

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES

LILIAN CRISTINA RIBEIRO ROMÃO

**A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes
sociais historicamente silenciadas**

São Paulo

2023

LILIAN CRISTINA RIBEIRO ROMÃO

A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas
para vozes sociais historicamente silenciadas

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Ciências da Comunicação, da Escola de
Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
para obtenção do título de Doutora em Ciências da
Comunicação.

Área de Concentração: Interfaces Sociais da
Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares

São Paulo

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Romão, Lillian Cristina Ribeiro
A construção de lugares de escuta em práticas
(edu)comunicativas para vozes sociais historicamente
silenciadas / Lillian Cristina Ribeiro Romão; orientador,
Ismar de Oliveira Soares. - São Paulo, 2023.
470 p.: il.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação / Escola de Comunicações e Artes
/ Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão corrigida

1. educomunicação. 2. lugar de fala. 3. lugar de
escuta. 4. cultura do silêncio. 5. diálogo. I. Soares,
Ismar de Oliveira. II. Título.

302.2 CDD 21.ed. -

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: ROMÃO, Lilian Cristina Ribeiro

Título: A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutora em Ciências da Comunicação.

Área de Concentração: Interfaces Sociais da Comunicação

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

DEDICATÓRIA

Dedico à Lis Maria, ao Marcos, à Cecília, ao José e ao Luciano.

À Vó Cecília e Vô Deolindo, Vó Zezé e Vô João e Vó Sebastiana e Vô Joaquim.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Ismar, com carinho.

Ao Tião Guerra e Flora Lovato, pelas entrevistas tão inspiradoras.

A todas as organizações e seus gestores: Iuri Salles Alves e Revista Vaidapé; Jade Drummond e Núcleo Jornalismo; Bruno Gonzales Pedrotti e Marcelo Cougo de Sá e Coletivo Catarse; Vagner de Alencar e Agência Mural de Jornalismo das Periferias; Isabel Aparecida dos Santos Mayer e IBEAC; Paulo Lima e Viração Educomunicação; André Fernandes Gomes de Souza e ANF - Agência de Notícias das Favelas; Emmanuel Castro De Paiva e Vale PCD; Amanda Rahra Cunha Di Sarno e Énois Laboratório de Jornalismo; Fausto Salvadori e Ponte Jornalismo; Juliana Cristina Cordeiro e Parafuso Educomunicação; Geisa Pires e Voz das Comunidades; Isabela Aguilar e Santana e Visibilidade Indígena; Anderson Moraes e Jornal Empoderado; Adrielle Priscila da Silva Tavares e Mídia Índia; Vitória Régia Gonzaga da Silva e Gênero e Número; Marina Carvalho Dias e Agência Pública.

À banca composta por professores admiráveis: Cicília Peruzzo, Claudemir Viana, Dennis de Oliveira, Marciel Corsani, Patrícia Guimarães Gil.

À querida Isabel Santos (in memoriam).

À Cláudia Nonato.

Ao Douglas Lima, amigo do inglês que é a melhor tradução de amizade, em qualquer idioma.

RESUMO

ROMÃO, L. C. R. **A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas**. 2023. 470 p. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

Dentro de uma estrutura democrática, parece comum o entendimento de que os processos sociais de participação cidadã necessitam de dinâmicas capazes de aprimorar a capacidade de diálogo das pessoas. O diálogo, nesse caso, representa a capacidade e escutar, de falar, de interagir, ou ainda responder à sociedade sobre suas questões, demandas, indagações. Mas essa pesquisa procurou lembrar que, dentro da noção de diálogo também existem forças que operam: entre a fala e a escuta; na noção sobre quem fala e quem se deixa falar; e, ao falar, quem se escolhe escutar. A pesquisa teve como objetivo observar como iniciativas independentes de comunicação, responsáveis por implementar novas práticas (edu)comunicativas no Brasil têm fortalecido dinâmicas mais democráticas ao favorecer, em suas metodologias, que as diferentes vozes sociais, além de expressadas e escutadas, criem capacidade de interagir com as estruturas sociais com as quais convivem. O estudo de campo teve como base entrevistas com gestores de 17 organizações de mídia independentes que estão desenvolvendo formas para se comunicarem com grupos sociais historicamente silenciados nas dinâmicas sociais, e com isso, gerando outras possibilidades de participação, capazes de valorizar as diferentes vozes, em sua pluralidade e diversidade.

PALAVRAS-CHAVE: educomunicação, escuta, lugar de fala, lugar de escuta, comunicação e educação.

ABSTRACT

ROMÃO, L. C. R. **The construction of places of listening in (edu)communicative practices for historically silenced social voices**. 2023. 500 p. Doctoral Thesis – School of Communications and Arts, University of São Paulo, Brazil, 2023.

Inside a democratic structure, it appears to be of a common understanding, that social processes of citizen participation, needs dynamics capable of improving the dialogue capacity of the people. Dialogue, in this case, represents the ability to listen, to speak, to interact, or even to respond to the society about its issues, demands and inquiries. Notwithstanding, this research tried to recall that, in the notion of dialogue, there are also existing forces that operate: between speech and listening; in the notion of who speaks and who allows themselves to speak; and while speaking, who decides to listen. The research aimed to observe how independent communication initiatives, responsible for implementing new (edu)communicative practices in Brazil, have been strengthening more democratic dynamics while favouring, in its methodologies, that different social voices, not only are expressed and heard, but also create the capacity to interact with the social structures in which they coexist. The field study was based on interviews with 17 independent media organization's managers, that are developing ways to communicate with historically silenced social groups in its social dynamics, and thus, generating new possibilities for participation, capable of valuing these different social voices (in its plurality and diversity).

KEYWORDS: educommunication, democratic listening, place of speech, place of listening, communication and education.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
METODOLOGIA.....	19
PARTE I: Dinâmica e poder da comunicação no contexto latino-americano	30
1. O que é a “cultura do silêncio”?	31
1.2. Caminhos para “dizer a sua palavra”	34
2. Diálogo: o discurso vivo e em movimento	38
2.1. Buber e uma nova forma de estar no mundo	38
2.2. Diálogo como a base da consciência social, em Bakhtin	41
2.3. Diálogo como força transformadora, em Gadamer	42
2.4. A física do diálogo, para David Bohm	44
2.5. Paulo Freire e a pedagogia do diálogo para construção do conhecimento.....	45
3. Lugar de fala como manifestação dos discursos silenciados	48
3.1. Eu em relação a “quem?”	48
3.2. Um lugar de fala para o feminismo negro	52
3.3. A construção do lugar de fala nos estudos decoloniais e pós-coloniais	55
3.4. Lugar de fala na comunicação e no jornalismo	59
3.5. Enfim, um lugar de fala para o lugar de fala?	63
4. Quem fala pode, quem escuta obedece	68
4.1. A desvalorização da escuta.....	69
4.2. Entendendo como outras identidades escutam para aprender a escutá-las... 73	
5. Educomunicação e as escutas sociais.....	78
5.1. Construindo entendimentos para o campo da comunicação	79
5.2. Da comunicação à educomunicação: um pouco de história	83
5.3. O popular como lugar da construção comunicativa	87
5.4. A definição do termo Educomunicação	88
5.5. Educomunicação e a dialogia: a fala, a escuta e a interação.....	92
5.6. A construção de um lugar de gestão comunicativa	96
5.7. A escuta a partir da vivência de um educador	100
5.8. A escuta comunicativa na gestão das organizações	107
5.9. Alguns aspectos da escuta no mundo digital	114
PARTE II: A descoberta de diferentes dimensões para a “escuta” de campo	118
6. Entendendo o campo da pesquisa: as organizações e seus fazeres	121
6.1. Quem são as organizações e as pessoas entrevistadas?	123

7. Dimensão de Escuta I: Diferencial da atuação em comunicação.....	131
7.1. Agência de Notícias das Favelas (ANF) – André Fernandes (RJ).....	131
7.2. Aproximações com o campo da educomunicação	186
7.3. Diferenciais em comunicação.....	194
8. Dimensão de Escuta II: Competências para a escuta na gestão da comunicação	210
8.1. Competências do gestor para a escuta.....	210
8.2. Competências da organização para a escuta.....	213
9. Dimensão de Escuta III: Percepção dos lugares de fala que circulam pela	
organização	218
9.1. Lugar de fala dos públicos da organização	218
9.2. Lugar de fala das organizações	227
10. Dimensão de Escuta IV: Percepção do lugar de escuta	234
10.1. Qual é o lugar de escuta das organizações	235
10.2. A escuta qualificada de públicos historicamente silenciados.....	243
11. Dimensão de Escuta V: Barreiras para a escuta	251
11.1. Barreiras para escutar	251
11.2. Barreiras para ser escutada	254
12. Dimensão de Escuta VI: Metodologias de escuta	258
12.1. Escuta de colaboradores, conselhos e outros componentes da	
organização.....	258
12.2. Escutas dos públicos externos às organizações.....	263
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	273
REFERÊNCIAS	280
ANEXOS:.....	295

INTRODUÇÃO

A pesquisa de mestrado **Educomunicação e participação cidadã de adolescentes e jovens, no Brasil** (ROMÃO, 2016), defendida no âmbito Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo, chegou a algumas considerações relevantes para o campo da educomunicação e da participação cidadã a partir de sua pesquisa de campo junto aos integrantes da Rede Nacional de Adolescentes e Jovens Comunicadores (Renajoc).

Sobre a Educomunicação (ROMÃO, 2016, p. 106), os jovens entrevistados consideram a prática importante para desenvolver a percepção crítica da comunicação e para produzi-la de forma mais participativa, fortalecendo modelos democráticos. Também destacam seu papel para a conquista de lugares de fala para as vozes juvenis, além de favorecer a criação de formatos de intervenção capazes de dialogar com outros jovens. Outro ponto refere-se à capacidade da educomunicação em possibilitar que temas complexos sejam tratados de maneira mais lúdica, provocando outros formatos de construção do conhecimento no ambiente escolar e fora dele, além de ser fundamental para o exercício do jovem ao seu direito humano a se comunicar.

No campo da participação (ROMÃO, 2016, p. 112), as entrevistas revelaram que os jovens demonstram preocupação com a necessidade de ocupar e construir espaços de atuação cidadã, para que suas vozes e opiniões sejam influenciadoras das práticas sociais e das decisões que interferem no futuro da sociedade; refutam os estereótipos e acreditam que os espaços de ação devem ser menos o reflexo do que os adultos querem que sejam e mais o espelho do que os próprios jovens entendem ser sua forma de participar. Também consideram processos participativos fundamentais para a vivência e construção da cidadania, para a percepção sobre estar e agir junto de outros. Enfatizam que apesar do sistema político e econômico exigir a participação, os mecanismos não a favorecerem, pela burocracia e pelos métodos enfadonhos e acreditam que, cada vez mais, a participação da juventude deve ser estruturada pelos próprios jovens.

Você não tem que agir apenas da forma como falam para você agir. É importante se reconhecer na sua cultura, no seu espaço. Ter uma participação cidadã é agir da sua forma, com a sua cultura, nos seus espaços, colaborando e respeitando também o espaço do outro, entendendo que não é só o que você gosta, pensa, curte, ama, faz, que é o melhor. Tudo tem seu

lado bom e seu lado ruim. Ser cidadão é você usufruir das suas coisas e ajudar as outras culturas, espaços e pessoas a usufruírem também. (G.S.O., 2015 In: ROMÃO, 2016, p.123)

No terceiro ponto, que tratou da relação entre a educomunicação e a participação (ROMÃO, 2016, p.128), os jovens destacaram que esse diálogo de campos pode favorecer a heterogeneidade da juventude, trazendo espaço para a voz do jovem indígena, negro, mulher, LGBTQI+, da periferia, o jovem do campo, com deficiência, entre outros grupos que precisam ser ouvidos em suas demandas. Ainda pode auxiliar na concepção de formatos inovadores de participação, inclusive aprimorando aqueles já existentes. Devido ao incentivo à coletividade e ao processo muito mais do que o produto, desenvolve a percepção sobre a ação democrática, inclusive diante de modelos hegemônicos, como o da própria mídia brasileira.

A gente vive num mundo moldado para não participar. Nossa experiência existencial é do não-diálogo, da não-autonomia. Então, a gente passa a vida toda sendo condicionado a obedecer, a aceitar, a reproduzir e a consumir. E existe o lado de que o sistema não quer que a gente participe, não quer que a gente faça e transforme o mundo. Mas nem sempre é possível evitar, então o que o sistema faz? “Tudo bem, pode participar”. Mas ele vai ditar as regras de como é essa participação e na verdade ele vai esvazia-la, criando uma pseudo-participação. Então o governo faz um conselho “X”, consultivo, só para criar um espaço para o FMI (Fundo Monetário Internacional) ver que existe participação social, quando na verdade tudo que a sociedade fala é engavetado. Para mim, isso não é participação social. (MUNIZ, 2015, S/N IN: ROMÃO, 2016, p. 126)

Dois pontos chamam a atenção nesse depoimento: o primeiro, sobre a necessidade da *autonomia em participar*, em fugir de modelos pré-fabricados, que favorecem a fala, mas não se compromete com seu conteúdo, o que os jovens chamaram de *pseudo-participação*. O segundo refere-se ao poder das estruturas democráticas em engavetar as vozes sociais ou mesmo à incapacidade dos organismos que regem, formam, organizam a sociedade em criar formatos de escuta qualificada dessas vozes.

Sem entender o jogo de poder sobre as o conteúdo das falas que se expressam na sociedade e sem o compromisso de escuta real, corremos o risco de estar sempre focando na ação do cidadão e mesmo no funcionamento do sistema que permanece selecionando vozes para serem ouvidas e silenciadas. *Das vozes sociais, quais são aquelas que eu quero escutar?*

É impossível criar uma relação dialógica sem ter espaços reais para falar e ferramentas reais para escutar. Em uma estrutura social, é impossível fortalecer

processos participativos com efetividade se os organismos sociais democráticos não estão desenvolvendo sua capacidade de dialogar de fato com a sociedade em sua diversidade e pluralidade, tendo em vista que esse processo inclui: garantir espaços para a expressão, escutar com qualidade as vozes sociais, responder com qualidade a essas vozes, seguir em interação, transformar e ser transformado a partir dessas vozes. Do contrário, o que temos, são conversas esquizofrênicas, compostas por estruturas que só falam, ou que se propõem a escutar sem saber qual é o próximo passo.

Ficamos assim, com uma questão provocadora inicial: ao acessar o seu lugar de fala, as pessoas estão dialogando com estruturas capazes de escutá-las e, principalmente, inspiradas por essas falas, essas estruturas mostram-se interessadas em dialogar? Em agir? Em responder? Em alterar seu próprio *modus operandi* a partir das vozes escutadas? Uma vez acessados novos lugares de fala pelos cidadãos, o refinamento da democracia e do direito à participação não depende da capacidade das estruturas sociais (escolas, poderes, empresas, organizações) em aprimorarem sua capacidade de escutar essas vozes?

A base do estudo

Imagine um professor que entra em uma sala de aula cheia de alunos. Ao começar a falar, todos os alunos se retiram da sala. É essa a realidade de milhares de vozes socialmente silenciadas que, ao exigirem e conquistarem seu lugar de fala, não possuem ouvidos sociais capazes de escutá-las. Não lhes tiram o direito de falar, mas bloqueiam a escuta dessas vozes.

Dentro de uma estrutura democrática, parece comum o entendimento de que os processos sociais de participação cidadã necessitam de dinâmicas capazes de aprimorar a capacidade de diálogo das pessoas. O diálogo, nesse caso, representa a capacidade de escutar, de falar, de interagir, ou ainda responder à sociedade sobre suas questões, demandas, indagações. Mas essa pesquisa procurou lembrar que, dentro da noção de diálogo também existem forças que operam: entre a fala e a escuta; na noção sobre quem fala e quem se deixa falar; e, ao falar, quem se escolhe escutar.

Essa pesquisa procurou entender como iniciativas independentes de comunicação estão desenvolvendo formas para se comunicarem com grupos sociais historicamente silenciados nas dinâmicas sociais, e com isso, estão gerando outras possibilidades de participação, capazes de valorizar as diferentes vozes sociais (em sua pluralidade e diversidade).

Ao mesmo tempo em que existe um olhar otimista para as possibilidades de aprimoramento do modelo democrático a partir do avanço do mundo digital e das tecnologias da informação e comunicação (TICs) e o surgimento da “tecnopolítica” (PARRA, 2019), estudos têm demonstrado preocupação sobre as possíveis reações e formatos ao avanço das novas dinâmicas. A tendência de uma comunicação pautada e que valoriza sua fala se renova apenas em sua capacidade de falar cada vez mais para as pessoas, mas não de escutá-las.

Sérgio Abranches (2017, p. 85), ao analisar a influência dos novos formatos de comunicação digital e suas implicações nos processos democráticos, avalia que “estamos no limite do esgotamento e os mecanismos de decisão ainda se mantêm conservadores” (2017, p. 42). Além disso, lhe parece “... muito incipiente o esforço coletivo para definir padrões decisórios novos aplicáveis à realidade emergente, sem comprometer os fundamentos da liberdade ou estiolar o progresso do conhecimento”. Reflexões como essa são muito pertinentes ao analisar a capacidade de acesso ao mundo virtual de diferentes grupos sociais, realidade que pode ser tão excludente quanto o acesso ao saneamento básico pela população brasileira.

Basicamente, a democracia deveria aprimorar-se conforme desenvolve novos formas de alcançar e interagir com “as vozes do povo”. Mas, nem sempre, esse é de fato o interesse dos poderes democráticos vigentes.

A que e a quem interessa escutar a sua voz?

Assim como apontam os jovens na pesquisa *Educomunicação e Participação Cidadã de Adolescentes e Jovens no Brasil* (ROMÃO, 2016), muitas estruturas democráticas com as quais interagimos como cidadãos e cidadãos reconhecem a importância da participação, mas ainda não sabem como promovê-la. Também é comum deparar-se com processos que objetivam fortalecer a participação cidadã da

juventude a partir de seu lugar de fala, mas não conseguem criar capacidade de escuta organizacional/estrutural dessas vozes.

Obviamente, isso não se refere apenas à incapacidade técnica ou sensorial. As relações de poder, ao longo da história, destacam as vozes que lhe interessam, assim como também calam aquelas que deveriam permanecer alheias ao sistema. Atualmente, é possível identificar vozes sociais que são escutadas e silenciadas pelos nossos sistemas familiares, políticos, religiosos, educacionais, entre outros. Estamos falando de vozes femininas, negras, jovens demais ou “velhas” demais, periféricas, homossexuais ou LGBTQIAP+¹, indígenas, com deficiências, da natureza ou do não-urbano. Podemos exemplificar a incapacidade de nosso sistema político e social em escutar as vozes da natureza traduzidas pela ciência em tempos de emergência climática, por exemplo.

O risco de decisões unilaterais, hoje possíveis, de usar nova ciência à despeito dos efeitos colaterais não antecipáveis que transcendem o espaço e o tempo de quem os usa, aponta para a possibilidade de imposições tirânicas intoleráveis. Desafios e riscos cruzados se entre alimentam. Os efeitos colaterais potenciais também extravasam, mais do que nunca, as fronteiras da ciência. Os desafios e riscos relacionados a essas mudanças científicas e tecnológicas têm cada vez mais efeitos colaterais na política, na sociedade e no ambiente natural, a exigir respostas que o complexo núcleo que as produziu não tem como dar. Essas respostas estão no campo da política e do controle social democrático. (ABRANCHES, 2017, p. 85)

Educomunicação como espaço de relações dialógicas: lugar de fala, lugar de escuta e de interação

São evidentes os esforços de pesquisadores em acompanhar, descrever e aprimorar análises sobre as possibilidades e riscos das dinâmicas de participação a partir das transformações, inclusive as tecnológicas, no campo da comunicação:

Essa amplitude reflexiva e propositiva já vem sendo trabalhada por pesquisadores engajados em iniciativas de comunicação comunitária de

¹ Um pequeno manual sobre o que representa cada letra: **L: Lésbicas** (mulheres que sentem atração sexual e afetiva por outras mulheres); **G: Gays** (Homens que sentem atração sexual e afetiva por outros homens); **B: Bissexuais** (pessoas que sentem atração sexual e afetiva por homens e mulheres); **T: Transexuais** (pessoas que assumem o gênero oposto ao de seu nascimento. Uma identidade ligada ao psicológico, e não ao físico); **Q: Queer** (uma forma de designar pessoas que não se encaixam à heterocisnormatividade, como imposição compulsória da heterossexualidade e da cisgêneridade); **I: Intersexo** (pessoas que não se adequam à forma binária (feminino e masculino)); **A: Assexual** (pessoas que não possuem interesse sexual e/ou romântico por outras pessoas); **P: Pansexual** (pessoas que desenvolvem atração física, amor e desejo sexual por outras pessoas independentemente de sua identidade de gênero); **+** (serve para abranger as demais pessoas da bandeira e a pluralidade de orientações sexuais e variações de gênero possíveis). Disponível em: < <https://simpleorganic.com.br/>>. Acesso em: 05 Jan, 2023).

diferentes matizes, que passam a reelaborar relevantes redefinições conceituais diante das recentes transformações tecnológicas e, em consequência, associativas, que realizam não somente novas propostas de ativismo midiático comunitário, mas também novas perspectivas de participação política e organizações coletivas, que tornam mais complexa a cena política em torno do popular e suas formas de produção cultural. (FILHO e SCHNEIDER, p. 117, 2016)

É possível encontrar muitas teorias inovadoras nos campos da comunicação e participação no Brasil e América Latina que são respeitadas e consideradas importantes marcos da ciência da comunicação, como a teoria das mediações, a comunicação popular ou a comunitária. Mais recentemente, temos o jornalismo independente e a aproximação mais profunda dos estudos relacionados à comunicação pública. No caso dessa pesquisa, vamos estudar a educomunicação como campo teórico e como espaço de construção de relações dialógicas e participativas em interação com novas propostas de pensamento em comunicação, em especial aquelas desenvolvidas por veículos de comunicação independentes.

Dentro da linha da comunicação e educação, a pesquisa está aprofundando os conceitos de diálogo e dentro desse, olhando com mais atenção para o lugar de escuta. De forma geral, objetiva-se refletir sobre questões como:

- As vivências (edu)comunicativas estão transformando os ambientes sociais e coletivos de participação? Como? Estão ampliando a capacidade de vozes sociais historicamente silenciadas de serem escutadas e interferirem no modelo de participação? Ou estão ampliando a capacidade das estruturas sociais de escutar e dialogar com essas vozes sociais?
- Como a (edu)comunicação contribui para a organização do diálogo, olhando para o “lugar de fala” e para o “lugar de escuta”?
- É possível desenvolver em um organismo social a capacidade de escutar, com qualidade, a sociedade?
- Os organismos sociais democráticos estão ampliando sua capacidade de escuta das diferentes vozes sociais, ou, assim como aponta Abranches, estariam se adaptando para permanecer escutando algumas vozes sociais e bloqueando outras?

Objetivo Geral:

Observar como iniciativas independentes de comunicação, responsáveis por implementar novas práticas (edu)comunicativas no Brasil têm fortalecido dinâmicas mais democráticas ao favorecer, em suas metodologias, que as diferentes vozes sociais, além de expressadas e escutadas, criem capacidade para interagir com as estruturas sociais com as quais convivem, especialmente no contexto da construção de direitos e no exercício da cidadania.

Objetivos Específicos:

- Avançar na construção teórica das práticas de participação a partir do campo educ comunicativo, aprofundando a teoria sobre as relações sociais a “cultura do silêncio”, a compreensão do “lugar de fala” e do “lugar de escuta” como estratégia de aprimoramento da democracia;
- observar como a escuta é trabalhada no campo da (edu)comunicação, criando paralelos desde a formação do indivíduo para sua capacidade de falar e escutar; assim como entender essa perspectiva no âmbito direito humano à participação e comunicação das estruturas sociais democráticas;
- pesquisar espaços comunicativos e suas relações com a educação, entendendo estratégias, ações, metodologias e pensamentos orientadores na formulação de metodologias dialógicas, aprofundando como constroem e valorizam os espaços de fala e de escuta das vozes sociais;
- compreender como a formação do gestor em educação pode favorecer práticas sociais de escuta para as diferentes vozes sociais;
- explorar como a tecnologia, dentro do campo educ comunicativo, pode favorecer o surgimento de práticas sociais dialógicas, de participação e principalmente de escuta de diferentes grupos sociais.

Hipóteses

- a. Existe um grande descompasso entre o formato de comunicação e participação pretendidos por comunidades historicamente silenciadas no debate público e os formatos de participação permitidos pelas estruturas sociais democráticas;
- b. O caminho oferecido pelos processos vigentes na área da comunicação (possibilitados pela digitalização da sociedade) estariam incentivando a renovação da ação participativa de públicos invisibilizados na sociedade;
- c. Mesmo conquistando habilidades e espaços de produção e disseminação, a legitimidade da participação na sociedade depende da construção de espaços de escuta democrática, além de necessitar de gestores aptos para agir em conjunto;
- d. A prática educomunicativa vem representando um espaço político de reflexão e intervenção social, tanto para ampliar a prática comunicativa dos grupos sociais, quanto para sensibilizar as esferas sociais para o acolhimento de suas vozes.

METODOLOGIA

É importante começar a descrição do processo metodológico contanto um pouco da pesquisa em tempos de Pandemia. Os dois primeiros anos foram de muito estudo e leituras para mim, como pesquisadora. As disciplinas cursadas deram base para formular conteúdos, definir lugares e processos de pesquisa, como a disciplina relacionada aos movimentos sociais. O segundo ano foi importante no sentido de vivenciar um processo como auxiliar da disciplina de estágio em educomunicação, na qual os estudantes fazem vivências em escolas e organizações. Essa vivência trouxe muitas percepções sobre como escutar um organismo social.

Mas a pesquisa também tinha como proposta um levantamento de dados a partir da experiência, da observação de processos sociais, da escuta presencial, que foi fruto de um ano de estudo em um curso voltado para amadurecer a capacidade de percepção dos fenômenos sociais a partir da fenomenologia.

O termo fenomenologia significa estudo dos fenômenos, daquilo que aparece à consciência, daquilo que é dado, buscando explorá-lo. (...) A descrição fenomenológica é fundamental, porque o nosso olhar habitual não nos permite evidenciar o fenômeno em si mesmo. Nessa abordagem o pesquisador considera sua vivência em seu mundo vida, uma experiência que lhe é própria, permitindo-lhe questionar o fenômeno que deseja compreender. (SILVA, LOPES e DINIZ, 2006, p. 255)

A fenomenologia foi desenvolvida como uma disciplina filosófica, e não como método científico. E consiste num exame disciplinado da experiência subjetiva, no qual o campo da consciência se torna presente de maneira mais viva, permitindo que se cultive uma capacidade maior de reflexão sistemática (CAPRA, 2002, p. 62). Esse processo tem ampla conexão com a construção teórica sobre “lugar de fala”, isto é, uma posição social que parte do conhecimento e da experiência vivida pelo corpo.

O fenômeno a ser vivenciado: escuta em organizações independentes de comunicação. A ideia consistia em selecionar de três a cinco organizações independentes de comunicação, de acordo com critérios relacionados aos seus públicos de atuação (mídia negra, indígena, periférica, de gênero e juventude). Nessas organizações, a pesquisadora permaneceria por um período de uma a duas semanas, “escutando”: a. processos de gestão e competências do gestor, b. equipe e sua composição, c. metodologias de escuta implementadas no dia a dia com públicos internos e externos.

A vivência da escuta geraria três tipos diferenciados de conteúdo: a. anotações da pesquisadora a partir da escuta dos processos diários; b. coleta de materiais, publicações da própria organização ou utilizados como referência e, por fim; c. conteúdos de entrevistas com a pessoa gestora e o público prioritário da organização.

Início do ano de 2020. Qualificação defendida. Havia a expectativa que, em um mês, pudéssemos retornar para o processo de pesquisa. Foram intensificadas algumas leituras, que já não funcionavam como estudo, devido à instabilidade provocada pela pandemia.

Durante dois anos: as organizações suspenderam atividades presenciais e a pandemia do Covid-19 desestruturou emocionalmente e tecnicamente as atividades desta pesquisa. No meu caso, houve uma sobrecarga de atividades profissionais, necessárias para cobrir gastos domésticos devido à perda do emprego do meu companheiro. E também houve a suspensão do processo de pesquisa, assim como havia sido planejado.

Primeira decisão foi retornar para Curitiba para que a dedicação ao processo de estudo pudesse ser mais concentrada e o volume de atividades profissionais pudessem ser reduzidas. E, assim como na vida, também foi necessária uma grande mudança de rota da pesquisa. A metodologia abaixo apresentada se manteve no item da pesquisa bibliográfica e na pesquisa da atuação das organizações independentes de comunicação. Mas o levantamento de dados foi adaptado integralmente para o ambiente virtual e realizado a partir de entrevistas abaixo descritas.

Vale ressaltar que esta parte inicial do capítulo *Metodologia* foi inspirada na fenomenologia, isto é, estou descrevendo o fenômeno “produção da minha pesquisa em meio à pandemia de Covid-19”, da forma como foi vivenciado e sentido por mim mesma, pesquisadora, para que esta descrição ofereça, a quem lê, base para entender o que se passou neste processo de pesquisa, diante deste contexto histórico, social e pessoal.

O processo de pesquisa após a readequação

Primeiro, é importante dizer que a pesquisadora, pessoalmente, procura cuidar de sua escrita de gênero nos trabalhos que produz. Na pesquisa, adotou as normas padronizadas pelo campo científico, como o gênero masculino definindo um campo

neutro. Contudo, é preciso registrar, entendendo as forças que operam no campo da linguagem, considera que as regras de gênero na escrita precisam se adequar às demandas sociais que estão procurando marcar, cada vez mais, os lugares de fala, tanto sobre quem fala, como para quem se fala.

O modelo metodológico foi orientado, no campo da pesquisa em comunicação, pelo livro *Pesquisa em Comunicação* (LOPES, 2010) e teóricos da pesquisa-ação como *Michel Thiolent, Hugues Dionne e René Barbier*, entre outros teóricos.

Optou-se, devido à natureza do tema, pela realização de pesquisa, qualitativa e descritiva, com as seguintes ações:

a. Pesquisa bibliográfica

Teve como base as bibliografias capazes de auxiliar na compreensão, em um primeiro momento, de teorias sistêmicas que explicam o pensamento complexo, para depois conectar ao campo da comunicação. Fizeram parte desse momento autores como Frijot Capra, Edgar Morin, Allan Klapan e artigos diversos. Esse processo foi importante para construir uma visão mais relacional (consequentemente menos binária) sobre o pensamento sobre fala e escuta, e estará explicado oportunamente. Também auxiliou a construção crítica do processo de pesquisa, a partir do olhar sistêmico, que seria importante trazer para a dimensão da escuta como sentido humano e como experiência/vivência social. Em outras palavras, ao desenvolver uma escuta institucional de determinada comunidade/território/público, com o objetivo de aprimorar processos democráticos, ainda assim, em algum momento, a escuta atravessa pessoas, que aguçarão seus sentidos e desenvolverão sentimentos a partir daquela escuta. Isso faz desse fenômeno uma experiência pessoal e social em construção. A pesquisa, ao ignorar alguma dessas dimensões, corre o risco de descrever apenas parte do fenômeno.

(...) o “mundo interior” da nossa consciência reflexiva surgiu junto com a evolução da linguagem e da realidade social. Isso significa que a consciência humana não é só um fenômeno biológico, mas também um fenômeno social. Muitas vezes, a dimensão social da consciência reflexiva é simplesmente ignorada pelos cientistas e filósofos. (CAPRA, 2002, P. 67)

Em um segundo momento, a pesquisa envolveu o estudo sobre relações de poder em processos comunicativos, a partir, prioritariamente, da construção teórica

sobre cultura do silêncio, de Paulo Freire, contextualizando uma teoria latino-americana capaz de trazer elementos históricos para o entendimento dos processos comunicativos e sociais da atualidade no Brasil, até chegar, na pesquisa, sobre o lugar de fala, com base em teóricos do movimento feminista e negro e da literatura decolonial e pós-colonial, sempre em relação à construção de conceitos relacionados ao lugar de fala.

A dialogia (significados de diálogo) e a construção de ambientes dialógicos e o tema escuta embasaram uma lógica de pesquisa voltada para entender como espaços democráticos, capazes de ampliar lugares de fala, também aprimoram suas habilidades de escutar de forma qualificada as diferentes vozes sociais. Abordou subtemas como gestão comunicacional e perfil do gestor. Sobre educomunicação, a pesquisa voltou-se para entender como o campo explica e incorpora o diálogo como princípio e eixo central de sua *práxis*.

A escuta tornou-se um capítulo que procurou trazer conceitos relacionados aos interesses da pesquisa e descreveu algumas experiências capazes de contextualizar o que representa um processo social de escuta vivenciado em um ambiente coletivo ou em uma estrutura democrática, como a escola.

b. Revisão de documentos, sites e redes sociais

Relacionado ao estudo das iniciativas e organizações nas quais se desenvolveu o processo de pesquisa, este tópico englobou sites, textos e artigos publicados, livros, vídeos, guias e outras publicações institucionais. Também foram analisadas as redes sociais, igualmente consideradas no escopo da pesquisa bibliográfica quando necessário.

c. Entrevistas com teóricos e especialistas

A escolha da entrevista enquanto método, bem como sua realização, foi se afinando com a própria temática de estudo. Conforme Ornellas (2011), a “entre-vista” nos possibilita experienciar um espaço de troca de sentido entre entrevistador e entrevistado, onde ambos os sujeitos são portadores de uma fala e de uma escuta as quais aproximam o objeto de investigação e de teorização do pesquisador. Outra

referência foi a entrevista narrativa (FLICK, 2004), na qual uma questão referida ao tópico de estudo visa estimular a narrativa principal do entrevistado e aprofundar em seguida as possíveis reflexões teóricas que a vivência relatada permite e suscita. Os dois modelos foram utilizados como forma de levantamento de dados neste estudo.

No sentido de contribuir com a revelação do campo de práticas e com a construção do conhecimento sobre a arte de escutar, realizou-se, ao longo da pesquisa, três entrevistas semiestruturadas, com profissionais capazes de auxiliar no aprofundamento do tema da escuta a partir de diferentes perspectivas:

- *O diálogo e a escuta no campo educacional*: Professor Ismar de Oliveira Soares, orientador desta pesquisa, pesquisador e teórico do campo da educação. Professor Titular Sênior da Universidade de São Paulo. Bacharel em Geografia e Licenciado em História pela Faculdade Salesiana de Filosofia, Ciências e Letras de Lorena, SP (1965). Jornalista formado pela Faculdade Cásper Líbero (1970). Mestre (1980) e Doutor em Ciências da Comunicação (1986) pela Universidade de São Paulo, com pós-doutorado (2000) pela Marquette University Milwaukee, WI, USA. Professor na Graduação e na Pós-Graduação do CCA-ECA/USP (1988-atual). Jornalista responsável pela revista Comunicação & Educação, da ECA/USP (1994-atual). Pesquisador FAPESP, ressemantizou o neologismo Educação para designar um campo autônomo de conhecimento (1997-1999). Coordenou o Departamento de Comunicações e Artes da ECA/USP por dois quadriênios (1998-2001 e 2009-2012), tendo implementado a Licenciatura em Educação (2011). Coordenou, o NCE- Núcleo de Comunicação e Educação da ECA-USP (1996 a 2014), promovendo: (1) o I International Congress on Communication and Education; (2) o Projeto Educom.TV (primeiro curso on line da USP, para dois mil professores do Estado de São Paulo (2002); (3) o Educom.rádio, para 11 mil professores e alunos do município de São Paulo (2001 e 2004); (4) o Educom.rádio-Centro Oeste, junto a 80 escolas de GO, MT e MS (2006 e 2007) e o Curso Mídias na Educação, do MEC, no Estado de São Paulo (2006-2012). Preside a ABPEducom - Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educação. Autor de 180 artigos sobre Educação. Membro do Conselho de Comunicação

do Congresso Nacional, Brasília (2015-2017). Membro do Conselho de Educação em Direitos Humanos do Estado de São Paulo (de 2017-atual). Coeditor do Dossiê Paulo Freire, da revista Comunicação & Educação (2021).

- *O que é uma escuta qualificada em um ambiente organizacional?*, com Flora Lovato, consultora e facilitadora de processos associada ao Instituto Fonte, graduada em Comunicação Social pelo Instituto Metodista de Ensino Superior, escola em que realizou também seus estudos de pós-graduação, que há 20 atua em processos de desenvolvimento junto a diferentes iniciativas sociais. Co-facilita programas de formação tais como *Artistas do Invisível* e *Profides - Profissão: Desenvolvimento*, programas voltados ao desenvolvimento da prática de intervenção no desenvolvimento social. É facilitadora convidada na Pós-Graduação *Reflective Social Practice*, realizada pelo *The Proteus Initiative*, de Cape Town, África do Sul, em parceria com o *Crossfields Institute*, de Londres, na Inglaterra e a *Alanus University* de Bonn, Alemanha. Coordenou diferentes publicações, entre elas os sete títulos da Coleção Gestão e Sustentabilidade, editada pela Editora Global e Instituto Fonte em 2001. É fellow da *Fundação Kellogg*, do *BoardSource* e do CDRA (*Community Development Resource Association*), organização junto à qual cursou o *Fellowship Programme*, programa avançado com foco em intervenção social.
- *Escuta qualificada na perspectiva de um educador*, com Tião Guerra (Sebastião Guerra), pedagogo dedicado ao desenvolvimento do ser humano. Desde 1979, trabalha com escolas públicas, instituições e movimentos sociais, em especial as que atuam no âmbito da infância, juventude e desenvolvimento comunitário. Fundou o *Instituto de Educação de Nova Friburgo*, em 1985 e a *Associação Crianças do Vale de Luz*, em 1988, mantenedora de duas Escolas Waldorf público-comunitárias e um *Centro de Formação de Professores Waldorf e Desenvolvimento Humano*, onde desenvolveu habilidades de gestão organizacional e de apoio ao desenvolvimento de pessoas e de organizações sociais. Em 1996, começou a atuar como consultor de processos de desenvolvimento social. Foi coordenador Regional

(Região Serrana do Rio de Janeiro) da FIA/RJ - Fundação para Infância e Adolescência, em 2002. Realizou estágios na área educacional na França, Suíça e África do Sul. É graduado em pedagogia, com especializações em *Pedagogia Waldorf* e *Pedagogia Social*. De 2007 a 2011, prestou assessoria parlamentar (ALERJ) na área de projetos de desenvolvimento. É docente na graduação “Pedagogia da Liberdade”; Consultor em diversas iniciativas socioculturais.

d. Pesquisa e entrevista junto a organizações de comunicação independentes

Foram encontradas organizações de comunicação a partir do *Mapa do Jornalismo Independente*², uma iniciativa da *Agência Pública* que levantou e organizou informações de organizações que produzem conteúdo jornalístico, nascidas em ambiente virtual, coletivos e não ligados a grandes grupos de comunicação. Selecionamos três organizações do campo social e educacional, que produzem conteúdo e duas organizações específicas foram indicadas, por representarem nichos importantes para o levantamento de dados. Vale ressaltar que foram feitos inúmeros contatos com uma quantidade bem maior de organizações, por e-mail, redes sociais, telefone, que não entraram na pesquisa por não darem retorno ao contato ou responderem negativamente para a realização da pesquisa, apontando os seguintes motivos: falta de tempo e equipe pequena, por não ser uma política da organização, outros compromissos assumidos (viagens, eventos, reuniões).

É importante enfatizar que:

- Todas as organizações são associações de direito privado e sem fins lucrativos, cooperativas ou coletivos;
- Nenhuma é empresa de comunicação com fins lucrativos.

As escolhas levaram em consideração um critério fundamental, o campo de atuação relacionados ao seu nicho ou público prioritário e enfatizou, especialmente: iniciativas da periferia, de mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência,

² Disponível em: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 19 Dez, 2022.

LGBTQIAP+, indígenas, coletivos ou cooperativas que atuam com a produção da informação, organização que atua com pesquisa (levantamento e acompanhamento de dados) nas redes sociais.

As entrevistas aconteceram com gestores ou pessoas da equipe indicadas pela própria organização. Participaram 17 organizações sociais do campo da comunicação independente (18 pessoas entrevistadas, devido a uma entrevista que contou com dois participantes).

d.1. Questionários

Foi elaborado um questionário realizado em duas etapas: o primeiro respondido em um formulário virtual; e o segundo em entrevista gravada e transcrita. Vale lembrar que foi necessário, como citado anteriormente, fazer uma grande adaptação ao formato da pesquisa, devido à pandemia de Covid no ano de 2020. A proposta inicial contemplava processos de vivência presencial em cada organização, para acompanhar as atividades desenvolvidas com seus públicos prioritários. O conteúdo da pesquisa nasceria do processo de vivência, observação e escuta da própria pesquisadora.

A adaptação precisou acontecer devido ao prolongamento do tempo de isolamento social, que não permitiu qualquer atividade de pesquisa presencial. Assim, os questionários representaram um formato mais adequado para o levantamento de dados, com perguntas estruturadas, fechadas, semiabertas e abertas, descritivas e capazes de oferecer conteúdo de análise.

O questionário da Etapa I era enviado virtualmente e respondido pelo entrevistado e direcionava as questões para o gestor, seu perfil e sua atuação.

ETAPA I: QUESTIONÁRIO ORGANIZADO E APLICADO EM FORMULÁRIO VIRTUAL
1. Nome completo
2. Organização / rede / coletivo
3. Função / cargo
4. Idade
5. Há quanto tempo atua nesta organização?
6. Gênero

7. Você se considera parte de alguma população historicamente silenciada ou excluída de direitos?
8. Quais?
9. Quais temas fazem parte de sua atuação?
10. Com quais segmentos sociais, você em sua atuação, precisa dialogar frequentemente?
11. Acredita que possui um lugar de fala socialmente reconhecido diante destes segmentos sociais? Poderia explicar?
12. Acredita que possui um lugar de escuta socialmente reconhecido diante destes segmentos sociais? Poderia explicar?
13. Quais competências você possui e considera relevante para dialogar com diferentes segmentos sociais? Por quê?

A segunda etapa dos questionários foi realizada em formato de entrevista, gravada e transcrita e direcionou perguntas para o nível organizacional (exceto a que perguntava: “Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?”, que intencionalmente foi incluída na Etapa II para poder ser melhor explorada em resposta oral.

A construção das questões teve como base a pesquisa teórica realizada anteriormente e já previam um conteúdo a ser analisado a partir de algumas técnicas específicas (descritas no próximo capítulo).

ETAPA II: QUESTIONÁRIO APLICADO EM FORMATO DE ENTREVISTA GRAVADA (POR PLATAFORMA VIRTUAL)
1. Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
2. Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.
3. Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?
4. Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?
5. Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?
6. Qual é o lugar de fala de sua organização?
7. Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)
8. Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?
9. Qual/quais você considera mais inovadoras?
10. Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

11. Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?
12. Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada? (Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)
13. Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

d.2. Organização dos dados da pesquisa

A organização e análise dos dados da pesquisa está presente em vários estágios da investigação e torna-se mais sistemática e mais formal após o encerramento da coleta de dados (ANDRÉ e LÜDKE, 1986, p.45)³. Sendo assim, toda escolha feita tem consequências para a análise dos dados. Quando se optou pela entrevista como principal formato de coleta de dados, foi necessário organizar qual seria a melhor forma de analisar o conteúdo como forma de chegar à descrição do fenômeno ou problema. Lembrando que “analisar os dados qualitativos significa trabalhar todo o material obtido durante a pesquisa, ou seja, os relatos das observações, as transcrições de entrevistas, as análises de documentos e as demais informações disponíveis (LÜDKE e ANDRÉ, 1986, p.45).

As metodologias de análise têm relação com as metodologias utilizadas na coleta dos dados de uma pesquisa. Para esta pesquisa, as escolhas partiram de três diferentes opções: a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011); Análise do Discurso (ORLANDI, 2009); ou ainda, Análise Textual Discursiva (MORAES; GALIAZZI, 2005).

A pesquisa optou pela análise de conteúdo, um método empírico que, segundo Bardin, é um conjunto de instrumentos de cunho metodológico que permite, além de um desvendar crítico, a classificação dos componentes do significado da mensagem em espécie de gavetas a partir de seus significados (2011, p.15), no qual se encaixam a análise de entrevista.

As entrevistas, como um método de investigação específico e complexo foram organizadas da seguinte forma:

- pré-análise: preocupando-se com a representatividade e homogeneidade, com dados referentes a um mesmo tema coletados por meio de técnicas iguais e indivíduos semelhantes;

³ LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

- a exploração do material: com a escolha de categorias de classificação e agregação. Na perspectiva da análise do conteúdo, as categorias são vistas como rubricas ou classes que agrupam determinados elementos com características comuns. Essa categorização aconteceu a partir de critérios semânticos (campos de sentido em temas relevantes, como por exemplo, *diversidade nas redações*) e da análise de conteúdo (relacionada à pesquisa bibliográfica e ao próprio conteúdo da entrevista).
- organização das informações: foi realizada em duas etapas, a primeira de inventário (onde se isolou os elementos comuns, como por exemplo, lugar de fala e lugar de escuta da organização) e classificação (onde dividiu os elementos, como por exemplo, o lugar de fala de uma organização está relacionada à comunidade LGBTQIAP+ com deficiência e da outra, à juventude).
- tratamento dos resultados: foram organizados por inferência, buscando o que se esconde por trás dos significados das respostas na interpretação dos dados, onde retomou-se o referencial teórico para embasar as análises e dar sentido à interpretação (como por exemplo, um importante lugar de escuta da organização é sua equipe, que é formada por mulheres, negros, jovens periféricos e assim, é muito diversa).

PARTE I: Dinâmica e poder da comunicação no contexto latino-americano

A Parte I da pesquisa concentrou todo o embasamento teórico. Organizou um uma sequência lógica que trata da “cultura do silêncio”, de Paulo Freire, como ponto de partida das reflexões sobre a construção de espaços de silenciamento das vozes sociais na realidade brasileira e latino-americana e a cultura dialógica como proposta de transformação social.

Também procurou teorizar em torno do conceito de lugar de fala como prática de participação de vozes historicamente silenciadas. Por fim, desenvolveu uma perspectiva em torno da necessidade da construção de lugares de escutas para as vozes intencionalmente não ouvidas nos espaços públicos de manifestação dos diferentes discursos sociais.

A lógica proposta teve como objetivo trilhar um caminho sobre os estudos dos silenciamento dos discursos sociais, até contextualizar a educomunicação como teoria e prática de valorização das falas, escutas e provocadora de ambientes sociais mais dialógicos.

1. O que é a “cultura do silêncio”?

Aprofundar a *cultura do silêncio*, conceito delineado pelo educador Paulo Freire ao longo de sua produção teórica, é ponto fundamental e inicial para o entendimento do *lugar de fala* e de *escuta* que a pesquisa se propõe a explorar, além de outros aspectos relacionados a construção do direito à comunicação. Inúmeras teorias lançam mão de análises dos discursos e seu poder nas sociedades. Porém, diante da realidade latino-americana e seu processo de colonização exploratório, autoritário e violento, existem questões históricas e estruturais que necessitam ser especificadas, pois possuem relação direta com os formatos de manifestação da palavra na sociedade brasileira, latina e sul-americana. Nesta contextualização, é importante lembrar que as obras de Paulo Freire são consideradas revolucionárias no campo de estudos da educação, mas vão muito além disto. “Elas se conectam com perspectivas epistêmicas importantes não só para se constituir um olhar crítico sobre a realidade, mas também para uma *práxis* transformadora” (OLIVEIRA, 2020, p. 123).

A teoria a respeito da “cultura do silêncio” foi fundamentalmente construída a partir de tensões, contradições e processos de desigualdades sociais presentes no contexto histórico latino-americano e tem relação com o formato de distribuição e concentração do direito à fala relacionados à colonização e seus impactos. As matrizes desse campo constituem-se a partir do aporte teórico-metodológico de Paulo Freire e sua profunda relação com a temática emergente do campo democrático popular da América Latina, associando perspectivas teóricas de base fenomenológica, existencialista, marxista e cristã.

Para ele:

Dizer a palavra não é um ato verdadeiro se isso não está ao mesmo tempo associado ao direito de auto expressão e de expressão do mundo, de criar e recriar, de decidir e escolher e, finalmente, participar do processo histórico da sociedade. Na cultura do silêncio as massas são ‘mudas’, isto é, elas são proibidas de criativamente tomar parte na transformação da sociedade e, portanto, proibidas de ser”. (FREIRE, 1970 apud VENÍCIO, 2017)

Freire, ao posicionar-se politicamente, assume pressupostos epistemológicos e metodológicos que valorizam a palavra, entendida como parte essencial do processo de humanização (tão característico da teoria freireana). Na verdade, afirmava o educador que “é na constituição da palavra que nos reconhecemos como seres políticos” (LOUREIRO E PEREIRA, 2019).

O educador entendia cultura não como uma coisa, mas um conjunto de relações (LIMA, 2011, p. 111). E o conceito de *cultura do silêncio* é resultado da busca permanente pelas razões históricas que têm levado pessoas na sociedade brasileira e latino-americana “a nascer, viver e, sobretudo, permanecer na condição de emudecida, sem ter sua voz ouvida e excluída de decisões que dizem respeito à construção de regras determinantes de suas próprias vidas” (LIMA, 2017). Freire considerava sua superação condição indispensável para a plena realização humana e para a democratização. Assim, ele busca na história da colonização do Brasil as referências capazes de demonstrar a nocividade de uma nação composta pela relação de senhores e escravos e descrita como “sem povo, sem fala, e vencida, ao longo da história, pela violência e poder”. (BERLINCK apud VENÍCIO, 2011).

As formas de dominação colonial (MIGNOLO, 2008) acontecem em três dimensões principais: (a) na *colonialidade do poder*, com uma grande rede complexa e entrelaçada, de continuidade de formas diversas de dominação colonial, mesmo após o fim das administrações coloniais. Conforme Quijano (apud LOUREIRO E PEREIRA, 2019) a colonialidade do poder prevê algumas estruturas de controle, como da economia, da autoridade, da natureza e dos recursos naturais, do gênero e da sexualidade, da subjetividade e do conhecimento; (b) na *colonialidade do ser*, conceito desenvolvido por Maldonado-Torres (apud LOUREIRO E PEREIRA, 2019) acerca da própria vida e existência no espaço colonial, na qual os sujeitos subalternizados (as), racializados(as), oprimidos(as) veem os seus corpos e vidas violados pelo projeto moderno e têm sua humanidade negada; (c) na *colonialidade do saber*, (MIGNOLO apud LOUREIRO E PEREIRA, 2019) que são estratégias de dominação do pensamento e das formas de representação social pautadas por referências europeias e norte-americanas, que revela um legado epistemológico que proíbe pensar a partir de formas de saber e conhecer próprias do seu local de enunciação.

O primeiro plano da violência desencadeada contra os sistemas locais de saber é não os considerar um saber. A invisibilidade é a primeira razão pela qual os sistemas locais entram em colapso, antes de serem testados e comprovados pelo confronto com o saber dominante do Ocidente. A própria distância elimina os sistemas locais da percepção. Quando o saber local aparece de fato no campo da visão globalizadora, fazem com que desapareça, negando-lhe o status de um saber sistemático e atribuindo-lhe os adjetivos de primitivo e anticientífico. (SHIVA, 2003, p. 22-23).

Por um viés histórico, Paulo Freire aponta três questões da colonização brasileira centrais para a formulação da cultura do silêncio (LIMA, 2011): o objetivo de

exploração econômica de Portugal com relação ao Brasil e seu desinteresse em desenvolver uma civilização/nação, o modelo de grandes propriedades separadas por grandes distâncias e o conseqüente isolamento das comunidades formadas. Por sua vez, essa herança colonial provoca outras três diferentes conseqüências sociais destacadas pelo educador e que influenciam a lógica proposta para a cultura do silêncio: a primeira foi nominada *inexperiência democrática*, fruto da ausência de uma vida comunitária e de participação na solução de problemas comuns, na sociedade colonial brasileira. A segunda, o *mutismo*, é explicado como uma característica da sociedade a que se negam a comunicação e o diálogo e, em seu lugar, são oferecidos comunicados. O mutismo “não significa ausência de resposta, mas sim uma resposta que carece de criticidade” (LIMA, 2011). O terceiro aspecto da herança colonial que influencia a cultura do silêncio é a consolidação de uma *teoria da dependência*, sustentada por séculos de colonização portuguesa e espanhola na América Latina que resultaram numa estrutura de dominação, à qual corresponde um conjunto de representações e comportamentos, como formas de ser, pensar e expressar.

Freire utiliza pela primeira vez a expressão *cultura do silêncio* referindo-se não só ao Brasil, mas a América Latina como um todo, como o ambiente do tolhimento da voz e da ausência de comunicação, da incomunicabilidade. Ou, nas palavras do educador em seu ensaio *Ação Cultural para a Liberdade* (1976, p. 70-71):

Só é possível compreender a cultura do silêncio se a tomarmos como uma totalidade que é, ela própria, parte de um todo maior. Neste todo maior devemos reconhecer também a cultura ou culturas que determinam a voz da cultura do silêncio. [...] A compreensão da cultura do silêncio pressupõe uma análise da dependência enquanto fenômeno relacional que acarreta diversas formas de ser, de pensar, de expressão, tanto da cultura do silêncio como da cultura que “tem voz” [...]. A sociedade dependente é por definição uma sociedade silenciosa. Sua voz não é autêntica, mas apenas um eco da voz da metrópole – em todos os aspectos, a metrópole fala, a sociedade dependente ouve. O silêncio da sociedade-objeto face à sociedade metropolitana se reproduz nas relações desenvolvidas no interior da primeira. Suas elites, silenciosas frente à metrópole, silenciam, por sua vez, o seu próprio povo. Apenas, quando o povo da sociedade dependente rompe as amarras da cultura do silêncio e conquista seu direito de falar – quer dizer, apenas quando mudanças estruturais radicais transformam a sociedade dependente – é que esta sociedade como um todo pode deixar de ser silenciosa face à sociedade metropolitana.

O conceito de *cultura do silêncio* resume a impossibilidade de homens e mulheres de serem cidadãos políticos e exercerem interferência nas realidades colonizantes em que estão inseridos(das). Resumem-se a reflexos das ações de dominação do poder, do ser e do saber da sociedade colonizadora, silenciados e

barrados do direito de expressar suas formas de percepção/ação no/com o mundo de forma autêntica e crítica, como “quase-coisas” incapazes de “dizer a sua palavra” (LOUREIRO e PEREIRA, 2019).

A cultura do silêncio assume uma função ideológica à medida que narrativas hegemônicas naturalizam situações historicamente construídas e assim as classes subalternas se colocam dentro de uma dimensão fatalista de compreensão da realidade (OLIVEIRA, 2022, p. 123).

1.2. Caminhos para “dizer a sua palavra”

A partir de *Pedagogia do Oprimido*, Freire (1987) busca possíveis enfrentamentos a esse quadro de silenciamento e aponta seus desdobramentos em nível político e cultural. Para ele, subalternizados(as), colonizados(as) e oprimidos(as) são categorias que comportam os indivíduos que não se reconhecem como sujeitos do processo histórico, que são impedidos (mesmo que existam resistências) de ação contrária aos padrões hegemônicos aos quais são submetidos. (LOUREIRO E PEREIRA, 2019, S/N)

Enquanto, na ação antidialógica, a manipulação, anestesiando as massas populares, facilita sua dominação, na ação dialógica, a manipulação cede seu lugar à verdadeira organização. Assim como, na ação antidialógica, a manipulação serve à conquista, na dialógica, o testemunho, ousado e amoroso, serve à organização. Esta, por sua vez, não apenas está ligada à união das massas populares como é um desdobramento natural desta união. (FREIRE, 1987, p. 121).

O conceito de “dizer a sua palavra” aparece em Freire a partir da problematização a palavra verdadeira (desprovida de dominação) e como revelação existencial do diálogo. Para tanto, ela é constituída de duas dimensões, a ação e a reflexão. Quando entendida em sua característica de *práxis*, a própria palavra “verdadeira” implica a transformação do mundo, a partir da ruptura intelectual e da autoafirmação. Se na cultura do silêncio viver é apenas existir, o não pronunciar a sua palavra significa ouvir e reproduzir a palavra de outros (FREIRE, 1976).

Pensar epistemologias divergentes do pensamento hegemônico representa resistência e transgressão e por isso Freire torna-se tão revolucionário ao desenvolver um método de educação que estimula as pessoas a tomar a história em suas mãos,

que respeita e valoriza diferentes formas de saber, viver, conhecer, saber e existir e estimula o aprendizado, o pensamento e o pronunciamento do seu mundo como proposta de transformação social. A alfabetização política de Freire não ensina a repetir palavras dentro de um discurso abstrato e imposto. Pelo contrário, ele coloca o alfabetizando em condições de poder re-existenciar criticamente as palavras de seu mundo, para, na oportunidade devida, saber e poder dizer a sua palavra. (FREIRE, 1987).

A atualidade do pensamento de Paulo Freire está no fato de que é possível reconhecer a existência de áreas de silêncio dentro de qualquer sistema, seja nas periferias urbanas, em localidade ricas ou pobres, de países desenvolvidos ou não, isto é, onde não há a libertação da palavra:

Há de se questionar se as condições existentes no século XXI impedem a sobrevivência de áreas de silêncio, de ausência de voz pública ou, ao contrário, em que medida atualizam e reproduzem a estrutura de dominação que sempre excluiu os oprimidos de uma sociedade escravocrata que carrega até hoje as marcas profundas dessa realidade histórica. Não estariam os oprimidos históricos – povos originários, negros, mulheres e as classes trabalhadoras – silenciados hoje tanto por políticas de silenciamento específicas, quanto pelo discurso público hegemônico que permanece classista, patriarcal e racista? (LIMA, 2017)

Na verdade, para LIMA (2017), desde que meios tecnológicos – jornais, rádio, televisão, internet – passaram a ser mediadores incontornáveis da voz que se expressa e se faz ouvir no debate público, começaram também a existir políticas – explícitas ou não – relativas ao seu funcionamento, que se somaram às características históricas de formação da sociedade brasileira e funcionam como políticas de silenciamento excludentes, possibilitando a perpetuação da cultura do silêncio e de práticas hegemônicas⁴.

Vale lembrar *A Ordem do Discurso*, na qual Foucault (2012, p. 8-9) descreve:

Suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que tem por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.

⁴ O emprego do termo hegemonia teve um caráter positivo na social-democracia russa, devido à tomada do poder político pelo proletariado. Contudo, nas teorizações posteriores, a hegemonia assume uma conotação negativa, por fomentar, a partir de aparatos e instituições e da prática articulatória chamada de discurso, a unidade de um pensamento hegemônico (condutor das práticas sociais). Gramsci, no contexto de um Estado que se redefiniria na Europa nas primeiras décadas do século XX, descreve a superestrutura como um conjunto dinâmico, complexo e pleno de contradições, por meio do qual a classe hegemônica exerce sua dominação, com instrumentos repressivos ou culturais, com a função de disseminar a ideologia dominante para as classes subalternas e auxiliares, processo no qual o Estado, ao ampliar suas funções, sobretudo as de caráter educativo, teria papel fundamental (VASCONCELOS, SILVA E SCHMALLER, 2012, p. 83).

Quem diz, sempre o faz a partir de um lugar (histórico e social) e uma intenção, pois quem se apodera do discurso se apodera do poder e instaura, por conseguinte, relações assimétricas entre quem o profere e quem o ouve. (STOLZ, 2008, p. 161). A essência da crítica foucaultiana à ordem do discurso refere-se aos procedimentos que visam ao controle do que é produzido, por quem é produzido, e de como se distribuem.

A lógica da cultura do silêncio freireana revela como, historicamente, se desenvolveu o trânsito do discurso no Brasil. Atualmente, os formatos de acesso e exercício do discurso e de pronúncia da palavra na esfera pública⁵, quando analisada a partir do modelo de expansão dos veículos de comunicação, funciona como um reforço da política de silenciamento, ao favorecer a manifestação pública das vozes dominantes e a exclusão das vozes dos oprimidos históricos da sociedade brasileira: povos originários, negros, mulheres e classes trabalhadoras (LIMA, 2011). Ainda hoje, e agora no universo virtual, as formas de resposta ao discurso dominante permanecem, em boa parte, sob o controle de uns poucos grandes grupos empresariais da mídia tradicional e das novas mídias. Oliveira (2022, p. 123) lembra que tal processo é o que Habermas nomeou como a decadência da esfera pública como uma “rede adequada para a comunicação de conteúdos”, devido à grande influência exercida por grandes corporações capazes de gerenciar os fluxos comunicativos de acordo com seus interesses, exercendo assim uma “comunicação da cultura do silêncio”. No caso brasileiro, essa influência foi amplamente exercida pelos conglomerados privados de mídia, como direcionadores dos discursos validados nas esferas públicas.

No modelo brasileiro de desenvolvimento de novas práticas comunicativas, Venício Lima, a partir da teoria freireana, contesta a lógica dos liberais clássicos que entendem o Estado como um mero inimigo clássico da liberdade do discurso. Na realidade, diante do histórico colonial brasileiro, o estudioso explica que a consolidação da democracia pode se fortalecer a partir da capacidade do Estado de escutar as diferentes vozes sociais. Para Lima (2017), o poder público pode ser uma fonte de liberdade quando promove a robustez do debate público, favorecendo os lugares de fala para as vozes não escutadas. “Ele pode até mesmo ter que silenciar

⁵ “A esfera pública não pode ser entendida como uma instituição, nem como uma organização, pois ela não constitui uma estrutura normativa capaz de diferenciar entre competências e papéis, nem regula o modo de pertença a uma organização, etc. Tampouco ela constitui um sistema, pois, mesmo que seja possível delinear seus limites internos, exteriormente ela se caracteriza através de horizontes abertos, permeáveis e deslocáveis. A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfiadas em temas específicos”. (Habermas 2003, p. 92)

as vozes de alguns para ouvir as vozes dos outros. Algumas vezes não há outra forma (FISS, 2005, p. 30).

Cabe, na visão de Lima, ao Estado promover e garantir o debate aberto e integral e assegurar que o espaço público ouça a amplitude de vozes sociais nele presente, ou ainda, garanta a democracia exigindo que o discurso hegemônico não comprometa outros discursos, como acontece quando grande parte do espaço público de comunicação é unilateral e monopolizado.

O poder público também assume um papel central para o fim da cultura do silêncio quando se compromete com os princípios de uma educação libertadora. “Por isto, a educação como ação cultural para a liberdade é uma atitude política não no sentido de ‘conduzi-las’ (as pessoas) mas de potencializá-las como sujeitos históricos. Como diz o próprio Freire, a educação não transforma a realidade e sim as pessoas – e as pessoas é que transformam a realidade” (OLIVEIRA, 2022, P. 131).

Assim, ficam algumas questões para conduzir a leitura do próximo tópico desta pesquisa: seria o *lugar de fala* uma nova teoria e *práxis* capaz de desenvolver uma dinâmica de escuta das vozes sociais silenciadas? Seria, assim, a construção de uma prática social pautada no lugar de fala uma manifestação pública de aprimoramento do direito humano à comunicação e quebra da cultura do silêncio?

2. Diálogo: o discurso vivo e em movimento

A teoria freireana aponta relações mais dialógicas como espaço de superação da cultura do silêncio. Mas, desvendar o significado desta palavra tão emblemática no campo da educação e da comunicação parece um desafio necessário a esta pesquisa. Primeiro, porque relações dialógicas ideais, na concepção freireana, deveriam estar isentas das relações de poder, para provocar a dinâmica ideal libertadora da palavra. Mas existe um campo imensurável de forças que operam no movimento existente entre fala e escuta em uma sociedade.

A palavra diálogo, usada corriqueiramente como sinônimo de conversa, define conceitos muito mais complexos do que uma simples troca de palavras, ideias ou informações de pessoa a pessoa. Cada indivíduo é um complexo emaranhado social, que carrega identidades, posições, conceitos e preconceitos que se manifestam e são direcionadores dos seus diálogos. Nos campos da filosofia, da psicologia e das ciências sociais, há vários teóricos que se dedicaram e se dedicam a investigar seus vários usos e sentidos para o campo dialógico.

Vamos citar estudos referentes a cinco diferentes estudiosos do diálogo: Martin Buber, Bakhtin, Gadamer, David Bohn e Paulo Freire.

É importante dizer que explorar a lógica do diálogo é ponto fundamental para chegar ao entendimento sobre como o lugar de fala e a construção do “lugar de escuta” podem ser influenciar a superação da cultura do silêncio.

2.1. Buber e uma nova forma de estar no mundo

O primeiro estudioso do diálogo citado nesta pesquisa é Martin Buber, escritor, teólogo e filósofo nascido em Viena, Áustria, em 1878. É considerado o *filósofo do diálogo* e propõe um projeto de existência fundamentado no resgate do humano a partir da relação que estabelece entre si e os outros seres da natureza – vivos e não-vivos – com a cultura, suas manifestações e com a sociedade, como um todo. A partir desta compreensão, propõe uma nova forma de ser e estar no mundo. De acordo com Maria Angélica de Melo Rente, autora do artigo *O diálogo em Martin Buber* (2020, p. 33), conhecer a obra do autor é:

relevante não só para o campo da filosofia e da religião, mas também para as ciências sociais e ambientais, como forma de compreender e propor alternativas éticas e políticas para uma vida mais justa, digna e livre para todas as pessoas e seres e para o próprio planeta; para a psicologia e seus desdobramentos terapêuticos, na compreensão do humano como ser ecológico, implicado no mundo e que se constitui como pessoa nas relações; para a pedagogia, através da noção de que o aprendizado se dá à partir da implicação na realidade que nos circunda e da abertura para o diálogo com ela, num profundo amor pela vida e todas as suas manifestações; e para todos aqueles que buscam uma atuação no mundo capaz de transformar a realidade.

Sua obra é caracterizada pela a valorização da comunidade e a conexão com o *outro*, a preocupação com a relação como constituinte primário do ser, e o trabalho em torno de uma antropologia do encontro que busca compreender como os seres se constituem pessoas e como pessoas reunidas tornam-se comunidades (RENTE, 2020, p. 26).

Buber desenvolve a lógica dialógica como um novo paradigma de compreensão de mundo (RENTE, 2020, p. 28), “contrapondo-se a uma visão dualista, binária e separatista, que ainda prevalece no âmbito da filosofia e das ciências, especialmente derivada da tradição cartesiana, que nos coloca como indivíduos separados uns dos outros, do mundo e da natureza”.

Na concepção buberiana, só nos tornamos pessoas em relação (BUBER, 1982) e a linguagem é o campo que propicia essa relação. Contudo, a comunicação não precisa de palavras emitidas para ocorrer: “Assim como o mais ardoroso falar de um para o outro não constitui uma conversação (...), por sua vez, uma conversação não necessita de som algum, nem sequer de um gesto. A linguagem pode renunciar a toda mediação de sentidos e ainda assim é linguagem” (BUBER, 1982, p. 35). A comunicação refere-se ao campo relacional de afetabilidades, que não depende de palavras e “implica na abertura para a alteridade radical do outro que coabita o mundo conosco, seja esse outro ser humano, outros viventes não-humanos ou mesmo entes da natureza”. (RENTE, 2020, p. 30)

Buber classifica três tipos de diálogo: o *autêntico*, falado ou silencioso, no qual cada participante se volta ao outro com a intenção de estabelecer uma reciprocidade viva; o *diálogo técnico*, movido pela necessidade de um entendimento objetivo; e o *monólogo* disfarçado, onde duas ou mais pessoas falam, cada uma consigo mesma (1982, p. 53-54).

Interessante perceber que Buber contesta a etimologia grega da palavra diálogo como sendo *di* = *dois*; *logos* = *pensamento, razão*. Para ele, o prefixo é *dia-*,

que significa “*através*”, tornando o diálogo autêntico, de acordo com Rente (2020, p. 31) um processo de construção conjunta de sentidos que se dá através de seus participantes, ou seja, pelo encontro inter-humano, (BUBER, 2001, p. 13), uma dimensão particular da existência, uma categoria própria que descreve as relações entre as pessoas. Diferente da sociologia, que se refere à coexistência, com privilégio do elemento coletivo sobre as relações pessoais, Buber refere-se à uma noção de inter-existência.

A antropologia do encontro buberiana fala de duas formas de estar no mundo (em relação): o Eu-Isso e o Eu-Tu, chamadas de “palavras-princípio” (BUBER, 2001, p. 53). Eu-Tu trata do encontro e interação entre duas consciências coparticipantes, fundamentada em uma postura dialógica, na qual não existe uma exigência de concordância total, mas sim uma atitude de aceitação que não nega a diferença e nem afirma a igualdade que se fundamenta em uma lógica relacional. O Eu se torna Eu em virtude do Tu e nenhum existe fora dessa relação. (RENTE, 2020, p. 35)

A palavra-princípio Eu-Isso define um relacionamento de utilidade, para a qual o Isso é objeto de conhecimento e de experiência e refere-se ao mundo das categorizações e das identidades.

Todas as vezes em que falamos de observar, compreender, estudar, conhecer, estamos nos referindo a um Isso, mesmo que seja um outro ser humano, quando com ele estabelecemos relações de utilidade e instrumentalização, como, por exemplo, em relações de trabalho ou mesmo nas relações afetivas e amorosas. (...) É importante pontuar que nenhuma das duas modalidades é considerada superior ou mais adequada do que a outra; elas são apenas diferentes no que se refere aos efeitos causados no mundo e nas relações. (RENTE, 2020, p. 32)

A dialogia de Buber nos insere em um pensamento do relacionamento das pessoas com outras pessoas, com a natureza, com o mundo e seus fenômenos, baseada em uma lógica inclusiva e relações de complementaridade, não-binária. A conversação genuína visa criar um espaço de existência compartilhada no qual é possível discordar e se apresentar como alguém diverso e ser confirmado por isso.

A libertação da vontade de parecer e de ter razão, o acolhimento das formas diversas de existir generosamente apresentadas pelo outro, produzem fecundidade e criatividade: no encontro entre seres autênticos, a palavra nasce e, com ela, a possibilidade do surgimento de mundos outros, mais alinhados com o cuidado mútuo e a possibilidade de uma vida mais plena. (RENTE, 2020, p. 33)

2.2. Diálogo como a base da consciência social, em Bakhtin

O diálogo em Mikhail Bakhtin, o filósofo da linguagem, nascido em Oriol, Rússia, no final do século XIX, também parte da lógica de que a existência do ser humano está condicionada a uma relação com o *Outro*, em um mundo de linguagem no qual a palavra alheia está sempre presente (GEGe, 2009, pp. 13-14). A consciência é social e formada na interação com o mundo. Somos resultado dos relacionamentos com outros sujeitos, discursos, ordens sociais, culturas e a alteridade é o fundamento de uma identidade sendo formada (FORMENTÃO, 2020, p. 36). As conversas cotidianas, as discussões em família, entre patrão e empregado, as saudações, os encontros casuais, as brincadeiras, a vida na rua, a música são produções culturais instauradas no dialogismo, nessa constante presença do Outro.

Fazemos parte, portanto, de uma totalidade social que adquire diferentes aspectos na produção de sentidos efetivada no processo de interação/diálogo ininterrupto. Integrados a este processo, a diversidade e a pluralidade correspondem à cultura como a instância na qual transitam os discursos sócio-históricos originados do movimento decorrentes do confronto de interesses sociais. (FORMENTÃO, 2020, p. 41)

Para Bakhtin, a vida é dialógica por natureza e viver significa participar do diálogo: interrogar, ouvir, responder, concordar, etc (BAKHTIN, 2003, p. 348). A palavra é um fenômeno ideológico por excelência, na cultura e no social, quando se materializa na realidade. Falar e ouvir são movimentos de uma mesma atividade de produção de enunciados que respondem ao nosso interlocutor. “Desta forma, nossas respostas são formuladas a partir da nossa relação com a alteridade, ou seja, são contrapalavras às palavras do outro. Troco signos alheios por signos próprios. Desta forma é que construo a compreensão. Compreensão ativa e responsiva”. (GEGe, 2009, p. 24)

Os estudos de Bakhtin atribuem a centralidade da linguagem como o suporte da existência humana e como condição cognitiva de compreensão desta existência. A comunicação é o movimento da palavra e o diálogo são as palavras em interação, seja entre vozes, conhecimentos, alteridades. Compreender o diálogo em Bakhtin demanda entender esse movimento Eu/Outro. O monólogo é o diálogo que cala o outro. A polifonia respeita a voz do outro.

2.3. Diálogo como força transformadora, em Gadamer

Hans-Georg Gadamer (1900-2002) foi um filósofo alemão que desenvolveu uma hermenêutica filosófica a partir de um intenso diálogo com Platão, Aristóteles, Hegel, Husserl, Heidegger e outros pensadores da história da filosofia. Em sua construção sobre relações dialógicas, considera que o texto e seu autor pretendem comunicar algo, mas reforça a ideia de que essa comunicação será *escutada* por um intérprete, o qual, ao entrar em contato com essa comunicação, produz uma compreensão que não é nem somente sua, nem somente do texto, mas de ambos. (GRAVA E BARBOSA, 2020, p. 48)

Nas palavras do próprio Gadamer (2011):

O discurso do intérprete não é um texto, mas serve ao texto. Isso não significa, porém, que a contribuição do intérprete se esgote no modo de escutar o texto. (...). Essa linguagem mediadora possui, ela própria, uma estrutura dialógica. O intérprete que faz a intermediação entre as duas partes do diálogo nada pode fazer a não ser considerar sua distância frente ao emaranhado de ambas as posições como uma espécie de superioridade. Por isso, sua ajuda no entendimento (...) passa sempre por uma intermediação real que busca equilibrar o direito e os limites de ambas as partes (p. 405).

As considerações sobre a compreensão e interpretação de textos devem ser direcionadas para o diálogo lembrando que, para Gadamer, a linguagem não é (ou se reduz) a um instrumento do pensamento, mas sim aquilo que nos permite compreender nossa existência no mundo. No diálogo autêntico, duas pessoas se encontram na expectativa de escutar e ser escutado pelo outro, visando abrir um espaço de comunicação dentro do qual os horizontes ou perspectivas se encontrem. Nessa relação dialógica, que tem por pressuposto a horizontalidade, a equidade e possibilidade de que o outro pode estar certo, pode-se observar que cada um se expõe e corre o risco de ter que rever seus pressupostos diante do questionamento do outro. Nesse ponto, podemos considerar o sentido radical do conceito de diálogo em Gadamer (2011, p. 247):

Um diálogo é, para nós, aquilo que deixou uma marca. O que perfaz um verdadeiro diálogo não é termos experimentado algo de novo, mas termos encontrado no outro algo que ainda não havíamos encontrado em nossa própria experiência de mundo. O diálogo possui uma força transformadora. Onde um diálogo teve êxito ficou algo para nós e em nós que nos transformou. O diálogo possui, assim, uma grande proximidade com a amizade. É só no diálogo (e no “rir juntos”, que funciona como um entendimento tácito e transbordante) que os amigos podem encontrar-se e construir aquela espécie de comunhão onde cada qual continua sendo o

mesmo para o outro porque ambos encontram o outro e encontram a si mesmos nos outros”.

Grava e Barbosa (2020, p. 49) apontam que, em Gadamer: o diálogo não pode ser dominado por uma técnica, pois é um saber prático não-controlável; envolve uma ética e uma moral, pois escutar o outro a partir de seu lugar, de seu horizonte, exige levá-lo a sério em sua alteridade; a experiência do diálogo exige uma postura crítica sobre si e seus pressupostos, pois são colocados em movimento conceitos, visões e ideologias reificadas; os interlocutores são espelhos, que questionam o outro e a si. Fica explicado que Gadamer também entende o diálogo a partir do reconhecimento e não-objetificação do outro e considera que este apenas acontece no reconhecimento e abertura para a transformação a partir do tu, deixando-se afetar pelo outro.

Como diz Gadamer:

[...] na relação inter-humana o que importa é experimentar o tu realmente como um tu, isto é, não passar ao largo de suas pretensões e permitir que ele nos diga algo. Para isso é necessária abertura. Mas, por fim, esta abertura não se dá só para aquele a quem permitimos que nos fale. Ao contrário, aquele que em geral permite que se lhe diga algo está aberto de maneira fundamental. Sem essa abertura mútua, tampouco pode existir verdadeiro vínculo humano. A pertença mútua significa sempre e ao mesmo tempo poder ouvir uns aos outros. Quando dois se compreendem, isto não quer dizer que um “compreenda” o outro, isto é, que o olhe de cima para baixo. E igualmente, “escutar alguém” não significa simplesmente realizar às cegas o que o outro quer. Agir assim significa ser submisso. A abertura para o outro implica, pois, o reconhecimento de que devo estar disposto a deixar valer em mim algo contra mim, ainda que não haja nenhum outro que o faça valer contra mim (2015, p. 471-472).

Essas análises de Gadamer, quando pensadas no horizonte da política, mostram-se muito pertinentes à democracia. Grava e Barbosa (2020, p. 52) consideram, no pensamento político pós-moderno, principalmente relacionado à democracia participativa, o diálogo como a corporificação do ideal de política democrática ao favorecer uma mediação linguística com trocas de crenças em torno de um assunto, com compromisso na escuta do outro, abertura para a perspectiva alheia, podendo chegar a uma fusão dos horizontes ou mesmo alcançar uma compreensão mais profunda das diferenças. Favorece a exploração crítica dos pontos de vista um do outro, a deliberação orientada pelas perspectivas envolvidas, reflexividade em relação aos próprios e aos outros valores e suposições (GRAVA E BARBOSA, 2020, p. 55 e 56). Gadamer defende que o conhecimento é uma criação coletiva e que a verdade pode não estar conosco, mas em outro lugar, ou ser fruto da

relação dialógica. Esse potencial teórico e filosófico constitui o núcleo de um *ethos* dialógico de uma concepção de democracia radical, na qual vigora um compromisso racional com a natureza pública da verdade.

2.4. A física do diálogo, para David Bohm

David Bohm, físico norte-americano que, apesar de sua formação acadêmica relacionada à física quântica, aproximou-se de temas filosóficos e apresenta o conceito de diálogo a partir da origem etimológica do termo (BOHM, 2005). Assim como em Buber, explica diálogo a composição do prefixo 'dia', que quer dizer 'através', e 'logos', que remete a 'palavra' ou 'significado da palavra'. A partir disso, Bohm sintetiza o conceito como sendo "uma corrente de significados que flui entre nós e por nosso intermédio, que nos atravessa" (2005, p. 33).

Para o autor, diálogo se traduz como um fluxo de significados entre os envolvidos em uma conversa e o diferencia de outras formas de conversa, como discussão e negociação, por exemplo. Bohm explica a discussão como uma palavra cuja raiz etimológica remete à divisão e que procura um vencedor. A negociação é um processo em que as partes são ajustadas de forma a satisfazer a todos os presentes. Debate, consenso e deliberação são conversas polarizadas, focadas nos lados, nos participantes, nos seus interesses próprios e no esforço de convencimento, de sedução ou de inibição que exercem sobre os outros. Ao final não há aprendizado, criação ou transformação. (ANDRADE e MONTEIRO, 2020, p. 58)

O diálogo difere dessas outras conversas por se constituir como um caminho que busca a criação de condições para perceber, desafiar e suspender pressupostos individuais e coletivos, como uma investigação compartilhada que percorre o pensamento com a intenção de "mudar o modo como ele acontece coletivamente" (BOHM, 2005, p. 38). Quando se dialoga, diferentemente de quando se debate, se discute, se negocia e se delibera, não há vencedores ou perdedores, não há tentativa de sedução ou de convencimento, e nem de transposição de valores ou interesses sobre o outro. Bohm eleva o conceito de diálogo para um patamar que está além do senso comum e chama a atenção para o invisível dos indivíduos e de suas relações, e, ao descortinar esse invisível, também o organiza, tornando possível visualizá-lo e compreendê-lo. (ANDRADE E MONTEIRO, 2020, p. 60).

2.5. Paulo Freire e a pedagogia do diálogo para construção do conhecimento

O último teórico e único brasileiro citado no estudo é Paulo Freire, que tem o diálogo como conceito fundamental de sua pedagogia e, por isso, é debatido amplamente por pesquisadores do campo da Educação, pois coloca todo o processo dialógico no centro da construção de conhecimento e de qualquer processo educativo genuíno.

Desde o livro *Comunicação ou extensão*, que debate questões da ação do agrônomo, Paulo Freire faz uma análise pautada em decifrar o diálogo como proposta de transformação da sociedade, a partir da palavra, da cooperação, do reconhecimento do outro, da relação e do movimento que compete o ato de interagir dialogicamente. Ele descreve o diálogo como uma exigência existencial do ser humano. “Ser dialógico é não invadir, é não manipular, é não sloganizar. Ser dialógico é empenhar-se na transformação constante da realidade” (FREIRE, 1988, p. 43).

Pedagogia do Oprimido, o livro mais conhecido de Paulo Freire, dedica um capítulo à importância do diálogo. Chamou-o de *A dialogicidade – essência da educação como prática da liberdade* e afirma que não há diálogo

sem que cada um exercite, além da fala, a escuta atenta, a reflexão sobre o ponto de vista daqueles/as com quem dialoga, sem que seus participantes estejam dispostos a refletir sobre o que escutam, a observar a realidade sob diferentes pontos de vista e transformar suas próprias compreensões. Ou seja, não há diálogo se os/as envolvidos/as não estiverem dispostos a construir, juntos/as, outros olhares sobre o tema em questão. (FREIRE apud CECCON, 2020, p. 77)

O diálogo não pode reduzir-se a um ato de depositar ideias de um sujeito no outro, nem tampouco tornar-se simples trocas a serem consumidas (como na cultura do silêncio). Não é também discussão guerreira, polêmica, entre sujeitos que não aspiram a comprometer-se com a pronúncia do mundo, nem a buscar a verdade, mas a impor a sua (FREIRE, 2003, p. 79). Em *Pedagogia da autonomia*, que citaremos novamente no capítulo que trata da escuta, Freire (2002, p. 152) diz que “ensinar exige disponibilidade para o diálogo” e isso requer, do educador, a consciência e a segurança de não saber tudo e reconhecer que o ensinar compete em aprender, pois é fruto do movimento das palavras e ações, da relação, da interação.

Ceccon (2020), em sua análise sobre a construção do diálogo em Freire, aponta situações que inviabilizam o diálogo, abordadas pelo educador, como a

arrogância, que impede que o diálogo se estabeleça quando se observa ignorância apenas nos outros/as. “Nesse lugar de encontro, não há ignorantes absolutos, nem sábios absolutos: há homens que, em comunhão, buscam saber mais” (FREIRE, 2002, p. 81). O diálogo exige *humildade*.

Um segundo fator para que o diálogo aconteça é a crença na humanidade, no reconhecimento do outro como ser capaz de transformar. Ao contrário, o diálogo sem o reconhecimento do outro, torna-se um local propício para a manipulação (FREIRE, 2003, p. 81). O terceiro fator viabilizante do diálogo é a esperança, no sentido de movimento a algo que se almeja com esse diálogo. “Nesse sentido, cunhou o termo ‘esperançar’” (CECCON, 2020, p. 80).

O pensar verdadeiro é o último fator decisivo para o diálogo, de acordo com Freire, e consiste em pensar crítico, complexo, em movimento e entende a realidade como algo em construção. “Somente o diálogo, que implica um pensar crítico, é capaz, também, de gerá-lo. Sem ele não há comunicação e sem ela não há verdadeira educação” (FREIRE, 2003, p. 82).

Todos os autores, citados por trazerem descrições importantes para o contexto das relações dialógicas, têm aspectos em comum em suas obras. Primeiro, sinalizam seus próprios anseios relacionados à transformação das relações sociais possíveis por meio do diálogo. Em todos, a troca dialógica vai ao encontro do novo, do desconhecido, da criação e mobiliza sentidos. Os autores partem, assim, de uma noção complexa de relações e interações e valorizam aspectos do movimento, da incompletude dos significados construídos a partir das relações dialógicas. Nesse sentido, cada estudioso compreende o diálogo como uma necessidade existencial, relacionado ao ato de viver humano e de estabelecer significados, mas tratam da importância da vivência de um diálogo genuíno para a construção de relações mais justas e democráticas.

Para alcançar tal objetivo ambicioso, sugerem um olhar mais atento e qualificado para si próprio. Entendem que o Eu só existe por causa do Tu e propõem um olhar mais reflexivo e aberto para esse “outro”, dentro de interações dialógicas verdadeiras, nas quais entende ser possível a formação social de entendimentos novos a cada diálogo estabelecido. Todos os autores citados também ressaltam e reconhecem a essência do ouvir no processo dialógico, ponto fundamental para esse estudo.

Por fim, Aragão e Navarro (2004, p. 116-117) trazem uma importante análise sobre o papel do diálogo em nossa sociedade, transcrito integralmente abaixo:

Enfim, todas as formas pelas quais nos relacionamos e fazemos nossas trocas são constituídas/ligadas por sentidos que se encontram em movimento de construção permanente. Ao observarmos com atenção como e porque a sociedade atual interage, quase não encontramos sentido/significado em sua atividade. Nossas relações estão pobres, fragilizadas, sem essência. Daí a pertinência de estarmos cientes da dialogicidade da vida, em face de um mundo ressentido de explicações científicas capazes de dar conta de seus problemas.

Quando 'suspendemos nossas crenças' e ouvimos mais, tendemos a nos importar menos com nossas verdades e opiniões e olhamos com mais atenção/ciência/sentido ao mundo realidade em nossa volta e, assim, 'conscientizamos-nos' de forma mais crítica/objetiva de nossas construções enquanto sujeitos históricos e, por fim, apreendemos que é na relação com o *outro* que está todo o sentido da existência humana. Somos plenos somente com os outros, na relação dialógica com todas as formas de vida.

3. Lugar de fala como manifestação dos discursos silenciados

Parece natural que o caminho a ser perseguido para a superação da “cultura do silêncio” seja o diálogo. Contudo, nas relações sociais, os espaços dialógicos estão carregados de interesses, de relações controversas, de embates pela conquista e manutenção do poder. E, desta forma, silenciar vozes e impedir que o diálogo autêntico aconteça, é uma importante estratégia de dominação.

O termo “lugar de fala” tem assumido determinada centralidade diante de uma ação política que contesta a construção do poder por meio do discurso de uns e o silêncio de outros. Importantes linhas de pesquisa vem desenvolvendo estudos sobre o termo e, este capítulo pretende localizar os conceitos vigentes de lugar de fala, suas críticas, contradições e análises. Também é necessário intensificar a linha lógica que está costurando os conteúdos da cultura do silêncio, passando pela ideia do diálogo como espaço de entendimento ideal, mas que não se consolida diante da necessidade de manter determinadas vozes sociais em silêncio no espaço público. Ao não consentirem mais serem silenciados, esses grupos passaram a exigir a valorização e reconhecimento de seu “lugar de fala”.

Objetiva-se, assim, não necessariamente aprofundar os contextos de luta ao qual estão inseridos, e sim trazer luz às suas significações e usos do termo “lugar de fala” como proposta de ação política e de visibilidade de outras falas e narrativas contra-hegemônicas.

3.1. Eu em relação a “quem?”

A alteridade é a relação do eu com o outro. Uma dicotomia: o eu e o outro. Um reconhecimento: tudo o que não sou eu, é o outro. Na antropologia é permitir dialogar com as formas hierárquicas que convivem conosco. “É a admissão de que o humano não se enxerga sozinho. E que precisa da outra como seu espelho e guia” (MATTA, 1978, p. 12). Para que as relações dialógicas autênticas aconteçam, como vimos, é fundamental o reconhecimento pleno do outro. Também vimos que o não reconhecimento do outro é dado pela ausência do diálogo.

Duas transformações fazem parte desse lugar do eu e o outro na Antropologia: (a) transformar o exótico no familiar e (b) transformar o familiar em exótico. Especialmente a segunda transformação nos interessa nesse contexto:

A segunda transformação parece corresponder ao momento presente, quando a disciplina (do etnólogo) se volta para a nossa própria sociedade, num movimento semelhante a um auto-exorcismo, pois já não se trata mais de depositar no selvagem africano ou melanésico o mundo de práticas primitivas que se deseja objetificar e inventariar, mas de descobri-las em nós, nas nossas instituições, na nossa prática política e religiosa. O problema é, então, o de tirar a capa de membro de uma classe e de um grupo social específico para poder – como etnólogo – estranhar alguma regra social familiar e assim descobrir (ou recolocar, como fazem as crianças quando perguntam os “porquês”) o exótico no que está petrificado dentro de nós pela retificação e pelos mecanismos de legitimação. (MATTA, 1978, p. 5)

No âmbito coletivo, as sociedades se definem como um ao colocar o outro diante de si, como no caso das cidadãs de um país, para quem as pessoas de outro país são consideradas “estrangeiras”. Algumas questões surgem dessa relação, como a levantada por Linda Alcoff (1991 apud NAME, 2022), que há três décadas analisava o problema de se falar “do” outro, apontando a linha tênue e próxima de se falar “pelo” outro. Para a filósofa panamenha radicada nos Estados Unidos, a percepção sobre a verdade muda a depender de cada regime de poder, conjuntura geo-histórica e situação discursiva (LÓPEZ e LOPES, 2022, p. 67).

O termo “lugar de fala” tem agenciado exigências por representatividade em reivindicações relacionadas ao monopólio do dizer (GOMES, 2019). Atualmente, a expressão tem sido frequentemente empregada em discussões políticas, relacionadas à gênero, raça ou pelos direitos LGBTQIA+, que acontecem e se multiplicam pelas redes sociais e seu uso indiscriminado tem sido um meio para garantir ou retirar legitimidade política de quem fala ou escreve (CARVALHO, 2017). Tal realidade levanta preocupações por parte de estudiosos, uma vez que questões políticas complexas estariam sendo ignoradas nesses debates virtuais. Ignorar a construção histórica do “lugar de fala” pode servir, por exemplo, ao “extrativismo epistêmico” (GROSFOGUEL, 2016 apud NAME, 2022), isto é, a notabilização de determinadas teorias (em geral de homens brancos, sobretudo do norte global) à custa da apropriação sem referência ou até mesmo da depreciação de outras (elaboradas por gentes do sul: especialmente mulheres, indígenas e afrodescendentes).

Um levantamento (LÓPEZ e LOPES, 2022) demonstrou que, igualmente, nas discussões acadêmicas que empregam a noção de lugar de fala há um grande risco de esvaziamento conceitual. O estudo mapeou os usos do conceito em artigos acadêmicos publicados do Portal de Periódicos da Capes e na Scielo. Dos 142 artigos recuperados, 66% utilizou a expressão sem referências bibliográficas ou definições explícitas, mantendo, portanto, os riscos de esvaziamento conceitual. Nos demais artigos (34%), cinco apresentaram um uso negativo e aqueles que fizeram um uso positivo do conceito de lugar de fala integraram áreas argumentativas do feminismo negro, feminismo e estudos pós-coloniais, prioritariamente. Nesses campos, o conceito de lugar de fala tem um uso francamente político, abordando criticamente as relações de poder que permeiam as produções discursivas e silenciam grupos marginalizados (LÓPEZ e LOPES, 2022, p. 670). O levantamento destaca o alcance que o termo lugar de fala ganhou, no Brasil, a partir da atuação acadêmica e político-midiática de Djamila Ribeiro, filósofa voltada aos feminismos negros (RIBEIRO, 2016), autora de sucessos editoriais e com presença em jornais e revistas de grande circulação, programas de televisão e redes sociais virtuais (LÓPEZ e LOPES, 2022).

Contudo, nem todas as construções teóricas sobre lugar de fala são positivas. As principais críticas depreciativas sobre o emprego do termo indicam inadequações do seu uso em contextos específicos, como o das redes (CARVALHO, 2017) e apontam o risco de um uso “individual”. As tensões concentram-se no perigo de que o conceito perca uma dimensão macrossocial e coletiva, “convertendo-se em mera descrição de opiniões pessoais, histórias de vida, convicções” (LÓPEZ e LOPES, 2022, p. 671). A defesa da experiência como acesso privilegiado ao mundo, na crítica que se opõe ao uso do “lugar de fala”, pode minimizar a ideia de que indivíduos experimentam o mundo complexo de forma complexa, isto é, como se a experiência pudesse ser acessada de um jeito fragmentado:

ainda que qualquer argumentação continue carregando as marcas identitárias de seus portadores, não se pode considerar cada discurso como uma mera expressão de um dado lugar de fala. Cada autor, embora situado, deve realizar um trabalho de coletivização (ou des-singularização) de suas visões parciais, de modo que elas sejam aceitas como pertinentes por um público mais amplo. (CAMPOS, 2012, p. 55)

Por outro lado, as reações defensivas à construção de um espaço social para o uso político do termo “lugar de fala” demonstram que os regimes de autorização discursiva já estão instituídos contra os ativismos identitários e neste contexto, o

conceito se converte numa ferramenta de interrupção de vozes hegemônicas e opera em favor da possibilidade de emergências de vozes historicamente interrompidas:

Assim, quando os ativismos do lugar de fala desautorizam, eles estão, em última instância, desautorizando a matriz de autoridade que construiu o mundo como evento epistêmico; e estão também desautorizando a ficção segundo a qual partimos todas de uma posição comum de acesso à fala e à escuta. O que vem sendo desautorizado pelos ativismos do lugar de fala é um certo modo privilegiado de enunciar verdade, uma forma particularizada pelos privilégios epistêmicos da branquitude e da cisgeneridade de se comunicar e de estabelecer regimes de inteligibilidade, falabilidade e escuta política. (MOMBAÇA, 2017)

A exigência do “lugar de fala” surge diante de situações não-dialógicas, espaços que insistem em não favorecer a palavra do outro-objeto, que nitidamente carrega uma identidade diferente do eu-sujeito. A teoria do lugar de fala valoriza as múltiplas identidades, as experiências subjetivas e corporais como lugar de conhecimento motivadas por diversas condições humanas, biológicas e sociais, como no caso de uma mulher (e as suas relações de gênero) negra (em frente ao racismo) e suas escolhas afetivas (cis ou LGBTQIA+) ao longo de sua existência (etarismo), a partir de seu território (periférico ou central; ou norte e sul), suas condições físicas (capacitismo) e condição social (pobre ou rico). Seria impossível englobar num só movimento narrativo o todo de uma experiência política única, como tornou-se impossível englobar as especificidades dessa mulher negra em um feminismo branco e eurocêntrico.

... nos últimos anos temos tido a chance de aprender a falar sobre os efeitos de subalternidade que envolvem nossa experiência com o mundo, mas infelizmente esse trabalho não foi coextensivo ao de revelação dessas posições de poder cujo sentido da existência é inseparável da reprodução de regimes subalternizantes. Por isso o conceito de saberes situados acabou se limitando a reproduzir a hipervisibilidade da posição subalterna como objeto discursivo, sem criar condições para que, ao situar-se, os sujeitos posicionados em relação de privilégio perante a cisnormatividade, a heterossexualidade e a supremacia branca fossem capazes de perceber densamente a própria posição. (MOMBAÇA, 2017)

A repulsa ao lugar de fala pode representar o esforço pela manutenção da cultura do silêncio, das posições de poder, das estruturas de privilégio e dominação e de uma narrativa hegemônica com aparência neutra e falsamente verdadeira. Um projeto de descolonização (RIBEIRO, p. 17 e 19, 2016) epistemológica precisa pensar a importância da identidade, pois reflete o fato de que experiências são distintas e que a localização é importante para o conhecimento.

3.2. Um lugar de fala para o feminismo negro

O lugar de fala, para as feministas negras, articula-se com a defesa da produção de autodefinições por parte de grupos historicamente silenciados, no sentido de construir e expandir suas próprias narrativas, ao invés de serem definidas por discursos impostos por grupos dominantes (COLLINS, 2019; HOOKS, 2019; SPIVAK, 2010; RIBEIRO, 2017). Ele se constrói a partir de um conjunto de autoras reconhecidas como representantes desse movimento, como Audre Lorde, bell hooks, Grada Kilomba, Jota Mombaça, Kimberlé Crenshaw, Patricia Collins. No Brasil, a construção do conceito no meio acadêmico teve grande influência do livro *O que é lugar de fala?*, (RIBEIRO, 2017), tendo sido a fonte mais mencionada nos artigos analisados para fundamentar o campo⁶, de acordo com o levantamento de López e Lopes (2022, p. 681).

O texto de Ribeiro (2017) parece ter tido um impacto significativo na direção de diminuir riscos de esvaziamento conceitual, na medida em que proporcionou às/às autoras/es uma primeira sistematização da discussão feminista negra ao redor do conceito, bem como um compilado de fontes relevantes para sua constituição.

No campo dos estudos sociológicos do feminismo, a origem do termo é imprecisa e conecta-se com construções teóricas de Patricia Hill Collins na obra *Pensamento do feminismo negro*, onde argumenta sobre o *feminist standpoint* a partir da intersecção das desigualdades, na qual a mesma pessoa pode se encontrar em diferentes posições de vulnerabilidade e o elemento representativo das distintas experiências sobre ser mulher estaria assentado no entrecruzamento entre diferentes tópicos sociais como gênero, raça, classe, geração, sem predominância de algum elemento sobre outro. Esse entendimento está conectado à terceira onda do feminismo, que abdica de uma estrutura universal de luta pelos direitos das mulheres e defende outras intersecções a esse debate como possibilidade de localizar, com maior propriedade e precisão, as forças hegemônicas que atuam para a invisibilidade das vozes negras das mulheres. (RIBEIRO, 2016, p. 14)

Prioritariamente, o lugar de fala do feminismo negro faz uma leitura crítica das relações de poder, especialmente de raça e de gênero, em uma perspectiva

⁶ Contudo, importantes vozes como Sueli Carneiro, Conceição Evaristo e no campo da comunicação, Claudia Nonato, se destacam por estudos, publicações ou entrevistas sobre o tema.

interseccional e anticolonial (HOOKS, 2019; RAUL, 2016; RIBEIRO, 2017) e questiona o silêncio historicamente imposto à mulher negra. A produção discursiva no espaço público, que molda a organização hierárquica tradicional da sociedade, do conhecimento e das epistemologias não agrega diferentes processos discursivos considerados ilegítimos e que representam importantes instrumentos de transformação social e política (COLLINS, 2019; GONZALEZ, 1984; HOOKS, 2019, 2015; RIBEIRO, 2017).

A questão da identidade no lugar de fala do feminismo negro procura quebrar a ideia da mulher construída como um objeto não-essencial, a partir de uma epistemologia eurocêntrica, masculina, branca, heterossexual e patriarcal e de um feminismo universal, demarcando a existência de outros feminismos. O lugar de fala desse outro grupo representa uma coletividade de mulheres que enfrentam situações sociais comuns entre si, mas que não pode englobar a totalidade das mulheres. Essa é a representatividade, por exemplo, da fala de uma jovem indígena da Amazônia em uma conferência das Nações Unidas, por exemplo. Sua fala traz o lugar de uma coletividade de mulheres indígenas que enfrentam situações comuns por serem mulheres indígenas, mas que as diferencia de outras coletividades de mulheres. Elas carregam experiências sociais construídas ao longo dos tempos, que provavelmente lhes autorizem falar sobre os desafios das mulheres indígenas na proteção da Floresta Amazônica, por exemplo. Um feminismo hegemônico transforma a necessidade do grupo mais valorizado em demanda comum, por exemplo, quando trata sobre o desafio das mulheres no mercado de trabalho: nesse caso específico, de qual mulher estamos falando? É possível elencar inúmeros exemplos relacionados a vozes invisibilizadas em estruturas democráticas, como a mulher indígena na universidade, a mulher negra no mercado de trabalho, a mulher trans na mídia.

Os grupos que sofrem silenciamento não são homogêneos e têm demandas e dificuldades próprias. Uma autodefinição de mulheres negras não poderia apenas repetir uma narrativa construída por mulheres brancas (COLLINS, 2019), assim como uma narrativa de mulheres negras do Sul não pode simplesmente importar conceitos de autoras negras Norte-americanas.

Diferente do que levanta a crítica contrária ao uso do termo, o conceito de lugar de fala para essas autoras não pressupõe uma dinâmica de silenciamento dos grupos privilegiados, e sim um movimento crítico de redistribuição das possibilidades de fala, de escuta e, em última instância, de existência, capaz de “evidenciar como estes

corpos estão inscritos em uma relação de poder frente a corpos que se inscrevem de modos diferentes no seio destas normas”. (GORJON, MEZZARI e BASOLI, 2019, p. 5). Todos têm lugar de fala, mas o feminismo negro procura explicar a relevância e a necessidade de que suas vozes coletivas auxiliem na construção do pensamento do mundo, suas políticas, sua literatura, suas estruturas e suas histórias (BAMBIRRA e LISBOA, 2019, p. 272). Na verdade, vai além ao defender que a contação do mundo deve considerar múltiplas e diversificadas vozes de grupos sociais que se organizam como tal. E com isso, precisamos reforçar as conexões com as teorias apresentadas anteriormente, como a “cultura do silêncio” representando a construção social que rejeita a presença e o diálogo com determinadas vozes sociais, e demonstrar que a perspectiva do diálogo como prática social transformadora é rejeitada por quem detém o poder da fala e defendida, prioritariamente, pelos grupos silenciados, que aspiram a construção de ambientes que valorizem relações dialógicas entre as identidades.

É importante destacar que o feminismo negro e outros feminismos não-hegemônicos fazem importantes apontamentos acerca dos eixos de opressão racial, étnico e de classe (HOOKS, 2019) quando defendem a noção de lugar de fala feminista pautada no entendimento de que todo conhecimento é situado nas experiências compartilhadas por grandes grupos de pessoas (LÓPEZ e LOPES, 2022) e refutam a lógica de um discurso neutro capaz de traduzir demandas universais. Consideram que a desconstrução da narrativa hegemônica exige a presença de outros saberes e a disputa de narrativas precisa evidenciar como certas identidades têm sido historicamente silenciadas e desautorizadas no sentido epistêmico (RIBEIRO, 2016, p. 27).

A lógica do ponto de vista feminista negro nos dá base para entender o lugar de fala relacionado a diferentes grupos sociais vulnerabilizados por uma estrutura hegemônica que os criou culturalmente, que os objetifica e desumaniza: trata-se de indígenas, mulheres, negras, crianças e adolescentes, LGBTQIA+, periféricas e pobres, pessoas com deficiência, entre outros grupos que passam a lutar por seus espaços sociais ao longo dos tempos, como a mulher preta favelada, ou das mulheres gordas, ou das mulheres pretas nordestinas. Esses coletivos têm experiências e oportunidades distintas nos ambientes educacionais, de lazer, político, jurídico, econômico, no sistema de saúde e, sobretudo, em segmentos que dominam as narrativas, epistemologias e os discursos que sustentam esse sistema, como Academia e veículos de comunicação.

3.3. A construção do lugar de fala nos estudos decoloniais e pós-coloniais

A especificidade deste “lugar” do “lugar de fala” encontra-se na defesa de um recorte geopolítico específico para o reconhecimento das demandas e dificuldades de grupos subalternizados. Gayatri Chakravorty Spivak, no final dos anos 1980, lança um questionamento sobre a possibilidade dos subalternos falarem por si mesmos e discute o lugar do investigador, ao perguntar: pode o subalterno falar? (LÓPEZ e LOPES, 2022; NAME, 2022). Spivak tratava sobre como o racismo e o colonialismo interferia no fazer-se ouvir:

Para a intelectual indiana, os debates sobre os trânsitos de ideias e as práticas e os poderes de instáveis e não cartografáveis lócus de enunciação, que atravessam instituições (FOUCAULT [1969] 2009; DELEUZE; GUATTARI, [1980] 1995), não logravam se desprender de um sujeito universal refletido de homens brancos europeus, que se desterritorializam e desassujeitam de seus discursos. Spivak exigia que outras singularidades e experiências fossem consideradas na produção de saberes, ao mesmo tempo que acusava de parcialidade a intelectualidade. Duas concepções de lugar, tanto metáfora de posição social quanto dimensão geográfica objetiva, apresentavam-se em seu debate: na formulação de seus argumentos, afinal, Spivak refletiu sobre a história da imolação de viúvas do lugar que é a Índia e sobre a violência epistêmica contra essas mulheres pobres e não brancas. Para ela, as particularidades geo-históricas desse país, mas também de quem formulava teorias, as mantinham em uma posição subalterna de impossível enunciação sobre si. (NAME, 2022, p. 165)

O lugar de fala geográfico traz para o debate a natureza do “onde” se fala, em uma geografia entendida como a ciência dos lugares e que, reproduzindo os mesmos padrões hegemônicos do conhecimento, tratou de descrever o lugar dos outros: de povos ou comunidades dos quais quem descrevia não fazia parte. A descrição dos locais assumiu padrões de desenvolvimento impostos por lugares ditos centrais a outros ditos periféricos ou subdesenvolvidos, de acordo com a disponibilidade de recursos, redes e alcances de bens e serviços, ou mesmo padrões econômicos. Essa teorização tornou-se “metáforas de posição e hierarquia”, na qual o conceito de lugar servia como processo de classificação e subalternização de outras localidades e tornava legítimas, como precisas e universais, impressões parciais e falíveis (NAME, 2022, p. 166):

Em outras palavras: nessas abordagens geográficas, puderam o racismo e o androcentrismo, inerentes às ciências modernas – mas talvez mais explícitos nos primórdios da antropologia e da sociologia, escamotear-se em um debate sobre diferenças entre lugares considerados superiores ou inferiores devido aos desígnios da natureza ou a vantagens e desvantagens de uma posição

no mapa. Somente a partir da última década do século passado, críticas mais contundentes a essas acepções foram realizadas por intelectuais da geografia, a partir de interpretações centradas em dimensões de gênero, sexualidade, raça e classe.

Os estudos pós-coloniais assumem um papel de denúncia do processo de colonização dos países chamados de “primeiro mundo” em relação aos países dominados, que passaram a ser conhecidos como de “terceiro-mundo”, tanto no eixo norte-sul quanto no ocidente-oriental (GROSFOGUEL, 2008). O pensamento pós-colonial enfatizou a presença de uma “violência epistêmica”, que impõe uma narrativa imperialista, moderna, capitalista e eurocêntrica para os colonizados, muito além da evidente exploração econômica e dominação política por parte dos países colonizadores (LOPEZ e LÓPEZ, 2022, p. 674). Essa vertente decolonial de construção do lugar de fala retoma as críticas pós-coloniais, situando as discussões nas Américas, mais especificamente na América Latina, e propondo uma série de conceitos e pautas próprias e uma reestruturação da geopolítica do conhecimento, criando novos lugares de produção discursiva, como visto na teoria freireana sobre a “cultura do silêncio”. A chamada geografia humanista, por aproximações à fenomenologia e ao existencialismo, apontou que o lugar é uma expressão físico-material de afetos e sentidos coletivos.

Em certa medida, tais intelectuais descredibilizavam a sensibilidade dos forasteiros, acusados de um olhar externo, visitante, estrangeiro ou turista e a que se atribuía a conversão do lugar em paisagem; e apontavam que vivências mais imediatas e profundas do cotidiano de quem é da própria comunidade desenhariam um “sentido de lugar” – único e instituidor de identidades locais, fundadas em familiaridade, códigos, tradição e memória. (NAME, 2022, p. 170)

De acordo com o López e Lopes (2022), o termo lugar de fala construído a partir de estudos decoloniais faz referência a autores como Walter Dignolo, Enrique Dussel, Franz Fanon, Aníbal Quijano, Paulo Freire. Já no caso das referências pós-coloniais, as principais referências foram Gayatri C. Spivak, Homi Bhabha, Edward Said.

É importante localizar, no contexto dessa pesquisa, a teoria de lugar de fala que se apoia em discussões de Paulo Freire, quando defende a necessidade de um deslocamento do lugar de fala das classes oprimidas frente a dominação epistêmica, que acontece, como destacamos anteriormente, por meio da noção de roubo do sentido da palavra do oprimido pelo opressor (PENNA, 2014). Para Freire, essa lógica

de dominação destitui a possibilidade do colonizado de enunciar e transformar sua realidade a partir do pronunciamento da “palavra verdadeira”, isto é, “não é uma palavra a mais, oca, mitificante. É *práxis*, que implica a ação e a reflexão dos homens sobre o mundo para transformá-lo” (FREIRE, 1979, p. 52). A palavra verdadeira já está liberta da lógica epistêmica imposta pelo colonizador e representa a possibilidade de transformação da realidade. Localizada na teorização sobre lugar de fala, a teoria freireana reforça a libertação da palavra dos povos silenciados como possibilidade de transformação:

Pensada nesses termos, a dinâmica da dominação parece se organizar ao redor da questão sobre quem detém o poder de enunciar (e transformar) a realidade. Numa relação de dominação, como a de colonizador e colonizados, por exemplo, a desigualdade é instaurada e mantida mediante o controle desse poder: se, por um lado, o opressor é capaz de dizer a palavra verdadeira (ou seja, de usar um discurso e uma linguagem gestada por ele e pelo grupo ao qual pertence a partir de sua realidade e seus interesses), por outro lado, o oprimido é despojado dessa possibilidade, restando-lhe apenas a opção de dizer a palavra inautêntica (isto é, reproduzir um discurso imposto pelo opressor que é alheio à realidade e às necessidades do oprimido, e de cuja construção ele não participou).

O caminho para a libertação dos dominados passaria, portanto, por um processo de conscientização que implica abandonar a palavra inautêntica (imposta por uma realidade diferente) para começar a pronunciar a palavra verdadeira (que parta da perspectiva do oprimido e obedeça seus próprios interesses). (LÓPEZ e LOPES, 2022, 677-678)

A perspectiva decolonial sugere o deslocamento do direito de enunciação e conduz o conceito de lugar de fala para um universo geopolítico de dominação e hierarquização dos espaços, culturas e epistemologias tradicionais validado por discursos colonizadores, ou seja, geopoliticamente situados. “Ao mesmo tempo que denuncia, o conceito também elenca a possibilidade (e a necessidade) de produção e valorização de discursos (conhecimento, epistemologias, palavras verdadeiras, *vóz-praxis*) por parte dos povos colonizados, de modo a criar as condições de transformação de sua realidade, ou, em outras palavras, de sua decolonização” (LÓPEZ E LOPES, 2022, p. 678). Esse viés envolve, por exemplo, o silenciamento epistemológico e político dos povos indígenas latino-americanos.

Para Name (2022), o lugar de fala dentro da perspectiva decolonial, ao não aprofundar as interseccionalidades específicas das localidades, integra uma linha de pensamento que pode contribuir para a legitimação de conhecimentos descorporificados, por pouco questionar a predominância masculina e branca nas suas formulações. Afinal, mesmo nas posições de latinos, muitos intelectuais

decoloniais ainda são homens brancos em seus países de origem. “A maioria das mulheres com projeção no giro decolonial também seria considerada branca, se fossem levadas em conta as concepções de raça na América Latina”. (NAME, 2022, p. 172). Para o geógrafo, localizar todos esses parâmetros do conhecimento sobre “de onde fala quem fala sobre o lugar de fala”, é fundamental. A mulher negra latino-americana, dentro da perspectiva do feminismo decolonial, precisa sempre indagar de onde vem a mulher negra que está falando sobre feminismo negro, e, mais uma vez, protestarem por seu lugar de fala como mulheres negras do Sul na epistemologia do feminismo negro, por exemplo, que vem do Norte ou estadunidense. Por exemplo, quais de quantas são as autoras ou teorias africanas que nos pautam para falar do feminismo negro?

Name (2022) cita como exemplo a pesquisadora Haraway, que apesar de apontar o silêncio constrangedor entre as feministas brancas, radicais e socialistas sobre a questão da raça, pouco se ateve aos feminismos de lugares-outros, fora da Europa e dos Estados Unidos. A feminista Audre Lorde, também estadunidense, já havia denunciado a exclusão de mulheres negras e lésbicas em eventos científicos, inclusive por parte de feministas brancas e heterossexuais – a quem ela acusou contribuírem com a permanência de lacunas teóricas. Kilomba também denuncia algumas dificuldades que enfrentou, como mulher negra – ainda que portuguesa e com visto europeu –, no acesso a uma universidade alemã e na circulação por seus espaços acadêmicos. No Brasil, como dito pela filósofa brasileira Sueli Carneiro (2019, p. 314), as mulheres negras não viram sentido no clamor das feministas brancas por uma saída do lar às ruas.

Para concluir, o “lugar de fala” geográfico também contesta o presunçoso conhecimento universal, “deslugarizado” transcendente, transparente, e sem raça ou gênero; mas que, como quaisquer outros saberes, em verdade é parcial e limitado. E aproxima a teoria do lugar de fala de um “lugar geográfico” que é:

expressão tanto material quanto simbólica e discursiva das principais tensões, contradições e dicotomias da modernidade; contexto de ações externas a nós mesmos e, ao mesmo tempo, centro de significado interiorizado e coletivamente partilhado; e, por fim, combinação entre qualidades materiais e existenciais de nossa experiência (ENTRIKIN, 1991; 1997 appud NAME, 2022, p. 171).

3.4. Lugar de fala na comunicação e no jornalismo

Curiosamente, foi um pesquisador dos estudos da comunicação, José Luiz Braga (2000), quem cunhou o termo “lugar de fala” no Brasil (NAME, 2022; RIBEIRO, 2017). Braga, em sua lógica, não reduzia o lugar de fala à posição sociológica de um único falante, mas o definia como uma articulação: “entre a fala de sujeitos, a situação concreta em que ocorreu, o lugar que a faz ter sentido, sua inclusão em um produto cultural de massa e, finalmente, sua recepção por quem pode ou não dar continuidade a sua reprodutibilidade”. (NAME, 2022, p. 176)

Assim, a definição de lugar de fala proposta pelo cientista social brasileiro defende o conceito como um instrumento metodológico para estudar os produtos (ou enunciados) culturais, especialmente aqueles decorrentes do campo da comunicação. Para o autor, o produto cultural da comunicação tem características específicas como, por exemplo, sua imediaticidade, sua relação com a situação concreta, sua capacidade constitutiva da realidade.

De acordo com Braga (2000), lugar de fala é a “articulação específica de uma fala com aquela situação com que se relaciona” (p. 12), sendo que “a fala, então, diz a situação – produzindo com isto um lugar em que ela pode ser dita – e sendo dita, existir” (p. 10). Desse modo, a fala, embora influenciada por questões sociais e políticas, é também construtora ativa da situação em que se dá, apresentando tanto potencial reprodutivo quanto criativo, já que, nas palavras do autor, “uma fala produz uma resposta e o lugar em que esta resposta faz sentido” (BRAGA, 2000, p. 10).

O autor é enfático ao diferenciar o lugar de fala do lugar sociológico do falante, isto é, o lugar social que o sujeito que fala ocupa na sociedade em termos de classe, status, interesses. Braga (2000) aponta dois problemas (e, por conseguinte, dois principais distanciamentos) entre este conceito e o lugar de fala por ele proposto. Primeiramente, o lugar sociológico do falante colocaria a fala numa posição sintomática das condições sociais mais amplas nas quais o sujeito comunicativo está inserido, entendendo a fala como uma tradução desse lugar social que não permitiria a emanção de contradições ou mesmo de elementos originais. Além disso, a noção de lugar sociológico do falante também apresentaria excessiva generalidade, o que poderia resultar no apagamento de particularidades ou potenciais criativos passíveis de estarem presentes na fala dos sujeitos ao se “distrair” do discurso para focar em análises estruturais mais amplas.

Quem aproxima o conceito do lugar de fala no campo da comunicação com aquele defendido pelo feminismo negro e pelos estudos decoloniais é Márcia Franz Amaral (2005), ao analisar o segmento popular da grande imprensa. A pesquisadora trata do lugar de fala não como a visão de mundo de um empresariado por trás de um jornal, mas do modo pelo qual esse jornal descreve o mundo do leitor a partir do que pensa ser o mundo e a visão de mundo desse mesmo leitor. Assim, no campo da comunicação, o lugar de fala ganha contornos de um instrumento teórico e metodológico usado para evidenciar que os jornais populares e a mídia tradicional falam de lugares diferentes e concedem espaços diversos a falas das fontes e dos leitores (AMARAL, 2005, p. 104). O conceito, dentro da lógica hegemônica, reforça o lugar de fala dos veículos independentes como diferente do lugar de fala da grande mídia, também chamada de mídia hegemônica (LÓPEZ e LOPES, 2022). “Do nosso ponto de vista, o lugar de onde fala o segmento popular da grande imprensa é diferente do lugar de onde fala o segmento de referência”. (AMARAL, 2005, p. 104)

Ainda no campo da comunicação, o conceito de lugar de fala também remete a discussões de práticas discursivas da mídia a partir de uma concepção coletiva de lugar de fala. FRANÇA (2001) identifica uma rádio criada por moradores de uma favela como um lugar de fala, definindo-a como lugar de expressão de um determinado grupo social, lugar onde este aparece e se coloca enquanto sujeito. Na sua natureza de espaço de produção discursiva, uma rádio de favelados se constrói enquanto representação de um outro sujeito social (FRANÇA, 2001, p. 6). Essa discussão aproxima-se do conceito de lugar de fala que delimita muito mais um grupo subalternizado do que um indivíduo particular. A questão seria, portanto, construir “de dentro” uma nova narrativa da experiência de indivíduos pertencentes a grupos marginalizados, contrapondo-se a descrições impostas “de fora”. (LÓPEZ E LOPES, 2022, p. 679)

Outros dois pontos são importantes serem analisados: as mídias independentes como lugar de fala, que se contrapõem ao discurso neutro e hegemônico dos grandes veículos de comunicação, e a questão da composição dos lugares de quem produz a comunicação dentro desses veículos, assim a quem é dado o poder de falar nos discursos produzidos por esses veículos, entendida por um lado como a equipe do veículo, como também as fontes de informação. Surge assim, uma noção de lugar de fala para se referir aos “posicionamento e defesas” de participantes de uma estratégia organizacional (RESE, KUABARA, VILLAR, FERREIRA, 2017). E,

essa construção interessa a esta pesquisa, uma vez que as organizações de comunicação entrevistadas exploram a composição da equipe como estratégia de fortalecimento de lugar de fala e de escuta. Isto é, existe diferença: entre uma redação de veículo de comunicação hegemônico composta em sua maioria por homens brancos; a redação deste mesmo veículo composta por 50% de mulheres e 50% de pessoas negras; e aquela de um veículo independente periférico criado, gerido e composto com pessoas da comunidade. Ainda assim, este veículo comunitário poderia ser composto 100% por homens brancos locais, o que ainda demonstraria pouca sensibilidade para outras identidades.

E, nessa linha, distanciando-se do universo da comunicação, mas ainda relacionada a um espaço organizacional (mas agora educativo), Gonzaga e Andrade (2012) definem lugar de fala como “um espaço coletivo para a discussão sobre dificuldades relacionais, de aprendizagens, para trocas de experiências vivenciadas no cotidiano escolar e para tomar decisões”. Nesse sentido, o lugar de fala sugere o espaço em que todas as pessoas de uma dada comunidade (seja institucional, ou não) tem espaço para expressar sua voz, opiniões, visões, verdades e narrativas. Assim, a instituição de lugares de fala é vista pela pedagogia institucional como uma forma de gerenciar os processos educacionais de forma mais inclusiva e participativa, prezando pelo respeito entre os diferentes sujeitos envolvidos, garantindo igualdade de possibilidades de comunicação e reconhecimento para os/as estudantes, e prevenindo situações de exclusão, violência e indisciplina (HÉVELINE & ROBBES, 2009).

No caso dessa pesquisa, interessa as construções do lugar de fala de forma complexa e capaz de relacionar ao surgimento de veículos e canais de comunicação independentes, como lugares de contestação de uma lógica hegemônica, de criação de novas epistemologias e disseminação de outras narrativas. Ribeiro (2017) avalia que essas ferramentas representam avanços reais, mas também enfrentarão condições sociais de silenciamento, que dificultam sua visibilidade e sua legitimidade social. Significa que um veículo de comunicação independente criado por mulheres negras enfrentará inúmeros desafios para afirmar sua qualidade e legitimidade, no mesmo grau e intensidade que uma mulher negra enfrenta. Assim, as escutas sociais para esses lugares de fala serão igualmente reduzidas. Veículos de comunicação independentes serão indagados e desvalorizados em suas narrativas, em suas metodologias, no seu poder aquisitivo, diante dos vários entendimentos hegemônicos

que estão ao seu entorno. É uma forma de não garantir credibilidade ao que determinada ferramenta social se propõe a fazer. Diante de um veículo de comunicação hegemônico e de seu público, um veículo de comunicação independente sofrerá inúmeras críticas de natureza social e cultural, como classificações de nicho, de não-imparcialidade, de não confiabilidade dos conteúdos, de metodologia falha, de linguagem fora do padrão, etc. Terá, assim, que lutar, com “unhas e dentes” para fazer existir, garantir e valorizar o lugar de fala como “veículo de comunicação independente”.

A desmistificação de um feminismo universal é exemplo para desmistificar uma ciência universal, ou uma comunicação universal. Essa lógica é o que faz a comunicação feita pelos grandes veículos de massa parecer imparcial, neutra e universal, quando na verdade ela é hegemônica, isto é, patriarcal, masculina, branca e rica. Por ser hegemônico, esse lugar de fala dá a falsa sensação de que é universal e isento.

Dentro desse projeto de colonização, quem foram os sujeitos autorizados a falar? O medo imposto por aqueles que construíram as máscaras serve para impor limites aos que foram silenciados? Falar, muitas vezes, implica em receber castigos e represálias, justamente por isso, muitas vezes, prefere-se concordar com o discurso hegemônico como modo de sobrevivência? E, se falamos, podemos falar sobre tudo ou somente sobre o que nos é permitido falar? Numa sociedade supremacista branca e patriarcal, mulheres brancas, mulheres negras, homens negros, pessoas transexuais, lésbicas, gays podem falar do mesmo modo que homens brancos cis heterossexuais? Existe o mesmo espaço e legitimidade? Quando existe algum espaço para falar, por exemplo, para uma travesti negra, é permitido que ela fale sobre Economia, Astrofísica, ou só é permitido que fale sobre temas referentes ao fato de ser uma travesti negra? Saberes construídos fora do espaço acadêmico são considerados saberes? Kilomba nos incita a pensar sobre quais são os limites impostos dentro dessa lógica colonial e nos faz refletir sobre as consequências da imposição da máscara do silêncio. (RIBEIRO, 2016, p. 42)

O lugar social não determina uma consciência discursiva, mas propicia experiências distintas e outras perspectivas. Assim, a teoria do ponto de vista feminista e lugar de fala auxilia na construção de uma análise mais complexa sobre as outras identidades, desconstruindo uma visão universal de mulher e de negritude e de outras vozes complexas.

Ao promover uma multiplicidade de vozes complexas, no sentido de que ocupam muitos lugares, o que se quer, acima de tudo, é quebrar com o discurso autorizado e único, que se pretende universal. Busca-se aqui, sobretudo, lutar para romper com o regime de autorização discursiva.

3.5. Enfim, um lugar de fala para o lugar de fala?

Parece importante no âmbito desse estudo, trazer a percepção de López e Lopes (2022) ao analisar os artigos acadêmicos sobre o lugar de fala. Para os pesquisadores, a análise quantitativa do material permitiu verificar que o conceito, mesmo aparecendo de maneira frequente em publicações acadêmicas nas últimas décadas, não costuma vir acompanhado de definições ou referências que permitam sua delimitação. Esse predomínio de usos do termo de forma não-fundamentada (66% dos artigos recuperados) mostra que, pelo menos na amostra examinada, a literatura acadêmica não tem afastado os riscos de esvaziamento conceitual.

A maior parte dos artigos analisados desenvolvem uma noção de lugar de fala positiva, seja para dar suporte a outras temáticas ou sobre o seu caráter teórico como conceito. O olhar contrário do termo concentra a crítica no risco de um emprego individual, provocando seu esvaziamento político, ou na questão da centralidade da experiência como base do conhecimento.

Por outro lado, os artigos que fortaleceram as fundamentações do termo “o fizeram em uma perspectiva francamente coletiva e, portanto, política”. (LÓPEZ e LOPES, 2022, p. 681). Por exemplo, a perspectiva do feminismo negro é inclusiva, pós-colonial e decolonial, e mantém uma abordagem crítica ao formato de produção do discurso e as relações de poder que procuram manter o paradigma colonial. Fazem, dentro do próprio movimento, uma crítica ao feminismo hegemônico quando desconsidera outros aspectos da opressão da mulher, como os de raça, classe ou geopolítica, e contribui, assim, com o silenciamento de mulheres marginalizadas por esses eixos do próprio feminismo (HOOKS, 2019; RIBEIRO, 2017).

A lógica feminista adota uma noção “corporizada” e relacionada à experiência coletiva que as mulheres vivenciam numa sociedade que as subalterniza e reivindica, politicamente e coletivamente, condições mais igualitárias de vida, de acesso e de produção de discursos para as mulheres. Lutam, assim, por espaços públicos mais dialógicos como proposta de transformação social. A proposta do lugar de fala como representatividade, defendida por Nogueira (2017), parece se distanciar da definição defendida pelo feminismo negro. Apesar das autoras ligadas ao feminismo negro defenderem a importância da representatividade, elas também têm se preocupado em distingui-la do lugar de fala, argumentando que, embora as duas questões sejam

pertinentes, ambas têm definições, papéis e implicações diferentes, não podendo ser tratadas como sinônimos. Como destaca Ribeiro (2017):

um dos equívocos mais recorrentes que vemos acontecer é a confusão entre lugar de fala e representatividade. Uma travesti negra pode não se sentir representada por um homem branco cis, mas esse homem branco cis pode teorizar sobre a realidade das pessoas trans e travestis a partir do lugar que ele ocupa. Acreditamos que não pode haver essa desresponsabilização do sujeito do poder. A travesti negra fala a partir de sua localização social, assim como o homem branco cis. Se existem poucas travestis negras em espaços de privilégio, é legítimo que exista uma luta para que elas, de fato, possam ter escolhas numa sociedade que as confina num determinado lugar, logo é justa a luta por representação, apesar dos seus limites. Porém, falar a partir de lugares é também romper com essa lógica de que somente os subalternos falem de suas localizações, fazendo com que aqueles inseridos na norma hegemônica sequer se pensem. (p. 83-84)

As problematizações de lugar de fala como valorização da experiência individual, e como mecanismo de silenciamento de certas vozes (CARVALHO, 2017) são rebatidas por autoras do feminismo negro que apostam num movimento de mudança social, de diálogo e de conscientização. A crítica ao silêncio historicamente imposto não pede inversão, e sim desmantelamento deste mecanismo de poder (hooks, 2019; RIBEIRO, 2017).

À semelhança dos estudos decoloniais, a leitura que o feminismo negro faz do conceito de lugar de fala parte da crítica ao paradigma de dominação colonial e da aposta na força transformadora da voz das margens. Essa abordagem do conceito parece tangenciar vários dos aspectos relevantes para a maioria dos outros campos de investigação, como a denúncia das relações de poder e as instituições que as sustentam, a potência da desobediência epistêmica, o engajamento social e político com uma mudança de ordem estrutural, a proposta de novos tipos de relações mais horizontais e o papel central e criativo dos discursos que provêm das margens para concretizar todos esses processos. (LÓPEZ E LOPES, 2022, P. 682)

A definição do conceito encontrada no âmbito da sociologia dos produtos da comunicação também trata da centralidade dada ao discurso no espaço público, a preocupação com o contexto e a capacidade transformadora da realidade, porém distingue lugar de fala e lugar sociológico do falante (BRAGA, 2000). Mesmo levando em consideração questões sociais e políticas, mantém a centralidade do conceito na lógica interna dos enunciados e não nas condições sociais que os contextualizam.

Mas é interessante perceber a construção do conceito de lugar de fala na pedagogia institucional (LÓPEZ e LOPES, 2022, p. 683), que mesmo sem indagar as relações de poder das instituições educacionais, o conceito trata da importância da

linguagem para o desenvolvimento do ser humano, a preocupação com a não-exclusão, e os esforços por ouvir todas as vozes envolvidas no ambiente escolar como proposta de uma educação mais solidária. É interessante que, mesmo relacionada ao processo de gestão escolar, esse viés aponta para a importância da escuta para a construção de um ambiente (escolar) mais democrático, dialógica e menos violento.

A centralidade da linguagem, o viés assumidamente político, a crítica estrutural a discursos hegemônicos e a necessidade de “visibilizar” outros discursos (sobretudo aqueles oriundos das “margens”) são características compartilhadas pela maioria dos trabalhos que apresentaram definição explícita e/ou referências ao empregar o conceito de lugar de fala.

Com isso, é possível retornar à questão dos debates políticos virtuais, enfatizando o esvaziamento político como um dos principais riscos do esvaziamento conceitual nesse contexto. Usos pouco delimitados do conceito de lugar de fala podem incorrer em incompatibilidades filosóficas que não permitem uma articulação coerente do conceito com um determinado projeto político. Isso pode levar, por exemplo, a uma “individualização” no uso do termo que perde de vista uma dimensão coletiva, bem como o compromisso com uma transformação social ampla e profunda (exatamente o que caracteriza a maioria dos usos delimitados do conceito na literatura acadêmica).

A máscara do silêncio diz respeito ao sistema de poder que inviabiliza, impede e invalida saberes produzidos por grupos subalternizados, como alertou Foucault e Spivak, e no caso desta pesquisa, Paulo Freire. Autora indiana, importante por trazer reflexões sobre como o silêncio imposto para sujeitos que foram colonizados explica que “o subalterno não pode falar. Não há valor algum atribuído à ‘mulher-negra, pobre’ como um item respeitoso na lista de prioridade globais”. (SPIVAK, 2010, p. 126.) As estruturas democráticas, mesmo garantindo poder de participação aos cidadãos, pela pretensão de acesso igualitário aos direitos, implementam o silenciamento de determinadas minorias, subalternizadas por sua condição econômica, pelos lugares onde vivem, pela sua cor, pela sua cultura e modo de viver, por suas escolhas afetivas, por características físicas que carregam.

(...) é necessário escutar por parte de quem sempre foi autorizado a falar. A autora coloca essa dificuldade da pessoa branca em ouvir, por conta do incômodo que as vozes silenciadas trazem, do confronto que é gerado quando se rompe com a voz única. Necessariamente, as narrativas daquelas que foram forçadas ao lugar do Outro, serão narrativas que visam trazer conflitos necessários para a mudança. O não ouvir é a tendência a

permanecer num lugar cômodo e confortável daquele que se intitula poder falar sobre os Outros, enquanto esses Outros permanecem silenciados. (RIBEIRO, 2016, p. 45)

Assim, um dos primeiros pontos para a construção de escutas sociais é a própria tomada de consciência sobre o que significa desestabilizar a norma hegemônica. Ainda hoje, qualquer possibilidade de confrontar o poder e a hierarquia desse sistema é entendida como inapropriada ou agressiva. “Queremos e reivindicamos que a história sobre a escravidão no Brasil seja contada por nossas perspectivas também (...). (RIBEIRO, 2016, p.54)

Para se entender a importância de se romper hierarquias instituídas pelo discurso autorizado, é necessário lembrar que a epistemologia hegemônica define quais temas ou tópicos merecem atenção e quais questões são dignas de serem feitas com o intuito de produzir conhecimento verdadeiro; os paradigmas e quais narrativas e interpretações podem ser usadas para explicar um fenômeno, isto é, a partir de qual perspectiva o conhecimento verdadeiro pode ser produzido; os métodos e quais maneiras e formatos podem ser usados para a produção de conhecimento confiável e verdadeiro.

As reflexões trazidas por Djamila refutam a neutralidade epistemológica, valorizam a necessidade do reconhecimento de outros saberes e a importância de entendê-los como localizados e de se romper com um postulado de silêncio. Construir lugares de fala representa criar fissuras com discursos potentes e construídos a partir de outros referenciais e geografias; visam pensar outras possibilidades de existências para além das impostas pelo regime discursivo dominante e que, muitas vezes, não demonstram qualquer temor em dialogar com os outros saberes para gerar transformação, como sonhou Freire.

Com todos os limites, o espaço virtual tem sido de disputas de narrativas, pessoas de grupos historicamente discriminados encontraram aí um lugar de existir. Seja na criação de páginas, sites, canais de vídeos, blogs. Existe nesse espaço uma disputa de narrativa, mas ainda aquém do ideal por conta das barreiras institucionais que impedem o acesso de vozes dissonantes. Como expressar-se não é um direito garantido a todos e todas, ainda há a necessidade de democratização das mídias e rompimento de um monopólio, a discussão sobre liberdade de expressão também não pode ser pautada unicamente no direito – não absoluto – de expressar opiniões. Friso que mesmo diante dos limites impostos, vozes dissonantes têm conseguido produzir ruídos e rachaduras na narrativa hegemônica, o que, muitas vezes, desonestamente, faz com que essas vozes sejam acusadas de agressivas justamente por lutarem contra a violência do silêncio imposto. O grupo que sempre teve o poder, numa inversão lógica e falsa simétrica causada pelo

medo de não ser único, incomoda-se com os levantes de vozes. Entretanto, mesmo com essas rachaduras, torna-se essencial o prosseguimento do debate estrutural, uma vez que uma coisa não anula a outra, definitivamente. (RIBEIRO, 2016, p. 49)

Uma das barreiras da disputa de narrativas é o lugar de escuta. Se a sociedade se estrutura dentro de determinados padrões de poder, seu funcionamento tenderá a valorizar a narrativa do padrão social que o criou. Por exemplo, mesmo diante do princípio de universalidade dos direitos para todo cidadão perante a lei, as estruturas jurídicas da democracia brasileira se comportam de forma diferenciada diante de cada grupo social, respeitando a suposta hierarquia social das identidades, pois cada lugar de fala possui diferentes lugares de escuta. O mesmo ouvido que escuta e valoriza uma narrativa branca e rica é surdo para as outras narrativas, mesmo dentro de um sistema que prega a igualdade de condições.

Esse é o ponto fundamental dessa pesquisa: Como organismos sociais inseridos em uma democracia podem fortalecer lugares de escuta para as vozes silenciadas?

4. Quem fala pode, quem escuta obedece

Mesmo sendo o diálogo entendido como um espaço de transformação, a pesquisa procurou mostrar que existem tensões significativas ao papel dado à fala e à escuta nas relações sociais. Contudo, escutar com qualidade é algo que se aprende, já dizia *O palhaço e o psicanalista* (2019, p. 19), livro referencial no estudo da escuta no contexto desta pesquisa. O psicanalista é Christian Ingo Lenz Dunker, Professor Titular do Instituto de Psicologia da USP, junto ao Departamento de Psicologia Clínica. O palhaço é Cláudio Thebas, escritor e educador pós-graduado em Pedagogia da Cooperação (Projeto Cooperação), fundador do Laboratório de Escuta e Convivência (LEC), consultoria especializada em promover engajamento, diálogo e integração de grupos e equipes.

Esse capítulo vai procurar expor os principais tópicos do tema “escuta” em relação com os outros conteúdos da pesquisa, como o seu papel dentro da dialogia. A meta será construir um caminho capaz de teorizar a escuta, contextualizar seu lugar social, perceber se e como organizações, em sociedades democráticas, são capazes de criar ou aprender formas de escutar diferentes públicos, fortalecendo o que a pesquisa nomeou como escuta democrática, como forma de fortalecer a cidadania, participação e justiça social.

Ponto importante é lembrar que Paulo Freire retorna para esse capítulo, uma vez que o autor também dedicou algumas páginas de suas reflexões ao ato de escutar, como em *Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática educativa*, onde afirma que “ensinar exige saber escutar”, título do capítulo que fala sobre o assunto (2000, p. 127).

Ainda fazem parte deste tópico duas entrevistas: uma com o educador Tião Guerra, que desenvolveu uma percepção abrangente do funcionamento da escuta em sua prática. Guerra foi um seguidor das teorias de Célestin Freinet, educador nascido no sul da França, cuja teoria e prática em torno do jornal na escola vai compor esse capítulo e nos dará base para entender como sua proposta de jornal na escola ensina sobre a escuta. A outra entrevista é com Flora Lovato, jornalista e consultora que atua no campo do desenvolvimento social e que aborda, em sua participação neste estudo, aspectos da escuta em organizações sociais.

4.1. A desvalorização da escuta

Em *Os sete saberes necessários à educação do futuro*, Edgar Morin (2000) chama de “cegueira paradigmática” (p. 24) o papel que determinadas lógicas-mestras ou “conceitos soberanos” (p. 27) exercem no modelo do pensar de determinada sociedade. Descreve o pensamento cartesiano como “o grande paradigma do ocidente” responsável pela lógica binária e muitas vezes estática que separa e contrapõe sujeito e objeto, alma e corpo, espírito e matéria, qualidade e quantidade, finalidade e causalidade, sentimento e razão, liberdade e determinismo, existência e essência (2000, p. 26). Certamente, a lógica da valorização da fala em detrimento da escuta torna-se mais um exemplo dessa disjunção, responsável pela fragmentação de processos que deveriam ser entendidos dentro de sua complexidade de relações complementares e dependentes, sempre como um sistema.

A maior parte das pessoas aprendeu que escutar é o lugar do subalterno, e falar é para quem manda. A lógica cartesiana e binária que divide a vida em uma coisa ou outra, segue ditando percepções. Os professores valorizam quem fala, se manifesta na sala de aula, como alguém que participa. O aluno escutador não possui tanto valor, por mais que possa estar pensando profundamente sobre o que acabou de ouvir. “Como premiar alguém que, no meio da multidão, está te escutando?” (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 117)

As pessoas não foram educadas a escutar, acolher, cuidar, compreender, e sim a se comportar, calar, obedecer. Ou, do lado oposto, preocupam-se em ocupar espaços e tornar-se o centro das atenções, mesmo sem serem ouvidas. A valorização de uma cultura pautada no *microfone é meu* tem sérias consequências para a valorização do diálogo, da diferença de ideias. Escutar é sentido como uma espécie de derrota ou perda de espaço. (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 117)

LOVATO (2020, S/N) chama atenção para o fato de que, mesmo sendo uma atividade física e sensorial primária, as pessoas não prestam atenção no ouvir. “Quem vive nas cidades, hoje, por exemplo, não se dá conta do ruído do trânsito ou de alguma ferramenta ligada no vizinho. Os sons acabam sendo internalizados e a percepção em torno dessa capacidade física fica reduzida”. Para ela, o primeiro passo para qualificarmos processos de escuta é retomar a percepção da audição.

A escuta se aprende, depende de técnica e exercício, mas também, e principalmente, de abertura e experimentação. É uma arte difícil de dominar porque

seus efeitos visíveis acontecem no outro (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 119). Paulo Freire, por exemplo, considera que é escutando que aprendemos a falar:

Se, na verdade, o sonho que nos anima é democrático e solidário, não é falando aos outros, de cima para baixo, sobretudo, como se fôssemos os portadores da verdade a ser transmitida aos demais, que aprendemos a escutar, mas é escutando que aprendemos a *falar com* eles. Somente quem escuta paciente e criticamente o outro, *fala com* ele, mesmo que em certas condições, precise de *falar a* ele. O que jamais faz quem aprende a escutar para poder falar com é falar *impositivamente*. Até quando, necessariamente, fala contra posições ou concepções do outro, fala com ele como sujeito da escuta de sua fala crítica e não como sujeito de seu discurso. O educador que escuta aprende a difícil lição de transformar o seu discurso, às vezes necessário, ao aluno, em uma fala *com* ele”. (2000, p. 127-128)

A escuta começa por si, não apenas com aquilo que você gostaria de ver e de encontrar no seu próprio ser. Por isso, muitas vezes inclui vozes indesejáveis, sentimentos inadequados, sinais contraproducentes e mensagens enigmáticas que fazem parte do universo de cada pessoa (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 22). Também representa uma atitude de renúncia ao poder padronizado, dentro de um parâmetro ético e político. Paulo Freire, quando fala da escuta a partir da perspectiva do educador, reflete sobre a revisão dos papéis estabelecidos entre professor e aluno, por exemplo. Dunker e Thebas apontam alguns sinais que demonstram um olhar atento ao exercício do poder como: a redução da importância de si próprio diante do outro; a redução da atitude de perplexidade diante do não sabido, que se manifesta como angústia ou sentimento de perda de controle; a busca de autoridade na palavra do outro (e não na sua própria). “Escutar é sair de si em duplo sentido: assumir a perspectiva do outro e suspender a sua própria perspectiva interiorizada”. (2019, p. 32)

É preciso que quem tem o que dizer saiba, sem dúvida nenhuma, que, sem escutar o que quem escuta tem igualmente a dizer, termina por esgotar a sua capacidade de dizer por muito ter dito sem nada ou quase nada ter escutado. (FREIRE, 2000, p. 132)

A escuta, de acordo com a reflexão de Freire, presume a estrutura dialogal do encontro, a troca de turno segundo da palavra que vai de um para o outro. “Desconhecer essa regra é um erro de principiante para o candidato a escutador”. (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 33)

O livro *O palhaço e o psicanalista* explica o processo de escuta a partir do que chamam os quatro “agás”, palavras que exprimem as quatro atitudes ou lugares que um bom escutador deve cultivar e habitar (2019, p. 39 e p. 72):

- Hospitalidade é acolher o que o outro diz na sua linguagem e no seu tempo próprio e a escuta hospitaleira é centrada no receptor e no pacto estabelecido com o emissor. Uma boa escuta começa com o oferecimento de condições para o outro falar, sentindo o que o outro sente, assumindo a perspectiva dele, segundo sua própria língua e suas próprias razões.
- Hospital representa o cuidar do que foi dito, como se cuida da relação entre os que se encontram debilitados. A escuta como hospital é um lugar de cuidado e silêncio, de meditação e parada. Pede um reagir com prontidão, em atenção ao tempo e cuidando das contingências, deixando o interlocutor o mais livre que puder na relação com as palavras. O receptor é o cuidador.
- Hospício permite ser quem se é, abrindo-se ao estrangeiro, em nós e no outro, com todas as incoerências e contradições. Escuta como Hospício é o lugar onde são revistos e reinventados os códigos e canais, corrompidos o sentido corrente e o senso comum, criados novos usos e relações entre as palavras, permitindo ser quem se é, com todas as incoerências e contradições.
- Hospedeiro é responsável por acolher, receber, sentir satisfação em dar guarida ao viajante exausto ou ao guerreiro ferido. Escuta hospedeira procura carregar, compartilhar e transmitir a experiência vivida.

Mesmo conectadas, há distinção entre o “ouvir” e o “escutar”. A capacidade de ouvir é sensorial e identifica variações nos sons; escutar é conectar sentidos e conceitos. O que se escuta faz parte de um contexto mais amplo de sentidos que entre outros componentes, reflete o contexto emocional, social e histórico, além da relação entre quem diz e quem escuta. Como explicam Dunker e Thebas (2019, p. 86), ‘há pessoas que escutam com os ouvidos, outras que são capazes de escutar com os olhos, outras ainda fazem do corpo todo um órgão de escuta’. E completam:

Ouvir é uma faculdade sensorial e passiva, escutar exige receptividade, mas é, sobretudo, uma atividade. Escutar é uma disposição a reverberar, pontuar, ecoar, tencionar ou participar da fala do outro. O bom escutador é leitor de textos e de pessoas, alguém que se interessa por entrar na vida alheia porque ela é um desafio de leitura, como um bom livro ou filme que, ao procurarmos ler ou assistir, enriquecemos. Um bom escutador é como um bom editor, ele pode mudar um ponto para reticências ou exclamação, o parágrafo pode

dividir ou reunir duas ideias, a vírgula cria um tempo de respiração, às vezes um sinônimo muda tudo. Ele pode até sugerir um novo título para o capítulo, ou sentenciar o corte de uma frase em duas. Mas ele não é o autor do livro e deve respeitar a palavra final deste no esclarecimento interrogativo do que está sendo dito, antes de interpor outra colocação.

GUERRA (2020, S/N) segue a mesma linha de raciocínio ao afirmar que a “escuta não tem nada a ver com o ouvido, ou com estar parado e quieto” e a classifica como um comportamento, um estilo de vida que se interessa com o que vem do outro. O calar-se, aquietar-se é um comportamento muito ativo na visão do educador, pois desloca o centro da atenção para o sentido das informações que chegam: “qual é a linha narrativa, qual é o fluxo cognitivo, o fluxo de compreensão dessa outra pessoa, ou dessa comunidade, ou desse território que está na minha frente?” Ou seja, o escutador foca “o que o outro está dizendo para mim e não necessariamente o que eu estou pensando sobre o que ele está dizendo para mim”. É sutil, mas Guerra considera que entender essa diferença é fundamental para a escuta. Dunker e Thebas também consideram o silêncio que acompanha quem escuta ativo, pulsante, vigilante e repleto de interpolações e estratégias (2019, p. 76), visto por Freire (2000, p. 131 e 132) como uma condição da comunicação dialógica e como o primeiro sinal de que o sujeito que fala, realmente comprometido com comunicar e não com fazer puros comunicados, também sabe escutar.

Grande parte do que entendemos tem a ver com o contexto, com as antecipações de discurso, o poder que exercemos, com a forma como inferimos interpretações sobre o outro a partir de sua aparência e circunstância. As propriedades paralinguísticas da fala consomem outra parte deste pré-entendimento do sentido e das pessoas: o tom de voz, a velocidade da fala, a troca de turno, a entonação e a melodia, que estimula afetos e sentimentos durante a escuta. As palavras são fundamentais para o entendimento. Contudo, como vimos em Maturana, não são as únicas responsáveis pela comunicação que põe um sistema em funcionamento. E a escuta vai envolver uma série de outras percepções.

LOVATO (2020, S/N) considera que quando alguém fala, não ouvimos apenas as palavras. Há um conteúdo, mas tem pelo menos outros dois componentes que aparecem como pano de fundo do que está sendo dito: como se fala (tom de voz, as pausas, o gaguejar); e a gesticulação (o jeito como a pessoa se senta, onde ela coloca as mãos, onde ela olha). Esses componentes permitem perceber sentimentos e emoções: se a pessoa está ansiosa, com medo, feliz. Outra indagação importante da

escuta é: por que essa pessoa está me falando isso, desse jeito, nesse momento? A intenção ou a necessidade dessa pessoa também definem o “como” se fala. Um processo de escuta qualificada percebe essas três coisas, pelo menos. E o contrário também deve ser verdadeiro, principalmente em um contexto democrático: por que esse organismo social quer me escutar, desse jeito, nesse momento, qual a intenção dessa escuta? Ou, por que considero importante ser escutada neste espaço público? Como devo me manifestar para ser escutada? Com que roupa? Com que entonação de voz? Com que cor de pele? Devo demonstrar quais crenças?

Quando se escuta outra pessoa, o pensamento, sentimento e as intenções não cessam. Pelo contrário, seguem operando simultaneamente e a qualidade da escuta do outro tem a ver com a capacidade de cada indivíduo em silenciar o seu próprio pensar, sentir, assim como sua intenção e julgamento (LOVATO, 2020, S/N).

Freire complementa:

Escutar é obviamente algo que vai mais além da possibilidade auditiva de cada um. Escutar, no sentido aqui discutido, significa a disponibilidade permanente por parte do sujeito que escuta para a abertura à fala do outro, ao gesto do outro, às diferenças do outro. Isto não quer dizer, evidentemente, que escutar exija de quem realmente escuta sua redução ao que o outro fala. Isto não seria escuta, mas autoanulação. A verdadeira escuta não diminui em mim, em nada, a capacidade de exercer o direito de discordar, de me opor, de me posicionar. Pelo contrário, é escutando bem que me preparo para melhor me colocar ou melhor me situar do ponto de vista das ideias. Como sujeito que se dá ao discurso do outro, sem preconceitos, o bom escutador fala e diz de sua posição com desenvoltura. Precisamente porque *escuta*, sua fala discordante, em sendo afirmativa, porque escuta, jamais é autoritária. (FREIRE, 2000, p. 135)

4.2. Entendendo como outras identidades escutam para aprender a escutá-las

Estudos sobre oralidades apontam como, para certas culturas e povos, a contação de histórias representa uma importante ferramenta de manutenção de tradições, comportamentos, culturas. Evidentemente, diferentes significados e papéis da fala vão influenciar a forma como essas culturas escutam. E aprendem a escutar. É, por exemplo, a centralidade que assume a oralidade na cultura afro-brasileira, pois foram as palavras as responsáveis por transmitir ensinamentos e tradições durante séculos de opressão.

Para a sabedoria tupi, existem sete formas distintas e complementares de escutar e cada pessoa costuma nascer com uma dessas escutas mais desenvolvida (DUNKER E THEBAS, 2019). Desde pequenas, as crianças são levadas a reconhecer e praticar a escuta de si e do outro como um processo contínuo e evolutivo. A escuta de um deve reconhecer a perspectiva do outro e reconhecer sua posição no olhar do outro, para depois concluir qual a perspectiva que cabe a si.

Dunker e Thebas descrevem assim as sete formas de escuta dos povos tupis (2019, p. 127):

1. Ouvido direito (WaK'Mie): É um modo de escuta associada ao masculino, não como gênero, mas como atitude propositiva, ativa e impulsiva.
2. Ouvido esquerdo (Kat'Mie): Escuta associada à energia feminina, tida como passiva, apreciativa ou sem filtros, no sentido de maior acolhimento e abertura, pois não seleciona ou dirige a fala do outro. É o ouvido de quem gosta de “assuntar”.
3. Ouvido terra: Forma de escuta baseada no corpo e na receptividade global, mais tátil e concreta do que a que se pratica com os ouvidos. Percebe o ambiente com ênfase em suas pequenas diferenças.
4. Ouvido água: É a escuta dos pescadores de afetos, emoções e sentimentos. Ela flui como a água, ora formando cascatas, ora em corredeiras intensas, ou ainda em vagorosa morosidade e até mesmo formando lagoas ou poças pantanosas.
5. Ouvido ar: É a escuta reflexiva ou filosófica, que nós entendemos como demais curadores de alma. Disposta a acolher aquilo que é mais reflexivo ou argumentativo construindo cenários e futuros possíveis assim como histórias imprevistas.
6. Ouvido fogo: É a escuta intuitiva ligada às narrativas imagéticas. É uma forma de escuta que convida para a ação, para a decisão, assim como para a solidariedade e comunidade entre as pessoas em torno de uma história ou de um sentido comum. Ela se faz valer de paisagens e cenários sonoros que aguçam a curiosidade em busca das possibilidades escondidas de uma determinada situação ou pessoa.
7. Todos os ouvidos integrados: Escuta ampla e totalmente integrada, acessada por poucos, envolve coordenar os sucessivos movimentos cooperativos e competitivos, em um esforço simultâneo de acolher e transformar a situação pela ação conjunta dos participantes.

Os tupis aprendem a escutar nas trocas cotidianas em comunidade, transmitindo histórias e fazendo perguntas e vão reconhecendo a característica de escuta de cada integrante da aldeia. O diálogo passa a ser acessado de acordo com a escuta, com expressões e verbos específicos, como forma de perceber e instigar a escuta do outro. Por outro lado, faz parte do aprendizado perceber qual o seu tipo de escuta preferencial, “ou pelo menos qual está em vigor ou preponderância naquele dia e naquela situação. A regra é recíproca”.

A importância da escuta para os povos tupis se traduz no termo que utilizam para designar o cacique: Acanguatara. Esta palavra significa Cabeça Boa de Escutar. Aqui se torna irresistível fazer uma comparação com os “homens

brancos” que admiram líderes que “falam bem” enquanto nossas populações ancestrais consideram líder aquele que melhor lhes escuta. (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 128)

A escuta, como um ato político, suspende os lugares constituídos. A escuta indígena, por exemplo, demonstra como ocupar um lugar de poder está profundamente relacionado a capacidade de escutar. A cultura dos povos negros sobreviveu pela imensa capacidade de transmissão oral dos saberes. A funcionalidade da fala influencia no formato de escuta e da aprendizagem da escuta. E, quando a história de algum grupo não tem funcionalidade, o melhor é deixar de escutá-la. Quando as práticas feministas contextualizam, tipificam e nomeiam a interrupção da fala da mulher pelo homem (*maninterrupting*), o silenciamento, a desclassificação (*gaslighting*), a tradução ou apropriação de ideias (*bropropriating*), a determinação do sentido da conversa (*mansplaining*), elas estão denunciando exatamente o ato político de silenciamento exercido por uma estrutura social. Não é apenas aquele homem específico agindo dessa forma, na verdade ele traduz em ações todo um contexto histórico, estrutural, organizacional, emocional e funcional da sociedade. Como já contextualizado anteriormente, essa realidade social faz surgir a noção de “lugar de fala” como uma forma de acentuar fenômenos de poder ligados ao discurso como forma de silenciamento ou de “não-escuta” de um grupo social. O silenciamento do emissor é uma manifestação de força e poder, que pode representar desinteresse, indiferença, reprovação diante da pessoa ou de sua identidade ou mesmo, como vimos, uma estratégia social para manter aquela voz opaca e desinteressante.

Além de trazer a forma como o povo tupi educa para a escuta, *O Palhaço e o Psicanalista* também trata sobre as escutas das diversidades sociais, partindo da ideia de que escutar é reconhecer e reconhecer é instrumento fundamental de transformação, subjetiva e política. Por um lado, existe o reconhecimento que valoriza lugares e posições, como o aquele vindo dos pais pelo bom desempenho do filho nos esportes, e por outro, existem situações nas quais tais situações de identificação representam “excluir, rebaixar, diminuir ou invisibilizar”, isto é, reconheci o diferente e sua existência vale menos que a minha. Dois discursos se cruzam: o antropológico da diversidade, que reconhece as pessoas em função de sua excepcionalidade, exótico, incomum e atraente que enriquece a uniformidade. “O segundo discurso lê a excepcionalidade como diferença sociológica”, que se manifesta na desigualdade

diante a lei, na distribuição não equitativa do capital econômico, social e cultural e mantém a diferença como hierarquia social (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 165).

Nesses casos, assim como na cultura do silêncio, que cala a voz, existe uma espécie de bloqueio primário da escuta do outro, que conta mais pela sua identidade de grupo, do que por sua singularidade. Nesses casos, mesmo falando, é possível bloquear a voz do outro com a não-escuta. Traçando paralelos com a teoria freireana, seria uma espécie de “escuta autêntica” aquela que cria formas reais de alcançar a voz alheia, de forma aberta, livre e despreconceituosa. Uma “escuta inautêntica” permanecerá bloqueando aquela voz, mesmo quando ela falar.

A teoria da interseccionalidade, os diferentes feminismos, a teoria Queer, os estudos de gênero e as novas teorias críticas têm mostrado como a opressão social é cumulativa e como nossas representações sociais estão excessivamente impregnadas da projeção de que o “ser humano” é, no fundo, alguém branco, homem, heterossexual, cis-gênero e de classe média ou alta. (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 166)

A escuta básica apoia-se em uma expectativa de igualdade entre as pessoas que não corresponde à realidade social real. As diferenças precisam ser reconhecidas e “a escuta é o instrumento fundamental pelo qual esse reconhecimento pode evoluir do nível cotidiano para o nível comunitário e daí para o institucional e jurídico” (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 168). Sem o respeito à diferença, a escuta, na visão de Paulo Freire (2000, p. 136), não pode acontecer.

Se discrimino o menino ou menina pobre, a menina ou o menino negro, o menino índio, a menina rica; se discrimino a mulher, a camponesa, a operária, não posso evidentemente escutá-las e se não as escuto, não posso falar *com* elas, mas *a* elas, de *cima para baixo*. Sobretudo, me proíbo entendê-los. Se me sinto superior ao diferente, não importa quem seja, recuso-me escutá-lo ou escutá-la. O diferente não é o *outro* a merecer respeito é um destratável ou desprezível.

Dunker e Thebas perguntam: “um desafio maior e imediato para nosso tempo é como escutar, realmente, o outro quando ele aparece no contexto da diferença de classe, de gênero ou de raça?” E, para esse caso, lançam algumas sugestões: a primeira versa sobre evitar regras, pois a sociedade ainda precisa aprender como escutar sua totalidade; a segunda trata de recolher não só o que o outro diz, mas a forma como o outro quer e precisa ser reconhecido. Para eles, quanto mais o traço de classe, gênero ou raça aparece como um conjunto de antecipações, de convicções e suposições formadas sobre o outro, menor a capacidade de escutar seu sofrimento

singular, com sua história única, que é também expressão de um coletivo. (2019, p. 169)

A escuta atravessada por identidades torna-se mais complexa, pois envolve o nível em que é negociada a gramática geral de reconhecimento que a sociedade valida ou almeja. Neste caso, colocar-se no lugar do outro é deixar-se ensinar e conduzir pelo outro, sem que isso signifique obediência e submissão, mas que represente uma sensibilidade e engajamento a uma situação diversa (DUNKER e THEBAS, 2019; FREIRE, 2000). Quando se considera o próprio pensamento como certo e irrepreensível, não é possível escutar quem pensa e elabora seu discurso de outra maneira. “O respeito às diferenças e obviamente aos diferentes exige de nós a humildade” (FREIRE, 2000, p. 137). Contudo, ninguém pode ser humilde por puro formalismo, como se cumprisse mera obrigação democrática.

O contexto social exige que lugares de fala tenham lugares de escuta, a fim de provocar diálogo e transformação. No próximo capítulo, vamos tentar demonstrar como a educomunicação pode, em sua práxis, estimular processos sociais de escuta mais democráticos e inclusivos.

5. Educomunicação e as escutas sociais

Desde a Declaração Universal dos Direitos Humanos⁷, em 1948, a comunicação é, formalmente, um direito humano fundamental, devido ao reconhecimento amplo do poder da palavra e do diálogo na construção de relações mais justas em diferentes sociedades. Ao longo dos tempos, dinâmicas sociais diversas desenvolvem formatos diferenciados de ação, na tentativa de torná-la um direito menos abstrato, instrumental e concentrado em grupos específicos (ROMÃO, 2016, p. 21). Afinal, a consolidação e a positivação do direito à comunicação como um direito humano fundamental move as esperanças de uma sociedade na qual todos possam participar democraticamente do debate público (LIMA, 2017). Este estudo entende o “lugar de fala” e o “lugar de escuta” como práticas sociais em desenvolvimento, surgidas da necessidade de ampliar o exercício das pessoas invisibilizadas ao seu direito à comunicação, como forma de exercer sua cidadania.

Neste capítulo, vamos apresentar o campo da comunicação a partir de várias perspectivas: em suas teorias, como direito humano até abordar a construção do campo educomunicativo e sua relação com a teoria apresentada até aqui: cultura do silêncio, lugar de fala e lugar de escuta.

⁷ Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948, estabelece, com relação ao direito à comunicação e à participação:

Artigo 19. Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Artigo 20. 1. Todo ser humano tem direito à liberdade de reunião e associação pacífica. 2. Ninguém pode ser obrigado a fazer parte de uma associação. **Artigo 21.** 1. Todo ser humano tem o direito de tomar parte no governo de seu país diretamente ou por intermédio de representantes livremente escolhidos. 2. Todo ser humano tem igual direito de acesso ao serviço público do seu país. 3. A vontade do povo será a base da autoridade do governo; esta vontade será expressa em eleições periódicas e legítimas, por sufrágio universal, por voto secreto ou processo equivalente que assegure a liberdade de voto.

Disponível em <<http://www.onu.org.br/img/2014/09/DUDH.pdf>>. Acesso em: 19 ago, 2016.

5.1. Construindo entendimentos para o campo da comunicação

Como assinalado no início deste estudo, a Declaração Universal dos Direitos Humanos transformou a comunicação em direito humano fundamental, por assumir um papel central na consolidação de processos democráticos, ainda em 1949. Dentro dessa linha de pensamento da comunicação como direito, ela perpassa as três dimensões da cidadania (MARSHAL, 1967 apud LIMA, 2017) constituindo-se, ao mesmo tempo, em direito civil com a liberdade individual de expressão; em direito político, por meio do direito à informação; e em direito social, como política pública garantidora do acesso do cidadão às diferentes formas de comunicação mediadas tecnologicamente (LIMA, 2017).

Contudo, ainda hoje, assim como publicado em 1980 no Relatório MacBride (apud LIMA, 2017), o primeiro documento oficial de um organismo multilateral que reconhecia a existência de um grave desequilíbrio no fluxo mundial de informação, o direito à comunicação segue como o direito de comunicar e passa por cima do direito de receber comunicação ou de ser informado. O relatório traz para o âmbito do direito a dialogicidade do processo comunicativo, já teorizado por Freire no ensaio “Extensão ou comunicação?” (1969) e publicado como livro, em sua primeira edição, em 1977.

Para Freire, o eixo principal da vida pública está na participação ativa e no direito à voz e a comunicação é um processo de mão dupla, que contempla o direito de informar e ser informado, e de ter acesso aos meios tecnológicos para produção, publicação, distribuição, interação entre os diversos discursos sociais. “O próprio conhecimento gerado pelo diálogo comunicativo só será verdadeiro e autêntico quando comprometido com a justiça e a transformação social. (LIMA, 2017).

Apesar de inúmeros esforços de órgãos bilaterais, como a Unesco, para avançar nos debates em torno dos postulados da universalidade, indivisibilidade e interdependência da comunicação como um direito humano, esse debate avançou a partir de fissuras sociais em diferentes linhas teóricas e práxis surgidas no contexto da América Latina, mais uma vez rebuscando a teoria revolucionária de Paulo Freire, que influenciou vários outros campos, como a teoria da Mediação, de Martin-Barbero, de Kaplun, sobre o comunicador-educador, assim como a linha que orienta esta pesquisa, a educomunicação.

Para além do entendimento como um direito humano fundamental, a comunicação é composta por diferentes áreas do conhecimento e assume uma característica transdisciplinar que envolve outros campos, como o científico, o jornalístico, o literário, o artístico, e cada um consiste em uma institucionalização de um ponto de vista, "...como um conjunto de pressupostos e de crenças partilhadas", repleto de relações desiguais e complexas, que lutam para transformar ou conservar suas estratégias e forças (BOURDIEU apud SARTORI e SOARES, 2005, S/N) que operam entre redes físicas e imateriais, entre o biológico e o social, a natureza e a cultura, os dispositivos técnicos e o discurso, a economia e a política, as perspectivas micro e macro, o local e o global, o ator e o sistema, o indivíduo e a sociedade, o livre-arbítrio e os determinismos sociais (MATTELART e MATTELART, 1999, p. 10).

Humberto Maturana, de acordo com CAPRA (2002, p. 67), foi um dos primeiros cientistas a estabelecer de maneira sistemática uma relação teórica entre a biologia da consciência humana e a linguagem a partir de uma cuidadosa análise da comunicação.

Para Maturana, a comunicação não é uma transmissão de informações, mas antes uma coordenação de comportamentos entre organismos vivos através de uma acoplagem estrutural mútua. Nessas interações recorrentes, os organismos vivos mudam juntos, por meio de um desencadeamento simultâneo de mudanças estruturais. Essa coordenação mútua é uma das características fundamentais de toda comunicação entre organismos vivos, dotados ou não de sistema nervoso e vai se tornando cada vez mais sutil e elaborada à medida que a complexidade do sistema nervoso vai aumentando.

Este campo, repleto de definições e novas descobertas, em profunda e contínua mutação, é caracterizado por Venício Lima (2001) como "desarticulado, conflituoso e em permanente crise teórica", o que não impede a Comunicação de, mesmo possuindo contornos vagos e indefinidos, estar na centralidade da discussão no final do século XX e início do XXI, prestando-se aos mais diversos usos estratégicos.

A centralidade da comunicação também está relacionada ao contexto tecnológico dos tempos atuais (SARTORI e SOARES)⁸:

e a dissolução de barreiras entre os diferentes meios, do analógico ao digital, que acontece com aparatos como telefone, televisão, máquina fotográfica, computador e que estão convergindo para um único sistema e convivendo num mesmo aparelho só reforça a posição central que a comunicação assume no mundo contemporâneo. Ela passa a ser considerada como

⁸ Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/86.pdf>>. Acesso em: 10/12/2022.

legitimadora de discursos, comportamentos, ações e atua como um instrumento de consenso, assim como foram a religião nas sociedades tradicionais, o progresso nas sociedades modernas ou a produção na sociedade industrial.

Diante do lugar que ocupa, Rodrigues (1999) explora a noção de uma “ideologia comunicacional” no processo da modernidade, responsável por redefinir um novo tipo de racionalidade ainda confusa, com pretensões arcaizantes de sociabilidade, e carregada de anseios de refundação, de recomeço, de nova era, que promove de forma constante uma troca simbólica generalizada, pautada em laços sociais em sobreposição às relações naturais que são estabelecidas com o meio ambiente.

(...) esta interação não é imediata; é mediatizada por símbolos culturais concebidos, elaborados e legados por sucessivas gerações, como a linguagem verbal, os gestos e os comportamentos, o vestuário, a arte, a disposição e o arranjo do espaço público ou do espaço privado. Discursos e silêncios, gestos, comportamentos, ações e omissões constituem as manifestações dos processos comunicacionais, na medida em que correspondem a expectativas geradas pelas regularidades que formam o tecido das relações sociais. (RODRIGUES, 1999, p. 22).

Baccega, expressando a representação da comunicação dentro de um lugar de estudo mais próximo da educomunicação, detalha que se trata sempre de um ponto de chegada de um largo processo de práticas culturais do receptor e do emissor, sustentadas pelos signos, e que lhe permitem formular, por um lado, e compreender, por outro, a partir delas, o que o sujeito vê, ouve ou lê. Do ponto de vista dos resultados, a professora traça uma analogia para explicar a impossibilidade de controle: como círculos que se formam na água quando atiramos uma pedra, a influência da mensagem recebida, interpretada e manifestada vai se expandindo de vários modos, abrangendo outros receptores, encontrando-se com diferentes processos de comunicação em curso, quer seja do próprio sujeito, quer dos outros sujeitos sociais. (BACCEGA, 2019, p. 12)

A comunicação é um processo de expressão da participação social, de estabelecimento de contato entre pessoas, grupos e classes e estuda a produção, a veiculação e recepção das mensagens (MORAN, 1993, p. 15). E tão importante quanto estudar e refletir sobre a *comunicação intransitiva*, centrada nos dispositivos de que se valem os media, é investigar as possibilidades contidas na *comunicação transitiva*, proporcionada por complexas redes interpessoais.

O modo de circulação, interação, funcionamento da comunicação nas sociedades vão, aos poucos, se aproximando de formulações mais complexas da vida social e todas as suas possibilidades, como acontece em um ecossistema. Para a Biologia, a noção de ecossistema inclui tanto fatores bióticos (vivos: animais, plantas, bactéria entre outros), quanto abióticos (ambiente físico) interrelacionados dinamicamente. Pode ser considerado como o conjunto dos relacionamentos mútuos entre os seres vivos e o meio ambiente. (SARTORI e SOARES, S/N).

Jésus-Martin Barbero, além da relevante *Teoria das Mediações*, que orienta grande parte dos estudos na interface comunicação-educação no continente latino-americano, também é o criador do termo “ecossistema comunicativo” e o explica como o espaço difuso, formado por uma mistura de linguagens e de saberes que circulam por diversos dispositivos midiáticos intrinsecamente interconectados e descentrados (SOARES, 2011, p. 43).

Soares (2011, p. 44) utiliza o termo “como uma figura de linguagem para nomear um ideal de relações, construído coletivamente em dado espaço, em decorrência de uma decisão estratégica de favorecer o diálogo social, levando em conta, inclusive, as potencialidades dos meios de comunicação e de suas tecnologias”. O ecossistema comunicativo reflete sobre as inúmeras possibilidades da interação social com a comunicação e como, em cada ambiente, é possível refletir e analisar as diferentes propostas e formatos de diálogo vivenciados com o mundo.

O educador também insere o conceito na perspectiva da gestão comunicativa: compreende “a organização do ambiente, a disponibilidade dos recursos, o modus faciendi dos sujeitos envolvidos e o conjunto das ações que caracterizam determinado tipo de educação comunicacional” (SOARES, 2002b, p. 125). Por esse ângulo, falar em ecossistema comunicativo implica buscar a descentralização de vozes, a dialogicidade, a interação. As relações devem buscar equilíbrio e harmonia em ambientes onde convivem diferentes atores. Não é apenas no mundo tecnológico que atua o ecossistema comunicativo, mas em todas as esferas da comunicação transitiva ou intransitiva. No ecossistema, acontecem trocas constantes e dinâmicas, que não são determinadas por seu tamanho, mas por sua estrutura e seus padrões de organização. Mas, como vimos em Capra (2002, p. 67) citado anteriormente com os estudos de Maturana, é possível refletir sobre a comunicação desse sistema de forma integral, unindo a dimensão biológica à comunicacional, em todas as interações humanas e não-humanas e por isso,

linguísticas e não-linguísticas, que integram a visão sistêmica da vida e do mundo. Outro ponto importante de ser lembrado, é que, nesse ecossistema comunicacional operam forças dos discursos, das relações de poder, da ação comunicativa, do diálogo, das identidades e todas as outras possibilidades interação e transformação a partir da comunicação. E, para Soares, o *locus* de ação da educomunicação são os ecossistemas comunicativos (Ibidem).

5.2. Da comunicação à educomunicação: um pouco de história

O conceito de Educomunicação está diretamente relacionado ao contexto da comunicação entendida como um direito humano, designando uma prática social específica, que emerge na América Latina, na interface comunicação/educação. Surge em 1999, como resultado de uma pesquisa acadêmica do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (NCE/USP) (SOARES, 1999), no contexto das teorias latino-americanas que analisam a comunicação regionalmente, frente a uma realidade política e social com extremas tensões e desigualdades. Pesquisadores do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade de São Paulo estiveram preocupados em identificar como os movimentos de defesa dos direitos humanos, atores sociais, lideranças comunitárias e organizações sociais da América Latina eram capazes de desenvolver metodologias e práticas sociais para efetivar o direito humano à comunicação e fortalecer a democracia e a participação das pessoas (SOARES, 2002). Para entender o lugar ocupado pela educomunicação como uma teoria de origem latino-americana, é importante lembrar que a história da comunicação é peculiar dentro deste contexto histórico.

Desde a fundação do Correio Brasiliense, em 1808, a imprensa brasileira manteve um público muito segmentado, devido à pobreza e ao analfabetismo, que não garantiam acesso à informação para a maior parte da população. O rádio, no início do século XX, representou uma grande revolução, marcando o que ficou conhecido como a nova era da comunicação, com a noção do acesso em massa (CALABRE, 2003). Na década de 50 começa a desembarcar em terras brasileiras a indústria televisiva. Essa época também foi marcada por grandes mobilizações políticas e econômicas, que refletiam os impactos do início da Guerra Fria e o embate

entre capitalismo e socialismo. No campo econômico, o Brasil tem grandes avanços no desenvolvimento de sua indústria e na geração de riquezas, e parece lógico fortalecer uma indústria da comunicação. O campo político começa ampliar seu interesse em torno deste setor, com o Plano de Metas do governo de Juscelino Kubitschek (de 1956 a 1961), com a criação do Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), no governo de Jânio Quadros, e com a aprovação e regulamentação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), no governo de João Goulart. Os investimentos nessa área se consolidam após o Golpe de 1964, quando os militares se debruçaram para que o país tivesse uma moderna infraestrutura comunicativa, e criam, em 1965, Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) e em 1967, o Ministério das Comunicações (CARVALHO, 2006).

O contexto político específico e diferenciado dos modelos de comunicação implementados em países europeus ou norte-americanos se mostrou um campo rico para o desenvolvimento de práticas, teorias e análises em comunicação nascidas e validadas pela realidade propiciada pela movimentação política intensa, motivada pelas ditaduras e a luta de classes. Em especial, o campo das práticas populares, como a educação popular e a comunicação popular, se fortalecem como meio de luta contra os poderes ditatoriais, fazendo despontar teóricos renomados mundialmente, como Paulo Freire.

No campo dos estudos em comunicação, em *A educomunicação na América Latina: apontamentos para uma história em construção*, Soares (2014) retoma os caminhos trilhados pelas práticas de “educação para a comunicação” desde 1960, quando são iniciados os programas de análise da produção cinematográfica, até os dias atuais.

De acordo com o artigo, na década de 1970, a leitura crítica dos meios ganha espaço no contexto das denúncias sobre a *invasão cultural* por parte de estudiosos latino-americanos. A década contou com uma dura reação frente à crescente influência dos meios de comunicação, especialmente da televisão e as pesquisas focaram-se em descrever as estruturas econômicas e políticas dos veículos, pautadas na teoria sociológica da dependência cultural. As práticas sociais tiveram a proliferação dos projetos de *educação para a televisão, formação de consciência crítica* ou *leitura crítica da comunicação*.

Tais programas desenvolveram-se fundamentalmente à margem dos sistemas educativos formais, com presença nos bairros, nos subúrbios e nas comunidades camponesas, sob os auspícios de instituições voltadas para a educação e a cultura popular. (SOARES, p. 9, 2014)

Nos anos 1980, a América Latina buscava a formulação de uma síntese dos caminhos percorridos para a democratização da comunicação no continente. As propostas de Paulo Freire, com uma educação crítica, e de Jesús Martín-Barbero, com a Teoria das Mediações, que trata das diferentes influências sofridas pelos indivíduos em sua relação com a comunicação dos tradicionais *mass media*, abrem caminho para a construção de diferentes possibilidades de interação com a comunicação nas pesquisas latino-americanas. Logicamente, essas teorias locais são provocadas pela realidade peculiar do surgimento dos veículos de comunicação e a função política que desempenharam em toda a América Latina.

Não foram somente as limitações do modelo hegemônico que nos forçaram a mudar paradigmas, mas os fatos teimosos, os processos sociais na América Latina é que mudaram nossos objetos de estudo como pesquisadores da comunicação. (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 224)

Há um certo afastamento, por parte dos pesquisadores locais, da *media education* europeia e da *media literacy* norte-americana. E surge o termo *educação para a comunicação* (ROMÃO, 2013, p. 42).

Jorge Huergo tem um papel importante com sua crítica ao uso instrumental da comunicação e da ideia da tecnologia como suporte para a educação. Para ele, educação e comunicação seriam campos que reunidos poderiam atuar para a liberdade do indivíduo, contra a dominação, para o empoderamento, contra a manipulação. Dentro dessa perspectiva, o que as práticas sociais e as pesquisas pretendiam discutir era o modo como as audiências reagiam e se articulavam ao receber e ressignificar os conteúdos midiáticos, diferente da proposta de identificar o impacto das mensagens sobre as audiências.

No contexto da América Latina, foi muito importante que os estudos não permanecessem concentrados nos impactos dos meios, pois esses nasciam em uma realidade com propósitos políticos e ideológicos específicos e que iam muito além dos econômicos. Diante da impossibilidade de caminhar em um diálogo social para a legitimação do direito humano à comunicação, movimentos sociais e pesquisadores da comunicação se interessavam em debater esses espaços alternativos de fala que iam se criando diante da “cultura do silêncio”, da censura e da extrema concentração

de propriedade dos veículos de comunicação “hegemônicos”. “Enquanto os autores envolvidos com os Estudos Culturais Britânicos investiram teoricamente na identificação das resistências e da formação de identidades, os latino-americanos dedicaram esforços no mapeamento dos modos de ação da resistência”. (OROZCO, 2014, p. 8).

Os anos de 1990 sofrem uma forte influência dos estudos culturais, o que favorece a transição dos objetos de pesquisa de *educação para a mídia* para uma *educação para os processos de mediações*. De certa forma, supera-se a bipolaridade (emissor X receptor) estabelecida pela corrente funcionalista e é fortalecida a perspectiva dialética que reconhece o papel ativo do consumidor de mídias enquanto um construtor de sentidos.

Foi possível, dessa forma, passar de uma teoria fundada no tecnicismo, centrada nos meios, para uma reflexão articuladora das práticas de comunicação, entendidas como fluxos culturais, fixada no espaço das crenças, costumes, sonhos, medos – o que, enfim, configura a cultura do cotidiano. (SOARES, p. 13, 2014)

Diferentes nomenclaturas surgiram para designar a relação entre a educação e comunicação no mundo. Os termos *Media Education* (vigente na Europa, até a presente data) e *Leitura Crítica da Comunicação* (em uso na América Latina, entre 1970 e 1980) são anteriores ao emprego do neologismo Educomunicação. De certa forma, eles descrevem situações distintas da interface e englobam diferentes aspectos da relação possível entre a educação e a comunicação. Soares (2014), por exemplo, ao contextualizar os diferentes termos, explica que o designativo Media-Educação, em uso no Brasil por setores dedicados à análise da mídia, encontra seus fundamentos nas preocupações do campo da Educação com o universo representado pelos meios de comunicação; a *Educação para a comunicação* tem relação com a leitura crítica e a educação para a produção de comunicação; e a *Comunicação para a Educação* refere-se à produção de materiais que utilizam a comunicação como ferramenta educativa ou ainda da educação que acontece por meio da comunicação (informação verbal)⁹.

⁹ Informação fornecida por SOARES, em 2014.

5.3. O popular como lugar da construção educomunicativa

A prática educomunicativa nasce relacionada aos movimentos de educação e comunicação alternativa e popular, os quais buscavam construir uma perspectiva dialógica em suas ações com as pessoas e com as comunidades. Nessa perspectiva, o diálogo representava a possibilidade de construir uma comunicação mais humana, participativa e menos instrumental (SOARES, 2011).

Ao colocar a comunicação no centro do processo educativo, Freire desconstrói o modelo unidirecional e evoca o ato dialógico como razão central do processo de interação e educação entre pessoas. A crítica do educador, como vimos, esteve localizada no que ele chamou de *cultura do silêncio*, isto é, um conjunto de pautas de ação e esquemas de pensamento que conformam a mentalidade e o comportamento e na qual a voz falada apenas reforça a dominação da consciência (BARBERO, 2014, p. 23).

“Freire entendia o diálogo como um elemento crucial para problematizar o conhecimento” (APARICI, 2014, p. 32) e para indagar os saberes mútuos e pré-estabelecidos. Era uma metodologia e uma filosofia para o questionamento de um modelo hegemônico de educação.

Ser dialógico é não invadir, é não manipular, é não *slogannizar*. Ser dialógico é empenhar-se na transformação constante da realidade. Esta é a razão pela qual, sendo o diálogo o conteúdo da forma de ser própria à existência humana, está excluído de toda a relação na qual alguns homens sejam transformados em ‘seres para outro’ por homens que são falsos seres para si mesmos. (FREIRE, 1977, p. 43)

Por outro lado, a comunicação popular funda suas bases em práticas distintas dos grandes meios e que faz parte de um contexto social alternativo, que luta por transformações sociais. “Ela é uma engrenagem do contexto e, imersa nele, contribui com sua parte para transformá-lo” (GOMES, 1990, p.15). Gomes utiliza a mesma teoria para falar de um jornalismo popular, que se relaciona diretamente com um contexto específico de transformação social a partir das práticas de comunicação que implementa e cria esse contexto.

Definições mais complexas e atuais, que tiram o conceito da comunicação de um lugar tecnicista relacionado ao emissor e receptor, as teorias latino-americanas procuram lidar com os contextos, as realidades, as possibilidades práticas de cada situação, como processos de produção de complexos, efeitos de sentido a partir do

lugar (de fala) que os interlocutores ocupam na trama das relações sociais e em função do horizonte ideológico e cultural que trazem consigo (GOMES, 1990, 25).

A comunicação popular passou a agregar as complexidades dos sistemas comunicativos, analisando questões de acesso, percebendo a interação e o diálogo dentro de uma ação comunicativa, muito mais participativa, interativa e que atua em análise, diálogo e contraponto a outros modelos de comunicação, principalmente os chamados “hegemônicos”. Assim, a comunicação popular passa a se preocupar com quem produz, em qual contexto, quem acessa, quem interage com a comunicação e quais resultados ela poderá gerar. (Ibidem)

5.4. A definição do termo Educomunicação

Mário Kaplún, ainda que nunca tenha colocado em discussão a existência, ou não, de um campo de conhecimento autônomo denominado educomunicação, foi o primeiro a escrever sobre o professor-comunicador, designando-o como um *educomunicador*, enquanto um voluntário ou profissional capaz de mediar processos de jornalismo alternativo e projetos de rádio comunitário. Kaplún, como lembra Druetta (2014, p. 129), propôs três modelos de comunicação educativa, visivelmente pautados na proposta de educação de Paulo Freire: o *bancário* (aluno receptor, depósito de informação), o *focalizado nos efeitos* (aluno individualizado como receptor dos bens a ele destinados) e o *da educação transformadora* (que valoriza o diálogo como fator de mudança da realidade e reconhece não apenas a construção do próprio conhecimento, como também de seu ambiente social).

Educomunicação não é a soma de educação e comunicação. O neologismo polissêmico (SOARES, 2014, p.16) começa a assumir sentidos diferenciados, de acordo com usos e contextos de cada grupo social, podendo assumir características de educação diante dos meios, uma prática mais moderna da educação midiática, ou mesmo de formatos mais participativos e dialógicos de produção de comunicação. Foi a partir de 1999 o termo educomunicação passou a designar um campo de intervenção social, na interface entre a comunicação e a educação.

Esta terceira opção foi confirmada pela pesquisa que o Núcleo de Comunicação e Educação (NCE), da USP, desenvolveu junto a especialistas latino-americanos, em 12 países do continente, entre 1997 e 1999, momento

em que identificou um espaço de produção de sentidos decorrente do reconhecimento da essencialidade do direito à comunicação em todos os espaços da vida social, incluindo o educacional e o próprio espaço comunicacional. Um direito à palavra, reclamado por Paulo Freire em seus escritos, que passava a ser assumido como meta de esforços sistemáticos de organismos da sociedade civil, em sua luta pela democratização das formas de expressão no continente. (SOARES, 2014, p.16)

Maria Cristina Castilho Costa, socióloga integrante do NCE-USP, explica que a investigação concluiu que efetivamente um novo campo do saber, absolutamente interdisciplinar e com certa autonomia em relação aos tradicionais campos da educação e da comunicação mostrava indícios de sua existência, e que já pensava em si mesmo, produzindo uma metalinguagem, elemento essencial para sua identificação como “objeto interdisciplinar de conhecimento” (SOARES, 2011, p. 35).

A partir dessas constatações, o NCE-USP formulou uma definição para o termo *Educomunicação* como um campo de intervenção socioeducativa, que nasce da inter-relação entre a educação e a comunicação e se caracteriza como:

[...] o conjunto de ações voltadas ao planejamento e implementação de práticas destinadas a criar e desenvolver ecossistemas comunicativos abertos e criativos e espaços educativos, garantindo, desta forma, crescentes possibilidades de expressão a todos os membros das comunidades educativas. (SOARES, 2003, p. 17).

O NCE-USP passou a trabalhar com descrições operacionais aproximativas, afirmando que o conceito nomeia “o conjunto de ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a” (SOARES, 1999, 2011 e 2014):

- promover e fortalecer ‘*ecossistemas comunicativos*’, qualificados como abertos e participativos, garantidos por uma gestão democrática dos processos de comunicação nos diferentes ambientes de relacionamento humano (envolvendo, no caso, em igualdade de condições, a comunidade como um todo, seja ela educativa ou comunicativa);
- *ampliar o potencial comunicativo e as condições de expressividade dos indivíduos e grupos humanos*, mediante práticas culturais e por meio das artes, assim como por meio do uso dos recursos disponibilizados pela era da informação, tendo como meta prioritária o reconhecimento do protagonismo infanto-juvenil, e;

- favorecer referenciais e metodologias que permitam às comunidades humanas relacionarem-se, enquanto *sujeitos sociais*, com o *sistema midiático*.

Seguindo a reflexão sobre a educomunicação, Soares (2011) descreve sete diferentes “áreas de intervenção” nos ecossistemas comunicativos:

- a. A área da *educação para a comunicação*, que é o estudo dos meios de comunicação na sociedade e seu impacto;
- b. A área da *expressão comunicativa por meio da arte* está atenta ao potencial criativo e emancipador das distintas formas de manifestação artística na comunidade educativa, como meio de comunicação acessível a todos;
- c. A área da *produção midiática em processos comunicativos*;
- d. A área da *mediação tecnológica na educação* trata da tecnologia da informação e sua relação com a comunidade educativa;
- e. A área da *pedagogia da comunicação* na educação formal;
- f. A área da *gestão da comunicação* volta-se para o planejamento e a execução de planos, programas e projetos referentes às demais áreas;
- g. A área da *reflexão epistemológica* dedica-se à sistematização de experiências e ao estudo do fenômeno.

Aspectos importantes, neste contexto da pesquisa, sobre o processo educomunicativo, identificados durante o levantamento realizado por Soares na América Latina foram: *a interconectividade, a coerência de seus procedimentos e o propósito comum de lutar pela liberdade de expressão e direito humano à comunicação*. Além disso, *a gestão participativa de todo o processo de intervenção comunicativa*. A expectativa de resultado dessa construção é a formação para a cidadania e para a ética profissional, tendo como objetivo a educação do “cidadão global”. Além disso, a prática educomunicativa assume como característica ser *inclusiva* (nenhum membro da comunidade será excluído); *democrática* (reconhecendo a igualdade radical entre as pessoas); *midiática* (valorizando as mediações possibilitadas pelos recursos da informação) e *criativas* (sintonizadas com toda forma de manifestação da cultura local).

O que pretendem os educomunicadores é o reconhecimento do valor estratégico da luta pela liberdade da palavra, como uma utopia que se concretiza em ações efetivas nos distintos espaços educativos. (SOARES, 2014, p. 146)

Algumas *linhas de articulação teórico-práticas* são propostas por Soares (2011), decorrentes ainda de sua pesquisa:

- a. *a dos pressupostos*, que defende que uma comunicação essencialmente *dialógica e participativa*, no espaço do ecossistema comunicativo escolar, mediada pela gestão compartilhada (professor/aluno/comunidade escolar) dos recursos e processos de informação, contribui para a prática educativa, cuja especificidade é o aumento imediato do grau de motivação por parte dos estudantes, e para o adequado relacionamento no convívio professor/aluno, maximizando as possibilidades de aprendizagem, de tomada de consciência e de mobilização para a ação;
- b. *a da interface*, nos quais os olhares se entrecruzam regularmente, na qual a interconexão entre eles é requerida pelas próprias exigências da vida em sociedade, durante seus confrontos ou cooperações. Essa interface reconhece o direito universal à expressão, tanto da mídia, mas principalmente de seu público negligenciado em seu direito à comunicação pelo sistema vigente. A educomunicação trata da ampliação do potencial comunicativo dos membros da comunidade educativa. Conceitos como democracia, dialogicidade, expressão comunicativa, gestão compartilhada dos recursos da informação fazem parte de seu vocabulário. Com relação a tecnologias, o que importa não é a ferramenta disponibilizada, mas o tipo de mediação que elas podem favorecer para ampliar os diálogos sociais e educativos.
- c. *a da prática educativa*, pensada em três âmbitos distintos: da gestão escolar, no âmbito disciplinar e no transdisciplinar. Nos três, a educomunicação trata do uso coletivo e solidário dos recursos para favorecer a comunicação, para aprofundar conhecimentos e para desenhar estratégias de transformação das condições de vida à sua volta.
- d. *a da formação* diante do desafio de formar educadores que dominam as linguagens produzidas socialmente na construção da cultura contemporânea enfrentando o desafio da redução do conceito e da prática a um conjunto de ferramentas. Seriam habilidades dessa figura educacional: planejar, gerir e avaliar programas e projetos na interface; usar as tecnologias da informação e da comunicação, de forma colaborativa, nos diferentes âmbitos da prática educativa; assessorar a produção dos veículos de comunicação para a área;

desenvolver práticas de recepção midiática; reflexão e sistematização de suas próprias experiências na interface comunicação e educação.

Somados, esses referenciais teóricos representam aspectos sobre a construção de processos participativos e cidadãos, por meio da comunicação, na América Latina, foco desse estudo.

5.5. Educomunicação e a dialogia: a fala, a escuta e a interação¹⁰

Para complementar a teoria sobre educomunicação, aprofundando o tema do diálogo dentro do campo educamunicativo, a pesquisa entrevistou o professor doutor Ismar Soares de Oliveira e sistematizou as principais contribuições do pesquisador, principalmente em assuntos que tratam da escuta.

O primeiro ponto destacado refere-se ao fato de que a prática educamunicativa é um espaço de escuta e de diálogo em construção, que demanda tempo, mudanças de contextos e envolvimento de lideranças. Ela segue relacionada à resistência aos modelos tradicionais de comunicação e procura desenvolver práticas para exercitar o direito das pessoas à comunicação e fortalecimento da cidadania, muitas vezes relacionada aos interesses coletivos e comunitários.

Um segundo ponto para Soares (2019, S/N), é que o campo não deve ser entendido como um instrumento, ou um processo de produção e difusão de informações, mas sim como um eixo transversal nas práticas sociais. “Essa perspectiva é muito exigente e necessita de uma permanente coerência epistemológica entre teoria e prática” (S/N, 2019), que existem em projetos que envolvem grupos de pessoas envolvidos em um contexto autoritário, de uma comunicação vertical, e que lutam para transformar as relações sociais e da comunicação.

Um terceiro ponto levantado refere-se aos projetos que representam espaços únicos de exercitar e multiplicar práticas, que confrontam modelos e geram novos

¹⁰ Conteúdo escrito a partir da entrevista realizada com professor Ismar de Oliveira Soares, em 6 de dezembro de 2019, incorporada nos Anexos desta pesquisa.

referenciais de procedimentos. Nesse sentido, não é possível afirmar que existam práticas integralmente educacionais. “Estamos buscando caminhos para tornar as relações de comunicação um ecossistema dialógico e de permanente interação” (SOARES, 2019, S/N). O êxito da implementação de práticas do campo da comunicação e educação acontece no momento em que se unem pessoas, de diferentes gêneros, práticas, situações econômicas, condições, em ações colegiadas e dialógicas de interesse daquele coletivo, como um espaço de *diversidade* de vozes em relação. A multiplicidade dos sujeitos (crianças, adolescentes, jovens, adultos, professores, gestores de projetos) participantes simultaneamente na prática educacional estariam em diálogo permanente, reconhecendo o potencial de cada um, e com isso, quebrando *hierarquias* estabelecidas.

A concepção existencial de reconhecimento, em um ambiente educacional parte da igualdade das interações e no reconhecimento de que estamos todos comprometidos com elementos essenciais da vida, como a preservação da natureza e, especialmente, a construção conjunta de um viver melhor. Dentro de um pensamento educacional, a transformação acontece a partir do diálogo, para a melhoria das relações, como propõe Freire. O conceito de diálogo tem estado presente no discurso filosófico e antropológico, com diferentes autores que entendem a necessidade de que a troca entre a população e organizações sociais, no espaço da política, permite o progresso social.

Na perspectiva funcionalista, o conceito de diálogo significa o esforço de alguém para convencer o outro a respeito de suas próprias ideias e pensamentos. Então, quando se pensa em diálogo, se pensa numa estratégia de envolvimento, de sedução do outro para o que definimos como correto. A palavra diálogo significa a estratégia de envolvimento do adversário, do opositor, para que, de uma forma mais mansa e menos violenta eu consiga mudar o pensamento de outros (SOARES, S/N, 2019)

A essência das relações humanas se dá naquilo que se chama do inter-humano, isto é, eu só existo se eu estiver em relação, construindo com o outro. Este é um dos fundamentos da própria comunicação, que toma o conceito de diálogo, para Soares, como essencial na vida, na troca de impressões, de sentimentos, de ideais e na construção coletiva. A prática do diálogo educacional convive e questiona a prática do diálogo estratégico funcionalista, de sedução e envolvimento do outro para que aceite um ponto de vista, mas compreende a relação dialógica acontecendo em contextos contraditórios. Existe uma perspectiva ideal, na qual

sujeitos diferentes em termos de idade, de gênero, condições financeiras e sociais, estariam abertas a escutar e a partir da escuta, a construir algo coletivamente. E aí nós teríamos uma visão idealizada de como isso deveria acontecer. “É aquilo que nós chamamos de uma utopia, algo que está no horizonte que buscamos. Portanto, o diálogo educacional é uma utopia, é uma busca que vai conviver com outras práticas dialógicas, funcionalistas, que devemos identificar e denunciar” (SOARES, S/N, 2019).

O que a prática educacional tem apresentado é a importância de se construir juntos ecossistemas comunicativos que facilitem o diálogo autêntico entre as pessoas, independentemente das condições em que cada um se encontra, em um exercício de descoberta, a partir de práticas que se constroem em contextos contraditórios que propiciem o progresso de um diálogo funcionalista para um diálogo autêntico.

O direito à comunicação trata de um lugar de assumir a expressão, a escuta, a interação. É importante lembrar que a interpretação cartesiana na comunicação a coloca com dois polos sobre quem fala e quem escuta. Historicamente, assumir um lugar ou outro está diretamente relacionado a ideia de poder. A fala tem um lugar mais valorizado do que a escuta, assim como a emissão foi mais valorizada do que a recepção no campo da comunicação. Na educação, a escuta necessita ocupar um lugar de igualdade. Quem aprende a falar precisa também aprender a escutar. Quebrar barreiras na relação dialógica também trata desse lugar de igualdade entre fala, escuta e interação.

O diálogo pautado nos princípios educacionais valoriza a igualdade de condições, a diversidade social e o protagonismo das pessoas. Ao procurar exercer o direito à expressão, muitas vezes as pessoas se deparam com estruturas que podem ter nascido de ideais democráticos e dialógicos, mas que, em algum momento, também se moldam a perspectivas sociais vigentes: hierárquicas, autoritárias, centralizadoras. Assim, para transformar as práticas sociais em torno da comunicação, é fundamental que as organizações também assumam posturas que descrevemos como competências dos gestores de processos comunicacionais, ou educadores. (SOARES, 2019, S/N)

A educação procura contribuir com a concepção de diálogo no sentido de também ensinar, além das pessoas, estruturas sociais a escutarem as vozes dos cidadãos, dos indivíduos, como ponto de partida da sua própria transformação, da sua própria construção democrática. A partir da concepção do diálogo ideal e utópico

proposto pela educomunicação, Ismar entende que o papel do gestor de comunicação subverte a norma vigente em pelo menos dois aspectos: primeiro, ao planejar, tendo como referência a própria sociedade e suas necessidades à luz daquilo que o debate público em torno da realidade permite perceber; e segundo, ao criar mecanismos que lhe permite ouvir as audiências, garantindo uma maior participação possível dos interessados tanto na produção quanto na recepção das mensagens ou dos resultados de seu trabalho. (SOARES, 2009, p. 37)

E assim, começa a se delinear o lugar do gestor educucomunicativo. Na criação da Licenciatura em Educomunicação pela Universidade de São Paulo, houve reação por parte daqueles que afirmavam que este papel se constrói na luta social e que não havia sentido em criar um cargo funcional denominando o cidadão encarregado dessas práticas. Contudo, já estava bastante delineado o lugar, as competências, o contexto de ação, o papel e as possibilidades de transformação ocupado por essa pessoa que gesta a educação ou a comunicação a partir de um lugar educucomunicativo.

Esse espaço universitário passou a debater a figura do profissional, seja ele um graduado, ou alguém que lidere uma prática, ou que assume a função de educucomunicador. Essa prática, por ser de resistência, tem que ter consciência da luta em que está inserida e contar com a colaboração de elementos na estrutura social que permitam que ela avance, que conheça os sistemas que estão postos e que possa ser a ponte para facilitar o acesso à prática educucomunicativa. Que educucomunicação será essa? Haverá contradição nessa sua prática? Admitimos que tudo isso é possível, mas precisamos contar com especialistas que vão reequilibrar os processos e abrir novos espaços. Estamos numa sociedade viva, carregando uma tradição latino-americana de prática de comunicação dialógica e necessitamos de aliados dos processos, seja trabalhando numa ONG, seja na escola, em uma Secretaria de Estado, ou no Ministério do Meio Ambiente. (SOARES, 2019, S/N)

A função do educucomunicador formado num curso de extensão ou especialização, graduação, pós-graduação é o de mediador de relações, que domine o conhecimento do campo, entenda a comunicação funcional e faça os diálogos para abrir possibilidades. Por outro, por envolver pessoas, é fundamental ter a habilidade de coordenação e controle de determinados conhecimentos, como as linguagens sociais. Uma sociedade composta por uma ampla ação comunicativa, exige especialistas que encontrem brechas nas organizações democráticas para qualificar suas capacidades de ouvir, falar e interagir com pessoas de forma igualitária. Para Ismar, é possível criar metodologias para a difusão da educucomunicação e seus

princípios, valorizando o lugar que nasce na sociedade civil e precisa alcançar posições de poder em determinadas áreas, para que os direitos das pessoas de terem acesso a práticas educomunicativas seja conquistado.

Hoje, porque o Ministério do Meio Ambiente adota a educomunicação socioambiental dentro dos territórios indígenas, quilombolas, nas margens dos rios? Visitei o Rio Tapajós e muitas das comunidades estão praticando educomunicação, levada por uma ONG chamada *Saúde e Alegria*¹¹. Nós entendemos que sim, que é possível formar o educomunicador com coerência e podemos afirmar que a universidade não pode fazer isso sozinha. É a imersão desse estudante nas práticas sociais, o convívio com quem pratica é que vai cuidar dessa formação de forma ampla e menos fragmentada. (SOARES, 2019, S/N)

5.6. A construção de um lugar de gestão educomunicativa

Voltando rapidamente para os anos 1970, os organismos internacionais, como a Unesco, incentivaram práticas comunicativas dentro de um contexto de desenvolvimento de processos democráticos e também para debater o papel dos meios de comunicação, com uma linha de ação que ficou conhecida como “comunicação para o desenvolvimento”, alinhado com o planejamento de processos participativos e o diálogo entre os povos.

Os princípios relativos a uma ordem mais democrática e participativa no planejamento da comunicação em projetos de desenvolvimento acabaram gerando uma onda de práticas alternativas conduzidas por organizações não governamentais, especialmente na América Latina (SOARES, 2009, p. 30). Essas organizações passam a desenvolver projetos que garantiam circulações alternativas de informação para combater a ditadura militar, para a promoção do ideário democrático, e também para outros temas que faziam parte de uma construção mais cidadã, como relacionado às pautas das mulheres.

Essas iniciativas de comunicação passam a assumir um papel diferencial, pois atuam a partir de uma perspectiva dialógica, comunicativa, na qual suas ações devem ser implementadas por meio da intersubjetividade racional dos diferentes sujeitos sociais a partir das esferas públicas em espaços organizados da sociedade civil, a fim de fortalecer o exercício da cidadania deliberativa. (SOARES, 2009, p. 34)

¹¹ O Projeto Saúde e Alegria (PSA) é uma iniciativa civil sem fins lucrativos que atua desde 1987 na Amazônia brasileira, promovendo e apoiando processos participativos de desenvolvimento comunitário integrado e sustentável. Disponível em: < <https://saudeealegria.org.br/>>. Acesso em: 22 Jan, 2023.

A realidade de gerir processos comunicativos em contextos diferenciados dos grandes veículos de comunicação de massa começa a exigir outras competências dos profissionais, por exemplo, quando necessitam realizar o planejamento de propostas mais democráticas e participativas de comunicação, visando à intervenção na realidade social, tanto em nível macrossocial – como o das políticas nacionais de comunicação – quanto em nível microssociais, principalmente no que se refere às estratégias de ação de organizações da sociedade civil sem fins lucrativos ou das comunidades locais. (SOARES, 2009, p. 31)

O curso de pós-graduação *latu sensu* *Gestão de Processos Comunicacionais*, depois chamado de *Gestão da Comunicação*, teve início em julho de 1993 na Universidade de São Paulo, dentro da Escola de Comunicação e Artes, e debatia questões da formação do profissional de comunicação. Começou a trabalhar a importância de fortalecer um processo capaz de harmonizar as necessidades comunicacionais das empresas, instituições ou escolas, de seus colaboradores e as vozes da sociedade como um todo, com sua diversidade de culturas (BACCEGA, 2009, p. 08). Passou a valorizar a atuação que medeia a totalidade, capaz de tecer interesses dos vários segmentos, levando em consideração todas as culturas, os vários segmentos e suas vozes. “Este é o lugar do novo profissional: o gestor de processos comunicacionais, que resulta do campo da Comunicação em sua inteireza e não de apenas um de seus aspectos” (BACCEGA, 2009, p. 10).

No livro *Gestão da Comunicação*, Baccega destaca alguns aspectos importantes da atuação do gestor de processos comunicacionais:

a. Emissão, recepção e linguagem: território dos sentidos - os estudos da comunicação sempre privilegiaram o polo da “emissão”, e apenas depois dos estudos culturais ingleses passaram a voltar-se para a “recepção” (BACCEGA, 2009, p. 11). Porém, no território que se constrói esse encontro haverá marcas do emissor e do receptor. Quem fala, fala de um lugar. E quem escuta, também escuta de um lugar. A interpretação dessa comunicação complexa exige, para seu estudo, que se movimentem as diferentes áreas do saber, rompendo as fronteiras que as separam.

Ou seja: aquele que produz a “mensagem”, que atua no polo de emissão (na mídia, em cargos oficiais, nas empresas, escolas, instituições, nas falas do cotidiano) é o sujeito o qual pertence a uma família, a uma classe social, a uma nação, a um Estado e a tantos outros “territórios” de pertencimento. Sua mensagem, portanto, será marcada por esses traços. Do outro lado, o que

recebe, o receptor, é também um sujeito, com as características sociais próprias, cuja interpretação vai corresponder àquela que faça sentido em seu universo.” (BACCEGA, 2009 p. 11)

b. Da informação ao conhecimento - Para Baccega (2009, p. 15), o conhecimento é necessário ao papel do mediador, que deverá utilizar com o mesmo peso, sensibilidade e técnica. As instituições democráticas, sejam escolas, empresas ou as organizações sociais precisam de um profissional que saiba planejar, gerenciar a comunicação, que consiga reger as opções profissionais, os interesses das instituições, dos colaboradores e das vozes da sociedade, como maestro de uma grande orquestra.

A turbulência contínua e a fluidez permanente colocam a necessidade de um profissional de comunicação que consiga, amparando suas reflexões no complexo campo comunicacional, efetivamente dar voz a todos aqueles que se conjugam dentro ou fora das escolas, empresas e instituições. (p. 16)

c. Tecnologia e mediação: O profissional de comunicação precisa ter uma ampla percepção da técnica e das tecnologias, suas questões mercadológicas, as condições de consumo e acesso. É necessário ter uma ampla percepção sobre o domínio das tecnologias perpassando todo o contexto social, político e econômico de qualquer profissional que precisa atuar e analisar criticamente os contextos comunicativos.

d. Território, tempo e espaço: As novas tecnologias também criaram novas formas de pertencimento, novas identidades menos extensas quanto a temporalidades, precárias quanto à permanência, flexíveis quanto às respostas às interpelações e abertas, enfim, a uma infinidade de universos culturais. A manifestação dessas identidades acontece no cotidiano, espaço privilegiado ao gestor de comunicação e Baccega reflete sobre como o cotidiano acontece na praça eletrônica, em um novo modo de estar juntos (2009, p. 21):

Há mesmo uma nova identidade. Bem mais fluida que a anterior, pois muda de acordo com o modo que o sujeito é interpelado nos seus vários universos culturais, essa nova identidade manifesta-se na forma de identificação. A identificação não é automática. Também não é permanente. É mais superficial, transforma-se sempre, sempre está em processo, sempre está em andamento. Esse sujeito a quem o gestor se dirige no âmbito da empresa, escola ou instituição, ou no âmbito da sociedade, utiliza-se das várias linguagens de suas muitas e “momentâneas” identificações.

e. Quatro telas: novos territórios, novo sensorium, novo sujeito - diante da realidade tecnológica, Baccega (2009, p. 21 e 22) explica que existe um novo *sensorium*, motivado pelas diferentes telas que acompanharam as últimas gerações humanas: do cinema, da tv, do computador e do celular. Essa última, em especial, modificou amplamente a noção de território, não mais entendido como espaço físico e jurídico, e sim definido por fronteiras físicas, sociais, culturais, simbólicas e subjetivas.

Nesses novos territórios surgem outras formas de vivenciar a identidade de pertencimento, começando pelas maneiras diferentes de estar junto. É nesse espaço que o gestor de processos comunicacionais atua. (...) Só a condição de praticar todas as identidades compõe, hoje, a cidadania. Para isso, o sujeito tem que dominar o maior número possível de linguagens de códigos – muitos comportamentais e tantos outros dependentes diretos de tecnologia, quer como produtor quer como receptor. É através da internet, por exemplo, que se formam comunidades, grupos, tribos, com membros de várias partes do mundo. É aí que está a ágora contemporânea, as praças e os jardins. Aí residem as identidades. (p. 22)

Todos esses contextos sinalizam desafios para a formação e atuação desse gestor de processos comunicacionais. Esse agente precisa se liberar do deslumbramento tecnológico, ser capaz de construir um compromisso político-cultural e educativo com a sociedade, com a comunicação e com a cultura de seu tempo, formar conhecimentos integrais e não-fragmentados, que obedecem aos imperativos da eficiência mercantil, e capaz de olhar para as convergências disciplinares e metodológicas, reflexivas e analíticas, fomentando ações na sociedade e a partir da sociedade. (OROZCO GOMES apud BACCEGA, 2009, p. 23)

Soares agrega alguns pontos de reflexão sobre o papel diferencial do gestor da comunicação. Por exemplo, considera que, diante da necessidade de ampliar as mediações sociais no ato de comunicar, a gestão participativa faz a diferença mesmo nos ambientes mais fechados e rígidos. Caberá ao gestor reafirmar o caráter democrático da comunicação e consolidar a expectativa de que a palavra pertence a todos os interessados no processo de planejamento. O gestor deve preocupar-se em: criar formas de consulta e tomada de decisões conjuntas; ampliar o uso da comunicação pelo maior número de agentes possível; implementar as decisões de forma participativa, tornar procedimentos flexíveis para que recebam críticas e mudanças. (SOARES, 2009, p. 40)

E, por fim, Costa completa essa noção da atuação e papel do gestor da comunicação como um profissional que pensa sua atividade como criação de espaços de interlocução, e não como simples emissão de informações unidirecionais e centralizadas em uma única fonte. Considera fundamental que esse profissional tenha consciência do papel da comunicação na vida contemporânea, e que atue de forma ética e democrática, procurando, antes de tudo, preservar o direito à informação, a liberdade de expressão e o acesso ao conhecimento. “Somente colocando o que sabe a serviço desses princípios ele estará agindo de modo autônomo e independente e fazendo da comunicação um espaço de relacionamento e diálogo”. (COSTA, 2009, p.162)

5.7. A escuta a partir da vivência de um educador

Célestin Freinet foi um educador Francês, nascido em 1896 em um vilarejo no sul da França, chamado Gars. Decidido a ser professor, iniciou seu trabalho em uma casa pobre e antiga. Não tinha experiência e recursos, e não terminou os estudos devido à guerra em 1914. A pedagogia de Freinet propunha um amplo processo de escuta dos estudantes e de toda a comunidade.

É importante lembrar que a pesquisa demonstrou, no capítulo sobre lugar de fala, o uso conceitual do termo em ambientes educativos, como proposta de promover uma educação mais inclusiva e participativa. A experiência de Freinet pretende contar como a prática educadora pode favorecer ambientes mais participativos ao valorizar espaços de fala e de escuta, a partir da ação de um gestor com várias características valorizadas pelo campo da comunicação e educação.

Para descobrir os interesses de sua turma, diariamente, Freinet anotava aquilo que ouvia em sala de aula, registrava as anotações que considerava originais e o comportamento de cada estudante. “Com isso foi descobrindo os interesses, os problemas e a personalidade de cada criança”. (SAMPAIO, 1989, p. 14)

Desenvolvia metodologias muito vivas de escuta, como as aulas-passeio, que lidava com a inquietude da turma diante das regras rígidas do sistema educativo da época e valorizava o interesse das crianças e estarem em movimento. Visitavam a vila, conversavam com moradores, perguntavam sobre suas ocupações, observavam a natureza. Os passeios aguçavam a vontade de contar suas descobertas. “Não havia

tradicional separação entre professor e alunos. Todos se comunicavam, num tom familiar, discorrendo sobre os elementos da cultura adquiridos” (SAMPAIO, 1989, p. 17).

Freinet dava um papel ativo para as crianças, com respeito, e se propunha a uma troca, estimulava a fala ao valorizar a escuta das crianças, que passaram a escrever os textos sobre suas experiências. Os textos guardados nos armários deram a ideia do jornal na escola, onde a criança “apresentava sua vida, sua família, seus interesses; colocava para fora todos os seus sentimentos. (...) Era o Livro da Vida” (SAMPAIO, 1989, p. 23).

Interessante perceber que o interesse de Freinet era, além de criar processos participativos para a produção do jornal de forma integral dentro da própria escola, fazer circular as palavras da criança em sua família, na comunidade, entre os amigos. E, dessa forma, o jornal se transforma em um instrumento de fala e escuta coletiva. Ao escrever, entendendo que outros leriam, acontecia um grande processo de valorização de suas histórias, de reconhecimento de si, de construção da autoestima da criança, da livre expressão, de estabelecimento de novas relações para a construção coletiva. Estamos falando de inúmeras formas lúdicas de escuta das crianças por meio de ações de educomunicação, como a do jornal na escola, que envolve inúmeros componentes do aprendizado da escuta e da fala. A escuta lúdica talvez seja uma das principais ferramentas do palhaço, como destaca Dunker e Thebas (2019), e neste caso, do educador.

Uma nova organização entre as crianças se impunha já que elas precisavam tomar decisões importantes, fazer planos de passeios e trabalhos, levantar fundos para a compra de papel e de selos para a correspondência; dessa necessidade surgiu a ideia de se criar uma cooperativa escolar. Os alunos se reuniam semanalmente, sendo um deles o coordenador das reuniões e outro o redator das sugestões, dúvidas e decisões. Nessas reuniões tratavam de todos os assuntos relevantes para eles. Sempre discutiam a melhor solução para os problemas levantados. A responsabilidade de cada um era ressaltada cobrando-se a participação individual, muitas vezes rigidamente. Com esse procedimento, definiam as novas propostas e, a partir das sugestões e críticas surgidas, promoviam-se os acertos. Nessa troca de ideias, cada criança aprendia a se colocar diante do outro. (SAMPAIO, 1989, p. 40)

A ideia de trazer a experiência de Freinet para a pesquisa está no fato de que o educador implementa um jornal, elaborado pelos alunos, em seu pequeno vilarejo, dentro de um processo notadamente educomunicativo (dentro das definições trazidas

neste estudo). Alguns aspectos relevantes do trabalho de Freinet no que se refere ao aprendizado de metodologias de escuta no campo da educomunicação:

- a. a criação de caminhos de livre expressão para educadores e estudantes (estimular a fala é uma tarefa de quem quer ouvir).
- b. novas relações entre professor e estudantes (abrir mão do poder).
- c. valorização e respeito das histórias escutadas.
- d. ensino lúdico de técnicas de escuta para os estudantes (entrevista, enquete, investigação, fotografia, edição e seleção de informações). Esse ponto tem especial relevância para o ensino da escuta. Por exemplo, quando se entrevista alguém, muitas vezes a criança compreende formas de aprender com o outro, que ninguém domina toda a sabedoria, mas é necessário escutar quem sabe mais sobre determinado assunto; quando se edita um texto, a criança aprende que nem tudo o que foi escutado precisa ser incluído no texto. É possível editar o que consideramos importante para o “jornal da nossa vida”.
- e. trabalho colaborativo e cooperativo, que exige ampla capacidade de escuta. A cultura da cooperação favorece a escuta. Transitar do modo competição para o modo cooperação, ou seja, passar do oponente ao componente é a tarefa do percurso da escuta. A escuta, no modo cooperação, envolve dois movimentos: trazer à luz o conflito onde há demasiado (e possivelmente mascarado?) consenso e trazer consenso onde há demasiado dissenso. (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 120).
- f. possibilidades de ousadia, criação e criatividade ao trabalhar com liberdade.
- g. escola ativa = escuta ativa (é possível traçar paralelos com outras estruturas democráticas).
- h. democracia vivenciada na escola ajuda a formar a consciência cidadã. Paulo Freire fala que se a educação vem sendo feita a partir da valorização da liberdade e da democracia, deve resistir aos métodos silenciadores com que ela vem sendo realizada (2000, p. 131).

A experiência de Freinet nos dá base para fortalecer algumas análises relacionadas aos contextos desta pesquisa, principalmente entre a educomunicação, lugar de fala e de escuta. Primeiro, como uma experiência de comunicação, no caso o jornal na escola, cria um ambiente de escuta e aprendizado. Segundo, percebe-se como é possível reverberar essas vozes e metodologias para a transformação de uma

realidade específica. O desafio posto é criar paralelos com as experiências de comunicação que fazem parte desta pesquisa, para entender vários aspectos da comunicação que se propõem a fazer a partir ao escutar deferentes vozes sociais.

Inspirado pela Pedagogia de Freinet (entre outras pedagogias, como a Waldorf), Tião Guerra implementou experiências de escuta em alguns ambientes educativos, como uma escola rural onde era professor, uma em escola de periferia e outra em uma grande escola central no estado do Rio de Janeiro. Essas duas últimas como diretor.

Guerra tornou-se educador desde muito cedo em Nova Friburgo, Rio de Janeiro, nos idos dos anos 1960. Com formação próxima das *Comunidades Eclesiais de Base*, aprendeu a utilizar estudos bíblicos como forma de dialogar sobre a vida das pessoas nas comunidades. “Era uma igreja muito progressista, aonde a gente aprendia todo tipo de estratégia e de metodologia para fazer falar... e tudo regado a muita arte, cultura regional, música” (2020, S/N). Tião foi professor da rede pública do Estado do Rio de Janeiro por 37 anos. Começou sua carreira pública em uma escola de seu próprio bairro na periferia de Nova Friburgo. Integrou a equipe de Darcy Ribeiro para a criação dos Centros Integrados de Educação Pública (CIEPS) e passou por diversas experiências como educador e gestor da educação em escolas rurais, periféricas, comunitárias. Também foi educador no Mais Educação¹², programa federal que tinha como uma de suas linhas de ação a educação midiática (onde se inseria o campo educacional). Sua experiência com escola rural aconteceu com estudantes de terceiras e quartas séries, momento em que devem estar alfabetizados, letrados, e serem capazes de escrever parágrafos, frases e textos.

Eu ficava muito intrigado, por duas razões: por que eles não escreviam e não liam? A primeira razão é por que não fazia falta, ninguém via sentido naquela atividade. À medida em que eles adquiriam uma leitura funcional, na qual sabem ler o nome do ônibus, o nome do remédio, alguma coisa que aparece na tela da TV, ele fica satisfeito. A escola dos pobres não é uma escola de escrita. É uma escola de leitura funcional. (GUERRA, 2020, S/N)

¹² O Mais Educação, coordenado pela Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (Secad), é uma das ações do Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE). Trata-se de uma estratégia do governo federal para a ampliação da jornada escolar. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/32787-mais-educacao?start=100#:~:text=O%20Mais%20Educa%C3%A7%C3%A3o%2C%20coordenado%20pela,a%20ampli%C3%A7%C3%A3o%20da%20jornada%20escolar>>. Acesso em: 21 Dez, 2022.

Por outro lado, os livros didáticos representavam toneladas de palavras e letras e Guerra passou a perceber a necessidade de criar sentido para a escrita e a leitura, com aqueles textos de *Clarices* e de *Drummonds* (2020, S/N). Inspirado em Freinet, começaram a trabalhar na produção de um livro que se chamou “O nosso livro das plantações”, em que cada estudante começa a contar quais são as plantações que acontecem nas suas casas, quais as dificuldades, quais são as dicas para dar certo e depois pra vender, enfim, todo o ciclo da produção agrícola.

Com a ferramenta da aula-passeio, Guerra começa a fazer excursões visitando com a turma a casa de cada um. “Data de ir na plantação de café da família. E nesse dia era uma trabalhadora, pois eu passava antes nas casas para explicar a atividade para a família e preparar o terreno da visita”, lembra Guerra. E essa atividade mostrava como a vida cotidiana é riquíssima em conteúdo e que tudo o que acontece merece ser escrito.

Então, eles começam a reparar que a caneca tem florzinha desenhada pela mãe que pinta, ou que o coador de café foi costurado na máquina da avó. Começam a nascer frases, parágrafos, textos longos. Eles vão manusear o mimeógrafo, que era o recurso que tínhamos. E vão nascendo nossos livros pra gente estudar leitura, aprender gramática. Ao voltar ao livro didático, eu procurava mostrar que os textos eram feitos da mesma forma e começa a acontecer esse outro comportamento que pra mim tem a ver com escuta, ou seja: a minha vida é relevante, a minha rotina é relevante. (GUERRA, S/N, 2020)

Na visão do educador, para ter escuta, tem que ter uma consideração de que há conteúdo relevante a ser partilhado (ponto importante quando pensamos o contexto dos jornais comunitários ou temáticos entrevistados nesta pesquisa). Então, esse é o outro lado da escuta, que é como estimular o seu interlocutor a ver relevância na experiência dele. “Eu quero ir na plantação, na favela, na sua mansão, eu quero comprometer mais do que o meu ouvido, eu quero comprometer o meu corpo nessa escuta, porque o seu conteúdo é relevante. É mais do que palavras, é um comportamento”. (GUERRA, 2020, S/N)

É importante, mais uma vez, conectar os aprendizados com as teorias freireanas, que enfatiza que só aprende a falar com o educando, o educador que se propõe a escutá-lo. A análise de Guerra remete à seguinte reflexão de Freire (2000, p. 139):

O educador que respeita a leitura de mundo do educando, reconhece a historicidade do saber, o caráter histórico da curiosidade, desta forma, recusando a arrogância cientificista, assume a humildade crítica, própria da posição verdadeiramente científica. O desrespeito à leitura de mundo do

educando revela o gosto elitista, portanto antidemocrático, do educador que, desta forma, não escutando o educando, com ele não fala. Nele deposita seus comunicados.

Mas o educador, além de escutar as histórias de educando, também precisa estar atento às suas dúvidas, seus receios, em sua incompetência provisória.

A segunda experiência relacionada com escuta, relatada por Guerra, aconteceu enquanto era diretor do Instituto de Educação de Nova Friburgo, que tinha uma abordagem construtivista e liberdade para criar e desenvolver projetos. A escola fica em um prédio em frente da Praça Central da cidade, na qual viviam muitas crianças em situação de rua. “Começamos a fazer uma escola para integração dessas crianças. Primeiro, adaptamos banheiro com chuveiros e duas salas em dormitórios para eles dormirem durante a noite”. (GUERRA, 2020, S/N)

Para ter uma escola dinâmica, autônoma e ativa para essas crianças, o primeiro desafio foram os professores. Uma parte acreditou e a outra, não. A escola começou a responder por denúncias sobre a metodologia de integração de crianças em situação de rua para Secretaria de Educação, o Juizado, para jornais da cidade. As atividades geram um comportamento de escuta que caso do IENF, uma escola com quase três mil alunos, movimenta toda a comunidade escolar. Por exemplo, a tentativa de incorporar as crianças teve resistência das famílias e necessitou de muita escuta com esse segundo público também. As reuniões, com professores, familiares, estudantes, representavam uma forma de reabilitação, de desenvolvimento. Era organizada em quatro etapas e considerava:

- a. o indivíduo: como cada um está?
- b. o factual: o que está acontecendo em classe? O fenômeno.
- c. a proposição: o que o fenômeno revela? O que precisa ser mudado? Qual o encaminhamento possível?
- d. encaminhamento: com que tipo de colaboração e parceiros você vai fazer essa mudança?

Nesse caso, a escuta do gestor não representa quietude e imobilidade, e sim a possibilidade de interagir e perguntar: como eu posso colaborar? Você não está sozinho, vamos parcerizar? Esse formato apresenta uma lógica bastante democrática, possível de ser visualizada em territórios coletivos e agrega inúmeras identidades. E, por fim, havia a reunião diárias com as crianças.

Dessa experiência de escuta, Guerra avalia que quando você cria cultura local, territorializada e isso ameaça muito o sistema, a tendência do sistema é abafar essa escuta, e gerar o silêncio novamente. Guerra avalia que as microrrevoluções dessas escutas necessitam de “brechas” e “tempo”.

A terceira experiência de escuta relatada por Guerra aconteceu na escola de periferia de sua comunidade, onde ele começou sua carreira pública e voltou após mais de 20 anos para coordenar o programa *Mais educação* e um programa de recuperação de escolaridade, nos cinco anos que antecederam a sua aposentadoria. O projeto não tinha oficina nem adesão. Os jovens com perfil para as atividades tinham de 14 a 21 anos, maioria pardos e negros e a autoestima muito baixa, o que resultava num comportamento defensivo. Os processos de escuta eram necessários para pegar impressões sobre a criação de atividades que fizessem sentido, que os jovens adeririam. (GUERRA, 2020, S/N)

Mesmo com muita resistência, após o nascimento do grupo de skate foram surgindo subgrupos de atividades de basquete, de afropenteado e assuntos próximos e a adesão foi crescendo até fortalecer as aulas complementares. Para Guerra, contar essa experiência reforça a reflexão de que escutar não tem a ver com palavras ou com estruturas oralizadas. “A escuta pode passar tão simplesmente e sofisticadamente pela qualidade de atividade e presença. A escuta ali se tratava de fazer, e de dizer o mínimo discretamente”. O parâmetro de avaliação era presença e o retorno a cada atividade.

É fundamental que as organizações democráticas abram um genuíno espaço de escuta das inquietações das pessoas e seus públicos, para gerar um movimento transformador: quem se sente escutado, se sente relevante, pertencente, importante, se sente incluído. Ou seja: colaboração não se conquista com um memorando, colaboração se conquista escutando.

A escuta é um comportamento que você pratica. Eu te convido a pensar sobre a possibilidade de não separar essas duas coisas “Educar para escuta”, mas considerar a escuta em si como um processo de educação permanente. Ela não comporta “a priori” uma palestra e uma expectativa de que isso ajude as pessoas a terem uma escuta mais ativa. Um posto de saúde que pratica escuta não é aquele que tem uma ouvidoria. É um posto de saúde que se estrutura desde a forma como as equipes abordam as famílias nas visitas domiciliares, que se preocupa com a postura do segurança na porta, com a disposição das cadeiras e a temperatura, com uma estrutura, um ambiente, uma atmosfera para a escuta. Precedendo a palavra, existe um ambiente, um sistema, uma metodologia, uma estratégia, um comportamento, um estilo de vida, uma cultura organizacional, acordos sociais, enfim, existe a criação de condições para que a palavra soe.

A escuta é ambiental, não se resume a escuta da palavra e se relaciona com o comportamento, com a metodologia como estratégia que pode, por vezes, se a palavra não está disponível, lançar mão de escutar outros componentes. Vivemos em ambientes discursivos, nos quais os lugares de escuta e de fala se distribuem e pedem alguma suspensão do tipo de interação do dia a dia. Cada pessoa, e cada momento de vida dela, requer um lugar de escuta. (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 111) Transmitir ensinamentos em torno da escuta significa compreender essa prática como uma cultura a ser valorizada ou construída. Por fim, “não é difícil perceber como há umas tantas qualidades que a escuta legítima demanda do seu sujeito. Qualidades que vão sendo constituídas na prática democrática de *escutar*”. (FREIRE, 2000, p. 135)

O hospedeiro é aquele que se torna protagonista da experiência vivida, pois se apropria da herança deixada pela experiência. Ser protagonista, na cultura da competição, é ocupar o centro das atenções, ter o microfone para si a ponto de levá-lo para casa. Mas ser protagonista na cultura da cooperação é ser, conforme a etimologia da palavra, aquele que, por conter em si o conflito, também o propaga e representa. Protagonista vem de proto (portador ou precursor) e agon (conflito). (DUNKER E THEBAS, 2019, p. 111)

5.8. A escuta educomunicativa na gestão das organizações

A escuta para esta pesquisa parte de uma perspectiva de ato social e dialógico, ou seja, não é apenas individual, nem meramente psicológico. Como ato social e dialógico, a escuta requer uma abertura para reconhecer que o outro é a fonte possível de uma percepção diferenciada e tem algo a contribuir no processo de aprendizagem, na gestão das organizações, nas políticas públicas. Nesse sentido, pode assumir desde uma atitude passiva e/ou de acolhimento (apenas registrar o que o outro diz em uma consulta popular, por exemplo) até um padrão de escuta capaz de perceber cada elemento da relação (si mesmo, o outro, o contexto, o particular e a forma), incluindo explicitamente a reflexividade como parte do processo. Neste caso, trata-se de compreender o que está por trás, para além da aparência, como porta para o diálogo e revisão das próprias certezas, como uma outra chance de enxergar outras possibilidades e modos de ser das coisas. (MOURA e GIANNELLA, 2016, p. 11).

No artigo *A arte de Escutar: Nuances de um campo de Práticas e de Conhecimento*, Moura e Giannella buscam algumas práticas da escuta no âmbito da gestão participativa. Duas referências cabem para o contexto desta pesquisa: a primeira na qual as autoras tratam do termo “escuta profunda”, no *Dragon Dreaming*, uma abordagem de criação e gestão colaborativa de projetos na linha dos paradigmas emergentes, ecológico e holístico (2016, p. 14), baseada no conhecimento do povo aborígene australiano *Mardo* e representada na expressão *Pinakari*, isto é “um estado natural de escuta no cotidiano, não só da linguagem verbal falada entre humanos, mas também dos sinais do ambiente mais amplo, da Natureza”. Outra definição interessante, conectada com princípios da educomunicação, cita a teoria de Varela, Thompson e Rosch (2003), na qual a cognição humana depende estreitamente da interação entre dimensão biológica e sociocultural (como já levantada anteriormente em Capra). “Isto é, para qualquer cognição acontecer é necessário o engajamento do corpo e seus sentidos: visão, audição, olfato, paladar, tato e a dimensão cinestésica (movimentos e ações), assim como a compreensão e interpretação das linguagens verbal e não-verbal e a interação de todos esses componentes com o meio, a partir da presença do indivíduo que o experiencia”. (MOURA e GIANNELLA, 2016, p. 14). Em suma, é a capacidade de escuta em suas inúmeras dimensões, biosocioculturais, que garante a eficácia do processo de cognição do sujeito no mundo.

As autoras, além de destacarem a importância da escuta para os gestores e para profissionais dos mais diversos campos, elencam alguns benefícios possíveis dessa prática (MOURA e GIANNELLA, 2016, p. 14):

- Quando exercida por quem assume o papel de liderança nas organizações e nos processos de aprendizagem, a escuta propicia o engajamento dos colaboradores e aprendizes na expressão de necessidades coletivas e pessoais;
- A capacidade de escuta de um grupo ou organização facilita a interação das pessoas em ambientes de diversidade cultural, seja ela nas organizações ou nos âmbitos mais variados da sociedade contemporânea;
- A escuta favorece os processos coletivos de trabalho e de organização, ativando a inteligência coletiva;

- A escuta abre caminhos para reconhecemos os conflitos como oportunidades de aprendizagem nas organizações, indivíduos e sociedades, dentro de visão de mundo complexo;
- A escuta prepara os gestores, educadores, profissionais e pessoas em geral para lidarem com o caos e a adversidade, favorecendo o trabalho voltado para a criatividade e a inovação;
- A capacidade de escuta de um grupo ou organização estimula uma cultura participativa e democrática. A prática da escuta é um requisito para a participação dos atores sociais nas políticas públicas, projetos sociais e organizações em geral, como na academia (MOURA, 2014). As autoras destacam a falta de capacidade das estruturas sociais em escutar as visões e anseios dos atores sociais como forma de aprimorar a democracia e o exercício da cidadania. Para elas, a escuta pode ganhar destaque em um sentido duplo na gestão participativa de governos: “de um lado caberia aos cidadãos escutar as propostas e as prestações de contas dos governos, bem como as ponderações dos técnicos; de outro, caberia aos técnicos e governantes escutar os posicionamentos e aspirações das comunidades para melhorar o desempenho das políticas públicas, projetos e ações nas organizações” (MOURA e GIANNELLA, 2016, p. 17).

Flora Lovato atua com consultoria junto a organizações sociais. Uma de suas funções primordiais é desenvolver processos amplos de escuta organizacional, seja para planejamento, avaliação e outras ações relacionadas ao aprimoramento da gestão. Entrevistada por essa pesquisa, trouxe aspectos fundamentais da escuta no âmbito das organizações sociais para o estudo.

A primeira reflexão trazida por LOVATO (2020, S/N) é que uma organização é feita por mais do que uma pessoa. Por ela circulam múltiplas vozes, sentimentos, intenções e interesses. Essas múltiplas vozes desempenham diferentes papéis e exercem distintas relações de poder na liderança, na coordenação, em atividades técnicas. É provável que, em uma organização extremamente hierarquizada, o presidente ou diretor seja escutado com outra qualidade do que o técnico, por exemplo. A escuta em uma organização precisa reconhecer sua composição e multiplicidade, de forma a valorizar o ambiente diverso. Atuar em lugares coletivos,

como já abordado, exige acordos, inclusive para a escuta. “Por exemplo, serei perseguida se eu disser alguma coisa que o presidente não espera ouvir?” (LOVATO, 2020, S/N). A escuta precisa partir de um lugar mais seguro e igualitário de condições, de forma que uma opinião seja relevante, que os sentimentos das pessoas também sejam considerados nessa escuta e que o ambiente de escuta transpareça segurança.

Existem componentes mais sutis em costurar acordos de escuta como, por exemplo, quando as organizações querem constituir algo para fora, como uma rede, como uma articulação, alguma ação coletiva em torno de um objetivo comum. Cada mínimo fator de uma escuta individual se potencializa, principalmente se a articulação pretende fortalecer a escuta das pessoas, de uma comunidade, e não apenas a fala da organização. As questões culturais aparecem de inúmeras formas quando você lida com um coletivo comunitário. Por exemplo, na forma como um homem escuta uma mulher, em como um deficiente escuta um LGBTQIA+, em como uma pessoa preta e periférica escuta um indígena, como alguém do meio urbano escuta alguém da zona rural, como um sulista escuta um nordestino, como uma mulher de terno escuta uma mulher maquiada e com um decote ousado, como um homem de meia idade escuta um homem jovem, como o proprietário de um prédio escuta um morador de rua. Lidamos com estruturas sociais que carregam preconceitos manifestos em acordos, leis, salários, funções, discursos, vestimentas e Lovato (2000, S/N) lembra que isso vai se manifestar junto a qualquer público com o qual se dialoga.

A forma de escutar a organização também manifesta preconceito. Uma organização que atua no tema da violência contra a mulher negra vai encontrar barreiras específicas para ser escutada por um sistema judicial composto de homens brancos cisgêneros. A discriminação estrutural ou a violência institucionalizada não é facilmente percebida. “E a gente não se dá conta que o privilégio de cada um no seu lugar também inibe, marca, pontua não apenas a forma como o indivíduo escuta o interlocutor, mas também a forma como a organização escuta ou é escutada por outras organizações”. Um caso concreto apontado durante as entrevistas, por exemplo, é a dificuldade de uma organização específica em desenvolver atividades com pessoas idosas e o público LGBTQIA+, devido ao preconceito das pessoas com idades mais avançadas (nesta situação específica).

Dunker e Thebas lembram que as organizações e pessoas devem ter se deparado com situações-limites, obstáculos incontornáveis (2019, p. 105). Esse gestor de processos de escuta deve ser capaz de valorizar a palavra transformativa,

mas também de perceber e “desvalorizar as palavras poluentes e tóxicas que facilmente são exaladas na situação de compressão territorial, como as de uma reunião típica e padrão”.

Arthur Shopenhauer escreveu um livro sobre como vencer um debate sem ter razão: exagerando os exemplos, traduzindo deslealmente o que o outro diz, passando do ocasional ao necessário, partindo de premissas falsas ou não explicitadas, mudando a pergunta ou perguntando desordenadamente, deixando o outro com raiva, dando pistas falsas, manipulando as definições, forçando escolhas desnecessárias, declarando-se vitorioso, argumentando a partir de quem o outro é (não pelo que ele diz, pensa ou faz), interrompendo a conversa, citando autoridades, ironizando, rotulando ou julgando o outro, usando palavras ou referências difíceis para expor a ignorância alheia, invertendo a causa pela consequência ou ofendendo pessoalmente o outro. Ter razão é antes de tudo ter, possuir, ser proprietário de algo e vimos desde o início deste livro que a escuta começa pela renúncia ao poder e à posse, de si e do outro. (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 105)

Um ponto bastante específico apontado por Lovato referente a organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, como aquelas entrevistadas nesse estudo, é o diálogo, muitas vezes rodeado de poder e interesses não explícitos, entre o financiador e financiado. A relação econômica vem carregada de nuances entre quem tem o recurso e quem recebe. A submissão das organizações é um lugar cultural, não só no Brasil, mas intensificado com características do nosso jeito de lidar com quem tem dinheiro e de pedir ajuda. Organizações que pedem recursos às vezes se esquecem de que aquelas que dão estão fazendo o que elas têm que fazer, não é caridade e não pode representar uma hierarquia. “Geralmente, as OSCs acatam o que o financiador pede em termos de burocracia, relatórios, documentos, periodicidades, controles, formas de fazer. A qualidade da escuta de um lado e de outro é mais uma vez marcada por essa relação de poder e submissão econômica (bastante similar à colonizador e colonizado).

Para qualificar as escutas, as organizações precisam entender seus interesses com a escuta. Precisam oferecer condições para as pessoas se ouvirem e se expressarem de forma livre, coletivamente. A dinamicidade, a urgência, tudo isso tem colocado as organizações cada vez com menos tempo para fazer esse tipo de processo, que exige tempo. A horizontalidade (LOVATO, 2020; DUNKER e THEBAS, 2019), acompanhada da humildade tão destacada por Paulo Freire (2000) é fundamental para a qualidade da escuta e isso se reflete no abrir mão do poder, no tempo de fala, em metodologias capazes de estimular que as diferentes pessoas do grupo, da organização, do coletivo, da comunidade, se expressem.

Tem outras estratégias importantes para uma organização qualificar sua escuta (LOVATO, 2020, S/N):

- realizar planejamentos coletivos, envolvendo pessoas da organização, comunidade, parceiros, e outros públicos que influenciam a atuação, como gestores públicos;
- os planejamentos de comunicação das organizações precisam valorizar processos e metodologias de escuta, seja nas comunidades, de grupos específicos, ou mesmo via redes sociais. A comunicação não pode estar voltada apenas para planejar o que a organização quer falar para o mundo, mas como a organização pretende escutar o mundo;
- intensificar processos de avaliação coletivos (sem o caráter escolar na nota ou punitivo);
- valorizar o lugar de fala das pessoas (a organização não pode apropriar-se do lugar de fala de seu público);
- fortalecer o protagonismo colaborativo (o microfone e o palco são de todos);
- qualificar diferentes formas de expressão e linguagens (a escuta é um processo, um ambiente e não precisa estar pautada apenas na palavra);
- e por último, a qualificação de conteúdo da organização, de dominar o assunto, qualificar o discurso, realizar leitura do contexto, desenvolver ou acessar pesquisas e isso requer mais interesse pela escuta social em torno do assunto/tema com o qual atua, afinal o estudo e a pesquisa são formas de escutas sociais.

No nível individual, Lovato reflete sobre o fortalecimento da autopercepção (2020, S/N):

Como eu escuto? Como me silencio? Olho o celular durante a conversa? Como minhas caras e bocas afetam quem fala comigo? Eu preciso fazer outros tipos de acordos, compromissos e desenvolver novos comportamentos em grupo? Como silenciar meu julgamento em relação ao que eu estou ouvindo? Como é que eu consigo ouvir o que o outro diz sem rotular ou antecipar? Eu costumo descrever esse processo de escuta com ouvidos novos ou de criança. Qualificar o direito a participação também é qualificar lugares de escuta.

Assim como é possível fazer essa autopercepção como pessoa, também é necessário desenvolver essa autopercepção como organização. “Eu considero que muitas vezes as pessoas não estão falando com estruturas e organizações capazes

de escutá-las. Esse é um dos grandes desafios das democracias atuais” (LOVATO, 2020, S/N).

Para Ismar de Oliveira Soares (2019, S/N), as práticas educomunicativas possuem um papel de formação para aprimorar a escuta junto às organizações, principalmente quando reforça princípios democráticos, de liberdade e horizontalidade. Considera que ainda há desafios devido ao caráter funcionalista das organizações, que muitas vezes vão procurar entender a “utilidade” oferecida por essa prática, seja num colégio, ou seja organização social, departamento ou secretaria de algum governo. Analisa que há espaços educativos que atuam com pessoas e comunidades, que mantêm uma perspectiva autoritária de gestão e, no entanto, abrigam pequenos projetos educomunicativos.

A educomunicação produz efeitos importantes nos modelos de participação social e de aperfeiçoamento de práticas democráticas, no entanto, isso não significa que o sistema vai adotá-la, pois ela interfere nas práticas de poder e permite que as práticas avancem no âmbito da escuta e do diálogo participativo, sendo reconhecida e transformando-se, em muitos lugares, até mesmo em política pública.

Os frutos da educomunicação são evidentes. As pessoas se tornam mais abertas ao mundo, mais proativas, conquistam para si mesmo e para o grupo ao seu redor etapas importantes de vida social. Então, a educomunicação não é rejeitada pelo sistema enquanto projetos específicos determinados lugares. Claro que estruturas maiores tendem a rejeitar o que transforma o sistema por dentro, pois os privilégios e as relações de poder desapareceriam. (SOARES, 2019, S/N)

Para Soares, é necessário entender as contradições do sistema e acessar as fissuras/brechas de determinadas áreas para ampliar a influência de práticas educomunicativas nesses espaços como forma de aprimorar modelos de escuta democrática, seja na saúde, na educação, na política, na área ambiental. Não há uma pretensão em mudar imediatamente a estrutura social, pois o sistema não permite. É um trabalho lento para que o diálogo autêntico, crítico, civilizatório seja possível.

5.9. Alguns aspectos da escuta no mundo digital

Várias iniciativas de comunicação entrevistadas nasceram e atuam no meio virtual. Uma delas atua com a escuta das redes sociais. E é do ambiente das redes que surge o termo *social listening*, ou *escuta social*, possível ser encontrado em inúmeros blogs de agências que atuam com comunicação e estratégias de marketing na internet, e é definida como “o processo de monitoramento de palavras-chave, termos, produtos e tópicos relacionados a uma empresa e seu setor em todos os canais de mídias online, como: redes sociais, blogs, sites e outras fontes de notícias”¹³.

Em tempos de pós-verdade e *fakenews*, de milhares de notícias instantâneas e de uma vida que passa a acontecer cada vez mais pelas redes sociais, parece lógico entendermos mais sobre nossa comunicação virtual e especificamente, a escuta virtual. Por ser muito veloz, a internet e suas estratégias de engajamento mudam rapidamente. Ser um usuário, neste contexto, não define a pessoa como conhecedora das lógicas que operam as redes virtuais a que integra.

Diante da imensa interatividade proporcionada pelas redes sociais, desde produzir, postar, disseminar informações, receber e responder impressões, acompanhar amigos, parentes, famosos, políticos, e com pouco conhecimento do funcionamento e dos impactos, talvez seja comum ter uma sociedade, muitas vezes, ansiosa com relação à interação a que estão submetidas. Por exemplo, quem são as pessoas, empresas, organismos que escutam você nas redes sociais?

O trabalho de destrinchar a informação está cada vez mais distante do nosso dia a dia. Lemos títulos e cabeçalhos e antecipamos a notícia, identificamos quem enviou a mensagem e antecipamos do que ela é feita, e, no mais, estamos fortemente guiados pelo viés de confirmação, ou seja, reencontrar no que o outro está dizendo apenas o que queremos ouvir e não o que ele está efetivamente dizendo. É por isso que as pessoas sentem que são escutadas cada vez menos, que vivemos em bolhas autoconfirmatórias, e que, apesar da imensa facilidade de recursos para confirmar, desmentir ou problematizar algo, na realidade não nos damos ao trabalho do rigor das perguntas ou ao esforço de apuração de fatos. (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 171)

¹³ Disponível em: < [114](https://www.take.net/blog/atendimento/social-listening-aprenda-a-ouvir-seus-clientes/#:~:text=O%20social%20listening%2C%20ou%20escuta,e%20outras%20fontes%20de%20not%C3%ADcias.>. Acesso em: 20 Dez, 2022.</p></div><div data-bbox=)

A capacidade de escuta do mundo virtual é extremamente grande e se confunde com o monitoramento dos dados e a vigilância da vida do usuário. Grande no sentido de que é possível engajar, monitorar e acompanhar fluxos e comportamentos. Para o mercado, tal fator consiste em estratégias cada vez mais aprimoradas para atrair o público consumidor. Poderia ser, obviamente, uma força política muito ampla, se usada de forma estratégica pelas democracias como forma de ouvir demandas e opiniões dos cidadãos. Contudo, ainda estamos vivenciando as descobertas da escuta social no meio virtual nesse campo político.

No nível pessoal, do usuário digital, Dunker e Thebas trazem algumas reflexões sobre, por exemplo, a dificuldade em escutar alguém quando se está conversando virtualmente. Esse é um ambiente que potencializa os efeitos imaginários do monólogo interior, como um espelho de seus próprios afetos e reações, diferente do face a face ou mesmo do telefone. “Mesmo quando vemos o outro em uma tela de Skype é muito importante lembrar que o outro assumiu um tamanho reduzido de tela, com brilhos e contrastes inexistentes na relação *in natura*” (2019, p. 173). Vários aspectos sensoriais não ultrapassam as telas e é possível surgir ilusões espontâneas favorecidas pelo ambiente digital, como:

- a. Sentimento de que sua presença ou manifestação é muito importante e que os outros estão muito interessados em você. Passamos a fazer parte de comunidades onde podemos exercer a liberdade de ser diferentes entre iguais, como alternativa ao mundo real, cada vez mais institucionalizado, vertical, burocrático e desigual.
- b. Dar um *unfollow* ou fechar-se a todo aquele que te causa embaraço, constrangimento ou desagravo é uma atitude natural de represália e feroz reação de defesa, ação potencializada, por exemplo, pelos perfis falsos criados para agredir.
- c. A sobre-estimação de si, associada com uma incosequência da palavra, produz a perigosa ilusão de que aquilo que eu não reconheço não tem direito à existência.
- d. A redução do tamanho do mundo e o aumento do volume do eu nos torna hipersensíveis a contrariedades e expostos a uma oscilação entre a existência gloriosa e a insignificância absoluta.

Essa oscilação é potencializada pelo fato de que em ambiente digital estamos expostos à “função palco”, ou seja, um grupo de “n” pessoas que está observando, percebendo ou lendo, aplaudindo ou vaiando as mensagens que postamos nas redes sociais. Com isso, confundimos duas coisas muito diferentes: o palco, onde falamos com os outros,

tendo uma plateia como posição terceira, e o mundo, onde falamos com o outro, em situação pública ou privada. O grande déficit criado por essa confusão entre o mundo e o palco não é apenas a exposição de aspectos da vida privada, como o que você comeu ou quantos quilos perdeu, em cena pública, ou, inversamente, o uso de gostos e opiniões privadas, como alavanca política no espaço público. O grande déficit criado pelo ambiente digital não é a confusão entre público e privado, mas o déficit de intimidade e seu efeito devastador de solidão. (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 174)

e. A escuta é o meio privilegiado pelo qual construímos experiências de intimidade, uma experiência produtiva de indeterminação que acontece quando compartilhamos dúvidas, incertezas, crises e diferenças. E no ambiente digital, podemos criar falsas noções de intimidade, quando na verdade, estamos falando sozinhos.

A escuta em ambiente digital deve ser uma escuta prevenida sobre essas ilusões e deformações. Falar não é escrever, ler não é ouvir e ouvir não é escutar. Não é possível saber as condições de emissão ou de interpretação e uma noção de disponibilidade constante com uma resposta acelerada. “Evite interpretar, identificar o que o outro pensa ou tomar decisões importantes em diálogos exclusivamente digitais” (DUNKER e THEBAS, 2019, p. 174).

Outro ponto levantado no livro é que muitas vezes as reações são exageradas no tom, na valentia e diante desse fato, é necessário reduzir permanentemente o nível de conclusividade e de confiabilidade do que é dito digitalmente. Os autores nomeiam essa situação de estado de massa ou seja, “o outro se torna um outro tipo”, ele não vale mais por sua singularidade e não são escutáveis, pois são amplamente influenciáveis pelo meio (2019, p. 174).

Todo esse resumo da escuta nas redes oferece conteúdo para um olhar do indivíduo usuário das redes, mas muitos dos exemplos também podem ser transferidos para o contexto de escuta organizacional, ou mesmo relacionado a outros interesses, como o de um professor, ou de um sociólogo, de um pesquisador. Por exemplo, a aceleração é um cuidado que pode ser tomado por organizações que possuem grande atuação nas redes. Ignorar as manifestações também pode não ser a mais eficiente medida. De forma geral, cada organização de comunicação precisará de estratégias e metodologias de escuta nas redes sociais, para fortalecer suas características de participação e de escuta democrática.

Quando saímos do âmbito da interação pessoal nas redes, é importante lembrar que é possível realizar pesquisas e ampliar o alcance delas. Fazer

determinados acompanhamentos de redes individuais, com autorização, regulação por organismos específicos pode ser uma forma importante de escuta social.

Na pesquisa de campo, as organizações apontam diferentes iniciativas e experiências de escuta pelas redes sociais, como a criação de um aplicativo próprio como metodologia de escuta de sua comunidade, ou grupos de escuta específicos ou temáticos nas redes sociais. Mas isso aparecerá na Parte II deste estudo.

PARTE II: A descoberta de diferentes dimensões para a “escuta” de campo

A pesquisa selecionou, para sua pesquisa de campo, 17 veículos de comunicação independentes, que possuem diferenças estruturais dos *mass media* tradicionais. Por exemplo, não são empresas com fins lucrativos, e sim associações privadas sem fins lucrativos e uma cooperativa de comunicação. São organismos sociais independentes que atuam com a construção de narrativas silenciadas e a partir de um lugar de discursos contra-hegemônicos. O lugar de pensamento sobre outros formatos tem profunda relação com o campo educacional e seus conceitos e práticas, como quando tratam da importância da ação protagonista das pessoas em fazer sua comunicação, ou mesmo ao valorizar aspectos da produção, como a diversidade de vozes dentro do ecossistema comunicativo.

A pesquisa procurou entender como essas organizações agregam e desenvolvem competências capazes de quebrar um formato hegemônico de fazer comunicação e o quanto essas competências favorecem a escuta das vozes socialmente silenciadas. Protagonismo? Diversidade? Afetividade? Coletividade? Respeito às diferenças?

Procuramos identificar porque consideram sua comunicação um diferencial dos outros modelos de comunicação existentes, as metodologias de escuta que a organização criou e implementou e quais são as competências que considera importante para uma organização conseguir escutar seu público. Por fim, o estudo procurou entender quais são as principais barreiras para a instituição escutar seu público e para ser escutada por outras estruturas sociais.

Apesar de todo o impacto da pandemia de COVID-19, a pesquisa de campo manteve: o processo de seleção das organizações com veículos independentes de comunicação que atuam com temáticas específicas, identitárias ou territoriais, ou que implementam processos de escuta relevantes para este estudo, como a escuta das redes sociais ou metodologias específicas de educação; e a pesquisa dos sites e redes sociais das organizações, assim como documentos específicos dentro das necessidades da pesquisa, como materiais que descrevem suas metodologias de escuta.

A vivência e entrevistas *in loco* foram adaptadas para um questionário com duas etapas: A primeira para traçar o perfil do entrevistado (pessoas indicadas pela

própria organização e integrantes da equipe de fundação e gestão), inserida na própria metodologia. A Etapa I perguntou sobre a função, idade, gênero, autodeclaração.

A Etapa II das entrevistas aconteceu por vídeo gravado, foram transcritas integralmente e as falas organizadas a partir da proposta de análise de conteúdo. Mas é importante lembrar que o processo de organização dos dados já foi iniciado com a própria elaboração do questionário. Cada pergunta representou uma categoria relevante para o entendimento do processo de comunicação da organização. Cada categoria definiu a forma de organização e a análise da categoria aconteceu a partir dos temas transversais construídos a partir da pesquisa teórica, e das competências apontadas nas entrevistas como pontos importantes dentro do processo comunicativo e para fortalecer a escuta.

Os temas transversais direcionadores das análises foram:

- Valores e princípios humanos e organizacionais: transparência, respeito aos direitos humanos, à diversidade, empatia, paciência, honestidade, criatividade, humildade, adaptabilidade, humildade, alteridade, empatia, acolhimento e cuidado, solidariedade, visão complexa e sistêmica.
- Competências relacionadas à gestão da comunicação: horizontalidade, gestão democrática, diversidade, transparência, criatividade, conhecimento crítico da realidade, domínio teórico e prático da causa e/ou do território, domínio das ferramentas de comunicação e diversidade de linguagens, engajamento com uma causa, transdisciplinaridade, penetração e abrangência territorial, valorização da coletividade, cooperação e cultura participativa, representatividade, inovação em comunicação, protagonismo e proatividade.

As categorias foram chamadas de “dimensões” e estão assim organizadas, com base no questionário:

Dimensão de Escuta I: Diferencial da atuação em comunicação

- Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
- Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.

- Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?
- Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Dimensão de Escuta II: Competências para a escuta

Perguntas Etapa I:

- Quais competências você possui e considera relevante para dialogar com diferentes segmentos sociais? Por quê?
- Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Dimensão de Escuta III: Percepção do Lugar de fala

- Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?
- Qual é o lugar de fala de sua organização?

Dimensão de Escuta IV: Percepção do lugar de escuta

- Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)
- Qual a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Dimensão de Escuta V: Barreiras para a escuta

- Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?
- Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Dimensão de Escuta VI: Metodologias de escuta

- Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?
- Qual/quais você considera mais inovadoras?

6. Entendendo o campo da pesquisa: as organizações e seus fazeres

Ao discorrer sobre a mudança de paradigma de *programa* para *estratégia*, nos anos de 1990, durante uma palestra na Argentina, Morin faz uma analogia com o jogo de futebol e explica que o *programa* é determinista, encara o objeto (o grupo, a comunidade, a sociedade) como racionalmente controlável, enquanto a *estratégia* é plástica, indeterminista, probabilística e nasce da interação dos sujeitos, por isso se constrói e se desconstrói durante o jogo. Medina (2018) usa a fala de Moran para fazer um alerta sobre o perigo de tomar preferencialmente o mundo como um dado pronto e acabado, em que as referências são cristalizadas e os significados são estabelecidos como se fossem definitivos (p. 31). Na verdade Moran procurava possibilidades para fugir do determinismo a partir de uma nova lógica de ação dos movimentos sociais, “totalmente imprevisíveis, improgramáveis pelas teorias, o que obriga a sociologia a repensar conceitos, abandonar outros e produzir novos” (MEDINA, 2018, p. 35). E completa que “os movimentos – do feminismo ao ecologismo, dos diferentes movimentos urbanos e rurais – todos manifestam o horror ao autoritarismo, uma crítica irreverente, mas bem-humorada ao instituído, uma afirmação consciente das diferenças e da heterogeneidade”, configurando, no complexo jogo social, a *estratégia*, e não o *programa*.

Movimentos sociais populares são articulações da sociedade civil constituídas por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos e se organizam para reivindicá-los, desenvolvendo inúmeros processos para promover transformação social (PERUZZO, 2013, p. 162). Na formação dos movimentos sociais há a confluência de identidades, definidas como: legitimadoras (introduzidas pelas instituições dominantes no intuito de manter a dominação), de resistência (criadas por atores que se sentem ameaçados pela estrutura de dominação, como por exemplo as gangues) e identidades de projeto (forjadas por atores para construir uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e transformar a estrutura social) (CASTELLS, 2000, v.2, p23-24).

Como lembra Peruzzo (2013, p. 167), a comunicação faz parte dos processos de mobilização dos movimentos sociais populares em toda a história e em conformidade com a capacidade de organização e com os recursos disponíveis em cada época. No Brasil, estes sempre criaram meios próprios de comunicação conhecidos como populares, comunitários, participativos, independentes ou

alternativos, pela necessidade de falarem a seus públicos específicos e devido ao cerceamento à manifestação de seus discursos, narrativas e vozes.

Do panfleto ao jornalzinho e dele ao blog e ao website na internet (e redes sociais), do megafone ao alto-falante e dele à rádio comunitária, do slide ao vídeo e dele à TV Livre e ao Canal Comunitário da televisão a cabo, são evidências do exercício concreto do direito à comunicação como mecanismo facilitador das lutas pela conquista ou ampliação dos direitos de cidadania, incluindo o de comunicar. Nessa dinâmica, o empoderamento de processos comunicacionais autônomos tem sido percebido como necessidade enquanto canais de expressão na dinâmica de mobilização e organização popular. (PERUZZO, 2013, p. 168)

Essas organizações são alternativas, no plano epistemológico e prático, às práticas hegemônicas (SANTOS, 2003), por gerar consciência política e mobilização social para contestar e dialogar com as estruturas políticas e interferir nas políticas públicas (PERUZZO, 2013, 165). O caráter contra-hegemônico dessas organizações se destaca numa conjuntura em que o discurso gerencialista é a abordagem dominante não só nos estudos organizacionais, mas que também invade cada vez mais todas as esferas da vida humana. (RAMOS, 1989).

Segundo Dussel (2005 apud MISOCZKY, 2010), alguns traços dessa organização seriam: a formulação de uma vontade democrática participativa horizontal em todos os níveis e a centralidade da educação na produção, reprodução e desenvolvimento da vida humana feliz em uma comunidade política sem discriminações. De acordo com Misoczky (2010), essa definição de organização encaminha os estudos organizacionais para uma atividade teórica comprometida com a transformação da realidade; uma atividade crítica que toma como referência a possibilidade do desenvolvimento da vida humana em geral e, como sua condição, a possibilidade da produção e reprodução da vida dos mais afetados pelo sistema. (ZILIO, BARCELLOS, DELLAGNELO, ASSMANN, 2012, p. 790)

A pesquisa entrevistou, em caráter qualitativo e não-representativo, 17 diferentes organizações independentes de comunicação ou que atuam com educomunicação, formalmente constituídas como organizações da sociedade civil¹⁴, ou seja, entidades privadas e sem fins lucrativos cujas atividades visam atender ao interesse público. De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), no Brasil existem cerca de 815 mil OSCs autônomas, legalmente constituídas e formadas pelo livre interesse e pela associação dos indivíduos, que contribuem com questões centrais em discussão na esfera pública e exercem atividades de interesse

¹⁴ A Lei nº 13.019 de 2014 instituiu o Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (OSCs), que regulariza a atuação das OSCs na administração pública estabelecida por meio de termos de colaboração, termos de fomento ou por acordos de cooperação. No documento é possível acessar a definição legal para OSCs.

coletivo, como serviços de saúde em comunidades empobrecidas, metodologias inovadoras nas escolas, campanhas para enfrentar a violência de gênero e esforços para preservar a fauna e a flora das ameaças da intervenção humana¹⁵. O Ipea não possui uma categorização referente a OSCs de comunicação.

A intenção deste estudo, assim como explica Canclini, é perceber a escuta como um fenômeno social e cultural para essas organizações e entender como estão colaborando com a produção de fenômenos que contribuem, mediante a representação ou reelaboração simbólica das estruturas materiais, para a compreensão, reprodução ou transformação do sistema social. Nesse contexto, a cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido. (MEDINA, 2018, p. 36)

6.1. Quem são as organizações e as pessoas entrevistadas?

As respostas apresentadas neste item da pesquisa foram construídas com base nas respostas do Questionário I (incorporado na Metodologia) e tiveram como objetivo traçar um rápido perfil das pessoas que foram entrevistadas como representantes das organizações.

A lista de pessoas e organizações que integraram a pesquisa foi:

NOME	ORGANIZAÇÃO / REDE / COLETIVO
Iuri Salles Alves	Revista Vaidapé
Jade Drummond	Núcleo Jornalismo
Bruno Gonzales Pedrotti	Coletivo Catarse
Marcelo Cougo de Sá	Coletivo Catarse
Vagner de Alencar	Agência Mural de Jornalismo das Periferias
Isabel Aparecida dos Santos Mayer	Instituto Brasileiro de Estudos e Ação Comunitária (IBEAC)
Paulo Lima	Viração Educomunicação
André Fernandes Gomes de Souza	Agência de Notícias das Favelas (ANF)
Emmanuel Castro De Paiva	Vale PCD (@pcdvale)
Amanda Rahra Cunha Di Sarno	Énois Laboratório de Jornalismo
Fausto Salvadori	Ponte Jornalismo
Juliana Cristina Cordeiro	Parafuso Educomunicação

¹⁵ Perfil das Organizações da Sociedade Civil no Brasil. Disponível em: < <https://mapaosc.ipea.gov.br/>>. Acesso em 17 ago, 2022.

Geisa Pires	Voz das Comunidades
Isabela Aguiar e Santana (Isabela Santana)	Visibilidade Indígena
Anderson Moraes	Jornal Empoderado
Adrielle Priscila da Silva Tavares	Mídia Índia
Vitória Régia Gonzaga da Silva	Gênero e Número
Marina Carvalho Dias	Agência Pública

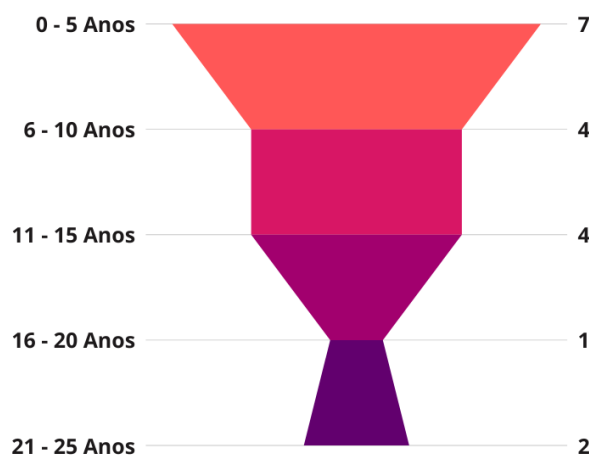
Para a questão cargo/função, cada entrevistada e entrevistado descreveu seu cargo ou função de forma aberta e nomearam mais de uma ocupação. Por mais que não pode ser considerada uma função, deixamos também a descrição *Fundador/A* para demonstrar quantos dos entrevistados tiveram papel na idealização da organização¹⁶.



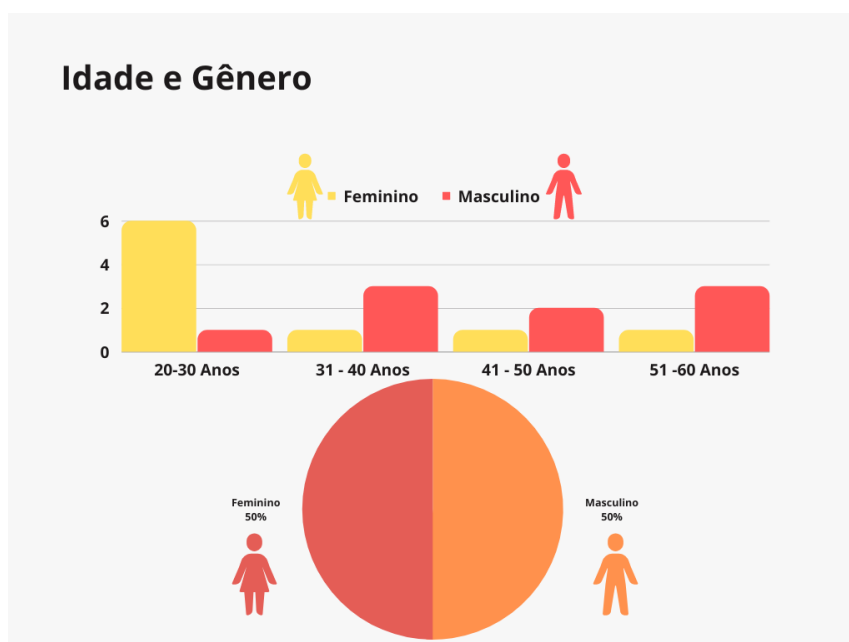
¹⁶ Os gráficos foram escolhidos pela minha filha, Lis Maria Ribeiro de Oliveira (11 anos), que quis participar ativamente do meu processo de pesquisa e fez questão de manter todas as escolhas dela.

A outra questão perguntava sobre o tempo de atuação e agrupamos as respostas dadas em períodos. O tempo mínimo de atuação na organização foi de dois anos, o que se mostrou suficiente para ter um conhecimento adequado sobre o ambiente de trabalho. O tempo máximo de atuação foi de 24 anos.

Tempo na organização



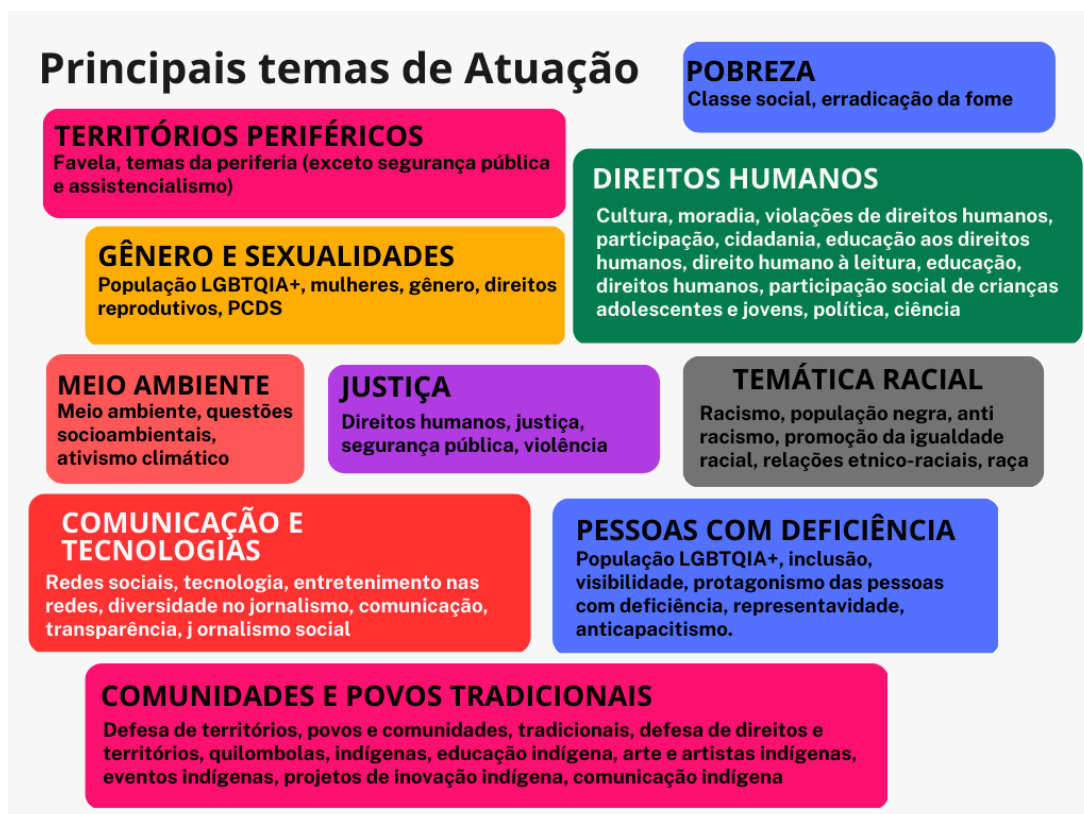
Por mais que a indicação do entrevistado/a fosse feita pela própria organização, houve equilíbrio entre homens e mulheres, o que a pesquisa considerou um dado importante, principalmente pelo fato de que todos os entrevistados ocupam lugares de direção, coordenação, gestão. Foi incluída a opção “prefiro não dizer”, para contemplar pessoas que não se adequam mais à definição homem/mulher, mas essa opção não teve respostas.



A questão referente ao a/o entrevistado/a se considerar parte de algum grupo social historicamente silenciado era de múltipla escolha, para contemplar quem se considera parte de mais de um grupo, como por exemplo, mulher periférica.



A questão sobre os principais temas de atuação foi aberta. A pesquisa organizou dentro de temáticas macros e incluiu todas as nomenclaturas citadas nas respostas.



Era importante entender com quais públicos a organização dialoga em sua atuação. Nesta pergunta foram oferecidas algumas opções de estruturas sociais e as respostas eram de múltipla escolha.

Dialoga com quais segmentos sociais



Metodologicamente, as três últimas questões integram o tema lugar de fala e lugar de escuta, na parte II, que organiza a pesquisa de campo. Assim, apenas incluímos as respostas na íntegra.

A questão *Acredita que possui um lugar de fala socialmente reconhecido diante destes segmentos sociais? Poderia explicar?* foi aberta e possibilitou que o entrevistado discorresse sobre o tema.

As respostas na íntegra foram:

Acho que por ser jornalista e atuar dentro do Núcleo Jornalismo/Volt Data Lab, ao conversar com esses segmentos tenho o reconhecimento necessário para fazer as pontes/parcerias/contatos.
A Catarse possui lugar de fala reconhecido, principalmente diante de movimentos sociais e comunidades tradicionais. Entre estes atores, é comum que as narrativas difundidas sejam identificadas como favoráveis dentro do campo de lutas e reivindicações. Por exemplo, em uma cobertura, ao pedir uma entrevista a uma liderança quilombola, fui perguntado de que veículo eu fazia parte. Quando eu disse que era do Coletivo Catarse, ele relaxou, abriu um sorriso e respondeu: "Beleza, o Coletivo Catarse é dos nossos".
Sou um homem branco e mesmo que tenha nascido numa família pobre. tive acesso à educação de qualidade e posterior melhora nas condições econômicas. Desse modo, tive sempre os privilégios que nós brancos tivemos

no país, assim como a questão econômica me permitiu ter acesso a possibilidades que são mais restritas para outras pessoas.
Sim, ao longo de sua história a Mural foi ganhando credibilidade como referência na cobertura periférica, sendo reconhecida tanto por outros veículos jornalísticos (a exemplo das parcerias que temos com a Folha) quanto pelo poder público.
Sim. Sou referência para as políticas de acesso ao livro, à leitura, à literatura e as bibliotecas de acesso público, nas teorias e práticas de (trans)formação de leitores(as) e direitos humanos.
Sim, como jornalista e educador, que atua na linha de frente e no diálogo com esses públicos.
Nem todos. Mas diálogo muito para que governos e empresas entendam melhor a favela.
Acredito que sim, por conta dos nossos posicionamentos. Quando trato de trazer a importância e as visibilidades de dois recortes (PCDs e LGBTQIAP+) pelos os nossos direitos e a inclusão para debater em diversos temas como ambiente, laser, educação e sexualidade e representatividade e lugar de fala.
Acho que a Énois é um lugar que congrega lugares de fala diversos. Eu como mulher branca, nessa organização, tenho como lugar de fala de uma pessoa que tem privilégios e acessos sociais que me permite abrir caminhos para que outras vocês (pretas, indígenas, PCDs, LGBTQIA+) sejam ouvidas, respeitadas e amplificadas.
Meu trabalho não envolve exatamente ter o meu lugar de fala reconhecido, porque me coloco como um mediador (daí, justamente, media) entre diferentes segmentos sociais.
Sim. Nas minhas falas ocupo o lugar de ser uma mulher negra nascida e criada no sul do país. Criada na periferia com acesso ao ensino superior graças a políticas sociais como o Prouni e Institutos Federais.
Estamos no caminho para criar um lugar cada vez mais respeitado e de atuação ampla dentro da comunicação indígena.
As vezes falta aquilo que o Jornal Empoderado faz que é "dar a voz" e não somente querer falar pelo outro (a).
O lugar de fala depende da situação e local, em muitos espaços não tem como deveria.
Sim, como trabalho há mais de cinco anos com cobertura de gênero, raça e sexualidade a partir do jornalismo de dados tenho uma relação estreita de diálogo com esses atores sociais, que são minhas fontes e parceiros de atuação.
Sim, por trabalhar em um veículo de comunicação respeitado.

A questão seguinte, muito similar à anterior só que direcionada à escuta, perguntou *Acredita que possui um lugar de escuta socialmente reconhecido diante destes segmentos sociais? Poderia explicar?*

As respostas na íntegra foram:

Acredito que sim, principalmente por o Núcleo ser uma fonte de informação relevante para esses segmentos, ter sempre uma postura de diálogo aberto e o interesse em ouvir as comunidades nas redes. Entendo que, por fazer parte da

organização que segue essas condutas, eu também acabo tendo esse reconhecimento da escuta.
Acredito que sim. Os segmentos citados costumam nos procurar com certa frequência para trazer suas pautas e demandas. No geral percebemos que as pessoas e movimentos retratados se identificam com as narrativas e as exibem com orgulho para outros movimentos e espaços
Acredito que sim. Nosso Coletivo tem uma atuação reconhecida e somos procurados para exercer nosso trabalho e construir as lutas por muitas pessoas e entidades relacionadas com as populações historicamente menos favorecidas.
Acreditamos que sim, mas que tem sido um processo de construção. A Agência Mural vem tentando cada vez mais se aproximar de sua audiência, os moradores das periferias.
Sim; estou envolvida na gestão compartilhada no IBEAC, nas redes de bibliotecas comunitárias e a escuta é princípio nesses espaços e para iniciar e desenvolver qualquer projeto.
Sim, como jornalista e educador, apesar de atuar em uma ONG de pequeno porte.
A Agência de Notícias das Favelas tem um reconhecimento por todos os setores acima mencionados.
Sim, tantos conteúdos como <i>live</i> , vídeos palestras workshop, e serviço como psicoterapia e a orientação profissional, consultoras em eventos (com intérprete de libras)
Acho que meu lugar de escuta começa com a equipe, que é diversa. E segue para escuta da nossa rede, que vem de territórios periféricos diversos.
Sim. A Ponte se coloca como um meio de comunicação que amplia a voz de grupos sociais tradicionalmente silenciados: moradores da periferia, negros, população LGBTQ+, vítimas da violência estatal em geral. Para nosso trabalho funcionar, é fundamental que esses grupos nos vejam como um espaço onde suas vozes serão ouvidas e acolhidas.
O meu espaço de escuta tem sido marcado principalmente em ouvir os anseios de juventude e ao mesmo tempo buscar criar ações junto deles para amplificar os diálogos. Então, é considerar o que os jovens estão passando e sentindo no espaço social da família, da escola e da mídia.
Sim. Creio que expliquei isso durante a entrevista.
Sim e que precisa ser exercitado diariamente por quem deseja debater assuntos que ela não vive na pele, como homem falando de aborto ou não negros (as) falando de racismo.
Depende da situação e local, em muitos espaços não tem como deveria.
Sim, devido ao meu trabalho estou em constante diálogo com esses atores para entender as demandas de cada área/ator social bem como para reproduzir e projetar suas pesquisas.
Sim, pois a Agência Pública tem como prática norteadora ouvir a população, principalmente os setores mais vulneráveis.

De forma geral, a pesquisa sinaliza que seus gestores avaliam seus lugares de fala e de escuta como positivos, como espaços conquistados a partir do

reconhecimento, da atuação e da credibilidade da organização junto aos diferentes públicos com os quais dialoga e interage.

As questões que descrevem a atuação da organização foram inseridas no capítulo que trata sobre a *Dimensão da escuta I: Diferencial da atuação em comunicação*, e foram organizadas como informações que dão base para entender porque a atuação dessas organizações podem ser consideradas diferenciais no campo comunicativo e educomunicativo.

7. Dimensão de Escuta I: Diferencial da atuação em comunicação

Este capítulo organizou a Dimensão de Escuta I: Diferencial da atuação em comunicação, que corresponde às seguintes questões geradoras da pesquisa de campo no questionário:

- *Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?*
- *Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.*
- *Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?*

7.1. Agência de Notícias das Favelas (ANF) – André Fernandes (RJ)



A Agência de Notícias das Favelas¹⁷ nasceu motivada pela demanda constante da imprensa tradicional e da comunidade em acessar informações sobre o contexto das favelas do Rio de Janeiro. Foi fundada em janeiro de 2001, pelo jornalista André Fernandes, liderança entrevistada pela pesquisa. Tornou-se uma organização não-governamental em 2005, com a missão de *estimular a integração e a troca de informações entre as favelas, com a finalidade de melhorar, por meio de formação de uma grande rede de colaboradores, a qualidade de vida do povo*. É reconhecida pela Reuters¹⁸ como a primeira agência de notícias de favelas do mundo.

Seu objetivo é democratizar a informação da favela, a partir da própria favela. “Somos um veículo de mídia contra-hegemônica que faz comunicação com um modelo diferenciado, que desfaz a ideia de que a comunicação comunitária não pode ser comercial” (FERNANDES, S/N, 2022).

A ANF possui um site, mídias sociais e o jornal *A Voz da Favela*, com uma tiragem de 150 mil exemplares mensais, escrito por moradores e ativistas das favelas de forma colaborativa e sua distribuição gera renda para as pessoas que os vendem

¹⁷ É possível conhecer a história da ANF no vídeo comemorativo dos 18 anos da agência. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0kZdEtf0FVE>>. Acesso em 12 Nov, 2022.

¹⁸ É uma agência de notícias britânica, a maior agência internacional de notícias do mundo, com sede em Londres. Disponível em: <<https://www.reuters.com/>>. Acesso em: 13 Dez, 2022.

por meio de contribuição voluntária do leitor¹⁹. Ao longo dos anos, a agência fortaleceu suas ações em algumas cidades como Salvador, Curitiba e São Paulo, visando ampliar seu campo de atuação, o que possibilitou a criação da editoria Nacional no jornal *A Voz da Favela*. Além de ajudar na democratização da comunicação nas favelas, a organização desenvolve diversos projetos nas áreas de cultura, cidadania, prestação de serviços e educação.

Além da Agência de Notícias, a *ANF Produções*²⁰ é o braço empresarial da organização e executa o serviço do *Minidoor Social*, uma forma de publicidade com temas referentes à cidadania nas favelas. E, por fim, em 2018, a Agência criou o *Instituto Data ANF*, um órgão de pesquisa com o objetivo de levantar e produzir dados sobre as favelas e seus moradores.

Eu defino que temos um alcance internacional. Desde que a gente descobriu essa plataforma *Wordpress*, em 2005, a gente viu a possibilidade de ter pessoas em cada favela, mundo afora, falando da sua realidade. Hoje são mais de 800 colaboradores que têm *login* e senha para publicar no nosso Portal, em todo o Brasil, em alguns países da América Latina e até na própria Europa. (FERNANDES, 2022, S/N)

Figura 1: Site da Agência de Notícias da Favela.



Fonte: Agência de Notícias da Favela (2022a).

¹⁹ É possível conhecer mais sobre a produção e distribuição do jornal *A Voz da Favela* em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5aECmPtPadM>>. Acesso em 12 Nov, 2022.

²⁰ Disponível em: <<https://anfproducoes.com.br/>>. Acesso em 12 Nov, 2022.

Figura 2: Facebook ANF (37.671 seguidores)



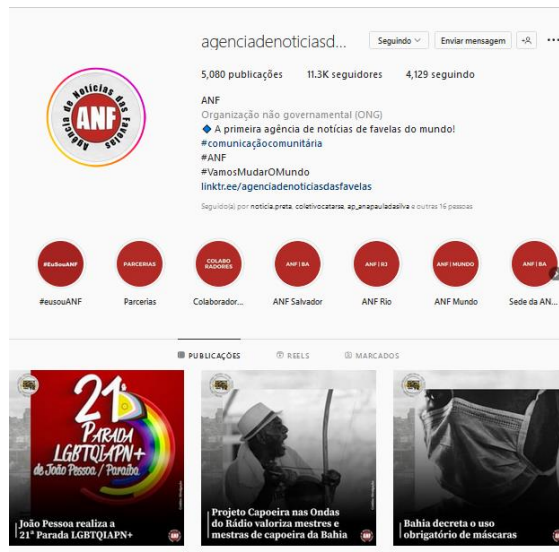
Fonte: Agência de Notícias da Favela (2022b).

Figura 3: Instagram da ANF (11.300 seguidores)



Fonte: Agência de Notícias da Favela (2022c).

Figura 4: Twitter ANF (5.572 seguidores).



Fonte: Agência de Notícias da Favela (2022d).

Figura 5: Canal de podcast da ANF.



Fonte: Agência de Notícias da Favela (2022e).

7.1.1. Agência Mural – Vagner de Alencar (SP)



A Agência Mural (AM) é um veículo de notícias com a missão de *minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias da Grande São Paulo*. A proposta é conferir um novo olhar para a pauta das periferias e suas diversidades. Nesse modelo de ação, possuem site, mídias sociais com seus conteúdos próprios e produzem conteúdos em parceria com outros veículos de comunicação, como *Folha de São Paulo*²¹ e *Portal Terra*²², ou em projetos específicos.

Algumas diretrizes de sua atuação são:

- a. Declaração de diversidade de vozes: que trata a composição da rede de correspondentes comunitários, composta por pessoas que moram ou cresceram em distritos ou cidades da Região Metropolitana de São Paulo. “Temos entre 18 e 60 anos e somos de diferentes credos e religiões, etnias e raças, gênero e orientação sexual, além de possuímos formação em várias áreas — jornalismo, publicidade, secretariado, economia, entre outros”²³. A diversidade de vozes representa maior qualidade no jeito de fazer notícia, com respeito e promoção da pluralidade de visões que constrói a identidade das periferias paulistanas. A meta é contar histórias a partir de perspectivas não oficiais: a dos cidadãos (residentes nas localidades onde o correspondente também mora).

Figura 6: Quem somos: apresentação da composição da rede de correspondentes.



Fonte: Agência Mural (2022a)

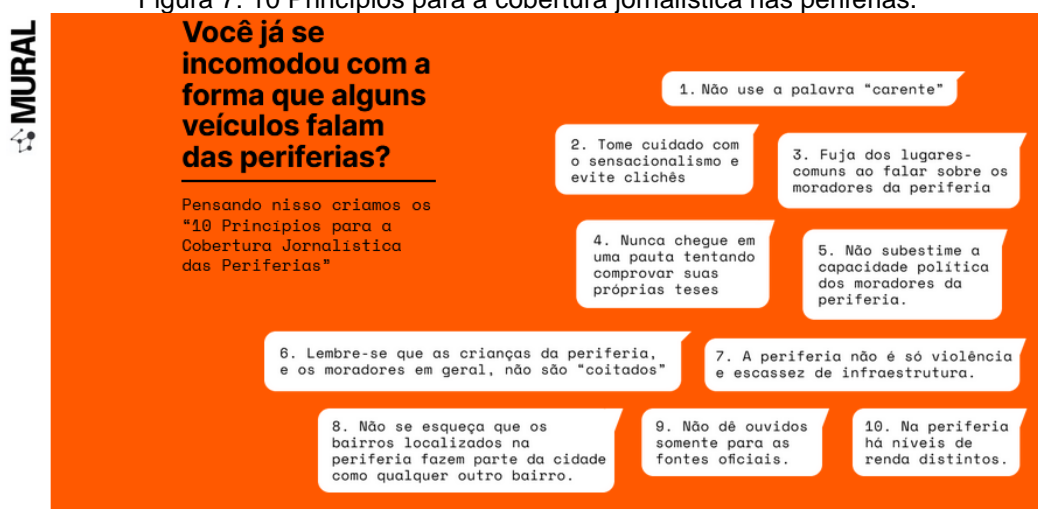
²¹ Disponível em: < <https://www.folha.uol.com.br/>>. Acesso em: 13 Dez, 2022.

²² Disponível em: < <https://www.terra.com.br/>>. Acesso em: 13 Dez, 2022.

²³ Disponível em: < <https://www.agenciamural.org.br/sobre-nos/credibilidade/declaracao-de-diversidade-de-vozes/>>. Acesso em: 07 Dez, 2022.

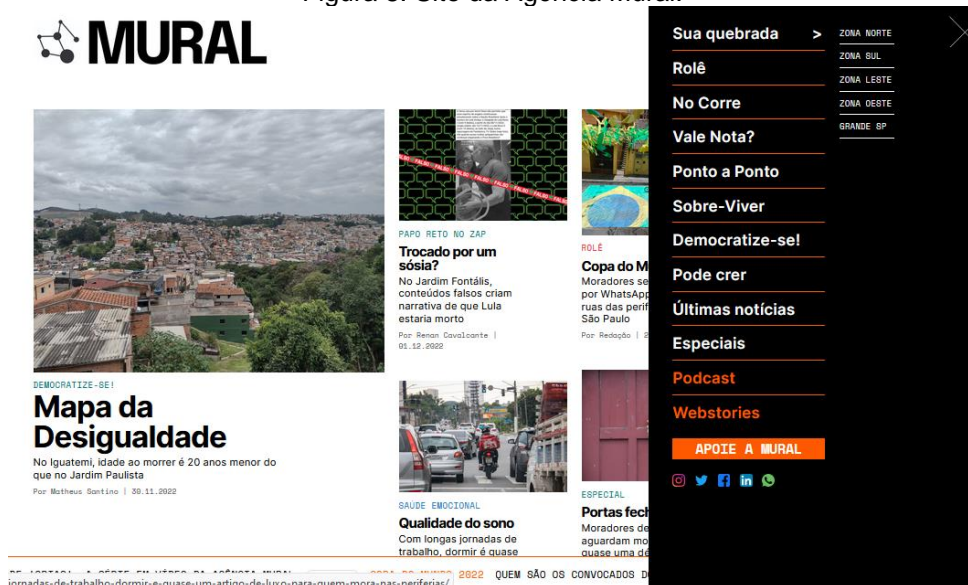
- b. Ir além do tema violência: a AM procura expor realidades além das violências sofridas e habitualmente exploradas na imprensa tradicional.
- c. Política de ética: Adotam algumas medidas para atender a isenção e a diversidade nas produções. Parte das diretrizes de trabalho da Mural estão transcritos em 10 (dez) princípios. Além disso, tratam de questões de identificação, respeito, condutas éticas nas pautas, assuntos conflitantes com parceiros, colaboradores que possuem cargos públicos ou que atuam em outras organizações, autorização de imagem, créditos, identificação de fontes, entre outros temas relevantes na atuação jornalística. Possuem ainda uma *Política e prática de correções* e *Política de privacidade e dados pessoais*.

Figura 7: 10 Princípios para a cobertura jornalística nas periferias.



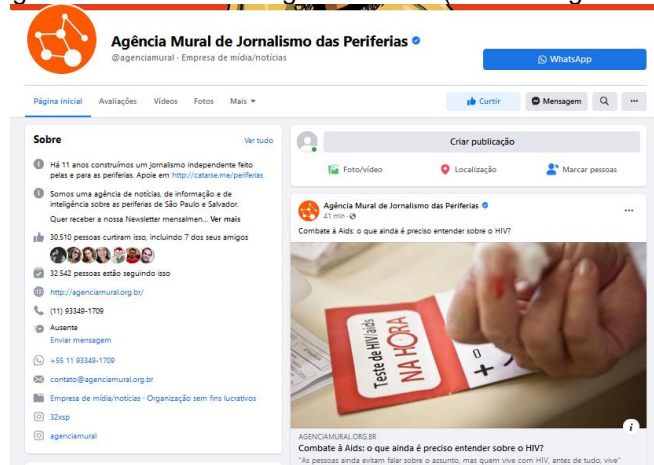
Fonte: Agência Mural (2022b)

Figura 8: Site da Agência Mural.



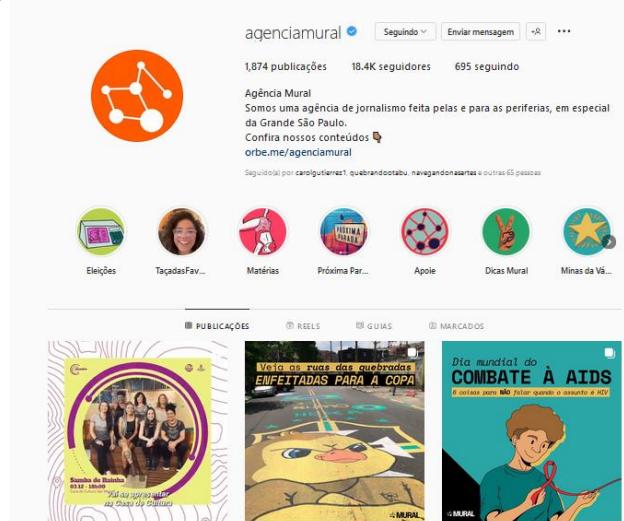
Fonte: Agência Mural (2022c)

Figura 9: Facebook da Agência Mural (32.542 seguidores).



Fonte: Agência Mural (2022d)

Figura 10: Instagram da Agência Mural (18.400 seguidores).



Fonte: Agência Mural (2022e)

Figura 11: Twitter da Agência Mural (17.500 seguidores).



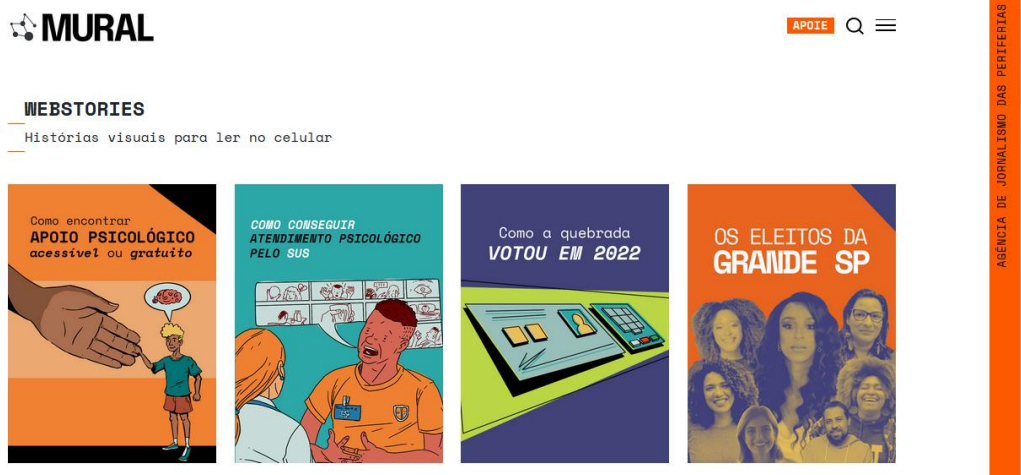
Fonte: Agência Mural (2022f)

Figura 12: Página de Podcast da Agência Mural.



Fonte: Agência Mural (2022g)

Figura 13: Webstories - Histórias visuais para ler no celular.



Fonte: Agência Mural (2022h)

7.1.2. Agência Pública - Marina Dias (SP)



Fundada em 2011 por repórteres mulheres, a *Pública*²⁴ é a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. Sua missão é produzir e fomentar o jornalismo independente na América Latina. Sua ação tem como princípio a defesa intransigente dos direitos humanos e todas as reportagens podem ser republicadas gratuitamente sob a licença *Creative Commons*²⁵. Por isso, possui grande rede de republicação em veículos de comunicação brasileiros e estrangeiros. Com relação à abrangência, a cobertura possui temas nacionais. Mas há um trabalho de tradução e publicação de reportagens em outros veículos e em inglês e espanhol. Além disso, a *Pública* possui suas próprias redes, uma lista no *Whatsapp* e uma no *Telegram*, e adapta seus conteúdos para diferentes espaços virtuais.

Possuem um programa de fomento ao jornalismo independente, com mentorias para jornalistas, concurso de microbolsas de reportagem, eventos de discussão sobre jornalismo e programas de apoio a projetos inovadores. Para a manutenção do trabalho, contam com aliados que fazem doações.

Entre os valores da organização, encontram-se: independência editorial; promoção dos direitos humanos e do direito à informação e qualificação do debate democrático; jornalismo investigativo e inovador, com apuração isenta e criteriosa, baseada em fontes primárias; construção da igualdade de gênero; ambiente cooperativo, com estímulo à formação de jornalistas éticos e competentes.

A gente parte sempre do ponto de vista da população no nosso jornalismo. Isso significa que a gente vai ouvir as pessoas que são afetadas por uma violação de direitos que a gente está denunciando, além de todo mundo que precisa ser ouvido. A gente não vai escutar só o deputado, o secretário, as fontes oficiais. Vamos falar com as pessoas afetadas. (DIAS, S/N, 2022)

²⁴ Disponível em: < <https://apublica.org/>>. Acesso em: 13 Dez, 2022.

²⁵ Creative Commons é uma organização não governamental sem fins lucrativos responsável por licenças que permitem a cópia e a distribuição gratuita de uma obra protegida por direitos autorais. Disponível em: <https://creativecommons.org/>. Acesso em: 12 Nov, 2022.

Figura 14: Site da Agência Pública.



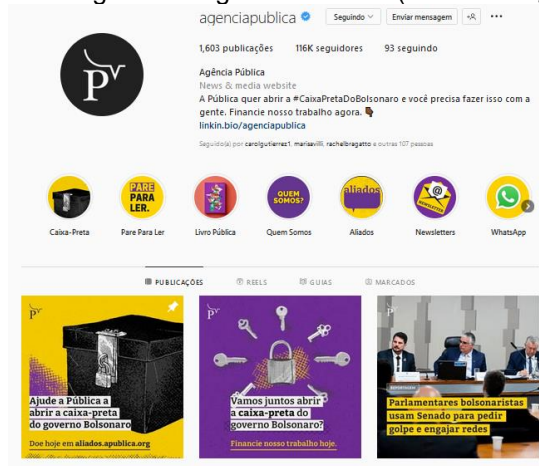
Fonte: Agência Pública (2022a).

Figura 15: Facebook da Agência Pública (215.837 seguidores).



Fonte: Agência Pública (2022b)

Figura 16: Instagram da Agência Pública (116.000 seguidores).



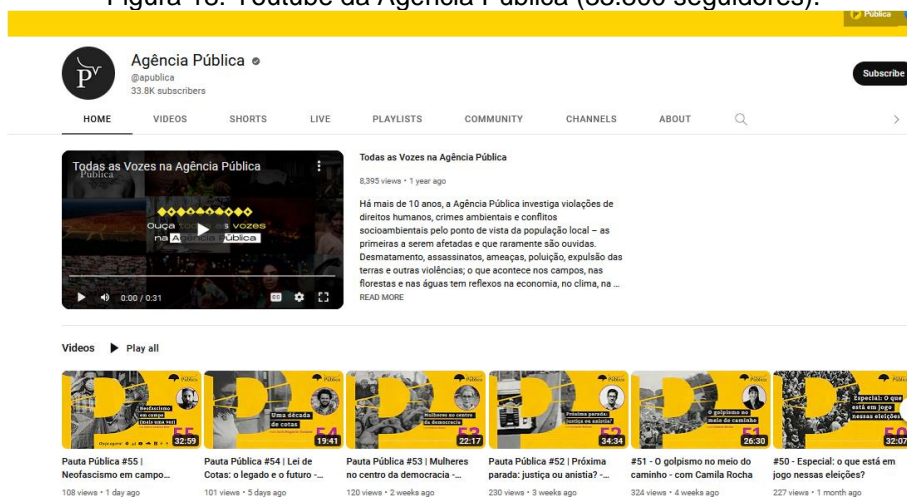
Fonte: Agência Pública (2022c).

Figura 17: Twitter da Agência Pública (273.700 seguidores).



Fonte: Agência Pública (2022d).

Figura 18: Youtube da Agência Pública (33.800 seguidores).



Fonte: Agência Pública (2022e).

7.1.3. Coletivo Catarse - Bruno Gonzales Pedrotti e Marcelo Cougo de Sá (RS)



O *Coletivo Catarse* é uma cooperativa de comunicação e produção cultural, organizada nos princípios do cooperativismo, da autogestão e da economia solidária. Desenvolve seus trabalhos a partir de uma perspectiva de comunicação integrada, transdisciplinar e com características de produção e compartilhamento de conhecimento, fomento de redes e formação com caráter articulador e mobilizador, procurando, dessa forma, gerar autonomia e emancipação nos sujeitos envolvidos.

Somos cooperativistas. Em 2022 completamos 18 anos. O modelo foi inspirado em uma experiência porto-alegrense muito rica, na década de 70 e 80, o *Coojornal*²⁶, uma cooperativa grande de jornalistas daqui que chegou a ter mais de 200 jornalistas cooperativados e produziram muita coisa interessante. Evidentemente que uma cooperativa deste nível acabou sendo massacrada não só pela Ditadura, pelo governo estadual e pelos interesses das grandes mídias. A gente é meio que depositário e herdeiro dessa tradição que busca fugir do modelo tradicional. (PEDROTTI e SÁ, S/N, 2022)

Com o passar do tempo, a *Catarse* passou a buscar outras formas de comunicar além da matéria jornalística mais tradicional e desenvolve projetos de documentários, historiografia, etnografia e também com arte e cultura. O coletivo é formado por profissionais de diferentes áreas, para além do jornalismo. Atualmente, o grupo define seu alcance como nacional, devido aos conteúdos e sua circulação e começam a articular trabalhos com coletivos de comunicação da América Latina.

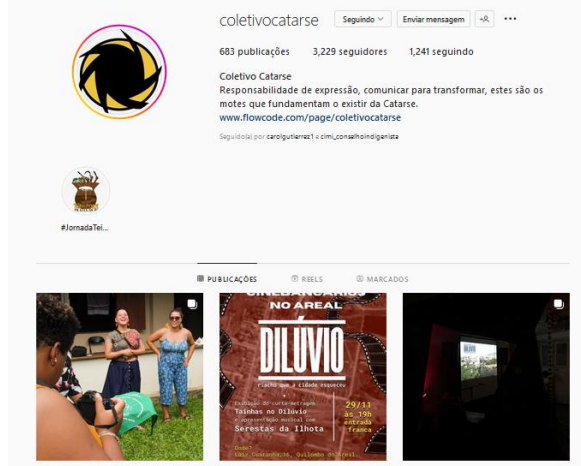
Figura 19: Facebook do Coletivo Catarse (13.579 seguidores).



Fonte: Coletivo Catarse (2022a)

²⁶ *CooJornal* foi um jornal fundado em 23 de agosto de 1974, e extinto em setembro de 1983, após pressão do governo militar. Foi criado por 66 jornalistas, após se reunirem na sede da Associação Riograndense de Imprensa, em resposta a censura política promovida pela ditadura militar brasileira. Disponível em: <<https://documentosrevelados.com.br/coojornal-o-alternativo-gaucha-que-incomodou-os-militares/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

Figura 20: Instagram do Coletivo Catarse (3.229 seguidores)



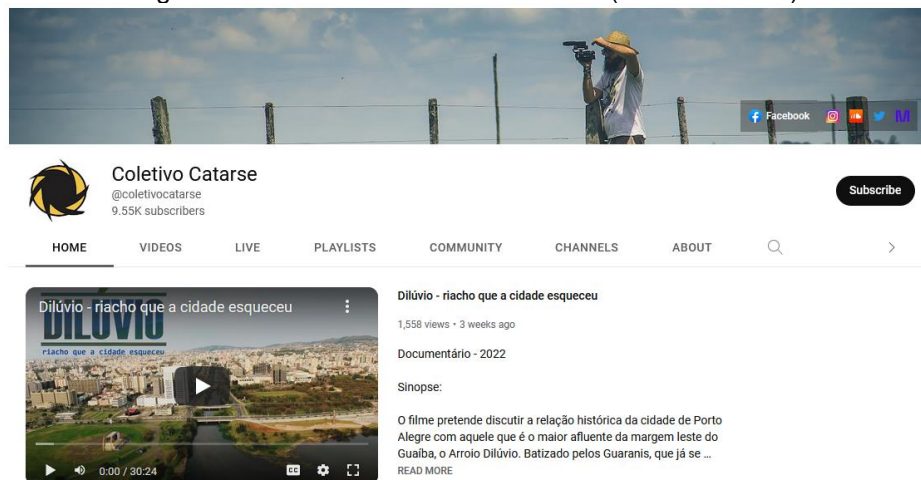
Fonte: Coletivo Catarse (2022b).

Figura 21: Twitter do Coletivo Catarse (1.121 seguidores).



Fonte: Coletivo Catarse (2022c).

Figura 22: Youtube do Coletivo Catarse (9.550 inscritos)



Fonte: Coletivo Catarse (2022d).

7.1.4. Énois: Laboratório de Jornalismo - Amanda Rahra (SP)



A Énois é um laboratório que trabalha para impulsionar diversidade, representatividade e inclusão no jornalismo brasileiro. Foi fundada em 2009 com a *Escola de Jornalismo* (EJ), voltada ao público jovem. Em 2014, a EJ se expandiu para a Internet e se tornou a primeira escola online de jornalismo no Brasil. Em cursos presenciais, mais de 500 jovens da periferia se formaram e mais de 4 mil estudantes passaram pela Escola de Jornalismo online e iniciaram a produção de conteúdo em parceria com veículos de abrangência nacional.

A visão de futuro da Énois é “cultivar uma rede latino-americana de jornalistas locais, apoiando comunicadores e veículos a atuarem com respeito à diversidade, à representatividade e à inclusão”²⁷.

Atualmente estamos atuando nacionalmente, mas sempre a partir do local, das periferias das capitais e regiões metropolitanas. Nosso foco em 2022 foi a Região Norte e Centro-oeste, onde estamos fazendo formação de jornalistas e comunicadores locais nas periferias. E continuamos com a nossa atuação aqui em São Paulo, que é onde a gente nasceu e onde está a maior parte da nossa equipe, a maior parte da nossa rede. (RAHRA, 2022, S/N)

Atua a partir de duas frentes. A primeira pelo programa *Jornalismo e Território*, baseado na Escola de Jornalismo da *Énois*, um processo de formação e produção de notícia. Tem um aspecto que trabalha com a pauta a partir da visão do território, com o *mapeamento afetivo*, fortalecendo o olhar para o seu bairro e para questões locais. Os jovens recebem uma bolsa durante a formação.

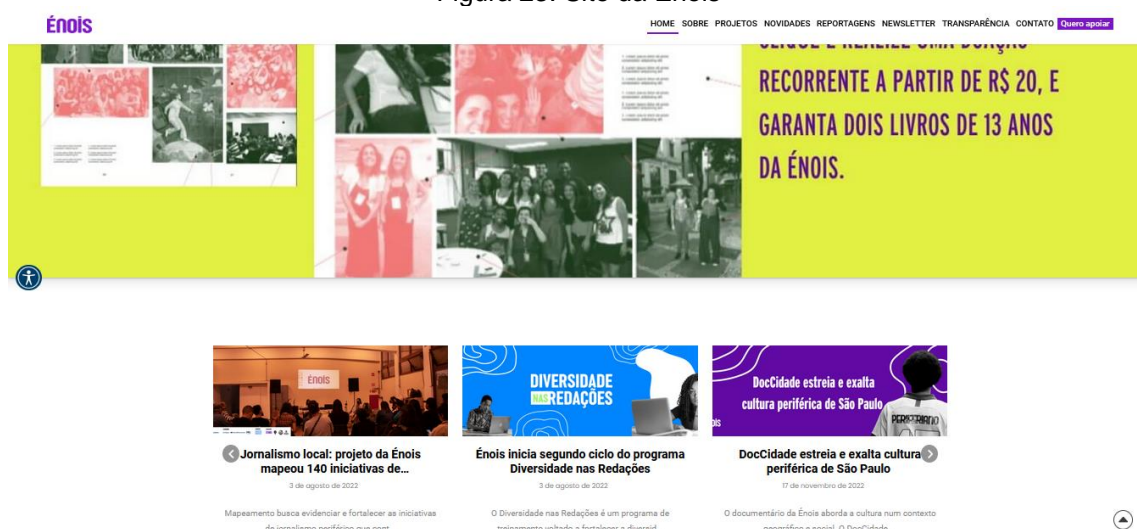
O outro programa chama-se *Diversidade nas redações*, que dialoga sobre a composição dos espaços de produção de notícias e como a diversidade interfere no jornalismo que é produzido. “Passamos a insistir com coisas como: tem que ter mais preto, tem que ter mais mulher, tem que ter mais LGBTQIA+, pessoas com deficiência (PCDs)” (RAHRA, 2022, S/N). O programa começou a selecionar, a partir de uma chamada pública, pequenas redações independentes, para ajudar na sua estruturação. Para isso, foi desenhado um segundo processo de formação, agora para as redações, como conteúdos de sustentabilidade, diversidade na equipe, mobilização de recursos, organograma e outros temas da gestão.

²⁷ Disponível em: <<https://enoisconteudo.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

A ligação entre os dois programas é que a equipe que é formada em um integra, por um período, as redações que estão em processo de reestruturação, e passam a produzir conteúdos temáticos de forma conjunta e integrada.

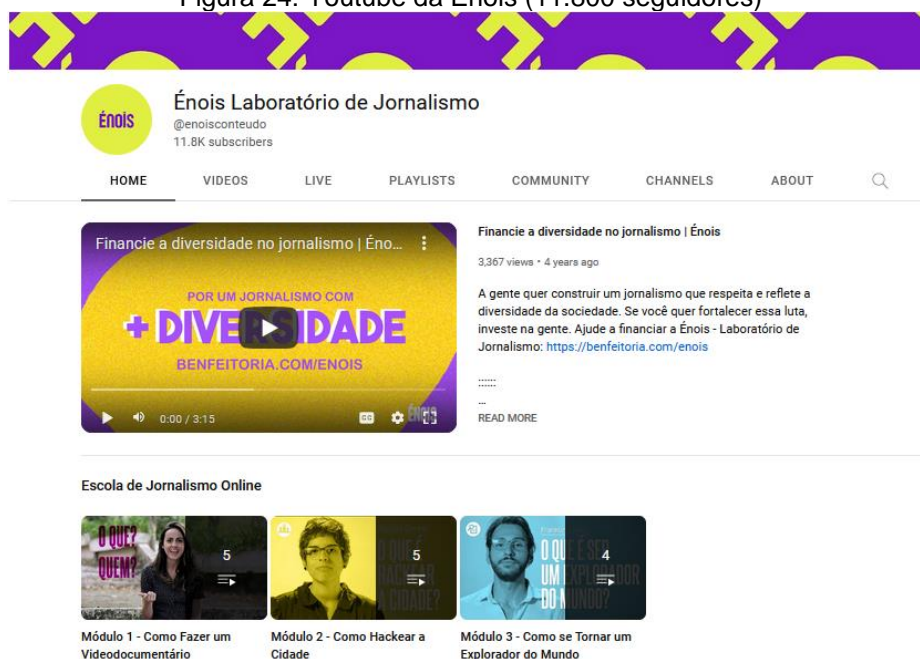
Os dois programas contam, inicialmente, com um Mapeamento Periférico de veículos locais e organizações sociais, como forma de estudar e entender os territórios e como eles devem integrar o dia a dia de um jornalismo territorial.

Figura 23: Site da Énois



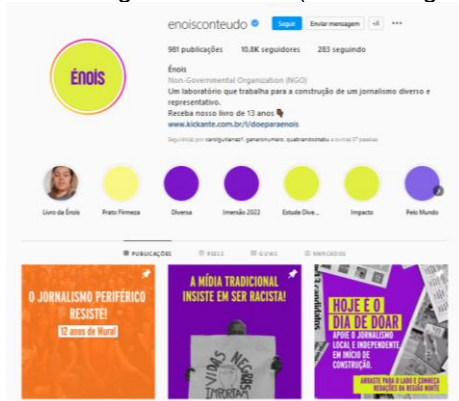
Fonte: Énois – Laboratório de Jornalismo (2022a).

Figura 24: Youtube da Énois (11.800 seguidores)



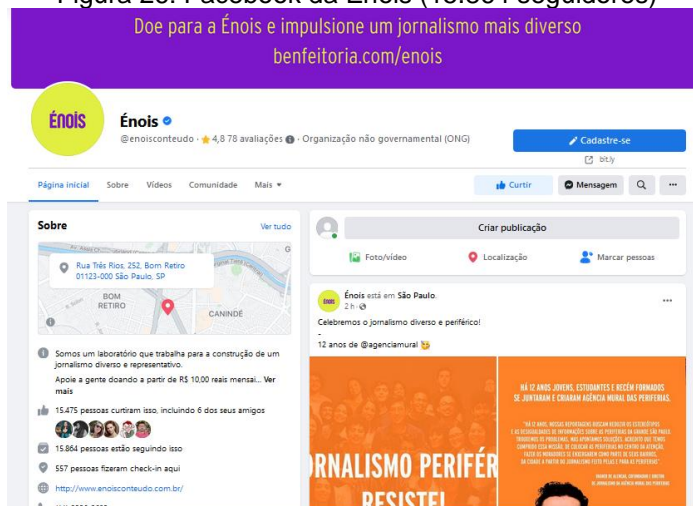
Fonte: Énois – Laboratório de Jornalismo (2022b).

Figura 25: Instagram da Énois (10.800 seguidores).



Fonte: Énois – Laboratório de Jornalismo (2022c).

Figura 26: Facebook da Énois (15.864 seguidores)



Fonte: Énois – Laboratório de Jornalismo (2022d).

Figura 27: Twitter da Énois (4.077 seguidores).



Fonte: Énois – Laboratório de Jornalismo (2022e).

7.1.5. Gênero e Número – Vitória Régia (RJ)



Gênero e Número é uma associação que produz e distribui jornalismo e informação orientados por dados e análises sobre questões urgentes de gênero e raça, visando qualificar debates sociais. Tem um enfoque na convergência entre jornalismo de dados, pesquisa e debate público, com práticas e métodos digitais inovadores, consistentes e que criam espaços de narrativas, análises e percepções diferenciadas.

Temos uma equipe diversa que trabalha com pesquisa, ciência de dados e jornalismo, sob uma gestão atenta à **escuta** da equipe, para aprofundarmos temas relacionados às agendas da equidade racial e de gênero. A partir de dados e de vozes legítimas, produzimos conteúdos de referência para pessoas e organizações comprometidas com o diálogo amplo que a democracia pressupõe. (SILVA, 2022, S/N)

Possuem um jeito de comunicar que envolve linguagem gráfica, conteúdo audiovisual, pesquisas, relatórios e reportagens multimídia. Além das técnicas de produção de informação, a *Gênero e Número* acredita que é necessário qualificar o debate sobre gênero e raça com dados coerentes e inovadores sobre desigualdades. Procura ter uma abrangência nacional em sua abordagem e tem crescido, nos últimos anos, na abrangência na América Latina.

A área de pesquisa procura preencher lacunas nas pesquisas de gênero, raça e sexualidade. Possuem um selo de produção audiovisual, o *DOC GN*, que em 2022 lançou o primeiro media metragem, intitulado *Verde Esperanza: aborto legal na América Latina*. E, no campo das reportagens, tem investido em entender e inovar no jornalismo digital, em recursos digitais, que passam pelas análises de dados, de redes sociais e também como fazer conteúdo para esses novos meios. Para colocar as ideias em prática, atuam principalmente por projetos como: *Pesquisa Sem Parar; Violência Contra LGBTQ+; Mulheres no Jornalismo Mapa da Violência de Gênero; Open Box da Ciência; Reino Sagrado da Desinformação; Racismo à Brasileira; Religião e Poder Câncer de Mama Hoje*²⁸. Muitos desses projetos acontecem em parceria com outras organizações que querem produzir conteúdos diferenciados para suas redes, como por exemplo, sobre mulheres na ciência. A organização existe desde 2016 e se tornou uma ONG em 2022. Diversidade e transparência são valores da organização.

Figura 28: Site da Gênero e Número.

²⁸ Disponível em: <<https://www.generonumero.media/>>. Acesso em 14 Nov, 2022.

Figura 29: Site da Gênero e Número



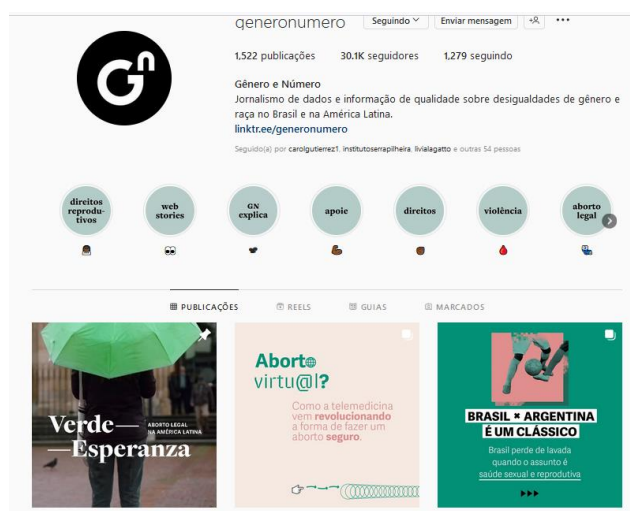
Fonte: Gênero e Número (2022a).

Figura 30: Facebook da Gênero e Número (21.000 seguidores)



Fonte: Gênero e Número (2022b).

Figura 31: Instagram da GN (30.100 seguidores)



Fonte: Gênero e Número (2022c).

Figura 32: Twitter da GN (18.600 seguidores)



Fonte: Gênero e Número (2022d).

Figura 33: Youtube da GN (1.650 seguidores)



Fonte: Gênero e Número (2022e).

7.1.6. Ibeac e Agência Comunitária de Comunicação Vozes aqui de Parelheiros - Bel Santos (SP)



O Instituto Brasileiro de Estudos e Apoio Comunitário (*Ibeac*) foi criado na cidade de São Paulo, em 1981, e atua para potencializar direitos, educação e oportunidades para todas as pessoas. Sua missão é disseminar a cultura de direitos humanos, por meio da transformação de comunidades e territórios, fortalecendo a cidadania participativa, criativa e solidária. Para desenvolver suas atividades, pauta-se na defesa dos direitos humanos, na construção coletiva de saberes e fazeres, valorização da diversidade e das realidades locais e respeito a voz e ao lugar de fala. Esse processo ganha forma a partir de um conjunto de princípios que envolvem: a observação crítica e criativa da realidade, com ênfase no território; enraizamento comunitário; reconhecimento de desafios, problemas, necessidades, contradições, potencialidades e possibilidades das pessoas e territórios; percepção atenta e afetiva a outras demandas sociais; articulação com políticas públicas e ações locais; estímulo à participação e à autonomia coletiva; e construção compartilhada e participativa para busca de soluções.

O público prioritário dos projetos desenvolvidos pelo *Ibeac* são bebês, crianças pequenas, gestantes, mulheres, adolescentes e jovens em situação de desproteção social, residentes em 06 bairros do distrito de Parelheiros (Barragem, Colônia, Jardim Silveira, Nova América, São Norberto e Vargem Grande) 01 bairro do distrito de Marsilac (Embura) e 01 bairro do distrito do Grajaú (Chácara Santo Amaro).

Nas ações ligadas à literatura, nós temos uma atuação nacional porque somos uma das organizações que criou a *Rede Nacional de Bibliotecas Comunitárias*²⁹. Temos também a nossa rede regional, com 18 bibliotecas comunitárias e estamos iniciando um processo internacional, latino-americano de bibliotecas populares e comunitárias. E tem uma outra atuação internacional, que é mais recente, dentro das ciências contemplativas, com um grupo de meditação entre as mães mobilizadoras de Parelheiros, conectado a outros grupos internacionais. (SANTOS, 2022, S/N)

Há aproximadamente dois anos, o *Ibeac* tem um educador, que iniciou como estagiário e hoje é o gestor responsável pela comunicação. Isso aconteceu

²⁹ A Rede Nacional de Bibliotecas Comunitárias - RNBC é um movimento pela democratização do acesso ao livro, à leitura, à literatura e às bibliotecas sob a perspectiva da leitura como direito humano, com atuação em diversas cidades do território brasileiro. Disponível em: <https://rmbc.org.br/>. Acesso em: 12 de nov, 2022.

quando a organização definiu a comunicação como eixo estratégico de atuação. Gabriel Razo é educador e a “concepção dele sobre a comunicação construída coletivamente é um diferencial importante” (SANTOS, 2022, S/N). Em dois anos de atuação educacional, o *Ibeac* criou a *Agência de Comunicação Vozes aqui de Parelheiros*, conectada aos programas de literatura, primeira infância e o empreendedorismo.

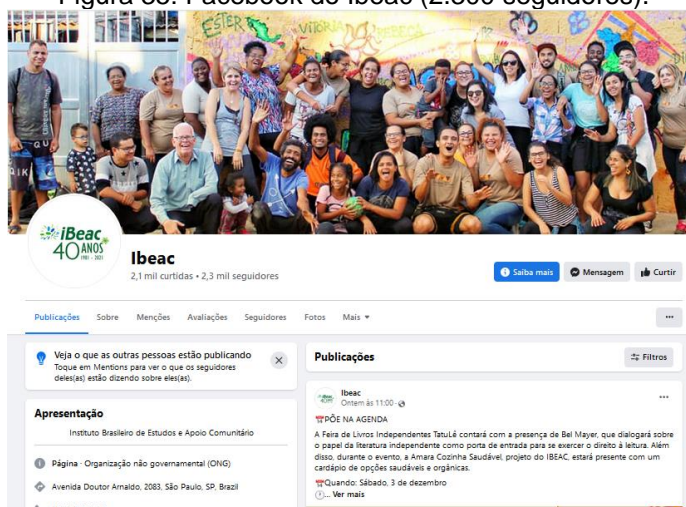
Temos representantes dessas três linhas dentro da Agência que são de Parelheiros, para garantir que todas as pessoas envolvidas, ou que, ao menos, todos os coletivos envolvidos tenham voz e possam dizer sobre sua instituição, sobre seu trabalho, sobre seus sonhos, em primeira pessoa. (SANTOS, 2022, S/N)

Figura 34: Site do Ibeac, com destaque para a Agência Vozes daqui de Parelheiros



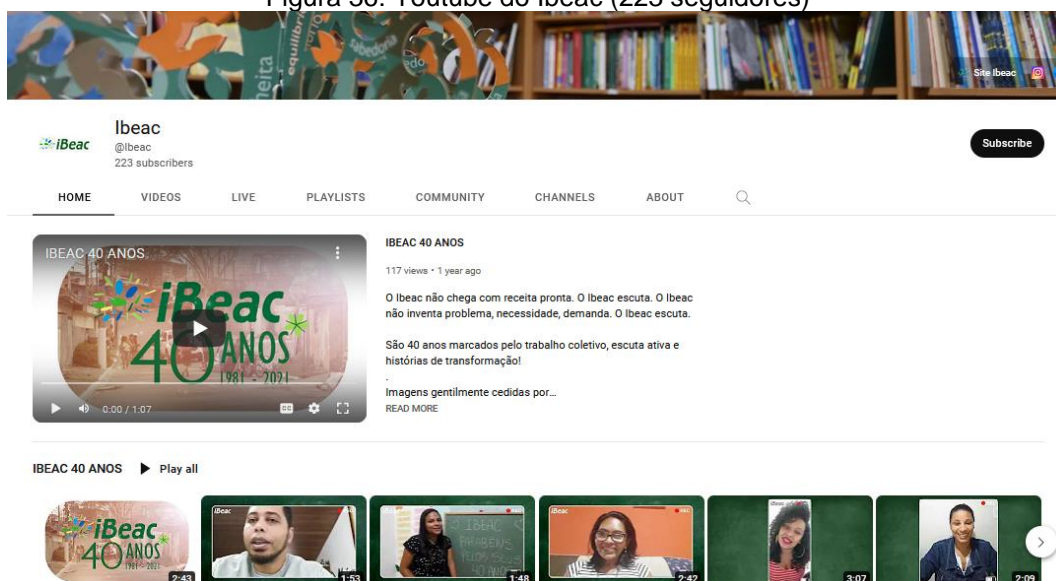
Fonte: Ibeac (2022a).

Figura 35: Facebook do Ibeac (2.300 seguidores).



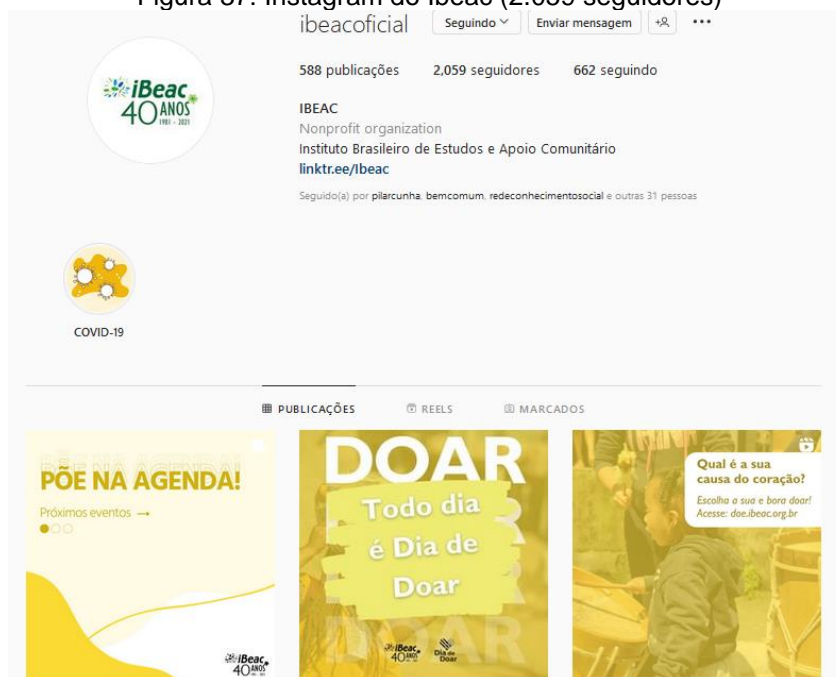
Fonte: Ibeac (2022b).

Figura 36: Youtube do Ibeac (223 seguidores)



Fonte: Ibeac (2022c).

Figura 37: Instagram do Ibeac (2.059 seguidores)



Fonte: Ibeac (2022d).

7.1.7. Jornal Empoderado – Anderson Moraes (SP)



O *Jornal Empoderado* nasceu para “dar visibilidade aos invisíveis. Procura oferecer espaços de fala a quem é ignorado nas narrativas tradicionais³⁰. Nasceu junto ao Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé³¹, como um veículo impresso com tiragem de 5000 exemplares, periodicidade mensal e circulação na região central de São Paulo, distribuído gratuitamente em bancas, estabelecimentos, entidades em geral. Deixou de ser impresso durante a pandemia, período no qual tem se adequado para os meios digitais.

De forma geral, prioriza a informação que não se encontra na mídia tradicional, mas o grande diferencial é que as pessoas escrevem e publicam seus textos, sem interferências. Então, o sentido de dar voz aos invisibilizados parte de um contexto no qual são essas pessoas que escrevem, que contam suas histórias, e não necessariamente aparecem como fonte de informação ou entrevistados. O jornal atua por meio de correspondentes voluntários, que escrevem para o jornal e que são de regiões diversas, o que amplia a abrangência da sua cobertura.

Uma coisa importante que a gente fala das mídias alternativas é que elas contribuem para expandir a comunicação. Elas tiram aquele caráter da comunicação tradicional, que é a comunicação do *Prêmio Esso*³², que eu brinco, que era aquele quadradinho das grandes mídias, como *Rede Globo*, *SBT*, *Folha de São Paulo*. O *Jornal Empoderado* contribui para fazer outra comunicação, principalmente diversificada e que dá voz aos invisibilizados e contribuem para dar a real cara do Brasil. (MORAES, 2022, S/N)

Na história do jornal, tem várias pessoas que escrevem, independentemente de sua origem ou raça. Ele é aberto para a participação de todos. Mas os protagonistas são as pessoas negras e, em especial, mulheres negras. “A gente tem demandas específicas, e até quando a gente discute o mesmo assunto, existe uma necessidade de reportar com o nosso olhar”. (MORAES, 2022, S/N)

³⁰ Disponível em: < <https://jornalempoderado.com.br/sobre-nos/nossa-historia/>>. Acesso em 14 Nov, 2022.

³¹ O Centro de Estudos da Mídia Alternativa “Barão de Itararé” luta pela democratização da comunicação, visando conquistar maior pluralidade e diversidade informativa e cultural no país. Disponível em: <<https://baraodeitarare.org.br/site/>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

³² O Prêmio ExxonMobil de Jornalismo, conhecido até 2014 como Prêmio Esso de Jornalismo, é uma premiação conferida a profissionais de imprensa no Brasil. Sua última edição ocorreu em 2015. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%AAmio_ExxonMobil_de_Jornalismo> . Acesso em: 14 de Nov, 2022.

Figura 38: Site do Jornal Empoderado



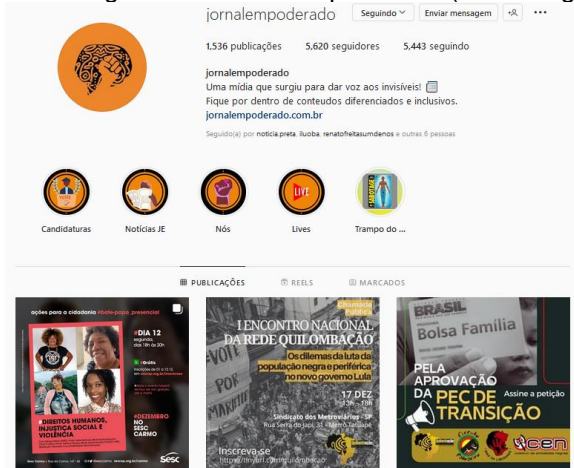
Fonte: Jornal Empoderado (2022a).

Figura 39: Facebook do Jornal Empoderado (19.000 seguidores).



Fonte: Jornal Empoderado (2022b).

Figura 40: Instagram do Jornal Empoderado (5.620 seguidores)



Fonte: Jornal Empoderado (2022c).

Figura 41: Youtube do Jornal Empoderado (106 seguidores).



Fonte: Jornal Empoderado (2022d).

Figura 42: Twitter do Jornal Empoderado (262 seguidores).



Fonte: Jornal Empoderado (2022e).

7.1.8. Mídia Índia – Priscila Tapajowara (Adrielle Priscila da Silva Tavares) (MA)



A *Mídia Índia* é um coletivo criado em abril de 2017 e formado por indígenas, de diversas comunidades, regiões e povos, protagonizada por jovens que contribuem para romper com práticas de comunicação hegemônicas e não-participativas. Um dos maiores objetivos da organização é a garantia de uma comunicação representativa.

Possui um enfoque de fortalecer a ação da juventude indígena e torna-la capaz de registrar a cultura e dar voz às suas reivindicações por meio da comunicação. Os colaboradores são pessoas indígenas de todo o Brasil. Erisvan Bone, criador ao lado de outros jovens indígenas do *Povo Guajajara*, do Maranhão, é formado em jornalismo pela UFMA (Universidade Federal do Maranhão)³³. Além do canal nas redes sociais, a *Mídia Índia* também realiza formações em comunicação como: oficinas de texto, fotografia, vídeo e zine, entre outras.

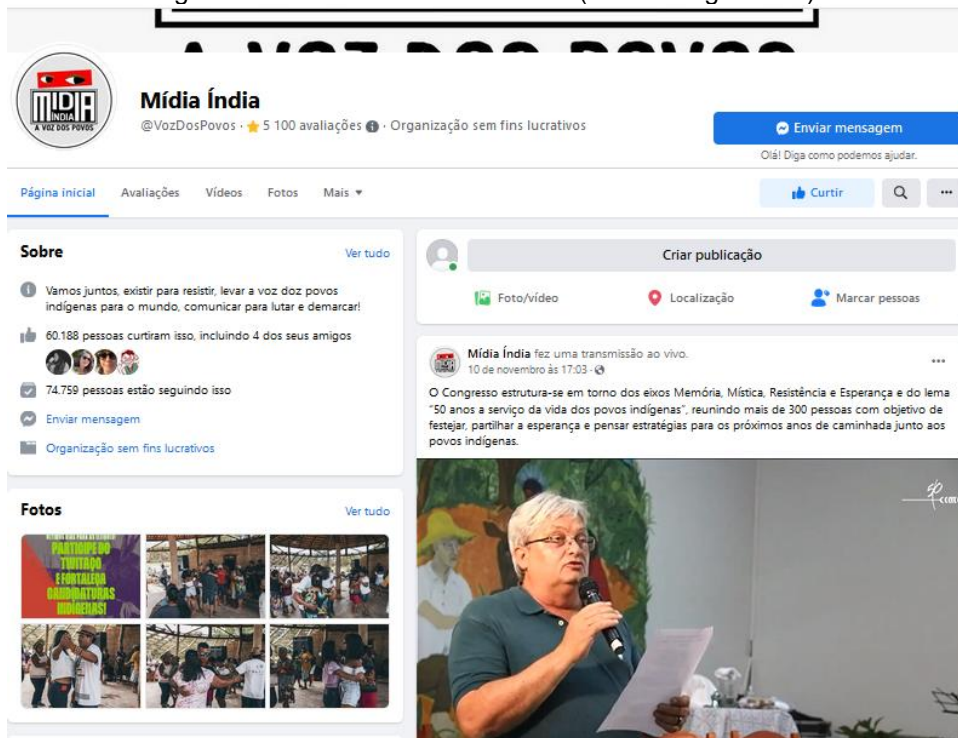
Atualmente, tem um alcance e abrangência nacional e internacional. Possuem uma preocupação de alcançar mais territórios indígenas (devido ao alcance da Internet), mesmo já sendo muito conhecida pelos povos tradicionais como um todo. Procuram alcançar também povos não-indígenas com a sua comunicação. É a maior rede de indígenas comunicadores do mundo.

O princípio do *Mídia Índia* é ser a voz dos povos indígenas. É o espaço onde os povos indígenas consigam levar para fora o que está acontecendo dentro dos territórios. Isso se baseia na questão da luta, defesa do território, defesa dos direitos indígenas, e de falar sobre a cultura, para que as outras pessoas conheçam e quebrem estereótipos sobre nós, povos indígenas. A gente também leva para dentro as coisas que estão acontecendo fora, em outros territórios. (TAPAJOWARA, 2022, S/N)

O *Mídia Índia* é um local de representatividade, um espaço onde povos originários podem narrar suas próprias histórias sem a interferência de terceiros. Entendem a comunicação como meio e ferramenta para amplificar as vozes dos movimentos indígenas ao produzirem seus vários tipos de comunicação: audiovisual, fotografia, podcast, card ou texto.

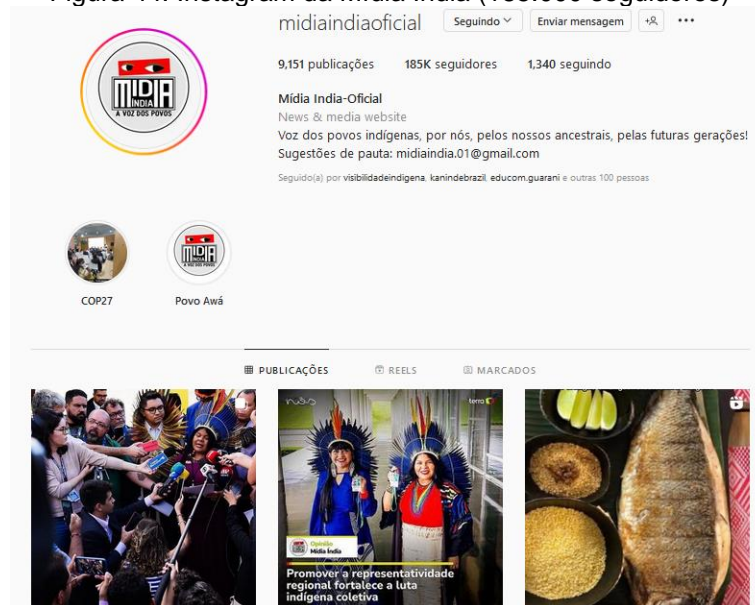
³³ Disponível em: <<https://midianinja.org/news/midia-india-o-futuro-e-atraves-da-comunicacao/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

Figura 43: Facebook da Mídia Índia (74.759 seguidores).



Fonte: Mídia Índia (2022a).

Figura 44: Instagram da Mídia Índia (185.000 seguidores)



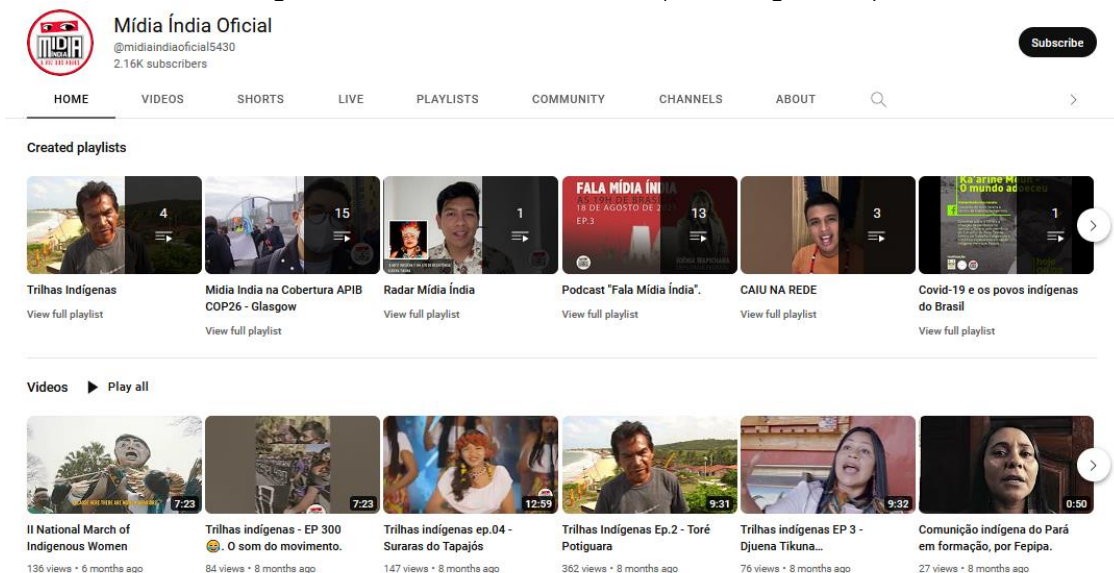
Fonte: Mídia Índia (2022b).

Figura 45: Twitter da Mídia Índia (14.000 seguidores).



Fonte: Mídia Índia (2022c).

Figura 46: Youtube da Mídia Índia (2.160 seguidores)



Fonte: Mídia Índia (2022d).

7.1.9. Núcleo: Jornalismo inteligente nas redes sociais – Jade Drummond (RJ)

NÚCLEO

O *Núcleo: Jornalismo Inteligente nas Redes Sociais* é uma iniciativa que cobre o impacto das redes sociais nas vidas das pessoas, explorando desde os meios tradicionais de produção jornalística até novos formatos de conteúdo e tecnologia.³⁴

Sua missão é produzir investigações a partir de dados e trazer mais transparência ao governo, ao debate político e às políticas públicas, em diferentes esferas e localidades. A iniciativa, lançada em 6 de janeiro de 2020 pelos jornalistas Sérgio Spagnuolo e Alexandre Orrico, foi incubada e é o projeto editorial da agência *Volt Data Lab*³⁵.

É considerado um veículo nacional, sem restrição geográfica, voltado a cobrir redes sociais, especificamente. A equipe, que atua integralmente em home office, é composta por pessoas de Estados diferentes, a maioria de São Paulo ou Sudeste, mas somada a profissionais da Bahia, Paraná, Fortaleza.

O *Núcleo* tem duas frentes de atuação: uma frente de reportagem, de matérias, de cobertura de redes sociais, no sentido de transformar em notícia o que está acontecendo nas redes, sua movimentação, o que as pessoas estão dizendo, usando, pra que, o impacto social e algumas políticas das redes sociais como, por exemplo, o que têm feito pra combater *fakenews*; e tem um lado de tecnologias de escuta social, principalmente.

A primeira ação criada foi o *Science Pulse*, de escuta da comunidade científica durante a pandemia para auxiliar os jornalistas na busca de fontes confiáveis de divulgação científica, de especialistas que divulgavam novidades mais rapidamente via Twitter. Foi pensada como um meio para combater a desinformação sobre a Covid-19.

Depois disso, a gente começou a usar a tecnologia para outros assuntos e criamos o *Monitor Nuclear*, que monitora os políticos brasileiros no *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* e faz análises automatizadas e consegue pesquisar o que eles estão publicando, comparar perfiz, ver os assuntos mais quentes. Criamos uma ação focada em desinformação eleitoral no *Youtube*, e outra de monitoramento do *Telegram*, em canais de candidatos à presidência. A gente

³⁴ Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/sobre/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

³⁵ VOLT DATA LAB é uma agência de jornalismo independente focada em investigação, análise e visualização de dados, desenvolvendo projetos em diversas áreas, como política, economia, direitos humanos, mídia e tecnologia. Disponível em: <<https://voltdata.info/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

monitora as mensagens, o que postam, o que apagam, o que editam. (DRUMMOND, 2022, S/N)

As ações de monitoramento são:



*BotPonto*³⁶ é um robô que monitora vídeos no *YouTube* para facilitar o combate à desinformação. O robô tweeta automaticamente um link com o ponto exato no vídeo em que os termos foram ditos.



*BedelBot*³⁷ é um robô que monitora os canais oficiais no *Telegram* dos candidatos à presidência do Brasil em 2022. Ele coleta todas as mensagens publicadas nos canais, para facilitar a análise e pesquisa por temas específicos.



O *Amplifica*³⁸ é uma parceria com a revista *AzMina*. O bot escuta nossa audiência no *Twitter* (com consentimento dos participantes) e nos ajuda com ideias de pautas e de engajamento com leitores e leitoras.



*Science Pulse*³⁹ é um bot de *Twitter* e *Telegram* que publica os principais tweets de nossa curadoria de perfis de ciência e saúde no *Twitter*.



O *Weber*⁴⁰ é um bot de política que a cada três horas compartilha os tweets mais populares de políticos brasileiros, baseado em dados do app *Monitor Nuclear*.

Figura 47: Site do Núcleo Jornalismo.



Fonte: Núcleo Jornalismo (2022a).

³⁶ Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/botponto/>>. Acesso em: 04 Dez, 2022.

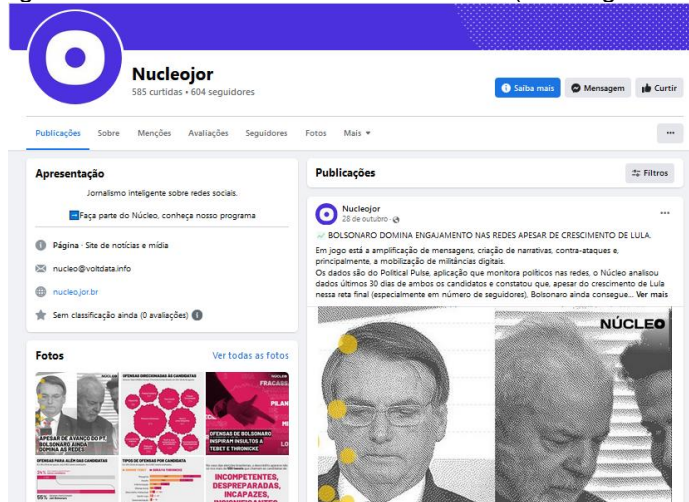
³⁷ Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/bedelbot/>>. Acesso em: 04 Dez, 2022.

³⁸ Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/amplifica/>>. Acesso em: 04 Dez, 2022.

³⁹ Disponível em: <https://nucleo.jor.br/sciencepulse_eng/>. Acesso em: 04 Dez, 2022.

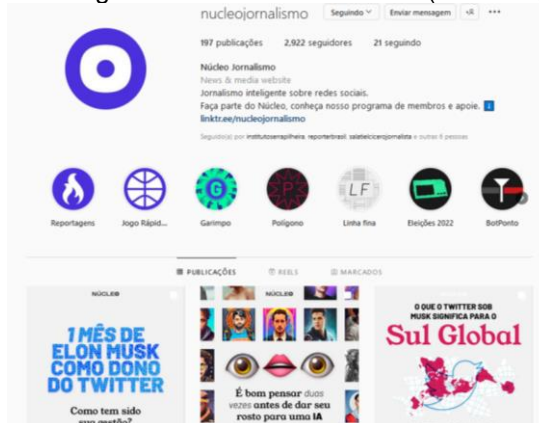
⁴⁰ Disponível em: <https://twitter.com/weber_bot>. Acesso em: 04 Dez, 2022.

Figura 48: Facebook do Núcleo Jornalismo (604 seguidores)



Fonte: Núcleo Jornalismo (2022b).

Figura 49: Instagram do Núcleo Jornalismo (2.922 seguidores)



Fonte: Núcleo Jornalismo (2022c).

Figura 50: Twitter do Núcleo Jornalismo (14.700 seguidores)



Fonte: Núcleo Jornalismo (2022d).

7.1.10. Parafuso Educomunicação – Juliana Cristina Cordeiro (PR)

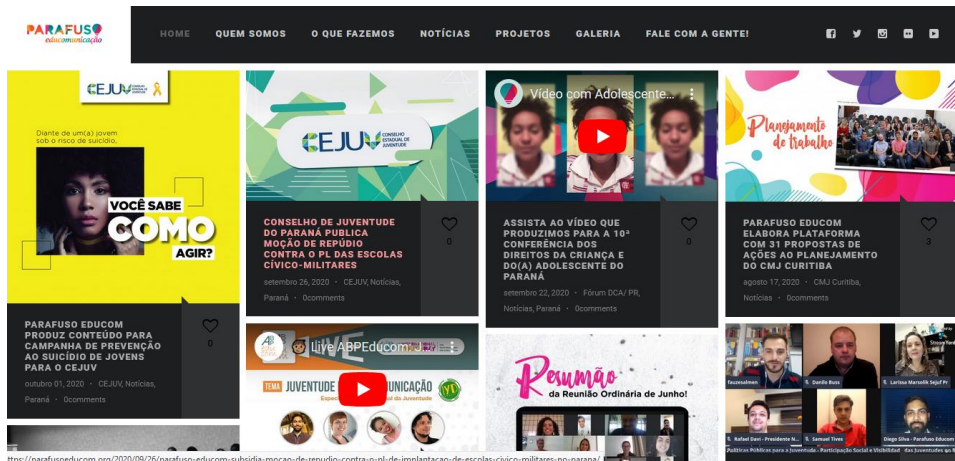
A *Parafuso Educomunicação* reúne a trajetória pessoal e interesse dos jovens integrantes para atuar no campo dos direitos humanos e educomunicação. Suas vivências e saberes foram o ponto de partida para desenvolverem projetos e ações voltados a formação cidadã de crianças, adolescentes e jovens.

A *Parafuso* incide de algumas maneiras na comunicação. Presencial, no sentido dos espaços de participação da equipe para debater e acompanhar políticas, que é uma comunicação da presença e verbalizada. Por outro lado, a comunicação representa estratégia para a incidência política, na produção de guias, propostas, matérias. E tem a produção de conteúdo a partir da escuta de narrativas, como a série *Sou negra*, que trouxe narrativas das mulheres negras de Curitiba, falando da questão do empoderamento em relação a cabelo, mas também as narrativas dos adolescentes nas periferias, como no projeto *Afroeducom*.

A *Parafuso* carrega educomunicação no nome e considera que o campo tem uma forte relação com as expressões artísticas na atuação do coletivo. Atua com adolescentes e jovens inserindo-os nos processos de produção, discutindo temas, produzindo conteúdos e novas narrativas fotográficas e de texto, mas principalmente audiovisuais. Produz pautas de interesse nacional e participa de movimentos articulados em todo o território brasileiro. Contudo, a mobilização e formação de adolescentes restringe-se ao âmbito estadual, como nas *Conferências da Criança e do Adolescentes*⁴¹.

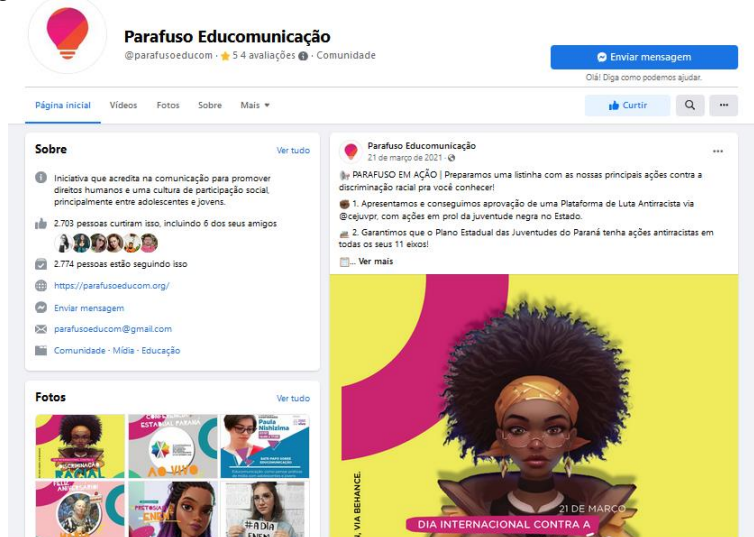
⁴¹ As **Conferências dos Direitos da Criança e do Adolescente (CNDCA)** são um espaço de construção de propostas cujos desdobramentos influenciam na elaboração das políticas públicas de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil. Podem acontecer no nível municipal, estadual e nacional. A última conferência nacional aconteceu em 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/participamaisbrasil/conferencias5>>. Acesso em: 13 Dez, 2022.

Figura 51: Site da Parafuso Educomunicação

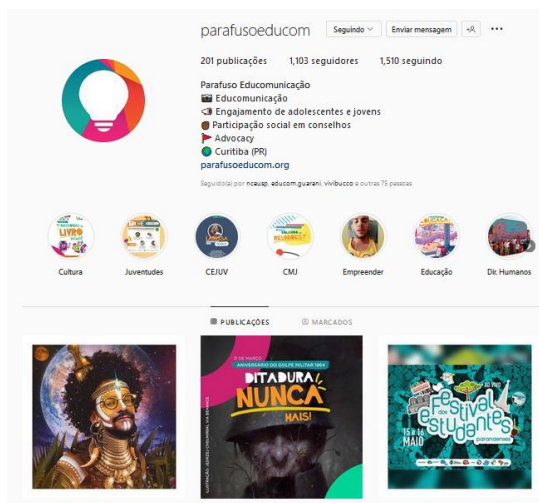


Fonte: Parafuso Educomunicação (2022a).

Figura 52: Facebook da Parafuso Educomunicação (2774 seguidores)



Fonte: Parafuso Educomunicação (2022b).



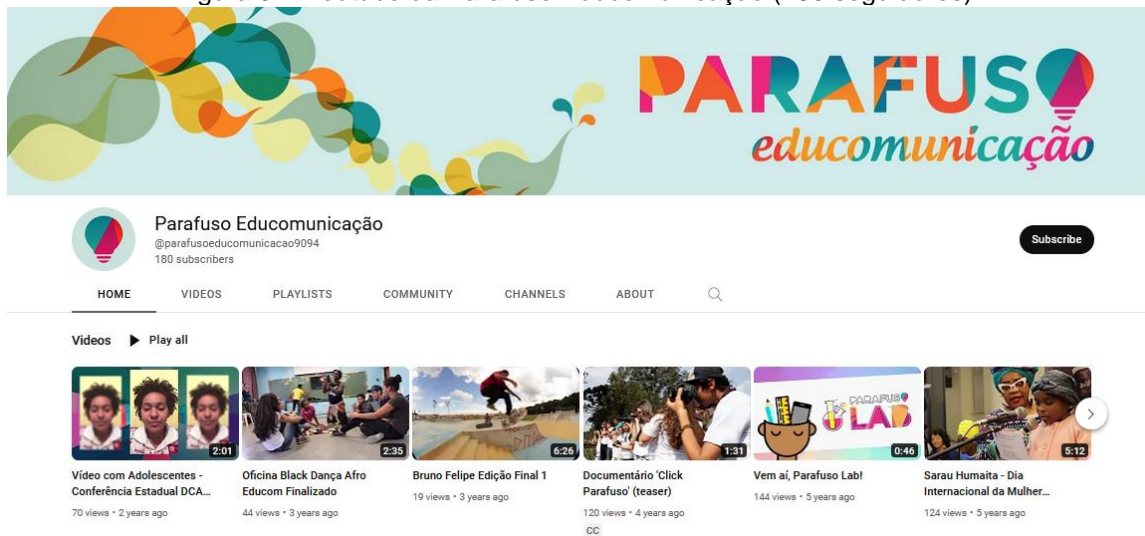
Fonte: Parafuso Educomunicação (2022c).

Figura 53: Twitter da Parafuso Educomunicação (119 seguidores).



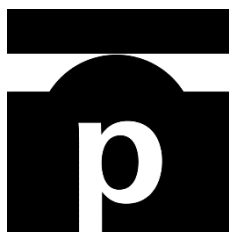
Fonte: Parafuso Educomunicação (2022d).

Figura 54: Youtube da Parafuso Educomunicação (180 seguidores).



Fonte: Parafuso Educomunicação (2022e).

7.1.11. Ponte Jornalismo - Fausto Salvadori (SP)



A história da *Ponte Jornalismo*⁴² começou em 2014, quando um grupo de jornalistas se reuniu para discutir a criação de um veículo de comunicação que tratasse de segurança pública e justiça baseado no respeito pelos direitos humanos. Estavam insatisfeitos com a cobertura de segurança pública realizada pelos veículos de imprensa, que minimizavam as mortes ocorridas nas periferias e ignoravam os elementos de raça, gênero e classe presentes na violência de Estado. Uma denúncia de prisão injusta, apurada dentro dos parâmetros que faziam parte dos anseios do grupo e publicada em um grande veículo de comunicação tradicional levou a Justiça a libertá-lo no mesmo dia. O grupo percebeu, assim, a potência do projeto e as possibilidades de mudança presentes nele.

Nós somos um veículo jornalístico contra-hegemônico, organizado como uma organização sem fins lucrativos. Surgimos em reação a cobertura de temas de segurança pública que costuma ser feita pela grande imprensa, que é muito marcada pelo racismo, pelo preconceito de classe, pelo sexismo e a gente acha que a cobertura sobre esses temas precisa ter um compromisso social, precisa ter uma visão antirracista, porque em poucas áreas o racismo se manifesta de maneira mais explícita, eu diria, do que na cobertura de segurança pública do Brasil. É uma cobertura oficialista, toda pautada nas versões policiais, estigmatizante de pessoas negras e indígenas, os principais alvos da violência policial. A mídia é uma parte tão importante do genocídio negro e indígena quanto a polícia, o ministério público e o poder judiciário que dão suporte a esse genocídio. Então, a mídia atua nos corações e mentes para garantir que esse genocídio ocorra e continue ocorrendo. (SALVADORI, 2022, S/N)

A *Ponte Jornalismo* foi criada para ampliar o debate sobre os direitos humanos por meio do jornalismo, principalmente em temas ligados à segurança pública, à justiça e ao aparelho repressivo do Estado, nas suas intersecções com raça, gênero e classe. Tornou-se referência para comunidades, coletivos de direitos humanos e famílias que enfrentam situações de violência ignoradas ou cobertas de forma preconceituosa. E por outro lado, é alvo de ataques e censura por órgãos contrários a esse tipo de atuação jornalística⁴³.

⁴² Todo este relato é contado na história da Ponte Jornalismo, onde podem ser encontrados os links para as reportagens citadas e a história contada. Disponível em: < <https://ponte.org/sobre/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

⁴³ Situações de ataques e censura estão descritos no site da Ponte, onde também é possível encontrar resultados do trabalho desenvolvido, como casos nos quais a apuração jornalística ajudou a elucidar os acontecimentos. Disponível em: < <https://ponte.org/sobre/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

Os princípios da *Ponte* são: defesa dos direitos humanos, por meio da produção de informação qualificada; jornalismo de causa, com foco no combate ao racismo e todas as opressões de raça, gênero e classe e redução do caráter comercial da atividade jornalística; ampliação de vozes, de grupos e pessoas historicamente invisibilizadas e caladas no debate público; democracia interna, com respeito mútuo e debate constante sobre decisões do grupo; diversidade da equipe, garantindo diversidade de raça e gênero na sua equipe; entre outros⁴⁴.

A abrangência da Pública é nacional, não apenas por quem acessa o conteúdo, mas também pelo interesse dos temas. Mas, fisicamente, a redação fica em São Paulo, o que faz com que a abordagem seja mais local. Parcerias com outros veículos e atuação com *freelancers* auxilia para ampliar o alcance nacional e internacionalmente.

Ao tirar as lentes do racismo, fazemos uma cobertura mais próxima do mundo real, a partir do mesmo ponto de vista da maioria da população brasileira, periféricas, negras, do ponto de vista de quem sofre violência. A gente não acha que tudo é narrativa, a gente acha que existem fatos e fatos tem que ser respeitados, tem que ser apurados e não podem ser distorcidos de acordo com a sua ideologia. Fazemos um jornalismo contra hegemônico, engajado, e ao mesmo tempo muito comprometido com a ética jornalística no sentido mais tradicional da palavra. (SALVADORI, 2022, S/N)

Figura 55: Site da Ponte Jornalismo



Fonte: Ponte Jornalismo (2022a)

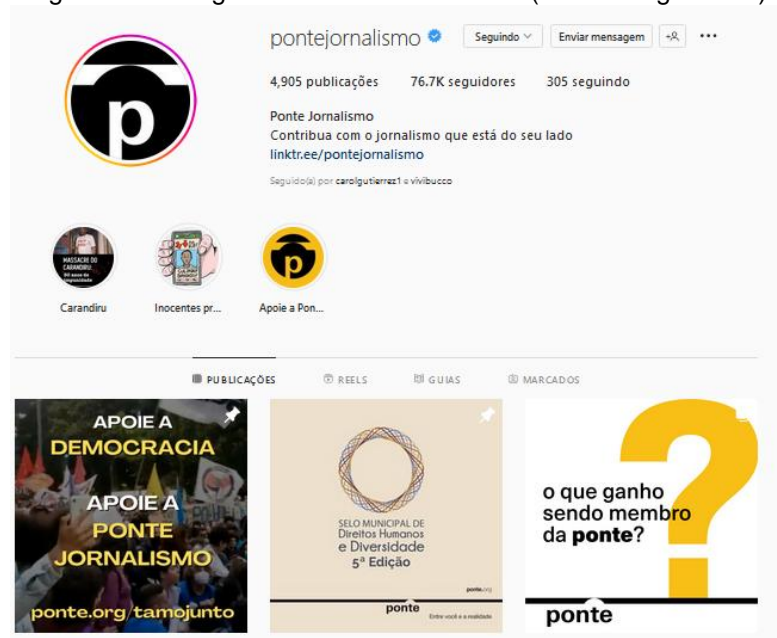
⁴⁴ Todos os princípios da Ponte podem ser encontrados no site da organização. Disponível em: < <https://ponte.org/sobre/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

Figura 56: Facebook da Ponte Jornalismo (142.426 seguidores)



Fonte: Ponte Jornalismo (2022b).

Figura 57: Instagram da Ponte Jornalismo (76.700 seguidores).



Fonte: Ponte Jornalismo (2022c).

Figura 58: Twitter da Ponte Jornalismo (111.400 seguidores)



Fonte: Ponte Jornalismo (2022d).

Figura 59: Youtube da Ponte Jornalismo (115.000 seguidores).



Fonte: Ponte Jornalismo (2022e).

7.1.12. Coletivo e Revista Vaidapé - Iuri Salles Alves (SP)

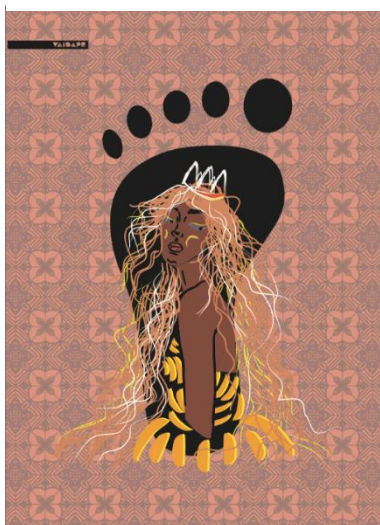


A Vaidapé é um coletivo de mídia fundado em 2012 por jovens comunicadores da cidade de São Paulo que procura construir processos de comunicação democráticos e retratar temas que estão fora das pautas dos grandes veículos. É integrado por jornalistas, designers, programadores, educadores, produtores culturais e audiovisuais.

A Vai dar Pé surge na PUC⁴⁵, com um grupo de estudantes de multimídia que tinha a proposta de fazer uma revista impressa, em papel, diferente na estética. Foi chegando um pessoal de jornalismo e outros jovens, como eu que não sou da PUC. Fomos construindo uma narrativa contra-hegemônica, para dominar a nossa própria agenda e não ficar refém do que a grande mídia impunha como assunto, como temática e a gente tinha essa ideia de ir buscar nas periferias, nos extremos, as histórias. (ALVES, 2022, S/N)

Tiveram uma atuação importante de cobertura das ocupações das escolas por estudantes do ensino médio, em 2014, e nesses momentos alcançaram uma abrangência nacional. Mas, de forma geral, atuam localmente em diferentes frentes, como com produção *online* em diferentes formatos para o site e suas redes sociais. A Revista é uma publicação gratuita, distribuída em diferentes pontos da cidade de São Paulo. Sua periodicidade não é fixa e está relacionada à captação de recursos. Desde

Figura 60: Imagem da capa da Revista Vai da Pé #06, a última edição impressa publicada.



2013, foram impressas seis edições, num total de 13.500 exemplares⁴⁶. Também criaram o programa de rádio *Vaidapé na Rua*, veiculado pela *Rádio Comunitária Cidadã FM*, do Butantã, e disponibilizado também pelo site do coletivo. Atuam também com educomunicação, desenvolvendo oficinas e cursos para estudantes secundaristas da rede pública de ensino em São Paulo⁴⁷. Possuem um caráter muito dinâmico de presença nas ruas, com a produção de eventos, debates, pois acreditam que é necessário estar perto das pessoas para a transformação das formas de pensar o mundo.

Fonte: Revista Vai da Pé (2022a).

⁴⁵ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

⁴⁶ Disponível em: <<http://vaidape.com.br/papel/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

⁴⁷ Disponível em: <<http://percurso.vaidape.com.br/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

Defendem a proposta de que informação não é mercadoria e que a comunicação comunitária é fundamental para o fortalecimento de iniciativas locais e organizações coletivas.

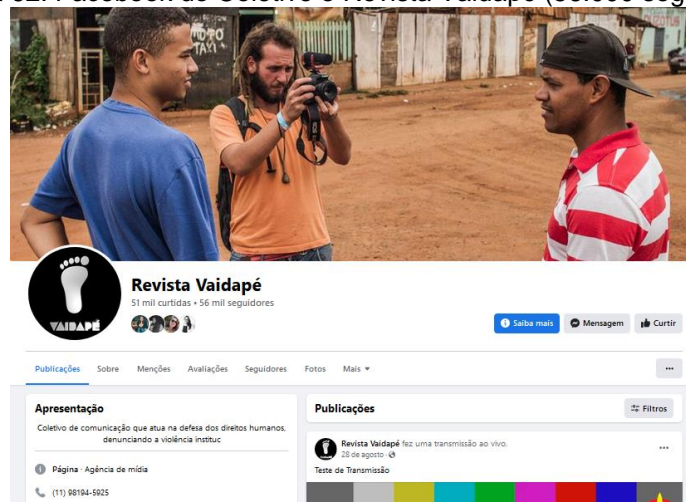
O coletivo deixou de atuar no período da pandemia de Covid-19, em 2020.

Figura 61: Site do Coletivo Vaidapé



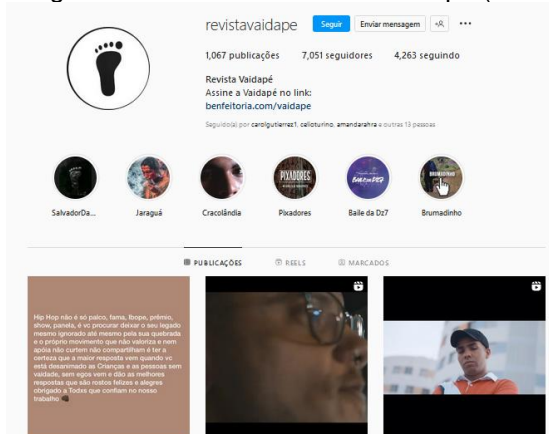
Fonte: Revista Vaidapé (2022a).

Figura 62: Facebook do Coletivo e Revista Vaidapé (56.000 seguidores)



Fonte: Revista Vaidapé (2022b).

Figura 63: Instagram do Coletivo e Revista Vaidapé (7.051 seguidores)



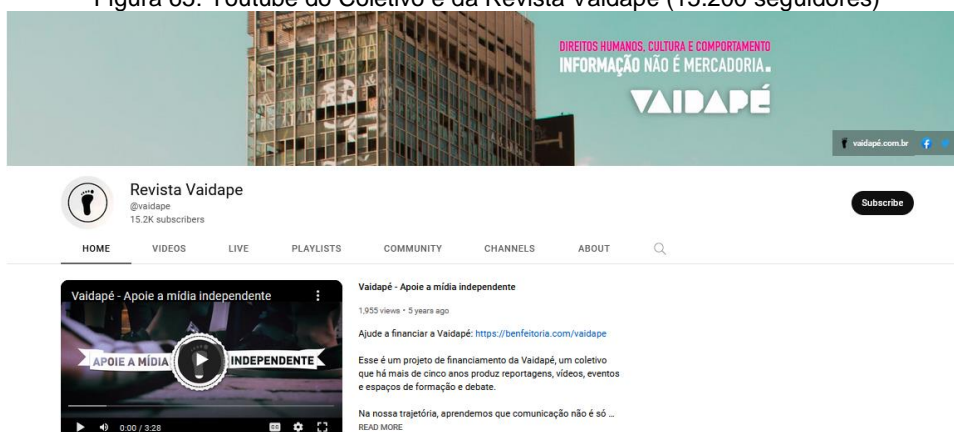
Fonte: Revista Vaidapé (2022c).

Figura 64: Twitter do Coletivo e da Revista Vaidapé (902 seguidores)



Fonte: Revista Vaidapé (2022d).

Figura 65: Youtube do Coletivo e da Revista Vaidapé (15.200 seguidores)



Fonte: Revista Vaidapé (2022e).

7.1.13. Vale PCD⁴⁸ - Emmanuel Castro De Paiva (PE)



Eu sou Emanuel Castro. Tenho 35 anos, sou de Recife-Pernambuco, um homem LGBTQIA+, pessoa com deficiência, ou pessoa com nanismo. Sou formado em cinema e recém-formado em rádio e TV e co-fundador do Vale PCD, um coletivo que trabalha com o recorte da pessoa com deficiência e LGBTQIA+.

Minha audiodescrição: Sou um homem branco, uso óculos quadrado, preto ao redor. Tenho um cabelo castanho médio, curto, tenho uma barba um pouco cheia. Estou com a camisa de botão, listrada, com branco, cinza, branco, cinza. Uso aparelho auditivo, mas não dá para perceber. Atrás de mim tem uma parede de plantas. E é isso!

Essa é minha apresentação e audiodescrição. A gente sempre faz a áudio descrição pois é importante a questão da inclusão, isto é, a gente fala para todo o recorte de pessoas com deficiência, tanto pessoas com deficiência visual e pessoas cegas, para quem tem baixa visão. Por isso que é importante qualquer lugar ou ambiente, fazer essa audiodescrição. E mais, colocar o intérprete de libras, ou legendar o vídeo é muito importante. (PAIVA, 2022, S/N)

O Vale PCD surgiu em 2020, a partir da inquietação de não existir um coletivo que falasse sobre a interseccionalidade das pessoas com deficiência que são LGBTQIA+⁴⁹. Entre outras questões, chamava a atenção o fato de própria comunidade LGBTQIA+ não reservar espaços de debates para pessoas com deficiência⁵⁰.

A missão da organização é promover a visibilidade e a inclusão das pessoas com deficiência LGBTQIA+ na sociedade, por meio de projetos e da conscientização nas redes sociais. Procuram ser referência em acessibilidade e empoderar pessoas com deficiência LGBTQIA+ a ocupar espaços para que possam ser vistas e incluídas. Procuram respeitar a pluralidade e enfatizar o protagonismo dos sujeitos, enquanto seres sociais e interseccionais. Todos os integrantes da organização, tanto diretoria e produtores de conteúdo, são PCDs LGBTQIA+ e tornaram-se referência em inclusão e em trabalhos que provocam o diálogo entre esses dois públicos. O *Vale PCD* é um projeto de Recife, que conta com a participação de pessoas em São Paulo, Salvador, Joinville, Curitiba.

⁴⁸ PCD é a sigla atual para se referir a Pessoas Com Deficiência.

⁴⁹ LGBTQIA+ é o movimento político e social que defende a diversidade e busca mais representatividade e direitos para a comunidade. L corresponde a Lésbicas; G corresponde a Gays; B corresponde a Bissexuais; T corresponde a Transexuais; Q corresponde a Queer; I corresponde a Intersexo; A corresponde a Assexual; + é utilizado para incluir outros grupos e variações de sexualidade e gênero. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/qual-o-significado-da-sigla-lgbtqia>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

⁵⁰ Disponível em: <<https://www.valepcd.com.br/sobre>>. Acesso em: 14 Nov, 2022.

Na pandemia a gente começou fazendo *lives* com várias pessoas com deficiências de São Paulo, Brasília, todas as regiões. Atualmente, o Vale PCD oferece serviços como psicoterapia com pessoas capacitadas dentro do nosso recorte de pessoas com deficiência e LGBTQIA+. São pessoas capacitadas e preparadas para receber esse paciente sem preconceito e sem práticas capacitistas. (PAIVA, 2022, S/N)

O *Vale PCD* promove o diálogo, informação e comunicação acessível sobre sexualidade de PCDs LGBTQIA+ e apoia a acessibilidade de eventos, como forma de favorecer a inclusão. Também oferece o *Orienta profissional*, com apoio de uma equipe especializada de Recursos Humanos e psicólogos, para as pessoas em busca de uma carreira ou uma atividade profissional. “Criamos um perfil no LinkedIn, orientamos questões da montagem do currículo e fazemos sessões de orientação, com o interprete de libras, caso a pessoa precise desta tradução”. (PAIVA, 2022, S/N)

Figura 66: Site do Vale PCD



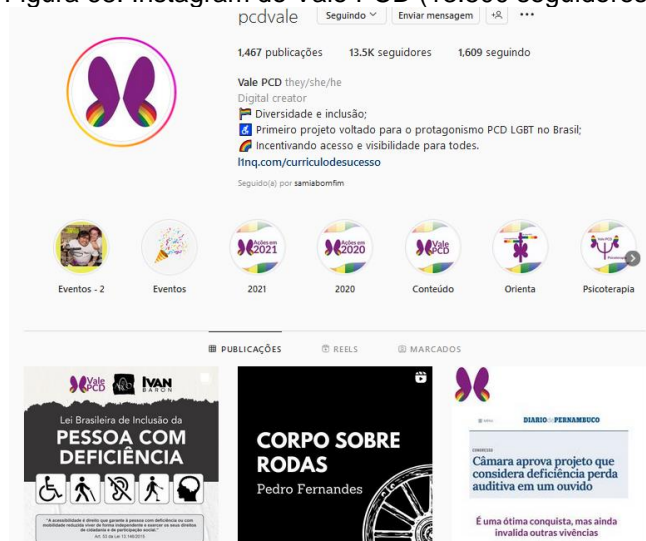
Fonte: Vale PCD (2022a).

Figura 67: Página do *Piranhas Cast*, podcast que conta com a apresentação de três criadores de conteúdo com deficiência que falam sobre as suas visões do mundo dos relacionamentos.



Fonte: Vale PCD (2022b).

Figura 68: Instagram do Vale PCD (13.500 seguidores).



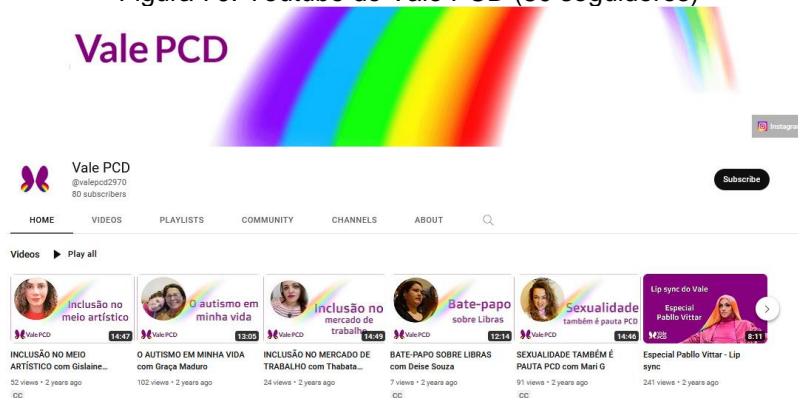
Fonte: Vale PCD (2022c).

Figura 69: Twitter do Vale PCD (214 seguidores).



Fonte: Vale PCD (2022d).

Figura 70: Youtube do Vale PCD (80 seguidores)



Fonte: Vale PCD (2022e).

7.1.14. Viração Educomunicação – Paulo Lima (SP)



A *Viração* é uma organização social, sem fins lucrativos que atua com comunicação, educação e mobilização social para a promoção e defesa dos direitos juvenis. Nasceu em 2003 e possui uma história de muitas transformações em relação ao modo como ela atua no campo da comunicação. Desenvolve projetos e produtos educacionais que buscam criar condições para que meninas, meninos e adolescentes se desenvolvam integralmente, se engajem e se expressem no espaço público.

A *Viração* tem ampla experiência em trabalhos com grupos de diferentes naturezas; na articulação de redes; concepção e execução de projetos socioculturais; criação de produtos midiáticos por e para jovens e na gestão de processos de comunicação para o desenvolvimento.

Digamos que a principal tecnologia, atualmente, com a qual a gente está tendo maior alcance cotidiano é um robô no *Whatsapp*, do projeto *You report*. São mais de 100.000 adolescentes cadastrados que participam de enquetes cotidianas. Essas enquetes se transformam em conteúdos, que vão para a Agência Jovem de Notícias e depois são transformados em comunicados pelo próprio Unicef⁵¹ e que chegam na grande mídia. Recentemente, uma das enquetes que a gente fez foi sobre a importância do voto aos 16 anos, e a gente foi parar duas vezes no *Jornal Nacional*⁵², no horário nobre de um dos principais jornais televisivos do Brasil. Então, a gente está atuando na linha de frente com o uso de novas tecnologias. (LIMA, 2022, S/N)

Outra linha de frente com relação à comunicação é o programa internacional chamado *Agência Jovem de Notícias (AJN)*, que conta com parcerias na Argentina e na Colômbia, na Itália e no Brasil, e é integrada por uma rede de jovens que produzem conteúdos diferenciados em diferentes linguagens como vídeos, textos e fotos. A *AJN* lança editais periódicos para selecionar colaboradores jovens interessados em narrar os seus territórios, a partir de critérios que vão desde raça, etnia, gênero, diversidade regional. “Fazemos esse processo no Brasil e a gente está com esse piloto agora para replicar na Itália, Argentina e Colômbia” (LIMA, 2022, S/N). A ideia desse novo formato é fortalecer uma rede internacional, transversal e autônoma em cada país. A *Agência Jovem* atua desde 2012, quando criou junto com parceiros da Argentina a campanha

⁵¹ Fundo das Nações Unidas para a Infância, parceiro da *Viração Educomunicação* em projetos desenvolvidos com os adolescentes.

⁵² Jornal diário televisivo da Rede Globo de Comunicação, transmitido a partir das 20 horas, horário nobre da televisão.

Rio+Você, pra acompanhar os 20 anos da *Conferência do Meio Ambiente das Nações Unidas*⁵³, um projeto internacional, do qual participaram 120 adolescentes e jovens de 16 países da América Latina, mais jovens da Itália. A Viração deu continuidade à iniciativa cuidando da cobertura jornalística e educacional das Conferências ONU sobre Mudanças Climáticas (COPs), feita por jovens, para jovens e com jovens. Ainda no âmbito internacional, desenvolvem o projeto *Vamos cuidar do Planeta* em nove países europeus.

Figura 71: Site da Viração Educomunicação, em construção.



Fonte: Viração Educomunicação (2022a).

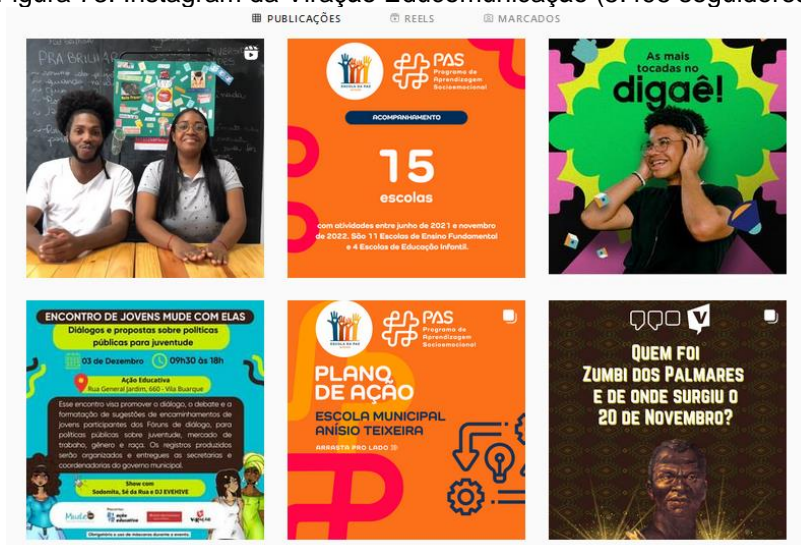
Figura 72: Facebook da Viração Educomunicação (10.265 seguidores).



Fonte: Viração Educomunicação (2022b).

⁵³ Conhecida como Rio+20.

Figura 73: Instagram da Viração Educomunicação (5.495 seguidores).



Fonte: Viração Educomunicação (2022c).

Figura 74: Twitter da Viração Educomunicação (259 Seguidores).



Fonte: Viração Educomunicação (2022d).

Figura 75: Youtube da Viração Educomunicação (1.530 seguidores).



Fonte: Viração Educomunicação (2022e).

Figura 76: Site da Agência jovem de Notícias



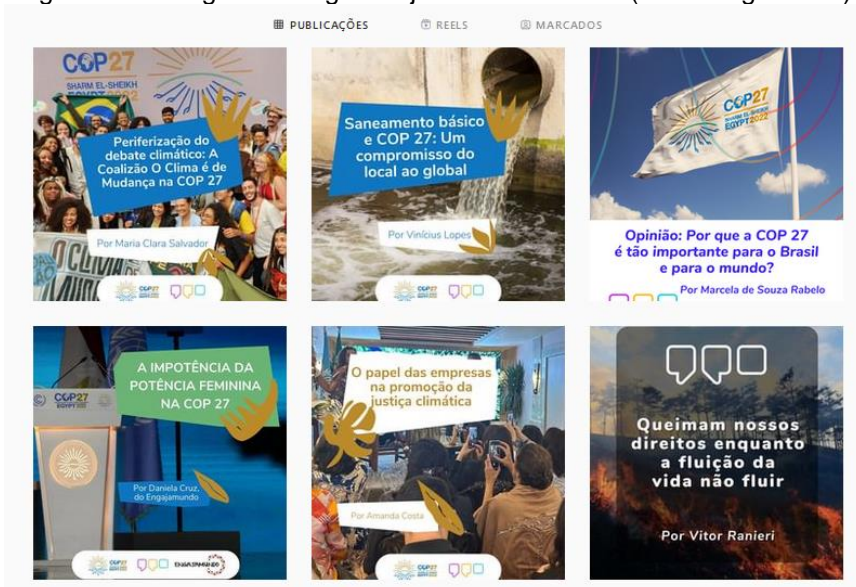
Fonte: Agência Jovem de Notícias (2022a)

Figura 77: Facebook da Agência jovem de Notícias (17.270 seguidores).



Fonte: Agência Jovem de Notícias (2022b)

Figura 78: Instagram da Agência jovem de Notícias (2.422 seguidores)



Fonte: Agência Jovem de Notícias (2022c)

Figura 79: Twitter da Agência jovem de Notícias (5.630 seguidores)



Fonte: Agência Jovem de Notícias (2022d)

7.1.15. Visibilidade Indígena - Isabela Santana



A *Visibilidade Indígena* (VI) é uma rede que tem como propósito amplificar vozes por meio da divulgação da arte contemporânea, do entretenimento, do cinema e das culturas dos povos indígenas.

Acreditam na potência transformadora de recontar as histórias com as próprias perspectivas e visões de mundo, como forma de reconhecer a potência e romper com os estereótipos e preconceitos construídos em torno dos povos indígenas.

Nasceu como uma rede social no *Facebook*, criada pela rapper e ativista Katú Mirim. Se estendeu para outras redes, como o *Instagram*, *Twitter* e *Youtube*, até a criação do site, que além de matérias no blog inclui acervos digitais de artistas contemporâneos e de literatura indígena. Em 2019, fundaram a plataforma experimental *Cinenativo*, que disponibiliza conteúdo audiovisual *online* e gratuito com foco no cinema indígena.

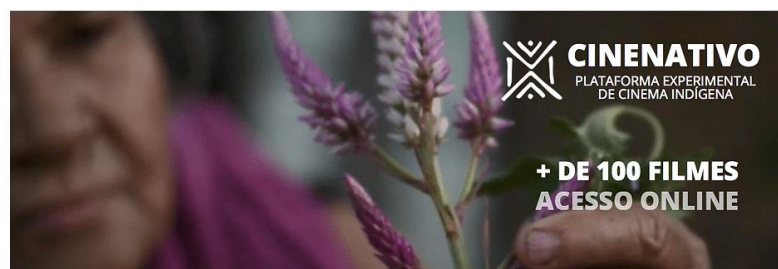
Atualmente, há mais de 305 povos e 247 línguas no país. Do Norte ao Sul, há indígenas no mundo inteiro que possuem diferentes culturas, cosmovisões, aparências e modos de vida; há indígenas que são artistas, fotógrafos, cineastas, intelectuais, professores, escritores, astrônomos, cientistas, médicos, políticos, historiadores, antropólogos, dentre tantas outras coisas. Em meio a essas pluralidades, o V.I. busca reforçar que não estamos parados no tempo e que nossas narrativas e culturas são atuais e estão em constante movimento⁵⁴.

O perfil e tema do VI tem alcance nacional, com o objetivo de divulgar a arte indígena contemporânea desde teatro, música, artesanatos; projetos relacionados à sustentabilidade e ecologia; e educação. A meta do VI não é jornalística propriamente, mas de divulgação, por meio da comunicação, de cineastas, fotógrafos, grupos de música, que estão nas comunidades produzindo algo.

Por exemplo, a gente fala da situação dos guarani-kayowá por meio da divulgação dos brows MCs, que é um grupo de HAP de lá. A gente busca uma comunicação alternativa como forma de aproximar as pessoas das lutas indígenas. Eu sou uma comunicadora e o nosso papel é divulgar. Por isso eu chamo o Visibilidade de uma mídia alternativa. (SANTANA, 2022, S/N)

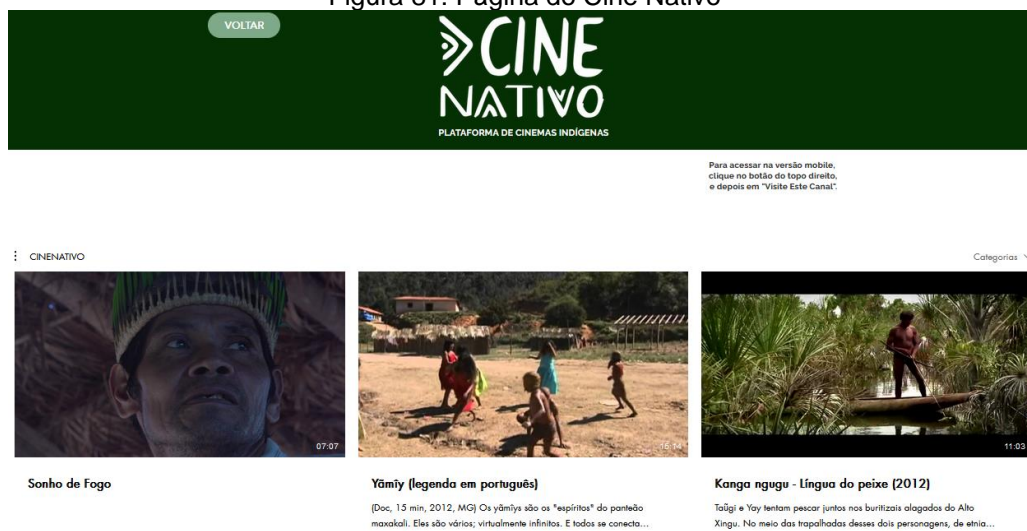
⁵⁴ Disponível em: <<https://www.visibilidadeindigena.com/quem-somos>>. Acesso em: 14, Nov, 2022.

Figura 80: Site da Visibilidade Indígena



Fonte:Visibilidade Indígena (2022a).

Figura 81: Página do Cine Nativo



Fonte:Visibilidade Indígena (2022b).

Figura 82: Facebook da Visibilidade Indígena (35.000 seguidores)



Fonte:Visibilidade Indígena (2022c).

Figura 83: Instagram da Visibilidade Indígena (84.600 seguidores).



Fonte: Visibilidade Indígena (2022d).

Figura 84: Twitter Instagram da Visibilidade Indígena (1.406 seguidores).



Fonte: Visibilidade Indígena (2022e).

7.1.16. Voz das comunidades – Geisa Pires (RJ)

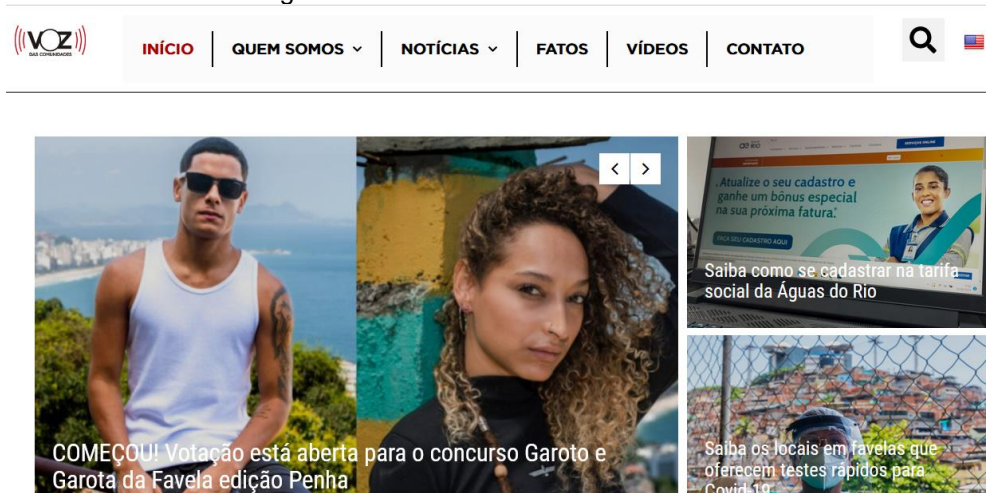


Com uma história que começa em 2005, o jornal *Voz das Comunidades* ganhou destaque primeiro, por ter o enfoque de mostrar o que acontecia na comunidade do Morro do Adeus, uma das 13 que formam o complexo do Alemão; segundo, por ter sido criado por um jovem morador e estudante de escola pública, aos 11 anos de idade, Rene Silva dos Santos, após a experiência que participou na Escola Municipal Alcides de Gasperi de produção de um jornal criado pelo grêmio, que falava da escola e propunha melhorias na educação.

Hoje, a organização tem uma abrangência não só local, mas em todo o Rio de Janeiro. Aos poucos, conquistaram outras localidades como Salvador, Recife, Distrito Federal. O maior veículo é o jornal comunitário, com 10 mil exemplares distribuídos no Complexo do Alemão, no Complexo da Penha e também no Vidigal, comunidades do Rio de Janeiro. Possui um viés de responsabilidade social e uma equipe de produção de eventos e ações, que é quem cuida da ajuda humanitária e de outras ações sociais que vão além do jornalismo.

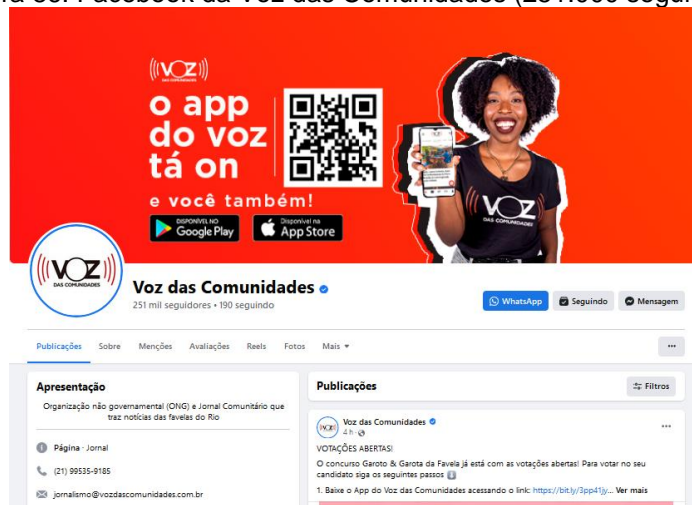
A nossa comunicação é forte, enquanto causa. Nós somos um veículo de comunicação muito procurado por moradores do Complexo do Alemão e do entorno, que têm uma confiança muito grande no que fazemos, de que mostramos o que acontece de forma muito diferente do que a grande mídia mostra. Nós não somos apenas moradores de comunidade que só tem tiroteio, só tem criminosos. Aqui existem famílias trabalhadoras, educação, lazer, pessoas com dons específicos, seja pra uma área artística, política... Acho que nosso maior objetivo é realmente mostrar que a favela é potência. (PIRES, 2022, S/N)

Figura 85: Site da Voz das Comunidades



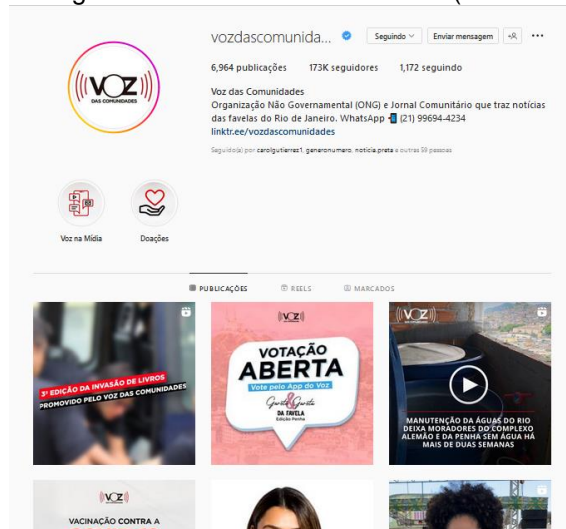
Fonte: Voz das Comunidades (2022a).

Figura 86: Facebook da Voz das Comunidades (251.000 seguidores)



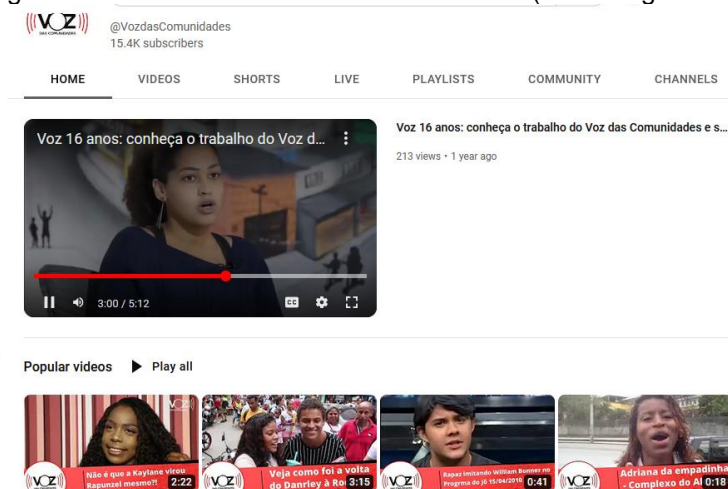
Fonte: Voz das Comunidades (2022b).

Figura 87: Instagram da Voz das Comunidades (173.000 seguidores)



Fonte: Voz das Comunidades (2022c).

Figura 88: Youtube da Voz das Comunidades (15.4k seguidores)



Fonte: Voz das Comunidades (2022d).

Figura 89: Twitter da Voz das Comunidades (433.200 seguidores)



Fonte: Voz das Comunidades (2022e)

Figura 90: Página onde é possível acessar o Jornal Voz das Comunidades



Fonte: Voz das Comunidades (2022f)

7.2. Aproximações com o campo da educomunicação

A pesquisa perguntou para as pessoas entrevistadas: *Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?*

Essa questão deu base para entender como a organização, e o próprio profissional entrevistado se organizam em torno de temas ou atividades que envolvem princípios educacionais nas suas atividades de gestão.

Como conteúdo complementar para este tópico, consideramos a pesquisa de mestrado *Jornalista-Educador: Sentidos de uma nova identidade-profissional* (FERREIRA, 2019). Algumas conclusões importantes sobre o perfil profissional do jornalista-educador apontados por Ferreira são:

- o repertório principal do(a) jornalista-educador é essencialmente comunicativo e somam especificidades técnicas e teóricas do jornalismo
- domina competências com a linguagem verbal, para dialogar e interpretar intenções de parceiros institucionais
- elabora projetos de cunho jornalístico e educacional
- dominam atividades comunicativas
- esse perfil é composto por um grande senso de transformação social, alicerçado na comunicação, que extrapola especificidades do jornalismo, explorando outras áreas do saber, exercendo, assim, a interdisciplinaridade
- profissionais que atuam mais fortemente com produção de conteúdos jornalísticos inovam nesse contexto, incorporando ao processo de produção práticas educacionais, uma vez que envolvem oficinas, diálogo, gestão da comunicação.

Ferreira chega a conclusões paralelas ao conteúdo tratado em gestão da comunicação (no tópico sobre Educomunicação) e fez sentido ser trazido neste âmbito da pesquisa, pois a maior parte dos gestores entrevistados são jornalistas que atuam nesses veículos independentes.

As respostas foram organizadas, levando em consideração o perfil do gestor de comunicação, do educador e do jornalista-educador e os temas transversais organizadores.

7.2.1. Educomunicação como exercício da cidadania

A *Viração Educomunicação* traz em sua raiz e em seu nome a ideia de que comunicar é um ato político, de transformação das pessoas e da sociedade, algo coletivo, participativo, que reúne vozes e narrativas. Em seu contexto de atuação com a juventude, procura entender a educomunicação não como algo que integra uma ação ou projeto específico, mas como um princípio no qual se baseia a ação institucional como um todo. A *Viração* insere conceitos educamunicativos na gestão, ao fazer um processo dialógico de tomada de decisões, de planejamento e da própria condução das atividades, assim como na atuação com a juventude e os modelos de formação e produção que adota nas redes sociais, em seus canais, ou nas coberturas educamunicativas que faz pelo mundo todo.

O princípio é muito similar ao da *Parafuso Educomunicação*, que tem a educomunicação como o cerne das suas atividades. A organização enfrenta desafios ao lidar com outros organismos sociais que possuem princípios diferenciados. Por exemplo, ao desenvolver ações educamunicativas em escolas e fortalecer a capacidade comunicativa dos jovens, já enfrentou reações de um sistema que não está preparado para ouvir críticas ou opiniões contrárias. Consideram esse um desafio de organizações que adotam um olhar educamunicativo em suas atividades, e atuam para o desenvolvimento da autonomia do pensamento e independência de ideias.

Muitas vezes, nos processos de educomunicação, quando de fato existe a participação, você não tem o controle sobre o que os adolescentes vão pensar e dizer. Eles dizem. E nem sempre isso é compatível com outros interesses. Então, como gestor educamunicativo, você tem desafios que vão além da comunicação com os adolescentes, mas que envolve a comunicação com outros grupos e toda a comunidade do entorno, como as interferências que podem surgir a partir de quem financia. Muitas vezes, é difícil garantir a educomunicação lá na ponta. (CORDEIRO, 2022, S/N)

O *Ibeac* também desenvolve um entendimento sobre educomunicação mais amplo. Entende a organização como um corpo de se relaciona com o mundo e cada ponto dessa relação deve ser cuidado, dialogado e construído coletivamente, a partir de diferentes processos comunicativos e dialógicos. Assim, destaca a educomunicação como um diferencial que tem relação direta com a missão, organiza o que determinado organismo social quer falar para o mundo, o que precisa escutar do mundo e como provoca a interação entre os diferentes saberes para a transformação positiva da realidade.

Organizações com a percepção como a do *Ibeac*, que não atua no campo da comunicação, ampliam o entendimento de que a gestão de processos educacionais vai muito além de planejar o site, a matéria, as redes sociais. Mas, dentro de um conceito mais amplo de comunicação, essas organizações fazem de cada projeto, atividade, evento, um processo educacional, participativo, que dialoga e interage com as pessoas, com seu contexto, com a sua realidade.

Cada vez que eu participo de *lives*, cada vez que eu estou em um lugar, dando entrevista, o que eu estou fazendo é um trabalho de educação, que é também entender como aquilo que a gente fala contribui para inspirar, para transformar, para provocar deslocamentos sobre determinado tema. Cada vez que eu me coloco nos lugares para falar sobre literatura, ou sobre relações raciais, eu não estou só informando, eu não estou apenas discorrendo sobre concepções teóricas. Eu estou ali educando, acreditando que aquilo que eu digo contribui para comunicar, formar, transformar os temas, o lugar que esses temas ocupam. (SANTOS, 2022, S/N)

7.2.2. Formação para um novo jeito de fazer comunicação, de se relacionar com o território e com as pessoas

Grande parte das organizações entrevistadas foram criadas a partir da contestação de um modelo padrão, hegemônico e excludente de comunicação. Por isso realizam formações em comunicação para suas redes de colaboradores que vão planejar, criar, produzir novos conteúdos e narrativas de formas diferenciadas.

Essas ações formativas, na maioria das organizações integrantes desta pesquisa, são reconhecidas dentro do campo educacional. Por exemplo, a *Rede de Agentes Comunitários de Comunicação (RACC)*⁵⁵ é um programa da *Agência de Notícias das Favelas*, de formação teórica e prática em comunicação para jovens moradores de favelas e periferias, existente desde 2016. O processo é inspirado nos *Agentes Comunitários de Saúde*⁵⁶. Os agentes ganham uma formação para realizar um trabalho de democratização da comunicação e da informação na, para e a partir da favela. É um curso com 60 horas, que acontece durante três meses, dentro de uma

⁵⁵ Disponível em:

<[https://wikifavelas.com.br/index.php/Rede_de_Agentes_Comunit%C3%A1rios_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_\(RACC\)](https://wikifavelas.com.br/index.php/Rede_de_Agentes_Comunit%C3%A1rios_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_(RACC))>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

⁵⁶ *Programa de Agentes Comunitários de Saúde (PACS)* teve início na década de 80, como uma nova categoria de trabalhadores, formada pela e para a própria comunidade, atuando e fazendo parte da saúde prestada nas localidades. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/saps/estrategia-saude-da-familia>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

faculdade de jornalismo parceira e tendo também um patrocinador. Essa ação ganhou o prêmio de *Mídia Livre*⁵⁷, na categoria nacional. Está na sexta turma e já teve edições no Rio de Janeiro, Recife e em Salvador.

A *Agência Mural* tem um processo similar ao desenvolvido pela ANF, porém mais orgânico e diretamente relacionado ao funcionamento da Agência. Por isso, acreditam que fazem educomunicação há muito tempo, mesmo que instintivamente, ao realizar processos formativos dentro das atividades do que hoje se chama *Clube Mural*, processo contínuo de formação que explora vários temas importantes para a atuação de fortalecimento da ação dos muralistas, isto é, a rede de comunicadores das periferias que atua na Agência. “Isso sempre aconteceu na Mural, mas nunca de forma estruturada como está acontecendo agora”. (ALENCAR, 2022, S/N). Para virar um correspondente, é necessário participar de um processo de formação, que trata da relação da pessoa com o território, sobre o que é periferia e o que é jornalismo de periferia.

Para a *Voz das Comunidades*, a educomunicação tem relação a forma de se aproximar e se relacionar com a comunidade, não apenas para a produção de notícias, mas também para dialogar sobre outras questões comunitárias, como na parceria com as outras organizações sociais que compõem esse (eco)sistema comunicativo para o fortalecimento de redes locais.

7.2.3. Fortalecimento de relações dialógicas no ambiente interno e externo

Na *Énois*, a educomunicação é entendida em todo o processo de articulação com as comunidades, para além de suas ações formativas em comunicação, por exemplo, quando constroem um processo de mapeamento afetivo⁵⁸ e olham para questões do território que não estão presentes em nenhum manual de jornalismo ou comunicação. O processo educucomunicativo é percebido dentro da ideia de criar outras conexões e relações com locais e pessoas silenciadas pela grande mídia, mas que

⁵⁷ Prêmio do extinto Ministério da Cultura, criado em 2009, na gestão de Luís Inácio Lula da Silva, para valorizar iniciativas da área da comunicação compartilhada e participativa que busquem interatividade com o público. Disponível em: <<http://thacker.diraol.eng.br/mirrors/www.cultura.gov.br/site/2009/01/27/edital-premio-pontos-de-midia-livre/index.html>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

⁵⁸ O Mapa Afetivo é um instrumento de pesquisa sobre o território e como você o enxerga. Nele, você vai apontar suas vivências, trocas, engajamento e relações. Foi adaptado pela *Énois* para a produção de pautas territoriais e sua distribuição, usada nas formações da *Escola de Jornalismo da Énois*, do *Prato Firmeza* e do *programa de Jornalismo e Território*. Disponível em: <<https://caixadiversidade.enoisconteudo.com.br/como-fazer-um-mapa-afetivo-para-encontrar-pautas-no-territorio/>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

possuem toda uma estrutura pulsante, com suas organizações, comércios, ideias, dinâmicas, narrativas e histórias.

A gestão da organização, que valoriza muito o coletivo, o colaborativo, a participação e o diálogo, a diversidade de vozes dos territórios, também tem aspectos educacionais presentes na forma de pensar e construir os projetos e as ações para os públicos externos, ou mesmo na maneira como a organização cria meios de interação entre sua equipe interna. “Temos os *cafés com afeto*⁵⁹, que é um momento a cada 15 dias pra gente se reunir, brigar, se escutar, trazer alguém de fora para falar de alguma coisa” (RAHRA, 2022, S/N). A Coordenadora de Redes da *Énois* é aluna da graduação de educação, na Universidade de São Paulo. “Então, obviamente, a gente tem esse namoro e essa alimentação da educação. Eu, por exemplo, me considero uma educadora raiz”. (RAHRA, 2022, S/N).

No *Coletivo Catarse*, a educação acaba fazendo parte de processos de construção das relações humanas e da gestão institucional. O que destacam como educacional carrega outros princípios que acompanham a organização, como a valorização dos processos coletivos, cooperativos, do cuidado com as relações humanas, em paralelo à capacidade técnica de gerir ou mesmo de produzir comunicação. Por serem uma cooperativa, acreditam que carregam outros discursos e crenças sobre o fazer comunicativo.

Tendemos a fazer de um jeito muito específico. E, principalmente na criação de audiovisual, acabamos trazendo outros entendimentos e interpretações para os assuntos que abordamos, além de outros formatos para o nosso fazer. Temos uma cooperada, que é atriz de teatro, contadora e aprendeu a lidar com o audiovisual. Hoje, ela pega uma câmera e leva para as suas atividades fora do coletivo, no seu dia a dia. Então, a *Catarse* acaba sendo um espaço de formação pra gente mesmo. (PEDROTTI E SÁ, 2022, S/N)

⁵⁹ Antes da pandemia, a *Énois* criou encontros no meio da semana “para parar, se olhar, checar, compartilhar e acompanhar uns aos outros”. Reuniam toda a equipe para um café com bolo e trocava sensações e sentimentos. Esse momento de reflexão coletiva passou a ser chamado de “café com afeto”. Disponível em: <https://enoisconteudo.com.br/como-criar-espacos-de-cuidado-coletivo-na-redacao/>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

7.2.4. Protagonismo e fortalecimento de outras vozes sociais

Para a *Mídia Índia*, a partir de seu contexto de atuação, a educomunicação ocupa um lugar na formação de indígenas de duas formas destacadas nas entrevistas: primeiro, no sentido de oferecer formação para jovens que historicamente possuem menor acesso a espaços educativos, inclusive aqueles voltados para o entendimento e uso de ferramentas de comunicação, como os indígenas, quilombolas, ribeirinhos; segundo, no sentido de estimular o protagonismo e a participação desses jovens para que eles se tornem os próprios narradores de suas histórias, e passem a desenvolver suas próprias formas de fazer comunicação, reunindo a técnica com a sabedoria que carregam e ocupando novos espaços de compartilhamento. E nesse sentido, para os povos indígenas é muito importante a ação protagonista no processo de criação, produção e compartilhamento. Tem a ver com o conceito de fazer com, fazer sobre, fazer para e a partir dos povos indígenas.

Outro ponto que destacam dentro de uma percepção educacional de sua ação como mídia indígena, é que ao produzirem comunicação, por exemplo, nas redes sociais, desempenham o papel de estimular a ação de outras pessoas indígenas, estimulando e fortalecendo a representatividade nesses espaços virtuais. “A partir do momento que a gente produz algo e põe nas redes sociais, indiretamente, a gente está incentivando que outros jovens façam a mesma coisa. Eles enxergam rostos parecidos, com histórias e realidades parecidas com a deles e vão se sentir estimulados a ocupar esse lugar também. Então isso, indiretamente, é uma forma de educação e de mobilização”. (TAVARES, 2022, S/N). A *Visibilidade Indígena* segue a mesma linha de raciocínio, apenas diferenciando no modelo de atuação: “Não sou formada em comunicação. Mas eu me considero uma educadora por estar buscando educar a partir da rede social, por meio disseminação da cultura e a arte indígena”. (SANTANA, 2022, S/N)

O *Vale PCD* preocupa-se com a necessidade do reforço da representatividade e do protagonismo de pessoas com deficiência LGBTQIA+ produzindo sua própria comunicação sobre sexualidade, favorecendo a educação e reflexão de seus pares sobre esse tema, e fazendo das redes sociais disseminadoras de informações sobre recorte com o qual atuam. Existe uma necessidade de formação dentro da própria comunidade de pessoas com deficiência LGBTQIA+, devido à ausência de espaços formativos ou de reflexão, que disponibilizem informações qualificadas capazes de

favorecer o diálogo seguro e inclusivo sobre sexualidade. O contrário também é verdadeiro, isto é, a necessidade de sensibilizar o movimento LGBTQIA+ sobre a inclusão de pessoas com deficiência. Todos esses processos começaram a ser trilhados a partir da produção de comunicação qualificada, por pessoas PCDs LGBTQIA+.

Para a organização, há um terceiro ambiente de sensibilização aberto e abrangente, que é a sociedade como um todo, pois o recorte PCDs LGBTQIA+ enfrenta muito mais barreiras e preconceitos para integrar espaços sociais de lazer, de diversão, de convívio com outras pessoas e outros ambientes capazes de favorecer a convivência e vivência de sua sexualidade de forma saudável. Assim, integrantes do Vale PCD procuram fazer uma comunicação inclusiva e educativa, mais humana, com mais empatia, menos preconceituosa ou capacitista, pelas redes sociais.

Como a gente se propõe a falar para outras pessoas de um assunto que nem todo mundo entende, temos que auxiliar, explicar, cuidar para trazer uma dimensão diferente sobre a minha realidade para uma pessoa que não faz parte dessa comunidade. (PAIVA, 2022, S/N)

7.2.5. Gestão e planejamento de outros processos comunicativos

A questão da gestão foi bastante recorrente nas respostas apresentadas para esta pesquisa. Grande parte dos gestores se percebem fazendo mais do que a gestão da comunicação que é produzida pela instituição que fazem parte.

A *Ponte Jornalismo*, por exemplo, entende que a gestão de processos comunicativos, internamente, envolve lidar com as questões de comunicação mais amplas, desde como a equipe se relaciona com ela mesma, como o editor se relaciona com os repórteres, como o público se relaciona com a Agência, como a Agência se relaciona com organizações sociais. Envolve como a Ponte é vista pela sociedade, como se dá o diálogo entre diferentes veículos, ou a recepção das reportagens.

Além dessa percepção sobre a gestão de processos comunicativos inseridos em um ecossistema comunicativo bastante complexo, que vai além da produção e difusão da notícia, a *Ponte* também estabelece relação com vários aspectos da educomunicação em outras atividades que desenvolve. Primeiro, têm consciência que sua temática assume uma função educativa, no sentido de que a *Ponte* entende que

o discurso sobre segurança pública no Brasil é dominado por uma característica ideológica excludente e estereotipada. A *Ponte* busca trazer toda uma gama de visões, de autores, de dados, sobre a realidade, que não são aqueles que estão imediatamente disponíveis na grande mídia e, com isso, pauta um debate mais aprofundado sobre esses temas. Segundo, desenvolvem várias ações formativas em torno do formato de fazer a cobertura, ensinando o método de apuração, as questões raciais e de gênero presentes nessa cobertura, realizam seminários temáticos, atuam, em ações de educação em parceria com entidades da periferia de São Paulo. Assim como a *Agência Mural*, tem uma percepção intuitiva do papel que desenvolvem no campo educacional. Outras organizações, como a *Gênero e Número, Pública* e o *Jornal Empoderado* seguem uma linha similar sobre a gestão de processos comunicativo em suas organizações, tanto na temática, como também no pensamento sobre como produzir e lidar com a informação produzida.

Por fim, o *Núcleo Jornalismo* traz uma questão de sua atuação para o campo da educação quando se refere ao seu papel educativo ao atuar com as ferramentas de acompanhamento de dados, tanto no sentido da leitura crítica do papel das redes sociais no formato de comunicação atual, como de ensinar o uso da ferramenta de monitoramento de dados. Consideram que, nessa linha, possuem uma função ainda estratégica, porque tratam-se de ferramentas novas, das quais pessoas e organizações, mesmo de comunicação, ainda desconhecem ou não estão acostumadas a usar. “Então, acaba precisando um pouco mais desse olhar de ensinar pra que serve, como usar, por que usar” (educação para a comunicação e leitura crítica da comunicação). (DRUMMOND, 2022, S/N)

7.3. Diferenciais em comunicação

Na pesquisa, pedimos aos entrevistados citarem um aspecto da organização que consideram um diferencial da sua atuação no campo da comunicação. Neste tópico, organizamos os principais pontos levantados, dentro dos parâmetros metodológicos apontados anteriormente. Primeiro apontamento: o conteúdo deste capítulo integra a Categoria: Diferencial da atuação em comunicação. Os temas transversais foram organizados em tópicos, identificados como sub capítulos organizados como Diferenciais.

As organizações propõem novas formas de fazer comunicação em contraposição a um modelo vigente, seja por meio das narrativas que produzem, dos públicos com os quais procuram dialogar, pelo território que ocupam e/ou recorte temático que criaram.

Alguns conceitos foram visitados para fortalecer o entendimento em torno dos temas transversais organizadores dos diferenciais apontados nas entrevistas, visando conectar com sua representatividade, sua identidade como veículos de comunicação, sua busca pelo lugar de fala e escuta de vozes silenciadas socialmente.

O primeiro conceito para aprofundar os diferenciais trata da **comunicação comunitária**, a partir da ideia de que a comunidade pressupõe a existência de vínculos sólidos entre seus membros, identidades e interesses em comum. Martin Buber (1987 apud PERUZZO, 2020, p. 3) lembra que a comunidade se baseia em laços ativos, de escolha, funcionando como um componente da vida, “com a qual há identificação de sentimentos de cooperação e compromisso. Para ela, os movimentos sociais populares vêm constituindo esse tipo de comunidade.

Entre as várias formas de agregação estão desde grupos de mulheres, de ambientalistas, moradores de uma localidade, pessoas sem terra, negros, grupos de ajuda mútua, associações, redes de movimentos sociais, cooperativas, até comunidades religiosas, grupos étnicos, entre milhares de outras. É neste contexto que as experiências de comunicação popular, comunitária e alternativa - e suas derivações educativa, participativa, radical, cidadã - mais exitosas em termos de organizabilidade aos movimentos populares e o cultivo do caráter comunitário se desenvolvem, ou seja, no bojo dos movimentos populares nos quais novas comunidades de escolha também são constituídas. (PERUZZO, 2020, p. 04)

A partir desse olhar em torno do termo comunidade, a comunicação popular e comunitária (PERUZZO, 2020):

- possui proximidade de grupos, redes, coletivos, comunidades organizadas de base geográfica ou por identidades de matriz cultural, histórica, linguística, étnicas, de território físico, de ação política ou por compartilhamento de circunstâncias de vida em comum.
- caracteriza-se por não ter fins lucrativos, transmitir conteúdos emancipatórios, possibilitar a participação efetiva do/as cidadãos e cidadãos na produção de conteúdos e, ainda, prezar a propriedade coletiva e exercitar a desejável gestão compartilhada.
- busca da transformação de estruturas opressoras da condição humana e impedidoras da liberdade de expressão popular, e representam um espaço para participação democrática dos segmentos organizados da população na leitura da comunicação a partir de suas demandas e visões de mundo.
- externam reivindicações por direitos humanos e de cidadania diante das condições de opressão a que são submetidas as comunidades que integram.

O **jornalismo de periferia** tem um diferencial específico na atribuição ou ênfase dada ao CEP⁶⁰ da notícia, elaboradas a partir de um determinado território (periférico), por pessoas deste mesmo local, o que as diferencia por conterem perspectivas específicas, “é que não podem ser entendidas fora dessa relação com o lugar de pertencimento dos sujeitos representados nas histórias e dos sujeitos produtores da comunicação”, pois tornam-se geradoras de identidade social. (MARTINI, 2018, p. 55) Conectamos na a pesquisa esses veículos na construção de lugares de fala silenciados por caso do seu CEP.

O geógrafo brasileiro Milton Santos ajuda a compreender como essa relação com o território – espaço ocupado que se constitui pelas pessoas que nele habitam – não apenas influencia a produção dessas narrativas como também é determinante para caracterizá-las.

Cada homem vale pelo lugar onde está: o seu valor como produtor, consumidor, cidadão, depende de sua localização no território. Seu valor vai mudando, incessantemente, para melhor ou para pior, em função das diferenças de acessibilidade (tempo, frequência, preço), independentes de

⁶⁰ Código de Endereço Postal.

sua própria condição. Pessoas com as mesmas virtualidades, a mesma formação, até mesmo o mesmo salário tem valor diferente segundo o lugar em que vivem: as oportunidades não são as mesmas. Por isso, a possibilidade de ser mais ou menos cidadão depende, em larga proporção, do ponto do território onde se está. Enquanto um lugar vem a ser condição de pobreza, um outro lugar poderia, no mesmo momento histórico, facilitar o acesso àqueles bens e serviços que lhes são teoricamente devidos, mas que, de fato, lhes faltam (SANTOS, 2002, p. 81).

O olhar das periferias passa a ser central na produção desta comunicação e desse jornalismo, que denuncia o silenciamento sistemático dos grupos identitários vinculados às periferias da grande metrópole, luta explicitamente por seu lugar de fala com toda a sua comunidade.

O **jornalismo negro** tem um extenso histórico na luta antirracista, desde o surgimento da imprensa no Brasil, quando exerceu um papel de posicionamento a favor de políticas abolicionistas. Pautou-se na afirmação social da população negra e no fomento de intensa crítica à segregação racial decorrente do racismo estrutural.

As produções da imprensa negra sinalizam a possibilidade de subversão da falta de interesse epistemológico não somente na história da imprensa negra, mas também na sua capacidade de reivindicação, mobilização social, educação e apreciação das relações humanas entre os grupos raciais brasileiros. (ROSA, 2014, p. 565)

A imprensa negra sofreu algumas mudanças, e constitui-se não só de veículos de documentação e transmissão de notícias, mas como um meio de fomentar a representatividade do negro dentro de espaços aos quais antes não possuíam acesso. Segmentaram-se, diversificaram-se, ampliaram sua capilaridade, fomentaram a produção de pesquisas, dados e notícias pautadas nos negros e hoje, os veículos de comunicação que atuam com a temática relacionada à afrodescendência possuem vários eixos temáticos, com beleza, moda, comportamento, cultura, inclusão, e permanecem com um papel protagonista da denúncia das desigualdades raciais.

Pode-se incorporar neste espectro a produção de um pensamento negro na comunicação, isto é, no contexto das epistemologias do Sul (SANTOS, 2009) e no propósito de agregar, à produção intelectual, o dismantling do sistema hegemônico cognitivo que vigora em detrimento da dinâmica e da realidade social, condicionando-as a um sistema de exclusões e discriminações. (ROSA, 2014, p. 565)

O **jornalismo de causas**, de acordo com o professor de jornalismo *Samuel Lima*, foi um termo implementado pela prática do jornalista britânico Sir Harold Evans, após o êxito conquistado meses depois de começar uma série de reportagens

defendendo que o Estado inglês oferecesse o exame Papanicolau a todas as mulheres. “Após longa batalha pública com o ministro de Saúde, o exame, que previne câncer de colo uterino, foi finalmente contemplado no sistema de saúde pública daquele país”. (LIMA, 2017)⁶¹. O jornalismo de causas representa temas como: educação, ciência, saúde, meio ambiente ou sustentabilidade, assuntos de extrema relevância para a sociedade, que compõe a gama de direitos democráticos ou causas comuns, de interesse social e ambiental. (MARCONDES, 2019)⁶².

A **comunicação inclusiva**⁶³ busca incluir nos processos comunicativos cerca de 24% da população nacional, favorecendo que participem dos diálogos que acontecem no dia a dia. Trabalhar uma comunicação inclusiva envolve considerar formatos e recursos para que todos possam ter acesso à informação, considerando uma diversidade de pessoas com e sem deficiência. Contudo, a acessibilidade ainda é vista como um recurso adicional e não como algo a ser considerado na etapa de planejamento da comunicação, além do fato de que existe um desconhecimento técnico sobre como produzir conteúdo acessível, especialmente, acerca da inclusão de audiodescrição, legendagem e da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS).

De forma geral, a comunicação inclusiva propõe integrar pessoas com deficiência nos debates sobre comunicação, para gerar entendimento acerca do fazer comunicativo inclusivo, seja no estudo, no planejamento ou na produção de comunicação; fomentar a diversidade e protagonismo das pessoas PCDs, pois diferentes deficiências exigem diferentes medidas para acessibilidade; fortalecer o entendimento de que todos os veículos precisam ser inclusivos para que PCDs sejam inseridos em qualquer debate social. Além desses fatores, a comunicação inclusiva é anticapacitista⁶⁴.

O último item a ser citado é o **jornalismo de dados**, termo relacionado ao mundo digital, por mais que o jornalismo sempre tenha atuado com “dados” em seu dia a dia. De acordo com o Manual do Jornalismo de Dados⁶⁵, no mundo digital agora, quase tudo pode ser descrito com números, e o jornalismo de dados lida com essas

⁶¹ Disponível em: <<https://objethos.wordpress.com/2017/09/25/o-jornalismo-de-causas-e-as-causas-sem-jornalismo/>>. Acesso em: 20 Jan, 2022.

⁶² Disponível em: <<https://envolverde.com.br/a-causa-do-jornalismo-ou-o-jornalismo-de-causa/>>. Acesso em: 20 Jan, 2022.

⁶³ Disponível em: <<https://www.cpb.org.br/noticia/detalhe/3114/comunicacao-inclusiva-boas-praticas-e-desafios-da-acessibilidade>>. Acesso em: 20 Jan, 2022.

⁶⁴ Discriminação, opressão ou abuso da pessoa com deficiência. O termo envolve uma série de situações desde o uso de palavras pejorativas à falta de acessibilidade nos lugares, ou até elogios que reforçam a deficiência como definidor da pessoa, como “Você é um exemplo de superação”.

⁶⁵ Disponível em: <<https://jornalismodedados.org/>>. Acesso em: 20 Jan, 2022.

novas possibilidades, usando programas para automatizar o trabalho e criando formas de combinar, organizar e analisar as informações.

Os dados podem ser a fonte do jornalismo de dados, ou podem ser as ferramentas com as quais uma notícia é contada — ou ambos. Como qualquer fonte, devem ser tratados com ceticismo; e como qualquer ferramenta, temos de ser conscientes sobre como eles podem moldar e restringir as reportagens que nós criamos com eles. (MANUAL DO JORNALISMO DE DADOS, 2012, p. 12)

Após essa exposição rápida de conceitos, a pesquisa organizou e vai descrever os diferenciais em comunicação sinalizados nas entrevistas. A intenção não é classificar o diferencial de acordo com os termos acima citados, e sim analisar a autodefinição/autodeclaração apresentada durante a entrevista à luz desses conceitos.

7.3.1. Diferencial 1: Conexão com territórios invisibilizados

O diferencial de nascerem conectadas à realidade de uma região ou localidade, de uma comunidade, nas organizações entrevistadas, tem relação direta com uma forte crítica ao formato de cobertura da mídia tradicional sobre seus territórios. O jornal *Voz das Comunidades* fica inserido neste contexto de uma comunicação relacionada ao território (no caso, o Complexo do Alemão) e explica assim seu diferencial no campo da comunicação:

Nosso diferencial é ter um contato muito próximo da realidade dos moradores. A nossa troca com eles é muito próxima e de muita confiança. Pessoas vêm até a nossa porta, na redação, para falar: olha, tem uma pauta ali pra vocês fazerem, tem um poste caindo, tem uma casa desmoronando, tem um terreno baldio se tornando um lixão. Acho que o diferencial é ter essa proximidade com quem está passando por dificuldade e precisa mostrar para o Complexo do Alemão e para o governo, que precisa vir ajudar de alguma forma. (PIRES, 2022, S/N)

A *Agência Mural* também considera um diferencial a sua atuação no território, a partir da teoria que desenvolveu sobre periferias, a formação que oferece e a facilidade de acessar os assuntos da comunidade e desenvolvê-los de forma criativa e original. Isso cria uma forma muito específica de atuação, que reforça a diversidade local na composição da equipe, na pluralidade de vozes do seu dia a dia, na ampliação

da abrangência de pautas e no fortalecimento de outras narrativas no próprio território. Hoje, a *Mural* possui mais de 70 jornalistas correspondentes, os chamados *muralistas*, espalhados por mais de 70 territórios da capital e da grande São Paulo.

Quando a *Folha* (de São Paulo) faz uma parceria com a gente é para conseguir ter a pluralidade de histórias que a gente tem, por conta dessa rede. A própria diversidade dos *muralistas* é um diferencial, porque a gente ainda vê a composição das redações muito brancas, muito elitizadas... Na nossa rede, os jornalistas são pobres, a maioria preta ou parda, das periferias, que mora no próprio contexto, fazendo um jornalismo raiz, que conta história que ninguém conta. O nosso diferencial é estar no território e ter essa visão local. (ALENCAR, 2022, S/N)

Dentro desse aspecto diferencial de relação com o território, a *Revista Vaidapé* apostou em uma agenda própria, conectada com as periferias. Por exemplo, se o tema do momento é eleições, procuravam entender o que a periferia está falando e pensando sobre as eleições. “Eu acho que o nosso diferencial foi trazer ou fazer um jornalismo de um outro lugar, ao invés de vir do centro pra fora, a gente veio de fora pro centro”. (ALVES, 2022, S/N)

Diferencial 2: Outra forma de pensar a sustentabilidade da comunicação comunitária

A *Agência de Notícias das Favelas* nasceu produzindo comunicação comunitária nas favelas do Rio de Janeiro em uma época na qual a grande mídia só chegava até às comunidades para tratar da questão da violência e do tráfico. Foi reconhecida por ser a primeira agência produtora de notícias de dentro para fora das favelas. Inova ao transformar o jeito de se falar das comunidades e ao criar um novo formato de escuta e produzir comunicação com as pessoas que moram nas comunidades. Seu fundador já atuava como missionário e lidava com uma demanda constante de veículos que o procuravam para chegar até as favelas e seus moradores. Ao criar a ANF, começou a perceber que a maior dificuldade em fazer comunicação comunitária era a sustentação das atividades. A falta de apelo para arrecadar recursos para as atividades gerava uma situação muito precária na forma de produzir a informação em conjunto com os moradores.

A própria legislação das iniciativas comunitárias de comunicação são um grande entrave. Por exemplo, as rádios comunitárias não podem vender anúncios

para se manterem⁶⁶. Assim, a ANF criou outros serviços de comunicação para manter a própria redação. Nasce assim, uma produtora de publicidade para a comunidade das favelas, com um produto autoral, o *minidoor social*, uma espécie de *outdoor*, possível ser disponibilizado em pontos estratégicos das favelas, com campanhas direcionadas para os moradores. Também passou a fazer o trabalho de editoração de livros e outras iniciativas, como vídeos, eventos, todas iniciativas voltadas para a comunidade ou prestação de serviços para empresas ou órgãos públicos que querem alcançar as favelas.

Quando nós criamos a ANF, a partir de um modelo de comunicação não-governamental, a gente percebeu a dificuldade de manter a organização, principalmente como um veículo de comunicação comunitária. A ANF Produções é uma empresa criada para manter a ONG, diferente de todas as outras empresas que nascem para primeiro gerar lucro e investir o que sobra no social. (FERNANDES SOUZA, 2022, S/N)

A ANF cria ainda um terceiro CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), que é o *Instituto de Pesquisa Data ANF*, com o objetivo de levantar conteúdos, dados estatísticos, material sobre e a partir das favelas e periferias brasileiras. “Hoje nós somos o grupo ANF, formado pelos três CNPJs: a *Agência de Notícias das Favelas*, a *ANF Produções* e o *Instituto Data ANF*, que trabalha para democratizar a informação das favelas brasileiras”, (FERNANDES SOUZA, 2022, S/N).

E, a partir do diferencial de estar ligada ao território e transformar a forma de fazer comunicação, a ANF inova em criar iniciativas de pesquisa, campanhas e publicidades específicas amplamente conectadas com a comunidade e com capacidade de gerar sustentabilidade.

Diferencial 3: Outros modelos de organização

Outro aspecto importante levantado pelo grupo de organizações entrevistadas foi o modelo de organização. A maioria das entrevistadas é formalmente associação civil, de direito privado, sem fins lucrativos, muito comumente conhecidas como

⁶⁶ É possível conhecer a lei da Radiodifusão Comunitária em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/9612.htm>. Acesso em 14 Dez, 2022.

organizações não-governamentais (ONGs), e como organizações da sociedade civil após o Marco Regulatório (MROSC)⁶⁷. Não tem, na atividade jornalística, o objetivo de lucro como as empresas tradicionais de comunicação.

O *Coletivo Catarse*, por exemplo, é uma cooperativa, inspirada em uma iniciativa dos anos de 1970. Diferente da experiência anterior, que era composta, em sua maioria, por jornalistas, atualmente o Coletivo oferece um trabalho multifacetado, com a realização de oficinas em diversas áreas, produção audiovisual, debates de políticas públicas, principalmente aquelas relacionadas a populações mais vulneráveis ou do campo da cultura, o que amplia o leque de temáticas regionais e sociais que aborda, desde movimentos sociais dos quilombolas ou dos trabalhadores sem terra, até processos de produção da erva-mate, produto cultural importante no Rio Grande do Sul. Também é um Ponto de Cultura⁶⁸. Todos os integrantes possuem, a partir de sua área de atuação, identificação com as pautas da organização.

Nós fazemos diversos materiais de comunicação. Fizemos longa-metragem, filme de ficção, podcast, já trabalhamos com fanzine, editamos livros, jornais, revistas, site, fizemos exposição fotográfica, de artes plásticas, peças de teatro, shows de rock, de samba, oficinas, teatro infantil, circo, arte na rua. Não somos um veículo tipo *hardnews*. Gostamos de fazer um trabalho mais aprofundado, de vivência, como acontece nos documentários. (PEDROTTI E SÁ, 2022, S/N)

Por serem uma cooperativa, se relacionam com estruturas que se organizam da mesma forma cooperativista ou associativista. “E nos organizamos como uma alternativa de mídia popular. Somos trabalhadores que estamos tentando construir uma comunicação junto com outros trabalhadores e comunidades similares a nós”. (PEDROTTI E SÁ, 2022, S/N)

Exemplos desse formato de fazer comunicação são dois documentários produzidos pelo coletivo: o primeiro, sobre o “tambor de supapo”⁶⁹, característico do Rio Grande do Sul, no qual o grupo aprendeu a construir o tambor e se tornou referência no assunto; o segundo exemplo é sobre uma forma artesanal de produção

⁶⁷ Regulamentado pela Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2014, a legislação trata do estabelecimento do regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil. Disponível em: <<http://blog.mds.gov.br/redesuas/regulacao/mrosc/>>. Acesso em: 18, Nov, 2022

⁶⁸ Pontos de Cultura são grupos, coletivos e entidades de natureza ou finalidade cultural que desenvolvem e articulam atividades culturais em suas comunidades, reconhecidos, certificados ou fomentados pela Secretaria Especial da Cultura do Ministério do Turismo e apoiados pelos estados e municípios parceiros por meio dos instrumentos da Política Nacional de Cultura Viva. Disponível em: <<http://culturaviva.gov.br/saiba-mais/>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

⁶⁹ É possível assistir aos vídeos do projeto no Canal do Coletivo Catarse no Youtube. O *grande tambor* está disponível em: <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLVwQzAbSLIIdiCMHsLR9TjYKzDXDHIXW6>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

da erva-mate, a “carijo”⁷⁰, uma técnica vivenciada para o documentário que hoje é dominada pelos integrantes da cooperativa. Após esse tipo de produção, o grupo procura fortalecer uma relação contínua com as comunidades, “para contar e acompanhar o tema ao longo do tempo”. (PEDROTTI E SÁ, 2022, S/N)

Diferencial 4: Formação e fomento para um jornalismo mais diverso

A formação é uma característica comum à maioria das organizações entrevistadas, principalmente aquelas que atuam com grandes redes de correspondentes, que normalmente passam por algum processo formativo para começar a produzir comunicação.

Contudo, apenas a *Énois* destaca a formação como um diferencial da sua atuação em comunicação. A organização criou um percurso formativo para jovens de comunidades, com bolsas e possibilidades de atuação junto a outros veículos, e possui uma proposta de formação para as redações, tanto de grandes veículos, sobre outras formas de organizar as redações para qualificar a cobertura jornalística (Diversidade nas Redações), como também para pequenos veículos independentes de comunicação. Para esses, oferecem um processo de fomento e assessoria na gestão, na ação, na parte financeira.

Criou um Fundo de Investimento, em parceria com a *Open Society Foundation*⁷¹, para financiar o jornalismo local, representativo e diverso. O Fundo pretende lidar com as realidades das pequenas redações e suas especificidades de investimento, suas dificuldades e necessidades, seja investindo em equipamentos, em equipe, em gestão ou outros aspectos capazes de melhorar o trabalho em comunicação que realizam. Além do recurso, eles também oferecem a formação para esses veículos locais apoiados. “O fundo é um diferencial nosso e queremos que vire uma política pública” (RAHRA, 2022, S/N).

A *Énois* não é um veículo de comunicação (na visão de Rahra). É uma escola que disputa o conceito de jornalismo ao fomentar outras formas de pensar e contestar

⁷⁰ É possível assistir aos vídeos do projeto no Canal do Coletivo Catarse no Youtube. O *Projeto Carijo* está disponível em: < <https://www.youtube.com/playlist?list=PLVwQzAbSLlIcv2o6ITdvFc0CxMy8DYcS4>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

⁷¹ É uma rede internacional de filantropia fundada pelo magnata George Soros. Ela apoia financeiramente grupos da sociedade civil em todo o mundo, com o objetivo declarado de promover a justiça, a educação, a saúde pública e a mídia independente. Disponível em: <https://www.opensocietyfoundations.org/>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

o modelo vigente de comunicação. Se preocupa em fortalecer processos de produção de informação a partir das comunidades, das organizações sociais, de debates silenciados, de pautas e públicos invisibilizados e procura incluir esse repertório no contexto de suas formações.

Eu considero que a gente faz um trabalho de base, de formação, de compartilhar ferramenta, de entender como os outros estão fazendo e trazendo diversidade pra esse olhar. A gente disputa o conceito de jornalismo e contestamos como o jornalismo profissional é feito. (RAHRA, 2022, S/N)

Diferencial 5: Educomunicação como proposta de comunicação estratégica

A Educomunicação é um diferencial da atuação em várias das entrevistas, principalmente por estar relacionada a um modo diferente de pensar, desenvolver e gerir a comunicação. O *Ibeac*, que não é em sua essência uma organização de comunicação, por exemplo, nos últimos anos, apostou na contratação de um educador e percebeu que tal ação gerou um grande diferencial positivo no formato de fazer comunicação da organização como um todo.

O ponto mais importante é o quanto a comunicação passou a estar conectada com todas as ações que a organização desenvolve. O educador não é um receptor de informações para transmitir. Ele é alguém que está envolvido em toda a gestão institucional e participa de todas as atividades e frequenta os projetos, planeja e implementa ações de comunicação que fortalecem a missão e os objetivos da organização.

Quando o educador faz isso, ele começa a provocar reflexões propositivas em todo o ambiente institucional: como a comunicação pode contribuir para potencializar o que a instituição já faz? E ele passa a decidir em conjunto com os outros campos da gestão da organização, criando uma estrutura capaz de entender que tudo é elemento para a comunicação.

Porque, às vezes, a gente, erroneamente, acha que a comunicação está ali apenas para desenvolver produtos: o texto, a publicação... e não é. É a gente pensar como priorizar o que queremos dizer, e isso só é possível se todo o processo acontece de forma muito integrada. Hoje, discutimos vários temas, como a captação de recursos com comunicação, que envolve como olhamos para aquilo que a gente faz e aproximamos outras pessoas. E isso tem feito com que a gente se torne uma referência em comunicação. Nós, que somos uma organização de defesa e promoção dos direitos humanos, temos sido

chamadas por parceiros para contar como é que a gente tem conseguido organizar a nossa comunicação. (SANTOS, 2022, S/N)

Outro exemplo parte da *Parafuso*, que considera que o modo de produzir comunicação, estimulado pelo campo educacional, é capaz de favorecer mais possibilidades ao processo criativo quando desenvolvem ações junto a adolescentes e jovens. A educação pode favorecer um processo criativo e coletivo, com entrosamento entre as pessoas e ideias, para a colaboração e contribuindo para a riqueza do objetivo final. Uma das situações citadas aconteceu durante as ocupações das escolas em 2014, quando a Parafuso foi convidada para desenvolver uma atividade com estudantes paranaenses, interessados em criar algo parecido com as escolas de São Paulo.

A gente ia fazer a gravação, mas acabamos auxiliando na criação de roteiro, produção de fotografia, produção de conteúdo, tudo. Nos dividimos em setores criativos para cada uma das funções: letra, fotografia e filmagem. Ali é um momento de escuta, nós mediamos para que eles entendam a potência do grupo. Tudo bem reproduzir o que outro grupo fez, mas era o momento de cuidar da criatividade desse grupo em questão. (CORDEIRO, 2022, S/N)

Junto a esse processo, também há a soma de outros aspectos que fazem parte da atuação da *Parafuso* dentro de seu pensamento educacional, como posicionamento político em comunicação, o cuidado para que de fato sobressaia a voz dos adolescentes, o compromisso com o processo educativo dialógico e a aprendizagem em direitos humanos.

Diferencial 6: Adaptabilidade “tecnológica” aos novos tempos

A *Viração Educação* busca avançar, de forma constante, em novas fronteiras nesse campo da comunicação e empoderamento de adolescentes e jovens, por meio da educação. Destacou como seu diferencial em comunicação a capacidade de se transformar e se adaptar aos novos tempos e a versatilidade que possui em acompanhar novas formas de se comunicar da juventude. Atualmente, iniciaram um trabalho com robôs e redes sociais para favorecer uma escuta mais qualificada e ágil da juventude com a qual atua. Consideram um dos mais potentes instrumentos de comunicação e de mobilização desse público e vislumbram uma realidade futura talvez mais ligada à inteligência artificial.

Saímos do impresso e passamos para um robô, por meio de uma plataforma de mensagem instantânea, que é o Whatsapp⁷². A gente não se acomoda com o que conseguimos, onde chegamos, ou com as respostas que encontramos até agora. Esse não se contentar, de não ligar o piloto automático, de não ter aquele cheiro de naftalina no que fazemos, essa busca por frescor nos ajuda a estar nos reinventando a cada dia. (LIMA, 2022, S/N)

O *Núcleo Jornalismo* também traz um formato diferente de levantamento de informações. Faz monitoramento de redes com ferramentas abertas de acompanhamento. Consideram esse o diferencial de sua atuação, tanto ao atuar com um formato de cobertura pouco explorado, como também utilizar ferramentas abertas para acompanhar temas de interesse social nas redes. Destacam que existem ferramentas de monitoramento de redes fechadas e muito caras que, por exemplo, são contratadas por empresas para monitorar produtos, o mercado ou o comportamento dos consumidores.

O Núcleo direciona o uso dessas ferramentas para questões de interesse público com relevância social, como por exemplo, o campo político brasileiro, acompanhando candidatos em momentos eleitorais, cientistas e descobertas de interesse público. Consideram que as redes devem ser tratadas como uma praça pública, onde é possível acompanhar o que está sendo dito, as discussões que estão acontecendo e identificar conteúdos importantes e de interesse político e social. Para eles, o monitoramento dentro do formato desenvolvido pelo Núcleo é uma forma de escuta das vozes nos ambientes virtuais.

Saber usar esse conteúdo também é um grande diferencial. Parece que nem todo mundo está preocupado em olhar de forma tão aprofundada para as redes em determinados assuntos, produzindo análises de forma constante e consistente. Acabamos criando uma expertise diferente, por exemplo, ao acompanhar políticos brasileiros e sua atuação nas redes sociais. (DRUMMOND, 2022, S/N)

Outra organização entrevistada que destaca como diferencial a capacidade de fazer uma comunicação mais relacionada com os novos tempos e recursos tecnológicos é a *Agência Pública*, que desde sua fundação, tem uma atuação voltada para o mundo digital, oferecendo amplo e irrestrito acesso das pessoas sobre o

⁷² WhatsApp WhatsApp é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones.

conteúdo que produz. É um conteúdo que fica disponível para que outros veículos, empresas, organizações acessem e divulguem de forma ampla⁷³.

Diferencial 7: Capacidade de inovar em temáticas com recortes específicos

Entre as iniciativas que se definem como os veículos digitais, a *Ponte Jornalismo* destacou como seu diferencial a temática com a qual atua. Assim, a organização agrega vários aspectos diferenciais de veículos independentes no campo da comunicação digital, como oferecer gratuitamente seu conteúdo, contudo, se propõe a produzir um jornalismo temático relacionado à segurança pública, a partir de um olhar profundo relacionado aos direitos humanos das pessoas vítimas de injustiças.

A gente é o único veículo de comunicação do Brasil com essa proposta. Enfocamos a cobertura de pessoas vítimas de prisões injustas, algo que a *Ponte* carrega como uma bandeira. Temos uma postura engajada e que ao mesmo tempo respeita o compromisso com a técnica e com a ética jornalística e com a verdade factual. Isso não é exclusivo, mas é um diferencial. Uma coisa que eu diria que é exclusiva é a temática, de veículos contra-hegemônicos com a proposta de cobrir segurança pública no Brasil. (SALVADORI, 2022, S/N)

O pioneirismo da Ponte surge em questões relacionadas a temática de segurança pública reunida a outros temas, como por exemplo, trazer um recorte de raça e gênero na cobertura cotidiana da violência. Destacam a questão racial nas execuções extrajudiciais ou prisões injustas cometidas pelo Estado. Com relação à cobertura de gênero, a Ponte adota desde sua fundação, o termo *feminicídio* em sua cobertura, hoje uma tendência generalizada⁷⁴.

Seguindo em uma linha de atuação similar, a associação *Gênero e Número* trouxe como diferencial a produção de dados com recortes específicos de gênero e raça, pois perceberam que em muitos assuntos diários da imprensa tradicional, fazer esse recorte dependeria também de criar informações novas, dados exclusivos e

⁷³ A Agência Pública também teve um papel importante na articulação e criação da Associação de Jornalismo Digital, que tem como um de seus eixos de atuação o *fortalecimento de iniciativas de jornalismo digital de fora do eixo Rio-SP, do jornalismo periférico produzido em grandes cidades, e de iniciativas ligadas a grupos sociais historicamente invisibilizados, organização de espaços de formação e suporte para que organizações desenvolvam políticas relacionadas à diversidade*. Disponível em: < <https://ajor.org.br/sobre-a-ajor/>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

⁷⁴ O site da Ponte contextualiza essa atuação, apontando exemplos reais de reportagens produzidas com esses recortes e que denunciaram violências dentro dessa nova forma de fazer a notícia a partir do olhar das vítimas. Disponível em: < <https://ponte.org/sobre/historia/>>. Acesso em: 18 Nov, 2022.

pesquisas específicas. Passaram a estudar com mais profundidade o campo em que atuam para fomentar informações e dados sobre raça e gênero como recorte em toda a reportagem produzida.

Muitas vezes a gente tinha uma ideia de pauta e não existiam dados. Então, em 2017, fizemos a primeira pesquisa sobre mulheres jornalistas, junto com a Abrajj⁷⁵. Depois das eleições, em 2018, fizemos uma pesquisa sobre as violências LGBTQIA+ no contexto eleitoral, uma pesquisa inédita no Brasil e com esses recortes específicos. Na pandemia, produzimos a *Sem parar*, sobre a vida das mulheres na pandemia. E, esse ano, a gente fez uma sobre Violência contra Jornalistas e comunicadores LGBTQIA+, no contexto das redes sociais. (SILVA, 2022, S/N)

Assim, apontam a produção de pesquisa como o diferencial de sua atuação no campo da comunicação, a partir da lacuna percebida. Consideram importante todo o processo de construção da metodologia a ser implementada, para não reproduzir padrões equivocados no modelo de fazer pesquisa. Entendem que dentro de uma organização que atua com comunicação, implementar a pesquisa é um desafio, pois os campos possuem tempos diferentes de produção. Atualmente, os levantamentos de dados produzidos pela Gênero e Número subsidiam discussões sociais e até projetos de lei. “Os nossos dados são usados para pensar políticas públicas. Então, esse é um trabalho importante a gente reafirmar” (SILVA, 2022, S/N).

Diferencial 8: Protagonismo na comunicação sobre públicos silenciados

Algumas iniciativas tem como diferencial o público que produz a comunicação. Este, por exemplo, é o caso do *Vale PCD*, que percebeu que havia uma lacuna existente sobre assunto relacionados à sexualidade de pessoas com deficiência, tanto no movimento de pessoas com deficiência, assim como no movimento LGBTQIA+.

Começaram, durante a pandemia a fazer debates sobre questões de sexualidade, acessibilidade em espaços onde podem vivenciar experiências sociais e afetivas e sobre o protagonismo das pessoas com deficiência para tratar desses assuntos. Atualmente, o *Vale PCD* oferece serviços diversos para pessoas com deficiência LGBTQIA+. O diferencial da atuação em comunicação é favorecer que pessoas com deficiência produzam sua comunicação dentro do recorte proposto,

⁷⁵ Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo.

favorecendo para além de informação qualificada, o protagonismo das pessoas com deficiência e LGBTQIA+ e acessibilidade e inclusão comunicativa.

Possuem uma rede de profissionais capacitados para receber a pessoa com deficiência LGBTQIA+. “Temos intérprete de libras, psicólogos, pessoas de recursos humanos para dar suporte em várias frentes sem que a pessoa sofra algum tipo de preconceito tanto por sua deficiência, como também pela sua condição como LGBTQIA+”. (PAIVA, 2022, S/N)

O *Jornal Empoderado* destaca como seu diferencial fazer uma cobertura de assuntos simples do dia a dia, histórias de pessoas e grupos invisíveis. São as próprias pessoas que escrevem ou produzem algum tipo de comunicação. Além disso, produz conteúdo em torno de pequenos assuntos, que não ganham destaque pelas mídias de forma geral.

Todo mundo quer cobrir os grandes eventos afros como a *Marcha da Consciência Negra* ou a *Marcha das Mulheres Negras*. É lógico, eu também estou nesses lugares, mas também estou em lugares que ninguém quer estar. Quem quer pegar o ‘tenisinho’ e pôr na quebrada, em dia chuvoso, para ver mulheres negras conversando num salão de cabelereiro sobre seus direitos? O *Jornal Empoderado* quer. (MORAES, 2022, S/N)

A *Mídia Índia* destacou como diferencial a produção da comunicação com um olhar de “dentro”, a partir de uma ampla rede de comunicadores indígenas. Possuem grande capacidade de mobilizar pessoas indígenas, de diferentes etnias e regiões geográficas do país, na produção de comunicação. Eles produzem comunicação a partir de diferentes formas de conhecimento, com linguagem própria e uma agenda específica. Apoiam a formação da juventude indígena interessada em ampliar sua capacidade de lidar com as tecnologias e produzir informação.

Dão um caráter muito ágil e inovador para a produção de pautas e para a publicação de notícias em suas redes, a partir da realidade indígena. Por exemplo, tem uma ação na qual, todos os dias, lançam um vídeo com alguém do movimento indígena falando sobre algum assunto específico, como sobre artistas, sobre o sagrado, sobre saberes e sabores, sobre música e até curiosidades indígenas.

Eu acho que o diferencial é a gente ajustar dois conhecimentos extremamente diferentes, mas que andam paralelamente com um objetivo, que é o conhecimento ancestral, tradicional, esse respeito pelas nossas culturas, pelos mais velhos, mas também esse conhecimento de ferramentas, tecnológico que a gente está adquirindo agora, pra que a gente junte as duas

coisas em prol de algo em comum que vai servir para todos. (TAVARES, 2022, S/N)

Ao lado da *Mídia Índia*, a *Visibilidade Indígena* também fala a partir das vozes dos povos tradicionais, contudo tem um viés relacionado à arte indígena e suas formas de expressão. “O diferencial do Visibilidade é que a gente produz um conteúdo original de todos esses campos, teatro, música, cinema, literatura, entre outros temas. Por meio da divulgação da arte procuramos aproximar as pessoas da luta indígena”. (SANTANA, 2022, S/N)

8. Dimensão de Escuta II: Competências para a escuta na gestão da comunicação

Competência é uma palavra do senso comum, utilizada para designar uma pessoa qualificada para realizar alguma coisa.

O dicionário Webster (1981, p. 63) define competência, na língua inglesa como: "qualidade ou estado de ser funcionalmente adequado ou ter suficiente conhecimento, julgamento, habilidades ou força para uma determinada tarefa". Esta definição, bastante genérica, menciona dois pontos principais ligados à competência: conhecimento e tarefa. O dicionário de língua portuguesa Aurélio enfatiza, em sua definição, aspectos semelhantes: capacidade para resolver qualquer assunto, aptidão, idoneidade e introduz outro: capacidade legal para julgar pleito. (FLEURY e FLEURY, 2001, p. 185)

O conceito de competência é pensado como um conjunto de conhecimentos (o que as pessoas precisam saber para desempenhar uma tarefa), habilidades (demonstração de um talento particular na prática) e atitudes (isto é, conjunto de capacidades humanas) que justificam um alto desempenho em alguma atividade específica (FLEURY e FLEURY, 2001, p. 185).

Nesta pesquisa, o conceito foi utilizado para entender como a competência se manifesta quando relacionada atividade específica de escuta. Essa dimensão da escuta está embasada nas respostas oferecidas para as seguintes questões do questionário:

- *Quais competências você possui e considera relevante para dialogar com diferentes segmentos sociais? Por quê?*
- *Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?*

8.1. Competências do gestor para a escuta

O artigo *Construindo o conceito de competência* (FLEURY E FLEURY, 2001) conceitua duas diferentes categorias de competências: a do indivíduo e da organização. Para o primeiro, competência é a inteligência prática para situações que se apoiam sobre os “conhecimentos adquiridos e os transformam com tanto mais força, quanto mais aumenta a complexidade das situações” (p. 187).

A competência do indivíduo não se reduz a um conhecimento específico e de acordo com os autores, há três eixos que influenciam a competência individual, compostos pela: a. pessoa (sua biografia, socialização), b. pela sua formação educacional e c. pela sua experiência profissional. Dessa forma, a competência é o conjunto de aprendizagens sociais e comunicacionais nutridas pela vivência e prática, que corresponde um “saber agir responsável” diante de situações específicas, o que faz com que as competências sejam sempre contextualizadas. A noção de competência aparece assim associada a verbos como: “saber agir, mobilizar recursos, integrar saberes múltiplos e complexos, saber aprender, saber engajar-se, assumir responsabilidades, ter visão estratégica” (p. 185).

A questão: *Quais competências você possui e considera relevante para dialogar com diferentes segmentos sociais (com o qual atua)? Por quê?* Levantou as seguintes respostas:

Observação e adaptabilidade. Acho que é importante se adaptar ao segmento que você dialoga, pois cada um tem demandas diferentes e formas diferentes de se conectar conosco. Então, ter essa capacidade de entender o que é importante para cada segmento e como o Núcleo se encaixa nas necessidades de cada um deles é importante para direcionar o diálogo.
Busco sempre exercitar a humildade, alteridade e empatia pois acredito que o exercício destas três competências permite que se dialogue com pessoas dos segmentos mais distintos. Acho que é preciso admitir que existem diferenças e valorizá-las, ter humildade para construir relações horizontais de respeito a cada pessoa e os saberes e experiências vindos das suas trajetórias. Por fim, busco me colocar no lugar dos outros, pensar e tentar entender o que as pessoas passam e como se sentem nos locais em que atuam. Muitas vezes esse exercício acaba sendo uma abstração racional, já que acredito ser impossível sentir o que a outra pessoa sente. Neste sentido, reforço a importância de uma escuta e observação atenta. Percebo que as experiências, sentimentos e vivências marcam os corpos e vozes das pessoas. Mesmo que, enquanto homem branco, eu seja incapaz de sentir o que sente uma vítima de racismo, posso observar no seu corpo e na sua voz as cicatrizes desta dor. Notando as feridas, me solidarizo com aquela dor, entendendo que não gostaria de sentir aquilo e não desejaria que outras pessoas tivessem que passar por isso.
Gosto pela diversidade cultural, respeito e admiração pelas diferentes formas de se enxergar e estar no mundo, capacidade de se indignar com as injustiças.
A penetração e abrangência territorial dos mais de 70 correspondentes, por estarmos em diferentes dezenas de bairros periféricos. Além da vivência dos jornalistas, que moram em suas próprias áreas de cobertura.
Escuta. Disposição para escrever e explicar qualquer conceito pertinente até que todos entendam. Gosto de ser tecelã de redes, aproximar pessoas.
Capacidade de escuta, capacidade de promover diálogo e resolução de conflitos.
Jornalista e escritor sobre comunicação comunitária e fundador da primeira agência de notícias de favelas do mundo. Isso me conferiu autoridade para dialogar sobre as favelas.
A minha militância desde de criança que possuo e junto com a minha vivência e experiências, não só da minha realidade, mas também quando falo da empatia e vivência semelhantes ao meu, pelo os direitos de atitudinais e acessibilidades do dia a dia. contra o preconceito, e é essa barreira que nos atrapalha, e tem o nome, chama se capacitismo.
Escuta, afeto e construção coletiva. Pra gente chegar nas pessoas diferentes de nós com respeito pra trocar saberes e aprendizagens e construir coletivamente.
Capacidade de escuta, para saber ouvir e acolher histórias e vivências de diferentes segmentos. Capacidade de análise e avaliação de conjuntura, para entender o que está em jogo.

A comunicação que se adapta conforme a necessidade e ajuda a relatar experiências relevantes para ilustrar olhares sobre assuntos que precisam ser refletidos. A negociação necessária para ponderar e interferir em espaços de discussões políticas. A adaptabilidade e respeito a diversidade as divergências existenciais para criar parcerias que se envolvem com a causa e não pela figura das pessoas que são os porta vozes de organizações.
Transparência e inovação.
Quase duas décadas de ativismo construindo diálogos com a sociedade civil e entidades visando o bem-viver. E sempre ouvindo muito, lendo bastante e construindo junto.
O conhecimento e vivência da luta indígena.
Empatia, escuta ativa, boa relação interpessoal, compreensão e entendimento de construção de parcerias/diálogos.

Como dito anteriormente, a pergunta “Por que” deu às respostas um caráter explicativo para as competências dentro de seu contexto. A pesquisa considerou este fato importante, pois demonstrou que as competências possuem um motivo e contexto de aplicação específicos e complexos, assim como aponta Fleury e Fleury.

Dentro da sua metodologia de análise de conteúdo, foi necessário trabalhar a partir de palavras nas frases que remetem aos três campos que compõem o conceito de competência: conhecimento, habilidade e atitude. É necessário perceber correlação entre cada um dos campos para entender o contexto da competência, mas, como aprendizagem é possível fazer interconexões entre as colunas, independente de posições.

Por exemplo:

Humildade (atitude) para escutar (habilidade) a realidade (conhecimento)

Tabela 1: Competências individuais para a escuta

Habilidades (demonstração de um talento particular na prática)	Conhecimentos (o que as pessoas precisam saber para desempenhar uma tarefa)	Atitudes (isto é, conjunto de capacidades humanas)
Para entender demandas diferenciadas	Direcionamento do diálogo	Adaptabilidade
Para reconhecer e valorizar as diferenças	Construir relações horizontais	Alteridade
Escuta	aos saberes e experiências pela diversidade cultural	Respeito e Humildade
Observação atenta	com as injustiças	Admiração e respeito
Para tecer redes e aproximar pessoas		Capacidade de se indignar
Capacidade de escuta Resolução de conflitos Promoção de diálogo	vivência no tema	Disposição
Escuta e construção coletiva		Empatia
		Afeto

Capacidade em construir coletivamente	aos saberes e aprendizagens	Respeito
Capacidade de escuta, análise e avaliação	da realidade	
Comunicação, negociação, adaptabilidade	a diversidade	Respeito
Inovação		Transparência
Capacidade de dialogo		
Penetração	abrangência territorial	
Para dialogar	Autoridade sobre o tema da organização	

A tabela representa a possibilidade de organização da descrição das competências e os componentes considerados necessários para formar a habilidade, conhecimento e atitude para a escuta das vozes sociais.

8.2. Competências da organização para a escuta

No âmbito das organizações, as competências precisam responder a três critérios: oferecer reais benefícios aos consumidores (no nosso caso, estamos chamando de públicos), ser difícil de imitar (inovação e diferencial) e prover acesso a diferentes mercados (distribuir o mesmo conteúdo em muitas redes).

Zarifian (1999 apud Fleury e Fleury, p. 189) diferencia as seguintes competências em uma organização:

- Competências sobre processos: os conhecimentos do processo de trabalho.
- Competências técnicas: conhecimentos específicos sobre o trabalho que deve ser realizado.
- Competências sobre a organização: saber organizar os fluxos de trabalho.
- Competências de serviço: aliar à competência técnica a pergunta: qual o impacto que este produto ou serviço terá sobre o consumidor final?
- Competências sociais: saber ser, incluindo atitudes que sustentam os comportamentos das pessoas; o autor identifica três domínios destas competências: autonomia, responsabilização e comunicação.

Obviamente, esses conceitos tratam dos âmbitos gerais das organizações. E esta pesquisa está concentrada em entender as competências para a escuta dessas

organizações. Por outro lado, é pertinente criar analogias com as competências e transferi-las para o contexto da escuta.

A pergunta feita para levantar conteúdos sobre a competência da escuta da organização foi: *Quais são as competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?*

Os conteúdos das respostas ficaram assim organizados:

TABELA 2: Competências da organização para a escuta

<p>Competências sobre processos: os conhecimentos do processo da escuta.</p>	<p>A horizontalidade das relações, a gestão democrática, honestidade, transparência e processos abertos são apontados como competências capazes de qualificar a capacidade da organização de estabelecer diálogos saudáveis, onde as vozes possuem lugares de fala iguais tanto com o público que compõe a organização, seus colaboradores (“da porta pra dentro”), como para o público com o qual interage “da porta pra fora”.</p>
<p>Competências técnicas: conhecimentos específicos sobre a escuta que deve ser realizado.</p>	<p>Conhecimento crítico da realidade social, conhecimento das tecnologias.</p> <p>Lidar/cuidar da informação diante de grandes avalanches informativas. As pessoas estão sendo bombardeadas por informações o tempo todo e é uma competência de organizações de comunicação independentes entender o que vai interessar e faz parte do seu lugar de ação. “E sem ferir o que a gente acredita. Queremos contar histórias que ninguém conta. E para fazer isso, a gente tem que ouvir quem está sendo pouco ouvido”. (DIAS, 2022, S/N)</p> <p>Uma competência destacada como “a ser desenvolvida pelas organizações” é a de lidar com o jornalismo de dados como forma de escutar as pessoas e determinados grupos sociais. As organizações reconhecem que ainda possuem pouca habilidade para lidar com a escuta das redes sociais, não desenvolveram competências e metodologias para lidar com essa escuta no dia a dia da organização e ainda lidam com esse tema de maneira pouco organizada.</p>
<p>Competências sobre a organização: saber organizar os fluxos de escuta.</p>	<p>Proximidade e vivência com o território é uma competência valorizada por algumas iniciativas que vivenciam a realidade das comunidades e confirmam que o fato de estarem no território, juntas, próximas, presentes estabelece um outro tipo de relação de confiança.</p> <p>Para a escuta acontecer, também é necessário horizontalidade e humildade para aprender a escutar os diferentes nos processos e não reproduzir padrões de silenciamento de grupos específicos nos territórios, e, sejam outras organizações, outros territórios, outros grupos sociais.</p> <p>Transdisciplinaridade, para poder transitar em diversos saberes e olhares coletivos e individuais. Ao atuar com ambientes coletivos, é destacada a competência para criar conexões.</p>
<p>Competências de serviço: aliar à competência técnica a pergunta: qual o impacto que a escuta terá?</p>	<p>A criatividade aparece como competência importante na criação de processos e metodologias para ampliar as escutas sociais, principalmente para as organizações que lidam com novas realidades da comunicação, como para o ambiente virtual, ou mesmo para conseguir diversificar as formas de alcançar diferentes públicos ou modelos de comunicação.</p>

	<p>“Uma coisa que a gente já notou é que nem todo mundo vai querer se comunicar do mesmo jeito. Tem gente que vai gostar de <i>Newsletter</i>, que responde e-mail, que está no <i>Telegram</i>. Temos que explorar o máximo para alcançar pessoas diferentes em cada plataforma. Se você focar em uma forma só de comunicação com seu público, algumas pessoas vão ficar de fora. Essa diversificação de formas de contato e de escuta, acho que é essencial.” (DRUMMOND, 2022, S/N)</p>
<p>Competências sociais: saber ser, incluindo atitudes que sustentam os comportamentos das pessoas</p>	<p>O engajamento com uma causa, com a causa da organização.</p> <p>O respeito irrestrito aos direitos humanos, principalmente para fazer frente à herança de um país com dinâmicas sociais pautadas em desigualdades de gênero, raça, características refletidas no âmbito da comunicação. Consideram os direitos humanos base para a transformação de todo o modelo de produção de comunicação. No contexto atual, essa competência também reforça a universalidade da escuta, que no âmbito organizacional, precisa incluir a escuta do pensamento diferente, convergente ou contraditório.</p> <p>O pensamento sobre a escuta do outro, relacionado ao direito humano de comunicar e de participar complementa-se à outra competência para a escuta organizacional apontada, de respeito às diferenças. Nesse caso, as entrevistas trataram das diferenças de opiniões, do próprio formato de atuação dos veículos diante do modelo como escolheu abordar seus assuntos, suas temáticas, seus territórios e seus públicos.</p> <p>“Acho que o <i>Jornal Empoderado</i> não concorre em nada com outros veículos de mídia preta. Cada um tem o seu viés de comunicação: um fala mais da luta antirracista, o outro fala mais da estética negra e periférica, eu falo da invisibilidade, e todos estamos no campo dos direitos humanos”. (MORAES, 2022, S/N)</p> <p>O respeito à diversidade, nesse contexto das entrevistas, aparece como uma competência para a escuta das pessoas a partir de seu lugar de fala. Descrevem como respeito à diversidade o cuidado na composição da equipe, pois as organizações enriquecem sua escuta quando são integradas por pessoas que ocupam diferentes lugares de fala entre si e também na capacidade das organizações em escutar “o diverso” para além de sua equipe.</p> <p>“... para qualquer veículo, essa diversidade é muito importante para nos ensinar a ter empatia... talvez a melhor forma de aprender a ter empatia é nos relacionar, inclusive no ambiente de trabalho, com pessoas diferentes das quais você costuma se relacionar. Isso te ajuda, te prepara a lidar com o diferente”. (SALVADORI, 2022, S/N)</p> <p>Para as pessoas consideradas “diversas”, organizações preocupadas em tê-las como parte de suas equipes exercem um papel importante no fortalecimento da representatividade, na valorização de conhecimentos e das narrativas que ocuparão esses espaços. Para organizações que abraçam a diversidade, a empatia e a paciência são competências complementares e fundamentais para favorecer um ambiente de escuta de todos. E, neste caso, a empatia e paciência, que são características da pessoa, são transferidas para o âmbito da organização.</p>

A questão prioritária sobre procurar organizar as competências individuais e organizacionais dentro de critérios de sentido tem a ver com a possibilidade de que as competências sejam aprendidas e para isso é necessário percorrer o caminho que vai da aprendizagem individual, para a aprendizagem em grupo, para aprendizagem da organização. Ainda falando sobre competências, Fleury e Fleury (2001, p.190) explora a questão da aprendizagem institucional como um processo que parte do individual, passa pelo grupo e pode chegar ao âmbito organizacional.

Explicam que individualmente, se aprende dentro de um complexo sistema neural de experiências, emoções, práticas, observações e a soma de situações de aprendizagem pode propiciar a transformação do conhecimento em competência, uma transformação que acontece em contexto profissional específico a partir da prática. A aprendizagem coletiva acontece com diálogo sobre processos, combinação de conhecimento e crenças individuais, interpretações de esquemas coletivos partilhados.

O processo de aprendizagem individual, de compreensão e interpretação, partilhado pelo grupo se torna institucionalizado quando expresso em diversos artefatos organizacionais: na estrutura, no conjunto de regras e procedimentos e em elementos simbólicos.

As organizações podem não ter cérebros, mas têm sistemas cognitivos e memórias; desenvolvem rotinas, procedimentos relativamente padronizados para lidar com os problemas internos e externos. Estas rotinas vão sendo incorporadas, de forma explícita ou inconsciente, na memória organizacional. A mudança em processos, estruturas ou comportamentos não seria o único indicador de que a aprendizagem aconteceu, mas a possibilidade deste conhecimento ser recuperado pelos membros da organização. (Fleury e Fleury, 2001, p. 190)

O desejo de aprender no âmbito organizacional também é criativo e produtivo. Uma organização que aprende gera valor social ao indivíduo, ou seja, as pessoas, ao desenvolverem competências essenciais para o sucesso da organização, estão também investindo em si mesmas, não só como cidadãos organizacionais, mas como cidadãos do próprio país e do mundo.

A capacidade de aprendizagem organizacional da escuta, do nível do indivíduo para a organização, é fundamental no contexto desta pesquisa. Pensando que são as pequenas organizações que criam, implementam e disseminam competências e metodologias (democráticas e de escuta social), temos um processo capaz de gerar

aprendizagem em estruturas sociais diversas em seus modelos de escuta democrática.

9. Dimensão de Escuta III: Percepção dos lugares de fala que circulam pela organização

Esta dimensão tem dois aspectos principais. O primeiro diz respeito ao reconhecimento das vozes que circundam a organização, dos públicos com os quais a organização atua e dialoga e, principalmente, do lugar de fala desses públicos. O segundo aspecto trata do reconhecimento do próprio lugar de fala da organização.

Essas questões deram base para argumentos simples e bastante explorados na construção teórica, de que a escuta começa com a escuta de si própria (DUNKER E THEBAS, 2019). Foram afirmações como essa que lançaram a reflexão no âmbito da construção epistemológica da escuta democrática: para escutar o outro, você precisa reconhecer os dois lugares de fala que fazem parte do processo. No caso de uma escuta com dois indivíduos: primeiro, é necessário reconhecer seu próprio lugar de fala; segundo, o lugar de fala de quem fala com você. No âmbito organizacional a regra se mantém, mas invertemos a ordem (por questão de entendimento), nesta pesquisa: entender sobre o lugar de fala do(s) público(s) com os quais atua para reconhecer o lugar de fala da sua organização.

9.1. Lugar de fala dos públicos da organização

O termo “público”, como designação de “público-alvo” de uma organização, no campo da comunicação é entendido como um segmento da sociedade com determinadas características em comum (idade, sexo, profissão, interesses etc.), ao qual se dirige uma mensagem ou um conjunto de mensagens.

Devido ao perfil da pesquisa, adotou-se a definição de França (2004) como forma de explorar conceitualmente o termo *público*. Ele parte do entendimento de que há públicos sem os quais a organização não pode viabilizar suas atividades (e seus objetivos, lucrativos ou não) e também públicos que estão envolvidos com a organização, no entanto, não são imprescindíveis para o desenvolvimento dos objetivos. Nestes diferentes graus de relacionamento, o nível de interdependência é maior ou menor, de acordo com o grau de envolvimento e participação destes públicos em suas atividades. A temporalidade na relação é outro fator observado, que revela que há relacionamentos permanentes, frequentes ou ocasionais.

Além dos objetivos do relacionamento, três critérios lógicos permitem estabelecer melhor a compreensão dos públicos e de sua função:

- o grau de dependência jurídica e situacional da organização em relação aos seus públicos
- o grau de participação dos públicos nas atividades da organização
- o nível de interferência que determinados públicos podem exercer sobre a organização e suas atividades (redes de organizações, outros veículos de comunicação, e outros segmentos capazes de interferir na legitimação ou no descrédito da organização junto à opinião pública).

Com base nos tipos de público, tipos de relacionamento, objetivos da organização e resultados esperados, França lista três tipos de públicos: essenciais, não essenciais e redes de interferência (GLÜER, S/D, p. 205):

- Os *públicos essenciais* são aqueles ligados juridicamente à organização e dos quais a mesma depende para sua constituição, manutenção de estrutura, sobrevivência e execução de atividades. Podem se dividir em essenciais constitutivos (conselho superior) e essenciais não-constitutivos (associados) ou de sustentação (financiadores, responsáveis pela manutenção, mas sem papel na constituição da organização). Os públicos de sustentação podem ser classificados em primários (colaboradores diretos) e secundários (temporários, que permanecem na organização apenas no período de um projeto, por exemplo).
- Os *públicos não-essenciais* definem-se como redes de interesse específico, não participam das atividades e normalmente atuam externamente. Podem ser divididos em redes de consultoria, redes de setores associativos organizados, redes de setores sindicais e redes setoriais da comunidade.
- As *redes de interferência* representam públicos especiais do cenário externo que, pelo seu poder de liderança operacional ou representativa junto à opinião pública podem gerar interferências indesejáveis ou apoiar a organização (poder público, outras organizações na comunidade, outros veículos de comunicação).

9.1.1. Redes de interferência das organizações

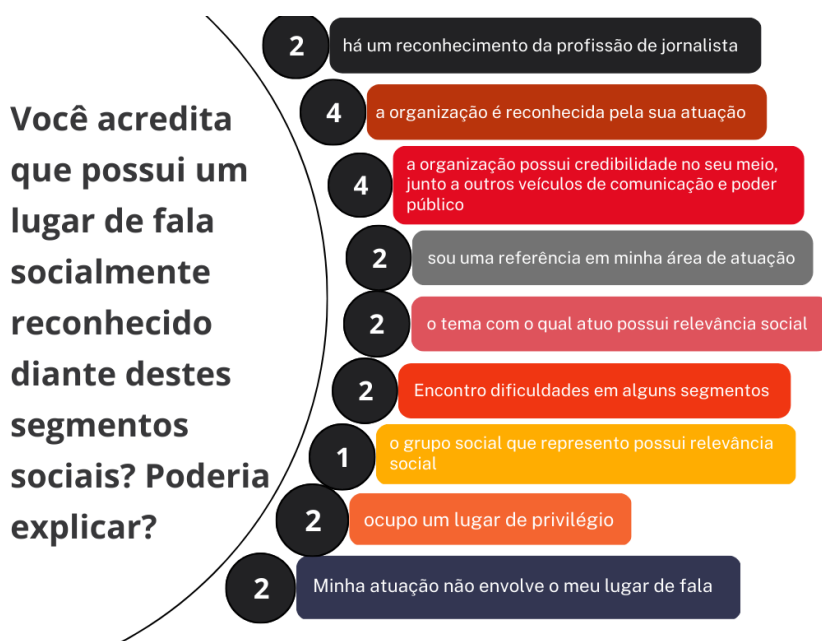
Na pesquisa, a partir da definição sobre públicos, criamos alguns níveis de identificação dos públicos. Na questão do nível I, sobre o gestor:

- *Com quais segmentos sociais, você em sua atuação, precisa dialogar frequentemente?*, procurou identificar as redes de interferência, prioritariamente.

Dialoga com quais segmentos sociais



E, para identificar como percebem seu lugar de fala diante desses públicos, a pesquisa revelou o seguinte⁷⁶:



⁷⁶ As respostas na íntegra podem ser lidas no item 6 desta pesquisa.

9.1.2. Públicos sobre quem se fala e/ou para quem se fala

No nível II, a pesquisa perguntou aos entrevistados:

- *Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?*, que, de acordo com a classificação de França, representa o grupo *não-essencial* (diante do trabalho realizado, mas, que na conceituação desta pesquisa, são absolutamente essenciais e as práticas de atuação em redes comunitárias, por exemplo, demonstra um outro lugar de organização)

Nas respostas para esta questão, é possível identificar nas falas um tipo de público sobre quem é produzida ou mesmo destinada a comunicação das organizações, a partir da lógica de que existem pessoas que querem ou precisam saber o que acontece sobre um contexto específico (território, grupos sociais, etc).

Existe um segundo público identificado nas falas, que são aqueles para quem a comunicação produzida tem um papel educativo, e não apenas informativo. Por exemplo, no caso das mídias indígenas, elas produzem informação para seus “parentes”. Quando se trata de pessoas não-indígenas, essa informação passa a ter um caráter educativo, pois é uma forma de aprender mais sobre os povos indígenas a partir da perspectiva dos indígenas (para além de apenas se informar sobre assuntos relativos aos povos tradicionais).

Há ainda um terceiro público, no qual a comunicação assume um lugar de sensibilização, de mobilização sobre a importância de assumirem seus lugares como protagonistas das narrativas. São aqueles que integram ações formativas dentro das organizações, sendo público das oficinas, das atividades, de eventos, dos projetos. É o caso das organizações que atuam paralelamente com educadores ou na formação de redes de comunicadores.

No caso do Ibeac, por exemplo:

A gente chama de pessoas “interagentes”. E esse nome já quer dizer muito. Nós encontramos na *Rede Nacional de Bibliotecas Comunitárias* e paramos de chamar de público, frequentador, leitor. A gente considera que cada pessoa que faz parte do que realizamos é inter-agente. Porque são elas que balizam as mudanças de nosso repertório, que nos fazem desenhar os programas, as ações. Elas interagem o tempo todo com nossos saberes, que precisam chegar em diálogo com quem está dentro do território. (SANTOS, 2022, S/N)

Ainda, há uma diferenciação importante: nem sempre o público a quem se destina a comunicação é o público que efetivamente acessa aquele conteúdo. É o que destaca a *Ponte Jornalismo*, por exemplo, sobre a expectativa de ser acessada por pessoas e comunidades que potencialmente sofrem as violências invisibilizadas pelas outras mídias, mas, efetivamente, ser muito visitada por pesquisadores, estudiosos do tema, agentes públicos, professores, etc. Uma questão que pode ser entendida como “expectativa” versus “realidade”.

A pesquisa nomeou e organizou os recortes de públicos citados nas entrevistas da seguinte forma:

- **Comunidades, territórios, periferias e favelas:** algumas organizações atuam de uma forma territorial, com pessoas que podem ser moradores ou interessadas no território, como pesquisadores e estudiosos, turistas, jornalistas, veículos de comunicação, ou mesmo o poder público, na busca de informações mais qualificadas sobre determinada comunidade. Estabelecem relações com outros organismos que integram a comunidade, como a escola local, a Associação de Moradores, a igreja da comunidade. Essas organizações desenvolvem um modelo de produção de comunicação a partir do próprio território, com o protagonismo e participação direta dos moradores locais, que identificam pautas, constroem conteúdos, acessam as informações, etc. São responsáveis por fortalecer novas narrativas sobre os territórios. Fazem parte deste recorte: Agência de Notícia das Favelas, Voz das Comunidades, Ibeac, Agência Mural.
- **Adolescentes e jovens:** algumas organizações tem como ponto estratégico de sua atuação a adolescência (12 a 18 anos, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente) e juventude (15 a 29 anos, de acordo com o Estatuto da Juventude). As juventudes também aparecem em recortes complementares como: juventude periférica, negra, LGBTQIA+, indígenas, de escolas públicas, assentamentos, entre outras, transversalizando identidades. Os adolescentes aparecem como agentes de muitos processos nas organizações, tendo atuação na gestão, na produção de comunicação e nas atividades formativas. As organizações acreditam que o empoderamento de adolescentes não se dá apenas no escutar, mas sim em criar meios, mecanismos, instrumentos para

que eles possam se empoderar a ponto deles mesmos dizerem o que querem, fazerem propostas e exercerem a plena cidadania. (LIMA, 2022, S/N). Fazem parte desse recorte: *Viração Educomunicação*, *Agência Mural*, *Parafuso Educomunicação*, *Énois* e *Mídia Índia*.

- **Indígenas, como público e temática:** as mídias indígenas tratam da totalidade dos povos indígenas, tanto das diversas etnias, assim como de diferentes territórios onde as lutas e as pautas indígenas estão presentes. Essas mídias priorizam o protagonismo de suas populações na produção de comunicação e tem a preocupação de falar de temáticas dos povos tradicionais para outros públicos não-indígenas. As iniciativas voltam-se para a juventude indígena e a *Visibilidade Indígena*, em específico, prioriza como tema a arte indígena. É importante destacar que várias mídias entrevistadas, que não são voltadas para temáticas indígenas exclusivamente, passaram a desenvolver atividades com o público indígena, principalmente em suas formações no campo da comunicação, como a *Enóis* e a *Pública*. Fazem parte desse recorte a *Mídia Índia* e a *Visibilidade Indígena*.
- **Negras e negros, como público e temática:** Esse público, atualmente, ganha destaque em várias linhas de atuação nas organizações de comunicação independente que tem o compromisso de defesa dos direitos humanos. Alguns casos presentes nesta pesquisa são: *Gênero e Número*, que faz o recorte de raça em sua cobertura, *Ponte Jornalismo*, que em sua cobertura sobre segurança pública enfatiza a necessidade de destacar questões raciais, a *Énois*, que reforça a importância da presença de pessoas negras integrando as redações em todos os veículos de comunicação. Existe um desafio importante destacado nas entrevistas, que vai além do trazer o recorte da raça para diversos assuntos do cotidiano, mas trata da representatividade de pessoas negras diante de qualquer assunto presente nos veículos de comunicação. Geralmente, pessoas negras ficam relegadas para falar e temáticas negras, como racismo, religião de matrizes africanas, etc. Integram esse perfil: *Jornal Empoderado*, *Ponte Jornalismo*, *Gênero e Número* e a *Énois*.

O *Jornal Empoderado* não é uma mídia preta pra pessoa preta. Ele é feito por pessoas, em sua maioria, negras, para quem debate direitos humanos. Então, nós temos muita gente negra, mas muita gente branca que quer se

inteirar do universo negro e periférico. Tenho esses dois lados. (MORAES, 2022, S/N)

- **Pessoa com deficiência, com o recorte LGBTQIA+ (e vice-versa):** O *Vale PCD* nasce com esse recorte e entende como público: primeiro, PCDs que querem aprofundar seus conhecimentos sobre sua sexualidade; segundo, pessoas e organizações LGBTQIA+ que precisam ampliar seu olhar para PCDs, para que sejam mais inclusivas em suas ações (como por exemplo, em eventos como a Parada LGBTQIA+); terceiro, a sociedade em geral sobre questões da sexualidade de PCDs, sobre inclusão e sobre capacitismo⁷⁷. O destaque para essa iniciativa está no fato da comunicação ser protagonizada por pessoas com deficiência.

Muitas vezes, pessoas sem deficiência, quando não tem informação, não se aproximam de uma pessoa com deficiência. Têm medo e nos definem como incapaz. E a gente pode fazer muitas coisas lutando pelo nosso direito, lutando pela adaptação, pela acessibilidade, pela inclusão, pelo nosso lugar de fala e conversando sobre nossa sexualidade. (PAIVA, S/N, 2022)

- *Temas e público feminino (questões de gênero):* a transversalidade dos debates de gênero também aparecem junto a diversas iniciativas entrevistadas, de forma muito similar ao tema raça. Isto porque iniciativas como a *Ponte Jornalismo*, entendem a necessidade do recorte de gênero para falar de violência, tendo sido pioneira na cobertura sobre feminicídio, a *Énóis: Escola de Jornalismo*, traz questões da necessidade de redações compostas de mulheres e ela, em si, destaca o fato de ser criada e formada prioritariamente, por mulheres. A *Gênero e Número* tem um público leitor, em sua maioria feminino, maior de 25 anos, pesquisadoras, acadêmicas, e pessoas interessadas nesse debate em organizações da sociedade civil, que não necessariamente atuam com esse tema, mas que querem saber mais do debate de gênero e raça. (SILVA, 2022, S/N). O Núcleo Jornalismo possui ações voltadas para questões de gênero nas redes sociais.

⁷⁷ O **capacitismo** é um preconceito, uma ação discriminatória contra as pessoas com deficiência, diante da percepção da condição de deficiência como uma incapacidade que torna a PCD alguém vulnerável, inferior, incapaz de ter autonomia e independência. O capacitismo tem diversas formas: a física, a arquitetônica e social. (PAIVA, 2022, S/N)

- *Educadores e setores da educação*: Esse segmento aparece prioritariamente como público das organizações que atuam diretamente com educomunicação, como um segmento a ser formado para conhecer e implementar práticas educacionais em suas atividades. Detalham esse como um público de suas organizações: *Viração Educomunicação* e *Parafuso Educomunicação*.
- *Organizações sem públicos específicos*: foram incluídas neste tópico o *Núcleo Jornalismo*, por atuar com jornalismo de dados e ter como público pessoas com interesse neste tema, por mais que desenvolvam projetos específicos para cientistas, mulheres, políticos e jornalistas. Pode ter definido como público pessoas interessadas nas redes sociais. O *Núcleo* incluído na pesquisa por desenvolver um processo diferenciado de escuta social a partir das redes e tecnologias. A *Pública* também não estabeleceu um público específico diante de seu modelo de atuação com jornalismo investigativo (mesmo tendo sido criada por mulheres) e a *Ponte*, mesmo com o viés da segurança pública com recorte de raça e gênero também entende que não possui um segmento específico de atuação ou de direcionamento de sua atuação. A pesquisa também incluiu neste tópico a *Catarse*, que tem uma relação com movimentos sociais invisibilizados pela grande imprensa, mas não se limita a eles. Também tem uma atuação forte no campo cultural. De toda forma, pode-se dizer que essas organizações estabelecem uma relação próxima com segmentos que têm seus direitos humanos violados, sejam negros, quilombolas, indígenas, sem-teto, sem-terra, etc.

Com isso, é importante dizer que grande parte das organizações entrevistadas criou uma dicotomia de públicos que muito interessa para esta pesquisa: transformam os públicos não-essenciais em essenciais, de acordo com a classificação de França. Para explicar com mais propriedade, vamos utilizar o exemplo da *Mídia Índia*, na qual o indígena, de alguém sobre quem se fala, também se transforma naquele que fala sobre quem se fala, isto é aquele que fala sobre si como representante de sua própria coletividade.

Essa relação exige um novo uso das preposições, pois representa o indígena que fala sobre/para/pelo/com outros indígenas e para a sociedade. Essa mídia independente torna-se o lugar de fala de quem luta pelo lugar de fala, assim como descrito na teorização sobre a construção dos significados do lugar de fala.

Talvez essa seja a grande transformação social dessas mídias, que procuram ocupar os espaços públicos com suas narrativas construídas pelo próprio ser cuja voz está invisibilizada. Nesse sentido, enquanto veículo de comunicação, eu não falo sobre a favela, ou sou a favela falando; eu não falo sobre a juventude, eu sou a juventude falando; eu não falo sobre o indígena, eu sou o indígena falando, e assim por diante. Esse tema seguirá sendo aprofundado no próximo capítulo.

9.2. Lugar de fala das organizações

Recapitulando, o conceito de lugar de fala diz respeito a condições sociais que permitem que grupos invisibilizados definam-se, criem suas epistemologias enquanto coletividade e acessem lugares de cidadania, dentro de uma estrutura social que se constituiu a partir de práticas de poder moldadas para deixá-los invisíveis, silenciados, restritos. (RIBEIRO, 2016, p. 35)

A lógica do ponto de vista feminista negro nos dá base para entender o lugar de fala relacionado a diferentes grupos sociais vulnerabilizados por uma estrutura hegemônica que os criou culturalmente, que os objetifica e desumaniza.

A pesquisa procurou saber como as organizações definem seu lugar de fala, a partir de sua atuação como veículos de comunicação independentes.

A pesquisa demonstra, neste tópico, que as organizações possuem um lugar de fala em conjunto com seus públicos e as pessoas que as compõem. Consideram seu formato de comunicação voltado para fortalecimento de vozes sociais silenciadas, principalmente por assumirem o viés de uma comunicação pautada nos direitos humanos e que valoriza a participação, a igualdade, diversidade, coletividade, etc.

A partir das análises das respostas, a pesquisa dividiu os lugares de fala a partir de três tópicos específicos:

1. Um novo lugar de fala para o jornalismo ou para a comunicação que produzem
2. O lugar de fala de um território
3. O lugar de fala das coletividades historicamente silenciadas

9.2.1. Um novo lugar de fala para o jornalismo ou para a comunicação que produzem

Todas as organizações entrevistadas trazem aspectos diferenciais da comunicação que desenvolvem. Contudo, algumas destacam certa relevância neste aspecto do jornalismo, por terem como principal enfoque contestar um modelo de produção de informação e desenvolverem novas propostas pautadas nos direitos humanos, temáticas específicas ou até novas formas de garantir o acesso à informação ou de produzir a informação, como no caso do jornalismo de dados.

Por exemplo, a *Agência Pública* posiciona o seu lugar de fala a partir de um jornalismo investigativo, pautado nos direitos humanos e com conteúdos acessíveis a todas as pessoas, sem qualquer tipo de restrição econômica ou ideológica. “A gente faz esse jornalismo aprofundado, acessível para as pessoas porque a gente acredita no acesso a informações de qualidade para melhorar a qualidade do debate público e da democracia”. (DIAS, 2022, S/N)

A *Ponte Jornalismo* destaca que na composição da equipe tem pessoas que são da classe média, também oriundas da periferia, pessoas negras, brancas, homens e mulheres e coloca esse aspecto como um diferencial na composição da organização para constituir seu lugar de fala. Devido ao tema relacionado à segurança pública, é um veículo que circula entre as localidades, com um lugar de fala mais externo aos territórios do que interno, o que traz vantagens e desvantagens ao modelo de atuação.

Uma vantagem é denunciar essas questões de violência com mais segurança do que é possível ser feito pelas mídias que são propriamente dos territórios, periféricas. É comum que algumas mídias periféricas nos procurem com denúncias que elas não têm condições de publicar, por serem feitas exclusivamente por pessoas que são dos territórios. Existe muita insegurança ao publicar denúncias do aparelho repressivo de Estado, ou que envolve a polícia. (SALVADORI, 2022, S/N)

O *Coletivo Catarse* considera que seu formato de organização e de fazer comunicação posiciona seu lugar de fala. Têm um formato colaborativo de fazer informação, com muita participação e parcerias com pessoas e movimentos sociais. O seu diferencial está no diálogo que conseguem estabelecer com seus públicos. Para eles, ter o formato de uma cooperativa favorece esse tipo de atuação, mas dificulta que determinados públicos façam parte como cooperados.

Énois assume um lugar de fala que disputa o conceito de jornalismo e que criou ferramentas para um novo formato de ensinar. É uma organização fundada por mulheres, brancas de classe média e ensino universitário, que iniciou suas atividades nas periferias, com juventudes e lidando com a diversidade deste lugar de atuação. Atualmente, cuida da diversidade do seu lugar de fala na composição de sua equipe. Possui um conselho composto por um comunicador indígena, um jornalista negro, mulheres representantes da Rede da Maré, do movimento pela defesa da comunicação e do mundo corporativo. “Trouxemos a diversidade para compor a Énois. Acho que esse é um pouco o nosso lugar de fala, de trazer cada vez mais vozes dissonantes”. (RAHRA, 2022, S/N)

A *Vaidapé* considera que o seu novo formato de comunicação foi favorecer espaços de fala para pessoas e grupos que não tinham espaço na mídia alternativa ou na grande mídia. “Fazendo uma analogia com um show de música, a gente não queria ser a guitarra, a gente queria ser o amplificador de vozes” (ALVES, 2022, S/N).

Por fim, no campo da construção de um novo lugar de fala para o jornalismo, o *Núcleo* surge com uma proposta nas redes e com o uso das tecnologias, pois realizam investigações a partir de dados. Por um lado, procura entender o uso e funcionamento de grupos, temas e pessoas, seja de grupos específicos, como políticos, comunidade científica. Por outro, organiza essas informações, transformando-as em estudos, números, dados relevantes para serem oferecidos para jornalistas e outros veículos de comunicação, ONGs, servidores públicos, e outros segmentos interessados em olhar para as redes sociais e entender determinadas dinâmicas e temas.

9.2.2. A fala dos territórios onde vivem as pessoas

As mídias territoriais podem ser entendidas como veículos responsáveis por inovações importantes na produção de informação comunitárias e periféricas. Relaciona-se com o conceito de lugar de fala geopolítico, que contesta a invisibilidade das vozes presentes em territórios periféricos. É o caso da ANF, que garantiu o lugar de fala da comunidade em suas páginas, com a atuação de cerca 800 comunicadores comunitários responsáveis pelas pautas e pela produção de conteúdos, pautados por valores e compromissos de um jornalismo independente e comunitário, com princípios diferenciados com relação a temas, pessoas, localidades ou mesmo, condições sociais específicas.

A *Agência Mural* considera que seu lugar de fala são as periferias, a partir de valores conduzidos pela sua missão de quebrar os estereótipos presentes nessas comunidades e construídos, muitas vezes, por uma forma distorcida de fazer comunicação. Para dialogar sobre o território, definiram que não produzem pautas sobre assuntos estigmatizantes das regiões periféricas, como violência, segurança pública, assistencialismo e outras ações que vêm de fora para dentro. Eles seguem os princípios de produzir notícia a partir da/com a/pela periferia, acessada pela própria comunidade, mas também por pessoas de fora, interessadas em outras formas de ver e narrar localidades silenciadas ou estigmatizadas. A ideia é mostrar como a periferia

gera outras pautas, constrói assuntos diversos e demonstra para o mundo temas que fazem parte do dia a dia dessas comunidades. A *Mural* também possui uma rede de comunicadores comunitários para garantir esse lugar de fala periférico para a organização.

A *Voz das Comunidades* também segue essa linha que surge de dentro para fora, criada e composta por pessoas locais, com extrema proximidade com os moradores, com facilidade para receber informações e direcionamentos que dialogam com um jeito de fazer comunicação que surge do local. Falam para outras comunidades, para fora das favelas, principalmente para a grande mídia, outras organizações, e segmentos sociais interessados em saber mais das favelas.

Então, o nosso lugar de fala é de dentro pra fora, para as grandes mídias, para pessoas de fora que não moram em favelas. Mas também para os nossos moradores, da Penha, do Complexo do Alemão, no sentido de serem retratados de formas diferentes, com outras narrativas de suas histórias, capaz de dizer o que é verdadeiro e falso no que foi divulgado por outras mídias. (PIRES, 2022, S/N)

Características comuns a todas essas experiências territoriais: têm redes de comunicadores compostas por moradores das próprias comunidades, se consideram uma linha crítica e inovadora de comunicação, capaz de reduzir estereótipos e acreditam na missão de ensinar para o restante da sociedade o funcionamento das comunidades. O posicionamento político dessas organizações está principalmente na defesa dos direitos dos territórios e humanos, na contestação de um modelo pouco representativo de comunicação e na proximidade e empatia com a localidade.

9.2.3. O lugar de fala das coletividades historicamente silenciadas

Reforçando, a pesquisa dialogou com organizações que produzem comunicação sobre/com/para pessoas com deficiência, indígenas, negros, mulheres, LGBTQIA+, jovens, isto é, com públicos historicamente silenciados socialmente, inclusive pelas estruturas hegemônicas, como a mídia tradicional.

Olhando para características comuns dessas organizações que atuam com grupos específicos, elas têm um lugar de fala coincidente com seu público. Os casos trazidos aqui são de organizações criadas por pessoas que integram os públicos para

os quais atuam. Então, não apenas falam sobre um tema, as pessoas vivem esses temas e possuem uma grande ação protagonista na produção de comunicação.

Entre estas organizações, o *Ibeac* defende um lugar de fala relacionado com a defesa da democracia, por meio do fortalecimento de processos de participação das pessoas e das comunidades. Ao longo da sua trajetória de mais de 40 anos, acredita na conexão com as novas formas de se fazer presente na consolidação democrática de forma coletiva.

O nosso lugar como instituição que tem uma história consolidada, não é levar receita para as pessoas. Temos um lugar de encorajar as pessoas à participação. Falamos “com” e nunca falamos “por”, mesmo eu tendo toda a minha trajetória na periferia, em nenhum lugar você vai me encontrar falando pelos jovens periféricos. O máximo que eu posso fazer é falar desse meu lugar como instituição, e falar sobre o que os jovens disseram sobre os assuntos, mas eu não sou porta-voz. Estamos falando juntos. (SANTOS, 2022, S/N)

A *Viração* assume um papel muito similar ao do *Ibeac*, de mediação de processos de participação, de comunicação, de educomunicação, nessa linha do que teoriza Martin Barbero: “A gente procura mediar todo e qualquer processo educativo e comunicativo para que esse público adolescente possa fazer o que quiser, dizer o que quiser, narrar o que quiser. A gente tenta melhorar a qualidade dessa participação para não manipular esses processos”. (LIMA, 2022, S/N). Outro ponto importante para a *Viração* é de, ao longo dos anos, ter uma equipe composta por muitos jovens em suas diversidades negras, periférica, LGBTQIA+, com deficiência, com uma média em torno dos 20 aos 35 anos.

O processo educacional da *Parafuso*, assim como da *Viração*, valoriza o lugar de fala de seus integrantes, como coletivo, e procura reforçar um lugar junto com a juventude, no campo dos direitos humanos.

Eu, como uma mulher jovem e negra, eu falo do meu ponto de vista na educomunicação de alguém que defende os direitos humanos e que esses direitos humanos é sobretudo falar sobre juventude negra, é sobre falar de feminismo negro, é sobre falar sobre a periferia, de escola pública. Fazemos um trabalho com os jovens de formação política e cidadã para que eles passem a criar suas próprias narrativas ocupando, eles próprios, seus lugares de fala. (CORDEIRO, 2022, S/N)

Na *Gênero e Número*, que tem a temática das mulheres, da sexualidade e da raça na sua missão, é um importante fator de afirmação do lugar de fala ter sido criada por mulheres jornalistas.

Faz uma grande diferença uma organização ser criada por mulheres e que tem o entendimento do debate de gênero e raça não como um recorte, mas como a base do debate pra gente falar da sociedade brasileira. Entendemos que é possível falar de tudo, partindo dessa perspectiva. Eu consigo falar de trabalho, de saúde, de economia de tudo partindo desse debate de gênero e raça. (SILVA, 2022, S/N)

Atualmente, a *Gênero e Número* se percebe a primeira plataforma a falar de gênero a partir do jornalismo de dados, criando conexões temáticas com raça e sexualidades. Não fazem parcerias com organizações que não tenham os mesmos valores e não se preocupem em dialogar com esses públicos. Por isso, acabam desenvolvendo um trabalho muito forte com organizações da sociedade civil, com o terceiro setor, que são organizações que estão um pouco mais cientes sobre esses debates.

O *Jornal Empoderado* assume um lugar de fala focado na realidade racial e periférica, a partir de uma política editorial de permitir que as pessoas contem suas histórias. “É uma prática que assustou muita gente, pois publicamos as informações do jeito que as pessoas fizeram. Só mudo se tiver um erro muito estruturante e sempre com a permissão das pessoas. Ou se a pessoa pedir para que eu edite a matéria” (MORAES, 2022, S/N).

As duas mídias indígenas talvez sejam as mais definidas sobre o lugar de fala que ocupam, pois nasceram com a missão de fortalecer e reafirmar seu lugar a partir da comunicação que produzem com e para os povos tradicionais. A *Mídia Índia* foi criada por indígenas, fala sobre indígena, com indígenas, para indígenas e não-indígenas. “Porque a gente está ali falando, a gente está mostrando a cultura dos povos, está mostrando como é a realidade, o que acontece para que essas outras pessoas quebrem estereótipos, olhem e vejam a gente de uma forma totalmente diferente do que elas estão acostumadas a ver”. A MI possui uma característica de dialogar com várias etnias, territórios e lideranças. Faz isso também a partir de uma rede bastante abrangente de jovens produtores de mídia.

A *Visibilidade Indígena*, que trata da arte e cultura dos povos tradicionais, explica que tem um lugar de fala enquanto artistas indígenas. Quando fazem uma cobertura de algum evento, sempre vai trazer o olhar do artista indígena: “Isso acontece em todos os processos, desde design, até curadoria de conteúdo”.

E, por fim, o *Vale PCD* explica assim seu lugar de fala:

O meu lugar de fala de interseccionalidade, eu, pessoa com deficiência, homem cis, bissexual. Esse é o meu lugar de fala. Mas, quando falo do Vale PCD, eu estou trazendo diversas falas das pessoas com deficiência, LGBTQIA+, que possuem semelhanças na realidade de um pro outro. Muitas vezes, somos invisibilizados e queremos lutar pelo nosso direito, pelo nosso lugar como pessoa, e a fala do Vale PCD é uma fala de todos esses recortes que foram silenciados por muito tempo por meio do capacitismo estrutural. Então, a voz do *Vale PCD* são as vozes das pessoas com deficiência e LGBTQIA+.

Vale lembrar que esses veículos independentes procuram valorizar seu lugar de fala como veículos de comunicação que enfrentam resistências para ocupar o espaço público dos veículos de comunicação, pois não reproduzem determinadas narrativas ou metodologias, e contestam a construção da verdade neutra. Ao se posicionarem a partir das suas vivências, experiência e identidades, são descredibilizados por isso, sendo interpretados como expressões de nichos, tendenciosos, não-objetivos ou não-neutros em suas apurações das verdades dos fatos.

10. Dimensão de Escuta IV: Percepção do lugar de escuta

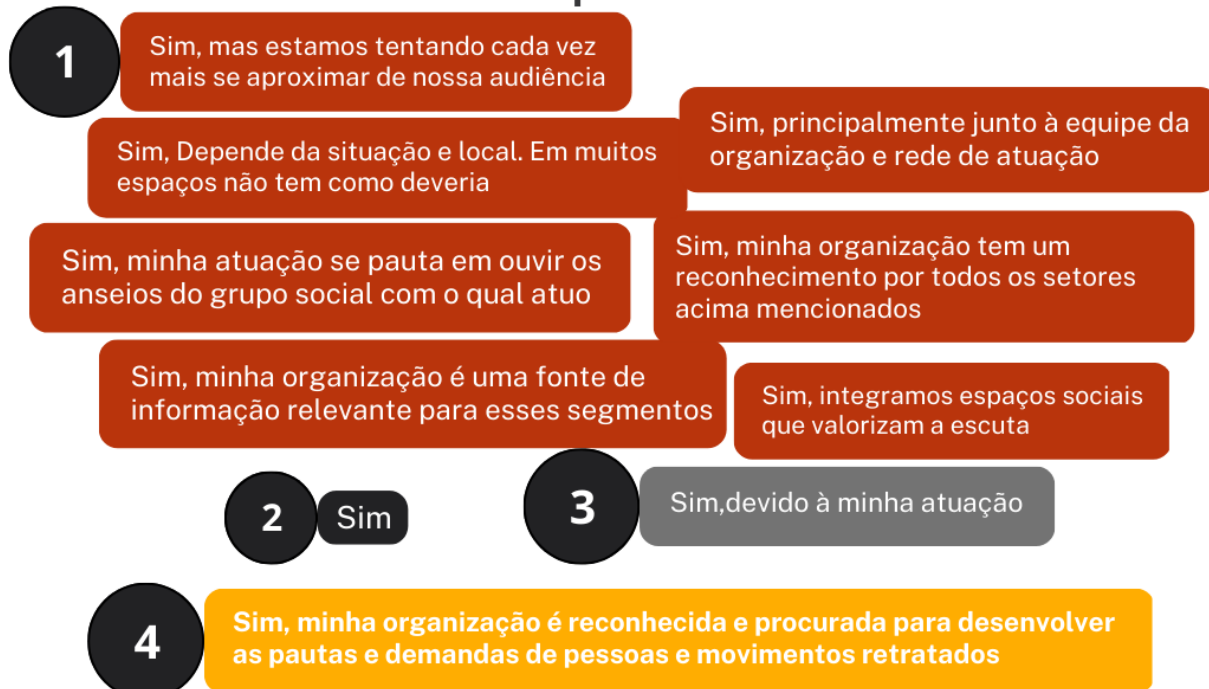
No capítulo anterior, a pesquisa organizou as informações sobre os públicos das organizações. Não retomaremos essa organização, mas é necessário tê-la em mente para a criação da percepção sobre o lugar de escuta.

A pesquisa, para entender o lugar de escuta das organizações, também organizou as questões em dois níveis. No Nível I, sobre o gestor:

- *Acredita que possui um lugar de escuta socialmente reconhecido diante destes segmentos sociais? Poderia explicar?*

A pesquisa fez uma organização por proximidade de sentidos.⁷⁸

Acredita que possui um lugar de escuta socialmente reconhecido diante destes segmentos sociais? Poderia explicar?



⁷⁸ As respostas na íntegra podem ser lidas no Capítulo 6.

No nível organizacional, as perguntas direcionadoras dessa dimensão foram:

- *Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)*
- *Qual a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?*

10.1. Qual é o lugar de escuta das organizações

Obviamente, toda a integralidade da pesquisa tem conexão com a dimensão da escuta. Contudo, como já foi explicado, criamos as dimensões da escuta que quando somadas, denotarão uma epistemologia da escuta baseada no contexto de segmentos sociais preocupados com a quebra da cultura do silêncio, com o aprimoramento dos processos democráticos e com a escuta de vozes silenciadas.

Retomando alguns pontos do que a pesquisa construiu sobre a escuta:

- A escuta é desvalorizada (em relação à fala)
- O processo de escuta começa com a escuta de si (inclusive no âmbito organizacional)
- Pode ser aprendida e reflete o contexto emocional, social e histórico de quem fala e de quem escuta
- A escuta como ato político estabelece outros formatos de relações
- É mais do que ouvir, escutar é uma forma de perceber o “oculto das situações”
- Necessita estar acompanhada de uma série de valores
- Necessita de um processo intenso de reconhecimento “do outro”
- Escutamos de diferentes formas as diferentes vozes - a escuta depende do meu lugar de fala e do lugar de fala do outro
- O processo de silenciamento de vozes sociais, estruturalmente, mesmo inconsciente, é intencional
- A escuta de uma organização é coletiva nos dois sentidos (o coletivo interno da organização cria capacidade de escuta do coletivo externo da organização)

As respostas para o lugar de escuta das organizações demonstram, prioritariamente, um olhar de contestação ao modelo de escuta social implementado pela imprensa tradicional. Nos veículos independentes, a escuta está diretamente vinculada aos públicos silenciados com os quais eles atuam, seja no desrespeito aos direitos humanos, ou por questões de raça, de gênero, de religião, ou de classe social.

A escuta, conforme apresentada na pesquisa, pode acontecer influenciando a gestão das organizações, durante o planejamento, na elaboração de projetos, durante processos de avaliação. Também pode estar relacionada com as atividades de comunicação, isto é, na produção de pautas, de conteúdos gerais como reportagens, podcasts, documentários, etc. E há uma escuta mais espontânea, geralmente aquela que chega por intermédio das redes sociais.

As entrevistas demonstraram que esses momentos de escuta dizem respeito a públicos externos (redes de interferência e pessoas que interagem com a organização, mas não integram seu dia a dia) e internos da organização (públicos essenciais pois executam as atividades ou têm papel jurídico: os colaboradores, equipe, gestores, associados, conselho).

10.1.1. Como escutar territórios?

No caso das mídias que cobrem territórios específicos, o lugar de escuta funciona como forma de fortalecer as narrativas e protagonismo das próprias comunidades, principalmente diante das situações estigmatizantes, como violências, chacinas, assassinatos, ou mesmo em qualquer situação de violação dos direitos humanos.

A ideia de contar o que aconteceu na favela, que ouve o porta-voz da Polícia Militar do Rio de Janeiro, mas não ouve ninguém da favela é insustentável. Aqui (na AJN) acontece o inverso. Nós somos um veículo de mídia diferente daqueles no geral, que são voltados para a classe média e alta. Nós somos voltados para os pobres. (FERNANDES, 2022, S/N)

O lugar de escuta dessas mídias representa a diversificação de fontes e vozes sociais: escutar as pessoas e comunidades antes das fontes oficiais, do poder público, da polícia, autoridades, etc. Algumas das mídias, como a *Ponte Jornalismo*, apontam como seu lugar de escuta a população historicamente mais vulnerabilizada. Então, é

a comunidade negra, a população de mulheres, a população LGBTQIA+, que sofre com o preconceito e outras violências. Essas são as pessoas preferencialmente escutadas e que orientam o ponto de vista e que conduzem a elaboração das narrativas presentes nas reportagens. Privilegia o lado de quem sobre a opressão.

A gente busca estar muito próximo das comunidades periféricas, dos movimentos sociais, e ser considerado um aliado dessas pessoas. A mãe teve um filho preso, a pessoa que sofreu uma violência policial, o movimento social que quer organizar um seminário sobre temas ligados à segurança pública, o estudioso de temas da segurança pública, procuram a Ponte. Então, são essas as pessoas, as vozes, os atores que a gente procura ouvir. (SALVADORI, 2022, S/N)

O *Ibeac* entende que sua ação no território é amplamente de escuta e que não há como atuar em uma região com formatos prontos e provindos do interior das organizações. Precisam se estruturar a partir da escuta das vozes locais e ao longo dos 40 anos de atuação, foram criando novas dinâmicas de escuta dos territórios. Ao atuar com articulação e envolvimento comunitário, começaram a reunir e escutar as mulheres nos territórios. Ao escutar as mulheres, foi inevitável evoluir para um processo de escuta das crianças e adolescentes e a partir disso, a organização percebeu a importância de escutar as estruturas com as quais esses públicos interagem, como a escola e o posto de saúde. “E quando a gente escuta a escola, vai ouvir sobre questões de nutrição, de desenvolvimento do corpo, da mente. Então, passamos a ter uma espiral de temáticas para desenvolver” (SANTOS, 2022, S/N). É uma escuta viva, vivencial e mutável ao longo do tempo.

Esta trajetória, no caso do *Ibeac*, também trouxe a percepção da necessidade, como organização, de escutar outros públicos para interagir melhor com Parelheiros: especialistas, conselho, equipe, para aprender a como atuar diante de determinados temas ou realidades. Para escutar uma realidade complexa, é necessário desenvolver formatos de escuta igualmente complexos, com ambientes de escuta local, onde estejam presentes parceiros, organizações, as pessoas, as equipes e outros segmentos capazes de fazer uma escuta conjunta e coletiva do território.

Um dia eu dei uma formação sobre escuta e nas minhas pesquisas eu encontrei que o primeiro órgão desenvolvido é o ouvido, que também é o último a ser perdido. Por isso, quem trabalha com a literatura nas situações de doenças crônicas aposta muito na leitura para pessoas que aparentemente parecem inconscientes, pois a audição é o último órgão que desliga. Então, escutar tem que estar do começo até o fim da nossa trajetória. E a gente vai tentando fazer isso... escutando, anotando, construindo

consenso, ao invés de ficar elegendo qual é a melhor proposta, a gente vai fazendo sempre esse exercício. Vamos escutar até conseguir construir consenso sobre o que fazer naquele momento ou situação. (SANTOS, 2022, S/N)

10.1.2. A escuta como um modelo de gestão

A importância de escutar suas equipes, conselheiros, associados e parceiras foi uma reflexão comum para várias entrevistadas. Dentro desse tópico, cada uma trouxe uma análise importante para a pesquisa de formatos ou momentos de escuta. O *Coletivo Catarse*, por exemplo, reforçou o seu lugar diferencial como cooperativa e o que isso representa para esse modelo de escuta do público interno.

Primeiro, uma cooperativa se organiza propondo outras hierarquias, e esse é um ponto importante sobre como relações de poder podem definir quem é mais escutado dentro de uma organização, como lembrou Lovato (2019). Mesmo diante de uma necessidade burocrática institucional, a *Catarse* trabalhou muito para construir um ambiente horizontal e participativo na gestão e planejamento e de valorização das vozes de todos os cooperados.

A *Énois* traça um trajeto: o lugar de escuta começa pela equipe, passa pelas pessoas que compõe a rede, como por exemplo os jovens e organizações que integram as formações, e também envolve pesquisa, levantamento de dados (como forma de escutar o entorno). A equipe, colaboradores e conselho têm esse papel primordial por trazerem histórias e narrativas muito diversas entre si, que representam um lugar de aprendizagem e de construção de novas metodologias.

A *Viração* segue um raciocínio muito similar ao da *Énois*, considerando que o lugar de escuta primordial é a própria equipe. “Escutar o que? Escutar a gente mesmo, as emoções da equipe, escutar nossos sonhos, desejos, medos que a gente tem. Uma equipe que não se escuta não cria capacidade de escutar os participantes dos projetos (LIMA, 2022, S/N). Para Paulo Lima, esse lugar de escuta existe para que a educomunicação seja feita, antes de tudo, a partir da própria organização, não como método, mas como forma de ser mais educucomunicativos. Também fazem uma escuta ativa, dialética, de disputa com os parceiros. “Não é porque vai financiar determinado projeto que vai dizer como fazer. Mas contribuir com esse fazer é fundamental”. Ainda

relacionada à gestão, a *Viração*, durante as projeções, cria momentos para escutar os adolescentes para entender suas vontades e percepções.

A cultura organizacional é uma cultura viva. Então, sempre cada pessoa que entra na *Viração*, eu digo sempre, quase como um mantra: “quem entra na *Viração* tem a oportunidade de aportar, de trazer novidades. Sinta-se à vontade para tirar as coisas do lugar. Do lugar também ideológico, de ideias, não apenas do lugar, da sala física. Mas por outro lado, sinta-se com abertura para ser motivado por uma cultura organizacional que foi sendo construída ao longo de 20 anos por outras pessoas que passaram e que também aportaram coisas. E isso é um grande aprendizado. (LIMA, 2002, S/N)

A *Gênero e Número* tornou-se recentemente uma associação. A mudança jurídica trouxe benefícios também no processo de escuta sobre “o fazer” da organização. Hoje, existe uma diretoria composta por cinco mulheres, um primeiro movimento interno de escuta e que fortaleceu processos de gestão mais horizontais.

Com a nova estrutura, também passou a existir um espaço de pessoas associadas, que não fazem parte da equipe de execução, mas que contribuem na gestão. São cerca de 20 pessoas, que englobam acadêmicos, jornalistas de diferentes áreas, design, e outros profissionais que contribuem com decisões, planejamento e avaliação das atividades.

Existe ainda, um cargo de articulação, responsável por dialogar com organizações e movimentos sociais, pensar parcerias editoriais, e que facilita a escuta de demandas sociais que subsidiam o trabalho de comunicação em temas relacionados à missão da *Gênero e Número*.

10.1.3. Queremos escutar a nós mesmos

Favorecer o protagonismo e garantir representatividade na comunicação é o objetivo principal das mídias identitárias que atuam com povos tradicionais, negros, adolescentes, LGBTQIA+ e pessoas com deficiência, entrevistadas por essa pesquisa. Diferente dos motivadores das mídias de periferias, cansados de uma cobertura que fala sobre suas comunidades sem escutá-los, as mídias identitárias surgem para criar um lugar de voz que nunca existiu. Isso significa, falar de assuntos diversos como economia, educação, moda, eleições, a partir de suas perspectivas e suas narrativas.

O *Jornal Empoderado* levanta a reflexão sobre uma raça que há séculos precisa conviver em espaços onde outras pessoas contam suas histórias: nos livros, nas escolas, na ciência, nas políticas públicas, nos veículos de comunicação. Mesmo com certo avanço, ainda é comum que o lugar social de escuta dos negros seja reservado apenas em assuntos relacionados à raça, à cor, à escravidão, ao racismo. Criando uma analogia, é como se um professor negro só entrasse na escola para dar aula sobre temáticas negras, mesmo ele tendo se formado em matemática.

O *Jornal* procura construir um lugar de escuta mais amplo, no qual os negros devem integrar todos os espaços e serem priorizados sempre que necessário. O *jornal* procura incluir pessoas negras que queiram falar de qualquer assunto. “Não adianta apenas ouvir, você tem que ter o cuidado sobre quem ouvir” (MORAES, 2022, S/N).

A *Parafuso*, na escuta dos adolescentes, enfatiza que não é apenas desenhar uma “persona” de quem é esse adolescente, pois a organização corre o risco de cometer os mesmos erros de outros segmentos sociais: escutar apenas o jovem branco, rico ou de classe média, morador de bairros centrais, etc. É fundamental ter o cuidado de garantir diversidade nas vozes e fortalecer essa escuta qualificada. Como organização, a *Parafuso* considera fundamental integrar espaços de escutas coletivas, “pois para ser formador, eu também preciso me formar. Então, espaços de eventos, com adolescentes, gestores públicos, negócios de impacto social, são sempre importantes para o coletivo como um todo”. (CORDEIRO, 2022, S/N)

A escuta das mídias indígenas tem acontecido muito próxima dos movimentos sociais e das suas lideranças. “A gente não fala que a Mídia Índia tem um líder. O MI é um coletivo onde trabalha todo mundo junto, construindo pautas semanalmente em reuniões e sempre muito próximo das lideranças do movimento” (TAVARES, 2022, S/N). Tal prática de escuta das lideranças é um processo cultural muito importante no contexto dos indígenas, que respeitam muito a sua ancestralidade, o conhecimento dos mais antigos e entendem que para mudar algo precisam entender e respeitar o que foi feito antes. É fundamental ter esse cuidado sobre o falar, “para que a gente não leve para fora algo que possa nos prejudicar enquanto movimento, ou levar algo para dentro dos territórios que pode afetar de alguma forma os parentes que estão ali”.

O *Visibilidade Indígena* carrega a mesma essência de escuta das comunidades tradicionais, de respeito à ancestralidade e aos mais velhos, mas tem o enfoque

prioritário na escuta dos artistas indígenas, seja no artesanato, na pintura, na música, no cinema, entre outros campos de produção artística. Sua história carrega a demanda sentida por artistas indígenas, que não possuíam um canal para comunicar sua arte e seus eventos.

Podem até vir pessoas não indígenas pedindo para divulgar algo, mas a gente só vai divulgar se houver um artista indígena envolvido, passando a visão do que se trata aquilo. A gente nunca vai divulgar um álbum de um artista não-indígena, que está falando de pessoas indígenas na música dele, entendeu? Vamos supor, a Anita produz uma música sobre os povos da Amazônia sem nenhuma participação dos povos de lá. A gente não vai divulgar. A gente vai divulgar se tiver a participação de uma pessoa indígena, se tiver uma pessoa indígena cantando. (SANTANA, 2022, S/N)

10.1.4. A escuta focada nas redes sociais

A pesquisa revelou três formatos de escuta a partir das redes sociais que as organizações estão desenvolvendo.

O primeiro está relacionado ao jornalismo de dados, que tem as redes como o enfoque de sua atuação, como é o caso do *Núcleo Jornalismo* e sua tecnologia aberta de escuta das redes, e da *GeN* que atua fortemente na escuta de temas de gênero, raça e sexualidades.

A segunda forma de utilização das redes como lugar de escuta é no acompanhamento da interação com os conteúdos publicados por cada veículo, por exemplo, ao postar uma reportagem.

A terceira é na realização de pesquisas, isso é, utilizar o espaço virtual como lugar de consulta do público em assuntos ou temáticas que vão virar produtos de comunicação, como por exemplo, pesquisa realizada durante a pandemia.

Vitória Régia Gonzaga da SILVA traz algumas reflexões para contextualizar suas experiências com escutas nas redes sociais:

As pessoas que acompanham a GeN nas redes se sentem acolhidas e com abertura para opinar sobre o nosso conteúdo, questionar. Eu, que supervisiono o papel de redes sociais, tenho que lidar com essa demanda espontânea de participação das pessoas. Claro que nem sempre tem como acolher e nem sempre concordamos com aquilo que pessoas trazem. Mas acho que para o jornalismo isso é essencial pra gente entender um pouco mais da pluralidade das pessoas e de onde elas estão partindo. Recentemente, a gente não teve uma experiência muito positiva, em um conteúdo sobre candidaturas LGBTQIA+, de pessoas que não partem dos mesmos valores e princípios da Gênero e Número, questionando nossa

pesquisa. A gente não costuma lidar com discurso de ódio, com ataques nas nossas redes. Isso acontece de vez em quando, principalmente no twitter. Mas não é algo organizado. Essa experiência recente foi muito difícil, pois a pessoa que estava trabalhando comigo era negra, trans, periférica aqui do Rio e que teve que lidar com muitos insultos. Estamos aprendendo a lidar quando essa escuta vem por esse outro lugar. Como é que faz, quais são os limites da nossa escuta, como devemos nos comportar? Isso tem sido um desafio neste momento.

Importante enfatizar que as redes aparecem tanto como lugar de escuta, assim como metodologia de escuta.

10.1.5. Alteridade, empatia e inclusão na escuta de pessoas com deficiência

A escuta das pessoas com deficiência, na visão de Emanuel, começa quando é possível conviver com o outro, com seus iguais e diferentes. E deste lugar, o Vale PCDs fala de um aprendizado social que parte de uma escuta empática do diferente.

Mas existe outra questão para que as pessoas com deficiência sejam escutadas e possam falar, que na prática, diz respeito à acessibilidade e processos de comunicação inclusivos. As pessoas com deficiência precisam estar presentes em determinados locais para serem escutadas, precisam de interprete de libras, precisam de legendas, e vários outros cuidados arquitetônicos, técnicos e sociais que possibilitem sua presença.

Esse lugar de escuta deve ser inclusivo, antes de mais nada.

10.2. A escuta qualificada de públicos historicamente silenciados

Uma das questões levantadas pela pesquisa foi: *Qual a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, deficientes, adolescentes, PCDs)?*

Ao provocar essa reflexão, a intenção foi entender a percepção que cada um dos veículos participantes da pesquisa, que desenvolve propostas diferenciadas de comunicação em territórios, temáticas e públicos distintos, tem sobre o significado social da escuta: para que ela contribui? De que forma?

Neste capítulo vamos, além de tratar das percepções levantadas pelos entrevistados, procurar explorar conceitos que surgem nestas reflexões, como mídia hegemônica, diversidade nas redações, tecnologias da comunicação, entre outros.

10.2.1. Desconstrução do modelo de produção de comunicação hegemônico

Na pesquisa, foram apontados inúmeros fatores relacionados à importância da escuta de públicos historicamente silenciados na desconstrução do modelo de produção de comunicação hegemônico. Um dos primeiros destaques feito por grande parte dos entrevistados quando discorre sobre o próprio processo de criação de organizações independentes de comunicação, formalizadas como associações privadas sem fins lucrativos, portanto não-comerciais, é aponta-las como alternativa ao modelo de comunicação hegemônico.

Os veículos de comunicação tradicionais, ao longo de sua existência, têm sido responsáveis por reproduzir, na comunicação que desenvolvem, mazelas sociais, como o preconceito, a discriminação, a pouca representatividade nas vozes que escutam ou mesmo, um modelo de comunicação comercial pautado pelo lucro. O modelo hegemônico de produção da comunicação tende a silenciar vozes sociais que não reforçam seus modelos, padrões, crenças, cultura e valores.

A maior parte das organizações independentes de comunicação participantes desta pesquisa foram criadas a partir da crítica a esse modelo (SILVA, 2022, S/N).

Por exemplo, as mídias comunitárias entrevistadas, que atuam a partir de territórios invisibilizados, apontam que a grande mídia, por muito tempo, acessou os territórios considerados “periféricos”, “empobrecidos” ou “vulneráveis” para tratar de assuntos que reforçavam estereótipos sociais nocivos e prejudiciais para os moradores locais, como violência, chacinas, pobreza, criminalidade, entre outros. Isto é, além de tratar de temas sensíveis para essas comunidades, também produziam uma narrativa que vulnerabilizava ainda mais o território.

Por exemplo, na chacina do Jacarezinho, no Rio de Janeiro, a mídia estava chamando de operação policial. Os comunicadores comunitários, lá dentro, começaram a filmar e a vazar vídeos que foram para o mundo inteiro. A TV Globo teve que utilizar aqueles vídeos e passou a chamar o que estava acontecendo de chacina. (FERNANDES, 2022, S/N)

A criação de mídias independentes na comunidade, neste caso, representou a possibilidade de reforçar a voz dos moradores sobre assuntos que faziam parte do cotidiano das favelas e periferias, assim como de escutar outras histórias contadas pelas próprias comunidades. Além disso, essas organizações passaram a compor um quadro mais diverso de veículos de comunicação existentes no Brasil, processo fundamental para o exercício do direito à comunicação e ao fortalecimento da democracia, por garantir espaços para diferentes narrativas e vozes sociais. “As próprias comunidades e grupos passaram a se organizar e a criar seus espaços e formatos de comunicação”. (ALVEZ, 2022, S/N)

Outro aspecto relevante levantado pelos entrevistados trata da qualificação do processo jornalístico. Escutar a diversidade da sociedade incide diretamente na qualidade da cobertura, da apuração, do formato de notícia e comunicação que se pretende oferecer para a sociedade.

Parece que a imprensa virou inimiga das pessoas e não uma ferramenta de escuta, de contar história, de questionar o *status quo*, de fiscalizar o poder público. Se o jornalismo não dialoga com as pessoas, de que realidade a gente está falando? É só uma realidade para um pequeno grupo de pessoas que não está alinhado com a maior parte da população. (SILVA, 2022, S/N)

Ter lugar de escuta e lugar de fala junto a organizações de comunicação representa um processo fundamental para que as pessoas passem a ter representatividade também em outros espaços e segmentos, como na formulação de leis, nas políticas públicas, na criação de programas governamentais, etc. “As pessoas anseiam em estar nesse lugar de serem escutadas, de terem seu trabalho

reconhecido, de contarem suas experiências, apontarem demandas e dificuldades de sua família ou de sua comunidade”. (SILVA, 2022, S/N)

Escutar outras vozes, além de fortalecer representatividade, também possibilita acessar outros conhecimentos. “A gente costuma dizer que escutar essas populações, esse nosso público, é quase um processo formativo. É informar para formar, porque a partir da informação, essa pessoa vai entender os direitos dela, os deveres, ela vai entender que ela não pode estar invisibilizada, não pode ser estigmatizada, como continua sendo”. (ALENCAR, S/N, 2022).

Contudo, é importante pontuar a urgência e necessidade de validar a atuação das mídias independentes, sua atuação, sua capacidade de desenvolver novos formatos de comunicação e, principalmente, de dialogar com públicos apagados das páginas de grandes veículos. Ironicamente, muitas organizações independentes de comunicação ainda são invisibilizadas e silenciadas dentro do seu próprio campo de atuação. Por mais que ofereçam processos e materiais de extrema qualidade, é recente o cenário que tem se formado nos últimos anos, no qual o conteúdo produzido por essas organizações começa a ser replicado por grandes veículos de comunicação, por outras organizações e a ser usado como material de referência por formuladores de políticas públicas.

Quando não escutamos, nos afastamos das pessoas. Como organização de comunicação, precisamos da escuta para sobreviver. Eu acho que uma organização do campo do jornalismo, da comunicação, a escuta é muito fundamental. Mas, para a sobrevivência dos veículos de comunicação a gente precisa saber escutar a diversidade. A escuta nos coloca como humanos. Isso é diálogo, senão vira autoritarismo. E é importante quando você aprende que escutar faz bem, ela te amplia como possibilidade de ser. (RAHRA, 2022, S/N)

Por fim, as mídias independentes também carregam um formato de comunicação com mais empatia, proximidade das pessoas, confiança, maior capacidade de escutar. Conseguem chegar com mais rapidez a verdadeiras questões sociais além de estarem próximas de problemas invisíveis para a sociedade.

10.2.2. Fortalecer o protagonismo e a participação em processos comunicativos

Ter as pessoas produzindo sua própria comunicação é um processo fundamental para garantir representatividade e fortalecer a diversidade de narrativas. Para organizações que trabalham com povos tradicionais, como a *Mídia Índia*, transformar o formato fazer comunicação vai além do recente interesse dos grandes veículos em escutar os povos indígenas. É necessário ter indígenas nas redações e produzindo sua comunicação, criando suas próprias mídias e canais, pois é fundamental fortalecer espaços nos quais os indígenas fortaleçam suas próprias narrativas.

A importância é que eles (os povos tradicionais) sejam os próprios contadores de suas narrativas. Não adianta as pessoas quererem contar por nós, por que não vão contar da mesma forma, com a mesma sensibilidade, com o mesmo cuidado que nós, protagonistas dessas narrativas, iríamos contar. Já passou o tempo que outras pessoas falam por nós. Hoje, a gente conta as nossas histórias e precisamos ocupar esses novos espaços, dando voz à nossa luta para diminuir as violências e o preconceito. (TAVARES, 2022, S/N)

Esse processo de mudança estrutural passa por uma transformação das próprias organizações, na criação de um novo paradigma no qual a atuação não entenda determinados públicos como foco ou público, mas que antes crie espaços e possibilidades para que essas pessoas estejam no comando, como gestores, pensadores, desenvolvedores, protagonistas das ações. (CORDEIRO, 2022, S/N)

Esse foi o grande desafio enfrentado pelo *Vale PCD* no processo de criar comunicação sobre pessoas com deficiência LGBTQIA+ feita por PCDs LGBTQIA+. Para Paiva (2022, S/N), silenciar um público é uma forma de apagar a sua existência. Cita como exemplo Frida Kahlo⁷⁹, uma artista lembrada por ser mulher, mas esquecida como pessoa com deficiência. “Fazer essa referência é muito importante para a nossa representatividade, para nos sentirmos apoiadas, acolhidas, protagonizadas nesse papel, seja na arte, na educação, na comunicação” (PAIVA,

⁷⁹ **Magdalena Carmen Frida Kahlo y Calderón** foi uma artista mexicana à frente do seu tempo, filha do fotógrafo alemão Wilhelm Kahlo, Frida acreditava que pudesse mostrar com seus “retratos feitos a mão”, ou seja, suas pinturas, tudo que passava em sua vida, nas mais variadas circunstâncias. Sofreu de **poliomielite aos seis anos** e, com isso, teve sequelas em uma de suas pernas, sendo chamada por outras crianças na escola de “Frida da perna de pau”. Devido à doença, também adotou o uso de saias longas, que, anos mais tarde, tornaram-se coloridas e chamativas e uma das marcas registradas da artista. Disponível em: < <https://mundoeducacao.uol.com.br/biografias/frida-kahlo.htm>>. Acesso em: 03 Fev, 2023.

2022, S/N). Escutar é parte da construção de uma sociedade, na qual pessoas com deficiência, indígenas, mulheres, LGBTQIA+, periféricos e outros, querem vivenciar e ajudar a construir, de forma participativa.

É importante trabalhar com a escuta qualificada pra nossas visões de mundo estarem inseridas no mundo que a gente vive hoje. O Aylton Krenak fala isso: a gente precisa de um mundo em que vários mundos caibam dentro. É importante uma escuta qualificada para que nossas visões possam estar inseridas em todos os lugares também. É importante que nós mesmos estejamos pegando essa caneta, esse papel, esse celular, essas mídias, esse computador, e trazendo essa nossa perspectiva. Pra que a gente esteja inserido, pra que as nossas narrativas façam parte. (SANTANA, 2022, S/N)

Parte do processo de participação e protagonismo é criar um mundo no qual as diversas comunidades e pessoas possam se ver e se sentir parte.

10.2.3. Como se aprende a ouvir a diversidade?

Quando se fala da importância de garantir diversidade das vozes sociais, um dos aspectos levantados na pesquisa diz respeito a como uma sociedade hierárquica, pautada na força e poder de alguns componentes sociais, ensina a empatia, ensina sobre processos de escuta do próximo, do diferente e o quanto isso é um processo fundamental para o fortalecimento da democracia em diversos âmbitos da vida em sociedade.

Como a universidade, como estrutura democrática, acolhe a diversidade e ensina sobre a diversidade? Como ensina novos profissionais, inclusive da comunicação, a escutar, acolher e se transformar a partir da diversidade? As indagações que surgem nas entrevistas referem-se, por exemplo, a como o espaço formativo universitário agrega novos autores, pesquisadores, pensadores fora do eixo europeu? Quantos autores africanos, por exemplo, são lidos nos cursos de comunicação? Se cada professor falasse: eu vou trazer um autor africano a cada quatro anos, a universidade não estaria mais do jeito que ela está. Ou a gente acha que os pensadores africanos não têm o que dizer pra nós? (SANTOS, 2022, S/N)

Entrar em contato com outras formas de explicar o mundo, na ciência ou na literatura aproxima outras narrativas e outras subjetividades. Esse processo é fundamental para provocar reflexões mais complexas sobre o indígena, o negro, a comunidade LGBTQIA+, entre outros públicos e territórios. “Porque não faltam informações, falta desenvolver compreensões mais complexas sobre a diversidade”. (SANTOS, 2022, S/N)

Desde 2018, um grupo de jovens acompanhados pelo *Ibeac* decidiu selecionar e ler 50 (cinquenta) obras, cujos autores fossem metade mulheres, metade negros, e que contemplassem todos os gêneros literários.

Desde 2018, nós lemos 44 (quarenta e quatro) livros. E vamos ler agora uma escritora polonesa. São livros lidos por adolescentes e jovens das periferias de São Paulo, Mauá e Guarulhos. A média de leitura de nosso país é três livros por ano, incluindo a Bíblia e Paulo Coelho. Acho que a gente precisa de ações concretas e simples, sem ser simplórias, como diria Paulo Freire". (SANTOS, 2022, S/N)

Essa crítica envolve o próprio modelo de formação do jornalista ou dos comunicadores. Um modelo formativo pouco diverso, inclusivo, deficitário em temas como direitos humanos ou mesmo em disciplinas que tem como foco trazer a realidade brasileira, suas complexidades e diversidade, vai preparar profissionais com pouca capacidade de transformar o modelo vigente e hegemônico. "Pois não estamos falando para uma massa uniforme. São pessoas de lugares e com trajetórias diferentes". (SILVA, 2022, S/N)

10.2.4. A tecnologia é capaz de ampliar a escuta de vozes historicamente silenciadas?

O universo virtual é outro campo das relações sociais que tende a reproduzir os mesmos comportamentos encontrados na sociedade, de acordo com o Núcleo Jornalismo. A iniciativa traz essa reflexão sobre a escuta da diversidade, destacando que as pessoas silenciadas socialmente no mundo concreto tendem a ser silenciadas também no ambiente virtual. Então, se não é criado um olhar específico para os grupos que estão à margem, o modelo será igualmente preconceituoso, excludente, arbitrário. E esta reflexão está além do debate sobre o acesso ao computador ou à Internet, mas trata da realidade na qual, após o acesso às novas tecnologias, os meios e redes sociais tecnológicas e virtuais também tendem a recriar padrões sociais do mundo real, como o preconceito, o machismo, o capacismo.

Temos uma ação na qual tendenciamos o algoritmo propositalmente para nos mostrar mais publicações de mulheres e pessoas não-brancas. Se não fazemos esse tipo de ação para descobrir conteúdos novos desses grupos específicos, a gente vai ver muito menos do que deveria, porque os homens brancos, principalmente nessa área da ciência, estão muito mais populares

nas redes, no meio político. Grupos silenciados socialmente serão potencialmente silenciados no mundo virtual. E é preciso ter esse olhar e usar a tecnologia a nosso favor, para alcançar as vozes que ninguém vai ver ou acompanhar. (DRUMMOND, 2022, S/N)

Ainda relacionado a novas tecnologias, um aspecto positivo destacado na pesquisa é que o fato das pessoas terem um celular, com câmera e muitas vezes, internet, dá outra dinâmica para a forma de produzir e circular a informação. No caso das favelas, com as novas tecnologias, a grande mídia já não consegue mais “tapar o sol com a peneira”, porque sempre vai ter alguém com um celular e uma câmera na mão pra publicar na rede e viralizar o assunto com uma velocidade de milhões de pessoas e isso não é mais exclusividade da grande mídia. “Mesmo estando aquém daquilo que poderia ser, nós fizemos um avanço e nos sentimos muito orgulhosos com isso”. (FERNANDES, 2022, S/N)

Outra dinâmica possível, criada a partir das novas tecnologias das redes, é a ampliação da capacidade de criar formas de escutar as pessoas de maneira mais dinâmica e eficiente. A *Voz das Comunidades*, por exemplo, tem mais de 20 grupos comunitários de Whatsapp no Complexo do Alemão, a partir dos quais é possível, com bastante agilidade, ouvir as pessoas sobre temas e assuntos, levantar pautas importantes, assim como disseminar conteúdos produzidos.

A Viração também tem ampliado sua capacidade de escuta pelas redes, com metodologias de pesquisa aos jovens de forma dinâmica e quase instantânea.

10.2.5. Diversidade de vozes sociais como proposta para fortalecer a democracia e a justiça social

Não é possível estarmos, sermos, atuarmos neste mundo não levando em conta essa diversidade de escutas. Para responder aos atuais desafios que a sociedade nos impõe, ou escutamos e criamos canais de escuta qualificada das populações ou não teremos uma transformação social radical. Tem uma geração de direitos humanos novos, que se a gente não tiver essa escuta qualificada, a gente não vai conseguir responder aos novos desafios que o mundo está nos colocando. (LIMA, 2022, S/N)

Em uma democracia, as vozes presentes na sociedade são a referência de governança. Devem guiar os serviços públicos, as prioridades políticas e, nesta dinâmica, manter apenas algumas vozes em silêncio é um perigo para o

aprimoramento de processos democráticos. Mas cada tempo apresenta determinados níveis de dificuldade em levar em consideração diferentes vozes sociais. (SALVADORI, 2022, S/N)

Ampliar a escuta de vozes sociais também é fundamental para construir uma sociedade justa, além de democrática. Os segmentos sociais disputam suas narrativas e, por mais possível que esteja se fazer ouvir na atualidade para visibilizar novas visões de mundo e discursos dos grupos vulnerabilizados, isso também gera uma reação de mesma intensidade daqueles que buscam silenciar esses discursos. Ao mesmo tempo que você tem um movimento das feministas, das pessoas negras, das populações LGBTQIA+ se fazendo ouvir, em seguida você tem uma reação gigantesca daqueles que se afirmam, justamente, no enfrentamento desses grupos. “Eu diria que esse é um dos grandes dilemas da escuta democrática”. (SALVADORI, 2022, S/N)

11. Dimensão de Escuta V: Barreiras para a escuta

As barreiras são impedimentos para que algo evolua. E, para entender as barreiras de escuta nas organizações entrevistadas, fizemos dois questionamentos distintos:

- *Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?*
- *Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada? (por segmentos sociais como Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil).*

11.1. Barreiras para escutar

Principais tópicos levantados foram:

- **Equipe pouco aberta aos processos de escuta**

A mudança constante de membros das equipes exige um olhar atento para a preparação dos novos integrantes sobre os processos de escuta já existentes e validados pela organização. Pouca motivação, falta de engajamento, percepção limitada sobre a missão e objetivos da organização também influenciam os processos de escuta.

- **Baixa credibilidade das comunidades com o trabalho dos veículos de comunicação (independentes)**

Alguns veículos acabam esbarrando na pouca credibilidade que os moradores têm em relação à imprensa, por terem os seus territórios retratados de forma tão estigmatizada durante muitos anos por veículos tradicionais.

- **Desconhecimento do trabalho realizado pelas organizações**

Algumas das organizações ainda são pouco conhecidas das comunidades ou de seus públicos, assim como o trabalho que desenvolvem. Este fator influencia negativamente no processo de escuta das pessoas.

- **Tamanho e abrangência**

Conforme as organizações passam a expandir sua atuação, com mais programas, mais seguidores, o volume começa a dificultar a escuta mais atenta e qualificada dos seus públicos.

- **Metodologias de escuta inadequadas**

As organizações nem sempre conseguem criar metodologias capazes de fazer uma escuta qualificada de seus públicos, por exemplo, nas redes sociais ou mesmo no dia a dia. Esses espaços necessitam de políticas e novas ações para lidar com as demandas de escutas dos públicos.

- **Dificuldade de acessar os públicos**

Acessar territórios mais distantes, periféricos e isolados, onde os recursos tecnológicos não estão tão acessíveis é bastante complicado para algumas organizações, em especial as indígenas. Mas também em grandes cidades, onde algumas regiões também tem esses mesmos problemas de pouco acesso à Internet e outros bens tecnológicos pelas famílias mais empobrecidas, como o próprio celular. “Durante a pandemia, a gente utilizou até o carro do ovo para passar as informações sobre a prevenção da Covid-19”. (SANTOS, 2022, S/N).

- **Pouco tempo dedicado para a escuta**

A escuta precisa de tempo. E, nem sempre as organizações possuem ou dedicam o tempo que a escuta exige.

- **Recursos financeiros insuficientes**

Os recursos financeiros impactam em várias questões: locomoção, equipe, tecnologias, segurança, ferramentas que influenciam em condições de estar mais próximos das pessoas. Os recursos também possibilitam a implementação de novos projetos, ações, assim como investimentos específicos para as redes sociais, como forma de alcançar mais pessoas.

- **Distanciamento e pouca mobilização dos públicos**

As organizações mais novas apresentam dificuldades de mobilização social, o que as deixa restrita em sua capacidade de interagir e escutar as pessoas. Muitas organizações avaliam que a base de leitores, públicos, participantes precisa crescer.

- **Insuficiência de políticas de inclusão e capacitismo**

Essa questão foi trazida principalmente pelo Vale PCD, que faz uma crítica à falta de políticas públicas capazes de garantir inclusão e combater o capacitismo estrutural, também no campo da comunicação.

- **Risco de lidar com denúncias de violências**

Tem obstáculos naturais para lidar com temas que envolvem violência, desde falar com pessoas perseguidas, que foram vítimas de violência, correm riscos em suas comunidades, enfrentam ameaças. E tem a escuta do jornalista, o lado emocional e a tensão dos temas que envolvem sempre um risco à vida.

- **Pouca conexão entre o perfil dos colaboradores e do público da organização**

Organizações muito distantes das pessoas e das comunidades, com características sociais muito diferenciadas e com pouca diversidade tendem a ter mais dificuldade de escutar públicos específicos.

11.2. Barreiras para ser escutada

Elencamos os principais apontamentos das organizações para serem escutadas pela sociedade, poder público e outros atores sociais.

- **Postura política e contra-hegemônica assumida pelos veículos independentes**

Existem questões políticas que influenciam a capacidade de ser escutadas dessas organizações. A postura política e ideológica também dificulta a aproximação para prestação de serviços junto a empresas privadas, principalmente aquelas que apoiam outras linhas políticas, assim como as que são contrárias aos valores das organizações.

A gente trabalha derrubando as mentiras de uma estrutura injusta, que foi criada em cima de valores autoritários, preconceituosos. Então, antes de mais nada a gente tem a barreira de demolir crenças estabelecidas. As pessoas brancas, de classe média, ricas, precisam acreditar que são boas e que o fato delas terem vidas boas e protegidas não é um absurdo. Enquanto boa parte da população é exterminada e não tem acesso aos mesmos bens que elas têm. Então, quando você busca romper com essa visão confortável da realidade, você tem aquela dificuldade de comunicação de quem fala aquilo que a pessoas não querem ouvir. (SALVADORI, 2022, S/N)

- **Preconceito e pouco espaço social para a diversidade**

A defesa de direitos humanos é um impeditivo da ampla escuta de organizações de mídia independente, que acabam enfrentando os mesmos efeitos nocivos que as pessoas enfrentam. O racismo estrutural, o capacitismo, a violência de gênero, a LGBTQIA+fobia, o estigma dos povos indígenas, aspectos regionais do país (regiões mais ou menos valorizadas) ou territoriais nas cidades (centro e periferia), o caráter adultocêntrico, entre outras formas de exclusão aparecem refletidos na capacidade de circulação de diversos desses veículos independentes. “As pessoas não estão acostumadas com a diversidade”. (RAHRA, 2022, S/N)

Os tipos de preconceito se manifestam de maneira mais intensa dependendo do tema de atuação: mídias pretas sofrem mais racismo, mídias voltadas para questões de gênero e sexualidade sofrem com a LGBTQIA+fobia, e assim por diante. A não aceitação se manifesta, por exemplo, nos ataques nocivos pelas redes sociais.

As mídias indígenas, por exemplo, sofrem com uma violência constante e espontânea pelas redes sociais.

- **Invisibilidade e pouca representatividade de veículos independentes**

Comunidades, organizações, órgãos públicos e outras mídias ainda demonstram pouca valorização da ação de organizações de mídia independentes. Essa invisibilidade impacta negativamente no processo de se fazer escutada socialmente, principalmente quando consideradas veículos pequenos, com pouca abrangência e pouca credibilidade. Há pouca percepção social sobre a importância do tipo de jornalismo que realizam.

- **Desvalorização como veículos de comunicação ou organizações de comunicação**

Por mais que os veículos de comunicação independentes desenvolvam processos de ponta, metodologias inovadoras, essas organizações muitas vezes são relegadas a um lugar secundário pelo jornalismo tradicional. No meio da comunicação, esses veículos classificados em nichos, segmentados, com relação mais próxima com a militância do que com o jornalismo, com pautas relegadas a segundo plano.

Acho que a dificuldade está nesse não entendimento da nossa cobertura como de interesse da sociedade e não apenas de um grupo de pessoas e desse lugar que sempre colocam as organizações independentes, como se elas fossem menos confiáveis do que as organizações tradicionais. Essa é uma realidade que todas as organizações de mídia independente lutam pra quebrar pra mostrar que fazemos um trabalho excelente. Isso faz com que a gente tenha mais dificuldade de sermos escutadas. E claro, tudo perpassa o machismo, racismo, essas questões que também impactam. (SILVA, 2022, S/N)

- **Ação isolada das organizações de mídia independente**

O isolamento, ou articulação limitada dos veículos independentes também é apontado como barreira para serem escutadas e aumentarem seu alcance como uma rede ou para construírem projetos e ações em conjunto.

- **Precariedade dos canais de comunicação institucionais**

Algumas organizações demonstram dificuldade sobre a adequação aos novos formatos de disseminação da informação. Como fazer com que a sociedade tenha

interesse no tipo e formato de comunicação que as mídias independentes estão produzindo? O cuidado com o site da organização, com as redes, com a criação de novos produtos de comunicação, aplicativos, tem a ver com a capacidade de fazer a organização ser encontrada pela sociedade.

Para o Vale PCD, por exemplo, esses canais de comunicação precisam ser integralmente acessíveis. Não apenas os seus próprios, mas de todas as organizações de mídia independentes preocupadas em inclusivas e abrangentes.

- **Modelo inadequado de financiamento de projetos no campo social ou da comunicação**

Muitas organizações avaliam que a desvalorização das organizações de mídia independentes influencia diretamente na capacidade de acessar recursos e financiamento para seus projetos. As mídias indígenas, por exemplo, destacam que outros países, como Austrália e Canadá, possuem canais para os povos originários e avaliam que o reconhecimento maior poderia estimular o fortalecimento desse tipo de ação.

Para o IBEAC, os financiamentos acessados pelas organizações possuem formatos que não favorecem a escuta das pessoas e da organização. Elas citam prazos e modelos muito limitantes nas questões de comunicação. Mesmo com um trabalho relevante socialmente, muitas organizações de mídia independente não são sustentáveis.

- **Concentração e monopólio dos grandes veículos de comunicação**

Outro ponto destacado como barreira para serem ouvidas pela sociedade é a concentração e monopólio da grande mídia e o poder que exercem diante de veículos independentes. Além dos veículos tradicionais, a comunicação das redes sociais também é monopólio de três ou quatro grupos econômicos monopolistas, que impõem suas regras e algoritmos.

Muitas vezes, a gente cria estruturas de comunicação para lidar melhor com o Facebook ou com o Twitter e, do dia pra noite, os algoritmos mudam todas as regras e toda uma estratégia de comunicação tem que ser jogada no lixo. Qualquer pessoa que queira se fazer ouvir precisa das redes sociais, porque é onde está a ágora do mundo moderno, sendo gerida por um empresário que não tem a menor intenção em fazer as pessoas se ouvirem. Ao contrário, tem a intenção de ganhar dinheiro e estimular divisões, estimular ódio, por que com isso consegue ganhar mais dinheiro. Esse é um grande

impedimento para se fazer ouvir para qualquer pessoa”. (SALVADORI, 2022, S/N)

- **Estrutura social pouco preparada para a escuta das pessoas**

A escuta não é uma prática social amplamente difundida, valorizada ou implementada pelas organizações democráticas. Os processos de comunicação ainda privilegiam a capacidade de falar dos segmentos sociais em seus planos de comunicação ou mesmo nas práticas que desenvolvem.

12. Dimensão de Escuta VI: Metodologias de escuta

Uma preocupação da pesquisa foi, ao entender os públicos das organizações, seus lugares de fala e de escuta, levantar como elas fazem essa escuta. Assim, perguntamos sobre Metodologias de escuta que utilizam em suas ações.

A pesquisa pautou-se nas seguintes questões para levantar essa dimensão da escuta das organizações:

- *Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?*
- *Qual/quais você considera mais inovadoras?*

Vamos descrever as principais metodologias apontadas na pesquisa. Para facilitar a organização, dividimos em:

- a. Metodologias voltadas para a escuta de colaboradores, conselhos e outros componentes da organização: aqui incluímos as propostas voltadas para os públicos que França chamou de essenciais, isto é, aqueles que tem relação direta com a sobrevivência da prática fundamental da organização. Tratam-se de práticas simples, re-direcionadas, modificadas com sentimentos, cuidados, místicas e coletividade. Uma valorização do outro no dia a dia da organização
- b. Metodologias voltadas para a escuta dos públicos externos às organizações: as propostas desse item dizem respeito aos públicos tipificados por França como não-essenciais, mas que no caso das organizações entrevistadas, são o centro de toda a atividade da organização. As iniciativas são criativas e refletem a própria capacidade das organizações de escutar o seu entorno e criar práticas que façam sentido dentro de um contexto que se apresenta.

12.1. Escuta de colaboradores, conselhos e outros componentes da organização

Como pesquisadora, tomo a liberdade de abordar uma experiência lida durante a disciplina sobre Epistemologia da Dialogia Social, ainda em 2018. Ao tratar de sua

experiência à frente da assessoria de comunicação da USP, em seu livro *A arte de tecer afetos* (2018), Medina relata sobre o processo vivenciado à frente da assessoria de imprensa da USP e discorre sobre o dia a dia da produção cultural, que passou a ter constantes reuniões de criação de pautas para reverter a posição do comunicador de simples administrador dos sentidos científicos para “mediadores autores que renovam e reestruturam as pautas à luz da relação ciência-sociedade, sociedade-ciência” (MEDINA, p. 43, 2018). E segue em sua análise:

Mas a dialogia social implica necessariamente em múltiplos vetores da dinâmica processual que desafiam o pluralismo das narrativas. E aí, não há lugar privado para versões, correntes de pensamento, verdades absolutas. Um exemplo candente disso é o conflito inerente à interdisciplinaridade na Academia ou na estrutura departamental, a competição política pelo poder universitário, a posse regida pela autoridade científica sobre sua pesquisa em curso ou então, no campo amplo da comunicação social e a ausência das vozes e experiências das sabedorias do cotidiano nos projetos de ciência estabelecida. O signo da relação sacode todas essas e outras instâncias acomodadas no estático signo da divulgação, difusão essa liberada ou permitida pelas fontes acadêmicas.

Interessante perceber que a forma de acompanhar o que este processo gerou no ambiente de trabalho acontece pela escuta, pois a professora tem recorrido a polifonia das histórias de amigos que participaram desse momento para ver se há eco permanente em processo após onze anos. “por que só assim resisto, acreditando na *interação social criadora* apesar de todos os obstáculos que a ela se contrapõem”. (2018, p. 43)

Medina explica que o ato de relação do jornalista com seu povo e sua produção cultural acontece pela comunicação e não pela rejeição. “Só o impulso interativo e amoroso nos recarrega a energia de autoaceitação, capaz de nos pôr em iguais condições para dialogar com o Outro”. E o projeto ético de humanização dos significantes que produzimos, se expressa na estratégia dialógica (...). (1990, p.205 apud MEDINA, 2018, p. 37)

O exemplo de Medina serve para retratar metodologias de escuta que procuram valorizar as pessoas que ocupam as organizações e suas bordas. As práticas carregam elementos do cuidado, da aceitação, da receptividade do outro em seu espaço de criação. Listamos abaixo as práticas descritas, suas características mestras, como forma de sistematiza-las, mas também de inspirar novas possibilidades de escutas sociais.

12.1.1. Reuniões afetivas (encontros com a equipe, assembleias)

As organizações tem um perfil participativo e com espaços de escuta coletiva, de troca de informações, opiniões e outras percepções sobre as pessoas e processos. Para a escuta de sua equipe e outros integrantes da organização, como conselho, associados ou redes de comunicadores, citaram diferentes formatos para reuniões de equipe ou momentos das assembleias, que são atividades obrigatórias dentro da gestão de associações privadas sem fins lucrativos.

Esses espaços são compostos por dinâmicas que procuram quebrar o ritmo acelerado do dia a dia, nas entregas, prazos e outras responsabilidades, regadas por empatia, proximidade e afeto. Na Catarse, esse ambiente se constrói com a escuta respeitosa do outro, sem interferências hierárquicas ou relações de poder, com espaços de voto com o mesmo peso e medida para todos/todas e todes.

A *Énois* criou o *Café com Afeto*, um momento que consiste em uma roda em volta da mesa, acompanhado de café da tarde, um bolo simples e muita vontade de “lavar roupa suja”, conversar, trocar, rir. Rahra (2022) considera uma ação ancestral, que relembra a sentido da roda, a importância da conversa, a empatia para tratar dos ânimos das pessoas de forma coletiva e tratar de assuntos do fazer da organização. É entendido como um momento de quebra de dinâmicas muito cansativas, de reenergização da equipe, de cuidado com detalhes do fazer da organização.

A *Viração* também ressalta o momento da reunião do grupo como um diferencial importante da sua forma de escuta. É desse espaço que surgem opiniões sobre projetos, informações sobre a juventude, dinâmicas de outras organizações, entre outros assuntos que se tronam relevantes para a atuação. As reuniões sempre têm espaços reservados para uma ‘mística’, que é dedicada sempre a ouvir as pessoas, suas reflexões, intuições individuais, para que depois haja elementos para “elaborar junto”. (LIMA, 2022, S/N)

Na gestão, a *Viração* criou uma Matriz de Tomada de Decisão, na qual toda pessoa tem o poder de conduzir determinados encaminhamentos. “Nessa planilha de tomada de decisão, um estagiário também tem o seu lugar, escutando determinadas pessoas, ou setores, com alguns instrumentos de escuta”. (LIMA, 2022, S/N)

12.1.2. Planejamento estratégico e avaliação horizontais, coletivas e colaborativas

As organizações sociais, por muito tempo, rejeitaram modelos empresariais de gestão, com métodos pouco participativos ou empurrados de “cima para baixo”. E há uma busca constante por formatos de gestão que estejam adequados à realidade das instituições sociais. Nesta pesquisa, o planejamento estratégico foi destacado como uma forma importante de escuta organizacional, quando acontece de modo interativo, colaborativo, participativo.

A *Catarse*, por exemplo, considera que o planejamento estratégico é o momento de interiorizar a organização e se dedicar por um período para construir conjuntamente. É uma forma de reflexão que valoriza o conhecimento de cada cooperado, impossível de acontecer no dia a dia.

O planejamento, em alguns casos, representa um espaço de aprendizagem da escuta organizacional, no qual questões tencionadas passam a ser resolvidas a partir de uma escuta mais qualificada. Por exemplo, laços de amizade, respeito, empatia, foram fundamentais para melhorar a escuta. Muitas vezes, a questão da não-comunicação não reside no fato de todos terem espaços iguais de fala, mas sim na capacidade da organização de escutar e acolher.

Outra metodologia destacada é a avaliação como proposta de escuta, tanto as qualitativas, como as quantitativas.

12.1.3. Diversidade nas organizações (e na redação) como metodologia de escuta

Várias falas da pesquisa já reforçaram a necessidade de garantir representatividade nos espaços das organizações de comunicação independentes, assim como nos veículos de comunicação tradicionais.

A *Agência Pública* considerou importante destacar esse aspecto como uma metodologia de escuta. Quanto mais se favorece a diversidade, maior a possibilidade para uma redação criar ou implementar diferentes tipos de escutas sociais, menos viciadas ou já padronizadas.

A *Viração*, que tem a educomunicação como princípio de seus processos, já possui experiências pautadas na valorização dos saberes das comunidades. Integrar a diversidade na equipe é uma forma da organização aprender, de dentro para fora, com olhares diferentes, de renovar suas práticas, de entender novos valores e dinâmicas sociais. Um exemplo prático citado pelas duas organizações foi a contratação de uma pessoa trans e o quanto essa escolha representou um aprendizado organizacional.

12.1.4. Redes de colaboradores protagonistas

As redes de colaboradores foram citadas tanto como lugar de escuta, como também metodologia de escuta por muitas das organizações entrevistadas. E os motivos são vários: elas são compostas por pessoas das comunidades, ou residentes em territórios, comunicadores e que possuem o perfil dos públicos valorizados nas ações das organizações, possuem proximidade e capilaridade para dialogar com outras pessoas e lideranças nos territórios.

A *Mídia Índia*, por exemplo, com a rede de cerca de 200 comunicadores indígenas, consegue dialogar e ouvir muitas etnias, de diferentes regiões, lideranças muito diversificadas, e produzir mais informações com muito mais alcance.

A *Agência Mural*, considera a rede de “muralistas”, composta por cerca de 70 correspondentes, o seu principal lugar de escuta das periferias. Essas redes são compostas por pessoas que possuem uma ampla vivência do território e realizam uma escuta mais atenta, que muitas vezes surge em um encontro na laje, numa conversa no ponto de ônibus e outras situações do dia a dia. Para a Mural, outra questão importante aparece na metodologia de escuta da rede de comunicadores locais: ela precisa ter a capacidade de circular efetiva, presencial e diariamente pelos territórios.

A metodologia é circular o bairro e conversar com as pessoas. Esse é o diferencial da Mural. Não dá pra ficar publicando pauta de Instagram. A história real está circulando no bairro. Com a própria transformação do jornalismo, tudo baseado no rápido, no fácil, as redações cada vez mais enxutas, o jornalista não quer, não tem tempo e o editor deslocar um repórter para o Capão Redondo. Então o Capão Redondo fica invisibilizado ou estigmatizado pela violência. Se a gente tem uma cobertura local, esse correspondente circula e entende o que está rolando ali, são outras histórias, são outras perspectivas que o jornalismo hegemônico não vai saber, não vai entender, não vai explicar. Então, é o básico. A gente faz o básico do

jornalismo. Circular para entender o que está rolando. É a essência do jornalismo que foi corrompida ou que foi apagada por todas essas questões da tecnologia, das redações enxutas. É um pouco desta perspectiva que a gente acredita. (ALENCAR, 2022, S/N)

Por mais que publiquem histórias locais, a *Mural* considera que produz muitas reflexões sobre “periferias” de forma geral, pois conseguem entender e analisar situações que podem fazer parte da realidade de várias regiões marginais em todo o Brasil.

12.2. Escutas dos públicos externos às organizações

As metodologias aqui apresentadas estão voltadas para escutar as redes de interferências e públicos não-essenciais da organização, de acordo com a terminologia adotada por França (2004).

12.2.1. Tecnologias de escutas para as redes sociais

Ainda que sejam espaços importantes para disseminar as informações e estejam sendo cada vez mais utilizadas pelas organizações sociais, as redes tem um papel ainda de divulgação de informações. A escuta ainda é um processo difícil e distante das organizações sociais entrevistadas, salvo os casos específicos. Contudo, esse espaço foi cotado como metodologia de escuta e algumas experiências podem representar metodologias inovadoras para organizações interessadas em aproximar as vozes de seus públicos por meio das redes.

Uma das ações implementadas, pelo *Núcleo Jornalismo* é o *Projeto Amplifica*, que criou em conjunto com a *Revista Asmina*, um acompanhamento das publicações de sua rede de seguidores. Primeiro, com a autorização e utilizando a mesma tecnologia de monitoramento que utilizam em outras iniciativas da comunidade política ou científica, monitoram suas próprias comunidades, leitores e leitoras. Com isso, conseguem acompanhar quais são os assuntos de interesse daqueles que interagem com a organização.

A gente consegue monitorar termos, links, os posts mais populares que eles estão publicando. E o nosso segundo passo é conectar a conversa das pessoas que comentam as reportagens do Amplifica, a partir de um boot que une todos os comentários que utiliza a hashtag que é da reportagem. É uma coisa que ninguém está fazendo de ter esse olhar para o que as pessoas da nossa comunidade estão falando e trazer elas mais pra perto. (DRUMMOND, 2022, S/N)

O uso das tecnologias para um formato de escuta das redes sociais é o que o Núcleo considera mais inovador de suas metodologias, pois estão automatizando alguns processos de organização de informações e produção de conteúdo que facilita a vida de outros segmentos sociais interessados em saber mais sobre o que circula nas redes sociais, como os próprios jornalistas e/ou veículos de comunicação. O Núcleo acompanha, por exemplo, todos os políticos com mandatos atuais em suas redes sociais: o que postam, apagam, editam e conseguem analisar/organizar para oferecer para jornalistas e para a sociedade o resultado desse acompanhamento. Logicamente, ainda há uma linha tênue a ser desbravada pelo Núcleo entre a definição de escuta e de monitoramento. Mas, a princípio, ainda consideram um passo importante no sentido de entender e criar possibilidades para chegar até as vozes das pessoas pelas redes.

A *Mural* iniciou uma ação em parceria com a *Lupa*⁸⁰ e o *Whatsapp*. O *Papo Reto no Zap* é uma ferramenta de checagem, em grupos de *Whatsapp* de quatro comunidades da grande São Paulo, nos quais as pessoas encaminham informações duvidosas para checagem. Esse é um processo parecido com o implementado pela *Viração*, que consegue ir além e fazer pesquisa e consultas pelos grupos de *Whatsapp* nos quais dialoga com a juventude, com um robô que auxilia na sistematização das respostas dos jovens em consultas e levantamentos específicos.

Outras organizações possuem grupos para enviar informações, mas também levantar pautas das comunidades, como o *Voz das Comunidades*. Para a *Mídia Índia*, o *Whatsapp* cumpre a função de agilizar a informação, mas entre as redes de correspondentes prioritariamente.

A *Gênero e Número*, que também vê muito potencial de escuta nas redes sociais, considera que esse espaço ainda é difícil de organizar, de ter controle de como as respostas vão acontecer e até onde será possível acompanhar, acolher e responder as demandas.

⁸⁰ Agência de checagem e plataforma de combate à desinformação por meio do *fact-checking* e da educação midiática. Disponível em: < <https://lupa.uol.com.br/institucional>>. Acesso em 12 Jan, 2023.

12.2.2. Portais, e-mails e aplicativos como espaço de escuta

Para algumas organizações, os portais virtuais de suas organizações ainda representam um importante meio de participação e escuta de opiniões, sugestões e principalmente denúncias que exigem certa responsabilidade com o sigilo da identidade das pessoas e das informações, como no caso da *Ponte*. Muitos portais virtuais foram pensados para facilitarem esse tipo de interação em tempos nos quais as redes sociais ainda não tinham papéis tão relevantes.

Por exemplo, mesmo mantendo canais diretos de diálogo com a comunidade, o portal da *Voz da Comunidade* possui uma aba para moradores fazerem relatos. Nos tempos do aumento do uso da *Internet*, esses canais foram fundamentais para fortalecer a comunicação com os moradores. Agora, a *Voz das Comunidades* já possui um aplicativo, que atualmente é considerado uma grande inovação para estreitar e agilizar a escuta das pessoas. O aplicativo facilita o acesso, traz agilidade para a comunicação, principalmente por ser acessado pelo celular.

A *Voz da Comunidade* foi a única organização de comunicação que informou a criação do aplicativo como principal inovação como metodologia de escuta da comunidade.

12.2.3. Pesquisas como processo de escuta dos territórios e grupos sociais

A área da pesquisa parece estar se profissionalizando nas organizações de comunicação independentes como uma metodologia de escuta. Foram vários exemplos de estudos, focados em públicos, temáticas, grupos específicos, diante de assuntos como, saúde, violência, sexualidade, eleições. Essas pesquisas representam recortes importantes para entender a visão de grupos específicos. Alguns casos, inclusive, influenciaram a formulação de políticas públicas, de acordo com as entrevistas.

O primeiro exemplo é o *Instituto Data ANF*, criado como um braço da *Agência de Notícias das Favelas* que se tornou uma porta de escuta da população favelada diante da necessidade de ter estudos focados nesse grupo social. O principal cliente por um período foi o *Ministério da Saúde*, devido à necessidade de escutar as classes

C, D em campanhas de combate à Aids, à tuberculose, de vacinação, da Zica, entre outros assuntos. E também realizaram estudos sobre outros temas, como eleições e saúde mental nas periferias cariocas.

Esse último caso é importante pois se tratou de uma pesquisa no âmbito de um projeto mais completo financiado pela *Fiocruz*⁸¹, para tratar de saúde mental de mulheres vítimas de violência nas periferias e que contemplou, além da pesquisa, ações de comunicação comunitária acerca da saúde mental.

No campo de pesquisa de territórios, a *Énois* também traz uma metodologia bastante inovadora, chamada *Mapa Afetivo*, um estudo adaptado da acupuntura urbana para o campo da comunicação pela própria escola. É um convite, direcionado primeiro para os integrantes da *Escola de Jornalismo*, para as pessoas trazerem os seus territórios quando contam suas histórias: de onde veio? Que histórias carrega do seu território? Por que isso vai impactar na sua reportagem? A *Énois* considera essa uma metodologia de escuta da cidade, das pessoas e que é ensinada na escola de jornalismo como forma de aguçar o olhar do futuro comunicador sobre a importância de saber circular na cidade e ter um olhar atento para o seu lugar ao produzir comunicação. O *Mapa Afetivo* vai criando conexões em um mapa da cidade físico, sobre as histórias e o que as comunidades têm, oferecem, suas potencialidades. Um dos diferenciais da *Énois* na implementação do Mapa Afetivo como metodologia, é que a organização identifica também organizações de mídia independentes nos territórios, que depois tornam-se possíveis integrantes do programa de fortalecimento de veículos de comunicação independentes.

A *Gênero e Número* realiza pesquisas temáticas⁸², relacionada aos públicos com os quais atua sobre raça, gênero e sexualidade, e considera que essa área de abrangência é o ápice de toda a construção de conhecimento dentro do lugar que querem ocupar. Cada pesquisa tem uma metodologia diferenciada, adequada ao assunto ou momento. A primeira foi amostral e presencial, com jornalistas falando sobre dificuldades do trabalho que realizam. Na pesquisa sobre violência LGBTQIA+, foram para as ruas ouvir as pessoas em São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, em locais de sociabilidade das populações LGBTQIA+. A pesquisa intitulada *Sem parar*, sobre a vidas das mulheres na pandemia aconteceu de forma virtual e a última

⁸¹

⁸² Todas as pesquisas da *Gênero e Número* podem ser acessadas em: <<https://www.generonumero.media/>>. Acesso em: 12 Dez, 2022.

pesquisa, sobre jornalistas mulheres LGBTQIA+, era uma pesquisa que falava sobre violência online.

A *GeN* também articula a pesquisa a projetos, isto é, além da pesquisa, que é o momento de escuta ativa das pessoas, também consultam especialistas, pessoas que trabalham com o tema e o seu resultado tende a gerar outras iniciativas, como reportagens especiais, publicações específicas, documentários, eventos de divulgação, etc.

A pesquisa tem importantes significados: escuta e sistematiza informações de públicos e temáticas específicas. As pesquisas tem o poder de construir realidades coletivas e ampliam a capacidade das organizações de serem escutadas, por exemplo, pelo poder público.

12.2.4. A escuta de outras organizações

A conexão com outras organizações comunitárias se mostrou uma metodologia importante para a área de responsabilidade social da *Voz das Comunidades*. Devido ao tamanho do Complexo do Alemão, dialogar com organizações que desenvolvem ações com grupos menores, geralmente aquelas que tem o cadastro dos moradores, que fazem atendimento direto e conseguem abranger muitos outros territórios na comunidade, e com muito mais proximidade, foi um modelo de escuta estratégico. Essa aproximação está trazendo novas pautas e um entendimento de demandas mais específicas dentro das diferentes comunidades que compõe o complexo.

Os encontros são mensais e começaram em 2021. O que se percebeu era que muitas instituições ainda não se conheciam e com a ação, foi possível colocar também as organizações em diálogo, interagindo em suas ações e também criando um novo lugar de escuta, de instituições para instituições.

Acho que é uma das coisas que a gente mais prioriza, tanto como jornalismo, tanto como responsabilidade social, ouvir o morador, as instituições, as pessoas que participam dos projetos, do que elas precisam, como podemos ajudar como veículo de comunicação. A gente tem essa responsabilidade de ouvir, mas também de conseguir ajudar da forma que a comunidade precisa.

Outras organizações também citaram a importância da escuta de movimentos, outras associações, cooperativas e segmentos que atuam com grupos silenciados,

como o *Coletivo Catarse*, que desenvolve um processo de vivência na construção de seus documentários, a *Viração*, o *Ibeac* e com atividades já descritas anteriormente na pesquisa. A escuta de outros movimentos e organizações vai além da produção de comunicação, mas consiste em espaços de aprendizagem organizacional sensíveis e profundos.

12.2.5. Eventos como espaços de fala e escuta

Especialmente duas organizações trouxeram os espaços de eventos como locais de escuta. A *Parafuso* destacou como uma importante metodologia de interação e aprendizado e escuta do contexto social como um todo.

A *Gênero e Número* considera que os eventos representam para a instituição o momento de reunir pessoas de diferentes áreas, parceiros, e um público mais interessado em debater determinados temas. Esse debate representa um importante meio de escuta. O último evento que realizaram foi lançamento e exibição do documentário *Verde Esperanza: Aborto Legal na América Latina*⁸³ em vários locais do país, como Rio de Janeiro, Porto Alegre, São Paulo, e exibições *online*.

E esse tem sido um momento de escuta muito mais sensível, no qual as mulheres tem se sentido tão acolhidas a ponto de falarem sobre suas próprias experiências, o que é muito delicado no nosso país. No jornalismo a gente trabalha com personagens, números, que é diferente de estar em uma sala cheia de pessoas e falando sobre esses assuntos. Tem sido um momento de escuta muito importante. (SILVA, 2022, S/N)

Além disso, esses momentos funcionam como formas de avaliação, pois propiciam que se sinta o impacto do trabalho que desenvolvem como organizações, os efeitos e alguns resultados sobre as pessoas. “Acho que tem um impacto de mostrar pra gente que o nosso trabalho vale a pena de um outro lugar, que é esse lugar muito mais sensível e pessoal”.

⁸³ O trailer está disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZOJhPFujbGw>>. Acesso em: 12 Dez, 2022.

12.2.6. A escuta das pessoas que contam suas próprias histórias

Vários veículos entrevistados foram criados por pessoas interessadas em favorecer a participação e o protagonismo de grupos, pessoas, territórios: a criança da favela que decidiu fazer comunicação com e a partir da favela e seus moradores; indígenas que ao terminarem suas faculdades de jornalismo, criaram suas mídias para serem feitas por indígenas; negros que querem ouvir a voz de outros negros; mulheres interessadas em reafirmar um novo lugar de existência a partir de sua própria fala, PCDs LGBTQIA+ cansados de não poderem participar, nem ler, nem escutar as mídias que deveriam falar sobre eles e também para eles.

Este talvez seja o lugar mais representativo dessa pesquisa: pessoas que assumiram um papel protagonista na criação da comunicação que acreditam fazer mais sentido para sua existência social. Essas pessoas são contadoras de suas próprias histórias, que querem manifestar e ouvir a própria voz e possibilitar que seus pares também falem e sejam ouvidos.

O *Jornal Empoderado* afirma o protagonismo como o pilar de sustentação para comunicação que procuram implementar diariamente. No começo, incomodou muita gente o formato de deixar as próprias pessoas contarem as histórias. A intelectualidade é um lugar de disputa das narrativas e dificulta publicar as vozes e opiniões de pessoas consideradas mais humildes.

O que mais me incomoda é quando as pessoas tentam reproduzir a mídia tradicional na mídia alternativa por medo de experimentar. A linguagem de experimentação não é tão simples assim. As pessoas são muito conservadoras. Às vezes, as pessoas falam que não sabem escrever direito. E eu digo: “a história é sua, quem melhor pra contar”?

Eu fiz um ano de Marketing e fui presidente da Empresa Júnior da Faculdade. Meu professor me convidou pra dar uma palestra no Rotary Club. Lá, ele foi me apresentar: “esse aqui é o Anderson, menino vencedor, fruto de muito esforço da mãe que trabalhou em vários locais precários e toda aquela situação muito triste das famílias que não têm as mesmas condições que vocês, que estão aqui. Mas ele venceu, é presidente da Agência Júnior...”

O pessoal se emocionou muito com a história. Só teve uma questão. Essa não é a minha história e até hoje a minha mãe briga comigo porque eu não parei aquela palhaçada. Ela disse certa vez: “você foi o único menino que, pelo seu pai ser funcionário público, pôde ter um Atari na rua, e agora você deixa seu professor dizer que você não tinha pai, uma mãe que trabalhava em condições degradantes, só porque você é negro. Nada contra, mas a gente luta tanto pra conseguir ter condições melhores...”

E isso me marcou tanto que eu decidi que não ia mais deixar as pessoas contarem a minha história e das outras pessoas. Se a história é minha, eu conto. Se a história é sua, você conta. (MORAES, 2022, S/N)

A *Parafuso*, a partir dos princípios educomunicativos, desenvolveu várias metodologias de escuta em atividades que desenvolve com os adolescentes. Destacou dois exemplos: as *chuvas de ideias*, um formato para pensarem propostas de ação para os projetos de forma coletiva, com seus pares; e a *facilitação gráfica*, como forma de estimular outras formas de expressão com adolescentes, no qual é possível contar histórias a partir dos desenhos.

O mais importante para a *Parafuso* e a *Viração* é fortalecer o processo da criação de narrativas dos próprios adolescentes e jovens, para que assim a sociedade possa escutar um pouco do que têm a dizer. A *Viração* vai além, pois coloca a juventude para realizar a cobertura de eventos e temas diversos, nos quais os jovens podem abordar temas para além das fronteiras impostas pela sociedade como lugar da juventude. Um exemplo é todo o processo de *Cobertura Educomunicativa das COPs*, que se tornou o mais representativo programa internacional de articulação e participação da juventude por meio da comunicação, da *Viração*.

Por fim, o Vale PCD é, sem dúvida, um caso emblemático de protagonismo nessa pesquisa, tanto pela temática, como pela ação de seus integrantes. A equipe da organização é preparada para realizar uma escuta qualificada de seus públicos sobre suas questões relacionadas à sexualidade. E a comunicação feita nas redes sociais trata de assuntos educativos, mas também relativos às ações que o Vale PCD oferece. Por exemplo, eles fazem todo um processo de assessoria sobre eventos, pois muitos PCDs deixam de participar desses espaços por não saberem se oferecerão acessibilidade. Assim, eles pesquisam os eventos de interesse e divulgam para sua comunidade. Também oferecem consultoria para tornar eventos acessíveis. Entendem que esses serviços tem relação direta com a possibilidade de convivência social para PCDs LGBTQIA+, no sentido de vivenciarem sua sexualidade, conhecerem pessoas, interagir socialmente, com a liberdade necessária para estabelecer relações. “Quando eu ia para a Parada da Diversidade, em 2013 ou 2014, não havia acessibilidade e muitos amigos perguntavam. E eu passei a verificar quais eventos eram acessíveis e divulgava para meus amigos” (PAIVA, 2022, S/N). Eles entendem que a escuta, a empatia, o aprendizado do diferente, parte do convívio com a outra pessoa.

O *Vale PCD* tem uma equipe preparada para a escuta (profissional): psicoterapeuta, psicólogos/as que apoiam pessoas com deficiências em seus processos de descoberta de sua sexualidade sem constrangimentos, sem preconceitos, sem capacitismo. Mas a escuta é mais sensível e qualificada por ser feita por pares, isto é, pessoas que vivem a realidade e dinâmica como PCD LGBTQIA+.

12.2.7. Escuta relacionada a questões de violência

A *Ponte Jornalismo* atua com o viés da segurança pública e traz reflexões importantes do ponto de vista de um veículo de comunicação que se propõe a ouvir, antes de qualquer coisa, as vítimas de situações de violência ou de desrespeito dos direitos humanos.

Na produção da reportagem, a *Ponte* segue um viés mais tradicional do jornalismo, de ouvir todos os lados envolvidos, realizar uma pesquisa baseada em fatos, em documentos, entrevistas, em dados. Mas, como processo de escuta, o lado de quem sofre a violência é o ponto de vista que orienta a reportagem.

Defendem uma independência típica de veículos jornalísticos, com uma preocupação da fidelidade aos fatos no sentido de produzir justiça a partir da comunicação que produzem. A *Ponte* também analisa se sua ação jornalística vai auxiliar o caso ou atrapalhar na situação que a pessoa está vivendo. “Quem conduz isso são os envolvidos e a gente respeita. Se não for ajudar, também não tem porque entrar nisso”. (SALVADORI, 2022, S/N)

12.2.8. Metodologias de escutas das pessoas em seus territórios

Do rol de organizações entrevistadas, o Ibeac é a única que trabalha com um território, no caso Parelheiros, mas não está inserida nesta localidade. Dessa forma, desenvolve inúmeras metodologias de escuta para se aproximar das pessoas, organizações locais e outros componentes comunitários.

A primeira metodologia destacada, trazida do *Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento*⁸⁴, em parceria com o educador popular Tião Rocha, é a pedagogia das rodas. “Não fomos nós que inventamos a roda, mas trabalhamos com elas o tempo todo. As pessoas conversam em roda para a gente poder compartilhar, poder falar, poder fazer as ideias, as dúvidas, os conflitos circularem” (SANTOS, 2022, S/N).

A metodologia considerada mais inovadora chama-se *Cafuné Obstétrico* uma escuta específica para mulheres que estão gestantes, somadas a práticas de cuidados com essa mulher durante o período de gestação. Quem olha de fora pensa que é uma limpeza de pele, é um penteado, é um escalda pés, mas são estratégias para escutar essas mulheres, pois quando elas se encontram e estão sendo cuidadas, as conversas surgem. A própria escuta empática torna-se uma ferramenta de cuidado.

A gestação já é um momento de tantas aflições. Não dá pra chamar uma mulher grávida e dizer, vamos discutir violência, racismo. Nós criamos estratégia de acolhimento daquela mulher e a partir dali os temas vão sendo trabalhados. A nossa casa em Parelheiros, que se chama “A casa do meio do caminho”, é um espaço de acolhida de grávidas e puérperas, pensada com muito cuidado, com muitos detalhes, com literatura, com sopinha, com lugares aconchegantes. A nossa escuta está presente nesse cuidado. E a partir dessa escuta a gente vai pensando as ações. (SANTOS, 2022, S/N)

Finalizando as metodologias territoriais de escuta, tem um último formato diferenciado que vale a pena destacar na pesquisa. O planejamento das ações, no *Ibeac*, nasce com as comunidades, nos territórios, e não dentro da organização. Cada programa constrói seu plano de ação com suas equipes nas comunidades. E, como um segundo momento de planejamento, cada programa se reúne para entender onde esses planos se entrecruzam, para criar e para fortalecer conexões entre as diferentes linhas de ação.

84 O CPCD é uma ONG, fundada em 1984, em BH/MG, com a MISSÃO de promover educação popular e o desenvolvimento comunitário a partir da cultura. Disponível em: < <https://cpcd.org.br/atuacao/>>. Acesso em 18 Nov, 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há dois anos, durante a pandemia, minha filha achou que era a hora de ter um cachorro como amigo e companhia. A Lola chegou e colocou em cheque minha capacidade de escuta, enquanto pesquisava sobre a escuta. Aguçar minha forma de entender os sons representava uma outra possibilidade de percepção do que passava a acontecer na minha casa, no dia a dia, com a minha filha, com a minha rotina com a presença constante da voz da Lola.

O que quero dizer é que estudar a escuta representou praticar e vivenciar a escuta no meu dia a dia, em um momento em que as telas mediaram absolutamente o meu contato com o mundo. Seria possível aprender sobre escuta social apenas pela tela do computador? Obviamente não. Então debrucei-me em um processo de construção de processos de estudo, de pesquisa, de formulação de questionários que pudessem trazer informações suficientes para falar da escuta.

Obviamente faltou o processo de vivência da escuta nas organizações em uma pesquisa que constrói sua base teórica de lugar de fala valorizando a experiência do ser silenciado como argumento coletivo e real. Contudo, foi possível construir uma visão complexa sobre a epistemologia da escuta democrática. A principal consideração final é o entendimento do aprendizado da escuta a partir de si, se seus sentimentos, afetos, modelos e padrões de comportamento, que surge do seu contexto social, histórico e emocional, exatamente como foi apresentado na pesquisa teórica. A pesquisa de campo procurou, ao dividir a escuta em Dimensões, tratar dessa complexidade no nível das organizações. Afinal, as organizações não tem ouvidos, ou cérebro. Mas são compostas por um coletivo de pessoas que, a partir de suas competências, estratégias e metodologias, são capazes de criar formatos de escuta social.

A segunda consideração importante neste momento final é referente a própria lógica da escolha por entender, decifrar, vivenciar a epistemologia da escuta, e não do diálogo (campo de escuta da professora Cremilda Medina, disciplina que cursei em meu doutorado). As vozes que estão reivindicando seu lugar de fala são propositalmente silenciadas por lógicas subjetivas e invisíveis de uma estrutura que não tem interesse em ouvi-las. E, para conseguir avançar para o estágio do diálogo, essas vozes ainda precisam conquistar o seu lugar de escuta.

Como se fossem degraus a serem vencidos:

Degrau 1: conquisto meu lugar de fala (mas minha voz permanece silenciada por não ser escutada);

Degrau 2: conquisto meu lugar de escuta (a sociedade passou a me escutar, então, tenho os dois componentes iniciais para estabelecer um diálogo verdadeiro)

Degrau 3: conquisto meu espaço para iniciar um processo dialógico verdadeiro, colocando minha palavra em movimento e interação.

Assim como o exemplo do professor que entra em sala de aula e ao iniciar sua aula, todos os alunos se retiram, as vozes sociais de pessoas negras, indígenas, periféricas, femininas ou LGBTQIA+, com deficiências, jovens ou velhas demais, pobres, ao entrarem na sala do debate público, falam sozinhas, porque todos os ouvidos e escutas se retiraram (invisivelmente), da sala.

Considerações metodológicas

Primeiro, a pesquisa teórica criou um percurso lógico da cultura do silêncio em Paulo Freire, passando pela teorização do diálogo como espaço de transformação social. O lugar de fala trouxe questões da construção teórica e o perigo de esvaziamento do conceito, inclusive no meio científico. Vale lembrar, nessas considerações finais, que o lugar de fala foi um conceito gerador, na pesquisa, do pensamento sobre o lugar de escuta, por que parece impossível legitimar o lugar de fala de alguém quando não existem “ouvidos sociais” capazes ou interessados em ouvi-los.

Obviamente, fala e escuta são componentes de um processo maior. Diálogo é a palavra em movimento. Dessa forma, a pesquisa trouxe luz a algumas teorias sobre o diálogo e como a relação entre escuta e fala ainda assume uma lógica de poder subjetivo da fala sobre a escuta.

Entendemos, nesta pesquisa, a educomunicação como um campo que procura estabelecer novas relações dialógicas dentro dos ecossistemas comunicativos, percorrendo sobre o papel do gestor de processos comunicativos, do educador, até descrever práticas que desenvolveram lógicas de escuta em ecossistemas comunicativos complexos.

Enfim, a pesquisa de campo (que não aconteceu em campo) trouxe um pouco da complexidade do tema a partir da experiência e prática de 17 organizações independentes de comunicação sem fins lucrativos, que geraram seis dimensões da escuta em organizações, capazes de fornecer um referencial de análise e entendimento sobre como as organizações escutam ou podem desenvolver estratégias para fomentar a escuta de públicos historicamente silenciados, inclusive por suas democracias.

As dimensões da escuta que organizaram a análise dos conteúdos foram:

- **Dimensão de Escuta I: Diferencial da atuação em comunicação**
- **Dimensão de Escuta II: Competências para a escuta**
- **Dimensão de Escuta III: Percepção do lugar de fala**
- **Dimensão de Escuta IV: Percepção do lugar de escuta**
- **Dimensão de Escuta V: Barreiras para a escuta**
- **Dimensão de Escuta VI: Metodologias de escuta**

Considerações sobre as hipóteses

O olhar para a confirmação ou não das hipóteses, na percepção da pesquisadora, oferece espaços para novas interpretações e subjetividades. Existem muitos exemplos que confirmaram as afirmativas levantadas sobre diálogo, escuta e a capacidade de estruturas democráticas desenvolverem a escuta de vozes historicamente silenciadas. A pesquisa vai pontuar alguns exemplos, mas convida a quem está lendo também levantar suas conclusões sobre os dados que confirmam ou não as hipóteses, aprimorando a análise de forma dinâmica e viva, a partir da percepção, contexto, vivência e emoção de cada pessoa que acessa a pesquisa.

- e. **Existe um grande descompasso entre o formato de comunicação e participação pretendidos por comunidades historicamente silenciadas no debate público e os formatos de participação permitidos pelas estruturas sociais democráticas.**

Essa hipótese se confirmou quando se analisa a construção teórica sobre a cultura do silêncio e fazemos paralelos de análise com a atuação e diferencial em comunicação levantados e descritos pelas organizações. Praticamente todas se intitulam contra-hegemônicas e se diferenciam por desenvolverem novas práticas de jornalismo ou de comunicação capazes de escutar temas e realidades silenciadas, como da violência fora das periferias e da não-violência dentro das periferias.

Esse jornalismo cria novas narrativas ao valorizar o protagonismo das diversidades que surge de dentro para fora: escutar uma equipe diversa desenvolve competências nas pessoas e nas organizações para escutar públicos diversos. São essas organizações que estabelecem conexão dessas histórias com outras estruturas democráticas, definidoras de políticas públicas, por exemplo.

As estruturas maiores precisam da ação mediação e da narrativa que valida e organiza as histórias, as necessidades, as lutas de desses grupos sociais e territórios invisibilizados.

f. O caminho oferecido pelos processos vigentes na área da comunicação (possibilitados pela digitalização da sociedade) estariam incentivando a renovação da ação participativa de públicos invisibilizados na sociedade;

Todas as iniciativas possuem uma forte ação motivada pela realidade tecnológica e digital. Muitas foram criadas a partir desse contexto e a maioria já apresenta demandas sobre a necessidade de aprimorar seus processos de escuta e de participação a partir das ferramentas digitais. É importante lembrar que algumas organizações estão atuando com robôs e ferramentas de escuta social pelas redes, e uma organização citou a criação de um aplicativo digital para aproximar e agilizar a comunicação com sua comunidade. Contudo, as organizações trazem em suas práticas a percepção de que as redes virtuais tendem a incorporar dinâmicas sociais, e suas falhas e imperfeições. Assim, tendem a reproduzir os formatos e estruturas de manutenção do silêncio.

g. Mesmo conquistando habilidades e espaços de produção e disseminação, a legitimidade da participação na sociedade

depende da construção de espaços de escuta democrática, além de necessitar de gestores aptos para agir em conjunto;

Grande parte das organizações entrevistadas foram criadas a partir da contestação de um modelo padrão, hegemônico e excludente de comunicação, a partir da identificação da invisibilidade das necessidades, das narrativas, das realidades de algum grupo social, e apresentam-se como lugares de escuta desses grupos.

Um exemplo trazido das experiências: uma estrutura social vai aprender a escutar um público invisibilizado quando passar a vê-lo e ouvi-lo. Uma forma de ver e ouvir é ter uma equipe composta por esses públicos, por exemplo. “Aquele que fala de revolução, sem mudar a vida cotidiana, tem na boca um cadáver” (frase de um grafite de 1968 apud MEDINA, 2018, p. 34). A pesquisa, por exemplo, entrevistou três homens brancos heterossexuais, entre 18 entrevistados. Vale ressaltar que a representatividade foi espontânea (não foi uma solicitação anterior ao pedido de entrevista). Tal dado demonstra sim, a necessidade de gestores capazes de implementar nas estruturas sociais novos modelos e padrões para acessar a voz das pessoas (silenciadas).

h. A prática educomunicativa vem representando um espaço político de reflexão e intervenção social, tanto para ampliar a prática comunicativa dos grupos sociais, quanto para sensibilizar as esferas sociais para o acolhimento de suas vozes.

Mesmo quando não explicitam, a pesquisa demonstrou que as organizações inserem conceitos educomunicativos, mesmo de forma subjetiva, na gestão, ao fazer um processo dialógico de tomada de decisões, de planejamento e da própria condução das atividades, assim como na atuação com a juventude e os modelos de formação e produção que adota nas redes sociais, em seus canais, ou nas coberturas educomunicativas que faz pelo mundo todo.

O processo educomunicativo também possibilita um olhar crítico da comunicação e ganha dimensões importantes quando as organizações trabalham com a formações em comunicação para suas redes de colaboradores que vão planejar, criar, produzir novos conteúdos e narrativas de formas diferenciadas, fortalecendo a capacidade de comunicação das pessoas. A educomunicação também auxilia em práticas dialógicas mais horizontais e coletivas e nas organizações

ampliam, o entendimento de que a gestão de processos educacionais vai muito além de planejar o site, a matéria, as redes sociais.

Consideração do processo

A realização do doutorado representou um grande desafio, potencializado pela pandemia. Contudo, não é possível dizer que representou um grande divisor de águas sobre o meu “fazer comunicativo” em todas as dimensões da minha vida. A forma como escuto minha filha se transformou durante e depois desse estudo, por exemplo.

Temos a possibilidade de vivenciar a ciência em novos formatos em nossa vida, que vai muito além do nosso fazer profissional. Viver a experiência e aprendizado científico no meu dia a dia, nas minhas emoções, na minha forma de “escutar” o mundo talvez seja a maior consideração final que posso oferecer sobre o processo.

A ciência clássica assumiu uma postura de espectador; nós somos apenas observadores, separados do fenômeno, no máximo manipulando-o externamente. Aqui, no entanto, há algo essencialmente diferente, algo que tem implicações um tanto radicais. Por nunca estarmos separados daquilo que percebemos, por estarmos implicados e envolvidos, o que percebemos será sempre uma função do que trazemos para a percepção, de quem somos. Se quisermos, portanto, trabalhar para ter uma observação acurada, essa capacidade exigirá do profissional o desenvolvimento contínuo. A pessoa não deve ser apoiada em técnicas e instrumentos, ela tem de levar a si mesma para a intervenção, numa relação íntima.

Nisso, há muito pouco de linearidade confortável. Causa e efeito se tornam intercambiáveis e entrelaçados. Para desenvolver a capacidade de nos envolver em determinada prática, somos obrigados a nos envolver nessa prática. Goethe já observava isso e acrescentava que os órgãos de percepção dos quais estamos falando não nos são dados, não estão lá, esperando ser ativados, tampouco estão levemente atrofiados por causa da subutilização. Os órgãos de percepção necessários devem ser *desenvolvidos* como *novas faculdades*, e a única forma de fazê-lo é assumir papel ativo no seu desenvolvimento.

Para trabalhar como profissional de desenvolvimento dessa maneira, nós mesmos temos de nos tornar nossos próprios instrumentos. É essa a compreensão alquímica: o mundo de fora e o mundo de dentro são um só, são a mesma coisa, eles tomam um do outro, eles dão um ao outro. Nós somos participantes do desenvolvimento e da evolução daqueles com os quais trabalhamos; é por meio deles que nos desabrochamos e emergimos. Essa é a essência da cocriação. Com esse sentido de co-responsabilidade, podemos sem dúvida ajudar a desenvolver, a expandir e a tornar mais humano o tecido social que nos envolve e acalenta como a membrana de um útero.

Não estamos trabalhando com coisas dadas como certas; vamos construindo nossa realidade à medida que caminhamos. (KAPLAN, 2005, p. 231-232)

Parece fundamental perceber que aprendermos mais sobre a escuta trará luz sobre a construção de espaços dialógicos reais. A relação binária e de poder entre

escuta e fala tem relegado o lugar das palavras à construção do que elas querem dizer, excepcionalmente em torno do que elas querem escutar. E com isso, estamos vivenciando espaços frenéticos de fala que não se efetivam mais nem em diálogo, nem em comunicação. Isto porque a fala, sem a escuta, constitui é apenas 50% do processo.

Nas fissuras sociais, estão sendo desenvolvidos pequenos ouvidos entre as pessoas que querem ser ouvidas e reivindicam seus espaços de fala. Essas pequenas práticas estão renovando laços e afetos, estão ressignificando o tempo e subvertendo a lógica e o discurso dominante. Ao final desta pesquisa, procurou-se apenas, ao ouvir essas práticas, organizá-las e apresentá-las dentro de um formato capaz de entendê-las e valorizá-las como as pequenas microrrevoluções necessárias às grandes transformações sociais.

REFERÊNCIAS

- ABRANCHES, Sérgio. **A era do Imprevisto: A grande transição do século XXI**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.
- ALTHUSSER, Louis. **Filosofia e Filosofias dos Cientistas**. São Paulo, Martins Fontes, 1981.
- ALVES, Ana Rodrigues Cavalcanti. O conceito de hegemonia: de Gramsci a Laclau e Mouffe. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, p. 71-96, 2010.
- AMARAL, M. F. Lugares de fala: um conceito para abordar o segmento popular da grande imprensa. **Contracampo**, n. 12, p. 103-114, 2005.
- ANDRADE, Daniel Fonseca de; MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa. O diálogo em David Bohm. In: MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; SORRENTINO, Marcos. **Diálogo e transição educadora para sociedades sustentáveis**. São Paulo: IEE-USP: Editora Na Raiz, 2020, p. 53-62.
- APARICI, Roberto. **Educomunicação: para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, 2014.
- ARAGÃO, L.M. de C. **Razão Comunicativa e teoria social crítica em Jürgen Habermas**. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1992.
- ARAGÃO, Ana Lúcia Assunção; NAVARRO, Almira. Diálogos em Diálogo: David Bohm, Paulo Freire e Mikhail Bakhtin. **Revista Educação em Questão**, v. 19, n. 5, p. 108-118, 2004.
- BACCEGA, M. A. Novas tecnologias, novas sensibilidades. **Revista Comunicação & Educação** n. 18. São Paulo: Segmento, 2000. p. 7-14
- _____, Maria Aparecida. **A práxis do campo da Comunicação e o profissional gestor de processos comunicacionais: conhecimento, sensibilidade e técnica como bases para a intervenção na realidade**. 2009.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003
- _____, M. **Para uma filosofia do ato responsável**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010b
- BAMBIRRA, Natércia Ventura; LISBOA, Teresa Kleba. “Enegrecendo o feminismo”: a opção descolonial e a interseccionalidade traçando outros horizontes teóricos. **Revista Artemis**, v. 27, n. 1, p. 270, 2019.
- BARBIER, René. **A pesquisa-ação**. Brasília, Liber Livro Editora, 2002.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BASSINELO, P. Z. Uma viagem pelo diálogo da escuta. In: GEGe/UFSCar (Org.). **A escuta como lugar de diálogo: alargando os limites da identidade**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012. p. 319-328.
- BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.
- BERLINCK, E. L. Fatores adversos na formação brasileira – explicação dos males atuais. São Paulo: IPSIS, 1948.
- BOHM, D. **Diálogo: comunicação e redes de convivência**. São Paulo: Palas Athena, 2005.
- BOUNEGRU, Liliana; GRAY, Jonathan; CHAMBERS, Lucy. **Manual de Jornalismo de Dados**. 2014.

- BRAGA, J. L. "Lugar de fala" como conceito metodológico no estudo de produtos culturais. In: Mídias e processos socioculturais. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2000, p. 159-184.
- BUBER, M. **Do Diálogo e Do Dialógico**. São Paulo: Perspectiva, 1982
- _____, M. **Eu e Tu**. São Paulo: Centauro, 2001
- _____, Martin. **Sobre comunidade**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- BUBER, Martin. **Do diálogo ao dialógico**. São Paulo, Perspectiva, 1982.
- CALABRE, Lia. A era do rádio – memória e história. ANPUH – XXII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – João Pessoa, 2003. Anais. Disponível em: <http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.379.pdf>. Acesso em: 17/03/2022.
- CAMPOS, Luiz Augusto. "We have a dream": cientistas sociais e a controvérsia sobre as cotas raciais na imprensa. **Revista de Sociologia e Política**, v. 20, p. 53-73, 2012.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo, Brasiliense, 1983.
- CAPRA, Fritjof. **O Ponto de Mutação**. São Paulo: Cultrix, 1982.
- _____, Fritjof. **As conexões ocultas**. Ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2002.
- CARNEIRO, S. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In: BUARQUE DE HOLLANDA, H. (Org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, (1985) 2019, p. 313-320.
- CARVALHO, M. F. Nossa esperança é ciborgue? Subalternidade, reconhecimento e "tretas" na internet. **Revista Estudos Feministas**, p. 347-364, 2017.
- CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis (org). **Por uma outra comunicação**. Rio: Record, p. 255-287, 2003.
- CECCON, Sheila. O diálogo em Paulo Freire. In: MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; SORRENTINO, Marcos. **Diálogo e transição educadora para sociedades sustentáveis**. São Paulo: IEE-USP: Editora Na Raiz, 2020, p. 75-84.
- CERVETTO, Renata e LÓPEZ. Miguel A. **Agite antes de usar**: Deslocamento educativos, sociais e artísticos na América Latina. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2018, p. 182-192.
- CHOMSKY, N. **Novas e velhas ordens mundiais**. São Paulo: Scritta, 1996.
- CITELLI, Adilson O.; COSTA, Maria Cristina Castilho (orgs). **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.
- COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. Boitempo editorial, 2019.
- COSTA, Maria Cristina Castilho. **Gestão da comunicação: projetos de intervenção**. 2009.
- DAMÁSIO, António R. **O Erro de Descartes – Emoção, Razão e Cérebro Humano**. São Paulo, Companhia das Letras, 2003.
- DEMO, Pedro. **Complexidade e aprendizagem: A dinâmica não linear do conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2002.
- DUNKER, Christian; THEBAS, Cláudio. **O palhaço e o psicanalista – Como escutar os outros pode transformar vidas**. São Paulo, Editora Planeta, 2019.

- ELIAS, Marisa Del Cioppo. **Célestin Freinet: uma pedagogia de atividade e cooperação**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- FERREIRA, Bruno de Oliveira. **Jornalista-educomunicador (a): sentidos de uma nova identidade profissional**. 2019. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo.
- FERREIRINHA, Isabella Maria Nunes; RAITZ, Tânia Regina. As relações de poder em Michel Foucault: reflexões teóricas. Artigo científico. Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro: FGV EBAPE, 2010.
- FILHO, Adilson Vaz Cabral; SCHNEIDER, Marco. O legado de Stuart Hall e a Comunicação Comunitária. **Matrizes**, v. 10, n. 3, p. 107-124, 2016.
- FISS, O. A Ironia da Liberdade de Expressão. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.
- FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso. Construindo o conceito de competência. **Revista de administração contemporânea**, v. 5, p. 183-196, 2001.
- FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Tradução de Roberto Machado. São Paulo: Ed. Graal, 1979.
- _____. **A Ordem do Discurso**. Aula inaugural no College de France. Pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola: 1996.
- _____. **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France (1977- 1978). Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- _____. **A arqueologia do saber**. 3. ed. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- FORMENTÃO, Francismar. O diálogo em Mikhail Bakhtin. In: MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; SORRENTINO, Marcos. **Diálogo e transição educadora para sociedades sustentáveis**. São Paulo: IEE-USP: Editora Na Raiz, 2020, p. 35-41.
- FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul: Yendis, 2004, 159p.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga. Convivência urbana, lugar de fala e construção do sujeito. **Intexto**, n. 7, p. 47-57, 2001.
- FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.
- _____, P. **Educação como prática para a liberdade: e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- _____, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 10ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1988.
- _____, Paulo. **Pedagogia da Autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- _____, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 32ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- GADAMER, H-G. **Verdade e Método I**. (trad. de Flávio Paulo Meurer). Petrópolis, RJ: Vozes; Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2015.
- _____, H-G. **Verdade e Método II**. (Trad. de Enio Paulo Giachini.) Petrópolis, RJ: Vozes; Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2011.
- GEGE/UFSCar (Org.). **Escuta como lugar do diálogo: alargando os limites da identidade**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012.

- GEGe - Grupo de Estudos dos Gêneros do Discurso. **Palavras e contrapalavras: glossariando conceitos, categorias e noções de Bakhtin**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2009.
- GLÜER, Laura Maria. Visão estratégica dos públicos. **Comunicação & Sociedade**, v. 27, n. 45, p. 204-208.
- GOETHE, Johann Wolfgang von. **A metamorfose das plantas**. 4 ed. São Paulo: Antroposófica, 2005. 40 p.
- GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais, cidadania e educação. **Movimentos Sociais e Educação**. São Paulo: Cortez Editora, 8a. ed., 2012.
- GOMES, Romeu. **A análise de dados em pesquisa qualitativa**. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org). Pesquisa Social. 23.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.
- GOMES, W. **Precisamos falar sobre o “lugar de fala”**. Cult, 9 ago. 2019.
- GONZAGA, Katherinne Rozy Vieira; ANDRADE, Fernando César Bezerra de. Lugar de fala: psicanálise e gestão docente da indisciplina. **Estudos de Psicanálise**, n. 38, p. 89-96, 2012.
- GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista ciências sociais hoje**, v. 2, n. 1, p. 223-244, 1984.
- GORJON, Melina Garcia; DE SOUZA MEZZARI, Danielly Christina; BASOLI, Laura Pampana. Ensaio de lugares de escuta: diálogos entre a psicologia e o conceito de lugar de fala. **Quaderns de psicologia. International journal of psychology**, v. 21, n. 1, p. e1455-e1455, 2019.
- GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. v. 3.
- GRAVA, João Paulo; BARBOSA Caroline Garpelli. O diálogo em Hans-Georg Gadamer. In: MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; SORRENTINO, Marcos. **Diálogo e transição educadora para sociedades sustentáveis**. São Paulo: IEE-USP: Editora Na Raiz, 2020, p. 42-52.
- GROSFUGUEL, R. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n. 80, v. 1, p. 115-147, 2008.
- HABERMAS, J. (1987b). A nova intransparência. A crise do Estado de bem-estar social e o esgotamento das energias utópicas. *apud* **Novos Estudos Cebrap**. São Paulo, 18: 103-114, Setembro.
- _____, J. (1987c). **Técnica e ciência como "ideologia"**. Lisboa, Edições 70.
- HÉVELINE, E.; ROBBES, Bruno. Praticando a Pedagogia Institucional: o que é a Pedagogia Institucional. **Instituir para ensinar e aprender: introdução à Pedagogia Institucional. João Pessoa: UFPB**, 2009.
- HOOKS, Bell. Intelectuais Negras. **Estudos Feministas**. Florianópolis. Ano 3, 1995, p. 464-478.
- HOOKS, B. **Teoria feminista: da margem ao centro**. São Paulo: Perspectiva, (1984), 2019.
- INNERARITY, Daniel. **A política em tempos de indignação: a frustração popular e os riscos para a democracia**; Tradução de João Pedro Jorge. Rio de Janeiro: Leya. 2017.
- KAPLAN, Allan. **Artistas do invisível: o processo social e o profissional de desenvolvimento**. tradução de Ana Paula Pacheco Giorgi. São Paulo: Editora Peirópolis e Instituto Fonte para o Desenvolvimento Social, 2005.

- KAPLUN, Mário. Uma pedagogia da Comunicação. In: APARICI, Roberto. **Educomunicação: para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, p. 59-80, 2014.
- LIMA, Venício A. **Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire**. Brasília: Editora Universidade de Brasília/Fundação Perseu Abramo, 2011.
- _____, Venício A. **Da cultura do silêncio ao direito à comunicação**. 2011. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/da-cultura-do-silencio-ao-direito-a-comunicacao/>>. Acesso em: 22 Jun, 2023.
- _____, Venício A. **Na cultura do silêncio, as massas são mudas**. 2017. Disponível em: <https://www.conversaafiada.com.br/cultura/na-cultura-do-silencio-as-massas-sao-mudas>. Acesso em: 22 Jun, 2023.
- _____, Venício A. **Paulo Freire: A prática da liberdade, para além da alfabetização**. Autêntica Editora, 2021.
- LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 11ª ed., 2010.
- _____. Estratégias Metodológicas da pesquisa de recepção. INTERCOM – **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Vol. XVI, 2, São Paulo, 1993 - p. 78 a 86.
- LÓPEZ, Denisse Brust; LOPES, Carlos Eduardo. O conceito de " lugar de fala": das possibilidades de delimitação aos riscos de esvaziamento conceitual. **Revista Psicologia Política**, v. 22, n. 55, p. 668-687, 2022.
- LOUREIRO, Camila Wolpato; PEREIRA, Thiago Ingrassia. Seria possível uma epistemologia freireana decolonial? Da “Cultura do silêncio” ao “Dizer a sua palavra”. **Roteiro**, v. 44, n. 3, 2019.
- LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. E. D. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.
- MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. Rio de Janeiro, Agir-Pocket,Ouro, 2008.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. Cidade Virtual: Novos cenários da comunicação. **Comunicação & Educação: Revista do Curso de Gestão da Comunicação**. Ano 11, n. 1, jan/abr. São Paulo: Moderna, 1998 - p. 53-67.
- _____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: Denis de Moraes (org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.
- MARTINI, Mara Rovida. As periferias pelos periféricos: um fenômeno jornalístico contemporâneo. **Revista Extraprensa**, v. 12, n. 1, p. 50-65, 2018.
- MATTELART, A. e MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.
- MATTA, R. O ofício de etnólogo, ou como ter ‘anthropological blues’. In: NUNES, E. O. (Org.) **A Aventura Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- MEDINA, Cremilda e Greco, Milton (orgs.). **Novo Pacto da Ciência 2**. Do Hesmifério Sol: O Discurso Fragmentalista da Ciência. São Paulo: ECA/USP: CNPq, 1993.
- _____, Cremilda. **O Signo da Relação. Comunicação e Pedagogia dos Afetos**. São Paulo, Ed. Paulus, 2006.
- _____, Cremilda. **Novo Pacto da Ciência 3**. Saber Plural: O Discurso Fragmentalista e a Crise de Paradigmas. São Paulo: ECA/USP: CNPq, 1994.

- _____, Cremilda. **A arte de tecer afetos: signo da relação, 2: cotidianos**. São Paulo: Edições Casa da Serra, 2018.
- MIGNOLO, W. Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. *Cadernos de Letras da UFF*, n. 34, v. 1, p. 115-147, 2008.
- MISOCZKY, Maria Ceci. Das práticas não-gerenciais de organizar à organização para a práxis da libertação. **Organização e práxis libertadora**, p. 13-56, 2010.
- MOMBAÇA, J. **Notas estratégicas quanto aos usos políticos do conceito de lugar de fala**. 2017. Disponível em: <<https://www.buala.org/pt/corpo/notas-estrategicas-quanto-aos-usos-politicos-do-conceito-de-lugar-de-fala>>. Acesso em: 22 Jun, 2023.
- MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; ANDRADE, Daniel Fonseca de. O diálogo em William Isaacs. In: MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; SORRENTINO, Marcos. **Diálogo e transição educadora para sociedades sustentáveis**. São Paulo: IEE-USP: Editora Na Raiz, 2020, p. 63-74 (fig p. 65)
- MORIN, Edgard. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, 2000.
- MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; SORRENTINO, Marcos. **Diálogo e transição educadora para sociedades sustentáveis**. São Paulo: IEE-USP: Editora Na Raiz, 2020.
- MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do C. **Análise Textual Discursiva**. Ijuí: Unijuí, 2005.
- MORAN, J. M. **Leituras dos Meios de Comunicação**. São Paulo, Pancast, 1993.
- MOURA, Maria Suzana. Gestão Participativa. In: BOULLOSA, Rosana de Freitas (Org.). **Dicionário para a formação em Gestão Social**. Salvador: CIAGS/UFBA, 2014. p. 74-76.
- MOURA, Maria Suzana de Souza; GIANNELLA, Valeria. **A arte de escutar: nuances de um campo de práticas e de conhecimento**. *Revista Terceiro Incluído*, v.6, 2016, p. 9-24.
- MUNGIOLI, M. C P.; RAMOS, Daniela O.; Viana, Claudemir E. Uma formação inovadora na interface educação e comunicação: aspectos da Licenciatura em Educomunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v.14, 2018, p.219 - 228.
- NAME, Leo. De que lugar fala o lugar de fala? **Epistemologias do Sul**, v. 4, n. 1, p. 162-177, 2020.
- NOGUEIRA, Isabel Porto. Lugar de fala, lugar de escuta: criação sonora e performance em diálogo com a pesquisa artística e com as epistemologias feministas. **Revista Vórtex**, v. 5, n. 2, p. 1-20, 2017.
- OLIVEIRA, Dennis de. Paulo Freire e uma prática jornalística emancipatória-decolonial. **Olhares: Revista do Departamento de Educação da Unifesp**, v. 8, n. 2, p. 122-132, 2020.
- OLIVEIRA, Dennis de. **Jornalismo e emancipação: uma prática jornalística baseada em Paulo Freire**. Curitiba: Appris, 2017.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 8.ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.
- ORNELLAS, Maria de Lourdes. **[Entre]vista: a escuta revela**. Edufba: Salvador, 2011
- OROZCO-GÓMEZ, Guilherme. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.
- PATEMAN, Carole. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1992.

- PENNA, Camila. Paulo Freire no pensamento decolonial: um olhar pedagógico sobre a teoria pós-colonial latino-americana. **Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas**, v. 8, n. 2, p. 164-180, 2014.
- PERUZZO, Círcia M. Krohling. Interfaces entre Comunicação Comunitária e Relações Públicas Populares1. In: **Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, modalidade virtual, FACOM-Universidade Federal da Bahia, de** _____ . **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.
- _____. Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania. In: OLIVEIRA; Maria José C. **Comunicação Pública**. São Paulo: Alinca. 2004, p. 50-79.
- _____. Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. **Revista Contemporânea, comunicação e cultura**. Bahia: UFBA/POSCOM, v.11, n.1, p.138-158, 2013.
- PINTO, José Marcelino de Rezende. A teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas: conceitos básicos e possibilidades de aplicação à administração escolar. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, p. 77-96, 1995.
- PONZIO, A. **Dialogando sobre diálogo na perspectiva bakhtiniana**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012.
- RAMOS, A. G. **A nova ciência das organizações: uma reconceituação da riqueza das nações**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1989.
- RAUL, Jessica Mara. Mulheres negras e a luta por igualdade: por um feminismo negro decolonial. **Estudos de Sociologia**, v. 21, n. 41, 2016.
- RENDUELES, César. **Sociofobia: mudança política na era da utopia digital**. Tradução de Sérgio Molina. São Paulo: Ed. Sesc São Paulo, 2016
- RENTE, Maria Angelica de Melo. O Diálogo em Martin Buber. In: MONTEIRO, Rafael de Araujo Arosa; SORRENTINO, Marcos. **Diálogo e transição educadora para sociedades sustentáveis**. São Paulo: IEE-USP: Editora Na Raiz, 2020, p. 25-34
- RESE, Natália et al. O vir a ser da estratégia como uma prática social. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, p. 227-248, 2017.
- RIBEIRO, Djamilia. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.
- RODRIGUES, A. D. **Comunicação e Cultura. A experiência cultural na era da informação**. Lisboa, Editorial Presença, 1999.
- ROMÃO, Lilian. **Educomunicação e participação cidadã de adolescentes e jovens, no Brasil**. ECA-USP: Mestrado, 2016.
- ROSA, Isabel Cristina Clavelin da. Imprensa Negra: descobertas para o Jornalismo brasileiro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 11, n. 2, 2014.
- SANTOS, Fernanda Marsaro dos. **Análise de conteúdo: a visão de Laurence Bardin**. 2012.
- SANTOS, B. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**. São Paulo, Hucitec, 1996.
- _____, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Studio Nobel, 2002.
- SARTORI, Ademilde Silveira; SOARES, Maria Salete Prado. **Concepção dialógica e as NTICs: a educomunicação e os ecossistemas comunicativos**. Colóquio Internacional Paulo Freire, v. 5, 2005.

- SCHEIN, E. H. **Princípios de consultoria de processos**: para construir relações que transformam. São Paulo: Peirópolis, Instituto Fonte para o Desenvolvimento Social, 2008.
- SHIVA, V. **Monoculturas da Mente: perspectiva da biodiversidade e da biotecnologia**. São Paulo: Gaia, 2003.
- SOARES, Ismar de O. Caminhos da educomunicação: utopias, confrontações, reconhecimentos. In: APARICI, Roberto. **Educomunicação: para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, p. 145-166, 2014.
- _____, Ismar de O. Educomunicação na América Latina: apontamentos para uma história em construção. In: APARICI, Roberto. **Educomunicação: para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, p. 07-27, 2014.
- _____, Ismar de O. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo, Editora Paulinas, 2011. p. 17.
- _____, Ismar de O. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. In: **Comunicação & Educação**. São Paulo: Segmento, ano VIII, nº 23 p.16-25, jan/abr 2002.
- SILVA, Jovânia Marques de Oliveira; LOPES, Regina Lúcia Mendonça; DINIZ, Normélia Maria Freire. Fenomenologia. **Revista Brasileira de enfermagem**, v. 61, p. 254-257, 2008.
- SOUZA MOURA, Maria Suzana de; GIANNELLA, Valeria. A arte de escutar: nuances de um campo de práticas e de conhecimento. **Revista Terceiro Incluído**, v. 6, n. 1, p. 9-24, 2016.
- SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar**. UFMG, 2010.
- STOLZ, Sheila. A ordem do discurso e suas relações com o poder: vertigem e quebra de certezas. **JURIS-Revista da Faculdade de Direito**, v. 13, p. 159-176, 2008.
- VARELA, Francisco; THOMPSON, Evan; ROSCH, Eleanor. **Mente incorporada**: ciências cognitivas e experiência humana. Porto Alegre: Artmed, 2003.
- VASCONCELOS, Kathleen Elane Leal; SILVA, Mauricelia Cordeira da; SCHMALLER, Valdilene Pereira Viana. (Re) visitando Gramsci: considerações sobre o Estado e o poder. **Revista katálysis**, v. 16, p. 82-90, 2013.
- VENTOSA, Victor J. **Didática da participação**: teoria, metodologia e prática; Tradução de Newton Cunha. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016.
- VIANNA, Heraldo Marelím. **Pesquisa em Educação: a observação**. Brasília: Plano Editora, 2003.
- WHITAKER, Rosa Maria; SAMPAIO, Ferreira. **Freinet: Evolução histórica e atualidade**. 1994.
- ZILIO, Lara Bethânia et al. Organizações contra-hegemônicas e a possibilidade de redescoberta da política na modernidade: uma contribuição a partir do pensamento de Hannah Arendt. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 10, p. 789-803, 2012.
- ZOGAIB, Simone Damm. **Achadouros de uma escuta do outro e do eu: vestígios encontrados no “quintal bakhtiniano”**. Revista Pró-Discente, Vitória, v. 23, n. 2, p. 22-33, jul./dez. 2017.

Entrevistas

ALENCAR, Vagner de. **Vagner de Alencar: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

ALVES, Iuri Salles. **Iuri Salles Alves: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

CORDEIRO, Juliana Cristina. **Juliana Cristina Cordeiro: depoimento.** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

DIAS, Marina Carvalho. **Marina Carvalho Dias: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

DRUMMOND, Jade. **Jade Drummond: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

GUERRA, Sebastião. **Sebastião Guerra: depoimento** [Jan. 2020]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

LIMA, Paulo. **Paulo Lima: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

LOVATO, Flora. **Flora Lovato: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

MAYER, Isabel Aparecida dos Santos. **Isabel Aparecida dos Santos Mayer: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

MORAES, Anderson. **Anderson Moraes: depoimento.** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

PAIVA, Emmauel Castro de. **Emmauel Castro de Paiva: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

PEDROTTI, Bruno Gonzales. **Bruno Gonzales Pedrotti: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

- PIRES, Geisa. **Geisa Pires: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- SÁ, Marcelo Cougo de. **Marcelo Cougo de Sá: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- SALVADORI, Fausto. **Fausto Salvadori: depoimento.** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- SANTANA, Isabela Aguilar e. **Isabela Aguilar e Santana: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- SARNO, Amanda Rahra Cunha Di. **Amanda Rahra Cunha Di Sarno: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- SILVA, Vitória Régia Gonzaga da. **Vitória Régia Gonzaga da Silva: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- SOARES, Ismar de Oliveira. **Ismar de Oliveira Soares: depoimento** [Dez., 2019]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- SOUZA, André Fernandes Gomes de. **André Fernandes Gomes de Souza: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.
- TAVARES, Adrielle Priscila da Silva. **Adrielle Priscila da Silva Tavares: depoimento** [Jul. 2022]. Entrevistadora: Lilian C. R. Romão, São Paulo, 2022. Entrevista concedida à pesquisa científica A construção de lugares de escuta em práticas (edu)comunicativas para vozes sociais historicamente silenciadas.

Organizações entrevistadas

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DA FAVELA. Disponível em: <https://www.anf.org.br/>. Acesso em: 12 Nov, 2022a.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DA FAVELA. Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/agenciadenoticiasdasfavelas/>. Acesso em: 12 Nov, 2022b.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DA FAVELA. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/agenciadenoticiasdasfavelas/>. Acesso em: 12 Nov, 2022c.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DA FAVELA. Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/noticiasfavelas>. Acesso em: 12 Nov, 2022d.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DA FAVELA. Spotify. Disponível em: https://open.spotify.com/episode/5tlt7Jxlqbob5PowrLYtjr?si=QX0ZE_pBSHC4XPfv3CVCVQ&nd=1. Acesso em: 12 Nov, 2022e.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/mural-institucional/>. Acesso em: 02 Dez, 2022a.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Princípios para a cobertura jornalística nas periferias. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/mural-institucional/>. Acesso em: 07 Dez, 2022b.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Site da Agência Mural. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/>. Acesso em: 07 Dez, 2022c.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/agenciamural>. Acesso em: 15 Nov, 2022d.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/agenciamural/>. Acesso em: 15 Nov, 2022e.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/agmural/>. Acesso em: 16 Nov, 2022f.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Podcast. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/podcast/>. Acesso em: 16 Nov, 2022g.

AGÊNCIA MURAL DE JORNALISMO DAS PERIFERIAS. Webstories: Histórias visuais para ler no celular. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/webstories/>. Acesso em: 16 Nov, 2022h.

AGÊNCIA PÚBLICA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. Site da Agência Pública. Disponível em: <https://apublica.org/>. Acesso em: 12 Nov, 2022a.

AGÊNCIA PÚBLICA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/agenciapublica>. Acesso em: 12 Nov, 2022b.

AGÊNCIA PÚBLICA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/agenciapublica/>. Acesso em: 12 Nov, 2022c.

AGÊNCIA PÚBLICA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/agenciapublica>. Acesso em: 12 Nov, 2022d.

AGÊNCIA PÚBLICA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/apublica>. Acesso em: 12 Nov, 2022e.

COLETIVO CATARSE. Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/coletivocatarse/>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

COLETIVO CATARSE. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/coletivocatarse/>. Acesso: 14 Nov, 2022b.

COLETIVO CATARSE. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/coletivocatarse>>. Acesso: 14 Nov, 2022c.

COLETIVO CATARSE. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/coletivocatarse>>. Acesso: 14 Nov, 2022d.

ÉNOIS ESCOLA DE JORNALISMO. Disponível em: <<https://enoisconteudo.com.br/>>. Acesso em 14 Nov, 2022a.

ÉNOIS ESCOLA DE JORNALISMO. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/enoisconteudo>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

ÉNOIS ESCOLA DE JORNALISMO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/enoisconteudo/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

ÉNOIS ESCOLA DE JORNALISMO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/enoisconteudo/>>. Acesso em 14 Nov, 2022d.

ÉNOIS ESCOLA DE JORNALISMO. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/enoisconteudo>>. Acesso em 14 Nov, 2022e.

GÊNERO E NÚMERO. Site. Disponível em: <<https://www.generonumero.media/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

GÊNERO E NÚMERO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/generonumero>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

GÊNERO E NÚMERO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/generonumero/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

GÊNERO E NÚMERO. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/generonumero>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

GÊNERO E NÚMERO. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/@GeneroeNumero>>. Acesso em: 14 Nov, 2022e.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDOS E APOIO COMUNITÁRIO. Site. Disponível em: <<http://www.ibeac.org.br/category/agencia-comunitaria-vozes-daqui/>>. Acesso em: 14, Nov, 2022a.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDOS E APOIO COMUNITÁRIO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ibeac/>>. Acesso em 14, Nov, 2022b.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDOS E APOIO COMUNITÁRIO. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/ibeac>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDOS E APOIO COMUNITÁRIO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/ibeacoficial/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

JORNAL EMPODERADO. Site. Disponível em: <<https://jornalempoderado.com.br/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

JORNAL EMPODERADO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornalempoderado>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

JORNAL EMPODERADO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/jornalempoderado/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

JORNAL EMPODERADO. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/@jornalempoderado3188>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

JORNAL EMPODERADO. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/Jornalempodera2>>. Acesso em: 14 Nov, 2022e.

MÍDIA ÍNDIA. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/VozDosPovos/>>. Acesso em: 14, Nov, 2022a.

MÍDIA ÍNDIA. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/midiaindiaoficial/>> . Acesso em: 14 Nov, 2022b.

MÍDIA ÍNDIA. Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/midia_india>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

MÍDIA ÍNDIA. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/@midiaindiaoficial5430>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

NÚCLEO JORNALISMO. Site. Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/>>. Acesso em: 04 Dez, 2022a.

NÚCLEO JORNALISMO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/nucleojor>>. Acesso em 04 Dez, 2022b.

NÚCLEO JORNALISMO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/nucleojornalismo/>>. Acesso em: 04 Dez, 2022c.

NÚCLEO JORNALISMO. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/nucleojor>>. Acesso em: 04 Dez, 2022d.

PARAFUSO EDUCOMUNICAÇÃO. Site. Disponível em: <<https://parafusoeducom.org/>>. Acesso em: 14, nov, 2022a.

PARAFUSO EDUCOMUNICAÇÃO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/parafusoeducom>>. Acesso em 14 Nov, 2022b.

PARAFUSO EDUCOMUNICAÇÃO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/parafusoeducom/>>. Acesso em: 14 de Nov, 2022c.

PARAFUSO EDUCOMUNICAÇÃO. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/parafusoeducom>> . Acesso em 14, Nov, 2022d.

PARAFUSO EDUCOMUNICAÇÃO. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/@parafusoeducomunicacao9094>>. Acesso em: 14 Nov, 2022e.

PONTE JORNALISMO. Site. Disponível em: <https://ponte.org/> . Acesso em: 14 Nov, 2022a.

PONTE JORNALISMO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pontejornalismo/>>. Acesso em: 14, Nov, 2022b.

PONTE JORNALISMO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/pontejornalismo/>> . Acesso em 14 Nov, 2022c.

PONTE JORNALISMO. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/pontejornalismo/>> . Acesso em: 14 Nov, 2022d.

PONTE JORNALISMO. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/pontejornalismo>> . Acesso em 14 Nov, 2022e.

REVISTA VAI DA PÉ. Capa da Sexta Edição. Disponível em: <<http://wp.me/p7kvEu-4LD>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

REVISTA VAI DA PÉ. Site. Disponível em: <<http://vaidape.com.br/>>. Acesso em: 14 Nov., 2022b.

REVISTA VAI DA PÉ. Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/revistavaidape>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

REVISTA VAI DA PÉ. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/revistavaidape/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

REVISTA VAI DA PÉ. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/revistavaidape>>. Acesso em 14 Nov, 2022e.

REVISTA VAI DA PÉ. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/voidape>>. Acesso em: 14 Nov, 2022f.

VALE PCD. Site. Disponível em: <<https://www.valepcd.com.br/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

VALE PCD. Página do Piranhas Cast. Disponível em: <<https://www.valepcd.com.br/piranhascast>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

VALE PCD. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/pcdvale/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

VALE PCD. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/pcdvale>>. Acesso em 14 Nov, 2022d.

VALE PCD. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/@valepcd2970>>. Acesso em: 14 Nov, 2022e.

VIRAÇÃO EDUCOMUNICAÇÃO. Site. Disponível em: <<https://viracao.org/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

VIRAÇÃO EDUCOMUNICAÇÃO. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/viracao.educomunicacao>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

VIRAÇÃO EDUCOMUNICAÇÃO. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/viracaoeducom/>>. Acesso em 14 Nov, 2022c.

VIRAÇÃO EDUCOMUNICAÇÃO. Twitter (259 Seguidores). Disponível em: <<https://twitter.com/viracaoeducom/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

VIRAÇÃO EDUCOMUNICAÇÃO. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/@ViracaoEducomunicacao>>. Acesso em 14 Nov, 2022e.

AGÊNCIA JOVEM DE NOTÍCIAS. Site. Disponível em: <<https://agenciajovem.org/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

AGÊNCIA JOVEM DE NOTÍCIAS. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/agenciajovem/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

AGÊNCIA JOVEM DE NOTÍCIAS. Instagram da Agência jovem de Notícias. Disponível em: <<https://www.instagram.com/agencia.jovem/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

AGÊNCIA JOVEM DE NOTÍCIAS. Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/agenciajovem_>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

VISIBILIDADE INDÍGENA. Site da Visibilidade Indígena. Disponível em: <<https://www.visibilidadeindigena.com/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

VISIBILIDADE INDÍGENA. Cine Nativo. Disponível em: <<https://www.visibilidadeindigena.com/cinenativo>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

VISIBILIDADE INDÍGENA. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/visibilidadeindigena/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

VISIBILIDADE INDÍGENA. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/visibilidadeindigena/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

VISIBILIDADE INDÍGENA. Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/vi_indigena>. Acesso em: 14 Nov, 2022e.

VOZ DAS COMUNIDADES. Site. Disponível em: <<https://www.vozdascomunidades.com.br/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022a.

VOZ DAS COMUNIDADES. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/vozascomunidades>>. Acesso em: 14 Nov, 2022b.

VOZ DAS COMUNIDADES. Instagram. Disponível em:
<<https://www.instagram.com/vozdascunidades/>>. Acesso em: 14 Nov, 2022c.

VOZ DAS COMUNIDADES. Youtube. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/@VozdasComunidades>>. Acesso em: 14 Nov, 2022d.

VOZ DAS COMUNIDADES. Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/vozdacomunidade>>.
Acesso em: 14 Nov, 2022e.

VOZ DAS COMUNIDADES. Jornal Voz das Comunidades (online). Disponível em:
<<https://www.vozdascomunidades.com.br/edicoes-impresas/>>. Acesso em: 14 Nov,
2022f.

ANEXOS:

ANEXO I: Entrevista professor Ismar de Oliveira Soares, em 6 Dez, 2019

Professor, eu queria que antes da gente entrar no assunto específico do Diálogo e da Escuta, que o senhor localizasse os 20 anos do campo da Educomunicação e novos contextos, e se é possível falar de novos desafios e dar um panorama atual da educomunicação.

Espaço em construção e resistência

Inicialmente, deve-se ter como referência o fato de que a prática educ comunicativa, como um espaço de escuta e de diálogo, está em construção. Essa construção demanda tempo, mudanças de contextos e envolvimento de lideranças. Isto é, necessita ser planejada, levando em conta o fato de que a prática educ comunicativa representa uma resistência aos modelos tradicionais de comunicação adotados pelos sistemas educativos formais e não-formais.

A prática educ comunicativa é sistematizada como uma ação comunitária de indivíduos e grupos de indivíduos que dentre seus objetivos figura trazer ao conhecimento das pessoas, para que elas descubram os seus direitos de expressão e entendam a importância de desenvolver essa expressão a partir de compromissos voltados para a cidadania. Portanto, a prática educ comunicativa tem intencionalidades que se explicitam em alguns pontos essenciais, como é o reconhecimento do direito a se comunicar e se expressar, e a necessidade de colocar a voz a serviço dos interesses coletivos, comunitários, levando-se em conta até mesmo o uso de recursos de linguagem da comunicação, que tradicionalmente são manipulados a partir de uma perspectiva funcionalista. A própria prática da comunicação é o principal objeto da educomunicação.

Espaço de transformação da comunicação

No caso, a educomunicação não é simplesmente um instrumento, ou um processo de produção e difusão de informações, mas ela representa um eixo transversal nas práticas sociais. Essa perspectiva ela é muito exigente, e ela necessita de uma permanente coerência epistemológica entre teoria e prática. Neste sentido,

quando falamos de uma expansão da educomunicação ao longo de 18 anos e o seu fortalecimento e o fato de estar chegando em todas as partes do país, da América Latina e agora a outros continentes, nós estamos falando, na verdade, de projetos que envolvem grupos de pessoas que estão metidos num contexto autoritário, de uma comunicação vertical, e que lutam para transformar dentro desses projetos e ao seu redor as relações de comunicação.

Práticas educucomunicativas

Quando falamos de projetos, nós estamos falando de exercícios, de práticas que vão se multiplicando, se confrontando e gerando referenciais de procedimentos. Nesse sentido, nós nunca podemos afirmar que alcancemos práticas cem por cento educucomunicativas. Estamos sempre caminhando e buscando caminhos para tornar as relações de comunicação e as expressões comunicativas um ambiente, um ecossistema dialógico e de permanente interação. Estamos produzindo esse fenômeno e isso nos permite afirmar que nem sempre se consegue uma autenticidade do processo do início até o final. Que existem quebras nesse processo e que isso tudo necessita ser refletido e modificado.

Referenciais da educomunicação: diversidade

Portanto, quando falamos da expansão educucomunicativa, nós estamos falando de uma conquista social em processo com idas e vindas. O que é importante notar, nesse trabalho todo, é que o êxito da implementação da educomunicação se dá justamente no momento em que se unem pessoas, de diferentes gêneros, diferentes práticas, diferentes situações econômicas, de diferentes condições, e essas pessoas são convidadas, são motivadas e se envolvem em ações colegiadas, em ações dialógicas de interesse daquele coletivo.

Quebra de hierarquias

Não se trata apenas de uma teoria, e sim uma prática que vai se construindo ao longo do processo, no caso, a diversidade dos sujeitos presentes no processo, por exemplo, crianças, adolescentes, jovens, adultos, professores, por exemplo, gestores de projetos, metidos simultaneamente na prática educucomunicativa, estariam (é o que se supõe) em diálogo permanente. Estariam (é o que se supõe) reconhecendo o potencial de cada um, isso significa uma quebra das hierarquias estabelecidas.

Perspectiva de vida

Quando falamos de educomunicação, após 20 anos da sistematização do conceito, estamos falando de um processo em permanente reformulação, transformação, conquista e ampliação. E diríamos que o sucesso tem sido relativamente forte e que as pessoas que se envolvem, se envolvem não somente intelectualmente, mas se envolve emocionalmente e a educomunicação passa ser entendida como uma perspectiva de vida, que as pessoas passam aplicar onde quer que estejam trabalhando, não apenas no espaço do projeto.

Nós estamos falando de um conceito relativo à concepção que alguém tem, a concepção existencial que alguém tem e assume na sua relação consigo mesmo e com seu próximo. E isto advém de reconhecimento de que, em um ambiente educutivo, estamos todos iguais, no reconhecimento de que estamos todos comprometidos com elementos essenciais da vida, a própria preservação da vida, a preservação da natureza e especialmente a construção conjunta de um viver que os espanhóis entenderam bem quando falam do “bom viver”, uma expressão andina que apresenta essa perspectiva de que necessitamos trabalhar para prosperidade universal, para prosperidade de cada um e isso em cada um dos nossos gestos.

É importante uma perspectiva nasce das práticas sociais em confronto com práticas sociais estabelecidas e que pensa no “bom viver” como um elemento essencial para a própria sobrevivência humana na face da terra.

Trata-se de uma tradição que surge na América Latina, e se multiplica com muita coerência epistemológica e é possível avaliar esses procedimentos.

Transformação a partir do diálogo

A gente entende que educomunicação pode sim se aproximar de áreas expressamente são áreas de práticas autoritárias comunicação e a transformação vem a partir do diálogo, a partir do exercício, a partir da reflexão para a melhoria das relações.

O dialógico dentro da educomunicação

Existem diferentes concepções de diálogo e também existem diferentes formas de provocar esse diálogo. Contudo, existem princípios dialógicos contexto da educomunicação. Como o campo da educomunicação fala sobre o diálogo? Que lugar

é esse? O que é ser dialógico? O que é trazido para esse lugar do diálogo quando a gente pensa um diálogo no campo educacional?

Para falar do diálogo no campo educacional precisamos falar do diálogo fora do campo educacional. O conceito de diálogo tem estado presente no discurso filosófico, antropológico nos últimos tempos, com diferentes autores que entendem a necessidade de que a conversa entre a população, entre as organizações sociais, no espaço da política permitam o progresso social. Nesse sentido, o conceito da palavra diálogo ele é polissêmico.

Na verdade, o conceito acaba representando os pressupostos que estão por trás de quem os manipula. Na perspectiva funcionalista, o conceito de diálogo significa o esforço de alguém para convencer o outro a respeito de suas próprias ideias e pensamentos. Então, quando se pensa em diálogo, se pensa numa estratégia de envolvimento, da sedução do outro para o que definimos como correto.

A palavra diálogo significa a estratégia de envolvimento do adversário, do opositor, para que, de uma forma mais mansa e menos violenta eu consiga mudar o pensamento de outros. É muito comum portanto alguém dizer a respeito de um adversário, a respeito de um cliente, a respeito de um opositor, deixa que eu vou dialogar com ele, o que significaria “deixe que eu vou seduzi-lo” até que ele se convença da minha verdade. Mesmo em termos pedagógicos, o conceito de diálogo tem sido usado como uma estratégia que está a serviço de algo que não é o próprio diálogo em si, mas está a serviço de determinadas conquistas por parte de quem passa a usar o diálogo.

Inter-humano: eu e o outro

Muitos autores estão entendendo que essência das relações humanas se dá naquilo que se chamaria do inter-humano, isto é, a raça humana progride e ganha autonomia e sentido quando ela está em relação. O conceito de estar em relação é um conceito fundamental para determinados pensamentos e filosofias. Eu só existo se eu estiver em relação, construindo com o outro. Este é um dos fundamentos da própria educação, que toma o conceito de diálogo como essencial na vida, na troca de impressões, na troca de sentimentos, da troca de ideais, na construção coletiva.

(lembrar dos outros conceitos sobre a interação, a escuta ou o diálogo que não está embasado na linguagem)

Quando a educomunicação fala em diálogo, fala partir da perspectiva do inter-humano, somos pessoas enquanto estamos relação, somos pessoas iguais, portanto as relações têm que ser iguais. No caso da educomunicação, isso se traduz numa prática e essa prática ela convive com realidades dadas. A prática do diálogo educacional inter-humano convive com a prática do diálogo estratégico funcionalista de sedução e envolvimento do outro para que aceite nosso ponto de vista.

A educomunicação questiona a perspectiva funcionalista do diálogo e para mobilizar as pessoas para um diálogo autêntico entre o eu e o tu, das pessoas se encontrando nessa inter-humanidade.

A fala e a escuta na educomunicação

O direito à comunicação fala de um lugar de assumir a expressão e o diálogo, de quebrar barreiras e de trazer novas perspectivas para o diálogo, entendendo lugar igual de fala e lugar de escuta dentro de uma relação dialógica. O que é escuta, dentro dessa perspectiva.

O diálogo, a fala e a escuta fazem parte do mesmo contexto, da mesma concepção de diálogo.

A relação dialógica acontece em contextos contraditórios. Existe uma perspectiva ideal, é aquela perante a qual sujeitos diferentes em termos de idade, de gênero, condições financeiras e sociais, estariam abertas a escutar e a partir da escuta, a construir algo coletivamente. E aí nós teríamos uma visão idealizada de como isso deveria acontecer. É aquilo que nós chamamos de uma utopia, algo que está no horizonte que buscamos. É o conceito medieval de utopia. Portanto o diálogo educacional é uma utopia, é uma busca que vai conviver com outras práticas dialógicas, funcionalistas, que devemos identificar e denunciar.

O que a prática educacional tem apresentado é a importância de se construir juntos ecossistemas comunicativos que facilitem o diálogo autêntico entre as pessoas, independentemente das condições em que cada uma se encontra. Portanto, é um exercício de descoberta, em que o adulto, por exemplo, condutor de processo e gestores e a população está envolvida, seja estudantil, seja nas organizações sociais,

nas empresas, nos grupos religiosos, todos estarão em processo de descoberta e todos estarão em processo de denúncia daquilo que for falsidade dialógica.

A educomunicação busca práticas que se constroem em contextos contraditórios. Portanto, a busca da utopia não nos permite afirmar que nossa prática seja integralmente dialógica. É a descoberta das nossas contradições que permite a modificação e o progresso de um diálogo funcionalista para um diálogo autêntico, no qual a igualdade e a consciência dos lugares diferentes em que as pessoas estão, elas possam se expressar com igualdade de condições.

No caso, nós falamos de um exercício de prática dialógica permanente, que é, na verdade, a essência da prática educacional. Essa busca permanente, essa revisão permanente, essa readequação permanente, a novas situações de diálogo.

Diálogo pautado nos princípios educacionais: diversidade, igualdade, protagonismo

Estruturas sociais com capacidade de escuta das diferentes vozes sociais

Esse contexto das organizações, das estruturas sociais. A educação vindo como uma transformação de práticas sociais. E alcançar esse direito à expressão, muitas vezes a gente se depara com essas estruturas que muitas vezes podem ter nascido já de propostas, de ideais democráticos, de ideais dialógicos, mas que, em algum momento elas também se moldam dentro de suas perspectivas sociais e dentro dos seus objetivos sociais. Eu ouvi um termo “interagir com as fissuras dessas estruturas” para conseguir transformá-las, de transformar as relações e nesse sentido eu queria saber, no campo da educação, ao me apropriar do meu direito de expressão, eu dialogo com estruturas que nem sempre dialogam, ou que, mesmo incentivando a minha participação, está aberta a minha fala como ser social. Como a educação pode contribuir dentro dessa concepção de diálogo para que as fissuras sejam acessadas e de fato as interações dialógicas venham no sentido de também ensinar estruturas sociais a escutarem as vozes dos cidadãos, das pessoas, dos indivíduos, como ponto de partida da sua própria transformação, da sua própria construção democrática.

Você coloca uma questão no ponto certo e a pergunta que você faz é como a ação dialógica autêntica pode dialogar com as fissuras da sociedade para que se amplie o espaço do ecossistema educacional.

Há vários pontos que fazem parte dessa relação, como as diferenças dos indivíduos, dos seus contextos sociais, de gênero, classe social, de raça. Trouxe também a questão do poder e analisando tudo isso e a utopia do diálogo que está posta no campo educacional, e pensando no que se chama de educação possível, que caminho é esse que a gente tá construindo de fala e de escuta, para que nossa fala, cada vez mais acessada como um direito, esteja de fato dialogando, e interferindo na transformação das estruturas com as quais nós estamos querendo dialogar.

Quando nos colocamos a campo numa sociedade funcionalista, essa sociedade vai nos olhar a partir da eficácia de nossas ações. A pergunta que as pessoas terão não será sobre a filosofia que sustenta esse conceito. Vão querer saber da utilidade dessa prática, seja num colégio, ou seja organização social, departamento, secretaria de algum governo. Os que olham de fora o julgam, eles querem saber que benefícios aquela prática trouxe para aquele sistema. E muitas se mantêm pessoalmente funcionalistas, mas apoiam essa prática para ambientes, espaço muito específicos. Há colégios que mantêm uma perspectiva autoritária de gestão e no entanto, abrigam pequenos projetos educacionais, até mesmo por uma questão de marketing, para afirmar que eles estão abertos à inovação como uma coisa importante nova que eles adotam. Portanto, eles querem ser legitimados socialmente porque têm um projeto educacional.

A questão que se coloca a sua pergunta ela tem algumas possíveis respostas: uma delas é que a educação necessita se preocupar com a sua própria autenticidade. Eu não estou aqui para servir de marketing para instituição e sim para executar um trabalho que tem uma coerência interna e que corresponde à aquisição de direitos que as pessoas vão se conscientizando a respeito. No caso, é importante que sejamos coerentes e que zelemos pela consistência epistemológica.

Este caminho é o único caminho possível para que estejamos presentes na sociedade. Porque os frutos da educação são muito evidentes. As pessoas se tornam mais abertas pro mundo, as pessoas se tornam mais proativas, as pessoas conquistam para si mesmo e para o grupo seu redor etapas importantes de vida social. Então, a educação não é rejeitada pelo sistema enquanto projetos específicos determinados lugares. Claro que os sistemas não admitiram que eles próprios se transformassem em educação. Porque os privilégios desapareceriam. E no caso a gente entende que esse é o caminho nesse momento, o caminho que vem

sendo feito desde o início do século passado nas organizações sociais da América Latina e que acabaram produzindo efeitos continentais.

A educomunicação produz efeitos importantes nos modelos de participação social e de aperfeiçoamento de práticas democráticas, no entanto, isso não significa que o sistema vai adotá-la, pois ela interfere nas práticas de poder. O que nós constatamos, contudo, é que essa prática está latente na sociedade. A educomunicação sistematiza e permite que as práticas avancem no âmbito da escuta e do diálogo participativo, sendo reconhecida e transformando-se, em muitos lugares, até mesmo em política pública, que necessita de coerência, vigilância.

Quando nós falamos de fissuras social, esse mesmo sistema não admite essas fissuras. Porque esse sistema é monolítico, ele se entende perfeito. Nós, a partir de outra perspectiva, do diálogo autêntico e inter-humano é que enxergamos essas fissuras. Na verdade, existe uma expressão que se usava nos anos 70, chamada “teoria das brechas”, que significa o seguinte: nós temos que, na comunicação popular, na comunicação de resistência, naquilo que se chamava de comunicação alternativa, nós temos que buscar os espaços onde podemos nos infiltrar. Quais são as contradições da sociedade que nos permitem ingressar em determinadas áreas e irmos ampliando nossa influência nesses espaços, nessas brechas, nessas fissuras? Se nós olharmos para o sistema de saúde, sistema de educação, sistema de segurança, sistema de Proteção Ambiental, nós veremos a existência de normas, regras, procedimentos, que quem está no poder entendem que são verdadeiras e são definitivas.

No entanto, nós passamos a descobrir pelo diálogo social, pelas observações de contextos, pela análise profunda, o quanto rachadas estão essas áreas. E aí nós vamos ingressar nessas fissuras, levando os benefícios da educomunicação para esses espaços. E quando nós falamos de uma consequência invisível é justamente o fato de que a prática comunicativa beneficia que uma relação de educacional seja melhor, isso na educação formal, pública, privada, ou no trabalho das ONGs.

As consequências da prática educacional, elas são invisíveis no sentido de quem usufrui, quem sente, percebe as mudanças, não necessariamente entende de onde elas vieram, ou a natureza da prática educacional que a produziu. Muitas pessoas enxergam os benefícios, sem enxergar a natureza do processo de comunicação. A educomunicação não veio apenas para produzir bons frutos, ela é uma prática de relações humanas ou inter-humanas que se pretende que vá se

consolidando para que as pessoas convivam em sociedade de formas mais democráticas.

Não há uma pretensão mudar imediatamente a estrutura social que está ao nosso redor. O sistema não permitiria. Sabemos que podemos trabalhar o conceito de conscientização, que Paulo Freire falava tanto, podemos permitir que as pessoas se auto conscientizem de que o caminho deste diálogo autêntico, crítico, civilizatório seja possível que as pessoas vivam esse diálogo como meta de vida para ir fazendo as mudanças que a sociedade necessite e especialmente que nos articulemos para que se transforme em política pública, se transforme em prática social aquilo que nós admitimos como correto para as mudanças.

Gestor da educomunicação

Na criação da licenciatura em educomunicação, houve reação por parte daqueles que afirmavam que de comunicação se dá na luta social e que não faz nenhum sentido criar um cargo funcional e denominar o cidadão encarregado dessas práticas educacionais.

É um espaço de debate sobre a figura do profissional que cuidaria da educomunicação, seja ele um graduado, ou alguém que lidere uma prática, ou que assume a função de educador. A prática educacional, por ser de resistência, tem que ter consciência da luta em que está inserida. Ela necessita contar com a colaboração de elementos na estrutura social que permitam que ela avance. Por exemplo, chegar com a educomunicação até a escola, estamos entendendo que precisamos de alguém que conheça o campo e sua natureza. Que conheça os sistemas que estão postos e que possa ser a ponte, que possa facilitar o acesso à prática educacional. Que educomunicação será essa? Haverá contradição nessa sua prática? Sim, admitimos que tudo isso é possível. Mas precisamos contar com especialistas que vão reequilibrar os processos, que abrir espaço.

Nós estamos numa sociedade viva carregando uma tradição latino-americana de prática de comunicação dialógica e que necessitamos contar com aliados dos processos, seja trabalhando numa ONG, seja na escola, na Secretaria de Estado, ou Ministério do meio ambiente.

Estamos em uma sociedade contraditória em que a função do educador formado num curso de extensão, no curso especialização, graduação, de pós-graduação é o de mediador de relações. Alguém que conheça bem a

educomunicação, conheça bem a comunicação funcional e faça os diálogos para ir abrindo os espaços. Por outro lado, é normal entender que ser a educomunicação uma prática social que envolve pessoas, isso traz necessidade de coordenação, necessidade de peritos em determinadas áreas, como as linguagens, por exemplo, de especialistas que favoreçam que alcancemos as brechas na própria sociedade para lançar educadores da mídia, educadores na escola, educador nas áreas de preservação ambiental, no sistema de saúde.

Nós temos que dialogar com os médicos, assistentes sociais, com os profissionais da área, e nós entendemos, portanto, que é possível criar metodologias para a difusão da educomunicação para que os princípios da educomunicação que nasce na sociedade civil possa chegar ao conhecimento das pessoas que estão no poder em determinadas áreas, para que os direitos das pessoas de terem acesso à educomunicação seja conquistado.

Hoje porque o Ministério do meio ambiente adota a educomunicação socioambiental é possível práticas educacionais dentro dos territórios indígenas, por exemplo, dentro dos territórios dos Quilombolas, nas margens dos rios. Visitei o Rio Tapajós e muitas das comunidades ao redor do rio estão praticando educomunicação levada por uma ONG chamada Saúde e Alegria.

Nós entendemos que sim, que é possível formar o educador com coerência e podemos afirmar também que a universidade sozinha não forma nenhum educador. E que a imersão desse estudante nas práticas sociais, o convívio desses estudante com quem pratica educomunicação é essencial para a formação.

Muitas vezes falamos em aprender a falar. Então estamos falando em aprender a escutar?

Aprender a escutar é uma parte essencial do processo de aprender falar. Está na razão direta com o acolhimento da inter-humanidade. Eu não posso falar se eu não sei escutar. Porque necessito saber com quem estou falando. Eu preciso portanto ouvir e a minha audição não é uma decisão do juízo. Mas é uma audição de abertura para saber com quem estou conversando e o que eu posso assimilar do pensamento do outro, o que eu posso trocar de informações com outro. E, no entanto, nas práticas de formação, nas discussões, e debates, tem sido minimizada essa perspectiva da escuta. Como a grande meta é ajudar que as pessoas descubram que

têm direito a falar, que pode falar, e a instrumentalização das pessoas para adotar as linguagens digitais e as linguagens próprias da comunicação para fazer isso, não tem permitido o reforço à prática da escuta.

A norma fundamental do processo de escuta é não julgar, trocar ideia se for o caso, mas essencialmente ouvir, sem compromisso, sem pretensão. Fora do aconselhamento. E na verdade, a educomunicação está aí também especialmente para escutar. E essa escuta essencial, levando em consideração que a criança que chega, o adolescente que chega, chega no ambiente carregado de informações. As pessoas estão acumuladas informações externas e elas não têm em geral espaço para dizer o que pensam. É essencial que a educomunicação cumpra também o papel de ouvir, sem interesse em manipular, audição em simplesmente captar o que o outro disse para a partir da captação, da transformação, tentar mudar a vida dele. Ouvir por ouvir, escutar por escutar, permitindo que se fale, pergunte, peça orientação, mas fundamentalmente a essência do processo é abrir os ouvidos para outras pessoas, as outras pessoas tenham a possibilidade de ser ouvidas.

Enquanto estratégia a audição também tem seu papel. Se nós temos que conversar sobre diálogo e trazer um exemplo sobre o diálogo e tentar mobilizar as pessoas para o diálogo, nós vamos precisar escutar as experiências das pessoas. que no diálogo, quer na manipulação. Não dá para nós trabalharmos e construirmos juntos qualquer projeto sem que antes tenhamos tido o tempo de escuta.

E nesse momento, escutar e falar vão acabar sendo ações simultâneas. O problema é a questão que se coloca é que as pessoas entendam que não estão sendo manipulados, que o educador não é um simples pesquisador de informações. Escutar por escutar essencial para que a relação inter-humana se estabeleça.

Existe um elemento na educomunicação que se chama paixão. As pessoas quando se encontram com o conceito, elas dizem se transformam, que se apaixonaram, no final do encontro sobre o projeto Educom Saúde, da Secretaria de Saúde Estado de São Paulo, um dos diálogos no WhatsApp de uma das turmas, alguém dizia: “gostaria de ter fotografado minha alma antes e depois de ter encontrado a educomunicação”. A pessoa diz: “eu mudei e gostaria de saber exatamente quem eu era antes e quem eu sou agora. Ah se eu tivesse uma máquina fotográfica para fotografar minha alma”.

Essa é uma expressão muito profunda de alguém escutando exemplos, dialogando sobre práticas, questões corriqueiras de saúde, percebeu que o assunto não é uma simples estratégia de como mobilizar crianças e adultos, na legítima defesa contra dengue. A pessoa sentiu o que ela mudou isso tem acontecido quando a prática educacional é autêntica, uma mobilização para o resto da vida e as pessoas entendem que existe outros modos está no mundo além dos modos funcionalistas.

ANEXO II: Entrevista com Flora Lovatto

O Instituto Fonte traz uma fala que remete à uma “escuta qualificada”. O que é uma escuta qualificada?

Eu acho que têm vários elementos. Acho que a primeira coisa que precisa ser trazida, Assim como o verbo ver, em que a gente usa a faculdade da visão, o sentido da visão, a escuta é bem semelhante. Ela precisa de um órgão do sentido ou de uma capacidade física que nós temos. Quem não tem uma deficiência auditiva, todo mundo tem. Que é ouvido e essa capacidade de ouvir os sons que se apresentam um para nós, seja no ambiente na natureza onde quer que a gente esteja.

Então, essa capacidade física de ouvir ela é primária. Aí você vai me perguntar e quem não tem essa capacidade, quem tem alguma deficiência, consegue escutar com qualidade? É lógico que sim, desde que a interlocução se dê de forma que as duas pessoas tenham uma linguagem em comum, algo em comum, ou a linguagem de libras, ou a leitura labial, alguma dessas coisas. É possível que um deficiente auditivo também ouça com qualidade.

Me parece que isso é tão dado, assim como ver, o ouvir é uma coisa tão natural na maior parte das pessoas, que a gente não presta atenção nisso. Quem vive nas cidades, hoje, por exemplo, às vezes não se dá conta do ruído do trânsito, da motosserra, ou de alguma ferramenta que tá ligada no vizinho. Esses sons acabam sendo internalizados e a gente não se dá conta deles.

Ter essa capacidade física aguçada, ou a percepção em torno dessa capacidade física aguçada, me parece ser um primeiro passo para isso de uma escuta qualificada.

A outra coisa que vem com essa história da escuta é que quando a gente fala ou quando alguém fala e eu estou ouvindo o que esse alguém fala, eu não estou ouvindo apenas as palavras e as frases que essa pessoa está me dizendo. Eu ouço outras coisas. Tem um conteúdo que eu posso compreender com a escuta, o que está sendo dito em termos de conteúdo, é uma das coisas também fundamentais nessa escuta qualificada. Mas tem pelo menos duas outras duas coisas que a gente incorpora nessa questão da qualificação da escuta. Uma delas, ou as duas delas, estão, digamos como pano de fundo do que está sendo dito.

Um desses elementos, nem sempre ele se traduz ou a gente percebe apenas com a escuta, embora com a escuta seja bem revelador: o tom de voz, as pausas que a pessoa faz, como que ela fala, então dá para eu perceber, por exemplo, se uma pessoa está ansiosa, com medo, feliz. Quais são os sentimentos em torno desse conteúdo e o que essa pessoa está vivendo no momento de falar.

Então isso é outro elemento que a gente escuta, ou que é importante na escuta qualificada. Eu disse que às vezes a gente não só percebe isso, o sentimento, a partir da fala porque às vezes a fala se mantém com a mesma qualidade, com o mesmo tom, com o mesmo timbre, mas os gestos às vezes revelam muito, o jeito como a pessoa se senta, aonde ela coloca as mãos, onde ela olha. Então isso também revela bastante do que pessoa tá sentindo e como esse conteúdo da fala dela está ou não afetando essa pessoa naquele momento.

Mas tem uma outra coisa também que faz parte da escuta cuidadosa, ou a escuta acurada, por que que essa pessoa tá me tá falando isso, desse jeito, nesse momento? Então a gente tentar identificar qual é a intenção dessa pessoa, o que que ela tá de fato precisando querendo, que premissas, que valores, estão por trás dessa fala dessa pessoa. Então isso também faz parte dessa deste tipo de cuidado sobre a escuta, perceber Qual é a intenção também é um aspecto que a gente cuida ao fazer uma escuta ativa ou uma escuta cuidadosa. Então para mim uma escuta qualificada é uma que no mínimo percebe essas três coisas.

Mas tem mais uma coisa que é importante, que quando eu escuto a minha reflexão, o meu pensamento, não pára. O meu sentimento também não pára. E a minha intenção também está operando em mim simultaneamente, quando eu estou escutando. Então, a qualificação da escuta, do que o outro diz, tem a ver também com a minha capacidade de silenciar o meu pensar, o meu sentir e a minha intenção, meu julgamento. Uma escuta qualificada é ouvir o outro em primeiro lugar.

Eu queria que você contextualizasse para mim esse lugar da escuta qualificada no âmbito das organizações da sociedade civil.

Um primeiro elemento que é importante destacar é que organização é feita por mais do que uma pessoa. E por ser feita por mais de uma pessoa, a gente tem múltiplas vozes, múltiplos sentimentos, múltiplas intenções, interesses. Numa organização também a gente tem diferentes papéis: tem papéis de liderança, papéis

de coordenação, papéis mais técnicos, até pessoas que são mais proativas, menos proativas, com mais poder, menos poder, não é difícil a gente lembrar que numa organização extremamente hierarquizada, muito provavelmente o que o presidente ou diretor de um lugar fala é escutado com outra qualidade do que aquilo que um técnico, um gerente, as pessoas da área de produção falam tem outra qualidade.

Na escuta qualificada em organizações, uma das primeiras coisas que a gente tem que reconhecer ou se dar conta é ajudar as pessoas a se darem conta é disso, de que existe multiplicidade, que existem diferenças e se a organização está pensando ou querendo participar ou criar desenvolver um processo de participação. Acho que a primeira coisa a se fazer é conversar sobre acordos, para que essa conversa se de. Em que medida eu, por exemplo, não serei perseguida se eu disser alguma coisa que não é muito bem o que o presidente espera ouvir, ou como é que a gente pode se tornar, pelo menos no momento de escuta, e se tratar no momento de escuta de uma forma mais equânime, mas igualitária, mais fraterna e que a minha opinião seja relevante, meus sentimentos sejam também considerados nessa conversa. Embora eu não seja o presidente.

Esse reconhecimento é fundamental. Mas tem coisas que eu considero mais sutis e que às vezes a gente também não se dá conta em processos de escuta dentro de organizações. Algo bem recente, isso aconteceu ontem, por exemplo, acontece várias vezes, mas ontem esse exemplo aconteceu e ele tá muito latente para mim: quando além de vozes dentro da organização, as organizações querem constituir algo que seja supra elas, como uma rede, como uma articulação, como alguma coisa em torno de algum outro objetivo que lhe seja comum. Então isso se multiplica, trabalhar, por exemplo, com organizações que nessa articulação tem presença diferenciada em distintos momentos, no encontro vai a pessoa de comunicação, no outro encontro vai o técnico, no outro encontro vai o diretor... Como é que isso tudo vai se vai se costurando, para essa articulação se dar e os objetivos poderem ser então minimamente consensadas, os acordos, isso ganha exponencialidade.

Uma outra coisa que também acontece bastante no setor social é esse diálogo entre o financiador e quem recebe um financiamento. Então, essa relação de poder, que está ali, o sujeito já se coloca como subalterno, como devedor de algo para quem está fazendo a doação e esse lugar de submissão das organizações é um lugar que é cultural. Não é só no Brasil, isso acontece no mundo todo, talvez aqui com alguma outra intensidade, com as nuances que a nossa cultura, o nosso jeito de lidar com

dinheiro e com pedir ajuda também no dá. Acho que uma das diferenças do que acontece no nosso país é que as organizações que pedem recursos às vezes se esquecem de que as organizações que dão estão fazendo o que elas têm que fazer e a organização que pede, às vezes, tem que lembrar disso.

Isso é muito difícil de ter em mente num diálogo. Numa conversa, a gente acata normalmente o que o financiador pede, em termos de burocracia, relatórios, documentos, periodicidades, controles, formas de fazer. A qualidade da escuta de um lado de outro é mais uma vez marcada por essa relação de poder.

Tem uma última coisa que eu acho que também está sempre presente na questão da escuta e na construção das relações. Eu moro em uma região que tem população de rua, que tem diferentes comércios e tem uma população bem diversificada. Nesses comércios tem muitos homens, razoavelmente jovens, mas não só jovens e adultos, maduros, e tal. E não é raro - muitos deles têm acesso à cultura, outros não - mas enfim, nesse lugar do gênero, eu percebo coisas que os homens dizem às mulheres na rua, com fala ou com gesto, que para mim remetem a um lugar também dessa relação de gênero e que muitas vezes quem é homem branco, quem é homem, não percebe isso. É naturalizado, os homens não se dão conta e muitas vezes nem as próprias mulheres se dão conta disso.

E isso também se se amplia para questões de raça, por exemplo. Você me perguntou dessa questão institucional e eu comecei falando dessa história de rede numa organização que lida com questões de violência, por exemplo, hoje, no meio urbano, em que tem majoritariamente homens, advogados, brancos, numa organização em outras e tem pessoas negras que são violentadas, que são os principais alvos do tipo de violência que está institucionalizada. Também algo que a gente não se percebe fazendo que é ser racista, discriminar. A gente não se dá conta que o privilégio de cada um no seu lugar também inibe ou marca ou pontua a forma como a gente escuta o interlocutor.

Eu queria saber como é possível desenvolver esses esses processos de escuta em organizações. Essas relações de poder que muitas vezes ainda são subjetivas simplesmente porque não são percebidas, são culturais, das mulheres, dos negros e na minha pesquisa especificamente isso também está relacionado com a juventude e os direitos da criança do adolescente e dos jovens. Como é possível nas organizações desenvolver a capacidade de escutar de forma qualificada esses diferentes públicos, especialmente relacionada a esse público de crianças adolescentes e jovens.

Para mim é uma situação semelhante, a questão geracional também tem relações de poder embutida. Quem é adulto, ou assim considerado, fala eu tenho mais experiência em relação a um jovem. É bem semelhante com o que acontece com mulheres, com raça, é uma subestimação do outro, da outra pessoa, do que ela sabe, do conhecimento que ela sabe, do que ela traz. E para mim tem uma coisa também que assim a diferença do poder aquisitivo, que é essa questão da gente se colocar em um lugar de submissão em relação a quem tem mais dinheiro, eu acho que isso acontece também nas outras relações. O jovem também se coloca nesse lugar, a mulher se coloca nesse lugar, negro também se coloca nesse lugar de submissão.

Uma outra coisa: ser jovem tem uma particularidade. O conhecimento, a lida com o mundo se dá tal qual a pessoa está encontrando agora. E, para mim é muito importante que o processo histórico também venha para mesa. Eu acabei de assistir um vídeo, por exemplo, que fala sobre a origem da palavra criado-mudo e isso tem a ver com um jeito das famílias brancas lidarem com os criados dentro dentro das suas casas. Aos escravos que eram atribuídas funções dentro da casa, que eles deveriam ficar mudos. Como a gente perpetua a palavra sem conhecer a sua origem, a mesma coisa, eu acho que a gente às vezes desconhece no lugar do jovem, essa história de que o mundo não foi sempre assim, é uma coisa que eu acho que coloca o velho, adulto, a pessoa com mais idade, nesse no lugar de se sentir menosprezado pelos jovens, desqualificado pelos jovens, como se a gente não tivesse feito nada, ou que os adultos não tivessem tido seus próprios embates.

Eu acho que, às vezes, tem uma desqualificação dos dois lados: acho que os desafios se apresentam tanto para os jovens, quanto para o adulto, como para o branco, quanto para o negro, tem o rico e o pobre, pra mulher e o homem, às vezes com diferentes intensidades, mas os desafios estão aí para todos.

Indo para outra parte da sua pergunta, como é possível fazer isso organizacionalmente, qualificar as conversas e a escuta organizacionalmente? Acho que uma primeira pergunta se eu acho que as organizações têm que se fazer é: que espaço elas estão se dando para se ouvir, para as pessoas se ouvirem, coletivamente, para que elas possam se expressar de forma livre e não só eu com você ali na hora do cafezinho, mas também outras pessoas poderem ouvir o que eu penso e eu ouvir como as outras pessoas pensam, como o que eu digo interfere na vida da outra pessoa. A dinamicidade, a urgência, tudo isso tem colocado as organizações cada vez com menos tempo para fazer esse tipo de processo, conversa coletiva qualificada.

Reconhecer que isso pode fazer a diferença no dia a dia, mais até do que o que o resultado final, o objetivo último se consegue talvez com maior facilidade se esses espaços existirem. talvez seja um aprendizado que as organizações precisem construir.

A outra coisa eu acho que já tá aí embutida na minha fala anterior, pelo menos alguns aspectos. Ao fazer uma conversa, uma escuta coletiva, como é que a gente se coloca como no máximo de horizontalidade possível. E aí tem questões do tipo não só que a fala do fulano, da fulana é mais importante, mais relevante do que a minha porque ela tá nesse ou naquele grau hierárquico, mas também tempo de fala de cada um, como é que a gente garante que as pessoas mais tímidas ou mais fechadas e aquelas com receio também se manifestem. Esses cuidados precisam ser garantidos numa conversa, cuidados. Isso precisa ser cuidado para que uma conversa verdadeira aconteça.

Outra coisa eu acho que vai no nível bem pessoal, do indivíduo. Que é o fortalecimento ou esse no mínimo essa autopercepção que a pessoa precisa ter, uma percepção mais aguçada de si mesma. Porque que eu olho o celular sempre que alguém fala, uma pessoa determinada fala, eu consigo perceber isso em mim, que me leva isso, o que isso causa na outra pessoa? Será que numa conversa como essa precisam existir. eu preciso fazer outros tipos de acordos, compromissos e desenvolver novos comportamentos para estar ali. O que será que eu tenho que fazer para silenciar também o meu julgamento em relação ao que eu tô ouvindo. Como é que eu consigo ouvir o que o outro diz sem também ficar sempre rotulando: ah eu já sei o que ele vai dizer. É uma coisa que eu costumo chamar de ouvir as coisas com ouvidos novos ou de criança mesmo, que sejam coisas que eu supostamente o pressupostamente já conheço.

Então acho que tem um exercício no nível individual, tem um exercício também no nível organizacional para ser feito e acho que nesse nível organizacional, quando a gente estabelece acordos coletivamente, a gente se compromete coletivamente. Se eu digo algo numa reunião e esse algo que eu digo vai em direção oposta àquilo que uma pessoa com mais poder acredita, isso tem que ser lidado na reunião e eu não deveria ser demitida na semana seguinte porque eu disse o que eu disse. Então, se é um acordo que se faz ao iniciar a reunião, isso é um acordo e um compromisso também que a gente coletivamente tem que respeitar e se ajudar a cumprir.

Por último, eu queria que você analisasse nos dias de hoje, a construção histórica das organizações com relação ao seu direito de participar, o seu lugar de fala e também diante das novas tecnologias e novas possibilidades de gerar de produzir comunicação de falar para as pessoas, inclusive de falar com as pessoas.

Qualificar a fala do jovem entram em várias coisas: de qualificar o seu discurso, de criar espaço para expressão, aprender a lidar com as ferramentas que vão ajudar a criar esses espaços (como como produzir o vídeo, como criar o seu canal, como produzir, lidar com essas ferramentas) também de forma a ampliar essa essa voz.

Para você gerar participação, você também tem um lugar de qualificação dessa escuta e de fato falar sobre escuta dentro dos contextos da comunicação é pouco comum.

Qualificar o direito a participação também é qualificar lugares de escuta.

Quando a gente fala em diálogo a gente tá falando das duas coisas. Quando a gente fala de comunicação a gente tá falando das duas coisas, tanto daquilo que uma pessoa expressa, um grupo, uma pessoa uma organização expressa, e também o que as outras pessoas ouvem, percebem, sobre aquilo que eu expressei. Dizer da importância da escuta para uma para um diálogo existir para mim é quase como redundante. Não existe conversa se não houver escuta. Eu gosto dessa brincadeira do Schein no livro dele, em que ele diz que a mulher dele pergunta sobre que roupa ela deve usar para ir num determinado evento e ele perguntar o que mesmo ela tá pedindo para ele. ver se um vestido fica melhor, se é a cor, ou se ela tá precisando é de participação dele na vida dela...

Então, eu acho que a gente precisa perceber os diferentes níveis e aspectos que estão presentes quando alguém fala alguma coisa, expressa alguma coisa. Quando eu digo que não quero a tua ajuda, você pode ouvir “nossa que prepotente”, mas na verdade talvez eu esteja querendo me desafiar, ampliar as minhas habilidades. Pode ser que eu esteja com medo de você perceber alguma das minhas fragilidades ao você estar assim tão perto. Então eu acho que tudo isso são coisas que dentro de uma organização, numa relação de dois, a gente precisa fortalecer.

Quando você fala de participação, qualificar a sua participação, mesmo dele estar ali presente, trazendo a sua opinião, eu acho que assim como para as organizações, a conversa num planejamento não ser feita somente pela diretores gerentes e ampliar a participação dos outros, a participação dos diferentes segmentos

das diferentes pessoas na sociedade para mim é da mais alta relevância. Que o jovem esteja presente e expressando a sua visão de mundo, as suas crenças, os seus desejos, isso parece que tem que fazer parte. Ainda mais se é uma organização que trabalha com direito de criança de jovem acho que não dá para supor que os adultos que estão nessa organização é que sabem e podem falar por esse jovem. Esse lugar da fala eu acho que tem que ser garantido para todas as pessoas em uma organização como essa, deve ser mais do que garantido, promovido para que o jovem esteja ali. O jovem deve ter ajudado a ser protagonista na sociedade, na sua vida, ele deve ser estimulado a isso assim como eu acho que as outras minorias também. Numa organização que tem como foco o direito de pessoas negras, eu acho que tem que pôr as pessoas negras para falar, para serem incentivadas a falar.

Quando você fala dessa coisa de qualificar a fala eu vejo no seu exemplo uma dupla qualificação: uma é uma qualificação técnica que eu acho que é assim das mais relevantes, o jovem nem sempre gosta de se manifestar escrevendo, por exemplo, então qualificar ou em outras linguagens, nas diferentes linguagens, na pichação, no grafite, na produção de vídeo, na produção de outros meios de comunicação, sei lá, além dos próprios canais hoje de internet, ...

Mas eu venho de uma geração em que a gente tinha que se qualificar em outras linguagens que não eram as tecnológicas, e acho que elas fazem ainda diferença. Então tem que existir essa qualificação tem que existir ali para poder se expressar seja na forma de poesia de desenho ele precisa ser estimulado aprender. Como é que usa carvão, como é que eu uso a lata de spray, ...

Agora tem a outra qualificação que eu acho que é importante, que é uma qualificação de conteúdo. Então, quando eu penso em organizações que lidam com questões de Meio Ambiente e com a população de uma forma geral que é afetada por uma grande obra e essa população é formada constituída por comunidades rurais, comunidades de pescadores, comunidades tradicionais, que nunca nem ouviram falar sobre compensação ambiental, que nunca ouviram falar sobre como é participação em conselho de meio ambiente, tem que ter sim a qualificação do discurso destas pessoas nesses espaços, ela passa por aprendizado, por aprender e por ter pessoas que ajudem com a construção desse conteúdo e desse discurso. Desse conhecimento e da construção do discurso, da leitura das relações de poder. Não dá para dizer por exemplo que a participação num Conselho Municipal a cinco anos atrás se dava do mesmo jeito que a participação num Conselho Municipal seja ele qual for se dá hoje.

Quando os próprios conselhos são desqualificados, ele já quase perderam o seu sentido. Acho que também tem essa questão de leitura do contexto que talvez seja importante ajudar a construir.

As pessoas estão acessando seu lugar de fala as pessoas que estão acessando seu lugar de fala estão falando com estruturas capazes de escutá-las?

Eu acho que muitas vezes as pessoas não estão falando com quem seja capaz de escutá-las. Eu acho que esse é um dos grandes desafios nossos hoje. Muitas vezes a gente fala só para quem tem o discurso semelhante ao nosso e enfim, a gente tá nesse lugar de dificuldade mesmo de construir alguma coisa para além do lugar em que cada um está.

Contextos em escuta sensível, ele é organizado pela Teresa Cristina Siqueira Cerqueira.

ANEXO III: Entrevista Tião Guerra

Trajetória como educador

Tião Guerra foi educador desde muito cedo. Com formação próxima das Comunidades Eclesiais de Base, já utilizava os estudos bíblicos como forma de dialogar sobre a vida das pessoas nas comunidades. Era uma igreja muito progressista era aonde a gente aprendia todo tipo de estratégia e de metodologia para fazer falar, para que todas as pessoas se expressassem nas suas mais diversas formas, enfim... e tudo regado a muita arte, muita cultura regional, música. Tião foi professor público do Estado do Rio de Janeiro por 37 anos, em uma escola de um bairro periférico de Nova Friburgo.

Eu tinha uma sensação muito coerente de que era ali que eu queria atuar e era ali a minha atuação mais importante. E aí passo para Faculdade de Pedagogia. Então dos 18 aos 56 anos eu fui professor público, eu trabalhei 37 anos como servidor público e essa trajetória teve diversas fases.

Mas essa primeira parte foi bem importante, essa parte da formação na igreja e nas pastorais e nesse método ver-julgar-agir, que era uma coisa lá eu associava os irmãos Boff. Eu acho muito difícil quem tem 55, 60 anos, não ter passado por essa escola.

Nessa trajetória servidor público, sempre tive muito muito orgulho de ter esse nome, servidor público, agora eu podia praticar profissionalmente tudo que eu já vinha praticando como militante e como jovem engajado. Então, nessa na trajetória de educador, logo eu fiz um outro concurso e, 1985 (1982 o primeiro, 1985 eu fiz um outro) então eu tinha duas matrículas e eu escolhi para uma escola do campo.

Fui caminhando com essa coisa da escola rural e nessa escola de periferia, em paralelo. Quando o Brizola assume o Rio de Janeiro o governo chamo Darci Ribeiro para ser secretário de educação e o Oscar Niemeyer para ser o arquiteto e, eles três juntos, vão criando um projeto chamado CIEP - Centro Integrado de Educação pública. Fui convidado a mudar para o Rio de Janeiro para co-criar esse projeto, a partir de um lugar de professor de artes. Esse foi um terceiro momento da minha trajetória, que é quando eu deixo Friburgo com 23 anos, mais ou menos 4 anos depois que eu comecei a dar aula como professor público e vou para o Rio de Janeiro, inacreditavelmente, participar de reuniões com Darcy Ribeiro coordenando. Imagina

eu, com 23 anos, bebendo daquilo tudo ali e grandes educadores envolvidos, cocriando esse projeto que veio a ser o CIEP. Sete oito nove anos depois foi detonado pelos governos que sucederam o Brizola e hoje eles são são prédios estranhos, numa pedagogia que se pratica hoje nas escolas.

Essa experiência no Rio, que foi uns dois três anos, me leva de volta para Friburgo por um outro convite para fundar, junto com mais dois colegas, um Instituto de Educação, em 1985/1986, quando eu tinha aí 24, 25 anos e aí fui convocado para ser o Diretor da Escola de Aplicação do Instituto de Educação, que seria criado e que seria uma escola para formar os professores dessa região Centro-Norte do Rio de Janeiro. E aí foi uma outra experiência incrível que foi implantar e dirigir essa escola junto com dois colegas maravilhosos. A gente mergulha no construtivismo e mergulha nessa forma de escuta.

O Instituto de Educação tem uma proposta construtivista, muito radical, porém nós éramos encarregados de construir o que seria. A experiência do CIEP estava em alta estava no auge, uma esperança muito grande de que o estado do Rio faria uma diferença no médio prazo com a formação dessas gerações, a partir dessa abordagem construtivista, que para mim é uma abordagem que tem uma escuta muito interessante, tem uma qualidade de escuta muito interessante e que eu tenho críticas, mas também muitas apreciações.

Foi muito interessante, porque a gente tinha muita liberdade para criar os projetos, para desenvolver. Essa escola, é uma escola maravilhosa, um prédio alemão no centro na praça central da cidade. E na praça, na qual viviam muitas crianças em estado de rua. E eu muito ligado com essas crianças, Mariane também, minha esposa já tá nessa e vários colegas de teatro, de música, então tem uma galera... a Pastoral da Criança ainda não tem força.

E agora eu sou diretor dessa escola na frente dessa praça. Qual foi o nosso sonho? Vamos agora fazer uma escola que essas crianças vão entrar sem piscar os olhos. E e aí começa a toda uma tentativa, eu coordeno essa tentativa, de integração dessas crianças nessa escola, que é um instituto de educação. Então vai desde transformar a noite duas salas em dormitórios para eles dormirem dentro da escola em vez de dormir na rua, adaptar chuveiro no banheiro, enfim toda uma ginástica para essa molecada vir para dentro da escola.

Então agora vamos aos desafios. De trás para frente, quando a gente planta o Instituto de Educação no coração da cidade com uma proposta de escuta muito

qualificada com as crianças, então toda nossa escuta matemática, científica, letramento, alfabetização, todos os processos clássicos da escola desenhados de uma forma muito ativa, muito autônoma por parte das crianças. Então isso vai trazer alguns desafios. O primeiro desafio: os professores. A gente tinha um grupo de professores que precisava ser reabilitado para essa abordagem, para esse comportamento.

E, para mim vem uma primeira chave do que eu vou incluir na listinha de “escuta é”! Para mim, o que a gente chama de escuta ativa, escuta qualificada, não tem nada a ver com ouvido, não tem nada a ver com estar parado quieto de boca fechada. Para mim, escuta é um comportamento, é um estilo de vida interessado no que vem do outro, dito de outra maneira, um estilo de vida interessado no que não vem de você próprio. Esse calar-se, esse aquietar-se é um comportamento muito ativo, porque desloca o centro da sua atenção para que sentido eu estou fazendo dessas informações, qual é a linha narrativa, qual é o fluxo cognitivo, o fluxo de compreensão dessa outra pessoa que está na minha frente, ou dessa comunidade que tá na minha frente, ou desse território que tá na minha frente. Ou seja, o que ele está dizendo para mim e não necessariamente o que eu estou pensando sobre o que ele está dizendo para mim. É sutil, mas acho que é a gente tem que sacar essa diferença, porque para mim isso é fundamental nessa reabilitação.

Então, a primeira coisa foram os professores. Imagine que uma parte deles acreditou e embarcou e a outra parte não. A parte que embarca tem as suas estratégias e a parte que não embarca tem as suas estratégias. A gente começa a ter denúncias, muitas reuniões de explicação, tanto para Secretaria de Educação, quanto para Juizado de Menores, que na época existia ECA. Muita explicação para jornais da cidade, entrevistas, sobre a nova metodologia do IENF, nome do Instituto de Educação de Nova Friburgo. O que é um dado super relevante é que toda a comunidade se incomoda. Então, para mim tem essa coisa de que um comportamento de escuta diferenciado movimenta toda uma comunidade. Ele não é uma coisa que acontece no privado, entendeu? Ele é uma coisa que por ocorrer tão qualificado no privado, ele movimenta toda uma comunidade. No nosso caso, como era uma grande escola, com quase 3 mil alunos, movimentava muito essa comunidade.

Essa tentativa de incorporar as crianças teve uma resistência muito grande das famílias: “os nossos filhos estão convivendo com que tipo de crianças? Que tipo de colegas?” e então as famílias tinham uma dificuldade (e que a gente trabalhou para

caramba essa dificuldade), então tem famílias tirando seus filhos da escola, toda uma resistência. Isso para falar da relação com os alunos.

Com os professores, as reuniões de professores a gente sempre procurou trabalhar de que a reunião fosse uma forma de reabilitação, de desenvolvimento. Uma reunião que começava com como está chegando? o que que tem se passado na vida da gente? Enfim, uma reunião que começava com uma consideração do humano que estava presente ali. Que privilegiava na sequência o que vinha acontecendo nas classes, para tentar sair de uma narrativa de queixa, que é onde todo mundo agarra, principalmente como professor de escola pública, a gente tem muito pra reclamar. E se agarra nisso por muito tempo, meio que pra justificar uma atuação de baixa performance, baixa eficácia.

Então, a gente considerava

- 1) o indivíduo - como ela está?;
- 2) vestir a queixa de substância, do fato real - você está triste, está com raiva, conta por quê, conta a cena? Então, trabalhar com isso que na fenomenologia a gente vai chamar do fenômeno, traz os fatos, traz a camada terra, relata. Riqueza de descrição...
- 3) depois disso vem o passo e então o que esse relato te revela, o que precisa ser mudado. Porque normalmente se chega muito pouco a essa fase nas reuniões nas escolas, enfim, o que precisa ser mudado, o encaminhamento.
- 4) com quem, com que ajuda, com que tipo de colaboração e parceiros você vai fazer essa mudança. Então, tentando trazer um fio de transdisciplinaridade, transversalidade, um fio de dizer: cara, sua classe não é sua, é do mundo, é da escola, mas você é responsável por isso então vamos lançar mão dos parceiros que a gente tem dentro da escola, que a gente tem fora da escola pra que esse projeto seja replanejado.

O que quero te dizer é que escuta não é isso de ficar quieto ouvindo, pra mim, é um ambiente, é um comportamento. Então, quando eu falo: 1. como você está como pessoa; 2. pode se queixar, pode reclamar, mas me conta a relatoria que do que ocorreu e vamos trabalhar, com disciplina, em cima disso; 3. Então agora, o que isso tá dizendo que precisa ser redinamizado, retocado, parado, começado a partir dele; e 4. com quem você vai fazer isso? Você não está sozinho. Então, você sai desse mundo de performance privada, do orgulho de como eu sou bom e passa para um mundo que pergunta como eu colaboro, eu tenho orgulho de precisar de ajuda e tenho

orgulho de como eu sei fazer bem isso, olha como eu sei parcerizar, como eu sei acolher, que já é outro nível de escuta, porque quando chega meu parceiro ele também chega com a sua fala, a sua narrativa.

Essa descrição que eu fiz agora desses 4 passos é uma revolução social, política e econômica, pois se eu aplico essa lógica na esfera econômica, a gente vai ter uma mudança de comportamento econômico.

No Instituto, a reunião com os docentes era um momento importante, a reunião com as crianças era um momento importante (que eram reuniões diárias no início e no final do período letivo), e a reunião com as famílias, que eram reuniões mensais também de formação, com essa mesma estrutura.

Quero voltar um pouco e lembrar que quando eu trabalhei com a escola do campo, eu trabalhei com as terceiras e quartas séries, que é um período dramático na escola por ser o momento que eles já devem estar alfabetizados, letrados, e ser capazes de escrever parágrafos, frases e textos. Mas não era isso que eu encontrava. E ficava muito intrigado, por duas razões: por que eles não escreviam e não liam.

Então, a primeira razão é por que não fazia falta, não via sentido naquela atividade. À medida em que eles adquiriam uma leitura funcional, que eu chamo de manual, sabe ler o nome do ônibus, sabe ler o nome do remédio, alguma coisa que aparece na tela da TV, ele fica satisfeito. Escrever então é o luxo do luxo. A escola dos pobres não é uma escola de escrita. É uma escola de leitura funcional e olhe lá! Camponeses vão ter o que escrever, não tem nem conteúdo, nem vida relevantes para escrever sobre aquilo.

O que eu fiz? Quando você chega na escola, você recebe os livros didáticos da classe. E os livros didáticos são toneladas de palavras e letras, de signos... A minha percepção, a minha sacada que vinha de antes da trajetória com a CEBs, era de que ou a galera via algum sentido na escrita e na leitura ou seria muito esquisito forçar uma barra com aqueles textos de Clarices e de Drummonds... E o que a gente começa a fazer, aí eu vou lá em Frenet, que é um cara que me acompanhou durante muito tempo e falo comigo mesmo: “galera, eu vou escrever nosso livro junto com eles”. Então, a gente começa a organizar o trabalho nas terceiras e quarta-séries em cima de um livro que se chama: “o nosso livros das plantações”, em que cada um deles começa a contar quais são as plantações que acontecem nas suas casas, o que eles plantam na casa deles, quais as dificuldades, quais são as dicas pra dar certo, e

depois pra vender, enfim, todo o ciclo da produção agrícola e a gente começa a trabalhar em cima desse conteúdo.

Na sequência, eu começo a fazer excursões com eles visitando a casa de cada um, todo mundo junto. Vamos lá na plantação de café da família do Júlio. E aí nesse dia é trabalhadeira e eu já fui lá, conversei, brifei... e todo um trabalho de mostrar que a vida cotidiana banal é riquíssima em conteúdo e que tudo o que acontece é merecer ser escrito. Então, eles começam a reparar que a caneca tem florzinha desenhada e que o coador de café foi costurado na máquina da avó da mãe do Júlio, e eles começam a reparar e eu vou chamando atenção para essas coisas.

E é absurdo o que vai ocorrendo, pois começam a nascer textos, frases, parágrafos, textos longos, eles vão escrever esses textos no recurso que a gente tinha a época, que é o mimeógrafo, e vão rodar no mimeógrafo a álcool, roxo... e vão nascendo nossos livros e em cima desses livros a gente vai estudar leitura, vai aprender gramática, e vira e mexe, a gente volta no livro didático, pra dizer: “olha, tem outras pessoas que fizeram igual a gente. Que pensaram sobre um assunto, que estudaram, que visitaram, foram viajar e escreveram sobre sua viagem e começa a acontecer esse outro comportamento que pra mim tem a ver com escuta, ou seja, a minha vida é relevante, a minha rotina é relevante. Minha atividade de acordar e preparar a casa... e todos os textos nasceram de vidas e da observação de vidas. Pra ter escuta ativa, tem que ter uma consideração de que há conteúdo relevante a ser compartilhado. O objeto da escuta, de eu acolher você, ou de você me acolher, tem um pressuposto que é: eu que estou te contando tenho que considerar uma relevância naquilo que eu estou trazendo para você.

Então, esse é o outro lado da escuta ativa, que é como você estimula, anima o seu interlocutor a ver relevância na experiência dele. Me leva, me mostra, eu quero comprometer meu corpo inteiro nessa escuta, eu não ficar aqui sentado. Eu quero ir na plantação, eu quero ir na favela, eu quero ir na sua mansão, eu quero comprometer mais do que o meu ouvido, eu quero comprometer o meu corpo nessa escuta, por que o seu conteúdo é relevante. Talvez você nem soubesse disso, mas eu estou te dizendo isso. Estou me comportando na sua frente de forma a dizer isso, mais do que dizer com palavras.

E aí a mesma coisa lá na escola Feliciano Costa que é a escola do meu bairro. Eu dei aula lá uns quatro anos, aí depois eu fui para o mundo, fui para o CIEP, depois voltei pro IENF, voltei para o Vale de luz, que é uma outra história e fiquei sei lá 20

anos junto com várias outras pessoas criando construindo Vale de luz, Cecília Meireles, Centro de Formação, que são três escolas públicas.

Depois, no finalzinho, quando faltava sei lá, uns cinco seis anos para me aposentar, teve uma coisa dentro de mim que falou: “cara volta para onde você começou, para ver quem é você e o que você foi se tornando ao longo desse tempo”.

Eu saio Vale de luz de ser professor e voltei para o Feliciano Costa, minha escola de Periferia. E lá eu quando eu cheguei quiseram que eu fosse o diretor. Eu quero trabalhar com o *Mais educação, que ninguém quer trabalhar com mais educação*, que são atividades complementares, fora do horário escolar. Um programa muito interessante e eu juntei o Mais educação um outro programa, de readaptação, que significa que os alunos que perderam mais de duas matérias, eles podem fazer uma readaptação e não perder o ano. Eles fazem prova, fazem aulas. Ou seja, eu fui trabalhar com a raspa do sistema ali.

Dos desafios, na escola rural, era pra que eu usasse o livro didático, pela coordenadora. Mais ao mesmo tempo uma apreciação muito grande porque ela via o resultado. Inclusive depois ela recebeu um prêmio como coordenadora pedagógica. Mas a ameaça, para mim, é de que quando você escuta, você cria cultura local, você cria Cultura territorializada, e isso ameaça muito o sistema, e ameaça muito toda essa estrutura que tá montada. Porque quando nasce o local, que o local pode ser entre eu e você, pode ser na nossa interpessoalidade, isso ameaça muito o sistema. Porque a gente acaba ficando muito feliz e muito realizado. E começa a ficar independente do livro didático, que era, no caso aqui, mas a gente pode ficar independente inclusive de ter que comprar mais coisa, a gente precisa comprar menos coisas porque o nosso nível de felicidade está muito mais qualificado.

Alguém acho que chamou isso de microevolução. Mesmo eu, dentro do sistema público, também procuro a compreensão de onde estão as brechas, onde estão as rachaduras no muro. Não é só de fora do sistema público.

There is a crack in everything

That's how the light gets in

Existe uma rachadura em tudo e é por essa rachadura que a luz

O comportamento que eu provoquei, numa reunião, ou numa escola, ou no sistema o quanto ele vai receber reverberar em cada pessoa que estava exposta a ele, que vivenciou aquele comportamento de escuta e o quanto cada uma delas vai ser potente para reverberar isso nos seus ambientes.

O Goethe chama isso de empirismo delicado. Se toda revolução é uma revolução empírica, não existe revolução que não seja empírica. Se você adere a uma pseudo revolução, que não seja a partir da sua experiência e da experiência do seu corpo, tem um aspecto de alienação importante ali naquela adesão. Que tudo bem, às vezes funciona, sei lá 99% das pessoas que vão para rua fazer passeata podem ir por um desejo de vivenciar no seu corpo a revolução.

A outra coisa que eu quero destacar dessa coisa da escuta ativa vem do Mais Educação, que eu te falei. Foram os 5 ou 6 anos que antecederam a minha aposentadoria. Eu peguei o projeto mais educação, que tava acabado, não tinha oficina nenhuma, não tinha adesão, e o tal programa de recuperação de escolaridade, de quem perdeu matéria.

A sacada que eu vivi que eu quero partilhar contigo: o que eu vi? Jovens de 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21 anos, maioria pardos e negros e a autoestima muito baixa, o que resultava num comportamento defensivo, para proteger aquela auto estima baixa. Não é agressivo, mas é um comportamento maquiado, as meninas muito maquiadas, muito produzidas, os meninos muito bem vestidos, com todas as marcas importantes. um comportamento que de alguma forma mostrasse “eu estou estrutura, Olha como eu me visto. Olha como eu me maqueio”. Mas no fundo era uma mega proteção para algo muito delicado que tava ali, do tipo: “eu tô atrasado na escolaridade, eu tô aqui estudando no Educação de Jovens e Adultos. Eu tô aqui, eu fumo, eu bebo”. Enfim, tinha toda uma coisa assim. E eu me perguntei, agora o que que eu faço.

Os jovens olhavam para mim do tipo assim “tu é o cara mais f***** que existe! Você vai mandar uma prova terrível que a gente não vai conseguir fazer”... tinha uma coisa de “você não é um cara legal igual você tá falando que você quer ser. Então não venha com conversinha filosóficas e esclarecedoras, existencial, não vem com esse papinho de Padre para cima da gente”. Sou eu tá falando com os meus fantasmas.

E aí nasceu uma coisa muito doida dentro de mim: escutar, atrair, fazer alguma coisa que faça sentido com esses caras significa não dar a menor pelota para conteúdo, mas cuidar da atividade e da forma da atividade. Me explico, com esses

caras não rola algo como “vamos agora sentar e avaliar e refletir um pouco sobre o que aconteceu”. Então eu comecei junto com eles a levantar que atividades eles curtiriam fazer. No primeiro momento eles resistiram muito: “não quer fazer nada, aqui a gente só quer se livrar, dá logo essa prova”. Mas aos pouquinhos eles começaram a manifestar. Eu via eles com skate e lançava: “E se a gente pudesse fazer uma escola de skate aqui...”

Enfim eu sei que foi nascendo grupo de skate, grupo de basquete, galera do afro penteado, foram nascendo subgrupos de atividades e que a adesão foi crescendo até que chega uma época em que, junto com isso, iam entrando aulas complementares, mas, pateticamente, sem dar nenhuma ênfase a processos clássicos de reflexão. Então, galera, acabou a aula. Todo mundo suado de brincar de skate, montar rampa, uma loucura de atividade. No final da atividade a avaliação era do tipo “e aí pessoal como é que foi a aula de hoje”.

A conversa era muito rapidinho e porque que eu tô te contando isso? Para dizer que para mim também, cada vez mais, escutar não tem a ver com palavras, com estruturas oralizadas. Que a escuta pode passar tão simplesmente e sofisticadamente por qualidade de atividade e presença. Então você imagina que tava rolando a Escola de cabelo afro, de skate, e enquanto isso eu sabia que tinha uns dois ou três fumando um baseado no banheiro e que tinha não sei quem na porta querendo entrar para vender.

No meio daquilo tudo tinha este senhor de barba branca circulando para lá e para cá, com umas folhas de controle de presença, uma coisa assim até bem clássica, mas eles sacaram que não era um pentelho que tava ali e que ia depois sentar todo mundo 40 minutos e fazer uma reflexão sobre não sei que lá.

A escuta ali se tratava de fazer, e de no mínimo dizer o que precisa melhorar, mas isso assim muito discretamente, muito rapidamente. E aos poucos: três meses, cinco meses seis meses, oito meses, eu tinha um ano para fazer um milagre acontecer, esse potencial, essa habilidade de ficar exposto a presença do outro, ouvindo o que o outro tem a dizer e eventualmente dizer algo em resposta, porque isso é muito sofisticado, foi devagarzinho crescendo, mais em uns, menos em outros. Então muito bonito e desafiador de ver isso acontecer. Depois, o teu parâmetro de avaliação foi a presença deles, eles voltarem a cada encontro, a cada atividade. Esse era o parâmetro.

E se você observar o relaxamento e a necessidade de armaduras, roupas e penteados.

Eu vou insistir numa pergunta, mesmo que seja repetitiva: é possível e como educar para uma escuta ativa.

A escuta ativa é um processo de educação. Então você não educa para escuta ativa, você pratica escuta ativa, você desenvolve um comportamento que a gente pode chamar de escuta ativa. Eu te convido a pensar sobre a possibilidade de não separar essas duas coisas “Educar para escuta ativa”, mas considerar a escuta ativa em si como um processo de educação permanente.

Ela não comporta “a priori” uma palestra sobre escuta ativa e uma expectativa de que isso ajude as pessoas a terem uma escuta mais ativa. Então, se é escuta ativa, é uma conversa aonde você semeia um conteúdo nessa conversa. “Inception - absorção”. É um comportamento, porque escuta ativa é muito mais do que escutar como verbo com a limitação que a gente interpreta o escutar como sendo algo do aparelho auditivo e então de uma cognição ou de um silêncio, mas eu tentei te dizer que é mais do que isso, é comprometer o corpo todo nessa escuta, então é um estilo de vida.

É possível pensar nesse processo relacionado às estruturas sociais? O que eu quero dizer, as pessoas acessarem esse direito a participar a comunicar e isso tá tão relacionado dentro da nossa cultura ao seu direito de falar mede acessar a palavra de acessar a língua e se a gente buscar inclusive Paulo Freire, Paulo Freire dizia que isso é o princípio da Justiça. Ao acessar esse direito, a fala, a expressão, também lidar com uma realidade de estruturas que se tornem capazes de escutar essas vozes sociais?

Se eu acredito que é possível isso? Com certeza, mas e acho que mais que possível, é necessário. Mas, então, um posto de saúde que pratica escuta ativa para mim não é um posto de saúde que tem uma ouvidoria na sala 04. É um posto de saúde que se estrutura desde a forma como as equipes abordam as famílias nas visitas domiciliares, até como o segurança na porta, até como as cadeiras e a temperatura,

e enfim, isso que você tá chamando de escuta ativa eu estou chamando de estrutura para a escuta ativa. Uma estrutura, ou um ambiente, uma atmosfera.

Quando você cita Paulo Freire dizendo que ele trazer uma coisa da palavra, com certeza, a palavra é o nosso buraco da agulha, aquilo que faz a gente enquanto humano expressar o balbuciar ou tentar traduzir o que está ocorrendo dentro de nós. E o que eu tô tentando trazer é que precedendo a palavra ou criando condições para que a palavra soe existe um ambiente existe, um sistema, existe uma metodologia, existe uma estratégia, um comportamento, estilo de vida, uma cultura organizacional, acordos sociais, enfim, existe a criação de condições para que a palavra soe. Claro se essas condições não existem, muitas vezes a palavra vai soar para denunciar, o que é maravilhoso e paradoxal. As condições não existem mas a palavra soa. A palavra é grito, a palavra berro, a palavra denúncia. Mas a gente quer criar condições para outras naturezas de palavras, a gente quer criar condições para as palavras do amor, por exemplo. Para as palavras do afeto. Para as palavras da memória. A gente quer criar condições para a palavra da festa. E se elas não existem, a palavra vem sobre forma de denúncia, de grito, de berro, de clamor.

Não tô sendo ingênuo de dizer que se as condições não existem, a palavra não soa. Mas a gente tem que caminhar na direção dessa palavra, dessa palavra celebrativa, nessa palavra de festa.

Para isso que eu tentei trazer hoje o tempo todo né de que a escuta ativa ela ela é ambiental. Ela não se resume a escuta da palavra. Mas ela se relaciona com o comportamento com a metodologia como estratégia que pode por vezes se a palavra não está disponível ela precisa lançar mão de escutar outras coisas. Então isso acho que deslocaria um pouco a sua pesquisa da palavra oral.

ANEXO IV: ENTREVISTAS COM AS ORGANIZAÇÕES

Agência de Notícias das Favelas (ANF) – André Fernandes

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
Eu defino como um alcance internacional. Estamos aí com mais de 20 anos, desde que a gente começou no dia 08 de janeiro de 2001 e de lá pra cá, desde que a gente descobriu essa plataforma Wordpress, de 2005 para 2006, a gente viu essa possibilidade de expansão que eu sempre sonhei, que era de ter pessoas em cada favela, mundo afora falando da sua realidade. Então, hoje são mais de 800 colaboradores que têm login e senha para publicar no nosso Portal, em todo o Brasil, em alguns países da América Latina e até na própria Europa.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.
A Agência de Notícias da Favela é uma organização não-governamental que nasceu com o objetivo de democratizar a informação da favela, a partir da própria favela. A partir daí a gente está fazendo comunicação comunitária. Somos um veículo de mídia contra-hegemônica e a gente entende, particularmente nós da ANF, que essa contra-hegemonia não deve se dar apenas no campo ideológico, mas também no campo dos números. Nós estamos trabalhando bastante para que a gente possa crescer, nós já chegamos a ter, por exemplo, um jornal impresso com 150 mil exemplares no país, em três Estados, com o objetivo de chegar a meio milhão em dez Estados. Mas, com a pandemia, a gente foi derrubado, até porque não é nada barato ou simples colocar uma tiragem dessa nas ruas. Mas continuamos com o Portal, e com todos os trabalhos que a gente vem fazendo de comunicação comunitária com modelo diferenciado. Por isso, eu lancei agora meu segundo livro “novos rumos da comunicação comunitária no Brasil”, em que eu reuni vários comunicadores do Brasil todo e no meu artigo, especificamente, eu falo sobre o modelo inovador de comunicação comunitária da Agência de Notícias das Favelas, em que a gente desfaz essa ideia de que a comunicação comunitária não pode ser comercial.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Quando nós criamos a ANF, a partir de um modelo de comunicação não-governamental, a gente percebeu a dificuldade de manter a organização, principalmente um veículo de comunicação comunitária. Eu venho de uma experiência na favela na qual eu comecei como missionário, e era mais fácil arrecadar recursos como missionário quando você fala que vai trabalhar com pobres, com crianças carentes, etc... diferente de quando você fala que você vai trabalhar com comunicação comunitária. Não tem o apelo que se tem em outras áreas, em outras vertentes. Com isso, a gente começou a escrever editais, mas a gente viu que também não dava para manter a ONG através de mantenedores, editais. Quantas organizações deixaram de existir em momentos em que os editais deixaram de existir. A Espoc (Escola Popular de Comunicação Crítica da Maré, por exemplo, que deixou de existir porque a Petrobras cortou a verba. E não estava nos nossos planos deixar de existir e deixar de fazer aquilo que era o nosso sonho.

Então, com isso, eu comecei a pensar que a gente precisava de publicidade, como todos os veículos, se a gente quisesse crescer a gente precisaria de publicidade como todos os outros veículos tem. E isso é uma coisa difícil. A comunicação comunitária já vê desafios quando a gente vê a legislação das rádios comunitárias no nosso país que você não pode ter publicidade, por exemplo. Elas já nascem mortas, porque não têm como se manter. E aí foi quando eu comecei a pensar nesse modelo que a gente precisaria ter publicidade. Comecei a pensar a partir do Jornal “A voz da Favela”, que já teve seu início com 20 exemplares e já era difícil, e depois a gente passou pra 50 mil. A gente criou um modelo de comunicação, à priori, chamado “outdoor social”, que são peças publicitárias de 2X1, que a gente fixa nas paredes dos moradores e isso eu criei com uma pessoa que era publicitaria, que nunca tinha entrado na favela, e que deu super certo. E aí, essa pessoa cresceu o olho, quis continuar, pegou os contatos da favela e quis continuar sem nós, e foi quando nós continuamos sem ele e criamos o “minidoor social” que é um dos veículos, um tipo de mídia, que a gente consegue manter o nosso trabalho.

E daí, a gente foi crescendo e outros tipos de publicidade, o “planning contact”, que é uma coisa nova pra nós, que a gente foi procurado ainda durante a pandemia pela 99 para fazer um HUB de publicações sobre mobilidade urbana. Então a gente começou a fazer conteúdo pago para as empresas. Então, muita coisa a gente começou a fazer dentro dessa área de publicidade e também com o lançamento do meu primeiro livro, eu fiquei pensando: “onde eu vou lançar esse meu primeiro livro, por qual editora. Aí

eu pensei em montar uma empresa aqui que seria uma editora, seria publicidade, pois a gente não poderia vender a publicidade pela ONG, então nós criamos a ANF Produções, uma empresa que nós criamos (eu digo nós porque eu não gostou de falar eu, é uma prática, mesmo que no início da Agência eu tenha começado muito sozinho) e é uma empresa criada para manter uma ONG. Então, diferente de todas as outras empresas que nascem para primeiro gerar lucro e o que sobra, coloca no social, a gente foi criado primeiro por conta do social. E a ANF produções é editora, é produtora de audiovisual, de eventos e o carro chefe é publicidade.

Posteriormente a isso vem um terceiro CNPJ, que é o Instituto de Pesquisa Data ANF, com o objetivo de levantar conteúdos, dados estatísticos, material e conteúdo sobre as favelas e periferias brasileiras. Estamos com expectativa de outros CNPJs e tudo isso que a gente monta é para fortalecer o trabalho da Agência de Notícias das Favelas, que é meu principal projeto de vida. Hoje nós somos o grupo ANF, formado pelos três CNPJs: A Agência de Notícias das Favelas, a ANF Produções e o Instituto Data ANF, que trabalha para democratizar a informação das favelas brasileiras.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Sim, me considero. Eu sou jornalista. Mas também sou um empresário da comunicação comunitária. E hoje estou escrevendo livros, estou indo para o terceiro livro e acho que meu último texto para o Portal tenha sido um editorial em 2018 em que o título era “Democracia, sim! Facismo, não!” durante as eleições de 2018. E o que a gente viu que aconteceu pelo país afora e que nós jornalistas apesar de ter que praticar uma isenção, quando o facismo se aproxima não há isenção, pois não há jornalismo sem democracia. O jornalismo pode ser um dos pilares da democracia.

E, sobre educação, em 2016 eu apresentei um projeto da RACC, Rede de Agentes Comunitários de Comunicação. E por que isso? Porque durante os meus períodos nas favelas, quando eu comecei a trabalhar como missionário, eu me tornei um agente comunitário de saúde. Eu fiz vários cursos na Cruz Vermelha e tudo isso está relatado no meu primeiro livro “Seguindo um sonho”. Me tornei uma agente comunitária de saúde e entrando nesse universo, que se tornou posteriormente até uma profissão regulamentada pelo ministério do trabalho, eu pensei que o que eu fiz na favela, ao criar a Agência de Notícias das Favelas mesmo não sendo ainda

jornalista é um papel de agente comunitário de comunicação. E eu pensei: precisamos criar o máximo de agentes comunitários de comunicação de maneira que esses comunicadores, não são jornalistas, mas não são leigos, e possam fazer esse trabalho de democratização da comunicação e da informação que vem da favela.

Daí, eu pensei nesse projeto da RACC, que é um curso, com 60 horas, que a gente forma, durante três meses, dentro de uma faculdade de jornalismo parceira e tendo também um patrocinador, então é um triangulo a realização da Agência de Notícias das Favelas, com a parceria de uma universidade e de um patrocinador e durante três meses, com 60 horas, que é tempo do curso de extensão, a gente os comunicadores comunitários, a Rede de Agentes Comunitários de Comunicação. Esse projeto nós enviamos para o prêmio de Mídia Livre, na categoria nacional, onde seriam escolhidas 10 organizações no país e nós fomos completos para executar em 2016 através da Secretaria de Diversidade Cultural da Secretaria de Cidadania e Diversidade Cultural do Ministério da Cultura, que era então a Ivana Bentes a Secretária.

Fico até emocionado, que a Ivana fala que foi a verba mais bem utilizada. A gente fez, com esse recurso o curso da RACC na faixa, na faculdade Helio Alonso, e o encerramento do curso foi o Caco Barcellos, que é um grande parceiro e que tem encerrado outros cursos conosco. Abusado, o livro do Caco Barcellos, eu sou o personagem do início ao fim, eu sou o missionário Kevin Vargas, que é o personagem que apresenta o Caco Barcellos para o personagem principal, o Juliano VP. E no final do livro, o missionário Kevin Vargas deixa a presidência da Associação de Moradores do Dona Marta e cria a ANF.

E a RACC é um modelo de comunicação, estamos na sexta turma e já fizemos turmas no Rio de Janeiro, em Salvador, hoje temos uma sede em Salvador, no Bairro da Paz, uma das maiores favelas soteropolitanas. Em Recife também, as duas com o patrocínio da Neo Energia, e com universidades parceiras. Então, estamos trabalhamos firmes da educação da comunicação comunitária.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

Tem a galera da Favela, que obviamente quer saber dos seus territórios, do que está acontecendo, e tem toda a galera de fora que quer saber o que acontece. Aquela curiosidade de sempre, que faz com que as pessoas cheguem aqui na cidade do Rio de Janeiro e irem visitar as favelas. Inclusive em 2013, senão me engano, nós lançamos o Guia das Favelas, no momento que as UPP estavam dentro das Favelas e nós mapeamos as favelas que estavam mais tranquilas e botamos lá o Complexo do Alemão, pra você andar de teleférico no Complexo do Alemão... e bilingue. E teve muita saída, acho que a gente fez uns 20 mil exemplares pra distribuir em hotéis, um livro bem legal.

Então, é um público diverso. Mas o público majoritariamente das pessoas que escrevem são os moradores das favelas. Não que necessariamente tenha que ser um morador da favela, porque se a pessoas quer discorrer sobre o tema, quer publicar algum artigo, sobre a favela. A gente dá essa abertura também para as pessoas que não são da favela mas que querem discorrer sobre o tema.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

O lugar de fala é a partir daqueles que falam e que escrevem. É a população das favelas e das periferias brasileiras. É quem realmente faz acontecer. Nós somos o primeiro veículo de mídia alternativa no país, e não sei se o único, pois não sei se algum outro veículo fez isso, a publicar um Manual de redação e estilo. Então, a gente teve essa preocupação de fazer essa publicação pra mostrar para nosso público que nós temos um compromisso com o jornalismo e paralelo a isso, para dar um norte para nossos colaboradores, porque se hoje são mais de 800, em algum momento seremos milhares explalhados pelo mundo. E aí a gente precisa ter um norte.

Enquanto por aí a grande mídia ficou batendo na tecla de que o termo favela era politicamente incorreto, não pode chamar de favela. Não, favela e favela. Favela só deixa de ser favela quando aquilo que os moradores do Leblon, de Ipanema tem que Vidigal e Vigário geral tem também, senão, não deixa de ser favela para ser comunidade. Pois os moradores do Leblon e da Barra moram em condomínios que podem ser chamados de comunidade. Eu não moro hoje na favela, eu moro nessa casa dos meus avós, que compraram mais de 80 anos em baixo do morro da Mangueira. É uma Vila, que aqui é uma rua fechada, com um conjunto de casas, que é diferente de Vila em Curitiba, que é favela. Então, eu moro em uma comunidade,

mas não é uma favela. A quem você quer enganar quando você chama uma comunidade de favela. O que se quer esconder, principalmente vindo da grande mídia. Favela é favela.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

É uma coisa muito interessante que uma menina chamada Xarbele, na época das UPPs, houve um tiroteio na favela e a gente não conseguiu falar com a polícia, mas a gente conseguiu ouvir, obviamente, os moradores, era lá de dentro que estava sendo produzido o conteúdo, e ela ligou dizendo: “não foi nada disso, vocês precisavam nos ouvir, não pode fazer assim”. E eu falei: “perai, não pode fazer assim quem?” Não pode fazer assim o Globo, TV Globo, o SBT, a Folha de São Paulo. A Agência de Notícias das Favelas pode sim, pois a primeira pessoa que a gente escuta é sempre o morador. Então essa ideia de “falou o que aconteceu na favela ouviu o prota voz da polícia militar do Rio de Janeiro, mas não ouviu ninguém da Favela. Então, aqui o negocio é o inverso. A gente claramente, nós somos um veículo de mídia diferente daqueles no geral, que são voltados para a classe média e para as elites, nós somos um veículo de mídia voltado para os pobres.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Estamos sempre nos aperfeiçoando e tentando entender, cada vez mais, o que poder ser o melhor. Dentro da nossa organização. A gente tem um feedback dos nossos próprios colaboradores, pois a gente sempre faz reuniões periódicas e depois da pandemia muito online e acho que as organizações tem muito a ver com as suas lideranças. A ANF foi criada e noticiada pela Reuters: Surge a primeira Agência de notícias das favelas do mundo e de lá pra eu tive até problemas no meu percurso de vida pessoal de dar continuidade a isso, até o momento em que eu falei que eu não ia fazer mais nada da minha vida. Então, eu estou muito focado em ter esse feedback e que eu acredito que a gente precisa melhorar, mas é o feedback dos nossos próprios colaboradores. A gente ouve através das redes sociais, as pessoas comentam, mandam por direct, , mandam nas mensagens, etc. Mas a gente tem aí, no portal, por exemplo, uma maneira de contato que as pessoas podem dar suas sugestões. Durante a pandemia eu fiz duas coisas que nunca tinha feito: primeiro eu comecei a

fazer terapia, pois eu quero que as minhas relações interpessoais sejam cada vez melhores e obviamente tem a questão de tratar da minha saúde mental. Inclusive por causa disso a gente fez um projeto sobre saúde mental que foi o primeiro colocado para ser patrocinado pela Fiocruz, para tratar de saúde mental em mulheres vítimas de violência nas periferias, e fazer um pesquisa sobre saúde mental nas periferias, além de um terceiro eixo da gente trabalhar com comunicação comunitária acerca da saúde mental.

A segunda coisa que eu fiz depois da pandemia foi minha primeira tatuagem, qe é a lupa da ANF.

Qual/quais você considera mais inovadoras? (fiz uma provocação sobre a Agência de Pesquisa)

Interessante você comentar isso pois me despertou pra isso agora. Então o Instituto Data ANF realizou algumas pesquisas: a gente fez uma pesquisa sobre as eleições há dois anos, depois a gente fez uma pesquisa sobre cultura durante a pandemia, depois a gente fez uma pesquisa sobre saúde mental nas periferias cariocas. É realmente uma maneira de escuta, porque a gente trabalha muito com cultura. Realmente, o Instituto é uma metodologia de escuta que a gente pretende utilizar de uma maneira muito melhor do que vem utilizando atualmente. A pandemia e esse governo pegou a gente de jeito. Só para você ter uma ideia, a gente fazia campanha de publicidade, de 10 a 12 campanhas por anos, com o minidoor social e era uma média de 100 a 200 mil por campanha. Ano passado a gente fez uma só com esse governo. O principal cliente nosso era o Ministério da Saúde, por que a gente faz campanha de combate à Aids, à tuberculose, de vacinação, da Zica... enfim, dos mais diversos campanhas dos assuntos que o Ministérios da Saúde precisa se comunicar com a classe C, D e E. E no ano passado foi uma só. E junto com esse governo, veio a pandemia. Imagine o quanto a gente não se segurou para não fechar as duas sedes, que são alugadas, manter todo mundo... Foi muito difícil.

O Instituto realmente é uma grande porta de escuta da população favelada.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Primeiro, essa organização precisa ter uma missão, um alvo, saber onde ela quer chegar, por que ela existe, qual é a sua história, qual é a história que quer ser

construída. Lembro no Jornal Nacional a pergunta que foi feita para esse presidente que está aí, se ele não tinha preocupação com a história que ele estava construindo, o que a história ia contar. A gente tem muita preocupação com a história. Eu sou uma pessoa, que como jornalista, que como cidadão, como um cara cristão, hoje não mais evangélico, mais um cristão desinstitucionalizado que tem muita preocupação com a história, com a verdade, com os fatos. Então, nós estamos construindo histórias. Na época que nós criamos e pensamos em lançar a ANF, eu conversei com João Moreira Salles, da família do Unibanco, e contei da ideia da ANF sem ter sido criada ainda e ele falou: “melhor ideia que você teve. Vamos falar com Rubem Cesar Fernandes, do VivaRio.” E o Rubem não gostava muito de mim porque eu fui a primeira pessoa a chamar o VivaRio de Viva Rico, pois e juntavam os notáveis da sociedade, os ricos, a elite, pra poder definir a sorte da cidade, pra fazer projetinhos, abraçar a lagoa, vestir todo mundo de branco quando alguém rico era sequestrado, a polícia entrava na favela para procurar o sequestrado mandando bala e porrada em cima de todo mundo. E, quando o João Moreira foi falar com o Rubens Cesar, ele adorou a ideia, disse que era fantástica, mas não tenho nada pra conversar com André Fernandes. A partir daí eu soube que ele ia fazer essa ideia acontecer com a grana que ele tinha, com os contatos que ele tinha com a elite carioca. E eu entrei no escritório de um amigo que adorou a ideia, empresário que fazia sites, que era bem caro, em html, ainda em 2001... Em alguns meses, colocando as informações nós lançamos a ANF. Meses depois, com 1 milhão de reais da Globo.com, que estava surgindo eles lançaram o Viva Favela, que não existe mais. Então, a gente tem raízes, a gente tem história, a gente tem um sonho e a gente quer perseguir esses sonhos.

Então, tem que ter uma diretriz, tem que ter uma liderança, tem que ter um norte, tem que querer fazer o melhor. Pode ser uma organização filantrópica que quer justificar de qualquer maneira o recebimento de recursos. Não. A gente está focado em fazer acontecer aquilo que é um sonho e que principalmente ajuda a milhares de pessoas no Brasil inteiro a deixarem de ser espectadores, leitores para se tornarem atores. A verdadeira cidadania não se dá, não se vende, não se compra... ela é uma conquista. E essas pessoas que passaram a colaborar conosco, elas têm virado a história deles, muitas pessoas se tornando jornalistas a partir da ANF.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Acho que a gente entender quais são os melhores métodos, formas de que essa escuta chegue pra nós da melhor maneira possível, sem ruídos, de maneira que as pessoas possam tranquilamente fazer e expressar suas opiniões e a gente trazer dentro daquilo que também é a nossa realidade, pois às vezes a pessoa vem trazendo alguma coisa de processo que a gente já passou inclusive, que a gente já viveu, já ultrapassou. Outras a gente precisa mesmo melhorar. Atualmente, por exemplo, uma das maiores dificuldades nossas é a formação de equipe, de pessoas que queiram vestir a camisa, que queiram dar continuidade. Tem muito poucas pessoas no Brasil que vestem a camisa, mas tem pessoas que vestem a camisa que eu tenho certeza eu vou morrer e essas pessoas vão dar continuidade pra essa organização. Inclusive eu não sou presidente. A gente montou um conselho diretor por que no passado quando eu fui presidente, por exemplo, eu fui secretário geral da Casa da Paz, em Vigário Geral, fui ameaçado de morte. Mata aquele cara, pois é matar vai acabar com o negócio. E não tem mais isso dentro da organização. Se fizerem isso comigo vão criar um mártir, a organização vai crescer muito mais.

Ter uma equipe e pessoas cada vez mais preocupadas em melhorar o nosso trabalho. Eu tenho uma pessoa comigo que começou como secretária executiva e hoje é minha sócia nos três CNPJs. Tem pessoas comprometidas que estarão para sempre no grupo da ANF.

E melhorar a capacidade de escuta através do nosso próprio grupo gestor. Eu penso em ampliar de 3 para 5 o número de pessoas no grupo gestor. Eu quero que todos os corpos dessa organização funcionem cada vez mais.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

A ANF foi a primeira, mas não é mais a única que faz comunicação comunitária. Por exemplo, dentro de campanhas de publicidade para as camadas CDe E, nós também fomos os pioneiros com o Outdoor social há 10 anos. E hoje existem vários concorrentes. Hoje tem pessoas que dão propina para o governo para conseguir as campanhas, coisa que nós não fazemos. Tem coisas que nós não avançamos pois não vamos fazer aquilo que todo mundo faz. Nós vamos continuar ali, e o tempo vai passar. Agora vira outros quatro anos de governo para a gente voltar a trabalhar com publicidade. Tem gente que tem facilidade de fazer circular. A gente não, a gente faz

comunicação comunitária e comunicação comunitária tem algumas coisas como: eu penso em uma contra-hegemonia séria. Então, é mais difícil que os grandes veículos fiquem falando de um veículo que pense uma contra hegemonia séria.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, deficientes, adolescentes)?

Hoje em dia as pessoas entram da favela de uma maneira mais fácil. Mas como é que começou a anf? Década de 90, jornalistas queriam entrar na favela, mas não tinham acesso. Então, eu me tornei uma referência da mídia nacional e internacional. Eram 10, 15 telefonemas todos os dias que eu recebia de jornalista do Brasil e do mundo inteiro, querendo entrar nas favelas. O próprio Caco, eu apresentei ele por Marcinho VP, o dono lá do morro, e daí saiu o livro Abusado, que é um bestseller. Mas hoje é muito mais simples, existem muitos veículos, tem almapreta, paporeto, cidadão da maré.

Ficamos felizes de ver tantos veículos, mas ainda vemos que a mídia hegemônica continua a tratar de uma maneira que muitas vezes não é legal. Por exemplo, na chacina do Jacarezinho, maior chacina que aconteceu no Rio de Janeiro que estavam chamando de operação policial. Até meio dia a TV Globo chamava de operação policial. Aí, os comunicadores comunitários lá dentro começaram a filmar e a vazar os vídeos, que foram pro mundo inteiro, e a TV Glovo teve que utilizar aqueles vídeos e passou a chamar de chacina. A gente já faz um papel muito relevante, a própria tv Globo já fez reunião consoco e com outros veículos comunitários, pra poder pegar imagens e utilizar. Teve um quadro no ano passado chamado parceiros do RJ, que eram moradores de favelas que faziam as matérias... Conquanto que ainda seja muito invisibilizado, existe um trabalho avançado principalmente com as novas tecnologias, por que essas novas tecnologias a gente não consegue mais, a grande mídia já não consegue mais tapar o sol com a peneira, por que sempre vai ter alguém com um celular e uma câmera na mão pra botar na rede e qua vai viralizar com uma velocidade de milhões de pessoas verem aquele conteúdo ali que não está mais na exclusividade da grande mídia. Conquanto ainda estejam muito aquém daquilo que poderia ser, nós fizemos um avanço e nos sentimos muito orgulhosos com isso.

Agência Mural – Vagner de Alencar

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. A gente atua como um veículo de notícias, com site e como uma agência mesmo, de produção de conteúdo para terceiros (agenciamural.com.br) e temos um blog na folha de São Paulo, a gente produz conteúdo para o Jornal Folha de São Paulo, que vai para o impresso uma vez por semana, e temos uma parceria com o Portal Terra, onde a gente publica doze conteúdos por mês. Então, veículo, site e produções para terceiros.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Eu acho que o grande diferencial da Mural é que a gente tem uma abrangência territorial que boa parte dos veículos não tem. A gente tem mais de 70 jornalistas na rede, na nossa rede, que são os correspondentes, os muralistas, que estão espalhados por mais de 70 territórios da capital e da grande São Paulo. Quando a Folha faz uma parceria com a gente é por que talvez ela não consiga ter a pluralidade de histórias que a gente tem por conta dessa rede. Se a gente não tivesse essa rede, possivelmente a Mural não pudesse existir com a abrangência que tem. A pluralidade eu acho que tem. Mais do que a diversidade de histórias, a própria diversidade dos correspondentes e isso é fantástico, por que a gente ainda vê a composição das redações ainda muito brancas, muito elitizadas... Então, esse é o diferencial da Mural. Claro, isso é estrutural por quê? São jornalistas pobres, a maioria preta ou parda, das periferias... então... tá no próprio contexto. Então é isso, a gente diz que a gente faz um jornalismo raiz, que é contar história, que geralmente ninguém conta, mas o nosso diferencial mesmo é estar no território. Então essa visão local mesmo.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Sim. Acho que gente até demorou um pouco para entender que a Mural tinha um papel de educação. A gente fazia instintivamente. Hoje, pra você ter ideia, a

gente tem processos formativos mensais na Mural, dentro do que a gente chama de Clube Mural. Essa semana por exemplo, a gente teve formação sobre rede. Isso sempre aconteceu na Mural, mas nunca de forma estruturada como está acontecendo agora. Até porque, pra virar um correspondente, precisa participar de um processo seletivo e de uma formação para entender a relação da pessoa com o território, entender o que é periferia, entenderem editorial, entender o que é jornalismo de periferia. Então, se rolava de modo intuitivo antes, até por que a gente entende que esse jornalismo, antes, ele não consegue ter... a gente entende o background dele fruto de uma má formação até no ensino básico. Então, quando ele vai para a faculdade, muitas vezes ele tem dificuldade, e isso pode esbarrar na própria faculdade. Então, a gente entendendo como foi a nossa vivência nada mais justo do que tentar passar isso também para essa rede. E agora, com a execução do Clube Mural, isso está muito claro quanto a esse aspecto de processos formativos que sempre rolaram e agora vão rolar de modo mais sistemático.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

A gente estima ter um público jovem, de 18 a 34 anos. Estamos em um processo agora de entender esse público e de tentar falar com esse público alvo. Acho que essa é a principal dificuldade de qualquer meio de comunicação com essa abrangência, que é ampla se pensamos na região metropolitana. Mas é um público jovem, de 18 a 34 anos, pelo menos dentro das nossas estatísticas, do que a gente tenta extrair do site, das redes sociais, é o público que mais consome a Mural, pelo que a gente estima. E aí a gente vem tentando entender essa persona mesmo. As pessoas perguntam: a periferia lê a Mural? É o que a gente busca constantemente responder. Os dados nos indicam isso, mas a gente tem tentado criar metodologias de entender cada vez mais essa persona da Mural, tanto nas redes sociais e de criar também outras estratégias.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

Nós queremos falar das periferias, sobre e para as periferias. Essencialmente é isso. Evidentemente que a gente é consumido por quem não é da periferia, sobretudo por estar em outros canais. Mas a nossa missão é quebra os estereótipos das periferias.

Então, o que agente não fala: de violência, segurança pública, de forma geral, e não falamos de assistencialismo, que são ações de fora pra dentro. Então, a gente fala de dentro pra dentro, de quem é da periferia. Sobre as periferias e para as periferias. Entendendo que existem outros públicos, jornalistas que querem se inspirar em nossas pautas, estudantes que querem se tornar correspondentes, mais é isso.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

Pelo fato da gente ser essa rede de 70 correspondentes, essa escuta já faz parte das sugestões de pauta e das vivências dos correspondentes locais. Os correspondentes locais, evidentemente, com as suas próprias relações. Por que é isso, o que vira pauta? É um papo do correspondente em um churrasco na laje, por que ele vai entender a vivência dele nesse território. Claro, a gente também, por mais que publiquemos histórias locais, a Mural busca refletir sobre a periferia de forma geral, por que muitas vezes uma ação local tem o mesmo impacto de algo que acontece no Capão Redondo ou na Brasilândia. Então, muitas vezes a gente faz reportagens especiais que reflitam sobre um tema, uma temática, um assunto que envolva as periferias de forma geral. Então, é um jornalismo local e que cada vez mais a gente vem buscando refletir esse pensamento talvez comum das periferias de modo geral e reproduzir isso a partir de pautas. Essa escuta está em entender como uma enchente afeta uma determinada região e afeta outra, escutando os moradores da cidade como um todo. A rede, que é poderosa e por que tem essa amplitude, das fontes dessa rede, e do estímulo que a gente vem tentando cada vez mais fazer, que é chegar nas redes sociais e mostrar: os assuntos que a gente falou essa semana foram esses. O que mais vocês querem dizer sobre isso? O que mais podemos tratar sobre isso?

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

A metodologia é circular o bairro e conversar com as pessoas. A gente sempre disse isso desde o primeiro momento que esse é o diferencial da Mural. Andar no território, conversar com as pessoas. Claro que hoje a gente utiliza muito as redes sociais pra isso, pois as pessoas estão nas redes sociais. A gente tem um whatsapp, que tem dois mil contatos que a gente manda reportagens, com a pandemia a gente mandava ZAPCAST todos os dias. A gente entendeu também o poder do whatsapp nesse processo de escuta, tanto que hoje a gente está com um projeto lançado que se

chama Papo Reto no Zap, que a gente vai fazer checagem com o Whatsapp, em parceria com a Lupa e com o apoio do Whatsapp, serão quatro bairros de São Paulo. Teremos quatro grupos, em quatro territórios de São Paulo e da grande São Paulo (Guarulhos), pra rolar uma conversa permanente, que as pessoas possam encaminhar informações duvidosas pra que a gente faça a checagem e retorne essa checagem para esses grupos, entendendo mesmo a comunidade, o canal, e até um pouco de usar o canal que perpetua fakenews, pra compartilhar essas checagens. O whatsapp teve um papel muito fundamental, vindo da pandemia, pra gente criar esses conteúdos e agora a gente está criando esse projeto.

Metodologia é: muralista, circula no bairro e conversa com as pessoas. Não dá pra ficar publicando pauta de Instagram... A história real está ali circulando no bairro.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Circular pelo território. Com a própria transformação do que é o jornalismo, tudo baseado no rápido, no fácil, as redações cada vez mais enxutas, o jornalista não quer, não tem tempo... o editor não vai mandar ele pro Capão Redondo. Então o Capão Redondo fica invisibilizado ou estigmatizado pela violência. Então, se a gente tem uma cobertura local, esse correspondente circula e entende o que está rolando ali, são outras histórias, são outras perspectivas que o jornalismo hegemônico não vai saber, não vai entender, não vai explicar. Então, é o básico. A gente faz o básico do jornalismo. Circular para entender o que está rolando. É a essência do jornalismo que foi corrompida ou que foi apagada por todas essas questões da tecnologia, das redações enxutas. É um pouco desta perspectiva que a gente acredita.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

No nosso caso, a gente tem uma missão muito clara e a missão muito clara deixa muito evidente onde a gente quer chegar. Quem a gente quer ouvir, como quer ouvir, por que uma coisa é ouvir o morador para falar de histórias que não sejam ligadas à violência, que é o que ele ao consumir pelos meios de comunicação atrela. Então, é de tirar o próprio estigma desses moradores, em relação às periferias. Eu acho que a competência é quando o correspondente fala eu também moro aqui, isso por si só já estabelece um outro tipo de relação, de confiança, de entender que ele pode mostrar outras perspectivas daquele território. Mas eu ainda acho que a gente tem uma

miss~]ao muito clara do que a gente quer ao contar essas histórias. E por isso que muitas vezes essa escuta se torna mais efetiva. É por isso que a gente tem chance de contar mais histórias e histórias mais múltiplas.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Eu acho que se a gente falasse de segurança pública, a gente teria uma barreira que é a barreira da segurança, que é diferente de um jornalista de fora desse território, que pode cobrir uma suspeita de violência ou qualquer questão relacionada À segurança pública, ele está resguardado juridicamente, ou a segurança dele está em morar ali. Talvez a gente esbarre um pouco na própria descrença que os próprios moradores têm em relação À imprensa por terem os seus territórios retratados de forma tão estigmatizada. Então, é quase uma educomunicação ali e falar, olha, existe esse espaço, que publica esse tipo de pauta, eu sou correspondente, eu moro aqui, você pode me sugerir histórias, eu estou aqui para falar outras narrativas que você não está acostumado por que você também foi condicionado com esse olhar. Mas a gente não tem tantas barreiras não. É um pouco esse jogo da própria educação midiática que a gente faz, tanto online, como presencialmente quando a gente vai convidar esse morador pra ser uma fonte, por exemplo.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

A gente teve mais por órgãos públicos nos verem ainda como um veículo independente pequeno ou sem abrangência. Isso mudou! /mudou porque isso está condicionado à credibilidade que a gente conquistou com o tempo. O morador é um pouco disso, a gente precisa explicar o que é a Agência Mural, por que muita gente não conhece. Então, volta um pouco nesse processo de educação midiática mesmo, de se apresentar por a gente ter essa ambição de ter um alcance que é mais amplo, então isso dificulta. Se a Agência Mural tivesse essa atuação muito hiperlocal, em cinco bairros ou em um bairro, seria muito diferente. A barreira é ainda tornar a Mural mais conhecida e enfrentar ainda um pouco dessa descrença que a população tem quando se fala de periferia.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada e democrática de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Acho que isso tem a ver com lutar pela perpetuação da democracia. Parece um negócio amplo mas é muito básico e a gente costuma dizer que escutar essas populações, esse nosso público, é quase um processo formativo. Então, a gente costuma dizer que é informar para formar, porque a partir da informação, essa pessoa vai entender os direitos dela, os deveres, ela vai entender que ela não pode estar invisibilizada, não pode ser estigmatizada, como continua sendo. É usar o jornalismo na sua essência pra visibilizar essas histórias que ainda continuam sendo invisibilizadas. Tá aí o papel social do jornalismo que a gente se propõe a fazer a 12 anos. O diferencial nisso tudo também é o fato da gente ser morador desses territórios e isso é outra história. Então a gente entende na pele o poder disso.

Agência Pública – Marina Dias

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

Eu diria nacional, pois os temas que a gente cobre são em geral nacionais. Mas acho importante dizer que a Agência Pública faz um trabalho de traduzir e publicar nossas reportagens em outros veículos e em inglês e espanhol.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. A Pública faz jornalismo investigativo, que tem como princípio a defesa dos direitos humanos. E a gente parte sempre do ponto de vista da população no nosso jornalismo. Isso significa que a gente vai ouvir as pessoas que são afetadas por uma violação de direitos que a gente está denunciando, além de todo mundo que precisa ser ouvido. Tem casos de reportagens investigativas mais aprofundadas, que elas têm 30 fontes. Isso por que a gente não limita. A gente não vai escutar só o deputado, o secretário... Não, a gente vai falar com as pessoas que são afetadas. A gente sai pra rua mesmo, a gente faz muita reportagem de campo.

Sobre, como isso chega nas pessoas, como agência de notícias, a gente permite a livre publicação das reportagens por outros veículos. Além da gente divulgar nas nossas próprias redes, a gente tem uma lista no whatsapp, a gente tem uma lista no telegrama, a gente está em todas as redes possíveis, e pensado em conteúdo para essas redes, a gente faz muito movimento de reempacotar o nosso conteúdo para as redes sociais, de fazer vídeo, por exemplo, para o TikTok de uma matéria que talvez quem está no Tiktok não teria contato.

Mas, além disso, além desse movimento a gente distribui, gratuitamente, as nossas reportagens para outros veículos. E isso se dá tanto de uma forma passiva, o veículo fala “ah, esse site é @creativecommons e eu quero pegar esse conteúdo e jogar no meu site, no meu blog, no site do meu sindicato... (interesse do outro veículo), quanto de uma forma ativa, que é nós mandamos por e-mail todas as reportagens que a gente faz pra uma lista de republicadores e além disso a gente também vai atrás de alguns veículos maiores para propor a publicação dessas reportagens, além de fazer esse movimento que eu já falei que é de traduzir as reportagens para serem republicadas em veículos estrangeiros.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Eu entendo que a disponibilização do conteúdo, gratuitamente para ser republicado por outros veículos é um diferencial, embora outros veículos já estejam fazendo isso. Acho que tem o modo de contar as histórias das pessoas, que a gente vai contar a partir do ponto de vista das pessoas afetadas pelo problema.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Acho que gestores de processo comunicativos sim. Eu sou diretora de comunicação da Pública, então é parte do meu trabalho. Educadora, acho que não, mas também nunca pensei nisso antes. Embora eu acredite que a gente que é jornalista tem um papel de explicar um pouco para as pessoas certos processos do trabalho. Ainda mais hoje, que as pessoas tem cada vez mais se informado no whatsapp. Pessoalmente, uma coisa muito recorrente na minha vida é toda a minha família me mandando coisas que elas receberam no whatsapp perguntando: isso é verdade? E eu já me peguei muitas vezes falando: gente, eu não tenho uma varinha mágica que fala se isso é verdade ou não. É um processo que eu faço e você também pode fazer que é, sei lá, pesquisar no google. Acho que tem uma curiosidade de ir atrás daquilo que você recebeu. Eu não sei o quanto isso tem a ver com comunicação, mas acho que a gente que está imerso nesse mundo da informação e trabalha com jornalismo é um papel que eu pelo menos acabo assumindo muito. Aqui na Pública, a gente aqui no nosso site uma classificação das publicações por tipo de publicação. A gente não tem editoria, a gente tem reportagem, entrevista, coluna, ensaio fotográfico, e isso parte de um entendimento de que às vezes tenha que explicar para as pessoas o que é cada uma dessas terminologias: que uma coluna é uma coluna, que tem opinião ali, que reportagem é uma reportagem e não uma análise. Eu acho que isso também faz parte um pouco do nosso trabalho e como eu vejo um pouco o papel do jornalismo.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

Temos muitos acadêmicos e jornalistas, bastante funcionários públicos... e penso que o engajamento muitas vezes se dá quando as pessoas utilizam as nossas reportagens pra alguma coisa na vida delas.

Tem muitos professores também. Então, seja um professor que vai falar daquela matéria em sala de aula, um pesquisador que vai usar como referência, um procurador que vai usar no trabalho. Esse é um engajamento que nos chama muita atenção e que a gente considera bastante importante, que no final das contas é o impacto do nosso trabalho.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

Eu falei desse público, que é um público que a gente sabe que a gente tem, mas a gente não quer ficar restrito a esse público. E eu acho que a gente liberar nosso conteúdo para ser publicado em vários veículos é um pouco disso. Então a gente tem matéria que sai no Poder 360 e no Diário do Centro do Mundo, que tem públicos diferentes. Tinha época que a matéria saia no Brasil 247 e na Revista Exame, a mesma reportagem, o mesmo texto, o mesmo tudo. Então a gente tem essa coisa de não se restringir, e a gente quer atingir mais pessoas e as republicações fazem parte disso. Mas ajuda falar da missão da pública, a gente faz esse jornalismo aprofundado, acessível para as pessoas porque a gente acredita que as pessoas tem que ler para ter informações de qualidade e que com isso a gente consegue melhorar a qualidade do debate público e da democracia. É nisso que a gente acredita.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

Acho que parte um pouco disso que eu já falei de a gente colocar as pessoas, a população no centro do que a gente faz, principalmente quando a gente fala de violação dos direitos das pessoas.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Acho que é importante falar da diversidade na redação, que é uma coisa que a gente presa e que quanto mais diversas e com histórias diferentes, que são as pessoas que estão na redação. mas você consegue ter esses diferentes tipos de escuta.

Eu entendo que ter pessoas de origem diferentes, com interesses diferentes. Uma coisa que acontece muito aqui é a gente tem coisas que a gente investiga e a gente tem repórteres que investigam, por exemplo, ascensão das pessoas evangélicas ao poder, por exemplo, cristãos ao poder. Então é uma que sabe como investigar isso, que ela tem seus contatos, que ela vai ter sua rede de fontes, que ela vai se inserindo, tendo uma vivência disso que ela cobre, entendendo essas pessoas, entendendo o que está acontecendo. Então, a gente tem sim e vai muito de cada repórter, cada editor, vai cobrir. A gente tem uma cobertura imensa, desde o começo da Pública, na Amazônia, e também sobre povos indígenas. A gente teve que aprender, ao longo desses 11 anos, que você não vai mandar um repórter sozinho para uma Região perigosa do Pará. O repórter não vai chegar de supetão em uma aldeia indígena pra fazer matéria. Você precisa ter toda uma estrutura antes, conversar com pessoas, que vão te receber, acompanhar e isso são coisas que fazem parte do nosso fazer jornalístico, isso de saber como chegar nos lugares pra reportar.

A gente tem uma cartilha de segurança digital e no campo, que fala um pouco, principalmente nessas viagens e coberturas, principalmente de conflitos no campo, que fala como a gente se organiza. Que mostra como a gente faz essa organização.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Eu não sei te dizer.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seus públicos?

Difícil, pois a gente fala com pessoas diferentes em momentos diferentes. Mas uma coisa que eu acho importante hoje eu entendo que uma competência é a gente conseguir se ver em um contexto de uma inundação de informações. As pessoas estão sendo bombardeadas por informações o tempo todo e é uma competência importante a gente sabe o que vai de fato interessar para essa pessoa sem ferir o que a gente acredita, sem fazer caça cliques... Acho que isso é uma competência importante.

Por outro lado, eu acho que a gente precisa saber avaliar... por exemplo, eu não gosto quando chegam pra gente e dizem nossa vocês dão voz para as pessoas. Não, a gente não dá voz pra ninguém. As pessoas têm voz. O máximo que a gente faz é

amplificar essas vocês e contar essas histórias. Eu acho que tem isso de contar histórias que ninguém conta. Uma coisa importante pra gente é fazer o que ninguém está fazendo e para fazer isso, a gente tem que ouvir quem está sendo pouco ouvido.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Chamar a atenção das pessoas em momentos que todo mundo está sendo bombardeado por informações por todos os lados. No jornalismo, em redes sociais. Como você faz uma pessoa achar mais interessante um conflito de terra no Maranhão do que qualquer outra coisa que está sendo falada na internet. Esse é um baita desafio e não só pra gente, mas pra todo mundo que faz jornalismo hoje. Como a gente faz as pessoas darem a devida atenção para o que a gente está denunciando. E as pessoas eu quero dizer, para que mais pessoas se liguem em coisas que estamos denunciando. Por exemplo, agora, na eleição, nós temos um projeto que investiga a desinformação, como a desinformação acontece. A gente não faz *factchecking*, mas a gente mostra como as redes de desinformação se organizam. E como fazer as pessoas se ligarem nisso, para daí então identificarem: nossa, recebi uma informação no WhatsApp e sei de onde veio.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Reforço essa competição constante pelo interesse da matéria e acho que é de todo mundo, de buscar novas formas para dar visão a essa questão complexa e aprofundada que a gente faz. Como a gente vai fazer aquela matéria enorme que a gente fez chegar nas pessoas. Fazer essa história chegar no carinha que fica uma hora no tiktok e não vai sair dali.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Eu acho fundamental e acho que você fazer isso faz com que outras pessoas passem a fazer também. A Pública tem uma coisa muito de pautar, a gente faz o que ninguém está fazendo porque a gente quer que os outros olhem pra gente e falem putz, eu poderia ter feito essa matéria. E a gente percebe, eu sei que tem outras diversas organizações independentes que fazem, que também escutam esses grupos, mas eu

acho que quanto mais você cobre esses grupos, mais você mostra pra quem nunca olhou muito pra eles, por eles devem ser cobertos. A gente vê por exemplo um aumento, não é uma percepção científica, mas é uma percepção, de que a cobertura de Amazônia nos veículos aumentou muito nos últimos anos. Você vê. Parece um tema mais recorrente que antes talvez não fosse tanto assim. Eu acho que isso é uma contribuição de quem olha pra isso.

Ajor – Associação de Jornalismo Digital – está com mais de 100 associadas do Brasil inteiro.

Coletivo Catarse - Bruno Gonzales Pedrotti e Marcelo Cougo de Sá

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

Nós somos uma cooperativa de trabalho em comunicação e produção cultural, então a nossa organização é toda na forma de cooperativa. Somos cooperativistas. Neste ano de 2022 completa 18 anos e foi iniciada justamente por que havia jornalistas que queriam fugir do velho padrão Porto Alegrense, inspirado em uma experiência porto-alegrense muito rica, na década de 70 e 80, que foi a “Coojournal”, que foi uma cooperativa muito grande de jornalistas daqui que chegou a ter mais de 200 jornalistas cooperativados e produziram muita coisa interessante. Evidentemente que uma cooperativa deste nível acabou sendo massacrada não só pela Ditadura, pelo governo estadual, pelos interesses dessa gente, mas também pelos seus “cupinchas” nas grandes mídias.

A gente é meio que depositário e herdeiro dessa tradição e uma busca de fugir do modelo tradicional de se formar em jornalismo e buscar emprego nos veículos tradicionais, como a RBS, Guaíba, agora a Record e outros. Justamente a gente escolheu fundar uma cooperativa para que a gente falasse a comunicação a partir do nosso olhar que normalmente não é olhar daqueles que não são vistos pela grande mídia.

A gente está dando os primeiros passos para ter um alcance internacional. Podemos dizer tranquilamente que o nosso alcance é nacional, temos conteúdos produzidos nacionalmente, de outros estados e circulando também, e agora a gente está começando a concluir um outro trabalho com outros coletivos de comunicação da América Latina.

Quando a gente tinha nosso site, a maioria das coberturas eram daqui de Porto Alegre e do estado. Mas sempre existiram projetos em nível nacional. Então, esses níveis de incidência se dão de formas diferentes.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. O primeiro enfoque da Catarse quando ela foi fundada era o jornalismo e a comunicação. Com o passar do tempo a gente começou a ampliar esse olhar e começou a trabalhar com produção cultural e começou a buscar outras formas de

comunicar além daquela da matéria jornalística, mais tradicional e também trabalhar com documentários, historiografia, etnografia, e coisas do gênero, e também com arte e cultura. Então, hoje a Catarse administra um ponto de cultura e saúde, chamado *Ventre Livre*, que trabalha desde 2009 e atua fortemente na rede de Pontos de Cultura aqui no Rio Grande do Sul, e é uma cooperativa de trabalho de comunicação, produção cultural, meio ambiente e mais um monte de coisa. E a gente é formado por muitas pessoas que não da área do jornalismo, mas produtores culturais, que atua com população de rua... está rolando uma diversidade bem grande.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

O nosso trabalho é multifacetado. A gente trabalha com oficinas, como de audiovisual, pelo Ponto de Cultura... além da leitura jornalística dos acontecimentos a partir desse lado que nunca é visto. Então, quando tem alguma ocupação do MST, ou algum movimento de luta por moradia, a gente nunca está do lado da Brigada Militar. A gente está do outro lado. E trabalhamos com formação.

Eu acho que um diferencial é que quando a gente se relaciona com organizações dos movimentos sociais, como o MST, quilombolas ou indígenas, ficamos em um campo de organizações que se organizam da mesma maneira que nós. Pois quando a gente chega no MST, ou em uma cooperativa, nós também nos organizamos como cooperativa. Nós também somos associativistas. E a gente produz uma comunicação, uma cobertura na qual nos identificamos com as pautas. E nos organizamos como uma alternativa de mídia popular. Somos trabalhadores que estamos tentando construir uma comunicação junto com outros trabalhadores e comunidades.

Nós fazemos diversos materiais de comunicação. Em vídeo, fizemos longa-metragem, filme de ficção, faz podcast, já trabalhou com fanzine, já editou livros, jornal, revistas, site, exposição fotográfica, de artes plásticas, peças de teatro, shows de rock, shows de samba, oficinas, teatro infantil, circo, arte na rua... a gente caminha, anda por aí. Uma coisa que é importante da nossa forma de se comunicar é que a gente não gosta de fazer as coberturas ou reportagens do dia-a-dia, a não ser quando é necessário devido a importância da temática para o momento, mais *hardnews*. A gente sempre gosta de fazer um trabalho um pouco mais aprofundado, de conhecer a realidade, de viver a realidade com as pessoas. A gente sempre gosta de ter um trabalho de

vivência. Os nossos documentários, a gente entra na vida das pessoas, a gente entra no tema, a gente vivencia aquilo...

Vou te dar dois exemplos bem práticos: nós temos dois documentários e um é de tambor de sopapo que é característico da Zona Sul aqui do Estado (Rio Grande do Sul) e hoje em dia a gente constrói o tambor de sopapo, produz oficinas de tambor de sopapo, a gente fica muito envolvido com aquilo. Se referência como um ponto de onde o tambor de sopapo é procurado. A Carijó, que é uma forma artesanal de fazer a erva mate, que vem desde os indígenas quaranis e depois pelos primeiros colonos, agente produz a erva mate, faz carijó, então a gente sabe fazer isso. Eventualmente a gente pode ir para uma cidade do interior fazer oficina, fazer o carijó, passar o filme nas escolas... A gente procura ter uma vivência, uma imersão bem grande pra gente entender a partir de onde nós estamos contando as histórias. E a gente acaba acompanhando esses temas ao longo do tempo. A gente continua tendo contado ao longo do tempo com aquelas pessoas, comunidades, organizações... A gente continua produzindo e tendo uma relação próxima com aquelas pessoas que participaram do filme.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Educador foi a primeira vez que eu vi. E fiquei pensando sobre isso, pois quando a gente faz uma oficina de vídeo, a gente faz educação. Quando está explicando como faz roteiro, abordagem, criação, enquadramento, como edita, como faz a trilha... então sem ter a noção do que o conceito abrange.

Eu posso dizer que gestor de processo comunicativos sim, pois todos os encontros e atividades que fazemos, sim... e tendemos a fazer de um jeito muito específico. E principalmente na criação de audiovisual.

Acho que a gente faz educação sim, até pelo fato de dentro da cooperativa ter uma multiplicidade muito grande de pessoas que chegam, e não são jornalistas, e a partir da convivência, acabam fazendo jornalismo com a gente. Os músicos fazem coberturas jornalísticas, os administradores, ... Acho que também quando a gente se propõe a trazer outros discursos contra-hegemônicos e carregamos isso em nossas ações, a gente também acaba trazendo outros entendimentos e interpretações para os assuntos que abordamos.

Temos um cooperada, que é atriz de teatro, contadora, veio do Uruguai e ela entrou em uma oficina do Ventre Livre e aprendeu a lidar com o audiovisual para apoiar o trabalho dela. E hoje ela faz parte da cooperativa e tem esse processo de pegar uma câmera e levar para as suas atividades e as suas outras experiências. E se utilizar daquilo que ela aprendeu em tudo o que ela desenvolve no dia a dia. Então, a Catarse acaba sendo um espaço de formação pra gente mesmo. A gente tem a proposta de trabalhar em coletivo e a gente faz isso mesmo.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

A gente nasce para trabalhar com movimentos sociais ligados ao campo da esquerda. Eu posso citar o MST, e que a relação mudou nesses 18 anos. Mas ela nasce para trabalhar com o MST, com a patronal dos ruralistas. E quando você entra neste universo você passa a reverberar o seu trabalho para outros agentes que circulam nos espaços. E é natural que a gente foi chegando a mais públicos que no nosso país são chamados de minorias: negros, quilombolas, indígenas, mulheres... Acho que nossos públicos são esses. São os assuntos dos trabalhos que são feitos e pra quem aquele trabalho serviu.

Ao longo dos anos, podemos falar de um diálogo com pequenos agricultores, pessoas envolvidas com o meio ambiente e que fazer um enfrentamento ao grande capital. A gente tem observado também os movimentos de defesa de territórios, as populações que precisam defender seus territórios, seus casebres em uma área de Porto Alegre ou mesmo um território quilombola, uma aldeia indígena, um assentamento do MST atingido por aviões que jogam veneno, agricultores que perdem suas abelhas e suas produções de mel.

O nosso público é bem difuso, mas ele sempre vai estar dentro desse espectro de lutas contra os desmandos do capital, falta de direitos, contra quem quer nos matar, nos silenciar como povo, como organização. É tanta coisa. É isso que nos movimenta.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

O youtube do Catarse tem muitos vídeos, tem mais de 700 vídeos... a gente produz bastante. E a gente trabalha com muitos coletivos em parceria. Um exemplo, nós

fizemos a formação para indígenas que hoje têm um coletivo de comunicação, mas nós não temos nenhum indígena na equipe, a gente trabalhou com a história do tambor, e tratamos da história dos povos negros aqui do território, contudo não temos cooperados negros. E a imensa maioria do coletivo é composta por pessoas brancas de classe média. Tem mulheres, mas a gente tem parcerias com organizações de atuam com mulheres e a gente vai fazer as formações, as matérias. E elas nos procuram quando precisam de apoio em comunicação. Se a gente for falar do identitarismo, eu não vou ficar confortável com o nosso lugar de fala. O que a gente procura é usar as ferramentas que a gente conquistou com nosso trabalho para poder amplificar essas vozes sociais.

Mas o jeito que a gente se organiza às vezes dificulta para que outros públicos cheguem e façam parte do coletivo. A gente não tem um formato de trabalho, de pagamento... Somos mais informais e isso muitas vezes não ajuda em aproximar outros públicos da organização para integrar o coletivo. Isso é inviável para a maior parte da população. O nosso trabalho não tem muita regularidade. Passamos meses sem receber nada, e tem meses que compensamos. Então, o nosso lugar de fala é a partir do nosso privilégio, mas alinhado com movimentos populares. Juntos e buscando contribuir com os movimentos populares.

Mas a gente joga isso na mesa e constrói nosso trabalho junto com as pessoas. A gente pergunta: o que vocês acham importante estarem comunicando... Nos preocupamos em saber o que as comunidades, os grupos, as pessoas, querem comunicar. O que a gente deve filmar e o que a gente não deve filmar. A gente quer fortalecer os discursos dos movimentos populares, não queremos impor a minha narrativa.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

Lembro quando a gente estava na produção do filme sobre tambores, a gente foi adentrando na cultura negra, principalmente na cidade de Pelotas e Rio Grande, no Sul aqui do Estado, que são territórios com muita cultura negra, principalmente Pelotas, que é uma cidade que mais de 50% da população se declara negra. Talvez ela esteja entre as cidades com mais pessoas autodeclaradas negras do Brasil. Aquilo era uma experiência nova pra mim, que estava recém chegando no Coletivo Catarse, mas eu já trabalhava com comunicação comunitária, como oficinairo e professor de

música. Mas a forma de nos relacionar com aqueles negros e negras velhos, mais antigos, que tem um jeito de conversar e te conduzir, com muita circularidade das falas e que a gente precisa ouvir muito pra chegar onde tu queres, acho que isso foi desenvolvendo em mim a capacidade de escutar e ir pegando aquilo que eu queria dessa maneira circular. Uma abordagem não tão direta.

Ao mesmo tempo, dentro do Coletivo eu também aprendi muita coisa, e aí mais para uma questão de gestão. Uma cooperativa que só tem presidente e diretor por necessidade burocrática, a gente sempre batalhou para que essa hierarquia não existisse entre nós. Era uma questão de função e de respeitar a função das pessoas. É você aprender a respeitar o desejo do outro a partir da função que aquela pessoa tem. E foi uma coisa que eu aprendi aqui no Coletivo. E isso, pelo menos a mim, me conduz a bastante tempo, de ouvir o que as pessoas que estão ocupando esses espaços na Catarse, que são tão importantes pra gente existir em termos de gestão, quem está na presidência, quem está no financeiro. Não é questão de que alguém vai mandar em alguém, mas de respeitar o cara a partir da experiência que ele tem e o trabalho que a pessoa está fazendo na cooperativa. Acho que são coisas de aprender a escutar os outros, inclusive para cuidar da gestão, foi um aprendizado importante que eu tive aqui dentro do coletivo. E desde que entrei não tive dúvida que era meu lugar de trabalho, de criação.

Tem um processo de respeito à opinião do colega, de escuta do que os outros têm a nos trazer. Acho que no trabalho escutar o que o outro tem a dizer sobre o que você está fazendo é muito importante. No nosso modelo de gestão tem uma coisa muito importante, pois a gente se organiza por meio de assembleias, todos os profissionais são cooperados, todos temos voz e temos voto na mesma medida, na mesma altura. Então, em uma assembleia, se escuta a opinião de todos, e a opinião de todos vale. Desde um fundador da cooperativa, até a pessoa que chegou no ano passado, todos tem o seu voto. Então o mais novo escuta o mais velho, que escuta o mais novo. A opinião tanto do mais novo, como do mais velho, é muito importante. Cada um tem um saber diferente.

E a gente pauta muito a nossa escuta nessa relação que a gente cria com outros públicos, comunidades tradicionais, pessoas. Precisa ter paciência, precisa ouvir com calma, tu vais escutar a mesma história um milhão de vezes... tem um fundador da Catarse que conta a história da fundação muitas vezes e a gente escuta como se

fosse a primeira vez, todas as vezes e a gente busca, a cada vez, pegar um detalhe novo dessa história. Pois é assim que se constrói o reconhecimento nesses espaços tradicionais. Então, quando a Catarse faz essa opção de ir trabalhar com movimentos sociais, que estão sempre buscando uma forma mais horizontal de e democrática de se relacionar, de aplicar no seu dia a dia o que a gente gostaria de ter no nosso dia a dia, no nosso país, e lidar com essa vivência com indígenas, com povos tradicionais, com organizações de cunho anarquista, organizações de mulheres... e se você não se adequar, não parar para ouvir, você vai tomar bastante “laço”, ou você vai aprender no laço ou você vai dizer assim, isso não é pra mim. Por que talvez você não teve humildade pra absorver aquilo e reconstruir de uma outra maneira.

Acho que aprender a escutar muito sério pra nós. A Catarse, em sua maioria, é feita por gente bem eloquente, a gente gosta bastante de falar, gosta de contar bastante história, gosta de ser protagonista, a gente entra de cabeça nas histórias... pra organizar as informações também. A gente não quer apenas fazer um filme sobre fazer erva mate, a gente quer fazer a erva-mate, a gente quer fazer o tambor de sopapo, a gente quer aprender a tocar... As pessoas que ficam na Catarse têm essa percepção da necessidade de aprender a ouvir o outro. E talvez isso nos ajude na maneira como a gente se aproxima desses parceiros e parceiras dos movimentos todos, e acaba sendo acaba sendo visto por elas como parceiros.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Por ser uma organização que tem a necessidade burocrática de se organizar por assembleias, lá pelo quinto ano de existência da Catarse a gente começou a se organizar e a organizar o nosso planejamento estratégico, que é quando a gente se interioriza e se dedica por um período para pensar a Catarse dentro dos seus processos e pensar como a gente vai chegar onde a gente quer chegar. Parece tudo maravilhoso, mas a gente tem muitos problemas, inclusive de comunicação entre nós. A gente trabalha com comunicação, mas às vezes a gente não sabe se comunicar uns com os outros. E às vezes a gente precisa fazer isso. E em um desses processos de planejamento da Catarse, teve uma cooperada que entrou, que ainda é uma cooperada, que ela nunca fez muitos trabalhos conosco, mas ela sempre influenciou horrores as nossas dinâmicas. E ela propôs a gente fazer dinâmicas mais aprofundadas de escuta e foram momentos em que coisas se movimentaram de uma

forma muito intensa. Rolou um Catarse. E por um bom tempo, e ainda hoje, quando a gente começa a ter processos e dinâmicas mais tencionadas, a questão da escuta do tipo escuta o que o outro tem a dizer e ouve, não é aquele ouvir já respondendo na tua cabeça para dar a réplica, se o cara está falando não é exatamente o que você está entendendo, é o que ele está falando, que ele precisa falar. Então, eu acho que esse tipo de coisa a gente acabou desenvolvendo depois dessa experiência e vem aprimorando isso de maneira que a gente consiga também quebrar essas barreiras de comunicação, que travam os nossos trabalhos, as nossas vivências.

Por exemplo, a gente teve uma dinâmica por anos que se chamava “heavyhour”, que a gente se reunia para escutar heavy metal, e falar de política e de assuntos absurdos, com convidados sensacionais, e tomar trago. Ações como essas, para as nossas relações pessoais, era fantástico. E isso faz com que muitos laços de amizade tenham se aproximado demais. Acho que o processo de escuta também é um processo de amadurecimento que a gente vai tendo durante a nossa caminhada.

Acho que nossas metodologias são espontâneas, de vivência. E as pessoas que chegam no grupo trazem as suas vivências. Essa mesma pessoa aplicou uma ferramenta que era: eu falo e a outra pessoa só anota tudo. Quando acaba, a outra pessoa apenas replica a fala pra ver se entendeu o que o outro falou. E te passava a interpretação do que a outra pessoa falava. E isso é tão simples em várias situações do dia a dia. Por exemplo, na prestação de serviço, está fazendo algum vídeo pra alguém e a pessoa manda você alterar tal coisa e tu não certeza se tu entendeste. Daí, se tu não pergunta você vai ter que fazer duas ou três vezes a mesma coisa. Enquanto se você tem esse processo de “olha, deixa eu ver direitinho se eu entendi. E isso acaba sendo até uma técnica para você entrevistar também. Quantas vezes você muda o formato pra pergunta para a pessoa responder quase a mesma coisa, mas com o enfoque em outro detalhe que é o que você gostaria de ter.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Acho que é resolver seus problemas de comunicação, fazer com que a comunicação seja a mais fluida, a mais clara possível e quando não é ter toda a paciência e boa vontade pra ir e voltar quantas vezes forem necessárias, para que a gente entenda e acolha desejos e ideias, as necessidades das outras pessoas. A gente não está isolado e muito menos dentro de um coletivo o cara vai estar isolado. Acho que essa

luta que a gente tem de tentar se organizar, de tentar organizar burocraticamente, tem que ter uma maturidade no sentido de saber que a gente está inserido neste mundo. Conseguir resolver nossas pendengas de falta de comunicação e pra fora, no modo como a gente se relaciona com o mundo.

Acho que precisa ter uma humildade de escuta, valorizar o que cada pessoa tem pra trazer, saber que todo mundo tem um conhecimento e que cada conhecimento é diferente do outro, eu acho que a questão da comunicação tanto internamente quanto externamente, é um desafio, mas é importante a gente conseguir transmitir, a gente conseguir dialogar com os parceiros de forma mais ampla. Acho que também envolve honestidade na comunicação, nas duas vias, tanto no escutar como no falar, pra gente poder se entender de verdade, de tentar entender o que o outro está dizendo. Acho importante tentar se colocar no lugar do outro, entender quando o outro trouxe uma coisa que eu não gostei, um colega ou uma pessoa me disse uma coisa com agressividade, mas eu vou tentar entender que talvez aquela violência, que pode ser uma outra coisa que foi jogada ali o problema real está em outro lugar. Ou até entender, o que nossa ação provocou, por que o colega não gostou? Por que o programa de rádio incomodou a pessoa. Tentar se colocar no lugar do outro, pois muitas vezes, do nosso lugar de fala, eu acho que às vezes é muito cômodo a gente dizer certas coisas do tipo: “acho que nada a ver as pessoas negras acharem que o termo esclarecer é racista”. Mas a gente não é negro, a gente não sabe como a pessoa negra se sente ao ouvir a palavra esclarecer. Então, se a pessoa se sente incomodado com o termo, vamos abrir mão do termo, nós somos comunicadores, conhecemos um monte de palavras e adoramos ficar tentando encontrar a palavra certa para se expressar, então vamos tentar se colocar no lugar pra gente poder melhorar?

Acho que um coletivo como o nosso, mas qualquer outro tipo de organização se enriquece com diversidade. Ainda não aconteceu de a gente ter uma alta diversidade étnica aqui, mas a diversidade de pessoas que fazem coisas diferentes e que trazem experiências e conhecimento diferentes, acho que isso é bem importante. Eu tenho certeza, se surge algo pra resolver e eu joga no coletivo, alguma ideia surge, pois, tem muito conhecimento diferente do meu. Ter e valorizar a diversidade de conhecimentos.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Uma barreira imediata é o nosso site (estava fora do ar quando a entrevista foi feita), tivemos dificuldade de gerenciar isso. Tivemos um problema e não estamos conseguindo superar por uma questão de falta de tempo pra conseguir se dedicar a isso, mas que essa falta de tempo tem a ver com a falta de grana. O site não dá grana pra ninguém da Catarse... Talvez agora eu esteja te apontando essa como uma barreira bem séria.

Barreira de sintetizar tudo o que a gente faz, pois a nossa ação é muito diversa e a gente tem públicos também muito diversos. Tem muita produção de vídeo, tem podcasts, tem a produção de texto, tem muita memória. Às vezes a barreira está nessa descentralidade, que é tão grande que as pessoas se perdem.

Redes sociais é outro problema que nós temos... a galera não é boa de rede social, não gosta, inclusive individualmente... tem cooperados que nunca se aprofundaram no facebook, não gostam, outros não têm Instagram... Não tem ninguém social mídia super modernos. Alguns cooperados fazem esse esforço. Talvez isso seja reflexo de outra coisa também: a gente sempre produziu muito conteúdo com parceiros, para parceiros, trabalhando com outras pessoas, e ficou muito a sensação: nós somos produtores de conteúdo e esse conteúdo depois ele vai pro mundo pela rede. Nós não somos vendedores, divulgadores. Nós não somos bons divulgadores do nosso próprio trabalho. Nunca fomos. E hoje em dia, que temos um mundo regado pelas redes sociais, isso reflete nitidamente. Apesar de ter uma rede de pessoas muito grande, se a gente abrir um financiamento coletivo, nós não vamos ter sucesso. É uma barreira bem grande que a gente tem, nós nunca conseguimos divulgar o nosso trabalho para além daqueles focos que nós estávamos e isso reflete hoje em dia na questão das redes sociais, que a gente não sabe lidar, não gosta, tem uma crítica ideológica bem forte. Isso gera dificuldade das pessoas nos conhecerem e também nos procurar.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Acho que podemos aprofundar um pouco mais, como por exemplo, questões políticas que envolvem o país. A Catarse sofreu um risco muito sério a partir do golpe de 2016. A gente teve um estrangulamento dos nossos trabalhos, não só pra coisas que nós acessávamos, mas que outros parceiros e parceiras acessavam. A partir desse estrangulamento que houve, depois do golpe de 2016, a gente tem uma situação

bastante complexa de sobrevivência da cooperativa. A situação agora já está mais equilibrada. Não vão nos matar assim tão fácil.

A gente tem um posicionamento ideológico bastante firme. E isso acaba dificultando na captação de trabalhos de prestação de serviço pra empresas privadas, grupos privados. A gente não fogosa de colocar o nosso nome associado a empresas que a gente não acha que sejam boas para o mundo. Isso já fez cm que a gente perdesse oportunidades financeiras. É uma contingência política que a gente se coloca e não ultrapassa. A gente que procure parceiros e parceiras que a gente goste de trabalhar, que a gente se sinta bem. Que a gente possa entender de onde vem aquele dinheiro. Isso não é uma crítica ou um juízo de valor em relação a outras entidades que fazer isso ou que precisam. É uma maneira como a gente encara o mundo.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Enóis – Amanda Rahra

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional? Atualmente estamos atuando nacionalmente, mas a gente sempre atua a partir do local. Então, a partir das periferias, capitais e regiões metropolitanas. Nosso foco em 2022 foi a Região Norte e Centro-oeste, onde a gente está fazendo formação de jornalistas e comunicadores locais, nas periferias das capitais, Amazônia Legal e Região Centro-oeste, sempre a partir das periferias. E continuamos com a nossa atuação aqui em São Paulo, que é onde a gente nasceu, onde está a maior parte da nossa equipe, a maior parte da nossa rede. E gente teve essa expansão nos últimos três anos.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. A Enóis é um Laboratório de jornalismo, e trabalhamos para impulsionar a diversidade, representatividade e inclusão no jornalismo. A gente começou nas periferias de São Paulo a partir de oficinas de jornalismo e da escola de jornalismo, que era voltada pra jovens das periferias em 2009, e esse trabalho foi se expandindo e levamos a metodologia de ensino de jornalismo para o Rio de Janeiro, no Complexo da Maré, com o Observatório das Favelas e a Galera do Data Lab, e de uns tempos pra cá a gente foi fazendo formações na região Nordeste e agora estamos focados na Região Norte e Centro-Oeste.

A gente brinca que temos dois grandes programas na Enóis: um para a pessoa física e outro para a pessoa jurídica. O de pessoas física foi esse que surgiu com a formação dos jovens periféricos aqui em São Paulo e o nosso lobby, a nossa chatice com as redações que são muito brancas, dirigidas por homens e bem pouco diversas. E dessa provocação e desse histórico nascem os dois programas, que é o jornalismo e território, que é baseado na Escola de Jornalismo da Enóis, que é esse processo de formação que tem mito de produção. Então, a gente quase que faz um cronograma de traz pra frente de como é para uma pessoa chegar e publicar uma reportagem: a distribuição sempre no centro da pauta, desde a pauta, até a distribuição, a gente já fala sobre pra quem, quem é seu público. Então, a gente vai trazendo a pauta, que vem do mapeamento afetivo, de você olhar para o seu bairro, para o seu território, olhar para as questões locais, trabalhar essa pauta, as fontes e a diversidade nas fontes, pois a gente passou essa régua na Folha de São Paulo, por exemplo, e a maior

parte das fontes de informação são pessoas brancas e acadêmicas e, por exemplo, quem melhor para falar de parto do que uma parteira... a gente foi diversificando essas fontes e então passa por isso. Então, pauta, apuração, a reportagem em si, como é que você vai fazer, quais são os canais que você vai divulgar e quais são os formatos que você precisa produzir, edição e distribuição. E então a gente faz uma checagem de sentido: “tudo bem até agora, tudo compreendido?” Então agora é o mão na massa. E a galera começa a produzir suas reportagens e a gente vai negociando com as redações locais e nacionais... temos muita parceria por causa desse histórico de chatices de diversidade nas redações, a gente tem parceria com Yahoo, com o Uol, com a própria Folha, com o Guardian, com a BBC Brasil, enfim, vários veículos que acabam puxando essas pautas locais para os seus veículos mesmo, e essa galera começa a produzir, porque a gente acredita que a dúvida vem da produção, o jornalismo é uma função do fazer, do reportar. A galera ganha uma bolsa para estar no curso e publica suas reportagens. Esse é o nosso Programa “Jornalismo e Território”.

O outro grande Programa da Enóis é o “Diversidade nas redações”, que vem da nossa chatice de dialogar com as redações e insistir com coisas como: tem que ter mais preto, tem que ter mais mulher, tem que ter mais LGBTQIA+, PCDs, enfim... E o que a gente começou a fazer é selecionar, a partir de uma chamada pública, para que redações pequenas (a gente começou com redações diversas, então tinha grandes redações como G1 Amazônia, e agora a gente está muito mais em redações nascentes), organizações que como a gente nasceram pequeninas, desse fazer em horários paralelos, pra estruturar essas organizações. Então, achar essas organizações que estão fora do radar e trazê-las. A gente faz uma formação em sustentabilidade, e a gente fala sobre gestão, como trazer pessoas diversas para sua equipe e manter elas, como você capta recurso para fazer o jornalismo que você quer fazer, como estruturar o seu organograma. E a gente faz uma ponte entre essas redações e a galera que a gente forma, então, a nossa rede de jornalistas para que eles contratem por um período... por exemplo, esse ano estamos falando de eleição, e nas 10 redações que estão participando do programa esse ano, e que estão nas regiões Norte e Centro-Oeste, a gente alocou 10 repórteres, um em cada redação para cobrir eleição. Então, durante quatro meses essas redações passam por um processo de formação em gestão e produzem, com seus repórteres, sobre temas específicos e neste ano a gente está trabalhando eleição.

E, pra tudo isso acontecer, tanto o Diversidade como o Jornalismo e território, a gente sempre faz um mapeamento, que é um levantamento de veículos locais, organizações sociais e tem comunicação nas suas ações, antes de chegar. Éramos três mulheres brancas as fundadoras da Enóis, agora a nossa diretora financeira é uma mulher negra, Elaine Martins, do Alma Preta também. A gente sempre soube que pra alcançar lugares além da nossa bolha a gente tinha que pisar fofo, perguntar, aprender... quase um trabalho de apuração também. Desse espírito, dessa cultura da enóis de chegar pisando fofo nasce o Mapeamento periférico, que vai levantar os veículos, as entidades, as organizações que podem trazer público para esses dois programas, a partir desses contatos locais, para poder agir com mais coerência e consistência.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

A gente é diferente da maior parte das organizações que nasceram junto com a gente nesse campo, como Alma Preta, A voz das periferias, Periferia em Movimento, Mulheres das Periferias, Agência Mural, que nasceu juntinho com a gente... é que a gente não é veículo. Eu considero que a gente faz um trabalho de base, de formação, de compartilhar ferramenta, de entender como os outros estão fazendo, vamos trazer diversidade pra esse olhar, cuidar da distribuição. A gente disputa o conceito de jornalismo. Enquanto a Folha fala para investir no jornalismo profissional, a gente contesta que jornalismo profissional é esse, pois jornalismo é aquele que serve as pessoas e, portanto, é um dos pilares da democracia.

O trabalho da Enóis é atuar em parceria com esses veículos que estão no mesmo campo com a gente. E a gente tem uma coisa de trazer grana e a gente é chata com dinheiro. Esse ano, conseguimos uma grana livre da Open Society Foundation, que é uma organização internacional, e eles deram uma grana livre, que não é cheia de rubrica de projeto que você transporte, alimentação, transporte, internet, rh... e com essa grana livre a gente abriu um fundo pra financiar o jornalismo local, representativo e diverso. A gente colocou um milhão nesse fundo, porque a gente quer que isso vire uma política pública, mas a gente está fazendo uma política meio ongueira de pegar uma grana de várias organizações que apoiam o jornalismo e redistribuir isso.

Assim como no jornalismo e território a galera tem bolsa pra estudar, no Diversidade nas redações eles ganham uma grana institucional. Para esses quatro meses, são R\$ 6 mil reais, que não dá pra nada. E a gente quer dar R\$ 150 mil para cada redação melhore seu desempenho, para que tenha equipe, para que possa fazer a diversidade de fato acontecer em suas organizações. Então, acho que o fundo é uma coisa importante e é um diferencial nosso. Sabe quando você que a organização vai dar o pulo do gato e pensa o que ela precisa? De um pouco de carinho, um pouquinho de ferramenta e um pouquinho de grana.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu estive em muitos lugares na Énois. Acho que eu comecei como educadora, eu vinha do jornalismo querendo ser repórter, coisas que quando a gente sai da faculdade de jornalismo a gente fica pirando. Mas eu sempre fui muito boa nessa articulação. Eu me considero uma educadora de raiz. A gente disputou muito esse termo também, e dizia “não, a gente não é educadora, nem comunicadora, a gente é jornalista”. E a juventude que a gente pegou pra formar, dialogar. Elas são impertinentes como a gente já foi.

Mas eu bebi muito na fonte do Ismar, eu vi a ECA criar o curso de Educação, hoje a nossa coordenadora de redes, que é uma jovem de 23 anos, é aluna da graduação de educação. Então, obviamente, a gente tem esse namoro e essa alimentação da educação.

Então, eu fui por muitos anos uma educadora de comunicação, mas sempre desse lugar de: cadê a reportagem e como é que a gente vai distribuir isso. Sempre desembocava nesse lugar do jornalismo e eu pessoalmente sou apaixonada por difusão. Se você quer escrever uma parada massa, legal, mas se só você, sua mãe e sua vizinha lerem, não é jornalismo. Jornalismo é distribuir. É uma estratégia que você pode transformar uma grande reportagem num lambe e isso pode ser impactante na vida de uma pessoa que precisa daquela informação. Então, eu tenho muito essa pira de sempre desembocar no jornalismo.

Então, eu sou uma educadora que fica agarrada no conceito do jornalismo pela divisão e do processo de apuração, checagem e tal. Mas, ter fundado uma organização me coloca no lugar de gestora. Hoje, eu tenho que exercer minha veia educadora fora da Énois. Porque quem são as educadoras são as meninas que a

gente formou na escola de jornalismo e que hoje estão com a gente, coordenando a escola, coordenando as articulações de formações sobre distribuição, pauta, mapeamento afetivo, chamam os especialistas pra falar de outros assuntos... E eu virei um burocratinha: assino contrato, capto dinheiro, cuido do RH... Então, hoje eu cuido de pessoas e projetos, vejo se os projetos estão andando e a gente tem uma coordenadora de projetos e eu vou olhando as pessoas, que no fundo eu acho que é minha veia educadora. Eu não sou mais uma formadora da Enóis, mas eu sou uma formadora interna. Eu faço os cafés de afeto, que é um momento a cada 15 dias pra gente se reunir, brigar, se escutar, trazer alguém de fora para falar de alguma coisa, como agora as reuniões estão sendo ocupadas por uma facilitadora em planejamento estratégico, que a gente está fazendo robustamente, com teoria de mudança e um monte de coisas pra organizar a Associação.

E eu cuido das pessoas, planos de cargos e salários, quer ter hierarquia, desenhamos organograma cheio de caixinha e eu pensei: não vai dar certo. É claro que não deu. Agora desenhamos uma árvore, cheia de fluxo, quem tá na copa fala mais pra fora, quem tá no tronco é a galera de operação, que recebe dados, financeiro que apoia, comunicação que divulga... Então, a minha grande pesquisa hoje é primeiro como cuidar do jornalista, ou ele é cínico ou ele está com a saúde mental bastante comprometida e usa do cinismo para se proteger desse dia a dia muito maluco. Então como a gente faz pra cuidar dessa galera que precisa estar bem porque senão a informação que passar por ele não vai ficar bem também... então, o cuidado com as pessoas é o que mais me mobiliza para pesquisar e essa articulação dos projetos. Aqui sou conhecida como a rainha dos contatinhos.

Hoje eu sou uma gestora, mas a educação e essa paixão por ver o quanto a comunicação organiza uma pessoa, de conseguir se comunicar, isso é muito maravilhoso.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

Acho que antes a gente tinha um lugar dos jovens das periferias. Acho que hoje a gente está mais ampliado no sentido de juventude. Antes era o jovem que terminou a escola, mas ainda não sabia o que fazer, e a mãe cobrava dinheiro em casa, que ia mal na escola... então, a gente vai envelhecendo esses públicos dos programas da

Énois. A gente sempre teve a maioria preta e parda nas formações, e mulher, somos uma organização bastante feminina, somos 18 e 2 homens pretos e 16 mulheres. Uma coisa que tem acontecido com a gente é envelhecer esse público, então pode ter uma repórter mais velha, desde que ela esteja no território periférico, que a mídia tradicional não alcança. E acho que com essa nossa ida pro Norte e Centro-oeste a gente está vendo aparecer um dado de comunicadores indígenas, que pra gente é muito bonito e que nunca tinha aparecido. A gente teve a primeira aluna indígena em 2018 e a primeira aluna trans também, 2018 foi um ano bastante significativo pra gente entender essa coisa da diversidade. E aí, eu acho que depois disso a gente vai conseguindo atingir outras camadas. Mas é sempre uma galera da comunicação. E como a gente chega nessa mobilização: a partir de organizações no território. A gente começou com a casa do Zezinho, que é uma ong de educação no parque Santo Antônio, que tinha lá um monte de oficina pra jovens e a gente propôs uma oficina de jornalismo. Então, a gente vai divulgando os cursos junto com outras organizações, articulando com outras organizações e mobiliza a juventude. Essencialmente, ainda é a juventude. Se a gente for considerar uma galera de 18 anos a 28 anos, é a grande faixa da Énois. E, com a entrada da Diversidade, já é uma galera mais de 33, 40 anos, que quer fazer a organização crescer, e a gente achou que ia chegar apenas em indígenas não aldeados, porque não tinha tanta entrada. Mas, surpreendentemente, nas formações de jornalismo e território na região Norte especialmente, a gente tem várias meninas, mulheres em especial, que são lideranças indígenas, jovens aldeadas que representam sua etnia e a gente tem aprendido muito sobre comunicação, sobre outras formas de comunicação: comunicação oral, como fazer destruição de áudio via WhatsApp, com uma reportagem que você divulga como pílulas de WhatsApp, por exemplo, como chegar no público evangélico (a gente estava conversando com o pessoal do Fogo Cruzado no Rio e eles chamaram uma equipe de pastores pra fazer uma publicação. Eles trabalham com dados de morte por arma de fogo. Então, como a gente ia falar sobre isso com as famílias evangélicas e chamaram uma equipe de evangélicos. O próprio Firmeza Preta é justamente isso: a gente sempre fez o Comida de quebrada, o guia gastronômico Prato Firmeza sempre foi o mapeamento de restaurantes e lugares pra comer bem nas quebradas e em 2020 a gente decidiu racializar a questão e a gente fez o Prato Firmeza Preto, que é o primeiro que não vai pelo território, mas pela territorialidade, e pela primeira vez a gente mapeia restaurantes do Centro, por exemplo, e a gente fez em parceria com cinco Coletivos:

o Alma Preta mapeando o Centro, o Periferia em Movimento Mapeando a Zona Sul, Volta das Periferias mapeando a Zona Leste, Agência Mural, região metropolitana e o Preto Império na Zona Norte. Então, a gente vai atuando assim, não é o jovem, mas é o coletivo que atua com determinado jovem que edita e manda um pouco mais redondo pra gente. É como se a gente tivesse subido um degrau nesse etarismo. E a gente tem uma equipe cheia de jovens impertinentes, que “batem na gente” o tempo todo. Mas a gente sabe que aqui é um campo seguro. Mas a gente diz o seguinte, lá fora a gente precisa ter outros códigos se a gente quiser converter tipo a galera branca do Palavra Aberta, que tá recebendo um monte de grana da Abraje, do Google, sei lá, pra olhar pra gente. A própria Folha. A Samara brinca que quando ela foi pra lá em 2018, ela foi considerada uma jovem, pobre, de ensino médio. E, há duas semanas ela voltou na Folha para falar de indicadores de diversidade na redação. Um outro lugar.

A nossa turma envelheceu, algumas meninas entraram na equipe, e estão jovens ainda mas tem uma postura crítica, mas também de articulação e construção. Então, o público envelheceu, empreteceu e agora a gente tem essa nova camada de indígenas comunicadoras.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

Uma organização fundada por duas mulheres brancas, que teve na sua gestão, até esse ano, três mulheres brancas...

Acho que o lugar de fala sempre esteve em aberto na Enóis. Quando a gente ia pra quebrada, a gente levava porrada da galera de lá. A Rede de Jornalistas das Periferias bateu muito na gente e agora tem um pessoal que trabalhou na Enóis. A gente sempre teve essa dificuldade. A Elaine vem com acolchado, pois a identificação é muito maior, ela é uma liderança na Énois nesse sentido.

Lugar de fala sempre esteve em disputa. A gente tem hoje um conselho de 10 pessoas que tem hoje um comunicador indígena, que é o Arapuaca Tupinamba, a gente tem o André Santana, que é um jornalista bem de território, da Bahia, um homem Preto, a gente tem a Eliana Souza, que é a fundadora da rede da Maré, que não é comunicadora, mas é uma velha ongueira que ensina muita gente. A gente tem a Bia Barbosa, que era do Intervezes, a gente tem uma menina do business, que é a Carlota. Então, a gente sempre trouxe a diversidade dos lugares de fala pra compor a

Enois. Acho que esse é um pouco o nosso lugar de fala, é trazer cada vez mais vozes dissonantes. No espectro político, a gente não tem nenhum Bolsonarista, e a gente sempre fica pensando em como chegar.

Isso é muito louco, pois a gente avança uma fronteira super desconfortável que é você dialogar com o diferente, pois a gente não foi ensinado a isso e permanecer. Então, pra compor esse lugar de fala, desse lugar de fronteira, a gente foi compondo. O lugar de fala da énois é a composição e o lugar da formação e da grana no campo a gente quer dar dinheiro e ferramentas para que a galera deslanche e faça mais jornalismo.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

A escuta primordial da É nóis, com a gente tem esses lugares de fala mix, é a equipe. A primeira instância de escuta é se as pessoas estão bem, o que precisa, o que falta. Pois ter um equipe diversa, a gente aprende muito e a gente testa muita metodologia. A gente testou muito na escola de jornalismo, e a gente testa muito com a própria escuta.

A gente tem um lugar de escuta que é o Café e a gente pauta isso com os veículos com os quais a gente trabalha e a gente escuta muito a galera que participa dos aulas. Não é sobre pauta, a primeira aula é sobre mapeamento afetivo: traz aí o que tem em volta de você, que a outra pessoa que é de outro lugar vai ouvir e vocês vão ver que existem muitas possibilidades de existência e a gente não precisa apagar nenhuma delas. A gente pode compor. O lugar de escuta começa pela equipe, passa pelas pessoas que estão na nossa rede e envolve pesquisa, levantamento de dados. A gente tem uma área de levantamento de dados e quando os estudantes vão entrar eles se cadastram e tem uma ficha que eles têm que preencher com raça, gênero, território, se tem alguma necessidade especial. Então, a gente escuta muito nossa rede e a gente faz com que as organizações com as quais a gente atua ouçam outras.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Acho que o Café de afeto tem na caixa de ferramentas, e é um espaço de escuta da equipe muito forte e importante para a gente. E tem feito escutas com os editores do Diversidade nas Redações, e é uma metodologia de Escuta, um roteiro que a gente tem. E a gente tem os feedbacks individuais, com a figura da Flávia que essa pessoa de escuta da equipe, e ela vai me ajudando na composição desse mosaico. E acho

que o Mapa Afetivo também é uma escuta, pois é um convite para as pessoas trazerem os seus territórios, eu quero conhecer, quero saber de onde você veio, isso me importa, porque isso vai impactar na sua reportagem. Eu lembro de uma matéria que saiu no Globo e a gente usou muito, que era assim: “Jovens da PUC se preocupam com tiroteio na Rocinha”. Qual é a matéria? É o tiroteio. Mas pra quem esse jornal está falando? Pra os jovens da PUC, então eles viram a pauta. Então, da onde você vem importa muito. Eu tenho uma briga com as redações que é assim: às vezes saber inglês é menos importante do que saber circular na cidade, se você quer um repórter de cidade, por exemplo. Isso faz parte da nossa escuta. É um olhar atento. É uma marcação que a gente faz, que a gente questiona: da onde é.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Eu gosto muito do mapa afetivo, acho que é uma grande metodologia. A gente roubou isso do pessoal da acupuntura urbana, de um povo que faz isso. Mas colocar isso no jornalismo foi a nossa sacada. E de circulação, pois os veículos circunscritos em seus territórios eles estão olhando para esses territórios. Mas como eu estou falando de composição de lugar de fala, circulação na cidade e difusão para outros cantos, eu acho que é uma metodologia importante.

Na verdade, o café de afeto, a gente fazia presencial e depois a gente continuou online era um dia que a gente parava a tarde para lavar roupa suja, conversar, a gente comprava um bolo e fazia um cafezinho pro povo conversar. Por que a gente não faz roda. Não conversa. Tem que entregar, tem que entregar... Então, não inovador, é ancestral. Tipo, sentar em roda, só isso. Vamos conversar, para ver se está tudo bem? Vamos checar o sentido disso aqui. Faz sentido pra todo mundo. Essas pausas, mais do que inovação, são ancestrais e a gente tem que olhar pra isso.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Acho que primeiro é essa coisa meio ancestral da conversa. Ter essa postura de compartilhar antes de entubar qualquer coisa ou dizer que a gente tem mais sabedoria.

Processos abertos. Aqui na é-nois tem salários todos abertos. É uma escuta. Ninguém pode ganhar quatro vezes mais que a outra pessoa. É uma maneira de se relacionar

com a equipe que é esse misto denovo, que é uma metalinguagem. É apresentar o que a gente quer contar e que as pessoas se coloquem a partir do que elas colocarem a gente começar a fazer costuras.

E acho que pesquisa mesmo, formulário, da gente escutar, perguntar, ver. A área de dados é uma área muito importante que vem nascendo nos últimos quatro anos. Na hora que a gente começou a ficar grande, que começou a sistematizar as coisas, essa escuta mesmo, como é que foi o curso, a gente faz uma consulta marco zero com todos os públicos. Então a gente volta nessa galera, até pra contar as histórias. Não to falando de publicar uma reportagem, a gente não é veículo. O impacto da énois as vezes é visto 10 anos depois. Esses dias a gente foi fazer o lançamento do mapeamento cultural periférico na Casa do Povo e um dos coletivos escolhidos para fazer um evento no território deles era o TV Doc Capão e o André foi aluno da nossa turma em 2016. E hoje a doc Capão é uma referência de formação de jovens em audiovisual naquele território.

Tem uma coisa que eu quero colocar nesse processo de escuta é festejar as coisas, compartilhar os mapeamentos, fazer festa de 13 anos, é meio isso assim. Acho que festejar juntos é uma maneira de escutar também.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Acho que a grandeza. Uma coisa é eu ter uma turma de 10 jovens e escutar individualmente cada um e tal... e mesmo assim tem uma dificuldade que às vezes tem uma profundidade que às vezes te rasga. Tem um limite que você precisa cuidar. Mas quando você fica grande, eu considero a enóis uma ong grande, pra nos ter um fundo de um milhão é uma coisa muito grande. Então a gente fica pensando: como a gente traz o dado e traz a história por traz do dado, quem são essas pessoas. Acho que tem uma dificuldade aí de nunca perder ... A gente fica olhando pras pesquisas agora nesse momento eleitoral e fica pensando que tinha uma coisa muito básica de campanha das pessoas bolsonaristas não responderem a pesquisa que precisa ser levado em conta na pesquisa. Esse tipo de coisa a gente precisa ver: eles entram na favela para fazer pesquisa? Ou eles ficam no asfalto. Como é isso. Então, a metodologia é uma coisa sobre a qual a gente sempre se debruça. Como é que a gente mede raça nas redações: a gente criou uma régua, você responde um questionário, e a gente vai na redação e é visível com o treinee de pessoas pretas na Folha é visível, você olha. A gente tem o dado. É a experiência corpórea e o dado que

chancelam essa escuta. Não dá pra ser nem só um, nem só o outro. E ficar atento no que vai além do dado: quem são essas pessoas, de onde estão vindo esses dados, como ela se comporta no Instagram.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

As pessoas não estão acostumadas com a diversidade. É muito difícil ser mulher e conversar com o empresariado brasileiro. A gente teve um projeto barrado no ministério da cultura e a gente não conseguiu interlocução. O que a gente fez? A gente foi lá. A gente pegou um avião e ficou por lá até entender o que estava acontecendo. Acho que uma coisa é eu conversar com a minha bolha. Outra é você ter uma galera com outra referência. Então o que a gente faz é abrir o espaço para que essas outras vozes da énois, esses outros espaços de fala possam chegar em outras instâncias. A gente teve momentos de falar para parceiros queridos: gente, vocês estão sendo racistas. A gente precisa nomear isso. A gente vai contratar a branca ou preta? A gente tem que estar lá. Então, a barreira é muito desconfortável. A gente não está acostumado. Os nossos queridos veículos da imprensa alternativa no Brasil, a gente ama, mas não tem diversidade nas redações, quem dirá na mídia tradicional. A falta de diversidade em espaços comuns é a grande barreira.

Você vai para o governo, quem são os deputados? Médicos, advogados, empresários, entre 50 e 55 anos. Quantas pessoas assim você conhece? Eles não estão costumados. Aí, chega a gente com essa outra postura... a gente vai de bonde pra reunião da OSF. Estamos indo pro Rio pra tentar a renovação para o ano que vem, são três mulheres pretas: a Isa, a Samara que é uma mulher trans, e a Mel que acabou de passar na USP-leste em políticas públicas. E elas estão preocupadas: como a gente vai falar? A gente abre o campo e vai colocando... senão a pessoa não respeita. Ela quer falar comigo. Ela quer trata com meu chefe. VocÊ vai olhar pra Folha de São Paulo, são três homens brancos na direção geral. E muito parecidos. Barba, camisa xadrez, sei lá... estudaram juntos, vão no mesmo restaurante, moram perto... e tantas outras é a mesma coisa. A sociedade não está preparada para a diversidade e a gente precisa entender que outro pode existir, diferente da gente. Ela pode co-existir. E ele pode inclusive, trabalhar com a gente.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, PCDs)?

Ela é fundamental. Eu lembro de quando a gente começou a enóis pensando a gente vai dar voz ao jovem de periferia. Uma aluna disse: esse papo tá furado, ninguém dá voz a ninguém. Todo mundo tem voz. O que você precisa é sair da frente. E isso me marcou profundamente. Se a gente não considerar que todo mundo tem voz, a gente vai esquecer o que aconteceu com o jornalismo, que foi a introdução das mídias e todo mundo pode ser um comunicador. A gente não qualificar a escuta a gente vai virando esses grande jornais que vão se afastando da realidade e vão se tornando uma coisa do tipo música herudita, que ninguém ouve, só meia dúzia de gatos pingados... e a gente não informa a população. E o jornalismo seve pra isso. Pra informar as pessoas, melhorar a vida das pessoas. Mas se a gente não escuta, a gente se afasta. A gente precisa da escuta para sobreviver. Eu acho que uma organização do campo do jornalismo, da comunicação, do jornalismo no território a escuta é muito fundamental. E o jornalismo tem essa coisa meio egóica que quer falar, mas eu acho que tem a ver com essa coisa do autocuidado. A pessoa está cuidada, ela tá bem, ela está lá de boas pra escutar. Então, a escuta é primordial e a gente esquece. Mas, para a sobrevivência dos veículos da comunicação a gente precisa saber escutar a diversidade. Às vezes, a escuta é legal? Não, às vezes é uma merda. Mas eu não quero sair batendo porta. Hoje em dia, tá ruim, a, vou te escutar, vou escrever um e-mail e pontuar... Isso não foi algo que a gente aprendeu no suave... Não adianta eu querer entubar um projeto social em jovens carentes... Carentes de quê? Por que? Tem muitas perguntas.

A escuta nos coloca como humanos. Isso é diálogo, senão vira autoritarismo. E é muito gostoso. Quando você aprende que escutar faz bem, ela te amplia como possibilidade de ser, e voxê fala nossa, quantas pessoas diferentes, quantos jeitos diferentes de se contar essa história. Eu posso ser de muitos jeitos diferentes. Isso te amplia pessoalmente. Eu acho bonito que a gente pode ser muitas... quantas vidinhas cabem em uma vida...

Gênero e Número – Vitória Régia

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional? A Gênero e Número tem uma abrangência Nacional. A maior parte da equipe se concentra no Rio de Janeiro. Tem pessoas de outras regiões e trabalhamos com muito freelancers de outras regiões também. Mas, no nosso trabalho, a gente sempre fala do nacional. Poucas situações a gente trouxe contextos mais regionais ou do Estado do Rio de Janeiro e a gente tem crescido, nos últimos anos, na abrangência na América Latina, que pra gente é muito importante estar nesse lugar de fala do Brasil e da América Latina, mas que a gente ainda está caminhando nesse sentido. A gente hoje tem uma correspondente, uma freela que fica na Argentina e a gente acabou de lançar um documentário sobre aborto legal na América Latina também, pois a gente foi pra outros países.

Então, a gente está nesse trabalho de tentar ser mais internacional, mas com esse foco específico na América Latina.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. A Gênero e Número é uma organização que existe desde 2016. E durante todo esse percurso a gente foi evoluindo e caminhando por outros lugares. Hoje, a gente se identifica como uma organização de mídia, que trabalha com jornalismo de dados, pra todas as comunicações, e debates de gênero e raça. Essa é a nossa base.

A gente produz reportagens, pesquisas, que foi uma área não planejada, mesmo a gente fazendo desde 2016, a gente percebeu uma lacuna nas pesquisas de gênero, raça e sexualidade no país e que a gente poderia preencher essa lacuna. A gente tem um selo de audiovisual, que chama DOCGN, que é de onde sai todas as nossas produções audiovisuais, todos esses anos a gente lançou sempre curtas metragens e esse ano acontece o primeiro mediametragem que é o “verdeesperanza, aborto legal na América Latina”. A gente tem um trabalho além de reportagens visuais, ou de texto, ou entrevistas, a gente tem investido mais em um olhar mais amplo desse trabalho digital, de entender o jornalismo digital, o que o jornalismo digital se diferencia daquilo que a gente aprendeu, quando a gente faz jornalismo, do jornalismo tradicional. Então, a gente tem investido cada vez mais em recursos digitais, que passam pelas análises de dados, de redes sociais, o twitter, por exemplo, o trabalho com as redes sociais,

que a gente tem investido cada vez mais, no trabalho audiovisual, como eu já falei. A gente tem investido muito também em parcerias, editoriais e de conteúdo, pra alavancar o nosso conteúdo de outras formas. E, na Gênero e Número, a gente trabalha com uma parte que eu acho que é mais desconhecida das pessoas, pois é mais recente, a gente trabalha também fazendo conteúdo para outras organizações. Então, outras organizações que conhecem o nosso trabalho de jornalismo de dados, de visualização, ou essa cobertura de Gênero e Raça, contatam a gênero e número para fazer relatórios, pesquisa, sites específicos (a gente tem cerca de cinco site fora da gênero que são de projetos, sobre mulheres na ciência, com o Serrapilheira, sobre Câncer de mama, com o Instituto Avon, Já fez relatórios para o Ibirapitanda, para a ActionAid, então, a gente tem uma atuação bem diversa. E isso reflete na configuração da equipe da Gênero e Número também, que é bem diversa e multidisciplinar. Então acho que os nossos trabalhos de comunicação se concentram em todas essas áreas.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Acho que principalmente esse lugar da pesquisa, que é um lugar que a gente tem investido com mais força, por ter percebido essa lacuna. Mas quando a gente trabalha com dados, a gente tem essa dependência de estar disponível. E muitas vezes a gente buscava, tinha uma ideia de pauta por exemplo, ia buscar o dado e o dado não estava lá disponível ou ele não existia, não tinha sido feito. Então, lá em 2017 a gente fez a primeira pesquisa que era sobre mulheres jornalistas, junto com a Abraje. Depois das eleições, em 2018, a gente fez uma pesquisa sobre as violências LGBTQIA+ no contexto eleitoral, uma pesquisa inédita no Brasil e com esses recortes específicos e na pandemia a gente fez outra que é a “Sem parar”, sobre a vida das mulheres na pandemia, e esse ano a gente fez uma sobre Violência contra Jornalistas e comunicadores LGBTs no contexto das redes sociais.

Essas são pesquisas diferentes do time das reportagens, são pesquisas que demoram muito mais tempo para serem feitas, que demoram um ano ou mais, desde você pensar a pesquisa, conseguir o financiador, conseguir os parceiros, até você ir para a rua fazer a pesquisa, depois todo o trabalho de design, do texto, do relatório, então é um trabalho que demanda muito tempo, mas que a gente se sente muito feliz quando a gente vê que as pesquisas conseguem subsidiar discussões, sociais, projetos de lei, uma coisa muito comum do nosso trabalho, os nossos dados serem usados pra

pensar políticas públicas, projetos de lei. Então esse é um trabalho que é importante a gente reafirmar. Principalmente nesse momento do país que a gente está vivendo, é que por conta das eleições, há muito essa conversa sobre as metodologias de pesquisa, sobre as pesquisas eleitorais, como elas estão sendo feitas, e tudo isso acho que não é claro pra sociedade o quanto isso dá trabalho, o quanto a gente pode ir pra rua quando a gente tem certeza da metodologia que a gente aplicou, dos dados que a gente tem e por isso a gente não consegue fazer pesquisa toda hora também. Mas, quando a gente faz, a gente faz bem feito.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu estou na Gênero e Número desde 2017, desde que tinha seis meses. Então, eu acompanhei todo o crescimento da gênero e Número, fui a primeira estagiária, depois virei repórter e hoje sou editora assistente multiplataforma. Então, eu estou nesse lugar, esse ano comecei a ocupar esse lugar de gestão e de ser a pessoa responsável por esse olhar 360 da comunicação, dos processos, de todas as plataformas que a gente tem, que é um lugar muito interessante.

Então, eu diria que estou muito mais perto desse lugar de gestão de processos comunicativos. Estou nesse lugar de pensar o conteúdo e os diferentes formatos que se adequam a esse conteúdo pra gente ter uma distribuição melhor, pra gente poder expandir o nosso público, falar com mais pessoas. Eu acho que estou construindo esse lugar hoje na GN.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

Nossa pretensão com a gênero e número é que ela alcance todos os públicos possíveis, pois a gente entende que o debate de gênero e raça não deve estar recluso a um grupo específico, é um debate que faz parte da sociedade brasileira. Mas hoje, pelo público que a gente já tem, que a gente mais interage, a gente percebe que a gente tem alguns específicos: é um público em sua maioria feminino, maior de 25 anos, então mulheres adultas, pesquisadoras, acadêmicas, e pessoas interessadas nesse debate, pessoas de Organizações da sociedade civil, que não necessariamente

atuam com esse debate, mas que querem saber mais do debate de gênero e raça, que já tem um mínimo de consciência do debate de gênero e raça no país.

E aí a gente tem o grupo de pessoas que se interessam por dados, por jornalismo de dados, as que não tem tanto contato com o debate de gênero e raça. Então, acho que isso é um diferencial da GN, pegar uma área que a gente sabe ser majoritariamente construída de forma masculina, branca, e trazer, subverter ela para falar de gênero e raça no nosso país.

A gente tem visto no último ano um crescimento dos jovens, e isso se dá também a esse interesse pelo tema. Em alguns dos nossos trabalhos, das nossas mudanças de linguagens, em se adequar um pouco mais na linguagem das redes sociais, a essa própria linguagem das redes, que eu acho que aproxima esse público. A gente tem vários projetos dentro das redes sociais de ser mais educativo, explicar determinado temas. Pra gente é importante não ficar nichado, e expandir esse conhecimento para todos, mas entendendo que as pessoas partem de lugares de conhecimento sobre esse debate, diferentes. Então a gente precisa conseguir falar com todo mundo.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

Ela fala de um lugar, primeiro, que é uma organização criada por três mulheres jornalistas, e a gente tem esse lugar muito bem colocado. Acho que faz uma super diferença uma organização ser criada por mulheres e que tem o entendimento do debate de gênero e raça não como um recorte, como a maioria da comunicação, e da imprensa brasileira trabalhou por todos esses anos, essas décadas, mas como a base do debate pra gente falar da sociedade brasileira. Então, a gente entende que é possível falar de tudo, partindo dessa perspectiva. Eu consigo falar de trabalho, de saúde, de economia de tudo partindo desse debate de gênero e raça. E, com o tempo a gente foi percebendo que a GN começou como a primeira plataforma a falar de gênero a partir do jornalismo de dados. Com o tempo a gente percebeu que não dava pra falar de gênero sem falar de raça no nosso país. E hoje a gente tem uma terceira cobertura que eu acho super importante sobre sexualidade e sobre a comunidade LGBT e que a gente entende hoje que até hoje a mídia tem muita dificuldade em falar desse público, com esse público e que a gente tem feito um trabalho muito importante nesse sentido. Então, a gente não faz parceria com organizações que não tenham esses mesmo valores que a gente, que não se preocupam em dialogar com esses públicos, que não tenham isso como interesse. Por isso que a gente tem esse trabalho

muito forte com organizações da sociedade civil, com o terceiro setor, que são organizações que estão um pouco mais cientes sobre esses debates.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

É importante eu fazer essa distinção, pois esse ano a GN saiu de uma empresa social e passou a ser uma associação. Então, hoje a gente tem uma diretoria, por exemplo, que antes essa gestão era concentrada em uma pessoa. E hoje a gente tem uma diretoria de cinco mulheres, e eu faço parte dessa diretoria executiva. Acho que esse foi um primeiro movimento interno de escuta, da gente entender que nossos processos precisavam ser um pouco mais horizontais dentro da hierarquia que consideramos necessária para o trabalho acontecer. Mas temos mais pessoas fazendo parte dessa gestão. Então, esse é o primeiro movimento que a gente teve.

E a associação também trouxe outras pessoas que ajudam muito a gente nesse processo de escuta, que são pessoas que não fazem parte da equipe de execução, não estão na diretoria executiva, mas são pessoas associadas, nesse sentido de associação mesmo. Então, são pessoas que a gente presta contas, são pessoas que trazem demandas importantes pra gente trabalhar, que nos ajudam a pensar em melhores processos também. Hoje a gente tem cerca de 20 pessoas associadas na GN, que vem da academia (...), jornalista, jornalismo de dados, design, todas essas áreas sendo associadas. Um dos meus trabalhos na diretoria é ser secretária de articulação, então o meu papel também é estar sempre em contato com organizações e movimentos sociais, e estar sempre nesse processo de pensar parcerias editoriais, mas de entender quais são os debates, as demandas daquele momento, como podemos contribuir para que esses debates cheguem mais longe. Eu percebo que principalmente o meu papel está muito relacionado a esse lugar de escuta, por que muitas reuniões e muitos contatos que eu faço, não necessariamente desembocam em uma parceria editorial, mas subsidiam a gente pra pensar quais temas a gente não está cobrindo, quais temas a gente precisa cobrir, essas organizações funcionam como ponte pra gente entender, por exemplo, no contexto político que a gente estava, eu fiz várias reuniões com o Instituto Marielen Franco, com Mulheres Negras Incidem, pra entender quais eram os desafios das mulheres negras, da população LGBT na política, e apensar de ser o nosso desejo inicial, isso não acabou levando a nenhuma

parceria grande editorial, mas ajudou e muito a gente pensar o nosso conteúdo durante as eleições.

E, além disso, o que eu acho muito legal é que as pessoas que acompanham a GN elas se sentem acolhidas e com abertura para poder opinar sobre o nosso conteúdo, questionar, de falar eu não entendi essa metodologia, porque usaram isso dessa forma e não dessa. Então, eu que supervisiono o papel de redes sociais, tenho que lidar com essa demanda das pessoas e as pessoas respondem as newsletters falando eu não gostei disso, eu acho melhor aquilo, e eu acho sempre muito importante. Claro que nem sempre a gente tem como acolher e nem sempre a gente concorda com tudo que as pessoas trazem, pois todos partem de lugares diferentes. Mas acho que pro jornalismo isso é essencial, pra gente entender um pouco mais da pluralidade das pessoas e de onde elas estão partindo. Eu tenho acho tudo isso muito positivo. Recentemente a gente não teve uma experiência muito positiva, em um conteúdo sobre candidaturas LGBTQs, que a gente teve uma interação diferente de pessoas que não partem dos mesmos valores e princípios da Gênero e Número, questionando. A gente não costuma lidar muito com questionamento nesse nível, com discurso de ódio, com ataques nas nossas redes. Isso acontece de vez em quando, principalmente no twitter. Mas não é algo organizado nem comum. E a gente passou por essa experiência recente que foi muito difícil mesmo, pois a pessoa que estava trabalhando comigo era uma pessoa negra, trans, periférica aqui do Rio e que teve que lidar com muito desses insultos. Acho que essa parte, das redes sociais, é algo que a gente está aprendendo a lidar, como, o que fazer quando essa escuta vem por esse outro lugar, ou que a fala venha por esse outro lugar. Como é que faz, quais são os limites da nossa escuta, como a gente deve se comportar. Isso tem sido um desafio para a gente nesse momento.

A pesquisa não está no nosso dia a dia e é uma pesquisa muito organizada, que demora muito tempo para pensar nessa escuta da melhor forma. É um momento de escuta muito importante.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

A gente tem várias: uma delas é as redes sociais, que é uma forma de escuta mais imediatista, direta, que a gente incentiva bastante, mas que nem sempre a gente tem controle de como essa resposta vai se dar e até onde a gente pode chegar. Eu diria

redes sociais e Newsletter, essa última, que é o conteúdo que a gente compartilha nosso conteúdo, que a gente abre pras pessoas responderem também.

A gente tem uma mistura de pesquisa e projetos, que a gente coloca como coisas diferentes. A gente tem quatro pesquisas nesses seis anos e vários projetos, como o: open box da ciência, um sobre o reino da desinformação, que é sobre ideologia de gênero, o de câncer de mama.

Nos projetos, a gente tem o momento da pesquisa, que é o momento em que vamos fazer essa escuta ativa, organizamos essa escuta através de uma metodologia, e é legal que nas nossas pesquisas a gente sempre usou metodologias diferentes. A primeira pesquisa a gente fez de duas formas: amostral e presencial, que a gente reuniu os jornalistas e ouviu por várias horas, como era o dia-a-dia delas, sobre dificuldades no trabalho, e um momento que era um questionário online. Respondiam mais livremente, mas também já organizado as perguntas, metodologias e questionário.

Depois, na pesquisa sobre violência LGBT a gente foi pras ruas para ouvir. A gente foi em três cidades do Brasil pra ouvir: São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, nos lugares de sociabilidade das populações LGBTs e ouviu presencialmente aquelas pessoas. Foi um momento muito interessante.

A pesquisa Sem parar, sobre a vidas das mulheres na pandemia, foi uma pesquisa online também, pois a gente estava no contexto da pandemia e não tinha como fazer presencial. E a última pesquisa que a gente lançou sobre jornalistas mulheres lgfts, escolhemos fazer online pois era uma pesquisa que falava sobre violência online. E é uma forma de chegar mais longe, chegar no máximo de lugares que a gente já tinha chegado.

Quando a gente faz os projetos, no projetos a gente tem uma quantidade muito grande de momentos de ouvir especialistas, ouvir pessoas que trabaham com o tema, ouvir pessoas que trabalham com aquele tema, e é esse o momento de escuta também que geralmente a gente traz pessoas de fora da Gênero e Número para nos ajudar e nos direcionar no trabalho.

Eu diria que a terceira forma, seriam os eventos. Antes da pandemia a gente fazia mais eventos, que era esse momento de reunir pessoas de diferentes áreas e também um público mais interessado em saber sobre determinados temas. Após a pandemia a gente está voltando com a exibição do documentário, o Verde Esperanza, que a gente quer levar para a maior parte de lugares. A gente fez um pré-lançamento no Rio

de Janeiro, teve uma exibição em Porto Alegre, esse mês vamos fazer uma exibição online, pra que as pessoas não tenham essa barreira territorial para poder assistir e aí a gente vai pra universidade, e outras capitais, exibir no cinema... E esse tem sido um momento de escuta muito legal e que vem de um lugar muito mais sensível, que neste momento, principalmente as mulheres tem se sentido tão acolhidas a ponto de falarem sobre suas próprias experiências, sobre coisas que a gente sabe que é delicada no nosso país. Elas têm falado sobre suas experiências, se já fizeram esse tipo de procedimento ou não. Então, tem sido um momento de escuta pra gente muito importante. Às vezes no jornalismo a gente trabalha com personagens, números e trabalha com as pessoas nesses enquadramentos, que é diferente de estar em uma sala cheia de pessoas e falando sobre eles. Tem sido um momento de escuta muito importante.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Pro lugar que a gente ocupa, a questão da pesquisa é muito forte e que a gente não vê outras organizações fazendo da forma como fazemos. As metodologias já são executadas por outras pessoas, mas eu acho que a pesquisa é o ápice de toda a nossa construção, do nosso conhecimento, do nosso trabalho, desse lugar que a gente quer ocupar, que não é um lugar de ser a única organização trabalhando com isso, mas até de ajudar outras organizações a trabalharem com isso também. Eu acho que a pesquisa, para a GN é esse lugar super relevante que a gente tem construído ativamente nos últimos anos, e mesmo com dificuldade de equipe, porque a gente faz pesquisa fazendo outras coisas.

Pessoalmente, eu acho que o momento dos eventos é o mais legal, pois é o momento que você vê as pessoas sendo impactadas pelo seu trabalho, fala, por todo aquele esforço que a gente faz, enquanto jornalistas, sem saber qual vai ser o resultado daquilo. Por mais que a gente ache aquele tema importante, aquela matéria que a gente está fazendo importante, a gente não tem como medir o efeito disso. No momento da fala das pessoas e a gente vendo o momento das pessoas, em carne e osso, falando com você, acho que tem um impacto de mostrar pra gente que o nosso trabalho vale a pena de um outro lugar, que é esse lugar muito mais sensível e pessoal.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Acho que como organização de comunicação, de mídia, essa é uma questão que nós temos ativamente pensado. Aqui na Gênero e Número a gente pensa sempre no lugar de gestão, de aprender a lidar com dados, e a gente tem visto e está trabalhando nesse lugar que são os gerentes de comunidades, por exemplo, que são pessoas que estão mais próximas de pessoas que consomem aquele conteúdo. Isso é um lugar que a gente está passando agora por essa redefinição na Gênero e Número de como a gente quer distribuir o nosso conteúdo, e fazer esse trabalho de escuta e quais formatos que pra gente são mais relevantes para chegar nas pessoas.

Quando a gente fala do trabalho das redes sociais, que acontece essa escuta, essa interação, eu acho que a gente não aprende a lidar com essa escuta. E a gente não tem ainda uma metodologia do que fazer com essa escuta e como a gente pode trazer essa escuta para o nosso dia-a-dia. A gente sabe, comunica, mas quando a gente pensa em metodologia, assim como quando a gente pensa em metodologia de pesquisa, pensar em políticas, em metodologias, para a gente conseguir estar nesse lugar de escuta e de interação maior. O próximo passo que a gente quer dar é esse de ter mais pessoas nessa parte de comunicação pra ajudar a gente a fazer essa escuta e envolve contratação, mais recursos, uma série de coisas além da nossa vontade.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Acho que passa por essas faltas: de política e de metodologias. A gente tem esses momentos, que é diferente da escuta da pesquisa e dos eventos. Mas esse do dia a dia, que não é tão organizado a gente precisa organizar melhor e precisa de mais gente. Como toda organização de mídia independente, todo mundo faz muitas coisas. Uma pessoa não ocupa um único lugar. Eu faço reportagem, a produção do documentário, tem que pensar na incidência... o dia de todos é cercado de muitas demandas.

Então, acho que a gente nesse momento, que estamos passando por essa reorganização, estamos entendendo em todas as áreas quem são as pessoas e as funções que a gente precisa pra ajudar a gente a estar no lugar onde estamos. E esse lugar de escuta passar por muito desse lugar da comunicação que pra gente envolve

a capacidade de ter mais gente. A gente não está preparado para lidar com todas essas escutas possíveis.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

A primeira barreira vem da dificuldade da sociedade entender a cobertura de gênero, raça e sexualidade como uma cobertura importante. A gente tem uma dificuldade social muito grande ainda desse entendimento, que faz com que a gente tenha dificuldades, por exemplo, o nosso nome não é um nome neutro, é um nome que deixa claro a nossa cobertura, quando a gente vai buscar fontes com o governo, por exemplo, durante a gestão da Damarens, no Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos a gente teve muito essa dificuldade, porque a gente vive primeiro em uma sociedade agora, e principalmente com esse governo, que rechaça, por exemplo, só o termo gênero, que é um termo em disputa no nosso país. A questão dos ataques tinha a ver com isso, as diferentes perspectivas do que gênero significa. No governo que a gente tem, há muito essa dificuldade desse entendimento sobre gênero. E a gente já fez até projetos sobre isso, como o reino da desinformação. Acho que essa dificuldade social é a primeira barreira.

A segunda que relaciona mais com as outras organizações de mídia é colocar gênero e número em um lugar de nicho. Não vê isso como um debate social relevante. Pra mim, se eu estou falando de uma perspectiva que leva em consideração mulheres e pessoas negras, eu estou falando de uma perspectiva da maior parte da população brasileira. Eu estou falando sobre a formação da sociedade brasileira. Mas outros veículos não vêm dessa forma, ainda vêm como recorte. Como uma coisa de nicho, que está mais relacionada à militância do que ao jornalismo, porque a gente aprende que esse jornalismo deve ser neutro, objetivo, por mais que a gente saiba que na realidade todo o jornalismo perpassa a não neutralidade, pois cada escolha que você faz de jornalismo é uma escolha, de quem você ouve, de quem você não houve, de que forma você quem falar de algum tema, então, acho que a dificuldade é que a gente tem com as organizações de mídia tradicionais é esse entendimento e com as organizações que trabalham com jornalismo de dados é igual. Pois como eles falam de assuntos relevantes sem esse viés, como por exemplo, política, educação, ... sem esse olhar, eles colocam a gênero e número como menos jornalismo de dados por ter essa cobertura específica de gênero e raça. Então acho que a dificuldade está nesse

não entendimento, da nossa cobertura como uma cobertura de interesse da sociedade e não apenas de um grupo de pessoas e desse lugar que sempre colocam as organizações independentes, como se elas fossem menos confiáveis do que as organizações tradicionais que a gente está mais acostumada. Essa é uma realidade que todas as organizações de mídia independente lutam pra quebrar, e isso pra mostrar que a gente faz um trabalho excelente mesmo que a gente não exista a tanto tempo quanto as organizações de mídia tradicionais. Isso faz com que a gente tenha mais dificuldade de sermos escutadas. E claro, tudo perpassa o machismo, racismo, essas questões que também impactam. Uma organização criada por mulheres... o jornalismo ainda é muito branco, masculino... é só ir em qualquer conferência de jornalismo que a gente vai ver quem vai estar em destaque.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Primeiro que, essas organizações independentes como a GN elas foram criadas a partir desse lugar de escuta em conformidade do que a mídia representava sobre esses grupos. Só a criação desses veículos vem desse lugar. A gente precisa ter uma cobertura mais qualificada, escutar mais esses públicos, e contar essas histórias, esses contextos por uma perspectiva que leve em consideração esses públicos, esses grupos, que não era o que estava acontecendo antes.

Claro que hoje ainda a gente dificuldade de validação disso. Eu fiz faculdade na UFRJ, que é uma referência em jornalismo e na minha grade curricular a gente não tem disciplina de direitos humanos, nenhuma aula que trouxesse um pouco mais a realidade brasileira e como o trabalho do jornalista tinha que levar em consideração isso, pois a gente não fala para uma massa uniforme de pessoas, pois a gente está falando de pessoas de lugares diferentes, com trajetórias diferentes. E foi, a partir do meu interesse pessoal, e depois no trabalho na GN que eu fui aprendendo aos poucos isso e a importância desse trabalho. (O CURRÍCULO UNIVERSITÁRIO)

Mas ainda é difícil você fazer o tipo de jornalismo que a gente faz, pois ele não é visto como válido quanto os outros. E pra mim essa atitude é tão representativa no sentido de falar com a maior parte da população, você ouvir as demandas, as dificuldades. A gente é conhecido por algumas coberturas específicas, mas não tem nenhuma área que a gente não fale na gênero e número. A gente fala sobre esporte, cultura, saúde,

política, trabalho, sobre tudo. Então a gente tem contato com pessoas de todas as áreas possíveis. A gente vê, como as pessoas ainda, por mais que a mídia tenha melhorado, anseiam em estar nesse lugar de ser escutado, de terem seu trabalho reconhecido, como as pessoas ficam felizes quando são buscadas para contar suas experiências, contar suas histórias, pois essa ainda não é uma realidade que a gente vê na mídia. E tanto que eu até falei, as pessoas se sentem muito confortáveis para falar com a gente. Quando concordam ou quando não concordam. Talvez elas não tenham essa mesma abordagem com os veículos tradicionais pois eu acho que passa pelo entendimento de que a gente pode não concordar por a gente ver aquele tema como uma tenha relevante, elas podem se abrir, podem questionar, e que está tudo bem.

As pessoas vêm pedir indicações de fontes, pedem a base pra fazer determinada reportagem e acho que essa abertura é essencial. Nos últimos anos a gente tem lidado com essa desconfiança da imprensa. Parece que a imprensa virou o inimigo das pessoas. E não uma ferramenta de escuta, de contar história, de questionar o status quo, de fiscalizar o poder público. E o jornalismo vem desses lugares. Que não é um lugar neutro. É um lugar crítico, e sempre foi. E não faz sentido o que a gente faz se a gente não tem um espaço de interação e de escuta das pessoas, senão o nosso trabalho é em vão. São as pessoas que validam e que vão usar o conteúdo para questionar o poder público. E se o jornalismo não dialoga com as pessoas, de que realidade a gente está falando. É só uma realidade para um pequeno grupo de pessoas que não está alinhado com a maior parte da população, como falar do Brasil em 2022 sem falar de fome. Se a gente se recusa a falar disso, a gente não está nesse lugar de escuta e de observação. Acho que parte disso dessas dificuldades e desses desafios que se apresentam pra gente e que a gente vai tentando lidar da melhor forma possível.

Ibeac - Bel Santos

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
O Ibeac é uma organização que atua localmente. Por quatorze anos o Ibeac escolheu atuar em um território de São Paulo, no distrito de Parelheiros. No entanto, nas ações ligadas à literatura, nós temos uma atuação nacional por que somos uma das organizações que criou a Rede Nacional de Bibliotecas Comunitárias. Com essa rede nós temos também a nossa rede regional, que é uma rede de 18 bibliotecas comunitárias e estamos iniciando um processo internacional, latino americano de bibliotecas populares e bibliotecas comunitárias. E tem uma outra atuação internacional, que é mais recente, que é dentro das ciências contemplativas, há um grupo de meditação entre as mães mobilizadoras de Parelheiros e esse grupo está conectado a outros grupos internacionais.

Dê uma visão geral sobre a comunicação em seu projeto/organização.

Há aproximadamente dois anos o Ibeac tem um educador, que chegou como estagiário e hoje ele é o gestor responsável pela comunicação e quando nós tivemos a oportunidade de pensar que a comunicação seria um eixo estratégico para a nossa organização, nós procuramos um parceiro, que é a Revista Viração, para que a Viração nos ajudasse a ter um jovem, que fosse estudante e um educador. E o Gabriel Razo, que foi quem chegou, foi um dos maiores acertos da nossa história, por que a concepção dele dessa comunicação construída coletivamente a ponto de em dois anos a gente ter uma agência de comunicação, que chama “Vozes aqui de Parelheiros”, com representação de todos os programas dentro dos três eixos que nós atuamos: que é a literatura, primeira infância e o empreendedorismo. Temos representantes dessas três linhas dentro da Agência aqui de Parelheiros, que procura garantir que todas as pessoas envolvidas, ou que, ao menos todos os coletivos envolvidos tenham voz e possam dizer sobre a instituição, sobre seu trabalho, sobre seus sonhos, em primeira pessoa.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera de um diferencial inovador?

O ponto mais importante é o quanto a comunicação está conectada com todas as ações que a organização desenvolve. O educador não é um receptor de

informações pra transmitir. Ele é alguém que está envolvido em toda a gestão institucional e participa de todas as atividades, antes de ser responsável pela comunicação, ele frequentou todos os projetos todas as ações, Parelheiros está há quase duas horas do centro em dias bons, então essas viagens conosco para entender a instituição. Quando ele faz isso, ele começa a olhar e pensar “como eu posso contribuir, como a comunicação pode contribuir para potencializar o que a instituição já faz. E aí ele vai decidindo tudo conosco. Então eu acho que esse é o maior ganho: “entender que tudo é elementos para a comunicação. Por que às vezes, a gente, erroneamente, acha que a comunicação está ali apenas para desenvolver produtos: o texto, a publicação... e não é. É a gente pensar como a gente prioriza o que a gente quer dizer, como a gente coloca luz, e isso só é possível se todo o processo acontece de forma muito integrada. Eu acho que essa é a melhor coisa. Hoje a gente discute a captação de recursos também pensando a questão da comunicação, que envolve como olhamos para aquilo que a gente faz e como a gente pode aproximar outras pessoas. E isso tem feito que a gente se tornasse uma referência em comunicação. Nós, que somos uma organização de defesa e promoção dos direitos humanos e hoje a gente tem sido chamado por parceiros para contar como é que a gente tem conseguido organizar a nossa comunicação.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu sempre me apresento como educadora social e ocupo esse lugar de gestora institucional. E eu não tenho dúvida que, mesmo não querendo me apropriar de um nome que é da área de comunicação, mas o que eu faço, cada vez que eu participo de *lives*, cada vez que eu estou em um lugar, dando entrevista como educadora, o que eu estou fazendo é um trabalho de educação, que é também a gente entender como aquilo que a gente fala contribui para inspirar pra transformar, para provocar deslocamentos, sobre o que se está pensando sobre aquele tema. Cada vez que eu me coloco nos lugares para falar sobre literatura, ou sobre relações raciais, eu não estou só informando, eu não estou apenas discorrendo sobre concepções teóricas. Eu estou ali educando, acreditando que aquilo que eu digo contribui para comunicar, formar, transformar os temas, o lugar que esses temas ocupam.

Sua organização lida com o engajamento do público com o qual ele atua?

É o que a gente chama de pessoas interagentes. E esse nome já quer dizer muito e é um nome que nós encontramos na Rede Nacional e Bibliotecas Comunitárias, e nós paramos de chamar de público, frequentador, de leitor. A gente considera que cada pessoa que faz parte daquilo que a gente proporciona ela é interagente. Porque são elas que balizam as mudanças de nosso repertório, que nos fazem desenhar, os programas, as ações. Então, elas interagem o tempo todo com o conteúdo. A reação que o menino vai ter, quando a gente leva um balé para uma quadra de esportes (que é algo que aconteceu recentemente), nós levamos São Paulo Companhia de Dança para um dos bairros de São Paulo, onde o único lugar possível para apresentação é uma quadra de esportes descoberta. E a presença daquele público, as reações que as pessoas tiveram demonstram que não são uma plateia para o balé, mas interagentes. Os bailarinos saíram de outro jeito, daquele lugar pensando como é que a gente pode transformar públicos. Como essas pessoas podem chegar ao teatro, que é o que vai acontecer. As pessoas da quadra vão assistir aos bailarinos no palco agora. Então, o que a gente tem é isso, é considerar que a gente tem sempre que fazer os nossos conteúdos os nossos saberes chegarem em diálogo com quem está dentro do território.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

O Ibeac é uma organização com 40 anos e que nasce em um processo de luta pela democracia no nosso país, em 1981. E hoje nós estamos de novo lutando pela democracia, 40 anos passados. A gente já passou por essa construção coletiva dos processos democráticos. Então, é essa experiência que a gente tem que precisa ser compartilhada: como é que você junta pessoas, como a gente se apropria do marco legal, como a gente procura garantir direitos, pois a gente passou por um tempo de achar que a garantia dos direitos era apenas fazer a lei acontecer. Mas a nossa trajetória já dizia, se nós não estamos nos conselhos, nos espaços de representação, isso não está garantido. Então, o nosso lugar como instituição que tem uma história consolidada, não é levar receita para as pessoas, mas compartilhar nossa experiência e a gente conseguir, nas relações intergeracionais pensar o que serve daqui... então a gente tem um lugar de encorajar as pessoas a participação e o encorajamento desenhado dentro das coisas simples, desde onde você senta quando está em uma reunião para conseguir falar se você é uma pessoa tímida. Por que as

peças também em espaços de participação monopolizam a palavra. Como é que você se prepara e registra as ideias que você quer levar, para não chegar no momento e não conseguir falar porque a sua ideia vergonha, sua insegurança, a sua falta de repertório te impeçam de fazê-lo. Então a gente tem um lugar de carregar as pessoas conosco para vários lugares. Quase todo mundo do nosso time já viajou uma vez na vida pra conhecer quem faz em outros lugares e pra gente se inspirar e aprender com as outras pessoas e a outra coisa que a gente faz é que a gente entende que o nosso lugar, eu sou uma mulher que venho da periferia, mas nem todo mundo do Ibeac veio da periferia, então a gente entende que o nosso lugar é esse de falar com, e nunca de falar por... mesmo eu tendo toda a minha trajetória na periferia, em nenhum lugar você vai me encontrar falando pelos jovens periféricos. O máximo que eu posso fazer é falar desse meu lugar como instituição, e falar sobre o que os jovens disseram sobre os assuntos, mas eu não dou porta-voz nem das mulheres, nem dos jovens, estamos falando junto...

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

Todos os lugares são de escuta. Quando nós fizemos quarenta anos, nós fizemos um vídeo que a gente falou justamente sobre a escuta, pois é um diálogo entre eu e a Vera, e a gente vai trazendo as nossas palavras sobre escuta. A gente começa assim: "O Ibeac não chega com receita pronta, o Ibeac escuta: escuta cada Maria, escuta cada João. O Ibeac não chega com receita pronta. A nossa história é uma história de escuta. Claro que a gente chega com princípios, valores, com desejos, mas a gente nunca chegou com um pacote fechadinho, sabendo tudo o que ia acontecer. Nós nos deixamos levar pela escuta. E foi isso que nos levou a ser uma organização que trabalha com o território. Que a gente percebeu que só a leitura não dava conta de contribuir para o envolvimento comunitário, pois a literatura ela te ajuda a chegar na escuta das mulheres, e começamos a reunir as mulheres. Aí você escuta também as crianças, e você vai precisar ter a especificidade da escuta da escola... E quando escuta a escola, você vai ouvir sobre questões de nutrição, de desenvolvimento do corpo, da mente, Então a gente vai ter uma espiral de temáticas pois nós somos muitas coisas. E aí o que a gente faz nessa escuta é também reconhecer que a gente não sabe fazer tudo, e aí a gente escuta os nossos parceiros, 'quem é que sabe fazer isso?'. E aí a gente chama as pessoas para escutarem com a gente. Então, a escuta

é central. Um dia eu dei uma formação sobre escuta e nas minhas pesquisas eu encontrei que é o primeiro órgão que a gente vai desenvolver é o ouvido, a escuta, e é também o último que a gente perde. Por isso, que trabalha com a literatura nas situações de doenças crônicas aposta muito na leitura para pessoas que aparentemente parecem inconscientes, pois a audição é o último órgão que desliga. Então, escutar tem que estar do começo até o fim da nossa trajetória. E a gente vai tentando fazer isso... escutando, anotando, construindo consenso, ao invés de ficar elegendo qual é a melhor proposta, a gente vai fazendo sempre esse exercício. Vamos escutar até que a gente consiga construir consenso sobre o que a gente vai fazer naquele momento.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

A gente trabalha com as rodas, não fomos nós que inventamos a roda, a roda sempre existiu. As pessoas conversarem em roda. Mas um amigo nosso, o Tião Rocha, ele tem a pedagogia da roda do Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento é um dos nossos parceiros, e aí a gente tem rodas, todas as semanas, o tempo todo, para a gente poder compartilhar, poder falar, poder fazer as ideias, as dúvidas, os conflitos circularem.

Em Parelheiros, a gente tem ainda o Cafuné obstétrico, que é uma escuta específica para mulheres que estão gestantes, e aí são momento de cuidados com essa mulher. Quem olha de fora pensa: a é uma limpeza de pele, é um penteado, é um escalda pés, mas são estratégias para escutar essas mulheres. Pois quando elas se encontram e estão sendo cuidadas, as conversas vêm.

Nós temos ainda toda a construção do plano de ação, no qual cada linha de atuação e cada programa constrói seu plano de ação com suas equipes e nos momentos de planejamento a gente se reúne para entender onde esses planos se entrecruzam. Então, a gente vai dialogando e vai vendo onde esses planos se conectam.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

O cafuné obstétrico eu considero mais inovador, pois você pensa a gestação, já é um momento de tantas aflições. Não dá pra você chamar uma mulher grávida e dizer, vamos discutir violência... Vamos discutir racismo. Então, você precisa encontrar uma estratégia de acolhimento daquela mulher e a partir dali os temas vão sendo trabalhados. Não tem sentido você criar mais uma aflição, mais uma preocupação

para quem já tem tantas. E nesse sentido, a nossa casa, a gente tem uma casa que se chama “A casa do meio do caminho”, que é uma casa para acolhida de grávidas e puérperas, é uma casa pensada com muito cuidado, com muitos detalhes, com literatura, com sopinha, com lugares aconchegantes, que é pra dizer relaxa. Tenta relaxar e a nossa escuta está aqui. E a partir dessa escuta a gente vai pensando as ações.

Quais são capacidades que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Tem muitas coisas bacanas... nós vamos mediar, eu e os jovens de Parelheiros, um Fórum de Grêmios, que é algo que já existe há bastante tempo, eles estão já na 11ª edição e desta vez, nós que vamos mediar. Vão ser 10 pessoas de Parelheiros mediando esse encontro com duzentas crianças e pré-adolescentes. E nós estamos juntos desenvolvendo várias técnicas para essa escuta, pois eles escolheram como tema a literatura e por isso nos convidaram. Então, você pode pensar jogos, para que as pessoas possam falar... Mas acho que a questão principal não são as técnicas, é o que está por traz, é o princípio. A gente acreditar que quem sabe o que é melhor para a sua comunidade é quem vive ali. O nosso lugar é aquele de mediadores, de estabelecer conexões, então a gente precisa estar convencido disso, de que as pessoas sabem o que é melhor para elas, de que elas têm o direito humano à comunicação, e a dizer quando não estão concordando, acreditando... e a gente tem um lugar, estamos em um tempo de combate às fake News... Então a gente tem obrigação de contribuir com argumentos, com dados, com fatos. Mas a gente tem que ter esse princípio mesmo respeito às pessoas e à escuta. Daí o jeito que a gente vai fazer isso, a gente encontra. Mas precisa estar convencido, por que fica fácil a gente ser autoritário. A gente já está na pista a tanto tempo, fica fácil a gente dizer para as pessoas que elas não sabem, quem sabe é a gente. Se você não tem isso como princípio, é fácil se perder.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

A gente tem uma dificuldade que é o acesso. A gente acabou de sair de um contexto de pandemia. A gente está falando de uma região de São Paulo que o celular não funciona, e que quase ninguém tem internet. Então foi duro a gente conseguir se escutar nesse período. Nós utilizamos até o carro do ovo para passar as informações

sobre a prevenção da Covid-19, pra seguir espalhando poesia. Então, tem desafios concretos, que é a comunicação com as pessoas. Às vezes em uma casa tem um celular para oito pessoas utilizarem. Tirando os desafios bem concretos, e a distância, hoje a gente tem bastante gente no território que faz essa escuta, as pessoas que estão lá, que são gestoras de projetos, que são as mobilizadoras do território, então aco que hoje a dificuldade é a gente pensar assim, e aí, o que a gente faz com tudo isso que a gente está escutando? Acho que essa é a dificuldade. Por que quando você escuta, geralmente a pessoa te devolve um desafio. Você vai considerar mesmo o que você está escutando? Como você lida com isso? E às vezes a gente pode achar que a gente pode achar que o tempo nos impeça de fazer essa escuta. Por que você escuta e daí você precisa responder rápido para as coisas. E aí a gente tem que mudar o que está fora da gente. Financiador e outros públicos. Tem uma frase que os alemães usam e que eu gosto muito: “ não faça da sua urgência a minha pressa”. Então, a escuta precisa de tempo. E as vezes a gente tem que frear aqueles que não querem dar o tempo que a escuta exige.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Um dos desafios é que as vezes tem esse limite, essa pressão, os prazos, os recursos, e isso vira um horror, pois você precisa de recursos para as ações acontecerem. Mas as exigências de prazos podem impedir que as coisas aconteçam como a gente acredita. Isso tem feito a gente buscar cada vez mais diversidade de financiamento e de apoio. Então, nós queremos apostar mais em quem apoia a missão da instituição, quem apóia quem a gente acredita ou o que a gente faz, e não um projeto que tem 10 meses para acontecer, tem seis meses, como alguns editais que as prefeituras têm feito para apoiar projetos de seis meses. A gente que apostar em instituições que apoiam a missão da nossa instituição, apoiadores individuais, e pessoas que se identificam com a causa. Esse é um grande desafio, de não abrir mão, princípios não se negociam. Não abrir mão dos princípios para atender um modelo contra o qual a gente luta.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

A gente tem falado muito de novas narrativas, de lugar de fala. Eu gosto muito daquilo que o Manoel de Barros fala, de palavras com barriga no chão. Então é a gente pensar concretamente como a gente faz essas coisas. Eu igo que eu sou mais uma fazedora do que uma pensadora das coisas. Eu gosto de buscar jeitos de fazer as coisas. Quando eu ouço a universidade por exemplo, falando 'a gente tem que trazer mais vozes'... Eu tenho perguntado para os professores universitários: quantos autores, fora do eixo europeu você traz a cada quatro anos, não precisa nem ser por ano... dentro da matéria que você dá. Então assim, se cada professor falasse: eu vou trazer um autor africano a cada quatro anos... a universidade não estaria mais do jeito que ela está. Ou a gente acha que os pensadores, pesquisadores africanos não têm o que dizer pra nós? Acho que temos que pensar coisas concretas... Na questão da literatura, que é uma forma da gente entrar em contato com as subjetividades, com personagens complexas, a gente saí dessa visão do que o indígena é, do que o negro é... do que a comunidade lgbt é. A literatura ajuda muito. Por que não faltam informações pra gente, falta entrar em compreensões complexas... o que são as nossas vidas, da diversidade. Imagine que em cada semestre da universidade fosse recomendada uma obra literária fora do eixo comum para os estudantes lerem. Eles sairiam da universidade tendo lido no mínimo, oito livros literários. Mas não se faz isso e daí ficam discutindo os dados: 'somos um país que lê pouco'. Então, da minha parte, o que eu procuro fazer... eu estou com um grupo de jovens que desde 2018 a gente entrou no processo trágico da gestão federal do nosso país e esses meninos choravam e perguntavam o que a gente vai fazer das nossas vidas e eu dizia vamos ler, que é o que a gente sabe fazer. E a gente decidiu pegar 50 obras que metade dos autores fossem mulheres, metade fossem negros, e que tivessem todos os gêneros literários. Desde 2018, nós lemos 44 livros. E vamos ler agora uma escritora polonesa que a gente discute em breve. São 44 livros lidos por adolescentes e jovens das periferias de São Paulo, Mauá e Guarulhos. A média de leitura de nosso país é três livros por ano, incluindo a bíblia e o Paulo Coelho. Então, acho que a gente precisa disso. De fazer ações concretas simples, sem ser simplórias, como diria Paulo Freire.

Jornal Empoderado – Anderson Moraes

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional? Nacional, com alguns aspectos internacionais, pois tem alguns correspondentes que são de outros países. Nacionalmente, a participação dos correspondentes está principalmente no Sudeste e no Sul. Mas tem pessoas de todo o território nacional que acompanha;

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. Uma coisa importante, que a gente fala das mídias alternativas, é que elas contribuem para expandir a comunicação. Ela tira aquele caráter da comunicação tradicional, que é a comunicação do prêmio Esso, que eu brinco, que era aquele quadradinho das grandes mídias, como Rede Globo, SBT, Folha de São Paulo. O Jornal empoderado contribui para fazer outra comunicação, principalmente diversificada e que dá voz aos invisibilizados. É uma comunicação que se percebe a necessidade antes de qualquer coisa. A gente tem um padrão da produção da notícia assim como dos padrões de quem produz a notícia, por exemplo, na TV. Existe um esteriótipo físico, de sobrenome.

Mídias como o Jornal Empoderado contribui para dar a real cara do Brasil. No Jornal Empoderado a gente tem o protagonismo negro, mas eu entendi durante a vida que a luta antirracista e de melhora da vida da periferia e dos povos quilombolas, indígenas e invisibilizados parte de quem tem privilégios. Essas pessoas tem se conscientizar e olhar para as pessoas menos privilegiadas. Então, na história do jornal tem várias pessoas que escrevem, independente de sua origem ou raça. Então tem pessoas brancas, chinesas, homens que contribuem como o jornal. Ele é aberto para que as pessoas possam contribuir. Pois acho que protagonismo é uma coisa e contribuição é outra. Todos podem contribuir, mais protagonismo, sempre será das mulheres negras em especial.

Faltou, durante anos, o Brasil mostrar sua cara. Desde o primeiro jornal preto, o Alvorada, já se discutia isso. A existência do Alvorada é porque na mídia tradicional não tinha os negros em destaque. Pelo contrário, tinha os negros vendidos dentro desses jornalões. A gente tem demandas, e até quando a gente discute o mesmo assunto, existe uma necessidade de reportar com o nosso olhar.

É muito comum as pessoas das matérias se tornarem muito próximas, permanecerem o contato. Existe uma relação com as pessoas. Tudo isso é o que muda em uma comunicação como a feita pelo Jornal Empoderado.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Vou partir do exemplo da Marielle, que era uma mulher viva que estava produzindo. O Jornal Empoderado fez um posicionamento e se orgulha dele, que é de falar do corpo negro vivo, do corpo periférico vivo. Existe um fetichismo do corpo preto que tomba. Quando a Marielle está viva, ninguém está falando da Marielle. Quem está contando a sua história. Precisou ela ser morta pra entrar na história da política.

Então, é mais do que lembrar a morte, é construir a vida. Então aqui no Jornal Empoderado a gente tem um diferencial muito forte que é valorizar as pessoas vivas e não o corpo que tomba. Eu não fico esperando alguém te prender injustamente para contar a sua história. A gente vai na base da base. Eu levo tão a sério essa questão de dar voz aos invisíveis que tem coisas que a gente dá risada. Eu fui em eventos que não tinha ninguém, e mesmo assim a gente fazia a matéria. Não me importava se era evento pequeno. Por exemplo, uma roda de conversa com mulheres haitianas, que não interessa a ninguém. É esse o lugar que o Jornal Empoderado está. Então, esse é o grande diferencial. Todo mundo quer cobrir, por exemplo, os grandes eventos afros: a Marcha da Consciência Negra, que tem destaque, que é na Avenida Paulista; a Marcha das Mulheres Negras. É lógico, eu também estou nesses lugares, para além desses lugares, antes eu estou em lugares que ninguém quer estar.

A gente fez uma matéria de uma roda de conversa com 18 mulheres da Baixada. Quem quer pegar o seu tenisinho e por na quebrada, num dia chuvoso, pra ver mulheres conversando num Salão de Cabelereiro. O Jornal Empoderado quer.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu faço tanta coisa que não sei como me defino. Mas gestar comunicação dentro do Jornal Empoderado é todo dia e toda hora. A minha cobertura é diferente. Ontem a noite eu estava cuidando da credencial da fotógrafa e do repórter para a Feira Preta. Eu tenho que saber como eles vão chegar até lá, será que a fotógrafa tem dinheiro de condução? Esse dia vai estar chovendo? Vou ter que me preocupar com a máquina

dela? Será que tem alimentação pra ficar o dia inteiro por lá? Então, eu tenho que gestar a participação deles na Feira Preta. Não basta eles estarem lá. Eu tenho que saber como eles estarão lá. Eu tenho uma preocupação que vem antes das matérias que é o social. Quando eu busco anunciante, eu explico que não está ajudando a fazer matéria, mas que está ajudando na sobrevivência das pessoas para elas fazerem matérias. Às vezes, antes de falar do conteúdo das matérias, estou debatendo a condição de alguém que não tem dinheiro para pagar água e luz. E eu tenho que ter essa preocupação. A gente está falando antes do bem estar social da pessoa. Depois a gente fala de matéria.

A gente fez a cobertura da Taça das Favela, ao lado da Rede Globo. Eu passei no mercadinho pra comprar comida, pois o pessoal ia ficar por lá o dia todo. Cada veículo tem a sua realidade, e eu vi de perto a realidade da Rede Globo: tinha um menino que era pago só para carregar fita isolante. Então, é uma outra realidade.

Eu não quero perder isso, independente do futuro. Cuidar das pessoas antes de falar do conteúdo.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

Eu sempre me pergunto isso, quem é o real público do Jornal Empoderado. Por que o JE não é uma mídia preta pra pessoa preta. Ele é feito por pessoas, em sua maioria, negras, para quem debate direitos humanos. Então, nós temos muita gente negra, mas muita gente branca que quer se inteirar do universo negro, periférico. Tenho esses dois lados. Então, tem tanto a pessoa negra que quer se enxergar ali, o próprio público das matérias, e os brancos que se interessam pelos assuntos do jornal.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

A gente tem autoridade para discutir a realidade racial e periférica, pois um diferencial é que nós estamos no território. Eu toco nas pessoas, eu encosto nelas na quebrada. Em uma marcha, eu falo com as pessoas que vou divulgar no jornal. Peço autorização para todas as pessoas que vou colocar no jornal.

Temos uma política editorial também de deixar as pessoas contarem suas histórias. Que é uma prática que assustou muita gente, pois eu publico as informações do jeito que as pessoas fizeram, do jeito das pessoas falarem. No Jornal Empoderado é assim.

A gente publica do jeito que a pessoa fez. Só mudo se tiver um erro muito estruturante e sempre com a permissão das pessoas. Ou se a pessoa pedir para que eu edite a matéria.

Temos autoridade para discutir a questão negra e periférica, é o que me levou para outros espaços para debater direitos humanos, que é o que eu faço na Revista Fórum. Estamos debatendo direitos humanos a partir de um grupo social? Não, estamos fazendo junto com um grupo social.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

É um lugar de aprendizado diário. Tem uma coisa que sempre incomodou, de homem, branco principalmente, que quer contar a nossa história, que ouviu o negro falar e acha que pode ir lá e redigir a nossa história e não nos permite falar muitas vezes. Eu nunca me pego querendo discutir coisas que até gosto e conheço, mas que não domino. Eu evito falar sobre o Japão, por exemplo, mesmo gostando e sabendo bastante sobre o Japão. Eu tenho medo de contar uma história que não condiz, e esse é o grande problema da apropriação cultural. Não é a pessoa contar uma história sobre orixás, é não contar de forma enviesada. Eu prefiro ouvir demais.

E quem ouvir? Não adianta apenas ouvir, você tem que ter o cuidado sobre quem ouvir. Eu tenho decisões editoriais que eu consulto outras pessoas, como o Denis de Oliveira, o Joarez Xavier... eu tenho aquele grupo que eu consulto. Tenho várias questões que faço consultas para tomar decisões editoriais.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Acho que a principal é a de permitir que a pessoa conte a sua própria história. Acho que esse é o nosso pilar de sustentação. Que incomodou muito até as pessoas entenderem. E a atitude de ouvir o máximo possível de pessoas. A disputa mais intelectualizada pode ser importante em alguns momentos, mas também é importante conseguir ouvir outras vozes, às vezes pessoa mais humilde, que com todos os seus erros de português consegue traduzir melhor sobre uma situação. O que mais me incomoda é quando as pessoas tentam reproduzir a mídia tradicional na mídia alternativa. E às vezes parece que as pessoas têm medo de experimentar. A linguagem de experimentação não é tão simples assim. As pessoas são muito conservadoras.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Dar voz às pessoas invisibilizadas. Todo mundo fala das pessoas. Mas nós não, às vezes as pessoas falam que não sabem escrever direito, ou “você vai permitir que eu escreva”? E eu digo: “a história é sua, que melhor pra contar”? E vou contar de onde surgiu isso. Eu fiz um ano de Marketing e fui presidente da empresa junior da faculdade. E meu professor me convidou pra dar uma palestra no Rotary Clube. E lá, ele pegou no meu ombro e começou a me apresentar: “esse aqui é o Anderson. Ele é fruto de muito esforço, um menino que chegou até aqui, que a mãe trabalha em vários locais precários e toda aquela situação muito triste das famílias que não têm as mesmas condições que vocês que estão aqui. Mas ele venceu e está aqui estudando, é presidente da Agência Junior, cara inteligente, legal. O pessoal se emocionou muito com a história. Só teve uma questão. Ele não combinou essa história comigo. E eu era jovem e até hoje a minha mãe briga comigo que ela falou que eu tinha que ter parado aquela palhaçada. Eu contei a primeira vez essa história em um evento do Dia da Consciência Negra que eu fiz dentro do Corinthians e minha mãe virou e falou assim: “você foi o único menino que pelo seu pai ser funcionário público pode ter um Atari na rua, e agora você deixa seu professor dizer que você não tinha pai, uma mãe que trabalhava em condições degradantes. Nada contra, mas a gente luta tanto pra conseguir ter condições melhores...” E isso me marcou tanto que eu falei que não ia mais deixar as pessoas contarem a minha história e das outras pessoas. Se a história é minha, eu conto. Se a história é sua, você conta.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Primeiro, respeito aos direitos humanos, que deve ser o alicerce de toda a comunicação que nós vamos prestar. É a partir daí que existe o respeito à vítima de um acidente, é a partir daí que eu meço minhas palavras quando eu me dirijo a uma mulher, e é a partir daí que eu vejo a melhor forma de falar sobre o outro ou sobre a outra.

Nós temos nosso jeito de dialogar com as pessoas e carregamos as heranças de um país machista, racista, homofóbico nas costas. E tem ainda os preconceitos de classe gigantes. Em uma capital como São Paulo, o pessoal vê o Nordestino como um pária da sociedade, um dos maiores absurdos que nos temos.

O resto você enquadra com o alicerce dos direitos humanos: une técnicas de filmagens, de programas, de redação... que são mutáveis. Hoje eu discuto como mecher no Tik Tok ou no Instagram e antes a gente discutia como criar uma página em HTML.

E o respeito às diferenças. Acho que o Jornal Empoderado não concorre em nada com outros veículos de mídia preta. Cada um tem o seu viés de comunicação: um fala mais da luta antiracista, o outro fala mais da estética negra e periférica, eu falo da invisibilidade, e todos estamos, temos que estar no campo dos direitos humanos. Acho que é a forma de olhar, para além das técnicas e tecnologias. Isso pra mim é um grande diferencial.

Eu digo que aqui a gente não debate pessoas, discutimos ideias. Eu não permito que aqui se chame o atual presidente de “Bozo”. Primeiro, acho que isso não é comunicação responsável e isso eu falava antes desse ódio crescente que existe hoje. Hoje é mais necessário ainda. E tem um segundo ponto, a segurança. O povo que está no jornal Empoderado, se for ameaçado por qualquer governo ou pessoa pegar um avião e dizer: “vou pra Paris”. As pessoas são vulneráveis aqui. Então é uma forma de protegê-las também. O mundo que eu acredito as pessoas devem voltar a conversar sem o ingrediente do ódio, sem adjetivar as pessoas.

A comunicação hoje tem que passar pelos direitos humanos. Isso é maior do que qualquer outra técnica jornalística.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Na verdade, a maior barreira da mídia alternativa é dinheiro. Toda a cobertura esbarra em questões financeiras, de locomoção, por exemplo, ou mesmo da segurança, do jornal e das pessoas. A nossa forma de falar é diferente. Não quero ter vítimas desse estado violento dentro do jornal.

Então é isso, financeiro, para estar em mais lugares. Existe um grupamento que fala de negros, pedrês, indígenas, quilombolas, então que fala, mas que não quer estar perto dessas pessoas. O meu desejo era ter a Kombi do Empoderado, pra sair por esse Brasil ouvindo histórias, redigindo histórias, por que eu gosto de estar ali conversando com as pessoas. E o que viabiliza isso é uma estrutura financeira que a gente fica correndo desesperadamente atrás. Quando a gente for falar de regulamentação das mídias, não tem como a gente não falar da sobrevivência das mídias negras e periféricas. Nós temos muita criatividade, muito potencial, e pouco

dinheiro, ou quase nada de recurso. A gente faz mais no amor, na loucura, do que com estrutura mesmo. As mídias alternativas têm uma outra realidade.

Antes, eu tinha até a preocupação dos comentários negativos das matérias, pois as pessoas negras já têm uma auto-estima muito baixa. E Às vezes a pessoa que escreveu uma matéria, que pode ser uma mãe solo abandona, que está feliz por fazer uma matéria e uma pessoa critica por causa de um erro de português. Eu não deixo uma pessoa vir de fora e sem conhecer a história das pessoas destruir por pouco.

Eu não gosto de romantizar a pobreza. Ninguém quer ser pobre, não é legal ser pobre. E é muito difícil estruturar tudo isso sem dinheiro. E vou te falar uma coisa, o jornal está tanto nos lugares, que ele é mais conhecido no orgânico que no virtual, que é uma característica muito louca nossa. Eu vou numa quebrada e o pessoal conhece o jornal, mas isso não condiz com meus números no Instagram. O operacional precisa de dinheiro.

(Abriu o Jornal Empoderado no Barão de Itararé, na sede. Tinha uma coisa que era a essência, de dar voz aos invisíveis. Era um Jornal Impresso. Estão em transição para o virtual)

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

A gente está falando de um país racista, né. O racismo é um grande problema, que dá uma falsa impressão de estamos juntos, ninguém solta a mãe de ninguém, mas não é bem assim. Na hora de repartir o bolo, na hora de abrir espaço, as coisas mudam. É complicado quando a gente quer fazer um debate de fortalecer as mídias negras e periféricas. É um gargalo isso. O pensamento é: o que eu perco se você crescer.

Quando eu vejo uma mídia branca perguntando como eu posso ajudar? Eu logo respondo: abre espaço.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, PCDs)?

Não existe prática revolucionária sem teoria revolucionária. Então, a gente tem que estudar muito. O mundo e as terminologias LGBTQIA+ são muito difíceis ainda pra

mim. E eu preciso dialogar com pessoas que possam me explicar. O estudo tem que ser contínuo.

Tem uma simplificação nas redes sociais que é todo mundo fala de tudo. E para isso eu tenho que estudar e dialogar com pessoas que sabem mais daquele assunto. Se eu quero falar de aborto, eu preciso entender mais sobre isso, até os processos do Conselho de Medicina, o que a igreja fala sobre isso... Os debates estão muitos simplificados.

Não é porque sou negro que tenho legitimidade pra falar sobre todos os temas que circundam a raça negra. Acho que esse é o grande problema que nós temos. Não é porque você é mulher que você tem legitimidade de falar de maternidade, e se você não é mãe?

Mídia Índia – Priscila Tapajowara

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

A gente tem um alcance mais nacional e internacional. A gente alcança o território, e os territórios que a gente não consegue alcançar é por conta do acesso à Internet, mas na maioria dos territórios (indígenas) os jovens já nos conhecem. Mas é realmente em nível nacional, tanto dentro do território como fora, com indígena, não indígena e a gente também tem um alcance internacional, porque o (canal) Mídia Índia é a maior rede de indígenas comunicadores do mundo.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. O princípio do Mídia Índia é ser a voz dos povos indígenas. É o espaço onde os povos indígenas, principalmente os que estão dentro dos territórios, consiga levar pra fora o que está acontecendo dentro do território. Isso se baseia na questão da luta, defesa do território, defesa dos direitos indígenas, também a questão de falar sobre a cultura, para que as outras pessoas conheçam e acabe quebrando estereótipos que as pessoas têm sobre nós, povos indígenas. Então, o trabalho que a gente faz em comunicação é de fazer com que a gente leve para fora o que está acontecendo dentro dos territórios, mas também a gente leve para dentro dos territórios as coisas que estão acontecendo fora. Tudo o que está acontecendo fora a gente acaba levando para os parentes, o que está acontecendo em outros territórios, que as pessoas acham que não vai interferir, mas acaba interferindo em vários outros territórios, mesmo que estejam em regiões diferentes.

Então, o Mídia Índia tem esse trabalho de ser um meio de comunicação para os povos indígenas e não apenas para os povos indígenas, mas ser um meio de comunicação dos povos indígenas. É um local de representatividade, um espaço aonde nós podemos falar por nós, nós somos os próprios contadores de nossas narrativas. Não tem terceiros, não têm não indígenas falando pela gente. A gente atua dentro da comunicação, a gente pega esse meio de comunicação como uma ferramenta de luta: o audiovisual, a fotografia, o podcast, card, texto, todos esses meios de comunicação a gente utiliza como nossa ferramenta pra gente dar voz aos nossos parentes e ao movimento indígena no geral.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

A forma que a gente mostra o movimento, com a nossa linguagem, as coisas que estão acontecendo. As nossas maiores coberturas são o ATL, é a Marcha das Mulheres Indígenas. Então, a forma como a gente mostra isso rápido, de uma forma muito rápida, gravando e editando vídeos no mesmo dia, já postando, mas com um olhar indígena. Acho que o diferencial é esse: um olhar de dentro. A gente pega o conhecimento de ferramentas tecnológicas e a gente traz com um olhar nosso, com o respeito que a gente tem, de colocar em vídeo e falar aquilo que realmente pode ser falado, que pode ser mostrado. Um outro diferencial foram os quadros que o Mídia Índia fez, que são os quadros que a gente lança todos os dias no MI falando sobre alguma coisa específica, que tem quadro pra falar sobre artistas indígenas, tem quadro para falar sobre o sagrado indígena, tem quadro que é para falar sobre saberes, sabores indígenas, sobre música, sobre o que está acontecendo na política, do congresso, de notícias, sobre curiosidades indígenas.

Eu acho que o mais inovador de tudo é o diferencial é a gente justar dois conhecimentos extremamente diferentes um do outro, mas que andam paralelamente com um objetivo, que é o conhecimento ancestral, tradicional, esse respeito pelas nossas culturas, pelos mais velhos, mas também esse conhecimento de ferramentas, esse conhecimento tecnológico que a gente está adquirindo agora, pra que a gente junte as duas coisas em prol de algo em comum que vai servir para todos.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu Priscila, me considero uma educadora, porque a gente leva para outros jovens dentro dos territórios, um pouco dos conhecimentos que a gente tem. Agora mesmo, hoje mesmo, estamos realizando uma oficina, uma formação online, de audiovisual. Então, a gente está, não apenas como Mídia Índia, mas também eu, como Priscila, já fizemos vários trabalhos de formação de comunicação, de audiovisual para outros jovens indígenas, para quilombolas, ribeirinho, porque a gente acredita que a gente precisa levar para esses outros jovens, que não tem esse acesso que a gente conseguiu e são pouquíssimas pessoas que conseguem ter esse acesso de entrar em uma universidade e estudar sobre essas ferramentas, então a gente leva um pouco

desse conhecimento que a gente tem pra esses jovens para que eles se tornem os próprios contadores de suas narrativas. Então, a gente é sim, educador.

E, para além de fazer formações, a gente também é educador a partir do momento que a gente produz algo e põe nas redes sociais porque indiretamente, a gente está incentivando que outros jovens façam a mesma coisa, porque eles olham pra gente e eles se sentem representados com o que eles estão fazendo, eles vêem os rostos parecidos, com histórias e realidades parecidas com a deles. Então, a partir desse momento, eles vão se sentir representados e eles também vão querer fazer as mesmas coisas que a gente está fazendo, coisas parecidas. Então isso, indiretamente, é uma forma de educação.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

O público principal é a juventude indígena. E o nosso engajamento é harmônico (orgânico). A gente não paga pra plataforma... a gente posta nas nossas redes e as pessoas, os jovens, vão compartilhando. É uma coisa muito coletiva mesmo. Mesmo a gente, dentro do coletivo, a gente compartilha, mas essas outras juventudes que se sentem representadas, se sentem representadas pelo Mídia Índia também. Eles acabam divulgando, fazendo com que nossos conteúdos cheguem até outras pessoas, pois eles vêem que aquilo é importante e que outras pessoas consigam conhecer e ouvir também.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

Prioritariamente, o que a gente produz e pra quem a gente quer falar é para os povos indígenas em geral. Tudo o que a gente produz é para os povos indígenas. Secundariamente, vai para não indígenas.

Mas tem casos que tem assuntos, conteúdos, que são para não indígenas. Alguns desses quadros, principalmente o curiosidade indígena, é também para não indígenas. Por que a gente está ali falando, a gente está mostrando a cultura dos povos, está mostrando como é a realidade, o que acontece para que essas outras pessoas quebrem estereótipos, olhem e vejam a gente de uma forma totalmente diferente do que elas estão acostumadas a ver.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

A gente, no Mídia Índia, sempre caminha com o movimento indígena. Então, muito do que a gente vai fazer, do que a gente vai produzir, das pautas que a gente vai divulgar, são, na maioria das vezes passadas para as lideranças para que eles aprovelem, para que eles avaliem... então, muitas das coisas que a gente vai divulgar, vem do território, muitas das coisas vêm das lideranças, as lideranças que mandam pra gente. Então, dentro do Mídia Índia, como comunicador mesmo, nós somos 12 comunicadores. Mas, a gente mais de 200 colaboradores do Mídia Índia que estão espalhados pelo Brasil todo e fora do Brasil. E estão dentro dos territórios, ou vivem em contexto urbano, mas são essas pessoas que mandam informações pra gente. A gente está atrelado ao movimento indígena. Não é uma coisa que é separado. A gente não fala: o Mídia Índia tem um líder. O MI é um coletivo, a gente trabalha todo mundo junto, a gente está todo mundo construindo essas pautas semanalmente, e a gente faz reuniões do que a gente vai falar, do que a gente vai produzir, e sempre passando para as lideranças. Porque dentro do movimento tem isso, a gente sempre tem que estar conversando com as lideranças, porque eles estão ali, ensinando e mostrando pra gente o que a gente deve ou não fazer. A gente tem que ter todo esse cuidado do que a gente vai falar, do que a gente vai mostrar para que a gente leve para fora algo que pode nos prejudicar enquanto movimento, ou levar algo para dentro dos territórios que pode afetar de alguma forma os parentes que estão ali.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

É muito simples: a gente fala com as pessoas, com as lideranças abertamente, via whatsapp mesmo, ou presencial. Eles mandam informações pedindo pra gente divulgar algo, e a gente divulga. A mesma coisa quando queremos falar de algum assunto, a gente consulta nossas lideranças pra saber se a gente divulga aquele assunto. E perguntamos. Se as lideranças, por exemplo, sinalizam: esse assunto não é bom vocês falarem, nem se metam, a gente também não fala. É muito simples. A gente não criou nada específico com relação a essa conversa. E nossos colaboradores ajudam muito. Quando eles já mandam alguma coisa pra gente, é por que isso já foi conversado com as lideranças deles.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Pra nós, precisa ter indígenas. Por que não adianta você querer falar sobre um assunto, como pautas indígenas, movimento indígenas, sendo que o lugar só tem branco. Não vai representatividade. Eu acho que o mais importante é que tenha representatividade. No nosso caso, de jovens indígenas, independente se são indígenas de contexto urbano, ou de aldeia, tem que ter incluído jovens indígenas. Tem que estar em contato com as lideranças, tem que estar caminhando junto com as lideranças. Pois é assim que acontece no movimento indígena. Então, dentro do coletivo Mídia Índia, tem indígenas de várias etnias, de vários lugares do país, que são indígenas que estão dentro das cidades, que vivem nas cidades e que também são indígenas que vive dentro do território. Então a gente junta pessoas, jovens indígenas de situações diferentes, mas que todos estão ali em prol de algo em comum, juntando seus conhecimentos, suas sabedorias. Acho que, se é para falar sobre questões indígenas, ou independente que seja outra pauta, é estar ligado ao movimento, ter indígenas na equipe, que é o primordial, e estar, principalmente, caminhando com as lideranças.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Uma dificuldade é o acesso à Internet a vários parentes. E acho que a questão de ter financiamento pra que a gente pudesse usar outras formas de comunicação, como rádio comunitária, pra que a gente pudesse chegar através de áudio. Um dos nossos maiores sonhos é fazer a rádio da Mídia Índia. Produzir podcast, colocar música indígena. Mas seria uma rádio não online, uma rádio pra chegar em outros lugares, chegar nos territórios. E a gente não tem, também por falta de financiamento. E a outra é a falta de acesso à Internet dentro dos territórios, porque faz com que as informações demorem pra chegar ou para sair de lá. Por que acontece muitos casos dentro de territórios que demora muito pra chegar em outros lugares, por que não tem acesso à Internet e é difícil... até chegar em um lugar que tem acesso à Internet demora... então tudo isso é dificuldade.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Acho que parte do princípio de financiamento para aumentar a nossa capacidade de fazer outros tipos de produtos para chegar em outras pessoas, pra que a gente seja reconhecido por esses meios de comunicação grande como um meio de comunicação indígena.

Na Austrália tem um canal de televisão indígena. No Canadá, senão me engano, também tem um canal. Então, setivesse um reconhecimento pelas grandes mídias, se a gente tivesse um reconhecimento pelo governo, a gente poderia ser muito maior do que a gente é. Se a gente tivesse financiamento a gente poderia estar para além das redes sociais e estar outros meios de comunicação e levando mais comunicação para nossos parentes e para os não-indígenas.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

A importância é que eles sejam os próprios contadores de suas narrativas. Não adianta as pessoas quererem contar por nós, por que elas não vão contar da mesma forma. Não vão contar com a mesma sensibilidade, eles não vão contar com o mesmo cuidado que nós, protagonistas dessas narrativas iríamos contar. Então, qualquer meio de comunicação que quer falar de qualquer assunto específico dentro disso, tem que ter pessoas ali que são representativas. Já passou-se o tempo que outras pessoas falam por nós. Hoje, a gente conta as nossas histórias, a gente tem que continuar contando as nossas histórias e precisamos ocupar esses novos espaços. Ocupar esses lugares, dando a nossa voz, dando voz à nossa luta pra que a gente acabe de alguma forma conseguindo diminuir as violências, o preconceito.

Núcleo Jornalismo - Jade Drummond

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

O Voltdata é a agência que tem projetos de tecnologia, próprios e para outras organizações, veículos, que precisam de tecnologias e tem parceria com outros veículos que precisam de alguma tecnologia de dados.

E tem o Núcleo Jornalismo, que é o projeto editorial do Voltdata Lab. Essas ferramentas de escuta social estão todas vinculadas ao Núcleo, que é o veículo do volt. O Núcleo é um veículo nacional, não tem uma restrição geográfica, nichado, com um público menor pois nos voltamos a cobrir redes sociais, especificamente. Trabalhamos todos em home office e não existe um escritório físico e somos compostos por pessoas de Estados diferentes, mas a maioria está em São Paulo, mas sou do Espírito Santo, tem pessoas da Bahia, Paraná, Fortaleza. (regionalidade).

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.

O Núcleo tem das frentes de atuação: uma frente de reportagem, de matérias, de cobertura de redes sociais, no sentido do que está acontecendo nas redes, tanto movimentos, as pessoas... o que estão usando, pra que estão usando, o impacto dessas redes na sociedade e algumas políticas das redes sociais, então o que têm feito pra combater fakenews, o que tem feito no processo eleitoral, se elas realmente estão fazendo o que dizem que fazem, pois às vezes têm mil políticas, mas às vezes se descobre grupos que infringem nitidamente as regras das redes. E tem um lado de tecnologias, que são tecnologias de escuta social, principalmente. A atuação do Núcleo começou em 2020, junto com a pandemia e a primeira ferramenta que a gente criou foi o Science Pulse, que é uma ferramenta de escuta da comunidade científica, que a gente viu que nesse primeiro momento de pandemia, tinha muita informação circulando nas redes, principalmente no Twitter, informação jogada por ser uma doença nova, ninguém sabia muito bem o que ia ser, e o Science Pulse foi criado para ser uma fonte para os jornalistas, principalmente, pra encontrar fontes de divulgação científica, pessoas especialistas que estão divulgando novidades mais rapidamente via twitter, pois a publicação de artigo demora.

Depois disso a gente começou a usar a tecnologia para outros assuntos e a gente criou o Monitor Nuclear, que monitora os políticos brasileiros no Twitterm Facebook e Instagram e faz análises automatizadas, e consegue pesquisar o que eles estão

publicando, comparar perfiz, ver os assuntos mais quentes. A gente chegou a fazer um sobre o BBB (Big, Brother Brasil), pois a gente viu que estava muito quente, e a gente criou um monitoramento disso na época do programa, e agora a gente está com dois outros, que um é focado em desinformação eleitoral no Youtube, e um de Monitoramento do Telegram, dos canais dos candidatos à presidência. A gente até pensou em expandir para governador e outros cargos, mas o Telegram ainda não é uma ferramenta tão usada em todos os Estados e nem em todas as esferas. Pra presidência isso tem efeito, mas quando a gente expande muito, isso passa a não ter tanto valor. A gente monitora as mensagens, e isso nós fazemos com os políticos no twitter, de saber o que eles apagam, o que eles editam. O Telegram permite edição, então a gente acompanha tudo o que eles editam e também qualquer mensagem que eles apagarem

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Eu acho que ter análise das redes e de ter ferramentas abertas para esse monitoramento é um diferencial importante. Não tem e não é algo que se encontra facilmente. A gente sabe que existem ferramentas de monitoramento de redes pra marcas, então são ferramentas caríssimas e fechadas, que, por exemplo, você trabalha para a marca "X" e você contrata pra monitorar o seu assunto, o seu mercado, a sua empresa. Mas essas ferramentas focando, por exemplo, em políticos brasileiros, que é uma questão super importante... a gente considera que as redes devem ser tratadas como praça pública, então a gente tem que ver o que está sendo dito, as discussões que estão acontecendo ali, e ter ferramentas para isso é um grande diferencial. Também saber usar isso também é um grande diferencial. Parece que nem todo mundo está olhando tanto assim para a redes, talvez de forma tão aprofundada, tendo uma análise constante e de ter esse relacionamento próximo com as políticas que eles dizem que vão fazer. A gente está olhando só para isso, então acabamos tendo uma expertise diferente.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Educomunicadora, acho que eu nunca ouvi esse termo. Mas, no meu trabalho, especificamente, ali dentro do Núcleo, eu estou gerenciando os projetos. Por exemplo,

esses projetos de eleição, eu coordenei os projetos para a gente criar esses “boots de monitoramento” do youtube, do Telegram, etc. Então, tem essa parte interna de gerenciar os processos do Núcleo, e tem também essa questão de pensar a divulgação. As reportagens são uma forma de divulgação mais comum, pois você tem que fazer chegar o conteúdo nas pessoas, então você vai postar talvez de forma diferente, com imagem, sem imagem, com link... A gente tem às vezes uma política de colocar muita informação nas redes mas precisamos avaliar cada ação: a gente precisa do pageview no site... e isso é um pouco diferente dos outros. Mas, quando vai para o lado das ferramentas, tem que ter essa pegada mais educativa, porque são ferramentas que as pessoas não estão acostumadas a usar, ou não entendem o potencial que tem ali, de informação para elas explorarem e acompanharem. Então, acaba precisando um pouco mais desse olhar de ensinar pra que serve, como usar, por que usar.

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

O nosso público é bem nichado, tem muita gente que trabalha com tecnologia, que trabalha com dados, jornalismo de dados, e como a gente tem esses projetos de Ciência, tem muita gente de divulgação científica que acompanha. A gente tem uma Newsletter que é uma curadoria das discussões de ciências das redes. Então, assim, a gente tem um índice super alto de gente que quer saber o que está acontecendo de divulgação científica. E nos outros a gente tem uma curadoria de memes, por exemplo, no Garimpo, que é uma das nossas Newsletters, a gente fala os assuntos principais das redes e memes que estão bombando. Então, também tem essa galera que gosta de saber o que está rolando em rede social. Então assim, é tudo em volta de rede social, seja via o interesse em saber sobre ciência, querem saber o que está bombando.

Muito jornalista acompanha a gente. Como estamos sempre garimpando os conteúdos mais populares das conversas, essa curadoria já serve para eles como ideia de pauta. A gente já recebeu esse feedback algumas vezes. E também, algumas organizações que estão de olho nas redes sociais, no impacto delas, e então a gente já recebeu feedback de gente, tanto das próprias redes, quanto de organizações que monitoram a democracia, que vão talvez pensar em projeto de lei, ou algo assim, com base nessas investigações.

E, complementando essa coisa da interação, a gente está apostando no Amplifica como forma de aproximar, mas a gente faz várias coisas também: tipo tem um grupo no Telegram que é para as pessoas trocarem links. Pensando no Garimpo, que é essa newsletter de curadoria das redes, no Nicho Eletrônico, que chama, é aberto, todo mundo pode entrar e tem essa troca de links do que estão achando legal, do que estão rolando.

E agora a gente tem um programa de membros também, que são as pessoas que assinam o Núcleo, que estão colaborando mensalmente e estamos querendo criar estratégias para nos aproximar dessas pessoas diretamente. Então, o Amplifica fica uma aproximação também no público, por que a gente vai jogar essa conversa para o Twitter. No Programa de membros, a gente, por exemplo, quem assina a missão, que é o nível mais alto, uma vez por mês a gente vai fazer encontros com algum especialista para conversar sobre algum assunto que seja relevante para o nosso público... Então, a gente está tentando criar essas vias de conversa via newsletter, via grupos de telegrama, via Twitter, para abrir essa frente, pois a gente quer que as pessoas colaborem. Uma das coisas que o programa de membros vai ter é que as pessoas vão poder votar em pautas, para as pessoas manifestarem qual elas querem para a gente dar prioridade. Que também é uma ação de troca interessante.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

A gente está falando para pessoas que vão usar essas investigações de redes sociais. Então, a gente foca muito no impacto. Mais do que pageviews, do que números, quem vai usar essa informação pra melhorar o ambiente virtual, para melhorar o ambiente da nossa sociedade, que está muito dentro das redes, seja jornalista, ONGs, servidores públicos, que querem olhar para as redes sociais e entender o que está acontecendo, olhar para as investigações, os problemas, as questões e também os benefícios que estão vindo desses espaços. São pra essas pessoas que a gente está falando.

Seriam essas investigações das redes, seja via reportagem, seja via tecnologia, que é possível a própria pessoa investigar, a própria pessoa acompanhar de acordo com a curadoria que a gente faz, seja dos políticos, da comunidade científica, e futuramente de outros assuntos também, pois essa tecnologia é replicável. Se, em algum momento, for necessário monitorar algum grupo específico, a gente consegue migrar essa tecnologia para ter outros nichos de monitoramento.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

A gente tem muito o foco de estar nas redes sociais. A gente é pautado pelas redes. As Newsletters de curadoria, o Garimpo e o Polígono, são Newsletters focadas em escuta cem por cento. Às vezes a gente sabe que um assunto é importante mas ele não gerou conversa nas redes sociais, então ele não entra. Essas são redes que são completamente pautadas no que está sendo discutido nas redes sociais. Não só Twitter, mas tiktok, Instagram, tudo... por que o objetivo desses produtos é uma curadoria do que está sendo dito das redes. E aí, quando a gente pensa nas nossas pautas, ou nos nossos projetos, aí depende, pois algumas vezes eles surgem dessas escutas, e às vezes vêm das discussões internas. O Núcleo é composto por uma equipe pequena, são menos de 20 pessoas, e é um espaço muito livre e aberto para todos poderem opinar, colaborar e não tem muita hierarquia no sentido de quem manda e quem obedece. Então, a escuta dentro da equipe é muito forte e presente. E nas pautas eu acho que varia um pouco e na criação dos produtos, às vezes vem de fora também, às vezes é uma coisa que a gente identifica, mas às vezes a gente fica com um olhar viciado, pensando que já está conseguindo analisar tudo e acho que para quem está de fora a ferramenta ainda não alcançou tudo o que a pessoa queria. E a gente vai ouvir para poder melhorar o produto.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Tem uma outra ferramenta que eu esqueci de comentar é o Amplifica, que a gente criou junto com a Revista asminas, e a gente pegou essa mesma tecnologia de escuta social que a gente monitora comunidade política, comunidade científica no Twitter, para monitorar a nossa comunidade, os nossos leitores e leitoras, que querem fazer parte da nossa comunidade, eles dão a permissão e se inscrevem no programa do Amplifica e aí a gente começa a monitorar o que eles estão publicando no twitter pra gente conseguir acompanhar quais são os assuntos de interesse da nossa comunidade, de quem lê e interage com a gente. A gente consegue monitorar termos, links, os posts mais populares que eles estão publicando. E o nosso segundo passo, que a gente começou a pouco tempo e temos que fazer o pessoal se engajar mais é essa coisa de conectar a conversa. Quem faz parte do Amplifica, quando a gente publica uma reportagem via Amplifica, tem um *boot* que une todos os comentários que

utiliza aquela *hashtag* que é da reportagem. Então, você é uma leitora que quer comentar sobre a reportagem, se você usar a hashtag, o *boot* automaticamente vai puxar o seu twit e botar num fio com comentários de todas as pessoas da nossa comunidade estão falando daquele texto. Então, é uma forma que a gente acha que pode gerar mais conversa, gerar uma conexão entre as pessoas que acompanham nosso conteúdo. Ainda está pequenininha essa segunda fase do amplifica, mas a gente acha que é também uma coisa que ninguém está fazendo de ter esse olhar para o que que as pessoas da nossa comunidade estão falando e trazer elas mais pra perto.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Eu acho que mais inovador, no nosso caso, é a questão da tecnologia, porque a gente está automatizando alguns processos que facilitam a vida do jornalista e que a gente também considera jornalismo. Essas ferramentas elas não são uma reportagem ou texto escrito, mas são ferramentas jornalísticas, que têm uma metodologia específica onde a gente está monitorando, por exemplo, os políticos que têm mandato atual nas redes, a gente está vendo tudo o que eles estão apagando, ou deixando de apagar, tudo o que eles estão editando, a gente consegue, sem ter um formato de texto, passar muita informação relevante, que é importante para a sociedade acompanhar. Eu acho que essa questão do jornalismo via tecnologia é uma coisa inovadora e que tem muito espaço para o futuro. Cada vez mais a gente tem muita informação. Então a gente tem a possibilidade de filtrar, e analisar sem que isso seja um trabalho braçal, melhor. É uma forma de automatizar processos que a gente está perdendo tempo se estamos fazendo na mão. Esse é o principal diferencial no Núcleo hoje, esse lado da tecnologia que otimiza os processos tanto pra gente, como para as outras pessoas. E permite que a gente encontre as informações que de outras formas a gente não encontraria. Por que se você vai na mão, vou fazer uma lista no twitter dos políticos... vai perder coisa, ou não vai ver, ou vai ficar perdido em um monte de informação. Esse ponto dos apagados, na semana passada o Salles tinha feito uma publicação de ameaça física... em meia hora ele apagou. Mas ele fez. Será que teve alguém que viu, será que tem alguém monitorando, será que tem alguém de olho. E a gente conseguiu pegar. Tem coisa que, humanamente falando, a gente não vai conseguir e precisa mesmo dessa tecnologia pra ajudar e dar o foco para o lugar certo.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Tem que pensar formas diferentes. Uma coisa que a gente já notou é que nem todo mundo vai querer se comunicar do mesmo jeito. Então, tem gente que vai gostar de Newsletter, tem gente que responde e-mail, tem gente que não está olhando mais e-mail. Tem gente que está no telegrama, gosta do telegrama, e tem gente que nem sabe direito como é que mexe no Telegram. A gente tem muitas formas de diferentes de se comunicar com as pessoas e a gente tem que explorar o máximo delas. A gente vai atingir pessoas diferentes em cada plataforma, em cada formato diferentes. Acho que isso a gente tenta ter em mente e é uma coisa interessante de se pensar. Se você focar em uma forma só de comunicação com seu público, algumas pessoas vão ficar de fora simplesmente por que elas não têm o hábito de usar. Ou por que não se sentem tão confortáveis. Essa diversificação de formas de contato, de formas de escuta, acho que é essencial.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Acho que tem as questões das pessoas quererem ter essa troca. O Núcleo ainda não é tão conhecido como a gente queria e isso faz com que o nosso público seja mais reduzido e então tenha menos gente interagindo diretamente com a gente. Então o nosso desafio hoje é ampliar essa base de pessoas que se conecta com a gente e a gente conseguir ampliar a nossa escuta. A gente tem diversos espaços para ter essa troca, para ter essa escuta das pessoas que nos acompanha, mas ainda não é um volume muito alto. Então, essa coisa do volume vai dar pra gente uma informação mais relevante. Quando a gente está falando de um grupo mais reduzido, acho que não passa um quadro geral do que as pessoas estão querendo saber, do que as pessoas estão ou não gostando. Então, precisa de mais volume de informação e mais volume de interação pra gente ter uma escuta melhor. A nossa base de leitores tem que crescer ainda.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Também nessa questão do tamanho da nossa audiência. Então, por exemplo, agora a nossa repórter está em Brasília para ficar mais próxima da cobertura eleitoral. A cobertura nossa é com foco nas redes mas a gente quer ter esse diálogo com o

governo, com as campanhas, e ela comenta da dificuldade de chegar, por que o Núcleo não é tão conhecido. Tem nichos que conhecem muito o Núcleo e a gente tem uma credibilidade altíssima. Mas para quem ainda não ouviu falar, não vai dar tanta importância. Não vai dar prioridade de contato, por exemplo. Essa barreira de crescimento e de credibilidade. A gente ainda é um veículo pequeno, independente, tem dificuldade de crescer.

A gente tem feito parcerias com veículos maiores do que a gente, por que a gente tem uma expertise de redes que eles não têm, e isso é muito legal para esse crescimento. Mas isso depende do outro. Tem muitas vezes que grandes veículos fazem reportagens com base na nossa ferramenta, mas nem sempre eles linkam, ou citam corretamente... às vezes citar sem o link pra gente tem pouco efeito. Mas, por exemplo, quando o Estadão publica usando dados do Núcleo e linka, isso pra gente faz uma super diferença, por que a gente tem a credibilidade de um veículo maior que está usando a gente como fonte de informação e vai trazer gente para o nosso site que não nos conhece. Então a gente está tentando ampliar essas parcerias pra ter o nome mais conhecido. A gente sabe que o nosso trabalho é muito relevante, mas talvez não esteja chegando em todo mundo. Tem gente que precisa acompanhar esse trabalho também. Mas veículo independente vai no trabalho de formiguinha.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, pessoas com deficiência)?

A gente sabe que muitas vezes essas pessoas não terão o tamanho da visibilidade que outras pessoas já tem dentro das redes. Então, se a gente não tem um olhar específico para esses grupos já marginalizados, a gente pode passar batido. Então, esses monitoramentos, a gente até fez uma coluna que prioriza mulheres e pessoas não brancas. Então, o algoritmo, a gente tendenciou propositalmente para mostrar mais publicações de mulheres e pessoas não brancas por que a gente sabe que, no grosso, se a gente não tendencia o algoritmo para descobrir conteúdos novos desses grupos a gente vai ver muito menos do que deveria. Por que os homens brancos, principalmente nessa área da ciência, estão muito mais populares nas redes e nos políticos, a gente tem uma métrica que ao invés de calcular de forma geral apenas, também de dimensão proporcional ao número de seguidores. Se você tem 15 seguidores e seu post tem 150 curtidas e retweets, isso já é uma super métrica para

você, pro seu perfil que é pequenininho e não alcança muita gente, aquele post se destacou. Por que se destacou?

Esses grupos que já são marginalizados no dia a dia acabam também tendo esse potencial marginalizado, sendo potencialmente marginalizado ali também. E é preciso ter esse olhar e usar a tecnologia a nosso favor, para alcançar aquilo que a gente não está vendo, alguma informação que não está se destacando naquele grupo, e se a gente não está naquele grupo a gente não vai ver.

Coletivo Parafuso – Juliana Cordeiro

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

Em termos de pautas, nacional. As pautas que a parafuso defende elas têm uma abrangência nacional. Em termos de mobilização, a gente foca no Estadual, com ações segmentadas no nacional, como as Conferências, Mobilização pelo Dia Nacional pelo Direito à Comunicação. Mas, em termos de alcance, ou visibilidade, pessoas de São Paulo, por exemplo, são os que mais a gente em nossas redes sociais. Além disso, de mulheres, a gente um público grande de mulheres apesar de nossas abordagens a gente focar em adolescentes. Então, mulheres, de São Paulo, jovens de 24 a 30 anos.

Penso que muito disso acontece pela nossa participação em outros eventos de articulação nacional.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. A gente resolveu chamar de coletivo principalmente pelo fato da gente coletivizar pautas. A gente tem uma trajetória pessoal, em que eu vejo cruzamentos entre eu e Diego, no sentido de que fomos sensibilizados a questões dos direitos sociais, políticos e culturais com ações que aconteceram dentro da escola. E juntamos isso com ações de comunicação que se conectavam com as pautas de direitos humanos. E quando a gente fala sobre isso, a gente traz todas essas vivências e procura coletivizar esses saberes com outros, com crianças, com adolescentes, com jovens em suas diferentes situações e ao menos tempo procuramos entender como eles estão vendo isso hoje, que é de uma forma extremamente diferente do que a gente via lá atrás. Eu percebo muito isso a partir das minhas trajetórias pessoais, sobre como algumas coisas antes não eram tão faladas, e hoje são mais. A própria questão racial, na minha formação por exemplo, dentro dos projetos que eu participei não se falava sobre questões raciais.

Um exemplo disso, eu fui um adolescente que entendia a questão étnico-racial do ponto de vista de ser alguém parda, e não no sentido social que se carrega de ser negro no Brasil. Isso só veio, num primeiro momento, com a minha participação, por exemplo, em produção de conteúdo na faculdade. Se deu principalmente pela Faculdade, mas dentro de um espaço de produção da Revista Viração. Na época eu

fazia matéria para a Viração que tinha essa discussão em encontros, mas nunca demarcou a questão étnico-racial dentro de debates, nos grupos, nos encontros da Viração. Eu ia fazer uma matéria, no mês de novembro, mês d consciência negra, e alguém me abordou. Eu acabei cobrindo a mobilização do mÊs consciência negra, e isso gerou muito conteúdo para várias seções da Revista.

Isso influenciou muito o primeiro projeto que desenvolvemos na Parafuso, o Educomunica Paraná, que a gente trabalhou com 50 jovens de todo o Paraná e a gente queria o máximo possível de diversidade nesse grupo. A diversidade foi percebida, por serem jovens do interior, grande parte dos adolescentes era negra, tanto pretos e pardos. O outro aspecto foi que contratamos no edital várias pessoas da área da cultura, que eram negras e que vinham com experiência em conferências. E isso fez surgir muito forte nesse grupo a questão das pautas étnico raciais, tanto nos espaços de formação como na cobertura das conferências.

A Parafuso incide de algumas maneiras na comunicação. Presencial, no sentido de que a gente precisa comunicar presencialmente nossas pautas, indo pra reuniões e articulando. Então, essa comunicação que é averbilizada e que é da incidência. Ao mesmo tempo, a comunicação no sentido de estratégia para a incidência política, então a gente produz materiais de comunicação a partir do que a gente fala, politiza, verbaliza dentro dos conselhos, produzindo guias, propostas, publicando matérias e a gente tem a produção de conteúdo que é a da escuta e narrativas que nós mesmo produzimos, como a série “Sou negra”, que a gente trouxe tanto narrativas das mulheres negras de Curitiba, falando da questão do empoderamento em relação a cabelo, mas também as narrativas dos adolescentes nas periferias, com o projeto Afroeducom, que originou outras ações também. E por outro lado, pegando o gancho da educomunicação, tem o sentido de fazer com, então fazer educomunicação com adolescentes e jovens, mas inserindo eles de fato nos processos de produção, discutindo temas e partir das discussões, produzindo conteúdos e novas narrativas audiovisuais principalmente, que é o nosso grande forte na atuação com adolescentes, mas também fotográficas e de texto, de forma mais pontual, que aparece ligada aos outros formatos.

Então, a educomunicação a partir das expressões artísticas é muito forte dentro do coletivo.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

A produção de conteúdos com os adolescentes, mas principalmente o que eu chamo de processo de criatividade. Um exemplo muito incrível disso é que a gente teve a ocupação das escolas no Brasil em 2014 e um professor nos pediu apoio aos estudantes que queriam trazer para as pessoas uma outra visão do que estava acontecendo nas ocupações e pediu para a gente ir fazer matéria. Eu expliquei que o nosso processo era de mediar para que eles criassem suas próprias narrativas. Então, a gente foi pra dentro dessa escola e eles (os estudantes) tinham pensado em fazer um vídeo igual ao de São Paulo, que tinha criado um funk. Em, nas atividades, eu percebi que havia uns dois ou três deles que faziam rap. E a música estava botinha, mas ainda desordenada.

A gente tinha chegado para ajudar eles na gravação e a gente acabou auxiliando em criação de roteiro, produção de fotografia, produção de conteúdo. A gente se dividiu em setores criativos, um ficou com o grupo da letra, outro com o grupo da fotografia, outro com a filmagem. Os grupos se uniram e cada um assumiu uma função na frente e atrás das câmeras. Ali é um momento de escuta, pois a letra é deles. É um momento deles entenderem a potência que estava no grupo e precisava ser potencializada. Tá tudo bem reproduzir, mas era o momento de cuidar da criatividade essa caminhada. Acho que tem o posicionamento político, de querer de fato se sobressaia a voz dos adolescentes, a aprendizagem, o compromisso com o processo da educação, aprendizagem em direitos humanos.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu me considero um gestora de processos educacionais. O ser gestora é principalmente porque eu passei por todas as etapas. Eu fui alguém que foi de projeto como participante, fui estagiária, passei por educação, depois criei a Parafuso, e quando eu criei a Parafuso, eu tinha entendido que eu captava dentro de organizações sociais e entrei em conflito com algumas questões e a Parafuso nasceu a partir disso, de profissionais que tinham uma certa sintonia e queriam fazer isso com certa liberdade. E nasce o Coletivo Parafuso de Educação, com anseio de

desenvolver projetos sociais que a gente queria ter dentro das organizações que a gente trabalhava como Celetistas (CLT – Lei trabalhista do Brasil).

Um aprendizado que tive com a Parafuso foi o desafio de conciliar o projeto com as ideologias políticas que interferem no orçamento do projeto e a demanda social que a gente tem que atender. Em Paulo Freire a gente fala da autonomia do pensamento, da independência de ideias, e muitas vezes, nos processos de educomunicação, quando de fato existe a participação, você não tem o controle, você não ensina os adolescentes a pensar sobre isso e aquilo e a dizer. Eles dizem. O que você faz são mediações de como a gente aprende a escuta de diferentes lados. Aconteceu em projetos que são projetos financiados com verbas públicas, e outros que a gente tinha o apoio da escola, da direção dizer assim: olha, os adolescentes falaram que a escola está com problemas, mas isso não poderia. Então a gente teve que ir mediar, no sentido de explicar que é a forma que eles estão vendo. Então, como gestor você tem esses desafios, que vai além da comunicação com os adolescentes, mas que envolve a comunicação com outros grupos e toda a comunidade do entorno e com o orçamento dessa comunicação e as interferências que ele pode gerar a partir de quem financia e o que você tem que comprar de briga para garantir a educomunicação lá na ponta.

Eu acho que esse é o grande desafio das instituições que por vezes acaba não conseguindo conciliar ou não tendo no seu processo político esse aspecto.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

São adolescentes a partir dos 12 anos e jovens até 24 anos. Mas, a gente mais atendeu em ações presenciais, projetos desenhados e ações que começam com o presencial e se estendem ao digital, são adolescentes. Já tivemos experiências com crianças, de forma mais pontual.

O engajamento acontece a partir dos projetos sociais que a gente desenha, ou pelas ações de prestação de serviço que a gente desenvolve junto a outras instituições, seja escolas públicas ou privadas. Geralmente, instituições que conhecem a caminhada da Parafuso e convida a gente para fazer ações específicas. Tem um terceiro público, que é da educação, como professores e educadores, que as idades a gente não tem controle e que acabam sendo alvo de nossas formações.

Para os adolescentes, entra principalmente nas formações em direitos humanos sobre as conferências. Nós desenvolvemos o Parafuso LAB, para prototipar projetos de pessoas que queriam trabalhar com adolescentes em diferentes cidades sobre educação, questões étnico-raciais...

Vale dizer que entre os adolescentes, atuamos com adolescentes periféricos, de escolas públicas, de assentamentos, e quilombolas e adolescentes e jovens do campo.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

Acho que é o lugar de fala de quem faz parte do Coletivo. Eu, como uma mulher jovem e negra, eu falo do meu ponto de vista na educomunicação de alguém que defende os direitos humanos e que esses direitos humanos é sobretudo falar sobre juventude negra, é sobre falar de feminismo negro, é sobre falar sobre a periferia criar e ela ter o poder de criar seus projetos antes mesmo de uma organização chegar e criar uma cultura de dependência das organizações. A periferia precisa ser formada para ser gestores de seus próprios projetos sociais, e ganhar o seu dinheiro. Eu falo do ponto de vista do “blackmoney”.

Com os adolescentes, a gente trata muito da necessidade da gente se ouvir, de respeitar as diferenças, de se formar politicamente e entender que estamos falando de de direito humano. A gente está falando de saúde, de saneamento, e favorecer que eles contem. E compartilhem suas narrativas, do lugar de onde vêm. Nós falamos de escola pública e viemos de escolas públicas.

Então, quando nos projetos compomos as equipes com educadores com outros lugares, é importante a formação da equipe no sentido de não deslegitimar o lugar de fala dos adolescentes.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

Acho que escuta essa “persona” do adolescente, quando ele traz uma realidade que parece de todos, mas não é. Por exemplo, os adolescentes do Assentamento Contestado, no Paraná. Um problema que a gente achava que tinha: relacionado à identidade, aos preconceitos. Então a Parafuso cria um projeto e implementa de cima pra baixo. Não. A gente teve essa percepção, marcamos uma reunião no assentamento, mostramos para eles o que a gente tinha como referência, o que eles

tinham de demanda e o que a gente poderia entregar. E a gente fez uma reunião de alinhamento de expectativas e criou o Click Parafuso, que foi o primeiro projeto da Parafuso. Acho que foi importante o primeiro ser dessa forma, pois estimulou os outros nesse processo para que antes a gente escute o público, a comunidade, o que está no entorno, o fazer sentido... Em uma dessas reuniões, eles falaram da importância de mobilizar a juventude com uma demanda capaz de mobilizar também toda a comunidade para aquilo. Então, dentro desse projeto, a partir das ações de fotografia, surgiram ações relacionadas à machismo e questões de gênero. E no caso da juventude, o projeto também se propunha a entender como isso era sentido pela juventude. Tudo isso aconteceu antes de escrever o projeto. E a gente ganhou o edital também por ter feito essa inclusão. Depois da execução desse projeto, anos depois ele foi premiado por isso também. Pelos resultados que se tiveram.

Também podemos falar do lugar de escuta de adolescentes em conferências e espaços de formação em que a gente escuta sobre os anseios. Nos materiais de comunicação que a gente faz com os adolescentes, está sempre relacionado a essa escuta. Nem sempre essa escuta está relacionada a pauta estabelecida, como em um caso que fomos falar sobre política pública e os jovens trouxeram a questão de estarem sendo barrados no shopping. (aquela era a forma do jovem expressar alguma situação de desrespeito e para ele, de ir e vir)

Os espaços de formação também são importantes, pois para ser formador, eu também preciso me formar. Então, espaços de eventos, com adolescentes, gestores públicos, negócios de impacto social, algo que mudou muito minhas visões.

E, ao contrário do que aconteceu no assentamento, a Parafuso queria implementar o Afroeducom em uma comunidade quilombola. Eu fui até a comunidade, fiz entrevistas, visitei casas de moradores, fiquei lá... e no final, por mais que tivesse a porta aberta, a gente entendeu, por tudo que se colheu, que não era um projeto de comunicação que ia fazer sentido para aquela comunidade, e sim de cultura, prático. E a gente não tinha essa bagagem. Aí é que eu vejo a importância da escuta para os projetos.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Acho que a gente tem muito a questão da própria educomunicação como processo. Acho que essa é uma questão. Mas, de metodologia, acho que o brainstorm, pois a gente considera que não existe ideia ruim ou resposta cerra. É importante ouvir pra chegar em um resultado que é coletivo. O brainstorm a gente usa em muitas ações.

Algo que a gente faz muito: misturamos muita atividade recreativa nos processos. Em atividades de diálogo, do dia a dia, com os adolescentes. Antes de qualquer conversa sobre política, a gente conversa sobre o ser. Uma coisa que a gente está trazendo muito para os adolescentes é a facilitação gráfica, até porque tem muito jovem que gosta de desenhar.

Mas tem uma coisa que a gente sempre faz e é direcionadora: é avaliação. A gente sempre faz avaliações quantitativas e qualitativas. O “que bom, que pena, que tal”, a gente transformou em “Parafusou, não parafusou e pode parafusar”.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Diálogo, fazendo debates com as diferenças. Porque precisamos exercer a capacidade de fazer conexão entre as diferenças para conseguir se coletivizar. Assim, não é mais uma questão minha ou sua, é o nosso. Acho que essa é uma competência importante para uma organização. Assim. Você consegue mais organizações que conseguem trabalhar sobre cenários de diversidade.

A primeira diversidade que a gente enfrenta na vida é a diversidade de pensamentos e pra isso é importante a escuta dentro das próprias organizações, do que cada um traz em sua bagagem. E pra isso é preciso diálogo, por que o diálogo a gente vai entendendo como cada ser está e como a partir do estar a gente consegue transformar. No final das contas, eu acredito que a comunicação é a ferramenta pra tudo, por que quando a gente usa as bases, a escuta mas também o espaço e fala, a comunicação te dá ferramentas para fazer essa transformação, em qualquer lugar.

A terceira competência é a organização e criatividade. Criatividade como ponto importante para a inovação. Organização para conseguir lidar com verbas públicas e as demandas de projetos sociais.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Um deles é financiamento. O financiamento se torna importante para o alcance da escuta. A gente tem pesquisas que mostram sobre juventudes, tem coisas ou realidades que só vamos entender quando acessamos aquela realidade. E não são todas as realidades que são acessíveis. Eu só entendo sobre o MST quando eu vou

ao MST, que não é um espaço dentro da cidade, acessível. O financiamento é importante pra isso, para entender outras realidades com diversidade territorial.

Acho que outra questão é mais individual, no sentido de ter um profissional que consegue escutar o diferente.

Acho que tem uma questão que é a barreira política. Por exemplo, quando os adolescentes acessam espaços como o dos conselhos, se gera uma percepção de que aquele público está sendo manipulado. Acho interessante as dinâmicas dos espaços de participação: ao mesmo tempo que os conselheiros reconhecem que os adolescentes têm direito a voz e voto, mas quando a gente observa o adolescente participando, colocando não o que a gente quer em pauta mas o que ele quer, que contraria ou incomoda alguém, a gente tende a criticar essa participação.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Acho que tem o preconceito da própria juventude. A gente enfrentou essa barreira no Conselho da Juventude pois éramos jovens falando para jovens. É o preconceito contra a condição da juventude e acho que é uma barreira. A imagem, ou a condição jovem é uma barreira.

A segunda é a barreira operacional da Parafuso, de conciliar o coletivo com outras pauta e ações nossas, individuais. A Parafuso hoje não está sustentável.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Eu acho que é a possibilidade de criar políticas e projetos que não vejam mais essas pessoas como público, mas que estejam no comando (como gestores das ações). Acho que a gente vai evoluir enquanto sociedade quando o negro, o indígena... sair do lugar de uma figura passiva que recebe para aquela que comanda. Acho que esse é o nosso momento hoje, a luta é para isso.

Ponte Jornalismo - Fausto Salvadori

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

A gente busca ter um alcance nacional, embora a redação fique fisicamente em São Paulo, a gente busca ter temas de alcance nacional, temas que a gente aborda que é a questão dos direitos humanos focado principalmente em temas relacionados à segurança pública, a gente entende que é um tema nacional. É um tema que interessa a todos.

Então a gente busca ter um alcance nacional, busca fazer reportagens que possam ler lidas por qualquer pessoa do Brasil. A gente aborda mais São Paulo por que a redação está na cidade de São Paulo, mas a gente volta e meia está fazendo freelancer com pessoas de outras partes do Brasil, pra poder abordar temas de fora de São Paulo, temas do Sudeste e a gente já foi citado por veículos internacionais, então volta e meia a gente também tem um alcance internacional. Já fizemos parceria com veículos estrangeiros como da Argentina e outros. Então a gente tem um alcance nacional e por vezes, internacional.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. Nós somos um veículo jornalístico, organizado como uma organização sem fins lucrativos. A gente existe desde 2014 e a gente busca ser um veículo contra hegemônico, acho que é o termo mais correto pra descrever o que a gente faz. Porque a gente surgiu em reação contra a cobertura de temas de segurança pública que costuma ser feito pela mídia hegemônica, pela chamada a grande imprensa, que é muito marcada pelo racismo, pelo preconceito de classe, pelo sexismo e a gente acha que a cobertura sobre esses temas precisa ter um compromisso social, precisa ter uma visão antirracista, porque em poucas áreas o racismo se manifesta de maneira mais explícita, eu diria, do que na cobertura de segurança pública do Brasil. É uma cobertura oficialista, toda pautada nas versões policiais, ela é contada na estigmatização da figura das pessoas negras e das pessoas indígenas, que são os principais alvos da violência policial.

A mídia é uma parte tão importante do genocídio negro e indígena quanto a polícia, o ministério público e o poder judiciário que dão suporte a esse genocídio. Então, a mídia atua nos corações e mentes para garantir que esse genocídio ocorra e continue ocorrendo. Então a gente nasce com uma proposta de justamente ter uma narrativa

diferente sobre isso e que a gente acredita que seja mais próxima do real. A gente acredita que a gente faz um trabalho, do ponto de vista do jornalístico, melhor do que os que são pautados pelo racismo, porque a gente acha que ao tirar as lentes do racismo a gente faz uma cobertura mais próxima do mundo real, a partir do mesmo ponto de vista da maioria da população brasileira, das populações periféricas, das populações negras, do ponto de vista de quem sofre violência, e não de quem pratica violência, que é a elite brasileira. Então o nosso compromisso é esse, o que a gente chama de uma comunicação alinhada com os interesses de quem sofre as opressões, os interesses de quem faz parte da maioria da população, que é a população que é oprimida no Brasil. Então, é uma comunicação que tem esse compromisso, uma comunicação engajada, mas ao mesmo tempo, com um compromisso muito forte com os fatos. A gente tem um compromisso jornalístico e nesse sentido até aproxima a gente de veículos tradicionais, é que a gente acredita muito que é importante ser observada a verdade factual na cobertura jornalística. A gente não acha que tudo é narrativa, a gente acha que existem fatos e fatos tem que ser respeitados, tem que ser apurados e não podem ser distorcidos de acordo com a sua ideologia, que inclusive você não serve as verdadeiras causas de justiça social, de antirracismo, se você distorce informação, porque uma informação bem apurada é essencial para você ter uma visão de mundo correta e a partir disso poder agir no mundo. Então, a gente acha que o melhor serviço que a gente faz a qualquer ativista é ter uma apuração dos fatos que seja confiável. Então, eu digo que é isso, a gente é um jornalismo contra hegemônico, engajado, e ao mesmo tempo muito comprometido com a ética jornalística no sentido mais tradicional da palavra.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Tem vários veículos nativos digitais, como a Ponte, que também tem uma proposta contra hegemônica, e que nisso a Ponte se aproxima de vários deles. Um diferencial é a temática, a gente foca principalmente em temas ligados à segurança pública, a gente é o único veículo de comunicação do Brasil com essa proposta, a gente enfoca muito na cobertura de pessoas vítimas de prisões injustas, algo que a Ponte carrega como uma bandeira, uma cobertura sistemática desses temas e que é característico da Ponte e há um certo diferencial nosso é que não há tantos veículos que têm uma postura engajada e que ao mesmo tempo respeitam o compromisso com a técnica

jornalística, com a ética jornalística e com a verdade factual. Isso não é exclusivo nosso, tem outros veículos que também tem esse compromisso, não chega a ser uma exclusividade, mas é um diferencial.

Uma coisa que eu diria que é exclusiva é a temática, de veículos contra hegemônicos com a proposta de cobrir segurança pública, no Brasil, só tem a gente mesmo.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Como eu nunca pensei nessas definições, não posso dizer que eu me considero. É a primeira vez que alguém me pergunta nesses termos.

Na minha função como diretor de redação, eu tenho que lidar o tempo todo com as questões de comunicação mais amplas, desde como a equipe se relaciona com ela mesma, como o editor se relaciona com os repórteres, como eu me relaciono com ambos, como o público se relaciona com a gente, como a gente se relaciona com organizações sociais, como a Ponte é vista, como se dá a nossa conversa entre esses veículos, como se dá a recepção das nossas reportagens, e o nosso agir num sentido amplo, em relação ao público externo e fazer esse vai e vem... eu diria que sim, eu lido com questões desses campos. Eu gerencio essas questões.

Com relação à educação, a gente fez até algumas coisas no sentido mais estrito, embora não seja a nossa função. Por exemplo, a gente já deu oficinas sobre o tipo de trabalho que a Ponte faz, em Congresso da Abraje, e a gente já fez eventos próprios nossos ensinando o método de apuração da Ponte, a gente já promoveu seminários, o que também não deixa de ser uma função educativa, a gente já foi parceiro de entidades que atuavam na periferia de São Paulo em educação especificamente, já ajudamos em aulas, diretamente falando. E no sentido mais amplo, o trabalho que a gente faz ele assume uma função educativa no sentido de que a gente entende que o discurso sobre segurança pública no Brasil é dominado por uma característica ideológica, no pior sentido da palavra, no sentido de mascarar a realidade. A gente se propõe a trazer uma outra visão, então a gente tem um sentido educativo nesse sentido. Busca trazer toda uma gama de visões, de autores, uma gama de dados, sobre a realidade que não são aqueles que estão imediatamente disponíveis na grande mídia e com isso pautar um debate mais aprofundado sobre esses temas. E acho que a gente tem conseguido. Por exemplo, já teve reportagem nossa que foi usada em prova do vestibular da Unicamp, volta e meia um livro didático

do ensino médio ou mesmo fundamental usa uma reportagem nossa, alguma ilustração feita pelo artista Julião... Até mesmo não buscando isso conscientemente, acabou se vendo em uma intersecção entre o jornalismo e educação como consequência do trabalho que a gente faz.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

A gente não delimita um público-alvo específico por que a gente gosta de pensar que falamos de questões tão essenciais que a gente acredita que todos os brasileiros deveriam ler a Ponte. A gente acredita que o tipo de formação que a gente traz, o tipo de denúncia que a gente está trazendo a gente gostaria que todos lessem. Seria importante que todos os brasileiros soubessem o que o sistema de justiça criminal brasileiro faz em nome da sociedade e contra a população mais vulnerabilizada do país. A gente acha que isso deveria ser levado para todos. Então, nesse sentido, a gente produz, à princípio, para todos os brasileiros. Mas é claro que a gente sabe que o conteúdo vai ser mais apreciado por determinadas camadas da população, aquelas camadas mais progressistas, mais engajadas com o debate público com esses temas, pessoas que têm alguma relação com movimentos sociais, por exemplo, que é um público interessante pra gente. A gente gostaria que o nosso público fosse um público mais negro, mas as pesquisas que a gente faz mostra que, até por uma questão de educação mesmo, de como a sociedade brasileira está estruturada, a gente acaba tendo um público mais branco do que, em princípio, a gente teria imaginado. Isso é uma característica que demonstra como a sociedade brasileira está organizada. Embora o nosso conteúdo seja gratuito, ele tende a circular entre uma camada um pouco mais elitizada do que a gente gostaria, embora também tenha muita gente ligada a movimento social que também aprecia nosso conteúdo. Então, é mais ou menos essa a relação que a gente tem.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

A Ponte tem um componente misto: a gente tem pessoas que são da classe média, a gente tem pessoas que são oriundas da periferia, a gente tem pessoas negras, brancas, homens, mulheres. A gente não é um veículo periférico como a Rede da Maré, periferia em movimento. A gente é um veículo que circula entre os territórios.

Então, a gente tem um lugar de fala mais amplo, talvez mais externos aos territórios do que internos, o que tem vantagens e desvantagens. Uma vantagem que a gente percebe é que a gente consegue denunciar essas questões de violência com mais segurança do que isso seria feito pelas mídias que são propriamente dos territórios, periféricas. É comum que algumas mídias periféricas nos procurem, às vezes com denúncias que elas não têm condições de publicar, por serem feitas exclusivamente por pessoas que são dos territórios periféricos, elas se vem em uma situação de muita insegurança ao publicar denúncias do aparelho repressivo de Estado, denúncia que envolve a polícia, por exemplo, sendo que elas estão muito mais expostas à violência do território por serem pessoas que moram no território.

O fato de a gente ocupar esse lugar de fala mais misto, que envolve gente do território e de fora do território, permite a gente circular mais e com isso ter mais segurança de dar essas notícias mais arriscadas, essas denúncias mais perigosas.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

A gente coloca com muita clareza que o nosso lugar de escuta é a das pessoas que compõem a maioria da população brasileira, aquelas que historicamente são as camadas vulnerabilizadas da população. Então, é a população negra que sobre racismo, a população de mulheres, a população LGBTQIA+, que sofre com o sexismo. Então, em uma situação de opressão, a gente se coloca sempre do lado dos oprimidos. Então, são essas pessoas que a gente procura escutar preferencialmente. Em qualquer reportagem nossa, e nesse sentido a gente é bem tradicional, a gente ouve todos os lados envolvidos, a gente faz uma pesquisa baseada em fatos, em documentos, entrevistas, em dados, mas, na maneira como a gente elabora as narrativas, as nossas reportagens, a gente privilegia esse lado que a gente considera que é o lado mais importante de qualquer história, que é o lado de quem sobre a opressão. Esse lado vai ter sempre um destaque maior nas nossas reportagens, e o ponto de vista que orienta a nossa reportagem é esse ponto de vista. Então, a gente busca estar muito próximo das comunidades periféricas, busca estar próximo dos movimentos sociais, a gente busca ser considerado um aliado dessas pessoas. A mãe teve um filho preso, procura a Ponte, a pessoa que sofreu uma violência policial procura a Ponte, o movimento social que quer organizar um seminário sobre temas ligados à segurança pública procura a Ponte, o estudioso de temas da segurança

pública com uma visão nos direitos humanos, procura a Ponte para divulgar o trabalho dele. Artistas que têm atuação com temas próximos a esses procuram a Ponte. Então, são essas as pessoas, as vozes, os atores que a gente procura ouvir.

Isso, entro de uma perspectiva de não perder o nosso lugar enquanto veículo jornalístico. Em que sentido, no sentido de que a gente não faz assessoria de imprensa de movimento social, a gente não faz assessoria de imprensa de grupos, a gente tem uma preocupação com uma independência típica de veículos jornalísticos, com uma preocupação da fidelidade aos fatos. Então, a gente recebe uma denúncia de uma prisão injusta. A gente ouve e privilegia a visão da família, em uma denúncia de agressão, em uma denúncia de violência policial, a gente se atém aos fatos. A gente faz uma apuração ouvindo os policiais, apurando os fatos, analisando o inquérito policial, e se por exemplo, a gente perceber que a denúncia não se sustenta, a gente não publica a denúncia, e isso tem sempre uma tensão entre quem quer trazer uma denúncia e quer que a denúncia sai do jeito que ela quer e a gente, que tem um compromisso jornalístico que é um compromisso com os fatos que não podem ser mascarados segundo o que o movimento social, ou a entidade, ou a família deseja. E isso tem uma certa tensão, mas que é bem administrado a partir do momento que a gente se coloca com muita segurança e com muita clareza sobre o nosso papel, que antes de mais nada, é de jornalista. A gente vai te ouvir, vai te escutar, mas a gente não vai simplesmente publicar o que você quer que a gente publique. A gente vai fazer uma análise do que você falou, confrontar os fatos e a parti disso chegar a uma apuração. Então, existe uma escuta que também é um diálogo. A gente escuta e dialoga e faz isso o tempo todo.

E tem também a questão de ver até que ponto isso é feito em comum acordo com redes sociais, até que ponto a nossa entrada, enquanto veículo jornalístico vai ajudar ou atrapalhar na situação que a pessoas está vivendo. Um exemplo de prisão injusta: não é sempre que a família, embora ache que a prisão seja injusta, ache interessante que isso seja levado para a imprensa. Às vezes eles preferem lidar com isso no âmbito legal, com advogados, do que levar isso para o jornalismo. Então a gente respeita. Se a gente ao publicar a reportagem não tem como ajudar essa pessoa, a gente não tem por que entrar como jornalista nessa história e a gente respeita. Então a gente tem esse diálogo também de saber até que ponto, ao noticiar determinado fato, até que ponto a gente vai ajudar ou não vai ajudar. Se não for ajudar, também não tem porque entrar nisso. Mas, uma vez entrando, a gente tem todo o compromisso de apurar os

fatos e publicar da melhor maneira. Por exemplo, já chegou denúncia muito interna, por exemplo, alguém denunciando uma associação de moradores da periferia. Dependendo da denúncia, dependendo da gravidade, é melhor que isso seja tratado internamente, do que a gente publicar uma reportagem sobre isso que vai expor todas as questões, no final vai acabar estigmatizando toda a comunidade, toda a associação de moradores, e não vai ajudar ninguém, não vai resolver o problema... Não é uma questão de comunicação, não é uma questão a ser tratada via jornalismo, que deve ser tratada internamente, como uma luta política interna, e não é a exposição noticiosa que vai ajudar. Claro, que isso são denúncias que não envolvem crime, ou nada mais grave.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa? É uma escuta atenta, empática, que procura ajudar as pessoas que a gente está ouvindo, mas que tem um certo distanciamento crítico necessário para a prática jornalística e a gente procura deixar isso claro para as nossas fontes. No geral, essas questões são bem compreendidas.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Falando como jornalista, não é comum que os jornalistas tenham essa preocupação com as consequências do noticiário, qual o melhor momento de entrar com a notícia, a preocupação de ser aliado de determinada causas, mas ao mesmo tempo preservar a fidelidade. Pois tem os dois lados: o jornalismo que se coloca como alguém que está acima da sociedade e que teoricamente não tem compromisso com nada e que na prática, acaba tendo apenas compromisso com os grandes grupos econômicos, com o patriarcado, com as forças dominantes da sociedade; e aquele jornalismo que se engaja nas causas, nas lutas e que se não tomar cuidado, vira assessor de imprensa dos movimentos sociais, dos partidos políticos, o que não é nenhum problema desde que você deixe isso claro para o seu leitor não é um problema a partir do momento que você se coloca como um jornalista se espera que você faça uma apuração dos fatos e você deixa de fazer uma apuração eficiente dos fatos apenas para passar a visão de determinado grupo, seja um movimento social, seja um partido político. Então a gente se equilibra entre as duas tendências, acho que pode ser considerado inovador, mas não é exclusivo, pois acho que tem outros veículos que procuram se equilibrar nessa fronteira, nem sempre muito simples de fazer.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Pegando uma palavra muito falada, que está esvaziada de tão usada, é empatia, que deveria ser o item básico de qualquer jornalista, a capacidade de ouvir verdadeiramente o outro, e perceber as dores e se identificar com elas em algum sentido. Acho que indignação, capacidade de olhar para a realidade e se indignar. Tem algo muito complicado para qualquer jornalista que precisa ser evitado é um certo endurecimento ao lidar o tempo todo com histórias pesadas e duras existe uma tendência a você criar uma carapaça de não se deixar se envolver emocionalmente e ser atingido emocionalmente pelas histórias. Isso, por um lado é necessário e por outro lado deve ser feito com muito cuidado por que a parti do momento que você não se emociona mais com as histórias você já não pode mais exercer o jornalismo. Acho que no jornalismo é essencial você se emocionar com a histórias, perceber o que cada uma tem de única, senão você corre o risco de passar a repetir as mesmas formas que você sempre usa e escrever as histórias como você sempre escreve e isso é péssimo. De fato, cada história é única e o jornalismo precisa perceber o que tem de único em cada história.

E um certo conhecimento de mundo. Acho que precisa ter noções importantes sobre questões de raça, de gênero, questões sociais, questões de direito, tecnologia. É necessária uma visão crítica, calcada em estudo, por estarmos lidando com visões críticas de diferentes autores e também diversidade. É essencial pra gente, como em qualquer veículo, ter pessoas de diferentes origens, diferentes racialmente, diferenças de gênero, pra o tempo todo poder constituir uma visão crítica e até empática, porque é difícil você ter empatia com o que você não compreende. Pegando exemplo: as primeiras reportagens que a Ponte fez sobre pessoas trans, eu reconheço que eram bem mais superficiais do que aquelas que a gente veio fazer depois que a gente passou a ter uma jornalista trans com a gente. Fez uma diferença enorme que nos trouxe outra visão, nos ensinou a ter esse olhar dentro da Ponte. Eu diria que para qualquer veículo, essa diversidade é muito importante para nos ensinar a ter um olhar e empatia... a gente pode aprender a ter empatia e talvez a melhor forma de aprender a ter empatia é nos relacionar inclusive no ambiente de trabalho com pessoas diferentes das quais você costuma se relacionar. Isso te ajuda, te prepara a lidar com o diferente. E a partir daí conseguir ter empatia com pessoas que não tem a mesma

cor da pele que você, que tem questões de gênero diferentes da sua, pessoas com deficiência... Essa diversidade te ajuda a desenvolver essa empatia que precisa ser treinada e estudada também.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Uma barreira é o lugar que a gente ocupa de veículo jornalístico. A gente tem um compromisso com a verdade factual, que necessariamente gera uma tensão. Que não pode ser contornada, uma tensão necessária, a pessoa precisa estar consciente que a gente vai expor a história dela que tende a ser complicado, e por outro lado a gente vai sempre checar se a história é verdadeira, vai tentar comprovar o que ela está dizendo... por um lado o jornalista precisa ter um lado desconfiado, pois não dá pra acreditar que tudo o que a pessoas está falando é verdade. Você precisa ir atrás de comprovar o que está sendo falado. É uma postura, naturalmente, desconfortável que a escuta de um psicólogo. É uma escuta com uma certa tensão. Esse é um obstáculo. Tem outros obstáculos naturais de lidar com temas extremamente violentos e que envolvem violência de estado. Então, você precisa falar com pessoas que estão sendo percutidas, que foram vítimas de violência você não tem certeza se muitas vezes aquela notícia pode colocar aquela pessoa em risco. A gente trabalha para minorar esses riscos. Então, tem a escuta do jornalista, empática e desconfiada, tem a tensão dos temas que envolve sempre um risco à vida, emocionais, pois a pessoas está expondo a violência que ela sofreu.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Antes de mais nada, as próprias condições estruturais da sociedade brasileira. A gente está falando questões que as pessoas, à rigor, não querem ouvir. Quando a gente vive em uma sociedade que foi estruturada sobre o racismo, sobre o patriarcado, em cima de desigualdades sociais mais pronunciadas que a gente tem no planeta e que pra manter essa desigualdade social e racial criou uma estrutura de sistema de justiça e que serve basicamente para exterminar pessoas negras e pobres, mas que prefere acreditar que esse extermínio não é um extermínio, que esse genocídio não é um genocídio, que o aprisionamento em massa que acontece é totalmente justo e necessário, e a gente trabalha justamente derrubando essas mentiras e expondo os fatos por traz dessas mentiras em que as pessoas preferem

acreditar. Então, antes de mais nada a gente tem a barreira de demolir crenças estabelecidas. Então, a gente tem a barreira de qualquer um que a gente tente negar aquilo que a maioria das pessoas acredita. E não só crenças disseminadas, mas crenças que ajudam a população a existir e a viver. As pessoas brancas, de classe média, ricas, precisam acreditar que são boas e que o fato delas terem vidas boas e protegidas não é um absurdo. Enquanto boa parte da população é exterminada e não tem acesso aos mesmos bens que elas têm. Mas elas precisam acreditar que isso não é injusto, que ela não é cúmplice de uma injustiça, e que a realidade que vivemos é uma realidade justa, e que as pessoas que estão lá, na posição de superiores, estão bem e por que elas merecem estar ali pelos seus próprios méritos. Então, quando você busca romper com essa visão confortável da realidade, você tem aquela dificuldade de comunicação de quem fala aquilo que a pessoas não quer ouvir e precisa estar lidando com o requalque. Psicanalisticamente falando, a gente está trazendo aquilo que é requalcado. E isso por si só traz uma grande dificuldade.

Temos as dificuldades da comunicação de massa em um sentido amplo. Por exemplo, hoje em dia a comunicação está toda estruturada nas redes sociais. Das redes sociais, a gente está falando de três ou quatro empresas que pertencem a grupos econômicos muito delimitados e muito monopolistas. E que tem suas próprias regras e criam seus próprios algoritmos para gerenciar isso, e a gente não tem nenhum gerenciamento sobre isso. Muitas vezes a gente cria estruturas de comunicação para lidar melhor com o Facebook, ou com o Twitter e do dia pra noite, os algoritmos mudam todas as regras e toda uma estratégia de comunicação que foi pensada pra isso tem que ser jogada no lixo. Então essa também é uma dificuldade grande de se fazer ouvir hoje em dia. Por qualquer pessoa, não só os veículos de comunicação, qualquer pessoa que queira se fazer ouvir precisa das redes sociais, por que é onde está a ágora do mundo moderno hoje, mas essa ágora é gerida por um empresário que não tem a menor intenção em fazer as pessoas se ouvirem, mas tem a intenção de ganhar dinheiro e estimular divisões, estimular ódio, por que com isso consegue ganhar mais dinheiro. Esse é um grande impedimento para se fazer ouvir para qualquer pessoa.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, pessoas com deficiência)?

É fundamental para a gente conviver em uma sociedade justa. A gente tem historicamente convivido com as piores injustiças do sistema capitalista em diversos países, cada vez mais essas injustiças estão sendo percebidas, as pessoas que ocuparam as posições vulnerabilizadas, que sempre gritaram e agora estão sendo ouvidas. É importante entender que a gente não dá voz pra ninguém, as pessoas já têm a sua voz e o que a gente faz é ampliar as vozes delas. As pessoas sempre gritaram, sempre houve uma tentativa mesmo dos grupos mais vulnerabilizados de se fazer ouvir, de criar estratégias de comunicação, de denunciar aquilo que elas passavam. O que muda hoje é que é mais possível se fazer ouvir do que era antes e cada vez mais as visões de mundo e os discursos dos grupos vulnerabilizados estão mais expostos e estão mais acessíveis para quem quer ouvi-los, e isso também gera uma reação muito grande, pois ao mesmo tempo que você tem discursos dos oprimidos se fazendo ouvir mais do que antes, tem toda uma reação de quem busca silenciar esses discursos gritando mais alto e essa é a dinâmica que a gente vive hoje no mundo. Ao mesmo tempo que você tem um movimento das feministas, das pessoas negras, das populações LGBTQIA+ se fazendo ouvir, em seguida você tem uma reação gigantesca de uma extrema direita que se afirma justamente no enfrentamento desses grupos. Eu diria que esse é um dos grandes dilemas com os quais a gente luta.

Entrevista Vai dar pé – Iuri Salles Alves

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
Eu acho local, no eixo São Paulo – Rio de Janeiro, mas em algumas oportunidades, teve o nível nacional, por exemplo na nossa cobertura da ocupação das escolas por estudantes do ensino médio, ali a gente conseguiu um alcance nacional em alguns momentos. Em determinadas pautas a gente conseguiu, em algum momento, um alcance nacional. Mas o nosso público é bem mais em São Paulo, em sua grande maioria.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.
A Vai dar Pé surge na Puc, um grupo de estudantes de multimídia que tinha a proposta de fazer uma revista impressa, em papel, diferente na estética. Foi chegando um pessoal de jornalismo e outros jovens, como eu que não sou da PUC, e a gente foi construindo uma narrativa que a gente queria que fosse contra-hegemônica, para dominar a nossa própria agenda e não ficar tão refém do que a grande mídia impunha como assunto, como temática e a gente tinha essa ideia de ir buscar nas periferias, nos extremos, as histórias.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Nossa proposta de ter a nossa própria agenda e às vezes até, eleição, que é uma pauta geral, tanto da grande mídia como da mídia alternativa, a gente sempre buscava dar outro olhar, o que a periferia estava pensando sobre as eleições, qual era o olhar dela sobre determinada corrente política. Eu acho que o nosso diferencial foi trazer ou fazer um jornalismo de um outro lugar, ao invés de vir do centro pra fora, a gente veio de fora pra dentro.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu acho que nem um e nem outro. Eu acho que a Vai da pé possuía educadores, com profissionais que usavam a Revista para Educar. E tivemos uma gestão muito nossa, com todo mundo muito jovem e a gente fez a nossa própria

gestão, chegamos a ganhar alguns editais e eu acho que é isso. Existiu uma gestão de comunicação que foi importante para todo mundo.

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

O nosso público sempre foi jovem, uma galera de 17 a 35 anos, homem e mulher, bem misturado, apesar de ser um público mais masculino do que feminino. O engajamento eu acho que foi sempre orgânico, sempre de forma orgânica, sem muita estratégia. Acho que algumas coisas que a gente fez que ajudaram a engajar que é muito comum hoje, de fazer cortes no vídeo, fazer uma entrevista maior e liberar pequenos trechos, e acho que foi tudo muito orgânico, de ter vontade e ir lá e fazer e às vezes isso reverberava, viralizava. Não tinha uma estratégia de engajamento. Era que a gente acreditava, engajava e às vezes não.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

(Fala para quem? Fala o que? Fala quando? Fala onde? Fala como?)

A Vai dar Pé não se propunha tanto a falar, mas dar espaço para uma galera que não tinha espaço na mídia alternativa, nem mesmo na grande mídia, de trazer o debate, de perguntar o que a galera acha. Acho que a gente teve muito mais esse papel de quem pergunta do que de quem fala. Fazendo uma analogia com um show de música, a gente não queria ser a guitarra, a gente queria ser o amplificador daquilo. A gente queria ser só a caixa de som. A gente se punha a ser um amplificador de vozes.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

(Escuta quem? Escuta o que? Escuta quando? Escuta onde? Escuta como?)

É importante entender que a Vai dar Pé na maioria de seus membros são uma galera de classe média, da Puc, branca, e eu sou uma das poucas exceções que tinha fora desse núcleo. Eu acho que o nosso lugar de escuta apesar de tudo, estava num espectro da esquerda (político), e as periferias. Eu acho que eram esses dois eixos que a gente estava na periferia e neste espectro da esquerda, ouvindo uma galera da esquerda. Basicamente isso. Também uma galera da esquerda, da cultura, do hip-hop, das artes plásticas. Esse era o lugar de onde a gente estava escutando as pessoas.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Acho que o que a gente fez, que reverbera um pouco no trabalho, são os projetos, tipo o Projeto do Pé Preto, que era uma ideia que levava música e cultura para a Brasilândia. A gente tinha um evento que levava música e levava uma oficina de audiovisual. A gente tentava criar esse vínculo nos espaços físicos. Acho que uma metodologia de distribuição de informação era ter uma Revista impressa em plena era digital, na contramão de tudo. Era uma ideia de levar informação pro que a gente acreditava que mesmo sendo de graça e digital, a galera da periferia talvez não acessasse e talvez a gente levando o papel, impressa com uma outra estética colorida... a gente podia chamar mais a galera. Ter temas diferentes do que eles estão acostumados, fazer a galera se sentir retratada ali no papel acho que era uma das nossa metodologias de troca, talvez não de escuta, mas de troca.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Não, acho que a gente seguiu muito uma fórmula que já existia. Acho que o a gente tem de mais inovador era inovar a nossa agenda, não ficar refém das pautas sazonais, ou que a grande mídia tá dando. Acho que era essa liberdade de falar o que a gente queria falar, e como agente queria falar e com pessoas que normalmente não têm esse espaço, acho que isso era o que a gente tinha de mais inovador enquanto revista, enquanto coletivo de pessoas. Acho que o grande trunfo que a gente teve foi isso.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Enquanto coletivo, eu destacaria essa questão da galera estar longe da periferia, não ter essa vivência, ser uma galera 100% branca, de classe média, ter uma grana... acho que essa é a principal barreira quando a galera sai pra rua pra fazer esse jornalismo, essa comunicação. Talvez essa tenha sido uma das principais barreiras, de entender qual era o lance que acontecia ali.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Dentro da grande mídia tem a questão da concorrência e agente tinha uma visão, junto com outras mídias alternativas, de cooperação. Que foi uma galera com muito espaço de voz que construiu a Revista, uma galera que tem como ser escutada. Acho que essa não foi um grande desafio. Nosso maior desafio foi manter a Revista funcionando. Mas que a questão de ser escutada a gente não tinha a pretensão de ser um veículo de massa, super escutada, ou super acessada. Por isso talvez a gente não teve tanta dificuldade. A Revista circulava bem. Teve um período que a revista foi relevante, dentro de suas limitações de ser um veículo muito jovem. Mas acho que a gente conseguiu atingir certa relevância, de ser escutado.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, pessoas com deficiência)?

Acho que tem a importância dessas pessoas continuarem falando. O que eu sinto é que hoje talvez as pessoas não precisam mais de uma Vai dar pé, que as próprias comunidades e grupos estão se organizando e criando seus próprios espaços de comunicação. É fundamental e talvez mais fundamental do que o que a gente tem aí na grande mídia. E a gente precisa fomentar cada vez mais isso.

A Revista foi acabando aos poucos. Ela cumpriu uma função, pois era composta por jovens e toda a galera foi começando a se encontrar em outras ações. A gente foi minguando mas foi um processo natural. Mas cumpriu sua função de alavancar jovens profissionais para outras áreas. A gente tinha muita dificuldade de fazer dinheiro. E a gente não conseguiu fazer uma passagem de bastão para outras pessoas. A Vai dar pé cumpriu seu objetivo na comunicação e na vida das pessoas. Foi um coletivo, uma experiência muito importante para as 10 ou 15 pessoas que formavam o Núcleo duro e forjou todo mundo e as pessoas foram entendendo onde elas queriam estar. O fim da Vai dar pé não teve influência da pandemia.

Iuri – 32 anos – a Revista surgiu em 2014.

Vale PCD – Emanuel Castro

Visão geral do modelo atual:

Breve apresentação do Emanuel – com áudio descrição

Eu sou Emanuel Castro, tenho 35 anos, sou de Recife-Pernambuco, sou um homem ??? LGBTQIA+, sou pessoa com deficiência, ou pessoa com nanismo. Sou formado em cinema e recém formado em rádio e TV e co-fundador do Vale PCD, um coletivo que trabalha com dois recortes da pessoa com deficiência e LGBTQIA+.

Minha áudio descrição: Sou um homem branco, uso óculos quadrado, ao redor do óculos, ele é preto, tenho um cabelo castanho médio, curto, tenho uma barba um pouco cheia. Estou com a camisa de botão listrada como branco cinza branco cinza. Uso aparelho auditivo, mas não dá para perceber. Atrás de mim tem uma parede de planta. E é isso!

Essa é minha apresentação e audiodescrição. A gente sempre faz a áudio descrição pois é importante a questão da inclusão, isto é, a gente fala para todo o recorte de pessoas com deficiência, tanto pessoas com deficiência visual e pessoas cegas, para quem tem baixa visão. Por isso que é importante qualquer lugar de ambiente, fazer essa audiodescrição. E mais, colocar o interprete de libras, ou legendar o vídeo é muito importante.

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
O Vale é um projeto de Recife, a Priscila (outra co-fundadora) foi pra São Paulo, mas o projeto continuou. Tem pessoas da equipe em São Paulo, Salvador, Joinville, Curitiba. Está crescendo muito, mas originalmente ela é de Recife-PE e justamente por surgir esse projeto por que eu e Priscila, a gente não via pautas de pessoas com deficiência e LGBTQIA+. Procurava e não tinha informação, não tinha esse acesso. A gente tinha que primeiro fundar o Vale PCD, para trazer essa pauta da inclusão da pessoa com deficiência, representatividade e o protagonismo da pessoa com deficiência.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.

Na pandemia foi quando a gente começou. Antes da pandemia a gente já acompanhava os debates para tentar debater questões de acessibilidade e fazer essa escuta sobre o protagonismo das pessoas com deficiência. Na pandemia começou como uma live, a gente fazia lives com várias pessoas com deficiências de São Paulo, Brasília, todas as regiões... Atualmente, o Vale PCD oferece serviços como psicoterapia com pessoas capacitadas dentro do nosso recorte de pessoas com deficiência e LGBTQIA+. São pessoas capacitadas, preparadas para receber esse paciente que vai ser atendido. Tem também intérprete de libras e ela não vai sofrer nenhum tipo de capacitismo, nem lgbtfobia por que as profissionais, psicólogas, estão preparadas para conversar com esse paciente sem que ele sofre nenhum tipo de preconceito ou de capacitismo. Além, a gente o “Orienta profissional”, que é um apoio social para as pessoas que estão buscando o que querem fazer, seguir qual carreira. O Vale PCD recrutou uma equipe de RH, psicólogos para ajudar a orientar a pessoa no que ela quer seguir. A gente faz um perfil do linkedin, do profissional, a gente faz também uma conversa, uma sessão, com o interprete de libras se a pessoas precisar dessa tradução. O profissional vai orientando sobre o que vai precisar essa pessoa pro currículo, dentro do que ela está buscando.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

A nossa rede acontece pelo Instagram. Mas a gente tem um formulário para a pessoas, que a gente pega várias informações pra aproximar as pessoas.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu entendo que sou pelo recorte da gente falar desse assunto da deficiência a partir do recorte das pessoas LGBTQIA+, desconstruir e reconstruir de uma forma melhor, mais humana, de empatia, eu entendo como isso. A gente fala sobre conscientização, da pessoa que está aprendendo a partir do ambiente de de lazer, educação, trabalho e todos esses diversos espaços que as pessoas com deficiência frequentam.

Como a gente se propõe a falar para outras pessoas de um assunto que nem todo mundo entende, temos que auxiliar, explicar, falar. Acho que é mais ou menos isso. Traz uma dimensão diferentes sobre a minha realidade para uma pessoa que não faz

parte dessa comunidade. Do meu recorte, de uma realidade minha, pra as pessoas que estão querendo apoiar, ou se aliar, qual a melhor forma delas poderem se posicionar, de se aproximar. A gente auxilia nessa parte de como fazer e de como não fazer.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

A gente abraça muitos recortes, mas dentro do nosso público, a gente abraça pessoas com deficiência e LGBTQIA+. O engajamento acontece quando a gente oferece esse palco das oportunidades de trazer uma visibilidade, de trazer essa inclusão, fortalecer o lugar de fala dela, mostrar que ele/ela/elo podem fazer parte e sentir o papel que ela tem, o direito dela. Muitas vezes, na prática, a gente não percebe a gente sente muita falta. Muitas vezes, a gente é invisibilizado. Ou tem que enfrentar uma barreira que muita gente não conhece, que é o capacitismo.

Pra quem não conhece, o capacitismo é um preconceito, discriminatório, contra as pessoas com deficiência, no sentido da condição de deficiência nos torna incapaz, ou que eu sou incapaz de ter uma autonomia, independência. Então o capacitismo é tão grande essa palavra, mas é o preconceito contra as pessoas com deficiência que nos coloca vulneráveis, no sentido de nos considerarem inferiores, ou infantilizam a pessoas com deficiência, ou tratada com dó. Antes da deficiência, nós somos pessoas, então a gente busca pelos nossos direitos.

O capacitismo tem diversas formas: a física, a arquitetônica e social, que é o que envolve a prática atitudinais. Quando eu falo de atitudes, de tratamento, vai muito no sentido de entender como a pessoa gostaria de ser tratada, como você gostaria de ser respeitada, como você gostaria de ser recebido a esse evento, a esse público, a esse lugar.

E, muitas vezes, pessoas sem deficiência, quando não tem informação elas não se direcionam, ou têm medos de se aproximar de uma pessoa com deficiência. Não se direciona e coloca a gente dentro de uma caixinha fechada que nos coloca como incapaz. E a gente pode fazer muitas coisas lutando pelo nosso direito, lutando pela adaptação, pela acessibilidade, pela inclusão, pelo nosso lugar de fala, de onde a

gente pode trabalhar onde a gente quiser, desde que o currículo tenha a mesma potencialidade.

E quando eu falo em empatia, a primeira coisa da empatia a gente fala logo de espelhar, é o meu espelhar a outra pessoa, ao meu ver. E onde surgiu isso?

Porque quando eu falo em espelhar a outra pessoa é você se ver, é como você gostaria de ser respeitado, como você gostaria de ser tratado nesse ambiente, e não ser tratado como uma pessoa que está ali e é objetificado, ou que nos tratam de forma muito exagerada. Nós estamos lutando pelo nosso direito como pessoas, como a gente deveria viver o nosso dia a dia. A violência acontece com a falta de acessibilidade, arquitetônica, é com a falta de atitudes, é com a falta de Lei Brasileira de Inclusão, que é a acessibilidade pragmática, está ali a lei, mas na prática não aparece, não acontece. E a gente não quer ser lembrado apenas em um mês, em setembro que é o setembro verde, é a luta da inclusão das pessoas com deficiência, mas tem o ano todo para se falar sobre. A gente não quer ser lembrado apenas em um mês. É importante a data, mas a gente tem todo o ano para debater, ter essa conversa. Por exemplo, a minha militância já veio desde a época da minha escola. Porque assim, ... não tinha uma rampa, não tinha acessibilidade, eu pensei assim: 'o que é que essas crianças, esses adolescentes, que vão entrar nessa escola, como ela vai se sentir. Se eu, naquela época, usava um carrinho e ainda uso um carrinho, por que eu uso uma prótese do lado esquerdo da perna mas eu tenho um carrinho também. Só, que naquela época eu não tinha uma prótese. Eu usava um carrinho, tipo um velocípede. Então, eu descia do carrinho, ou pegava o carrinho para subir, as pessoas me ajudava, mas eu não queria ajuda das pessoas. Eu quero minha própria autonomia, a minha liberdade de poder me erguer sem precisar da ajuda de ninguém. A melhor autonomia possível, que puder.

Foi aí que eu pensei: vou tentar conversar com o diretor. Conversei com o diretor da escola. A argumentação foi muito importante, não precisou discutir, era falar como está e dialogar pra que se ponha isso em prática, a acessibilidade. Ele põe a rampa, elevador, e outras como interprete de libras, máquina de braile para pessoas com deficiência visual e pessoas com deficiência auditiva, interprete de libras. Então o colégio não era um colégio separatista, era um colégio incluso, todo mundo estava no mesmo ensino, quando eu falo de uma educação inclusiva. Eu sou pessoa com deficiência mas eu estva em uma turma com alunos que não têm deficiência, estava todo mundo junto. Isso é importante, conviver com o outro. Então é caminho para

quem já vem há muito tempo de criança. Eu comecei a sofrer mais a partir de 2014, quando eu comecei a sair desses locais. E aí eu enfrentei muitas barreiras e essas barreiras é relegada para as pessoas com deficiência. É essa estrutura arquitetônica que atrapalha, que não tem essa pauta. Então, lá em 2014, quando eu procurava a pauta da pessoa com deficiência, não vinha um interprete de libras, não tinha um cardápio em braile, não tinha uma rampa, não tinha qualquer questão de equidades. Quando eu falo de equidade, eu falo de forma que ela ofereça oportunidade para aquele indivíduo que vai necessitar de algo específico. Sei eu estou em um evento, ela vai ter uma plataforma maior, por que eu penso nas pessoas com nanismo, cadeirantes, muletantes, para poder assistir esse show, diferente de igualdade, que oferece o padrão único para todos. A equidade vai oferecer o que é específico para aquele indivíduo, naquela oportunidade, para aquela pessoa, sobre o que ela vai precisa.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

O meu lugar de fala de interseccionalidade, eu, pessoa com deficiência, homem cis, bissexual. Esse é o meu lugar de fala. Mas, quando falo do Vale PCD, eu estou trazendo diversas falas das pessoas com deficiência, LGBTQIA+, quando a gente é semelhante, a realidade é muito semelhante de um pro outro. E muitas vezes a gente é invisibilizado, desafiado, é a gente não quer desafio, a gente quer lutar pelo nosso direito, pelo nosso lugar como pessoa, e a fala do Vale PCD é uma fala de todos esses recortes que foram silenciados por muito tempo, que foram muitas vezes, na época em que (eu me refiro à época porque desde 1970 já existia o capacitismo), mas isso vem de muito tempo atrás, ela é estrutural. Quando eu digo capacitismo estrutural, da mesma forma que o racismo, ou a LGBTfobia é estrutural, eu tiro esse silêncio da gente falar o nosso direito, da gente ter esse lugar de fala. Dela poder falar essa vivência dela, ou dele, ou delo. No Vale PCD é como uma borboleta, ela tem as cores das asas. Então, cada um tem a sua forma, mas somos semelhantes às situações, então a gente dá esse espaço, dá esse protagonismo às pessoas com deficiência. Então, a voz do Vale PCD é são as vozes das pessoas com deficiência e LGBTQIA+.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

É a partir do momento que eu conheço o outro, ou a outra, a partir do momento em que eu começo a conviver com essa pessoa. Por exemplo, naquela época de 2013 e 2014, eu não conhecia outras pessoas com deficiência e por que? Por que eu sentia falta, porque as pessoas com deficiências não tinham informação desse local. Então, não tinha representatividade. Então, a gente quer trazer essa representatividade.

Por isso que essa palavra “a escuta” é a escuta do outro quando a gente começa a conviver. Quando a gente respeita, escuta, olha nos olhos pro outro falar. E tem esse respeito de escutar a vivência do outro, sem que a pessoa aponte e julgue. É respeitar e sentir aquele incômodo daquele que foi silenciado por muito tempo daquilo que ela precisava falar há muito tempo, quando é de forma de superproteção pela família, quando é de fala estrutural pelo capacitismo no ambiente de trabalho, é muito desvalorizado ou supervalorizado demais que atrapalha.

A gente tem a psicoterapia. Temos uma equipe de psicólogos e psicólogas que ajuda essas pessoas com deficiências pra não passar nenhum tipo de constrangimento, nenhum tipo de capacitismo, por que muitos psicólogos, outros psicólogos, não tinham preparação, não sabem informação do que é essa palavra “capacitismo” ou como é trabalhar com uma pessoa com deficiência. E não eram preparados. Teve muitos psicólogos e psicólogas há muito tempo que não entendia sobre trabalhar com uma pessoa com deficiência. Então a gente tem uma equipe do Vale PCD que a partir da nossa vivência e da nossa experiência dessa escuta um do outro. Eu não apontar, eu não julgar, eu dar esse direito de escuta, eu entender sobre a realidade daquela pessoa é muito deferente da minha, mas muito semelhante por causa dessas barreiras. No Vale PCD, além da escuta, ela tem um lugar de fala também.

Como é produzir comunicação sobre pessoas com deficiência, para pessoas com deficiências, em espaço não inclusivo ou acessível? A partir de quando as pessoas procuraram informações com a gente, comigo, Piscila e Jonas Massaro, de saber daquela informação se é acessível, se é sobre esse assunto que muita gente não conhece. Então a gente trabalha de várias formas e diversos tipos e formas de comunicação, como por exemplo, a palestra de conscientização, o workshop, a psicoterapia, o orientador profissional do Vale PCD, a gente oferece consultoria para evento também. Vai ter um role, uma festa e as pessoas procuram a informação, assessoria da gente, a gente dá um suporte. A gente vai lá, faz o suporte, procura essa questão de vagas para pessoas com deficiência, pras pessoas com deficiência, trabalha nessa questão de equidade, a gente leva abafador de ruído, interprete de

libras, pois é muito importante. Se é show, ou é uma festa, as pessoas com deficiência que vão ali é importante dar o suporte o máximo possível. A gente olha se tem rampa, se tem banheiro adaptável, olha se tem cardáio em braile, e a gente vai sugerindo que isso não falte nessa festa. Além de fazer a consultoria, a gente faz a vistoria no local também. Então a comunicação vai ficando mais ampla quando vai entrando em contato com a gente. Também dou palestra de conscientização na universidade, na escola, em algumas empresas, que não tem informação de como é lidar com a questão da vivência em uma pessoa com deficiência, ou do que ela vai precisar, para ela não sofrer nenhum tipo de capacitismo ou de falta de acessibilidade, pois muitas vezes deixar de lidar e prefere pagar uma multa por conta dessa cota.

A gente não quer só estar na cota, a gente quer ser produtivo, a gente quer trabalhar e quer estar ali porque é importante estar no lugar por causa do meu currículo, porque qualquer pessoa com deficiência está ali. Pelo nosso direito. Então a gente prepara essas pessoas, profissionais ou empresas para que ela luta contra esse capacitismo, que esteja mais preparada quando receber e conviver com essa pessoa com deficiência, avaliar de uma forma empática e escutar o outro quando você está fazendo uma entrevista de emprego ou quando você está recebendo uma pessoa com deficiência sabendo de como é a melhor forma de melhorar aquela estrutura. Os funcionários, o ambiente de trabalho, é tudo. Então, a gente avalia de forma geral. Que bom que o Vale PCD está sendo chamado, está sendo conversado, por que a gente não via nenhuma associação como a nossa. Por que tem algumas que falam, mas na prática não tem. No nosso Vale PCD a gente está pondo isso na prática. E quando é vaga para pessoa LGBT, colocam geralmente aquelas sem deficiência. A gente quer pessoas ali que fazem parte do recorte.

E a comunicação é a partir da gente.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Psicopetrapia, orienta profissional e as redes sociais, como o Instagram, justamente trazer as pessoas com deficiência que se identificam com a nossa realidade procuram pela visibilidade, que procuram ser escutadas a partir das nossas vivências e que trazem também as suas vivências.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Eu acho que a dos eventos, que a gente dá suporte, da consultoria, por que muita gente que quer ir pra um evento não conseguem ir. Muita gente com deficiência deixava de ir para esse evento por que não tinham informação nenhuma de acessibilidade, se tem interpretes de libras e acontecia muito de não ir. Ainda tem muito que melhorar, mas a gente está dando esse suporte. Nós, pessoas com deficiência a gente traz as pessoas e damos o suporte o máximo possível para que tenha acessibilidade atitudinal e arquitetônica no local do evento. Então isso é inovador de trazer essas vivência e experiência de trabalhar juntos, nós pessoas com deficiência.

Em 2013 ou 2014, quando eu ia pra a festa LGBTQIA+, da inclusão, e as pessoas com deficiência? E outras pessoas que estão chegando ali. Cade a questão, além do tratamento de questões atitudinais, cadê a questão de acessibilidade? Não tinha. Ainda não tem em alguns lugares. E a gente sentia falta e outras pessoas entravam em contato comigo para saber se aquele local era acessível ou não. Da próxima vez eu tiro uma foto e trago essa informação para vocês. Então, era uma chuva de mensagens naquela época para saber se o local era acessível ou não. E muitas vezes eu decidi ir por que tem escada, porque é areia, e eu não me dou muito bem com areia, eu uso um andador para me locomover. Aí, a minha amiga, que ela é uma pessoas com deficiência, ou ela vai antes pra ver, ou eu vou, mas aí eu preciso de suporte nessa hora pra saber se é acessível. E quando não tem, a gente traz esse suporte. Coloca uma rampa, ou uma plataforma, de alguma maneira... E quando realmente é inacessível a gente não aconselha, para que nenhum sofra de pagar uber, vai e volta... se o evento não tem acessibilidade, como é que ele vai? Aí vai precisar de suporte. Mas a gente quer autonomia, a gente trabalhar a autonomia da pessoas com deficiência fazer parte ali, que todo mundo participe, que todo mundo seja incluso, e não só na boca, mas digo na prática.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Respeito, empatia, militância a partir do posicionamento que não tire seu direito, que você busque por esse direito e que desse direito você possa aproveitar e participar e ser incluso em todo evento, seja de educação, empresa, lazer, onde for... pois o lugar das pessoas com deficiência é onde quiser, ocupando papel de liderança, papel de representatividade, gerando essa visibilidade, juiz, ou médico, ou engenheiro, que

tenha pessoas com deficiência nesse trabalho. Ou num debate, eu quero pessoas com deficiência e LGBTQIA+.

Do meu lugar, acho que veio a minha militância, desde a época da escola.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Capacitismo, a falta de acessibilidade, falta de atitude, atitudinais, do respeito. É negada essa estrutura para um corpo de pessoas com deficiências. Por nós pessoas com deficiências, a gente participar, a gente quer estar incluso ali, ou em qualquer lugar.

Tem pessoas que não estão preparadas, ou que ignoram, a falta de empatia, a falta de atitude, não apenas no sentido físico, mas também sociais.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Não ser invisibilizado, algumas pessoas não estão preparadas, preferem ignorar. E o capacitismo.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Acho que tem, hoje, uma mulher muito importante representante, que é a Frida Calo, que é uma pessoa com deficiência e muita gente fala dela por ser mulher mas esquece que ela é uma pessoa com deficiência. É esse silêncio e essa questão do capacitismo estruturais quando fala de silêncio, de apagar a nossa existência. A importância é tipo, Frida Kalo era uma pessoa com deficiência, trazer essa representatividade no sentido de hoje a nossa existência como artista, como profissional, como na arte, a representatividade de eu poder me sentir representado pela mídia, poxa, tem uma pessoa com deficiência ali no filme, nos desenhos, e a gente não via muito isso. Na minha época não tinha isso. Então, hoje, que bom que está trazendo mais sobre esses temas, que bom que está sendo trabalhada essa referência e pra gente trazer essa referência é muito importante para a nossa representatividade, de pessoas com deficiência se sentirem apoiadas, acolhidas, protagonizadas, nesse papel.

A importância de valorizar o lugar de fala, de trazer essa representatividade, na arte, na educação, na comunicação. Eu não quero ver só eu no meu trabalho mas saber

que tem outras pessoas com deficiência, LGBTQIA+... A gente sempre diz que sempre estivemos aqui, mas a gente quer fazer parte dessa vivência, de todos os recortes. O vale PCD é muito importante por que abraça a escuta e abraça de ser aliado. Ser aliado é lutar pelos nossos direitos, é apoiar as pessoas com deficiência, é se informar, assistir documentários e tem uma serie muito legal, special, que o diretor é pessoa com deficiência e LGBTQIA+ e ele é diretor PCD também e ator. É muito importante se sentir presente, estar ali também. É importante ter esse reconhecimento.

Viração Educomunicação – Paulo Lima

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
A Viração se tornou um mais internacional sobretudo depois de 2009, quando eu vim morar na Itália. E sobretudo, depois de 2012, por que a gente participou e criou junto com parceiros da Argentina a campanha Rio Mais você, pra acompanhar os 20 anos da Conferência do Meio Ambiente das Nações Unidas. E esse é um projeto internacional, do qual participaram 120 adolescentes e jovens de 16 países da América Latina, mais jovens da Itália, e ali nós decidimos da Viração continuar nessa rede internacional cuidando da cobertura jornalística e educacional das Conferências ONU sobre Mudanças Climáticas (COPs). Então, já em 2012, em dezembro a gente participou no Catar e de lá pra cá a gente levou mais de 150 jovens da Itália e do Brasil para fazer a cobertura educacional.

Aconteceu que a Agência Jovem de Notícias, que era um programa nacional da Viração, não mais um projeto, se tornou bem mais internacional. Por que a gente criou o site da Agência Jovem em italiano, espanhol, inglês. E agora, eu estou na função na Viração de diretor internacional cuidando da participação da Viração na Rede de Jovens produtores de comunicação em nível internacional, através dos quatro sites da Agência Jovem de Notícias e sobretudo durante as COPs. Então, há mais de 10 anos que a gente está participando da COP e nos tornando referência internacional nesse sentido, que é uma cobertura feita por jovens, para jovens e com jovens.

Além disso, a gente tem atuação aqui com alguns países europeus por meio do projeto Vamos cuidar do Planeta que começou no Brasil em 2003, se tornou internacional e agora acontece apenas na Europa, e não mais no Brasil. E esse projeto reúne nove países europeus, a Viração é a coordenadora desse projeto na Itália e a cada três anos a gente faz um encontro europeu, onde participam jovens desses nove países europeus e entre eles Portugal, Espanha, França, Polônia, Dinamarca, Turquia, ...

Com a pandemia tudo mudou. As coisas foram se desmobilizando mas a gente continua fazendo trabalhos em parceria com a Associação Portuguesa de educação Ambiental, que existe há mais de 30 anos em Portugal, desde 2015 que a gente trabalha juntos. Eu faço formação e gente da equipe da Viração no Brasil, fazemos formação em educação para professores e estudantes dessa Rede Aspea. E na França a gente também atua.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. A Viração vai fazer 20 anos a partir de março do ano que vem, com uma história de muitas transformações em relação ao modo como ela está atuando em comunicação. Digamos que a principal tecnologia atualmente, com a qual a gente está tendo maior alcance cotidiano é um robô no Whatsapp, do projeto “You report”. São mais de 100.000 adolescentes cadastrados que participam de enquetes cotidianas. Essas enquetes se transformam em conteúdos, que vão para a AJN e conteúdos que depois são transformados em comunicados pelo próprio Unicef e que chegam na grande mídia. Recentemente, uma das enquetes que a gente fez foi sobre a importância do voto aos 16 anos, e a gente foi parar duas vezes no Jornal Nacional, no horário nobre de um dos principais jornais televisivos do Brasil. Então, a gente está atuando na linha de frente com o uso de novas tecnologias através desse robô.

Uma outra linha de frente com relação à comunicação é esse programa internacional chamado Agência Jovem de Notícias. E por quê? Porque a gente conta com parcerias na Argentina e na Colômbia, no caso aqui na Itália e no Brasil, a gente tem uma rede de jovens que produzem conteúdos, diferenciados em vídeos, textos e fotos também, em multilinguagens. Começamos um piloto no Brasil em que a cada seis meses a gente lança um edital para novos colaboradores. A gente está selecionando 20 novos colaboradores por semestre, na verdade chegaram 128 inscrições de todo o Brasil, de jovens que querem comunicar através da Agência Jovem de Notícias, narrar os seus territórios. Então, a gente tem alguns critérios, que vai desde raça, etnia, gênero, diversidade regional no Brasil e a gente está com esse piloto agora e a gente faz a mesma coisa na Itália, e vamos fazer na Argentina e na Colômbia. Esses jovens produzem conteúdo na própria língua e alguns desses conteúdos que têm respiro internacional são traduzidos e compartilhados no site em inglês e nas redes sociais. Cada site tem suas redes sociais, seja no Instagram ou no Facebook. Além disso, uma vez pro mês, dois jovens representantes de cada país se encontram pra definirem pautas juntos, pautas internacionais, e então eles entrevistam em seus países suas fontes e tem um rodízio de quem faz a edição. Esse é o nosso plano. Não foi ainda realizado, daqui pra frente a gente ter essa rede atuando de forma muito transversal e autônoma também. E em cada país nós temos um referente.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Eu acredito que esse caráter de inovação, de querer chegar junto e responder junto com os novos tempos. O ponto de partida foi uma revista impressa, onde a comunicação com os produtores de mídia acontecia através de cartas. Não era nem e-mails. E agora a gente chegou no top atualmente, que é um robô. Saímos do impresso e passamos para um robô, por meio de uma plataforma de mensagem instantânea, que é o whatsapp. Então, essa versatilidade, essa busca, esse não se acomodar com o que a gente conseguiu ou aonde a gente chegou até agora, com as respostas que a gente encontrou até agora. Esse não se contentar, essa coisa que eu sempre falava de não ligar o piloto automático, de não ter aquele cheiro de naftalina, essa busca por esse frescor nos ajuda e estar nos reinventando a cada dia. E isso é legal, porque a gente fez agora um planejamento em julho e a gente foi vendo como é que a gente quer celebrar os 20 anos. Vieram vários modos é a ideia é sempre essa, como podemos inovar até na celebração dos 20 anos, que não é um ponto de chegada, é um ponto de re-partida, de repartida, de estarmos buscando respostas novas para novos desafios, para novas questões. Então, a gente está agora com o principal instrumento de comunicação e de mobilização e quem sabe se daqui pra frente a gente vai estar atuando mais com inteligência artificial, não sei, quem sabe. Então a gente está buscando sempre avançar em novas fronteiras também nesse campo da comunicação e empoderamento de adolescentes e jovens por meio da comunicação.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu sempre atuei nesse campo da chamada comunicação alternativa. Desde que eu tinha 14 anos, quando eu conheci Paulo Freire, e atuava na favela com o método Paulo Freire, na alfabetização de adultos lá no Largamar, na periferia de Fortaleza. E o fato de ter sempre atuado na comunicação alternativa com esse viés de que o comunicar é um ato político, a gente se comunica para transformar a nossa realidade, o compromisso social, as causas sociais, isso foi perene em toda a minha vida. Hoje eu estou com 55 anos. E isso também foi se transformando. Teve um momento da minha vida que eu fui fundador de jornais e revistas e teve um momento que voltou aquele Paulo que era um educador já nos anos 1980, quando a palavra

educomunicação não existia ainda. Como dizia Paulo Freire: primeiro a gente faz, e depois a gente dá o nome. E o Ismar de Oliveira, junto com o NCE deram um nome a isso e eu me apresento hoje como um sonhalista, um sonhador, idealista e socialista e também como jornalista, educador e empreendedor social. Eu tenho essas três identidades dentro de mim.

Jornalista porque eu mesmo procuro narrar o meu mundo, o meu cotidiano através das redes sociais, através de pautas que a gente vai encontrando e compartilhando com as equipes com as quais eu trabalho. Educador porque eu atuo dentro e fora da escola em processos e atividades educacionais. Aqui na Itália eu faço de tudo, além de cafezinho... desde criar recursos pedagógicos pra oficinas, até a realização dessas oficinas e workshops. E tem um lado também empreendedor social, ou seja, no sentido de projetar, de captar recursos, buscar a criação de novos projetos. Então, essas três habilidades se tornaram também identidades minhas e elas estão confluindo em um mesmo caminho. Então, tem momento do meu dia que eu sou empreendedor, tem outros momentos que eu sou jornalista, tem outros momentos que eu sou educador. Mas sempre um sonhalista.

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

Na realidade são dois públicos. Primeiro os adolescentes, entendidos como sujeitos de direitos políticos também. E nesse sentido a Viração aprendeu muito com um Grande parceiro chamado Unicef, assim como o Unicef aprendeu muito também com a Viração. O Unicef hoje tem um conselho de adolescentes, que foi uma proposta da Viração desde o começo, em 2005, quando a gente criou os Conselhos Virajovens e eu falava para o Mário Volpi: eu não posso conceber uma organização que trabalha com adolescentes e que não tem um conselho de adolescentes, até porque isso está prevista na Convenção Internacional dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes. Então, o adolescente foi desde o começo da Viração o principal ator de todos os nossos processos. A gente, quando nos tornamos independentes juridicamente, da Associação de Apoio dos Meninos e Meninas da Região da Sé, a gente quis criar, dentro da própria diretoria, ter dois adolescentes. Que inclusive, uma delas hoje, depois de quase 20 anos, é a presidenta da Viração, que é a Simone. Ela e o Luciano estavam no começo. (Simone foi eleita deputada estadual) Ela tem uma forte trajetória política, é uma grande liderança negra também. Pra mim é uma honra poder ter

influenciado esse caminhar da Simone, porque é uma prova de que a gente estava no caminho certo. O empoderamento de adolescentes não se dá apenas no escutar dos adolescentes e suas propostas, mais sim em criar meios, mecanismos, instrumentos para que eles possam se empoderar a ponto deles mesmos dizerem o que querem, fazerem propostas e exercerem a plena cidadania.

O segundo público da Viração são os educadores, não apenas da educação formal, mas também todo mundo que está na educação não formal e também que fazem parte de uma educação mais ampla. E isso é interessante por que? Porque quase uma vez por mês, já na época que a gente tinha a Revista mensal, tem editoras de livros didáticos que mandam e-mails pedindo autorização para replicarem no livro didático algum conteúdo da Agência Jovem, por exemplo.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

O lugar de fala da Viração é de mediadora, de mediação. A gente até brincava no começo com essa coisa de querer criar palavras novas, eu dizia pro Ismar que a gente não queria ser mediador, mas midiador. Mas acho que o melhor, nessa linha do Martin Barbero, é de mediador mesmo. A gente procura mediar todo e qualquer processo educativo e comunicativo para que esse público adolescente possa fazer o que quiser, dizer o que quiser, narrar o que quiser. A gente tenta melhorar a qualidade dessa participação para não manipular esses processos. Claro que com todas as contradições. Ninguém é perfeito. Nenhum processo educomunicativo é perfeito, porque nós somos imperfeitos. A gente convive com essas contradições.

Essas contradições educomunicativas em relação ao processo de mediação elas sempre vão existir porque a gente está sempre buscando esse equilíbrio dinâmico: às vezes a gente põe uma mão demais, ou de menos; manipula demais, manipula de menos, apoia demais, apoia de menos; às vezes é um pouquinho paternalista ou então soltou demais. Então, buscar esses equilíbrios dinâmico nos processos de participação é o que a gente sempre buscou. Então, o lugar de fala é um pouco esse, de mediar.

Nós adultos mediadores, ou jovens... e isso é interessante, pois sempre na equipe da Viração, a média de idade é muito jovem, entre 25 e 30 anos a média de idade. Então, eu mesmo, não sendo mais jovem cronologicamente, eu sempre busquei respeitar isso. Às vezes não sou eu, mas as pessoas que estão na equipe. Nas entrevistas, ou

na participação em eventos, a gente sempre buscou isso de: deixa a galera participar. Vai um, vai outro, vão em duplas.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

O lugar de escuta da Viração é antes de tudo as reuniões de equipe que a gente faz. A gente dedica sempre o momento da mística. Agora, nos dois últimos anos, com a pandemia, não é mais 15 minutos, virou meia hora, às vezes até uma hora, que é o momento da escuta. Escutar o que? Escutar a gente mesmo, as emoções da equipe, escutar nossos sonhos, desejos, medos que a gente tem. Ao longo desses 20 anos, a gente perdeu muita gente... muita gente boa. Então, o lugar de escuta, antes de tudo, é um lugar que a quipe tem que se escutar. Por que, se a equipe não se escuta, não tem condições de escutar os chamados beneficiários dos programas, os participantes dos projetos. E, quando a equipe se escuta, a gente procura ajudar a equipe a desenvolver uma escuta autopessoal. Então, tem momento de mística que a pessoa se escuta sozinha, e ela traz coisas dela, reflexões e intuições. Depois a equipe elabora junto.

Acho que antes de tudo é um lugar de escuta para que? Para que a educomunicação seja feita, antes de tudo a partir da própria organização. Porque as vezes é fácil utilizar a educomunicação como metodologia, como instrumento... Mas a gente quer utilizar e educomunicação para sermos alguma coisa. Não é para fazer, mas para ser. E ser aqui, na linha do que dizia Paulo Freire: sermos mais, não sermos menos. Então, como podemos ser mais gentis, mais criativo, mais respeitosos, mais éticos... e por aí vai.

O lugar de escuta da Viração é durante a realização das projeções. Quando a gente está escrevendo projetos que a gente procura também escutar os adolescentes que participaram para saber o que eles acham, como podemos melhorar o próprio projeto, ou outros potenciais projetos no futuro. Uma outra coisa, quando a gente escreve os projetos, a gente deixa pelo menos 50% de atividades dizendo que a gente vai realizar e projetar atividades junto com os adolescentes que vão participar daquele projeto, o peartopear... a educação entre pares.

E o lugar de escuta da Viração também é a escuta do contexto social, cultural, político... porque a gente não pode estar desenraizado desse Brasil de hoje, desse contexto político. E aí, escutando o contexto através de partilhas e pensamentos de

peças da equipe, ou de peças de fora da equipe, que nos ajudam a entender, a fazer uma análise de conjuntura, a gente passa também a oferecer pra sociedade um posicionamento político da Viração. A gente fez isso sempre em relação ao 13 de maio, à luta contra a exploração sexual de crianças e adolescentes e tantas outras temáticas também.

A cultura organizacional é uma cultura viva. Então, sempre cada pessoa que entra na Viração, eu digo sempre, quase como um mantra: “quem entra na Viração tem a oportunidade de aportar, de trazer novidades. Sinta-se a vontade para tirar as coisas do lugar. Do lugar também ideológico, de ideias, não apenas do lugar, da sala física. Mas por outro lado também, sinta-se com abertura para ser motivado por uma cultura organizacional que foi sendo construída ao longo de 20 anos por outras pessoas que passaram e que também aportaram coisas. E isso é um grande aprendizado.

Isso quer dizer que nem todo mundo na Viração comunga do que eu estou dizendo. Mas essa é minha visão da Viração ao Longo desses 20 anos.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Antes de tudo, quando a gente está atuando com nossos públicos, a gente implementa questionários, para saber a percepção sobre determinados assuntos. Escutas, antes de tudo, do próprio corpo, que é o nosso principal instrumento de presença nesse mundo, de participação. Então, tem questionários, tem oficinas voltadas para a questão da escuta.

E tem um ponto importante que é a escuta dos parceiros. A equipe escuta ela mesma, escuta os beneficiários, os participantes, escuta os parceiros financiadores. Mas é uma escuta ativa. Não é passiva. Não é porque o Unicef vai financiar determinado projeto que vai dizer como é que a gente vai fazer. É uma escuta de disputa. É uma escuta dialética. Debate, rebate até chegar a um ponto mais comum das coisas. A escuta dos parceiros é muito importante. E a escuta da comunidade. Então, Às vezes quando a gente vai atuar em algum território, a gente procura ver quais são os sujeitos dos territórios, os atores e as atrizes e o que eles querem, o que acham da nossa presença ali, ou como a gente poderia fazer determinada coisa.

As metodologias vão se transformando, pois a educomunicação feita pela Viração é uma educomunicação diferente de qualquer outra organização, por ela é adaptada. A gente tem os pilares, as linhas mestras, digamos assim, mas ela é adaptada às vivências, aos saberes coletivos de determinada comunidade, como é da Viração. A

equipe sempre renova sempre essa metodologia. A Viração foi uma das poucas organizações que, não atuando diretamente com a questão LGBTQIA+ fez um edital para selecionar uma trabalhadora trans, por exemplo. Então isso enriqueceu muito a equipe. A questão de pessoas não-binárias, enfim, tudo isso enriqueceu as metodologias por que são olhares diferentes, e então é uma metodologia que vai se transformando também. Ela não é engessada. E as pessoas notam isso também. Quem é de fora nota isso. Então, a própria questão da mística, quando eu trouxe, eu não sei se têm organizações, do campo da educomunicação, que fazem coisas como a gente faz. Coisas meio loucas. Então eu acho que é isso, são metodologias que estão se transformando, não são engessadas e não são definitivas.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

A gente não se contenta com as respostas que a gente vem encontrando no dia a dia. Trago um exemplo. A gente criou uma matriz de tomada de decisão. Onde a pessoa que cuida dos serviços gerais da Viração, da limpeza, ela tem um poder de decisão. Em determinados assuntos. Não é a Helen, que é a coordenadora geral, que vai decidir certas coisas. Nessa planilha de tomada de decisão, um estagiário também pode tomar decisões, escutando determinadas pessoas, ou setores, com alguns instrumentos de escuta que a gente foi criando. E as novas tecnologias colaboram muito para a escuta também, e isso é interessante. Então, essa coisa é legal, por que esse foi um grande achado nosso também porque a gente vai melhorando, a equipe se transforma, a gente vai aprendendo, trazendo coisas novas, e por aí vai.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Capacidade de entender o seu lugar neste mundo, nesse presente político, social, nesse contexto de território, junto com outras organizações. Então procurar se entender. Antes de tudo, acho que é a capacidade de escutar a si mesma. E não são reuniões de equipe para ver tarefas, não é reunião de equipe para ver o que cada projeto está fazendo, sobre as tarefas. São reuniões para a própria equipe se escutar. E quando a organização se escuta, e se ela escuta o mundo que está ao redor dela, ela se torna inovadora, porque ela vai perceber certas coisas que antes não percebia, . Porque ligar o piloto automático, fazer sempre projetos e tal e não parar para estar em si mesma... eu acho que é uma capacidade importante de estar em si mesma.

Fortalecer uma capacidade de autoescuta. E criar instrumentos para que a própria equipe possa se escutar e de forma horizontal. E aí entra uma gestão democrática e muito horizontal.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Acho que, mais que barreiras, são desafios que a gente está encontrando é ajudar os colaboradores a entenderem que estão dentro de uma organização social, que não estão dentro de uma empresa com fins lucrativos. Uma organização social não quer dizer que vai precarizar o trabalho, ou as relações. Não é isso. A gente não quer que as pessoas sejam mal pagas, ou que sejam exploradas. É de entender que tem uma causa por trás. Uma organização ela foi criada para uma causa. Qual é essa causa? É a nossa missão, de criar meios, instrumentos, para que crianças, adolescentes e jovens possam ser empoderados, e viverem sua plena cidadania. E esse se torna um desafio, pois a equipe vai mudando

Outra preocupação nossa é uma busca de diversidade de olhares. Às vezes, uma organização de comunicação é bom ter todo mundo jornalista. Não... Todo mundo da área de comunicação? Não. A gente procura diversificar os saberes e os olhares e isso ajuda muito no poder de escuta da equipe pro mundo que está em torno da gente e dos nossos participantes dos projetos e das atividades. Então, acho que é essa competência da transdisciplinaridade, de poder transitar em diversos saberes e olhares coletivos e individuais.

Uma outras coisa importante como competência é que é muito importante o indivíduo dentro desse coletivo. Valorizar o pessoal, junto com o coletivo, por que senão a gente corre o perigo de privilegiar o coletivo, sem valorizar o indivíduo, as pessoas. Eu sempre falo que nessa nova cultura da sustentabilidade, é importante a gente sair de um egocentrismo para o coletivo, só que é importante, nesta passagem, a gente não perder de vista que as pessoas, os medos, as emoções delas são muito importantes. Escutar essas dimensões psicológicas individuais são fundamentais para fortalecer esse poder de escuta da organização. E isso já aconteceu várias vezes. Parem as máquinas, tire um mês de férias, não se preocupe com projeto, a gente dá um jeito. Então, levar em conta o indivíduo é muito importante pra gente não perder o valor dessas pessoas. Então, a tomadas de decisões vão nesse sentido também, de valorizar as pessoas. Se tem tomadas de decisões coletivas, mas é importante valorizar as pessoas.

Tem uma organização social, que tem uma diretoria, que é voluntária, Então, como é que a gente também cria meios, canais, instrumentos para que haja uma comunicação e uma sinergia par a equipe operativa e a diretoria institucional. Momentos de reunião, criação de documentos políticos, representação em algum evento, junto com alguém, ou algum jovem.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

A Viração, querendo ou não, é uma organização de pequeno porte. Embora a gente tenha na equipe hoje 18 pessoas, ela é de pequeno porte. Então, quando organizações pequenas têm menos entradas em mídias, em grandes editais, como os editais europeus, então, uma das barreiras é um pouco essa. Aliás, a gente sempre buscou um pouco isso de perguntar: quanto é que a gente quer crescer? Então a gente sempre fez uma autoavaliação e a gente não quer crescer tanto ao ponto de perder os nossos valores. A gente chegou a dizer não a certos financiamentos, que vinham de organizações, ou empresas que entravam em conflito com nossas cartas de princípios. Uma das barreiras eu acho que é essa. Embora nesses 20 anos a gente tenha um monte de prêmios nacionais e internacionais de reconhecimento por essa trajetória.

Eu acho que outra coisa importante é que organizações que atuam com crianças, adolescentes e jovens, acho que são visualizadas, ou reconhecidas, como de segunda categoria. Tem temas muito mais urgentes, entre aspas. Então, quando a gente começou em 2012 atuando mais de frente com mudanças climáticas, mais aqui na Europa e tal, tinha gente na equipe que dizia que não era um problema do Brasil. E na verdade era. Então, os direitos não podem ser entendidos de uma forma enviesada, pois são interdependentes. Então, às vezes uma barreira é uma falta de visão por parte de outras organizações, grandes ou pequenas que sejam. Pras pautas que a Viração tenta implementar. Sobretudo essa pauta do direito humano à comunicação por parte de crianças, adolescentes e jovens. Porque a gente está nesta sociedade adultocêntrica, que aqui na Europa é geriátrica. São os velhos que comandam. Então, o fato do publico da viração ser crianças, adolescentes e jovens e poder de fala, empoderamento, comunicação talvez seja uma barreira por parte de outras pessoas.

E é interessante, vou trazer um exemplo: quando a gente foi pro Pólis, a nossa ideia era estar junto de outras organizações para criarmos projetos juntos. Mas não foi fácil. Só agora a gente conseguiu trabalhar com o Pólis porque a ONU habitat nos procurou pra gente fazer um mega projeto com eles em Maceió e aí, como o Pólis já estava fazendo o projeto dele a gente chegou pro Pólis e falou: vamos fazer juntos, pra romper essa barreira. A gente está a anos trabalhando com mudanças climáticas e o Pólis também, e o Pólis nunca nos procurou para nos convidar para fazer algo juntos. Porque o Pólis é grande... Já a Ação Educativa a gente foi mudando isso. A gente está sendo mais requisitado pela ação educativa. E então, talvez depois de 20 anos a gente foi dizendo: olha, nós temos nossa altivez, e a gente hoje ainda não vai dizer sim pra tudo.

Outra barreira, talvez, é que a Viração com essa visão mais holística, de direitos muito ampliada, por conta dos participantes da equipe, representam diferentes campos de atuação nos direitos humanos, quem é lésbica, ou quem é trans, quem está mais no movimento contra o racismo e outros movimentos. Tem alguém que diz: e a Viração, que está no centro da cidade, vai querer trabalhar na periferia? Por que ela vem pra cá? Mas a gente é desterritorializada geograficamente e também nas pautas sociais. Então, o pessoal do Capão Redondo pergunta, porque vocês vem pra cá pra propor um projeto pra gente? O mundo é mundo e a gente reconhece o poder de fala e o lugar social de vocês, ou com o pessoal da Bel, lá em parreiros... Então tem essa barreira: estão lá no centro da cidade. Acho que uma coisa que a Viração também tem que repensar nos próximos anos é o lugar social onde ela está, no centro da cidade, de reconhecer aquele território como um território de missão, de atuação. A gente procurou fazer isso, é claro. Tem os cortiços, as ocupações... ou talvez a gente siga adotando territórios por 20 anos, junto com parceiros. E às vezes mais, é uma associação de São Paulo. Então como é que a gente trabalha isso também. A Viração foi criada por um cearense, negro e pouca gente sabe disso também. Então o que importa é como a Viração se apresenta para essas realidades. Se faz isso com uma petulância por ser de São Paulo, está errado, não é Viração. E é legal pois o pessoal chama a gente pra esses lugares, em Alagoas, no Maranhão... A gente fez um super projeto com a Secretaria de Educação do Maranhão no ano passado. Em Niterói, com as redes municipais de escolas. Então, acho que tem essa barreira de ser São Paulo, ser centro, ser pequena. Não sei se são barreiras, mas são coisas que vêm em mente.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+, crianças e adolescentes, pessoas com deficiência)?

Não é possível estarmos, sermos, atuarmos neste mundo não levando em conta essa diversidade de escutas. Quando a gente escreveu um projeto para o Instituto Paulo Freire, quatro ou cinco anos atrás, para criarmos momentos de formação para os educadores em direitos humanos, um projeto de cooperação internacional reunindo Viração Brasil, Viração Itália, Associação Janguada, Instituto Paulo Freire, o Gadot me trouxe um grande aprendizado deles na execução do plano dos direitos humanos da cidade de São Paulo. É que quando eles colocavam juntos representantes dos aposentados, junto de representantes LGBTQIA+, os idosos tratavam mal esse público. Pra nós, isso não pode existir, porque os direitos são todos direitos humanos. Pra mim, é muito importante ter esse olhar e essa prática ligada à diversidade. Isso enriquece muito a escuta por que se não é de todos, seria uma escuta enviesada de não estão marcadas por essa diversidade. Por que é importante? Por que pra responder aos atuais desafios que a sociedade nos impõe, ou a gente escuta e criamos canais de escuta qualificada, dessas populações e representantes de setores ou então a gente não ter uma transformação social radical, a gente vai estar enxugando gelo, vamos estar fazendo greenwashing, a gente vai estar arrumando a casa mas não transformando. Então quando a gente fala de, por exemplo, a questão do direito intergeracional, as futuras gerações têm o direito de habitar em um planeta assim como a nossa teve e em condições melhores do que a gente encontrou. Mas isso não está claro, não está dado para os outros atores na luta por direitos humanos. Essa questão do direito intergeracional não está tão simples assim de ser aceita... Essa é uma dificuldade, pois foi difícil colocar no preâmbulo do acordo global por justiça climática em Paris essa questão, entrou no final do segundo tempo, uma frase que parece o óbvio para nós que atuamos com crianças, adolescentes e jovens. Mas, para uma população, uma pessoa que está muito com essa visão muito enviesada, pras novas gerações isso não está claro.

Então, eu me pergunto também se os grandes atores e atrizes que atuam com direitos humanos se estão abertos há uma nova geração de direitos humanos, de direitos sexuais e reprodutivos de adolescentes, isso não está dado e nem todo mundo concorda com isso. Pessoas que atuam com direitos humanos também. Tem uma geração de direitos humanos novos, que se a gente não tiver essa escuta qualificada

a gente não vai conseguir responder aos novos desafios que o mundo está nos colocando.

Mas essa escuta qualificada, volto a dizer, reforçar ela parte de uma autoescuta para uma organização.

O Youreport, o robô, vai muito nessa linha. A gente faz perguntas e as adolescentes respondem, e depois se transforma todas as opiniões, votações ... Ele é muito de escuta. Então o tema da pandemia, a saúde mental ficou muito em voga...

Visibilidade Indígena – Isabela Santana

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?

Eu vejo que a gente tem um alcance nacional principalmente. A gente também tem um alcance internacional, mas em sentido de seguidores de redes sociais, é nacional. Mas a gente já participou de eventos internacionais e tais.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação. O visibilidade indígena é uma plataforma, que começou no Facebook em 2017, com uma página e um Blogspot, e foi crescendo. Eu cuido do Instagram.

Foi fundado por Katumirim, uma artista. E na verdade, depois de Katu, que foi cuidar mais da arte dela, eu fiquei cuidando das redes, principalmente a partir de 2018 e 2019, que eu comecei a pegar firme no visibilidade.

Então, basicamente é uma plataforma, fundada em 2017, que atualmente com facebook, instagram e um site (visibilidadeindigena.com) e a gente alcança mais de 100 mil seguidores se unir as redes, e o nosso objetivo principal é, através das mídias digitais, divulgar a arte indígena contemporânea e através da educação. Nossos três principais focos são: arte indígena, todas as áreas como teatro, música, tudo; projetos relacionados à sustentabilidade, ecologia; e educação. São as nossas principais pautas no visibilidade e a gente divulga como forma de estar aproximando um público mais amplo e diverso das pautas indígenas. Então a gente não tem um objetivo jornalístico, a gente não vai pra uma comunidade pra fazer uma cobertura jornalística. A gente vai falar de uma comunidade a partir de cineastas que estão lá dentro produzindo conteúdo, fotógrafos que está produzindo algo. Por exemplo, a gente fala da situação dos guarani-kayowá por meio da divulgação dos brows MCs, que é um grupo de HAP de lá dentro. A gente busca uma comunicação alternativa como forma de aproximar as pessoas das lutas indígenas. E, em relação a isso de notícias, a gente não escolheu essa parte jornalística por uma questão estratégica. Eu não sou formada em jornalismo, não sou formada em jornalismo. Eu sou uma comunicadora, aprendi ali com a comunicação indígena. E também porque já tem outros parentes que já estão fazendo isso (jornalismo), como o próprio mídia índia. Então, o nosso papel, na verdade, dentro disso tudo, é divulgar. Olha o que o Mídia Índia está fazendo, olha o

que tal jornalista está fazendo, ao invés de nós mesmos produzirmos as notícias de cunho jornalístico. E por isso eu chamo o Visibilidade de uma mídia alternativa.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Eu acho que é essa questão de comunicar a arte. Por eu assim, dentro da história de comunicação indígena que a gente tem no Brasil, já tinha uma mídia fazendo isso, que era a Rádio Landê, pioneira nesse sentido de uma comunicação alternativa e diferenciada.

O diferencial do visibilidade é que a gente produz um conteúdo original de todos esses campos, teatro, música, entre outros. O nosso diferencial é, através da divulgação da arte, aproximar as pessoas da luta indígena. Ter a arte indígena a principal fonte.

A educação que eu estou falando de conteúdos didáticos. O famoso “não se fala tribo, não se fala índio”... A gente também produz esse tipo de conteúdo que é conscientizar mesmo a população.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Quando você gestora de processos comunicativos, principalmente por causa da palavra gestão, eu não consigo me identificar. Mas quando você fala Educadora, eu consigo me identificar. Por mais que eu não tenha tido uma formação em comunicação, a comunicação indígena foi a minha escola. Eu aprendi muito com a Rádio Landê, já trabalhei com eles uma época. Não fui da equipe, mas fui aprendiz da Renata, que é co-fundadora, a Renata Tupinambá. Eu me considero uma educadora por estar buscando educar a partir da Rede Social.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

Eu acho que o público principal é a população brasileira. Acho que é muito amplo, mas principalmente pessoas que acompanham arte, os curiosos. Quando a gente está postando um show, é para as pessoas irem. Se está acontecendo uma exposição, é pra todo mundo ir. Então eu sinto que é pra população brasileira que tem interesse na cultura, que consome cultura, ou quer consumir, mas não sabe o que está rolando.

E o segundo público eu considero que são os próprios parentes. Os próprios indígenas que estão fazendo, como forma também de se inspirar no que os outros parentes estão fazendo.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

O Visibilidade é uma mídia feita totalmente por indígenas, sempre foi e sempre será. Em todos os processos, desde design, até curadoria de conteúdo. E o que acontece. O que a gente faz ali é muito interessante, porque a gente pega um evento geral pra fazer a cobertura, tipo a COP, a gente foca nas pessoas indígenas que estão nesse evento: o que elas estão falando, o que está rolando, o que estão gostando. Se a gente está dentro de um evento indígena, como um Acampamento Terra Livre, a gente vai fazer uma cobertura do evento, mas a gente vai focar principalmente na arte que está rolando naquele evento. Então, eu acho que a gente si de um lugar de fala enquanto artistas indígenas, porque todo mundo que faz parte ali também é artista. Eu acho que parte de um lugar de artistas também, da gente fortalecendo nosso corre. Não o meu corre, quero dizer o “nosso corre” enquanto artistas indígenas.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

Eu acho que vem do mesmo lugar dos artistas indígenas. Tanto a gente se comunicar enquanto artistas indígenas, mas a gente também sempre buscar entender entre nós o que está faltando. Por que o VI não surgiu apenas como uma ideia. Ele surgiu também porque a gente sentia falta de um lugar que estivesse comunicando os eventos artísticos. Então eu vejo muito desse lugar de escuta dos próprios artistas mesmo. O que me impulsionou a fazer o VI, sem nenhum fundo, foi estar junto e ouvindo os feedbacks dos parentes artistas: a gente precisa de vocês, pode divulgar isso, quem pede pra gente divulgar são os próprios artistas. Eu acho que esse lugar de escuta é totalmente indígena também.

Podem até vir pessoas não indígenas pedindo para divulgar, mas a gente só vai divulgar se houver um artista indígena envolvido ali, passando a visão do que se trata aquilo. A gente nunca vai divulgar um álbum de um artista não-indígena, que está falando de pessoas indígenas na música dele, entendeu? Vamos supor, a Anita produz uma música sobre os povos da Amazônia sem nenhuma participação dos

povos de lá. A gente não vai divulgar. A gente vai divulgar se tiver a participação de uma pessoa indígena, se tiver uma pessoa indígena cantando.

E tem essa coisa também do protagonismo de estar na frente fazendo.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

Eu tenho isso como plano, de criar, por exemplo, um grupo de artistas indígenas, no Whatsapp, pras pessoas irem jogando informações ali. Mas acho que sempre foi na base do “antenas ligadas no whatsapp e redes sociais”. Os parentes mandando no direct, é a gente sempre ligado em tudo, eu acho que sempre foi assim, um negócio meio vivo de estar ligada no que está rolando. Então, eu acho que a nossa forma de comunicação é o envolvimento com o movimento artístico indígena. Tecnicamente, é isso. Então, eu acho que esses feedbacks que a gente tem, esse momento de escuta, acontece quando a gente se encontra também, quando tem os eventos artísticos e a gente encontra um monte de artista, quando tem um evento de música. É nesse momento que a gente conversa. E as pessoas chegam também para propor pra gente: vamos fazer isso, o que você acha disso, que entrar nessa e tal. Então é nesse momento que a gente conversa. E um momento de encontro e um momento de envolvimento mesmo com o movimento artístico.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Acho que tem o envolvimento, e acho que também a transparência, e acho que a coisa na missão mesmo, que acaba sendo o motor, a paixão, o amor por aquilo que a gente faz. Acho que isso é que move a gente. O VI nunca teve um fundo. E é agora em 2022 que a gente está conseguindo um fundo. Desde 2017 não entrava um real no VI, era só a gente fazendo. Que é uma coisa muito importante também, esse motor e essa vontade, do espírito da luta mesmo, do ativismo, do ativismo, talvez. Acho que o que a gente faz ali é um ativismo. Porque, independente do que a gente está comunicando, a gente está falando de territórios também, de forma estratégica. Não tem como a gente falar de um Pataxó, sem falar do Sul da Bahia, Não tem como a gente falar do Guajajara, sem falar do Maranhão, Então, é uma forma estratégica da gente estar falando de corpos. Acho que essas são as principais coisas.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

A falta de fundos é algo, pois a gente poderia ter uma estrutura de muito mais pessoas... Uma estrutura muito pequena, de uma pessoa ficar fazendo tudo, é difícil, você tem que ser fulltime. Eu acho que é o principal. Por que a comunicação tem, são os nossos próprios parentes que a gente está conversando e não é como se fossem pessoas distantes. São os artistas que a gente se conhece. Acho que essa barreira é mais financeira do que com o público em si. É mais estrutural.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

Eu acho que é o preconceito. Porque muita gente fica animado com o nosso conteúdo. Acho que, para qualquer pessoa que vai olhar mesmo para o VI consegue ver o potencial daquilo, que dá para fazer tantas coisas. Então, muita gente fica muito animada, desde pessoas indígenas, como pessoas não indígenas também. Muita gente nos procura pra dizer que nosso trabalho é único, é massa. Até você mesmo procurando e demonstrando interesse. Muita gente mostra.

Então, eu acho que não existe uma barreira nesse sentido de ... acho que a galera está realmente apoiando, e gostando de ver.

Eu acho que o problema é o preconceito, que algumas pessoas têm. A gente recebe muita mensagem de ódio, muito comentário de ódio. E, dependendo do tópico, é ainda mais, como lgbt... enfim. Então, a gente escreve uma notícia e recebe muita mensagem de ódio.

Eu não colocaria isso como uma barreira. Mas eu sinto que é um empecilho. Não vai impedir a gente de fazer nada, mas acho que impede a gente de crescer em alguns sentidos. As pessoas que tem preconceito, não vai tá ali partilhando, levando a frente, ou ou se permitindo ser transformada por aquilo. Eu acho que é mais uma questão interior.

E acho que volta para o lugar dos financiamentos de novo. Acho que se a gente tivesse uma grande escuta, até por parte do governo e tal, a galera estaria financiando, ou tendo interesse.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Se a gente não é visto, A gente não existe, praticamente. Tem muita gente falando: agora os povos indígenas estão em alta. Não, é que as pessoas pararam pra ver. A gente já estava falando. É importante a gente trabalhar com a escuta qualificada pra nossas visões de mundo estarem inseridas no mundo que a gente vive hoje. O Aylton Krenak fala isso: a gente precisa de um mundo em que vários mundos caibam dentro. É importante uma escuta qualificada para que nossas visões possam estar inseridas em todos os lugares também. Senão a gente vai ficar de canto, excluído. O mundo vai seguir, os projetos culturais vão seguir, os filmes, os projetos políticos e a gente vai ficar de canto. Então é importante que nós mesmos contemos essas histórias que já foram por muito tempo contada através de uma perspectiva do colonizador, Então é importante que nós mesmo estejamos pegando essa caneta, esse papel, esse celular, essas mídias, esse computador, e trazendo essa nossa perspectiva. Pra que a gente esteja inserido, pra que as nossas narrativas façam parte.

O VI é também sobre criar um espaço nosso, que a gente não tem. Um espaço onde a gente possa estar se vendo. Que contribua com nossa autoestima. E a gente não tem a intenção de ser a única mídia. A gente se movimenta para que tenham cada vez mais mídias e mais pessoas indígenas trazendo suas comunicações da forma que sentem que deve ser e que faz sentido pra elas. A gente só está preenchendo uma lacuna.

A voz das comunidades – Geisa Pires

Visão geral do modelo atual:

Qual o alcance da sua iniciativa? Local / regional / estadual / nacional / internacional?
Hoje, a gente tem uma abrangência não só local, mas em todo o Rio de Janeiro e estamos chegando, aos poucos, no Brasil. Já estamos em outros estados como Salvador, Recife, Distrito Federal. A gente não é mais um veículo tão local, mas já podemos dizer com abrangência nacional.

Dê uma visão geral sobre o seu projeto/organização e sua atuação em comunicação.
O Voz tem 17 anos, ele não é um veículo recente. Vai completar a maioria no ano que vem. O nosso maior veículo é o jornal comunitário, que nasceu no Adeus, que é uma das favelas aqui do Complexo do Alemão e foi se estendendo para as 13 comunidades do complexo.

A gente também tem um viés muito forte, que é um viés social. Nós temos uma equipe de responsabilidade social e uma equipe de produção de eventos e ações, que é a galera que toda essa parte da ajuda humanitária, das ações sociais no Complexo do Alemão e no Rio de Janeiro. Mas, inicialmente, o Voz começou somente como um veículo de Jornal Comunitário. A gente distribui cerca de 10 mil exemplares no Complexo do Alemão, no Complexo da Penha e também no Vidigal, que é uma das comunidades aqui do Rio de Janeiro.

A nossa comunicação é muito forte, enquanto causa. Nós somos um veículo de comunicação que é muito procurado por moradores do Complexo do Alemão e do entorno. Os moradores têm uma visão muito forte, muito grande, de que o único veículo que pode passar para a mídia, essa mídia maior, o que realmente está acontecendo dentro do Complexo do Alemão, somos nós, enquanto organização. Então, os moradores têm uma confiança muito grande no nosso veículo que realmente está se abrindo e expondo o que acontece no complexo do alemão, que é muito contrário do que a grande mídia mostra. Nós não somos apenas moradores de comunidade que só tem tiroteio, só tem criminosos. Então, o Voz das Comunidades foi criado muito nesse sentido, de realmente passar para a população carioca e brasileira que o complexo do Alemão e outras comunidades não são apenas locais de crimes, de tiroteios e criminosos. Que existem famílias trabalhadoras, que existe

educação, lazer, pessoas que tem dons específicos, seja pra uma área artística, cantor, político.

Acho que nosso maior objetivo é realmente mostrar que a favela é sim potência. Como falam por aí, a favela não é só tristeza, não é só coisa ruim, e o nosso maior objetivo é passar isso do que a grande mídia passa, que infelizmente, nunca é uma visão muito boa. Então, conseqüentemente, as pessoas acham que nós somos ruins, que nós somos moradores que fazem um pacto com uma rede criminosa, mas não é bem assim. Então, nosso maior intuito é mostrar isso.

Cite um aspecto de sua organização, no campo da comunicação, que você considera um diferencial da sua atuação?

Nosso diferencial é ter um contato muito próximo da realidade. E principalmente com os moradores. A nossa troca com eles é muito próximo e também de muita confiança, da gente perguntar as coisas e realmente vir até a gente as informações que são corretas. Pessoas que vêm até a nossa porta, na redação, pra realmente falar: olha, tem uma pauta ali pra vocês fazerem, tem um poste que está caindo, tem uma casa que está desmoronando, tem um terreno baldio que está se tornando um lixão. Acho que o diferencial é ter essa proximidade realmente com quem está passando por essa dificuldade e mostrar isso para o complexo do alemão, pro governo que precisa vir a ajudar de alguma forma e também para o Brasil. Então, essa proximidade, essa conexão com o morador, com a pauta muito de perto, eu acho que é o nosso diferencial.

Você se considera um gestor/a de processos comunicativos? Ou um educador/a? Explique?

Eu acho que na função de educadora. Porque, enquanto equipe de responsabilidade social a gente tem muito contato com outras instituições, que também existem aqui no Complexo do Alemão, e instituições que lidam com crianças e com jovens, com adolescentes, e consegue passar para eles, enquanto equipe, tudo relacionado a educação. A gente recebe muitas parcerias, de Institutos, de Faculdades que querem dar uma aula de reforço, de inglês... muito contato com a área educacional. Então a gente consegue passar para essas crianças, adolescentes e jovens, que fazem parte das instituições do Complexo do Alemão.

Conexão com a comunidade

Quem é o público (principal) de sua organização? E como acontece o seu engajamento?

As comunidades que já citei. Acho que a gente tenta abranger todas as idades e o jornal impresso atinge as pessoas mais idosas, que não tem essa acessibilidade tão grande, com as redes sociais, com telefone, com smartphone. Então, agente tem essa consciência de levar um jornal até essas pessoas que não têm essa afinidade tão grande com a tecnologia.

E também temos as redes sociais, nosso site, nosso portal, que já é para a galera mais jovem, adolescente, que tem essa afinidade com a tecnologia. Então, a gente consegue abranger todas as idades.

Qual é o lugar de fala de sua organização?

Acho que temos das vertentes: tanto dos moradores, de receber informações e direcionamentos enquanto um jornal comunitário. E também pra grandes mídias, pra quem não é das comunidades. A gente leva muita coisa boas do que acontece aqui dentro pra fora, por que muitas pessoas acham que nós não passamos de uma favela e que acontecem as coisas que a gente vê nas grandes mídias.

Então, o nosso lugar de fala é de dentro pra fora, pras grandes mídias, pras pessoas de fora que não moram em favelas e são também para os nossos moradores, da Penha, do Complexo do Alemão, de receber informações, de receber o que é verdade, o que é falso e também levar algumas ideologias.

Qual é o lugar de escuta da sua organização? (no planejamento, na gestão, nos projetos como beneficiários)

Eu acho que é a parte mais importante a gente conseguir ouvir e conseguir ampliar para os moradores. Enquanto como responsabilidade social, a gente tem um trabalho muito forte com as outras organizações do complexo do Alemão. Então, instituições que têm o contato do cadastramento com os moradores, com crianças, com jovens e adolescentes. Então, a gente tem sempre um encontro mensalmente pra gente realmente ter essa troca. Como essas instituições estão em vários pontos do complexo do Alemão, eles conseguem abranger muito mais do que a gente. Muito mais de todos os becos, de todos os lugares. Então, a gente tendo o contato com essas instituições, a gente consegue entender melhor o que está acontecendo no

Morro das Palmeiras, qual é a necessidade maior dos moradores, ou do Morro da Baiana, qual é a necessidade maior. E isso, não apenas na responsabilidade social, mas também no jornalismo, por que a gente sabendo o que está acontecendo em outras comunidades, em outros bicos, vielas, a gente consegue passar também algumas pautas pra nossa equipe de jornalismo e consegue ir até lá e expor isso nas redes sociais, na mídia, pra conseguir divulgar e resolver o problema ou a situação. Então, esse é um trabalho recente nosso, de ter esse contato tão próximo com as instituições. A gente começou em meados do ano passado (2021) e já fez uma grande diferença. Tinham instituições que não se conheciam. Que não sabiam que existia uma e outra, mesmo fazendo um trabalho na mesma comunidade. E a gente, com esse projeto de juntar as instituições, uma conheceu a outra e é possível uma ajudar a outra. Acho que é uma das coisas que a gente mais prioriza aqui, tanto como jornalismo, tanto como responsabilidade social, é ouvir mesmo, ouvir o morador, ouvir as instituições, ouvir as pessoas que participam dos projetos, do que elas precisam, como podemos ajudar, como veículo de comunicação que é grande. A gente tem essa responsabilidade de ouvir mas também de conseguir ajudar da forma que a comunidade precisa.

Quais são as principais metodologias de escuta que sua organização implementa?

A gente tem, no nosso site, no nosso portal, temos a opção dos moradores relatarem o que está acontecendo, dentro desse portal. Então, também é um meio, muito mais fácil da gente estar ainda mais próximo dos moradores. Eu falei das instituições, por que é um projeto que temos aqui, que é realmente um contato mais próximo de falar pessoalmente, cara a cara. Mas também, para conseguir abrir essa escuta para outros moradores, outras comunidades, a gente tem essa opção do site, que o morador pode colocar o nome, o telefone, e descrever qual é a situação que está passando, o que a gente enquanto Voz, um veículo de comunicação pode tá ajudando e colocando em pauta.

Qual/quais você considera mais inovadoras?

Eu gosto muito da ideia da internet. A internet hoje em dia, você não faz nada sem a Internet atualmente. Então, acho que ter esse acesso das pessoas rapidinho acessar ali e contarem o que está acontecendo fundamental.

Além disso, nós também temos um aplicativo. Então, baixar o aplicativo, e pelo aplicativo, rapidinho, dizer: moro no beco tal, na rua tal, tpa acontecendo isso e vocês conseguem vir aqui rapidinho? Eu acho que é uma coisa muito inovadora sim. E rápida também.

Quais são competências que uma organização deve desenvolver para escutar seu público?

Acho que é saber desenvolver o que chega pra gente. São muitas demandas, são muitas procuras. Então, a gente saber concentrar aquilo e divulgar da forma correta, da forma certa, apurar antes de divulgar, antes de colocar isso nas redes sociais, acho que é a melhor forma que a gente tem feito.

Quais são as principais barreiras para sua organização escutar seu público?

Falando da responsabilidade Social, eu acho que a gente já teve dificuldades da galera saber a quem procurar na hora de pedir ajuda, ou de pedir um socorro. Hoje não existe mais isso. Não acho que tenha uma barreira que possa impedir essa comunicação ou impedir essa troca. O jornal se tornou uma coisa muito grande, um veículo muito conhecido e então, realmente os moradores do complexo e outras comunidades, que também criaram algum tipo de jornal se inspirando na gente eles sabem em qual porta bater, onde procurar. No momento não existe uma barreira que impeça essa troca.

Quais são as principais barreiras para sua organização ser escutada?

(Governos, Veículos de comunicação, Empresas, Comunidades, Sociedade civil)

A gente tem visto muitas empresas optando pela responsabilidade social. Há uns cinco anos a gente não via as empresas se preocupando com essa questão. A gente tem visto muito mais agora. Na época da pandemia tiveram muitas empresas que tomaram essa consciência e começaram a conhecer outras instituições, começaram a pesquisa sobre as instituições que já existem, tanto no Rio de Janeiro, como no Brasil inteiro. Eu acho que nossa maior dificuldade é mesmo o contato com o governo, que é sempre um pouquinho mais demorado, um pouquinho mais burocrático, então nós não temos nenhum vínculo com nada do governo, não recebemos nada do governo. São apenas doações que recebemos e desenvolvemos nossas ações e eventos por empresas, empresários, pessoas físicas.

Anda existe uma barreira de contato com empresas principalmente, que não se abrem para conhecer a instituição, o jornal A voz das comunidades, a equipe da responsabilidade. A gente ainda tem dificuldade de pedir ajuda pra uma empresa, que diz que já tem parceria com outras instituições e não se abrem pra conhecer o jornal, o que a gente faz, a nossa história.

Não vou dizer que é sempre ou o tempo todo, mas ainda é difícil em algumas empresas.

Qual é a importância de se trabalhar, hoje, com a escuta qualificada de públicos historicamente silenciados (mulheres, pobres, indígenas, negros, periféricos, LGBTQIA+)?

Eu acho que a gente está o tempo todo se renovando. Todo o tempo tendo conhecimento de várias situações. Eu costumo dizer que antes de entrar no Vozes, eu tinha minha bolha de família tradicional, religião, e depois que eu entrei no vozes, essa bolha foi estourada. E ela foi explodida, porque e eu acho que a gente entender que por mais que as coisas melhorem infelizmente para algumas famílias, para algumas pessoas, não vão melhorar. A gente vê muito isso fazendo nossas ações sociais. Em pleno século 21, em 2022, a gente vê um morador de comunidade sem saneamento básico, sem estudo, sem um suporte sequer. Ainda é inacreditável a gente saber que existem famílias, com adolescentes, jovens, crianças, que passam por essa situação. E, principalmente, na área do racismo. A gente sofre muito enquanto favelado, pela nossa cor, por onde a gente mora, daonde a gente veio, e muitas dessas pessoas acham que elas não conseguem chegar a lugar nenhum, por ser favelado, por ser preto, e acha que você não tem a mínima condição ... a gente já nasce com esse decreto: vocês não têm a mínima condição de chegar a tal lugar. Então, fazer esse trabalho é imensamente grato, da gente ter a nossa consciência de que a gente está fazendo o que a gente pode, do jeito que a gente pode, e tentando alcançar o máximo possível de pessoas que a gente pode.

Em 2020 e 2021, na pandemia, a gente teve esse crescimento absurdo de pessoas passando necessidade, de alimentação. No ano passado, a gente fez doação de 120 toneladas de alimentos pra famílias que realmente não tinham nada, que vinham até a nossa porta pedir alimentação. E a gente vê que no governo que nós temos o ano vai passando e as coisas não vão melhorando. A gente infelizmente está terminando o ano com milhões de pessoas em situação de fome. É inacreditável pra gente, em

2022, ter milhões de pessoas passando fome. Esse trabalho pra gente nos faz muito mais humanos, a empatia cresce a cada dia. Às vezes, querer ajudar o próximo, querer ouvir as pessoas, que as vezes elas não querem nada mais, só querem ser ouvidas. Na equipe de jornalismo, a gente uns 20 grupos de whatsapp composto por moradores do Complexo do Alemão. Todos os grupos são lotados e são moradores de vários pontos do complexo e dentro dessa conversa no whatsapp a gente tenta entender, escutar, tenta tranquilizar também diante de algumas situações. Acho que é um trabalho compensador e que a gente tenta cada vez mais atingir as pessoas.