é um dia em que infelizmente não há muito trabalho e nem todas as pessoas vão ao ODF. Tive a oportunidade de falar com alguns colegas de outros projectos, mas foi difícil falar com os responsáveis.

SEMANA 2 – 27.01.2014 a 31.01.2014

Segunda-feira, 27.01.2014

Palavras-chave: Gabinete de Comunicação: *Facebook // Twitter*

Principais actividades: Acompanhei o trabalho de Piê que esteve grande parte do tempo a produzir conteúdo para o Facebook, e na actualização deste.

Aspectos positivos: Relativamente ao uso do Facebook o gabinete de comunicação é bastante aberto. Qualquer pessoa do departamento é livre para colocar informação que pareça pertinente, embora haja a tendência de primeiro apresentar o conteúdo a toda a equipa. Muita da informação colocada na página de Facebook do ODF diz respeito ao trabalho da própria organização, mas também de parceiros ou notícias ligadas às áreas de actuação do ODF.

Aspectos negativos: Sinto que embora a língua seja a mesma, existem certas barreiras linguísticas, sendo assim de certa maneira difícil para mim produzir conteúdo.

Terça-feira, 28.01.2014

Palavras-chave: 1ª reunião DCMN

Principais actividades: Hoje foi a primeira reunião do projecto DCMN com toda a equipa. Houve assim a apresentação do projecto, assim como discussões dos próximos passos a tomar. Gostei muito do projecto e decidi querer acompanhar este projecto, por assim ter a oportunidade de acompanhar a parte de preparação e implementação do projecto.

Aspectos positivos: Senti que todas as minhas opiniões eram bem-vindas, o que é muito positivo quando se é recém-chegado numa organização.

Quarta-feira, 29.01.2014

Palavras-chave: Gabinete de Comunicação

Principais actividades: A minha principal tarefa foi fazer uma transcrição de uma conferência.

Aspectos positivos: Como tinha certas dificuldades na produção de conteúdos, arranjam uma solução. Senti que a transcrição me ajudou bastante a aumentar o meu conhecimento linguístico.

Quinta-feira, 30.01.2014

Palavras-chave: Gabinete de Comunicação; “Guia Cultural de Favelas”

Principais actividades: Passei o dia a continuar e a acabar a transcrição. Conheci ainda Gilberto Vieira, coordenador do projecto “Guia Cultural de Favelas”. Identifiquei-me muito com o projecto, por esse motivo decidi querer acompanhá-lo de perto.

Aspectos negativos/dificuldades: Senti que foi um dia pouco produtivo e bastante exaustivo, por não ter propriamente acção.

Sexta-feira, 31.01.2014

Palavras-chave: “Do Chão da Maré às Nuvens”; Reunião de Comunicação.

Principais actividades: Estive presente na segunda reunião do projecto “DCMN”

Aspectos positivos: É espantoso como numa organização tão grande como esta haja tanta horizontalidade e espaço para autonomia. Senti que as minhas opiniões na reunião foram muito bem-vindas. Quatro dos oito directores fazem parte deste projecto e ainda dois elementos bastante jovens. Estive ainda presente na reunião do departamento de comunicação.

Aspectos negativos/dificuldades: As maiores dificuldades surgiram na reunião do “DCMN”:

- 1) Falta a autorização da marca “Criança esperança” que é importantíssima para o material poder ser enviado para a gráfica e para o relatório de prestação de contas.
- 2) O departamento de contabilidade do Observatório de Favelas acha os dois orçamentos entregues demasiado elevados. O primeiro demasiado alto, o segundo apesar de mais baixo do primeiro ainda continua alto também, mas já deixa uma margem maior para outro material.

Os dois elementos do projecto foram a todas as dez escolas, no entanto três ainda não autorizaram as campanhas dentro das escolas, por uma lado pela direcção não estar, pelo outro por a questão do CRE ainda não estar resolvida e na escola querem a confirmação. Embora nas outras escolas tivessem dado o ok Michele acha que é melhor resolver o assunto da CRE para não prejudicar o projecto em edições futuras. Dedicou-se muito tempo da reunião ao debate desta questão.

Colocou-se também a questão de eventualmente não ser possível manter as datas agendadas na semana passada.

SEMANA 3 – 03.02.2014 a 07.02.2014

Segunda-feira, 03.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: Projecto “Guia Cultural”

Principais actividades: Hoje foi o primeiro dia em que a equipa do “Guia Cultural de favelas” reuniu. Gilberto, coordenador do projecto, fez uma apresentação daquilo que é pretendido neste projecto (cujo financiamento já foi aprovado).

A equipa é formada por Gilberto, Jorge, Andressa, Clara – ainda será feita esta semana uma entrevista para um estágio de comunicação e outro estágio para um designer (que não trabalhará apenas para este projecto).

O Guia Cultural é um desdobramento do projecto Solos Culturais. Com as pesquisas feitas a partir deste projecto, dentro de seis favelas do Rio de Janeiro, o objectivo do guia é criar um mapeamento das actividades culturais dentro das favelas. A ideia do *site* foi inspirada no site “arte fora do museu”, que se iniciou em São Paulo.

Desde projecto farão parte 40 jovens que tenham participado no “Solos Culturais”, que irão participar em dez oficinas ao longo de cinco meses (com início em Março)

A ideia é fazer um mapa do Rio de Janeiro onde serão colocados pontos com actividades culturais. O objectivo inicial é mapear 70 pontos (inicialmente apenas das seis favelas do “Solos Culturais”), tendo cada um uma descrição, fotos e um pequeno vídeo. Todos estes pontos serão elaborados pelos formandos. No entanto, pretende ser colaborativo que significa que qualquer pessoa poderá acrescentar mais pontos no futuro. Para isso haverá um questionário *online* (poderá ser apenas com a descrição) que depois de aprovado pela equipa irá ser colocado no mapa.

A dificuldade que se coloca é que grande parte das favelas não estão no *google maps*, e em parte não existem nome de ruas. Para isso teremos a ajuda de um designer e um programador.

O mês de Fevereiro será assim para programar, prepara e planear as oficinas e planos de comunicação. Fazer um cronograma do programa (Pré produção, oficina, rodagem em set, tratamento de conteúdos)

O horário previsto para Março será: uma turma de 20 alunos de manhã (10-13h) e outra à tarde (14-17h), 3 vezes por semana (provavelmente de terça a quinta-feira).

A ideia é ter 36 activos. Devido a diversas questões, nem sempre os formandos chegam ao final da formação. Assim sendo haverá no final 6 jovens, 6 grupos e 6 favelas. Pelo menos dois elementos de cada grupo deverão ser da favela onde o trabalho prático será realizado, pois deste modo será facilitado o acesso.

Aspectos positivos: Foi bastante motivador ver uma equipa tão jovem responsável por um projecto como este. O nível de organização é incrível e pareceu-me estar tudo muito bem pensado. Senti-me muito bem vinda e livre de dar opiniões. Foi uma reunião realmente horizontal e participativa.

Terça-feira, 04.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: plano de comunicação; pré selecção de actividades culturais

Principais actividades: Em conjunto com Andressa comecei a esboçar um plano de comunicação inicial, para a cobertura do projecto (que é muito importante para os relatórios finais, patrocinador, etc.) e para a divulgação.

Tivemos uma decisão unânime que “menos é mais”, portanto iremos usar os *media* sociais, mas sem exagerar na informação.

Assim sendo:

Twitter: para a cobertura do que vai acontecendo, por ser uma ferramenta fácil e muito “cronológico”. Pretendemos que sejam os próprios formandos a fazerem estes *posts*.

Facebook: Será usado por nós, eventualmente em conjunto com formandos que mostrem interesse. O objectivo é fazer um *post* inicial para chamar a atenção para este

projecto. A partir daí será feito um *post* ao início da semana para reflectir sobre o que foi feito na semana anterior e um *post* no final da semana com uma galeria de fotos. Andressa ficará responsável por responder a eventuais comentários.

Site: serão colocados no mínimo dois textos por mês.

Em conjunto com Clara estive a fazer uma pré selecção para os pontos que irão ser mapeados na fase inicial, a partir de questionários (3000) elaborados pelo “Solos Culturais”. Nesses questionários registaram diversos pontos. A partir desses questionários tentámos escolher alguns pontos culturais de interesse e quês estes fosse variados (desde encontros semanais de matreco, a aulas de pinturas e capoeira, rodas de samba etc.). O principal critério foi já ter algum tipo de estrutura, ou seja, ser regular e não um acontecimento espontâneo.

Deu-se ainda início ao cronograma das aulas\oficinas, tentando esboçar já os temas e definir professores com os quais irá ser estabelecido um contacto, de modo a confirmar a sua presença. Irá haver ainda reuniões com os professores para perceber melhor a metodologia a usar, embora o tema esteja bem definido.

A maior dificuldade que se encontrou hoje foi o facto de apenas 31 pessoas terem concorrido para um total de 40 vagas. Colocou-se a questão de por um *post* no grupo de *Facebook* do “Solos Culturais” e fazer uma maior campanha, o que poderá significar demasiadas inscrições, dificultando a selecção. A segunda opção e para já a mais viável é entrar em contacto com os formandos do “Solos Culturais” (primeira etapa do projecto) que mostraram maior interesse e profissionalismo. O contacto foi feito hoje com respostas positivas e continuará ser feito amanhã. No entanto o prazo estipulado (amanhã) para colocar um texto com as pessoas que foram seleccionadas eventualmente não será cumprido.

Aspectos positivos: Senti-me bastante útil. Embora seja nova no ODF sinto que neste projecto existe uma relação e trabalho muito aberta e horizontal.

Aspectos negativos/dificuldade: Senti alguma dificuldade na selecção de possíveis pontos, pelo volume e por se tratar de uma realidade realmente muito distinta.

Quarta-feira, 05.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: alunos; formadores; *site*

Principais actividades: O prazo para colocar a informação no *site* e conseguir as inscrições em falta não foi cumprido. Portanto continuou o contacto directo, através do *Facebook* (por se tratar de gente muito jovem que usa bastante este meio). Como é difícil saber o nome dos 120 jovens que participaram na primeira etapa deste projecto – “Solos Culturais” - usamos a lista de nomes impressa no livro lançado sobre o projecto.

Actualizamos ainda o *site* do “Solos Culturais”: pessoas que passaram a fazer parte da equipa como estagiários e agora fazem parte de equipa fixa, produtor que passou a executivo, etc.

No entanto toda a informação do site será preservada.

Houve ainda uma continuação no cronograma e entrevistas às duas vagas do estágio. A entrevista correu bem e a comunicadora e designer foram escolhidas em unanimidade;

Houve ainda um contacto com professores para confirmar as aulas.

Aspectos positivos: Foi um dia muito pró-activo.

Aspectos negativos/dificuldades: O Facto de ter havido a morte de um menor junto ao OPDF, e terem levado outro menor para a delegacia sem nenhuma comunicação causou algum alvoroço e criou uma longa discussão.

Quinta-feira, 06.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: organização do material do “Guia Cultural de Favelas”;

Principais actividades: Organizamos todo o material físico e virtual do “Guia cultural de Favelas” e do projecto que o antecedeu (“Solos Culturais”). Terminamos o cronograma e confirmamos presença de vários formadores. Já há 36 alunos confirmadas, mas faltam 4, portanto houve a continuação do contacto.

Aspectos positivos: o projecto que antecipou o “GCF” é uma das bases para este novo projecto. Foi importante verificar que não houve nenhum material perdido ao longo do tempo

Aspectos negativos/dificuldades: como sou nova senti que por vezes estava muito pendente da ajuda dos colegas.

Sexta-feira, 07.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: reunião geral

Principais actividades: hoje estive presente na primeira reunião geral de 2014. A pauta foi a seguinte:

1) Boas vindas aos novos membros 2) Informação sobre os projectos 3) Propostas de temas das próximas RG 4) Debate sobre sociedade civil 5) ideia de criar novos colectivos de discussão

Aspectos positivos: penso que consegui dar contribuições valiosas pelo facto de ter estado ligada a diversos colectivos em Portugal e na Áustria.

Aspectos negativos/dificuldades: penso que a questão da pontualidade é um grande entrave quando se trata de reuniões que reúnem tanta gente.

SEMANA 4 – 10.02.2014 a 14.02.2104

Segunda-feira, 10.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: mapeamento

Principais actividades: Hoje foi o primeiro dia da designer. Tivemos em conjuntos a falar do projecto “Guia Cultural de Favelas” e do que se pretende com este projecto. Discutimos ainda em conjunto a importância do mapeamento.

Aspectos positivos: Gostei do facto de haver uma comunicação muito aberta, com grande ênfase na criatividade

Terça-feira, 11.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: planificação de actividades

Principais actividades: Fiz em conjunto com colegas uma planificação diária das actividades do projecto

Aspectos positivos: Senti que tive um papel bastante activo.

Quarta-feira, 12.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: cronograma de aulas

Principais actividades: em conjunto com Jorge a minha principal tarefa foi fazer um cronograma das aulas

Aspectos positivos: O colega com quem trabalhei é uma pessoa muito acessível e fez questão de discutir cada detalhe comigo.

Aspectos negativos/dificuldades: os alunos que vão participar neste projecto já fizeram parte do “Solos Culturais”. Como, ao contrário dos meus colegas não conheço os alunos, foi difícil para mim avaliar o tempo necessário para as aulas e as principais áreas de interesse.

Quinta-feira, 13.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: cronograma

Principais actividades: as minhas principais actividades foram continuar o cronograma

Aspectos positivos: já estava mais dentro do assunto e senti que tive maior autonomia

Sexta-feira, 14.02.2014 (“Guia Cultural de Favelas”)

Palavras-chave: digitalização de todos os dados relevantes ao projecto. Reunião do departamento de comunicação

Principais actividades: Digitalizei todos os dados relevantes ao projecto (informação de alunos, estatísticas de dados de questionários, plano de comunicação, orçamento, etc.)

Aspectos positivos: grande facilidade das actividades propostas o que levou a um trabalho muito autónomo.

Aspectos negativos/dificuldades: embora bastante importantes, as tarefas não foram propriamente desafiantes.

SEMANA 5 – 17.02.2014 a 21.02.2104

Segunda-feira, 17.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: “Imagens do Povo”

Principais actividades: Conheci os seis elementos da equipa executora do Imagens do Povo (IP), que apesar de tarefas diárias no gabinete trabalham também como fotógrafos.

Rovena Rosa (5 anos no IP)

Alexandre Silva (5 anos no IP) é o único responsável pela comunicação. Interna, ou seja, organizar a reunião deste projecto que costuma acontecer uma vez por mês e que reúne os 6 elementos da equipa que trabalha no gabinete e os 68 fotógrafos. É ainda responsável pela comunicação externa, o que inclui a manutenção e actualização do *site* e *Facebook* (produção de textos, informação sobre trabalhos do IP e outras exposições, etc.), responder a e-mails enviados e relatórios de prestação de contas (consoante os patrocinadores/editais varia, mas no mínimo é uma vez de 6 em 6 meses). É também o

responsável pela Galeria 535, suas exposições (costumam mudar de 2 em 2 meses) e exposições fora da Galeria 535. As exposições fora do ODF/Galeria 535 costumam acontecer sobre forma de editais (concursos) ou quando centros culturais entram directamente em contacto com o IP.

Igor (1 mês no IP) é o responsável pela parte administrativa e burocrática. Grande parte do seu trabalho está relacionado com os pagamentos da equipa e dos fotógrafos. O pagamento é feito pela contabilidade, no entanto é ele o responsável pelo envio de recibos/notas fiscais (consoante os contratos dos fotógrafos) e para resolver alguma anomalia no pagamento.

Waldean (10 anos no IP) é o responsável pelo Banco de imagens (BI), que conta com o trabalho de 68 fotógrafos da agência. Desta agência apenas fazem parte fotógrafos que tenham frequentado a escola de fotografia popular. As fotografias normalmente são usadas para exposições, comercialização (para outras instituições ligadas aos Direitos Humanos, território, etc.) e comercialização para jornais/revistas (no entanto o contacto aqui é feito por estes e não pelo BI)

Monara Barreto (3 anos no IP) é a responsável pelos equipamentos (entrada e saída). O prazo é de 5 dias, que podem ser renovados. No caso de danificação pelo equipamento (consoante as circunstâncias) o fotógrafo é o responsável. O IP conta com 16 câmeras fotográficas e equipamento de iluminação. É feito previamente uma solicitação dos equipamentos via e-mail. Monara é ainda a responsável por receber as fotografias, depois de editadas pelo Waldean, indexá-las (fazer a descrição com base em alguns padrões - algumas têm apenas a legenda - e colocar palavras chave) e colocá-las no BI e BI online.

Erica Tambke (2 anos no IP) é a responsável pela Agência Escola. Faz todo o contacto com os clientes, ou seja, quando a agência é contactada para para coberturas fotográficas de eventos e projectos de registos documentais. Os fotógrafos estão divididos em 2 grupos: *experientes* e *em desenvolvimento*. Os fotógrafos em desenvolvimento, normalmente, não fazem trabalhos sozinhos. Cada vez que há um contacto com a agência, Erica lança a pauta (o trabalho) via e-mail do grupo. A política de selecção tem como base a rotatividade, visto que há 68 fotógrafos. No entanto há uma certa dificuldade para os fotógrafos *em desenvolvimento*, pois muitas vezes é

requisitado apenas 1 fotógrafo. Há também o facto de alguns clientes terem preferência por um certo fotógrafo que já fez trabalhos anteriores. Normalmente a cobertura é de um ou poucos dias, mas existem situações onde o trabalho se pode estender a várias semanas, nesse caso o número de fotógrafos é maior, assim como trabalhos em vários pontos da cidade.

Hoje o dia foi dedicado para conhecer a equipa executiva.

Ajudei ainda na organização e documentos (recibos, relatórios, etc.) e na edição de fotografias.

Acompanhei o trabalho de Erika na organização de documentos (ajuda a Igor) e a preparar a pauta para envio ao fotógrafos.

Aspectos positivos: foi bastante motivador conhecer todo o trabalho deste projecto

Aspectos negativos/dificuldades: A dificuldade que se colocou é que os e-mails não estavam a ser enviados, pelo que os 68 fotógrafos não estão a receber os mails.

Terça-feira, 18.02.2014

Palavras-chave: “Censo Maré”; “Aluno Presente”

Principais actividades: Como houve uma falha de luz geral – muito comum no verão - aproveitei para conversar com os responsáveis dos projectos “Censo Maré” e “Aluno Presente”, e ainda conhecer os espaços da “Redes da Maré”, parceira do ODF.

O responsável pelo primeiro projecto é Dálcio. Este projecto é feito em parceria com o “Redes da Maré” instituição da sociedade civil.

O seu papel foi o de criar toda uma metodologia para que o censo pudesse ser realizado. O censo foi dividido em populacional e económico, e o levantamento de dados foi feito durante o ano de 2012. Dálcio era a única pessoa formada na área e com experiência, e contou com a ajuda de alguns jovens universitários do Complexo da Maré. O tratamento de dados está a ser mais demoroso do que tinha sido planeado. O Censo era para ter sido

lançado em final de 2013, no entanto está previsto apenas para Março 2014. Segundo Dálcio este atraso pode trazer dois grandes problemas. Por um lado justificar o atraso nos relatórios de prestação de contas, ou seja, aos financiadores; por outro lado, quanto mais tarde o Censo for lançado, mais difícil será o tratamento desses dados.

Os atrasos devem-se em grande parte à equipa pouco numerosa e pouco experiente, tanto na recolha como no tratamento de dados. Foi um trabalho porta a porta, no qual os moradores participaram com grande vontade. Muitas vezes as pessoas, desejosas por terem alguém com quem falar, faziam com que fosse mais demorado do que planeado. Dálcio explicou-me que apenas cerca de 1% da população não quis participar no censo, o que é muito pouco. Na parte económica a recolha de dados foi mais difícil, pois grande parte dos estabelecimentos funciona de maneira informal, o que os levou a terem um certo receio porque achavam que ao responder poderiam ter problemas legais. O facto de estarem a trabalhar também fez com que as pessoas não tivessem disponibilidade. A ideia é lançar o censo em formato de livro, informando sobre os dados da população desta favela, e de certa maneira publicitando o comércio.

O tratamento de dados está a ser feito num dos sete espaços (Censo Maré, Administrativo e Conectando, Programa de Criança Petrobras, Sede, Centro de Artes da Maré, Biblioteca Popular Lima Barreto e Casa das Mulheres) do “Redes Maré”. Conheci todos os projectos localizados na comunidade de Nova Holanda (onde também se encontra a sede do ODF). Apenas não conheci o espaço “Casa das Mulheres” que está na comunidade Parque União.

São muitos espaços com uma estrutura muito boa. Dálcio aponta para o facto de terem um trabalho muito directo e direccionado aos moradores de Nova Holanda e trabalho conjunto com as escolas, facilitam os financiamentos (principalmente pela Petrobras que é renovado de 2 em 2 anos).

Quanto ao projecto Aluno tive a oportunidade de conversar com Mário Simões, responsável pelo projecto.

Aspectos positivos: foi muito bom conhecer directamente um dos principais parceiros do ODF e assim conhecer melhor a outra parte da comunidade. Embora me sinta

bastante bem na comunidade, aconselharam-me em conhecer o outro projecto acompanhada por alguém.

Quarta-feira, 19.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: “Imagens do Povo”

Principais actividades: uma das minhas principais tarefas foi fazer um *clipping* sobre o Imagens do Povo e seus fotógrafos. Alexandre deu-me conselhos bastante úteis de como conseguir um melhor trabalho nesta área.

Aspectos positivos: sinto que aprendi bastante no que diz respeito a *clipping*.

Aspectos negativos/dificuldades: *clipping* é um trabalho muito importante, mas muito repetitivo. Penso que daqui para a frente será mais fácil, mas como ainda não conheço todos os *sites* importantes e fotógrafos do IDP torna-se mais difícil.

Quinta-feira, 20.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: *clipping*; *Facebook*

Principais actividades: as minhas principais tarefas foram *clipping* e cuidar do *Facebook* (compartilhar informação de parceiros)

Aspectos positivos: Já me sinto mais à vontade nas rotinas de trabalho que tende a ser vasto. Quando em algum momento “não tenho” trabalho, acompanho o trabalho de edição de fotos e organização do banco de fotografia.

Sexta-feira, 21.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: exposição/evento final de ano; revisão de texto; *clipping*; *Facebook*

Principais actividades: As minhas principais tarefas foram conhecer o projecto pensado para final do ano, que pretende ser também o lançamento do novo livro do IP. Fiz ainda uma revisão de texto.

Coloquei ainda artigos escritos sobre o projecto no *Facebook* “do Imagens do Povo”.

Aspectos positivos: ter noção do que é necessário para organizar um evento desta dimensão.

Aspectos negativos/dificuldades: Devido às obras na cidade o trânsito estagnou a cidade. Muitos colegas não vieram.

SEMANA 6 – 24.02.2014 a 28.02.2104

Segunda-feira, 24.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: SESC

Principais actividades: Fui com Alexandre Silva responsável pela comunicação do Imagens do Povo e da Galeria 535 ao SESC de Duque de Caxias montar a exposição “Uga uga há há” de Ratão Diniz. A exposição reúne imagens do famoso Bloco da Lama, do Carnaval de Paraty. O nosso trabalho foi só o de colocar as fotos. Existem 3 maneiras mais usadas cabo, prego ou parafuso. Neste caso optamos pelos parafusos.

Aspectos positivos: ter noção do que é importante para preparar uma exposição.

Terça-feira, 25.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: Folia de Imagens; *clipping*; *Facebook*

Principais actividades: O meu principal trabalho hoje foi escrever um texto sobre o “Folia de Imagens” para o *site* e *Facebook*, em conjunto com Alexandre.

Aspectos positivos: sinto que já estou mais à vontade com as rotinas de comunicação deste projecto e tenho assim uma maior autonomia.

Aspectos negativos/dificuldades: como o português aqui difere um pouco tenho alguma dificuldade no que diz respeito à produção de textos.

Quarta-feira, 26.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: fotografia; projectos em Portugal; *clipping*;

Principais actividades: Selecção de fotos para uma entrevista que irá ser colocada *online*. Foi bastante interessante escolher cinco fotografias no meio de dezenas. Entender como a fotografia e a linguagem corporal também são comunicação. A entrevista foi sobre o trabalho do Observatório, daí ser importante escolher uma fotografia positiva que passe algo forte e positivo

Coloquei no *site* um texto sobre o concurso fotográfico “Viva a Ilha do Fundão”. Dois dos premiados são do “Imagens do Povo”.

Propus a Erika que talvez seria interessante tentar levar as exposições para Portugal ou talvez tentar criar algum tipo de parceria. Tentei assim fazer uma listagem de projectos em Portugal que me pareceram pertinentes.

Aspectos positivos: a reacção positiva e Erika quanto à tentativa de tentar fazer uma ponte com Portugal

Aspectos negativos/dificuldades: como o português aqui difere um pouco tenho alguma dificuldade no que diz respeito à produção de textos.

Quinta-feira, 27.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: Europa; *clipping*; Facebook

Principais actividades: Acompanhei o trabalho de edição de fotos. Pesquisei ainda projectos de fotografia em Portugal, na Alemanha, Áustria e Suíça (pelo facto de também falar alemão)

Aspectos positivos: tentaram aproveitar os meus “fortes”, neste caso a ligação a Portugal e o facto de falar alemão.

Sexta-feira, 28.02.2014 (“Imagens do Povo”)

Palavras-chave: Clipping; Facebook; Reunião de comunicação.

Principais actividades: Fiz o *clipping* diário do “Imagens do Povo”. Actualizei o *Facebook*. Estive aia presente na reunião de comunicação.

Aspectos negativos/dificuldades: É estranho para mim sexta-feira ser um dia em que nem toda a gente vem trabalhar e haver realmente poucas tarefas.

SEMANA 7 – 10.03.2014 a 14.03.2104

Segunda-feira, 10.03.2014 (“Guia Cultural”)

Palavras-chave: Projecto “Guia Cultural” - Apresentação dos/aos alunos

Principais actividades: Hoje foi o primeiro dia de actividades do projecto Guia Cultural de Favelas.

A parte da manhã foi dedicada a preparar o espaço e a apresentação. Discutimos as ideias centrais do projecto e como seria melhor apresentá-lo, de maneira captar a atenção e motivação dos jovens. Há dois anos estes jovens trabalharam na primeira etapa deste projecto, o “Solos Culturais”. A ideia é assim mostrar que são jovens adultos e que estão cá porque querem. O projecto que pretende ter um ambiente relaxado mas colocou a fasquia muito alta: seis vídeos, seis galerias de fotos e seis textos por semana. O que significa um total de 70 conjuntos ao longo do curso.

Acreditamos que os objectivos estabelecidos possam assustar e motivar ao mesmo tempo os jovens.

Aspectos positivos: Haver uma relação tão aberta e tão horizontal neste projecto.

Aspectos negativos: Antes da apresentação o maior contratempo foi termos tido a notícia que o financiamento da Secretaria do Estado não tinha chegado e que se iria atrasar duas semanas. Assim sendo, não seria possível pagar aos professores e colegas da produção.

Discutimos se seria começar ainda assim, o que por motivos financeiros é impossível para muitos colegas; se deveríamos adiar por mais 2 semanas ou um mês. Chegamos a conclusão que iríamos adiar por 2 semanas. Sugeri ser melhor explicar aos alunos o que estava a acontecer de maneira a não criar incertezas. Tentei portanto levar de maneira natural este contratempo.

Terça-feira, 11.03.2014 (“DCMN”)

Palavras-chave: “Bela Maré”; “Do Chão da Maré às Nuvens” - Apresentação dos/aos alunos

Principais actividades: Na parte da manhã houve uma apresentação do *Royal Institut of Art* da Suécia, a faculdade mais antiga de arte deste país. Como o projecto era no Galpão “Bela Maré” do ODF pediram à equipa de comunicação para fazerem a cobertura do evento e eu acompanhei a equipa.

Da Parte da tarde estive presente na apresentação do DCMN aos alunos.

Aspectos positivos: Ter assistido à apresentação do *The Royal Institut of Art*.

Aspectos negativos/dificuldades: São poucos os colegas que dominam o inglês.

Quarta-feira, 12.03.2014

Palavras-chave: Gabinete de comunicação

Principais actividades: As minhas principais tarefas passaram pelo *clipping* e actualização do Mural e a transcrição de um seminário.

Aspectos positivos: já me sinto bastante à vontade nas tarefas diárias do departamento, e sinto que cada vez mais acho o *clipping* uma ferramenta muito interessante, que nos permite aceder a muita informação de relevo.

Quinta-feira, 13.03.2014

Palavras-chave: Gabinete de comunicação

Principais actividades: *Clipping* e actualização do Mural; continuação da transcrição.

Aspectos negativos/dificuldades: Achei o dia de hoje muito monótono.

Sexta-feira, 14.04.2014

Palavras-chave: Gabinete de comunicação

Principais actividades: continuação das actividades desenvolvidas ontem.

SEMANA 8 – 17.03.2014 a 21.03.2104

Segunda-feira, 17.03.2014 (“DCMN”)

Palavras-chave: DCMN

Principais actividades: Hoje foi o primeiro dia de aulas do projecto e serviu basicamente como apresentação. Há uma turma da parte da manhã e outra da parte da tarde.

Aspectos positivos: Gostei do facto de os “professores” não terem um papel demasiado rígido e aproveitarem comentários dos alunos para prosseguir a aula e fomentar discussões. O facto de eu ser portuguesa despertou grande curiosidade nos alunos.

Aspectos negativos/dificuldades: Senti que é muito difícil tomar a atenção do jovens alunos.

Terça-feira, 18.03.2014 (“DCMN ”)

Palavras-chave: Teoria: fotografia, vídeo e *blogues*.

Principais actividades: As aulas hoje foram teóricas e em modo de discussão aberta.

Aspectos positivos: os alunos tinham grande curiosidade de saber como era em Portugal, pelo que deu para trocar bastantes ideias com eles.

Aspectos negativos/dificuldades: Senti que é muito difícil tomar a atenção dos jovens alunos, principalmente por se ter tratado de uma aula teórica. Estavam mais preocupados em aprenderem a falar inglês comigo, do que aprender o conteúdo da aula.

Quarta-feira, 19.03.2014 (“DCMN ”)

Palavras-chave: Fotografia; abordagem policial

Principais actividades: Hoje os alunos tiveram a primeira aula prática de fotografia. Como tenho alguns conhecimentos consegui ter um papel activo e ensinar algumas coisas.

Aspectos positivos: Apesar de ter sido uma aula prática teve muita teoria, no entanto, como os alunos aprenderam as coisas em tom de brincadeira não se aborreceram, aliás ficaram muito motivados.

Aspectos negativos: Apesar de já ter sido abordada e intimidada várias vezes por polícias na comunidade e Nova Holanda, hoje a situação foi mais extrema. Falei com um dos directores que me pediu para enviar todo o relato por e-mail. Segue:

“Fui abordada, inicialmente, por um policial que me chamou para revistar a minha bolsa. Obviamente não encontrou droga. O que tinha comigo era seda e filtros para tabaco de enrolar. Disse-me para o acompanhar mais para o lado e aí juntaram-se mais policiais. Disse aos colegas que tinha seda para maconha e "ainda por cima filtros"!?”

Fizeram-me um interrogatório infundável e repetido durante um tempo absurdo, num tom incrivelmente agressivo, sarcástico e humilhante que se manteve durante TODO o tempo.

Queriam saber o que estava a fazer, o que estudava, onde morava, há quanto tempo estava no país, etc. Disseram que ninguém vem de Portugal para a Maré, que não queriam nada dificultar-me a vida e queriam saber o que realmente estava a fazer.

A cada pergunta que me fizeram respondi da maneira mais calma possível, mas a cada resposta minha respondiam que o que estava dizendo não era verdade e repetiam num tom sarcástico o que tinha dito, e depois afirmavam aquilo que estava "realmente" acontecendo.

Um policial (o mesmo que já me tinha abordado da outra vez) perguntou se só fumava ou também cheirava, disseram que era melhor falar logo tudo. Voltei a repetir que não fumava e não cheirava.

Tentei explicar que trabalhava no Observatório. Disseram para não vir com "esse papo de novo". O policial que já me tinha abordado numa outra ocasião na Maré disse que já da outra vez me tinha apreendido drogas ao que respondi que não era verdade e ele insistiu várias vezes que sim, que era.

Disseram que iam chamar uma policial, que me ia levar para dentro da viatura, me ia despir, "tirar a calcinha e o soutien" e que ia controlar "todas as partes íntimas, cada buraco" do meu corpo. Que a seguir me iam colocar algemas e levar para a esquadra. Disseram ainda que eu não tinha lugar lá na Maré. (Quero só lembrar que já da outra vez o policial me disse que se estivesse em Ipanema ou Copacabana não me teriam abordado).

Depois de muito tempo disseram que podia ir mas para ter muito cuidado, que a favela era um lugar perigoso e que quando menos se espera azares acontecem. Anotei a matrícula e o número da viatura.

Poucos minutos depois entraram no carro e foram embora.

Quinta-feira, 20.03.2014 (“DCMN ”)

Palavras-chave: Vídeo

Principais actividades: Hoje os alunos tiveram a primeira aula prática de vídeo. Tal como ontem, os alunos estavam muito motivados por terem um papel muito activo.

Aspectos positivos/ Aspectos negativos/dificuldades: Como estão numa fase de pré-adolescência existe alguma dificuldade na formação de grupos, no entanto foi muito motivador, porque me deixou espaço a criatividade.

Sexta-feira, 21.03.2014

Palavras-chave: “Encontro de comunicação”

Principais actividades: Hoje houve o encontro de comunicação promovido pelo departamento de comunicação. Várias pessoas de diversos projectos estiveram presente para discutir o tema comunicação.

Aspectos positivos: Foi uma conversa muito aberta, e abriu-me bastante os horizontes.

SEMANA 9 – 24.03.2014 a 28.03.2014

Segunda-feira, 24.03.2014

Palavras-chave: 1º dia de aulas do GCF; DCMN

Principais actividades: Da parte da manhã, todos os membros de produção e participantes do “Guia Cultural de Favelas” reuniram para discutir o tema do mapeamento. Porque as pessoas tendem a mapear coisas?

Devido ao ambiente tenso que se vive neste momento em Nova Holanda a reunião foi muito focada neste tema, de como o observatório se vai posicionar em relação a este tema

Da parte da tarde acompanhei a turma do DCMN para tirar fotos na comunidade

Aspectos positivos: ambiente muito aberto de discussão

Terça-feira, 25.03.2014

Palavras-chave: “Guia Cultural de Favelas”

Principais actividades: A aula hoje foi em torno do tema “território”, aula dada por Jorge barbosa, um dos directores.

Aspectos positivos: Foi uma aula bastante teórica, mas muito aberta a discussão. Senti que aprendi a pensar e repensar muito esta temática

Quarta-feira, 26.03.2014

Palavras-chave: “Guia Cultural de Favelas”

Principais actividades: A aula de hoje foi em torno do tema “documentários”. Assistimos a um documentário onde a realizadora estava presente. Foi uma mescla de aula teórica e debate.

Aspectos positivos: O facto de cada aula se mais um debate.

Quinta-feira, 27.03.2014

Palavras-chave: “Guia Cultural da Favelas”

Principais actividades: a aula hoje foi em torno da temática de cultura, pelo que um colectivo de arte e cultura estava presente.

Aspectos negativos/dificuldades: achei a aula demasiada informal e completamente desnecessária. Toda a equipa ficou desmotivada.

Sexta-feira, 28.03.2014

Palavras-chave: “Guia Cultural de Favelas”

Principais actividades: Aula sobre técnicas de entrevista com uma documentarista.

Aspectos positivos: Tive um papel muito activo

SEMANA 10 – 31.03.2014 a 07.04.2104

Segunda-feira, 31.03.2014

Palavra-chave: Ocupação da Maré; Guia Cultural de Favelas

Principais-actividades: Hoje deu-se a ocupação da Maré. O clima foi bastante tenso.

Aspectos negativos: Apenas os alunos de Nova Holanda vieram às actividades.

Terça-feira, 01.04.2014

Palavras-chave: reunião convocada devido à ocupação militar no Complexo da Maré; audiência pública; *clipping*.; Guia Cultural de Favelas.

Principais actividades: *clipping* ocupação; criar e enviar evento “audiência pública”. Houve ainda uma reunião/debate com colaboradores para discutir a temática da ocupação e segurança pública.

Aspectos negativos: Apenas os alunos de Nova Holanda vieram às actividades.

Quarta-feira, 02.04.2014

Principais actividades: clipping sobre a ocupação da Maré; Actualização do Facebook.

Aspectos negativos: Apenas os alunos de Nova Holanda vieram às actividades. Os alunos têm medo de entrar no complexo pelo que temos tentado contactar cada um deles a explicar que a situação está calma.

Quinta-feira, 03.04.2014

Palavras chave: audiência pública sobre segurança pública

Principais actividades: hoje houve uma audiência pública aberta sobre segurança pública no Bela Maré. Esta foi organizada pelo ODF e pela Redes.

Aspectos positivos: conseguiu-se o pretendido, o *galpão* estava cheio e toda a comunicação social apareceu.

Sexta-feira, 04.04.2014

Palavras chave: Departamento de Comunicação; Facebook; Ocupação militar da Maré; Guia cultural de Favelas

Principais actividades: *clipping* sobre a ocupação da Maré e actualização do Facebook. O trabalho do gabinete de comunicação tem-sido muito em torno da ocupação. Hoje os alunos já apareceram em maior escala e a aula foi reservada para discutir a ocupação a Maré.

Segunda-feira, 07.04.2014

Principais actividades: Hoje foi o meu último dia de estágio. É incrível como após 10 semana me sinto tão confortável dentro do ODF e na comunidade de Nova Holanda.

Aproveitei para falar um a um com colegas e directores do ODF. Falamos sobre a minha experiência e pediram-me sempre um feedback. Foi uma experiência sem dúvida enriquecedora e acabou da melhor forma.

Anexo 1 – Documentação exigida para obtenção do título de OSCIP⁶⁷

Documentação exigida para obtenção do título de OSCIP:	
ITEM	DOCUMENTOS
1	Requerimento da qualificação como OSCIP dirigido ao Senhor Ministro de Estado da Justiça, conforme o modelo de requerimento fornecido no site do Ministério da Justiça;
2	Estatuto ¹¹ Registrado em Cartório (cópia autenticada), conforme o art. 5º, inc. I da Lei nº 9.790/99;
3	Ata de Eleição e Posse da Atual Diretoria Registrada em Cartório (cópia autenticada), conforme o art. 5º, inc. II da Lei nº 9.790/99;
4	Balanco Patrimonial (BP) e Demonstração de Resultado do Exercício (DRE), assinados por contador devidamente registrado no respectivo Conselho Regional de Contabilidade, conforme o art. 5º, inc. III da Lei nº 9.790/99. Para entidades recém criadas que ainda não completaram seu primeiro exercício fiscal, admite-se a substituição da DRE por um Balanco Atualizado, com as receitas e despesas do período;
5	Declaração de Informações Econômico-fiscais da Pessoa Jurídica (DIPJ), conforme o art. 5º, inc. IV da Lei nº 9.790/99. Maiores informações sobre a DIPJ podem ser obtidas na página eletrônica da Secretaria da Receita Federal < www.receita.fazenda.gov.br >.
6	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ – copia autenticada), conforme o art. 5º, inc. V da Lei nº 9.790/99;
7	Recomenda-se que os dirigentes da entidade prestem declaração individual de que não exercem cargo, emprego ou função pública, conforme o disposto no parágrafo único do art. 4º da Lei nº 9.790/99.

⁶⁷ Fonte: Instituto Pro Bono, p.21

Anexo 2 – Projecto Guia Cultural de Favelas, por Gilberto Vieira

Resumo 500 caracteres

O Guia Cultural de Favelas é um mapa multimídia que será desenvolvido por 40 jovens formados no Projeto Solos Culturais a partir da pesquisa de práticas culturais realizada em cinco favelas do Rio de Janeiro.

O Guia proposto será uma ferramenta de busca, mas também de construção de itinerários. Além de construir roteiros e fornecer informações sobre cada ponto de cultura e criação artística, o Guia é também um mapa interativo e móvel das práticas culturais desses territórios.

A partir de qualquer dispositivo com conexão a internet o mapa dispõe filtros e percursos sugeridos de práticas sócio-culturais.

O referido mapa contará com uma série de serviços e funcionalidades que abrangerá além da comunidade local, os moradores de outras partes da cidade, turistas e visitantes.

Descrição 3.000 caracteres

Para realização do Guia Cultural de Favelas será utilizado o puglin/tema do WordPress - "Mapas de vista", que possui potencialidades funcionais e operacionais de fácil manuseio, acrescido de seu caráter livre e acessível de construção de acervos e conteúdos documentais e iconográficos a partir da redes de comunicação e informação digitais. O plugin é compatível com navegadores de mobile e permite atualização simples via usuários leigos. Isso quer dizer que a alimentação do mapa pode ser feita através de uma iniciação básica em programação WordPress. Por outro lado, o visitante é capaz de selecionar filtros por categoria, palavras-chave ou taxonomia específica. O Guia proposto será uma ferramenta de busca, mas também de construção de itinerários.

Cada ponto do mapa contém um resumo da prática mapeada (como no exemplo 1A do projeto anexo). A partir do clique, saltam informações de: descrição, endereço, telefone, site/blog, preço e mais informações a serem definidas (como no exemplo 1B do projeto anexo). Na mesma caixa, ficam disponíveis uma galeria de fotos do espaço e um vídeo com entrevista do representante cultural. Cada uma das práticas deve estar relacionada a um filtro correspondente a cada uma das práticas, como no exemplo 2 do projeto anexo. Eles estarão classificados por cores no mapa.

Estes pontos também poderão estar ligados a roteiros sugeridos que serão traçados no mapa (como no exemplo 3 do projeto anexo). Os roteiros são caminhos possíveis por favelas ou por pontos culturais mapeados.

Durante o programa, 40 solistas serão mobilizados a participar da construção do Guia. Um eixo de oficinas será construído pensando na produção dos conteúdos. Esse eixo compreende: fotografia, vídeo, texto para web, programação básica.

Além das oficinas técnicas o grupo terá momentos de trocas conceituais e propositivas como o encontro com redes colaborativas, desenvolvimento do design do guia, estabelecimento de estratégias de comunicação e difusão do produto e palestras/painéis sobre design colaborativo, midialivrisimo e comunicação para web.

Objetivos 3000 caracteres

Objetivo geral

Oferecer uma ferramenta pública para políticas culturais tendo como referência os territórios populares, assim como mobilizar informações para a apropriação e uso em redes colaborativas de produção artística e cultural: O Guia Cultural das Favelas.

Objetivos específicos

1. Promover o reconhecimento do valor, a visibilidade e a sustentabilidade de práticas artísticas e culturais realizadas em favelas cariocas;

2. Formar 40 jovens no domínio de ferramentas digitais de mapeamento e técnicas de registro de atividades artísticas e culturais em cinco favelas cariocas;

3. Fomentar uma rede de agentes e um conjunto de iniciativas culturais que contribuam para ações solidárias de empreendedorismo e desenvolvimento social do território.

Justificativa 4000 caracteres

O Projeto Solos Culturais realizou um conjunto de ações no âmbito da produção e da pesquisa cultural em cinco favelas cariocas (Cidade de Deus, Complexo do Alemão, Complexo da Penha, Mangueiras e Rocinha). Destaca-se, entre as ações desenvolvidas, um extenso e inédito inventário de práticas artísticas e culturais realizadas em instituições, grupos organizados e individualmente nos cinco territórios populares acima identificados.

Os bolsistas devidamente orientados mapearam de forma censitária os territórios e identificaram práticas ligadas à música, artes cênicas, artes visuais, cultura popular, audiovisual, literatura, esporte, moda, atividades formativas, grafite e espaços de sociabilidade e cultura. A partir daí, verificaram condições de produção, modos de organização, recursos de financiamento, público envolvido e inserção das ações nos territórios.

Tais registros mereceram um tratamento sistemático e analítico publicado no livro Solos Culturais (patrocínio da Secretaria de Estado de Cultura e da Petrobras), com recente lançamento público em abril de 2013. Todavia, se faz necessário um novo tratamento das informações obtidas, especialmente no que concerne as possibilidades de apropriação e uso ágil para fins mobilização e visibilidade das atividades culturais e artísticas inventariadas: O Guia Cultural de Favelas.

A criação de guias culturais justifica-se, sobretudo, como uma ação que permitirá ampliar a visibilidade de práticas artísticas e culturais no âmbito de favelas cariocas. Já existe um conjunto de informações inventariadas e sistematizadas pelo Observatório de Favelas, em parceria com a Secretaria de Estado de Cultura, por meio do Projeto Solos Culturais, que hoje precisam ser disponibilizadas para potencializar atividades artísticas e culturais em curso e inventar novas ações culturais nos territórios populares. Afinal, quem conhece de fato a riqueza

cultural das favelas? Como podemos multiplicar vivências artísticas e culturais combinadas a oportunidades econômicas sustentáveis em favelas? Este projeto pretende superar as imensas lacunas do desconhecimento sobre saberes, práticas e vivências culturais das favelas cariocas.

Trata-se, portanto, de construir cartografias que permitam reconhecimentos, encontros e sociabilidades inovadoras de habitar o espaço urbano, tendo como referência a dinâmica e complexidade da vida cultural que emerge das favelas e se relaciona cada vez mais com a metrópole fluminense.

Pretende-se mobilizar mediações inseridas no campo da tecnologia de informação e da comunicação em plataformas virtuais e como aplicativos interativos que possam identificar ações culturais plurais, estabelecer percursos para vivências estéticas e celebrar sociabilidades inovadoras dentro das favelas e destas com a sociedade.

Estratégias de Realização (4.000 caracteres)

Pré-produção

- *Seleção de 40 jovens que tiveram participação no Projeto Solos Culturais durante o ano de 2012. A seleção se dará através de carta de intenção e entrevista individual com os jovens;*
- *Seleção de espaço para realização dos Laboratórios de produção;*
- *Compra de equipamentos e construção dos laboratórios;*

Produção/ Formação

Oficinas e encontros formativos;

Levantamento das práticas culturais mapeadas;

Visitas aos espaços/coletivos/indivíduos das práticas culturais mapeadas;

Desenvolvimento de conteúdo para a plataforma;

Desenvolvimento da plataforma;

Lançamento do Guia Cultural de Favelas;

Confecção de peças de comunicação.

Pós-produção

- Prestação de contas.

Parcerias

Redes de Desenvolvimento da Maré

Escola de Comunicação da UFRJ

BurburinhoLab

Raizes em Movimento

Arena Carioca Dicro

Coletivo Nuvem

Brecha Coletivo

Cena Tropicáfica

Centro de Artes da Maré

Casa de Cultura da Cidade de Deus

Biblioteca Parque de Manguinhos

Biblioteca Parque da Rocinha

Norte Comum

Acessibilidade

O Guia Cultural de Favelas é um ambiente virtual cujo acesso está condicionado aos vários espaços de circulação e acessibilidade da rede de computadores.

Produto cultural

O Guia Cultural de Favelas é uma plataforma digital de referência de mobilização de informações para a apropriação e uso em redes colaborativas de produção artística e cultural de seis favelas cariocas. É um mapa virtual onde práticas culturais ligadas à música, artes cênicas, artes visuais, cultura popular, audiovisual, literatura, esporte, moda, atividades formativas, grafite e espaços de sociabilidade e cultura são dispostos em roteiros e itinerários geográficos.

Estratégias de comunicação

- Para tornar pública e acessível a plataforma, prevê-se ativa articulação de redes digitais e físicas que agreguem agentes territorializados e espalhados pela cidade.

- Assessoria de Imprensa em contato com os principais veículos de comunicação da cidade e do país.

- Confecção de postais para serem distribuídos pela cidade e imãs promocionais para os parceiros e público diretamente atingido;

- Camisetas para os jovens e equipe do projeto.

Democratização do acesso

Anexo 3 – Convite para audiência pública realizada aquando da ocupação militar do Complexo da Maré

As organizações da sociedade civil da Maré e entidades parceiras do conjunto da cidade convidam para a audiência pública que tem como objetivo dialogar sobre a política de segurança pública, neste território, no quadro da ocupação das forças policiais e das forças militares.

Estarão presentes as associações de moradores do Conjunto de Favelas da Maré, as organizações sociais que aqui se encontram e entidades parceiras.

Até o momento, o Secretário de Segurança Pública do Rio de Janeiro, José Mariano Beltrame confirmou presença. Estamos trabalhando para garantir a presença de outras autoridades públicas do Estado e do Município.

O evento é aberto para toda a população. Contamos com a presença de todas e todos.

Assinam este convite:

Associações de Moradores do Conjunto de Favelas da Maré

Iser - Instituto de Estudos da Religião

Conexão G

Anistia Internacional Brasil

Redes de Desenvolvimento da Maré

Observatório de Favelas

Vida Real

Luta pela Paz

NIAC/PR5/UFRJ

Lia Rodrigues Companhia de Danças

Instituto de Cultura e Consciência Negra Nelson Mandela

Comissão de Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania da ALERJ

OAB/RJ - OFICIAL

A audiência pública ocorrerá no dia 3 de abril, quinta-feira, no Centro de Artes da Maré, situado na rua Bittencourt Sampaio, 181, às 10 horas.

Anexo 4 - Memória do Encontro de Comunicação 21.03.2014

Organização da reunião ampliada da comunicação

1. Proposta de realizar a mesma de 15 em 15 dias alternando com a reunião do grupo da

Comunicação Institucional.

2. Interacção da comunicação.

2.1. Facebook (relação das páginas do OF, métrica das postagens, ampliação dos contactos,

relação com parceiros, rever a necessidade de manter algumas páginas como as do Bela Maré e Travessias)

2.2. Agenda (interacção das agendas do OF, marcação dos espaços a serem utilizados)

2.3. Boletim interno (identificação de problemas, propostas de melhorias para que seja mais lido pelo colectivo do OF, fazer pesquisa para averiguar se é interessante manter o boletim, sugestão de troca de nome, passar a imprimir o boletim e colocar no mural, esclarecer o que é relevante e produzir uma mensagem que seja curta e direta)

2.4. Circulação de informações (metodologia da circulação de informações, enviar posts mais importantes para nosso mailing de veículos alternativos e páginas parceiras)

2.5. Provocar nas redes sociais com pequenas entrevistas e imagens

2.6. Produção de memes temáticos (um por semana)

2.7. Sugestão de investir mais no WhatsApp

2.8. Qualificar a acção dos sites do OF

2.9. Ver posicionamento de páginas parceiras

3. Revista electrónica

3.1. Produzir uma revista que se comunique com a sociedade

3.2. Compor um conselho editorial para além do Observatório de Favelas

3.3. Brifar a revista (conteúdo)

3.4. Sugestão de periodicidade bimestral

4. Assessoria

Manter contacto directo entre Comunicação Institucional e a RPM Comunicação