



# Trajetórias midiáticas

Uma breve introdução às práticas comunicacionais dos movimentos de moradia em São Paulo e Lagos

# Sobre os autores

Esta publicação foi elaborada por Camila Cociña (pesquisadora do IIED) e Alexandre Apsan Frediani (pesquisador principal do IIED), a partir das oficinas realizadas em São Paulo e Lagos em 2023 com membros da UMM-SP e JEI, respectivamente.

# Agradecimentos

O conteúdo desta cartilha é baseado em oficinas que incluíram a participação de Evaniza Rodrigues, Benedito Barbosa, Francisco Comarú, Talita Gonsales, Cecilia Bacha, Elaine Rosa e João Paulo Rodrigues em São Paulo; e Andrew Maki, Temilade Sesan, Samuel Okechukwu, Bisola Akinmuyiwa, Michael Ogungbure, Jesuyon Adianu, Halimat Bakare e membros da equipe *Media4Change* em Lagos. Além disso, o conteúdo se baseia em informações compiladas nos relatórios “Media landscapes” (Cenários da mídia) produzidos por Francisco Comarú e Talita Gonsales (São Paulo) e Andrew Maki (Lagos).

Foto da capa: Participantes de laboratórios de mídia cívica em Ago Egun Bariga, Lagos.

Crédito: Sam Okechukwu

Foto da contracapa: São Paulo | Alexandre Apsan Frediani/IIED

Tradução: Érika Ochiro e Melissa Harkin | Harkin Translations Ltda

Publicado pelo IIED, outubro de 2024

Cociña, C e Frediani, AA (2024) Trajetórias midiáticas: uma breve introdução às práticas comunicacionais dos movimentos de moradia em São Paulo e Lagos. IIED, Londres.

ISBN: 978-1-83759-107-7

[www.iied.org/22521iied](http://www.iied.org/22521iied)

# Conteúdo

<b>Introdução</b>	<b>4</b>
<b>União dos Movimentos de Moradia, São Paulo (UMM-SP)</b>	<b>5</b>
<b>Justice &amp; Empowerment Initiatives (JEI) em Lagos e a Federação de Assentos Informais e Favelas da Nigéria</b>	<b>10</b>
<b>Seguindo em frente</b>	<b>18</b>

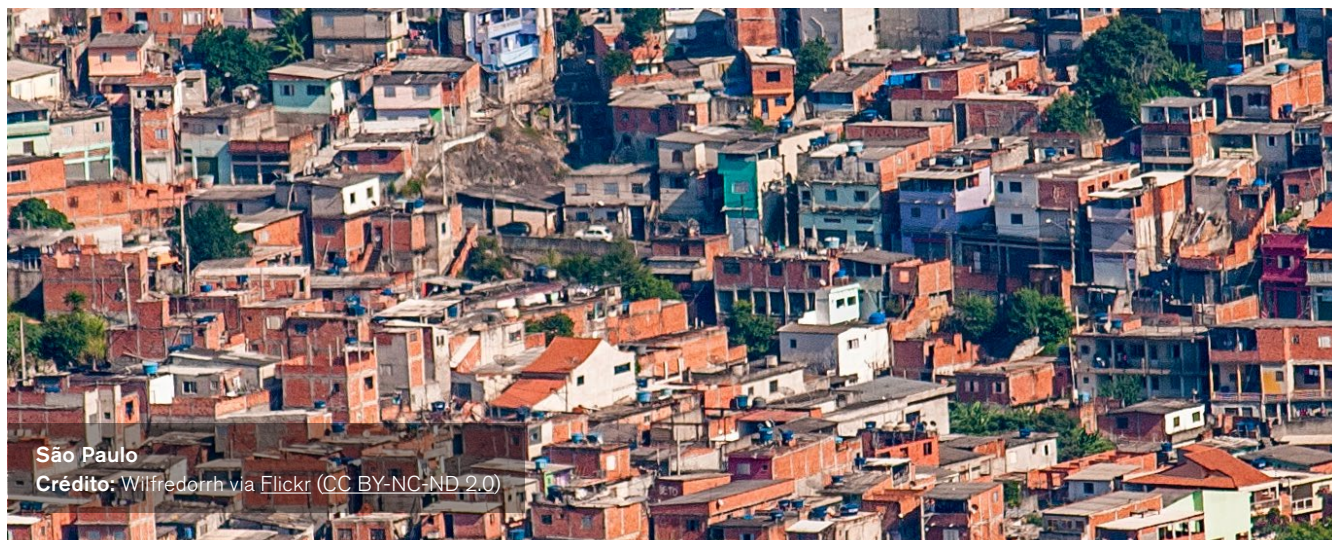
---

# Introdução

“Mídia cívica pelo direito à moradia: lições das lutas contra as remoções em São Paulo e Lagos” é um projeto de pesquisa-ação que explora o papel das práticas de comunicação usadas pelos grupos de base para melhorar suas capacidades de promover a justiça habitacional. Liderado pelo IIED, o projeto aborda esse tema em parceria com duas organizações habitacionais nas cidades de São Paulo, no Brasil, e Lagos, na Nigéria. A União dos Movimentos de Moradia (UMM-SP) é uma aliança de movimentos por moradia na Grande São Paulo, e a Justice & Empowerment Initiatives (JEI) é uma organização não governamental (ONG) em Lagos, que trabalha diretamente com a Federação de Assentos Informais e Favelas da Nigéria. Embora diferentes em tamanho, história, escopo e estratégias, essas duas organizações e os movimentos que elas apoiam têm em comum o foco em práticas de comunicação como meio de responder às violações de direitos e promover o direito à moradia adequada.

Como parte do projeto, essas organizações implementaram uma série de oficinas de formação para fortalecer as capacidades de comunicação popular. Antes de projetar e implementar as oficinas (que chamamos de Laboratórios de Mídia Cívica), exploramos juntos como o papel da comunicação mudou ao longo dos anos para a UMM-SP e a JEI. Para aprofundar essa questão, desenvolvemos uma linha do tempo com cada organização, na qual identificamos duas trajetórias diferentes: os principais eventos relacionados às lutas dos movimentos de moradia em seus respectivos países; e as mudanças no uso de ferramentas e táticas de comunicação. A partir disso, identificamos diferentes períodos em que a comunicação desempenhou papéis distintos e variáveis.

Esta coleção de estudos de caso apresenta um resumo de ambas as trajetórias, bem como uma análise das práticas de comunicação atuais de cada organização. O objetivo é descrever a riqueza dessas práticas de comunicação, suas conexões com processos mais amplos, e ilustrar as diferentes funções que elas têm desempenhado nas lutas por moradia, fornecendo, assim, percepções para outros movimentos habitacionais sobre a centralidade das práticas comunicacionais em impulsionar a transformação social e política em direção a sistemas habitacionais mais justos.

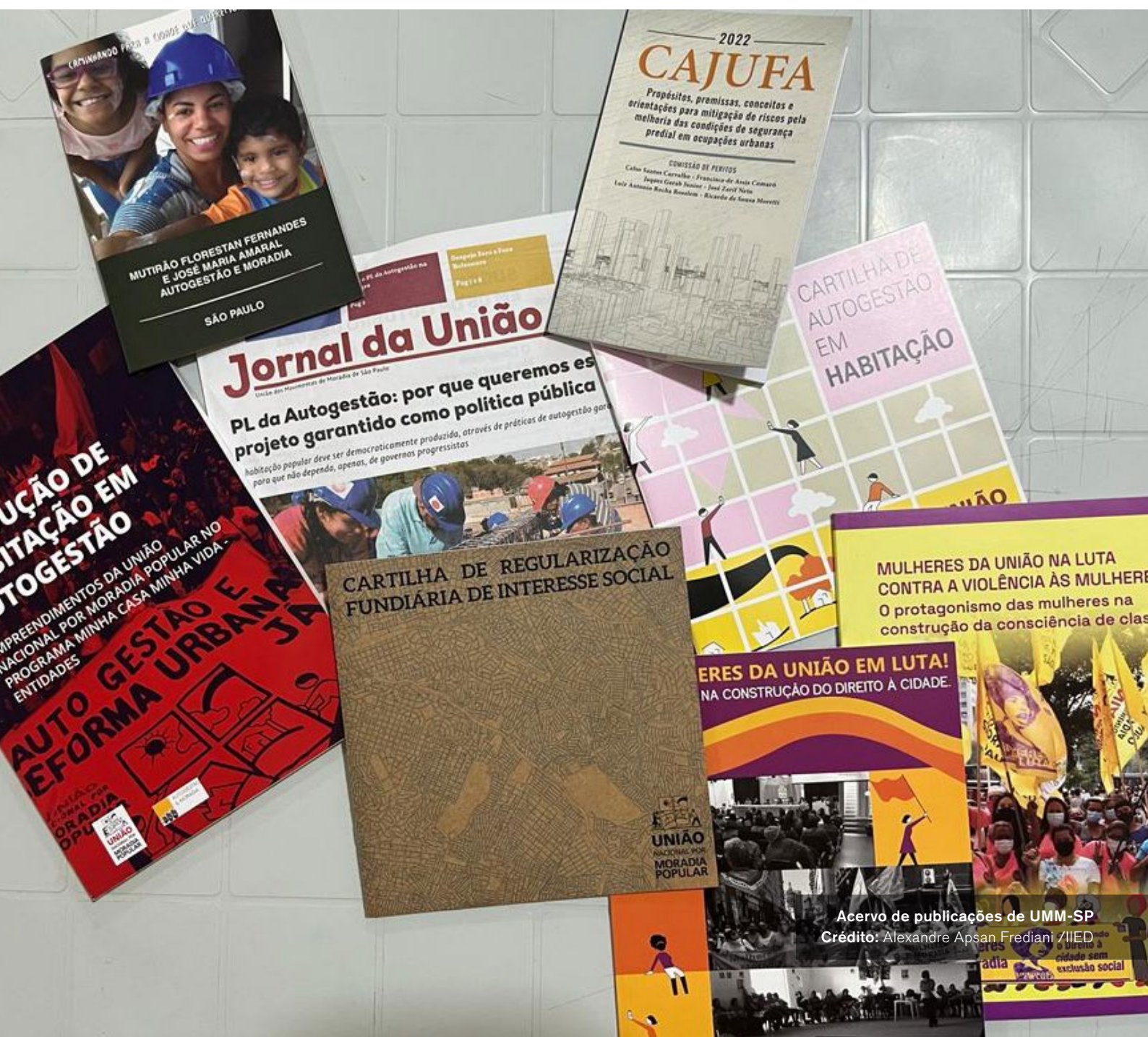


São Paulo

Crédito: Wilfredorh via Flickr (CC BY-NC-ND 2.0)

# União dos Movimentos de Moradia, São Paulo (UMM-SP)

A UMM-SP foi fundada em 1987 para consolidar e coordenar os esforços de diversos grupos que mobilizavam e produziam moradias por meio de diferentes iniciativas coletivas inovadoras e autogestionárias em diferentes regiões de São Paulo. Faz parte da União Nacional por Moradia Popular (UNMP), movimento nacional de moradia que coordena iniciativas de diferentes partes do Brasil. Atualmente, o trabalho da UMM-SP se concentra principalmente no fortalecimento da mobilização habitacional local, no avanço e apoio aos processos de autogestão habitacional, na interrupção dos despejos e na defesa de mudanças políticas.



Acervo de publicações de UMM-SP  
Crédito: Alexandre Apsan Frediani / IIED

## QUADRO 1: Dois conceitos-chave: Autogestão e Mutirão

**A Autogestão** se refere à gestão comunitária da produção habitacional.\* A UNMP define como o processo em que “é a comunidade organizada, em movimentos populares, associações e cooperativas, que decide a solução para sua própria habitação, seja em ações de produção habitacional ou na urbanização de uma área. Em etapas como a definição do terreno, o projeto, a escolha da equipe técnica ou as formas de construção, a autogestão é também o controle dos recursos públicos e da obra pela própria comunidade”.

**O Mutirão** se refere à mobilização coletiva de ajuda mútua no processo de produção habitacional. O mutirão ocorre por meio do estabelecimento de grupos durante alguns dos processos autogestionários de construção de moradias. Nesses grupos, os futuros moradores se comprometem a investir tempo em atividades relacionadas à construção de unidades habitacionais. Esses processos não apenas reduzem os custos por meio da oferta do tempo livre dos futuros residentes, mas, mais importante, são espaços de mobilização social e criam um sentimento de pertencimento e compromisso com o projeto coletivo.

\* O termo “produção habitacional” se refere aos vários aspectos e etapas associados ao projeto, construção, reforma e gestão de moradias.

Ao refletir sobre suas próprias trajetórias, os membros da UMM-SP decidiram iniciar sua linha do tempo em 1987, quando o movimento foi fundado. Coletivamente, identificamos seis períodos em que a comunicação desempenhou papéis distintos para o movimento:

- Desde a sua criação, o foco principal das comunicações da UMM-SP foi a **comunicação interna (1987–1993)**. Foram feitos esforços para estabelecer canais de fluxo de informação dentro do movimento habitacional em formação, por meio de diversas formas de comunicação (assembleias, boca a boca, panfletos, boletins informativos). A UMM-SP também interagiu com alguns jornais de grande circulação, como o Notícias Populares, que, embora não fosse um jornal progressista, deu espaço a ideias mais progressistas. Esses métodos foram usados para promover as primeiras manifestações em Brasília, nas quais os membros do movimento de diferentes regiões viajaram para a capital para exercer pressão política. Da mesma forma, esses métodos foram usados para promover o desenvolvimento da infraestrutura social para os primeiros mutirões, ou grupos habitacionais coletivos/mútuos, que se tornariam elementos cruciais do funcionamento e da identidade do movimento. Em 1993 a UMM-SP publicou um livro compilando as atividades e conquistas do movimento até então, o primeiro marco no reconhecimento de sua própria contribuição para as lutas por moradia.
- O segundo período foi identificado como um período de **resiliência (1993–1997)**. Embora o governo tenha expandido os programas de apoio à autogestão, durante esse período houve uma diminuição no número de novos mutirões. A UMM-SP também testemunhou a contínua criminalização do movimento por moradia, o que levou a organização a adotar uma abordagem mais proativa para encontrar maneiras de alcançar a grande mídia e adaptar suas narrativas para contestar essas perspectivas.
- Em 1997, teve início um período de **alcance e reconhecimento (1997–2003)** do papel do movimento de moradia e, com isso, uma abordagem diferente na estratégia de comunicação pela UMM-SP. Durante esse período, mais jornalistas se aproximavam do movimento, e alguns artigos de jornal apresentavam as lutas da UMM-SP, especialmente em torno do surgimento de ocupações coordenadas de edifícios e terrenos no centro da cidade. Junto a isso, uma nova geração de pesquisadores e acadêmicos também se aproximaram do movimento habitacional com renovado interesse e respeito.
- A chegada de Luiz Inácio Lula da Silva à presidência do Brasil em 2003 anunciou mudanças importantes na trajetória do movimento, dando início a um período que identificamos como de **difusão (2003–2013)**. Alguns dos principais membros fundadores da UMM-SP começaram a trabalhar para o governo

nacional, conduzindo um processo de institucionalização da autogestão e atendendo às demandas do movimento. As estratégias de comunicação da UMM-SP passaram a ser mais focadas na promoção da participação dos grupos de base na implementação de novas políticas. A UMM-SP desempenhou

## A UMM-SP desempenhou um papel fundamental no desenvolvimento de um website com informações importantes e explicações sobre a legislação

um papel fundamental no desenvolvimento de um website com informações importantes e explicações sobre a legislação, além de envolver ativamente os líderes locais em programas públicos — em outras palavras, “fazendo políticas ficarem públicas”. Mas, mesmo durante esse período, a UMM-SP teve que contestar narrativas de criminalização do movimento, especialmente em relação ao papel do partido de Lula na “proteção” das ocupações. Por exemplo, um artigo de jornal de 2004 alegou que “Governos

petistas abrigam invasores”. Da mesma forma, seus esforços foram direcionados para recuperar a narrativa de eventos contestados, como as ocupações que ocorreram simultaneamente em dez estados em 2007.

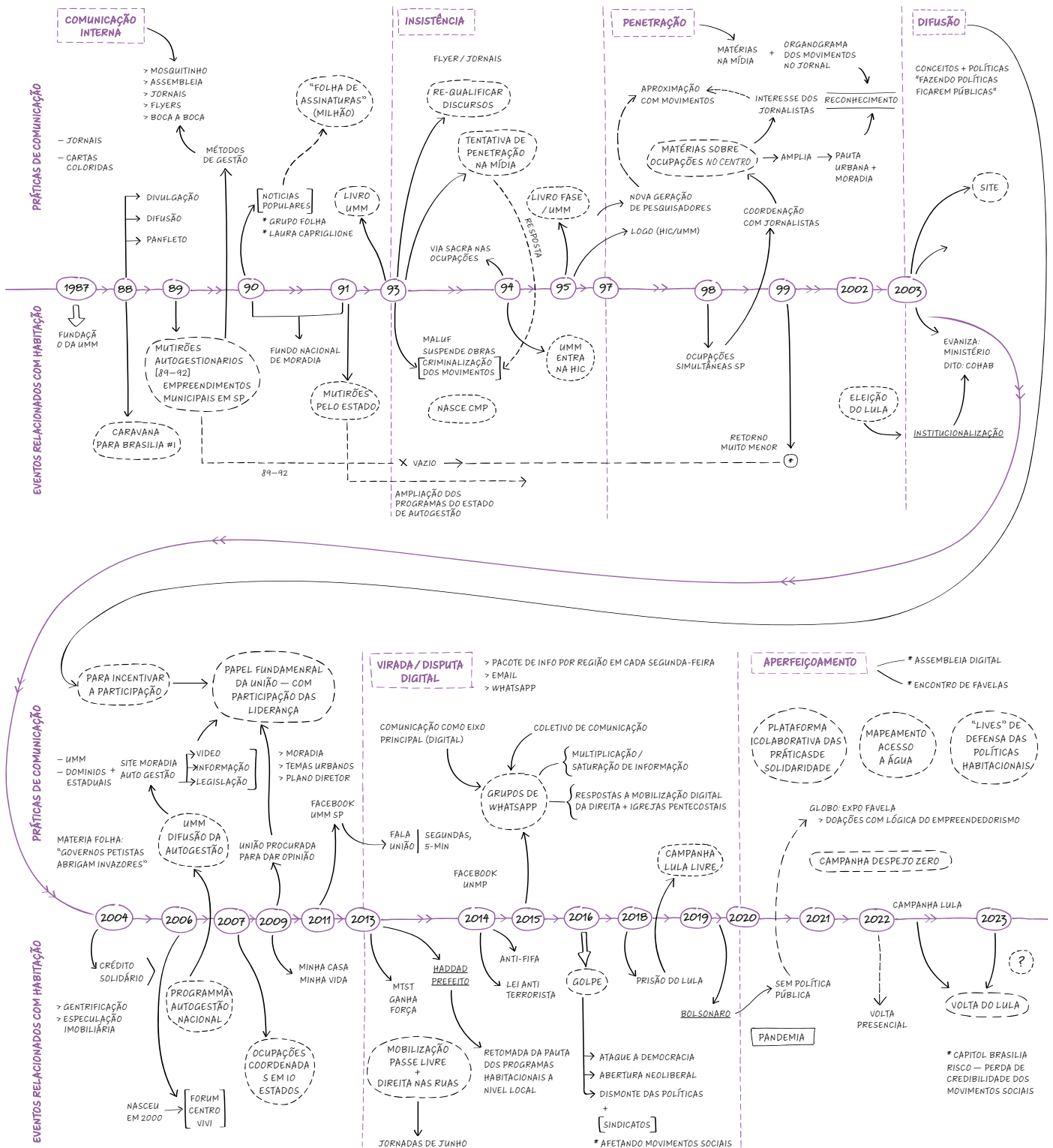
- O ano de 2013 representou um momento-chave para a política brasileira, devido às massivas mobilizações sociais iniciadas naquele ano e à instabilidade política que se seguiu. Também coincidiu com um processo de mudança profunda na forma como os movimentos sociais usavam a tecnologia. Descrevemos esse período como um período de **mudança e disputa digital (2013–2020)**. Por um lado, foi marcado pela controvérsia política em torno de eventos como o impeachment da presidente Dilma Rousseff e os subsequentes governos de direita de Michel Temer e Jair Bolsonaro, que cortaram a maior parte dos programas habitacionais iniciados por Lula, que atendiam às demandas dos movimentos sociais. Enquanto isso, na cidade de São Paulo, um prefeito do Partido dos Trabalhadores esteve no cargo entre 2013 e 2017, abrindo a possibilidade de programas habitacionais mais progressistas em nível local. Ao mesmo tempo, a massificação das tecnologias digitais levou a uma transição para as ferramentas digitais: os grupos de WhatsApp se tornaram um meio de coordenação interna e de divulgação de informações; o site institucional era o principal arquivo e canal de comunicação oficial; e havia conexões mais ativas com redes e veículos de mídia alternativos que estavam surgindo ao lado da disputa em andamento, como o Jornalistas Livres (uma rede de jornalistas criada para combater as narrativas da grande mídia). Essa mudança digital criou alguns desafios em relação à sobrecarga de informação e à coexistência de formas antigas e novas de comunicação dentro do movimento.
- Com a chegada da COVID-19, e em um contexto de oposição explícita ao governo Bolsonaro, a UMM-SP entrou em um período que pode ser descrito como de **aprimoramento das práticas digitais (2020–)**, reconhecendo de forma mais clara a necessidade de habilidades digitais para coordenar as atividades da UMM-SP quando os encontros presenciais se tornaram impossíveis. No contexto da pandemia, por exemplo, a UMM-SP foi uma peça fundamental na organização de uma coalizão nacional em torno da campanha Despejo Zero, que contou principalmente com mídias sociais e plataformas digitais. Da mesma forma, os grupos de WhatsApp e as plataformas de mídia social voltadas para mobilização e divulgação de informações passaram a desempenhar um papel cada vez mais central na organização do movimento,



Francisco Comarú e Benedito Barbosa  
no escritório de UMM-SP  
Crédito: Camila Cociña/IIED

concentrando-se na construção de uma identidade digital reconhecível e no estabelecimento de um diálogo claro entre as práticas online e offline do movimento e de seus membros. É importante ressaltar que isso envolve enfrentar o desafio de se tornar uma fonte confiável de informações — diante da proliferação de notícias falsas — e navegar pelas tensões entre demandas e afirmações individuais e coletivas que coexistem nas mídias digitais.

A partir dessa trajetória, a UMM-SP desenvolveu um estudo no início de 2023 para descrever as práticas midiáticas atuais dentro do movimento. Este estudo destacou a presença da UMM-SP em plataformas como Instagram, Facebook, YouTube e Twitter, e sua estrutura consolidada de grupos de WhatsApp



para comunicação e organização internas. A UMM-SP realizou uma pesquisa com 98 de seus membros de diferentes regiões da cidade para entender como eles acessam informações sobre moradia e como interagem com as plataformas de mídia social da UMM-SP. Curiosamente, quando perguntados sobre a mídia que usavam para obter informações sobre moradia, 84,7% disseram que obtinham informações por meio de reuniões, atividades e assembleias presenciais; em seguida, 61,2% obtinham informações pelo WhatsApp, 53,1% pela televisão e 49% pelo Facebook. Em resposta à pergunta sobre as principais dificuldades na obtenção de informações sobre moradia, 55,1% indicaram “identificar o que é fake news” como o principal desafio, o que é coerente com a confiança em reuniões presenciais e atividades oficiais como uma fonte segura de informações. Analisando especificamente como os membros obtinham informações sobre a UMM-SP, 61,5% indicaram que foi por meio do Facebook, seguido pelo Instagram (42,7%) e WhatsApp (38,5%). Mas quando questionados sobre quais canais da UMM-SP eles leem, os boletins impressos da UMM-SP, Facebook e WhatsApp foram selecionados por 59-60% dos respondentes. Em geral, os membros indicaram que as informações mais importantes e interessantes que encontravam na mídia da UMM-SP eram relacionadas às políticas habitacionais.



O grupo de Mulheres e Moradia da UMM-SP marcha durante manifestação do Dia Internacional da Mulher em São Paulo  
Crédito: Alexandre Apsan Frediani/IIED

# Justice & Empowerment Initiatives (JEI) em Lagos e a Federação de Assentos Informais e Favelas da Nigéria

A JEI é uma ONG nigeriana que apoia a Federação de Assentos Informais e Favelas da Nigéria (Federação) para capacitar as comunidades marginalizadas a liderarem as mudanças que gostariam de ver em suas próprias comunidades. A Federação de Assentamentos Informais e Favelas da Nigéria é um movimento de massa nacional de moradores de assentamentos informais que trabalham juntos para melhorar as condições de vida da população urbana pobre. Como parte da Slum Dwellers International (SDI), eles tradicionalmente têm participado de uma rede global de federações de moradores de favelas. A JEI apoia o trabalho da Federação por meio de serviços paralegais, construção de movimentos, defesa estratégica e apoio à equipe de mídia da Federação por meio da iniciativa *Media4Change*.

Assim como na UMM-SP em São Paulo, membros da JEI e da Federação nigeriana desenvolveram uma linha do tempo de suas práticas de comunicação. Juntos, identificamos 2011 como o ponto de partida – um ano marcado, por um lado, por ameaças de despejo e mobilizações em larga escala; e, por outro, por mudanças institucionais no cenário das ONGs que levaram à criação da JEI. Foram cinco períodos distintos em relação ao papel da comunicação:



Bisola Akinmuyiwa, Jesuyon Adianu, Halimat Bakare, Sam Okechukwu, Michael Ogungbure, membros de *Media4Change*  
Crédito: Alexandre Apsan Frediani/IIED

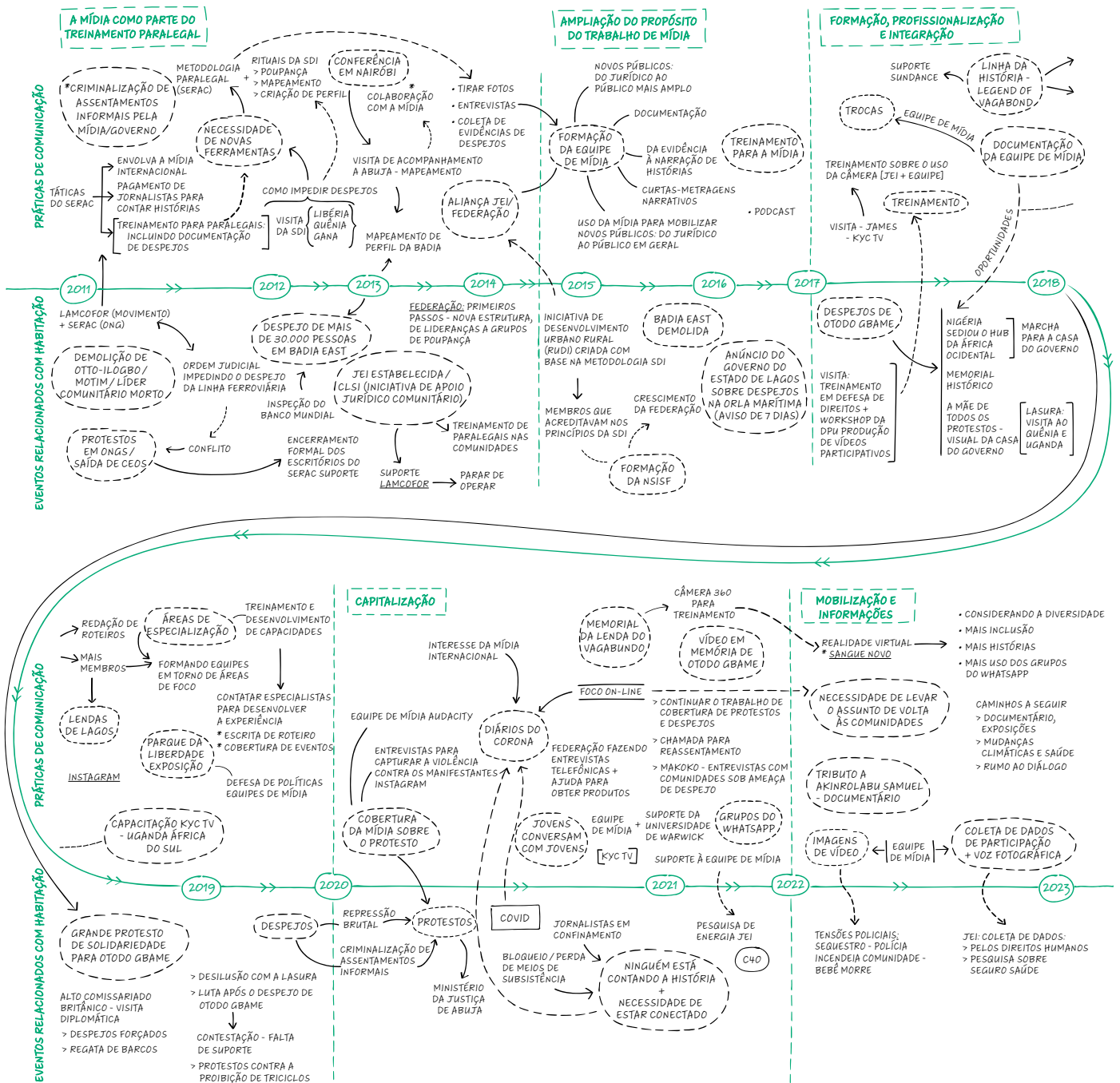
- Durante os primeiros anos da JEI e de seu trabalho com a Federação, o foco principal de suas comunicações era produzir **mídia como parte do treinamento paralegal (2011–2014)**. No contexto de um cenário político e midiático hostil e de criminalização dos assentamentos informais, a Federação organizou intercâmbios com membros da SDI e implementou atividades relacionadas à economia, criação de perfis e mapeamento. Em paralelo com essas atividades, com o apoio da JEI, os membros da Federação começaram a realizar trabalho paralegal para proteger os cidadãos contra violações de direitos e impedir os despejos. Nesse contexto, surgiu a necessidade de novas ferramentas de apoio ao trabalho paralegal, com o objetivo de gerar material que pudesse ser apresentado nos tribunais. Isso levou ao uso estratégico de diferentes formas de mídia produzida localmente para coletar evidências visuais, realizar entrevistas e documentar as condições antes, durante e depois dos despejos forçados.
- O uso de ferramentas de mídia nesse estágio inicial abriu um processo de **expansão da finalidade do trabalho de mídia (2014–2017)**. À medida que a Federação continuou a crescer e fortaleceu seus princípios e vínculos com a SDI, uma equipe formal de mídia foi estabelecida no final de 2014. Além do trabalho de documentação para o trabalho paralegal, essa equipe começou a atingir um público mais amplo, desenvolvendo curtas-metragens e narrativas de storytelling, empregando a mídia para mobilização. Durante este período, a JEI organizou mais oportunidades formais de treinamento em mídia. Isso ocorreu dentro de um contexto de crescentes ameaças de despejo. Por exemplo, em novembro de 2016, o governo do estado de Lagos emitiu um aviso de despejo de sete dias para as comunidades à beira-mar de Otodo Gbame.
- Uma série de circunstâncias e oportunidades resultou em um período mais consolidado de **formação, profissionalização e integração (2017–2019)** do trabalho de mídia da JEI. Em 2017, a Nigéria sediou a reunião central da SDI África Ocidental, oferecendo oportunidades de treinamento formal para a equipe sobre mídia e defesa de direitos. Durante esse período, a Federação participou de visitas e intercâmbios com parceiros internacionais, como a iniciativa Conheça Sua Cidade (SDI Know Your City TV, KYCTV) e a Unidade de Planejamento de Desenvolvimento (Development Planning Unit, DPU) da Universidade College London. Enquanto isso, grandes protestos e ações estavam ocorrendo em solidariedade à comunidade despejada de Otodo Gbame, o que deu visibilidade às lutas das comunidades em assentamentos informais e proporcionou oportunidades para trabalhos relacionados à mídia na arena pública. Com essas oportunidades de intercâmbio, capacitação e aprendizagem, a equipe de mídia da Federação aumentou para 35 membros, e pode desenvolver mais habilidades técnicas e a gerar material de alta qualidade em torno dessas mobilizações. Nesse período, a equipe desenvolveu projetos mais voltados para resultados, como o roteiro de “The Legend of the Vagabond Queen of Lagos”, um longa-metragem de impacto social apoiado por uma doação do fundo Stories for Change do Instituto Sundance.
- O período seguinte foi de **capitalização (2019–2022)** de todas as ferramentas e competências adquiridas nos anos anteriores. À medida que as comunidades desenvolviam estratégias de sobrevivência diante das restrições impostas pela COVID-19, a oposição às ameaças de despejo e à

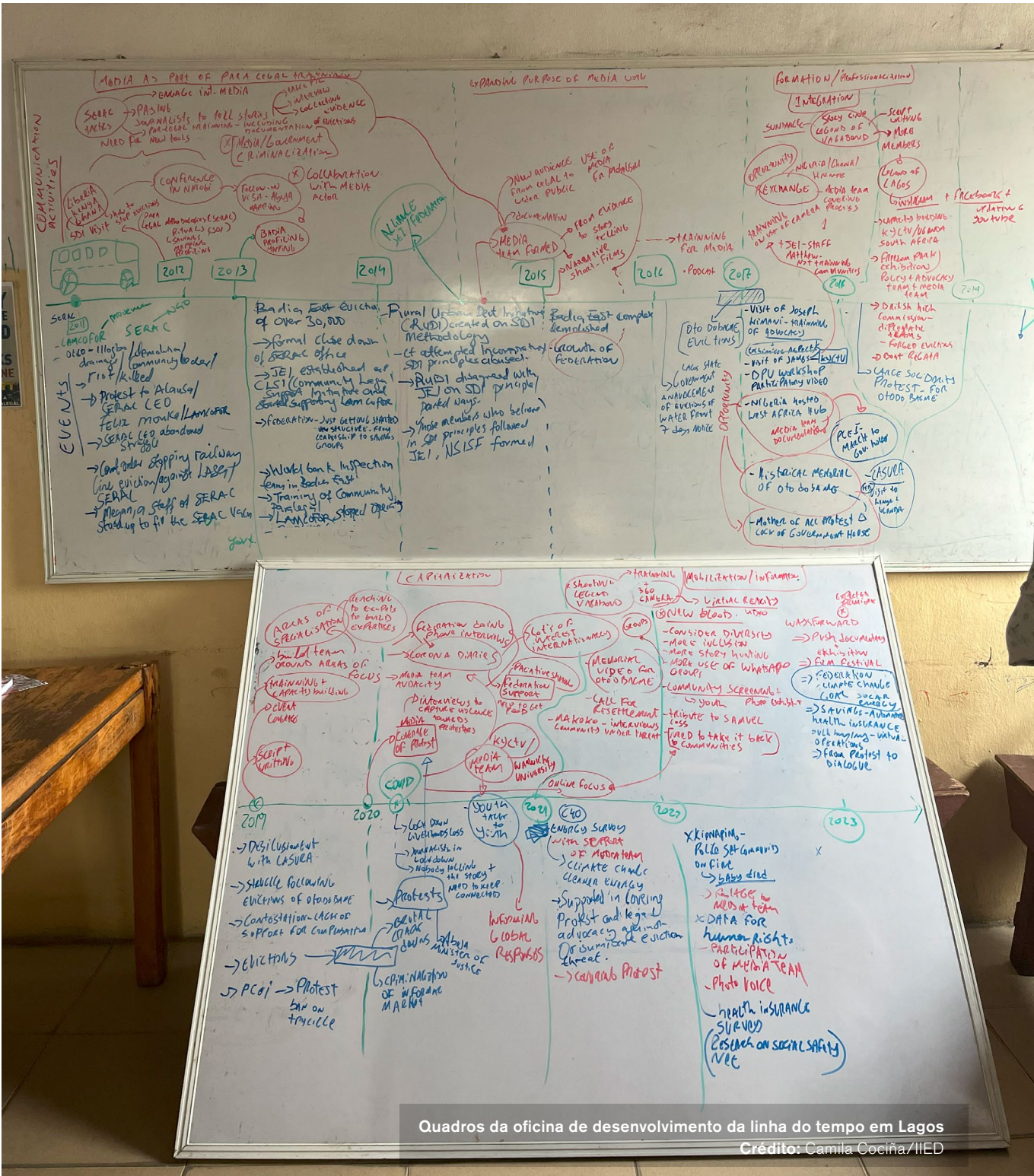
À medida que as comunidades desenvolviam estratégias de sobrevivência diante das restrições impostas pela COVID-19, a oposição às ameaças de despejo e à violência das agências governamentais continuou por meio de diferentes formas de protesto e organização.

violência das agências governamentais continuou por meio de diferentes formas de protesto e organização. Os membros da Federação usaram suas habilidades de comunicação para desenvolver material para mobilização durante toda a pandemia, por meio de entrevistas por telefone e da produção da campanha “Corona Diaries”, que atraiu o interesse internacional e, por sua vez, mobilizou apoio para que a Federação tivesse acesso a alimentos. Ferramentas de comunicação e tecnologia também

foram usadas para documentar a violência ocorrida nos protestos e para criar conteúdo, como os vídeos memoriais das comunidades despejadas de Otodo Gbame, a filmagem de “The Legend of the Vagabond Queen of Lagos” e o desenvolvimento de obras mais longas, como o filme de 25 minutos “If Walls Could Talk”. Os intercâmbios com a KYCTV e os treinamentos continuaram, principalmente por meio de plataformas online, bem como a defesa jurídica.

- Por fim, o período atual tem sido de **mobilização e informação (2022-)**. Com o retorno de mais atividades presenciais, a equipe de mídia da Federação conseguiu trazer novas pessoas com habilidades mais avançadas, além de novas tecnologias, incluindo uma câmera 360 graus, para produzir mídia e criar conteúdo com outras organizações, como a iniciativa de capacitação de pessoas com deficiências físicas (Physically Challenged Empowerment Initiative, PCEI). O fim do isolamento também permitiu a realização de rastreios comunitários, que são cruciais para ligar o trabalho de comunicação social aos residentes no local. A equipe de mídia participou da coleta de dados e pesquisa, permitindo o uso de novas informações para o conteúdo de mídia sobre, por exemplo, saúde e direitos humanos. A mídia tem sido usada como uma ferramenta de mobilização interna dentro da Federação, por exemplo, por meio de





Quadros da oficina de desenvolvimento da linha do tempo em Lagos  
Crédito: Camila Cociña/IIED

uma homenagem em 2022 a Akinrolabu Samuel, um dos fundadores da Federação. Também tem sido empregada para documentar diferentes formas de violência estatal e disponibilizar imagens por meio de arquivos online, além de construir narrativas alternativas sobre e pelas comunidades.

Os métodos atuais usados pela equipe da *Media4Change* em cada uma de suas campanhas de defesa são moldados por muitos fatores diferentes — às vezes o resultado de uma ação curta, outras vezes o resultado de ações comunitárias intensivas que envolvem longos períodos de planejamento e execução do projeto. Em reconhecimento à diversidade e à singularidade de cada produto, a Tabela 1 (abaixo), apresenta uma estrutura desenvolvida pela JEL para uma análise do cenário da mídia em 2023. Destaca-se as cinco principais práticas

de mídia da JEI, com os principais exemplos: retratos ambientais com narrativa em primeira pessoa; vídeos com imagens estáticas; documentários curtos; comunicados à imprensa com vídeos e fotos online de alta qualidade e disponíveis para download gratuito; e filmes narrativos longos.

**Quadro 1: Principais práticas de comunicação da *Media4Change* na Nigéria, produzido por Andrew Maki, codiretor do JEI, como parte de um relatório interno sobre o panorama midiático do projeto Civic Media**

Práticas de mídia e comunicação	Exemplos-chave
<p><b>Retrato ambiental com narrativa em primeira pessoa</b></p> <p>No estilo do projeto <i>Humans of New York</i>, essas peças curtas de mídia consistem em uma ou mais fotos e uma narrativa escrita em primeira pessoa pela pessoa retratada. Elas são frequentemente produzidas como parte de uma coleção sobre um tema específico (por exemplo, inclusão de pessoas pobres na área urbana que vivem com deficiência, impactos de despejos forçados, experiências da população urbana pobre durante a pandemia de COVID-19).</p> <p>Elas são rápidas de criar e são acessíveis — qualquer pessoa com um celular com câmera e habilidades básicas de fotografia e entrevista pode criá-las.</p> <p>Divulgamos esse tipo de mídia em vários formatos por meio de mídias sociais e atividades presenciais.</p> <p>Esta prática midiática também é uma ótima ferramenta para o desenvolvimento de habilidades para os criadores de mídia, já que prioriza a narração de histórias em relação ao domínio de equipamentos técnicos de mídia.</p>	<p>Apresentado em comunidades e exposições como parte da campanha #InclusiveLagos, e ao público em geral através do Instagram: @humans.of.ph, @visages.de.cotonou, @legends.of.lagos. Exemplos:</p> <p>“I am known as Madam Short Knickers. I was one of the first settlers of this community...” (Comunidade Ibi-Apu Polo, Port Harcourt)</p> <p>“My name is Ibrahim and I live here in Makoko waterfront. I want Makoko to be a better place in the future...” (Comunidade Mokoko, Lagos)</p> <p>“I am a trader and sell on the street...” (Yaba, Lagos)</p> <p>“Agbato is the neighbourhood where I was born. Since my childhood, I practice this activity which consists of smoking prawns...” (Agbato, Cotonou)</p> <p>“I come from a family of four and I'm the last born, and a student of Refine Brain Academy in JSS3...” (Comunidade Elemenwo, Port Harcourt)</p>
<p><b>Vídeos com imagens estáticas</b></p> <p>Essa prática foi instituída durante o período de isolamento social causado pela COVID-19, para a comunicação entre as comunidades e para manter as pessoas engajadas e informadas, além de relatar as experiências da população urbana pobre durante a pandemia.</p> <p>O conteúdo é apresentado no formato de uma fotografia estática, acompanhada de uma entrevista em áudio no estilo rádio (segunda pessoa) ou diário (primeira pessoa) sobre a realidade local em sua própria comunidade.</p> <p>Escolhemos esse formato por várias razões práticas: porque exigia menos dados para transmitir e receber em comparação com um vídeo, além de requerer habilidades básicas de mídia e um trabalho mínimo de pós-produção.</p> <p>Quando agregados como uma coleção e geolocalizados em um mapa, eles apresentam uma “voz” poderosamente autêntica e diversificada da população urbana pobre.</p> <p>Como ferramenta de treinamento, essa prática de mídia também se concentra na produção de áudio de qualidade e no aprimoramento das habilidades de entrevista, dois elementos essenciais para a produção de vídeos.</p>	<p>Campanha #CoronaDiaries divulgada via Twitter @justempower, através de grupos internos de WhatsApp, e agregadas e mapeadas usando um “mapa de histórias” no nosso site Web em <a href="http://www.justempower.org/coronadiaries">www.justempower.org/coronadiaries</a>, e também pode ser visualizado individualmente como um canal no YouTube <a href="#">here</a>.</p> <p>Exemplos:</p> <p>Homelessness + COVID-19 (Lagos)</p> <p>Nosemask as Avenue for Extortion (Port Harcourt)</p> <p>“Or are we not part of the plan?” (Lagos)</p> <p>“They redeem us from hunger” (Lagos)</p> <p>A Pandemic for the Poor Alone (Port Harcourt)</p> <p>“We're sitting on a keg of gunpowder” (Lagos)</p> <p>Physically Challenged, Hard Working (Lagos)</p>

Práticas de mídia e comunicação	Exemplos-chave
<p><b>Documentários curtos</b></p> <p>Esses vídeos geralmente têm de 3 a 6 minutos de duração e, na maioria das vezes, são focados em um assunto (por exemplo, a defesa da justiça para o despejo forçado em Tarkwa Bay) ou focados em indivíduos (por exemplo, um breve retrato de um indivíduo em particular em nossa série “Legends of Lagos”).</p> <p>Essas peças incluem filmagens de entrevistas e cenas B-roll e, às vezes, incluem telas de título onde são apresentadas informações ou dados adicionais. Em alguns casos, a mensagem de defesa é o foco principal, com uma chamada específica para ação no final, por exemplo, “Entre em contato com o governador do Estado de Lagos para exigir o fim do despejo forçado de Otodo Gbame”.</p> <p>Outras vezes, usamos uma abordagem mais sutil, por exemplo, humanizando indivíduos de comunidades urbanas desfavorecidas, compartilhando suas experiências cotidianas para gerar compreensão por meio da empatia (por exemplo, no caso de pessoas com deficiência que enfrentam dificuldade para se locomover em Lagos sem qualquer infraestrutura de acessibilidade).</p> <p>Os documentários curtos são exibidos regularmente nas comunidades como parte de reuniões, compartilhados via WhatsApp e distribuídos online (hospedados principalmente no YouTube).</p> <p>O principal público de nossos documentários curtos é externo — chamando para a ação ou buscando humanizar a população urbana pobre. No entanto, eles servem igualmente a um propósito interno de construir a rede comunitária por meio da solidariedade e da celebração de “nossas histórias”, ou da conscientização sobre as realidades dos despejos forçados e suas consequências a longo prazo.</p>	<p>A nossa principal coleção de curtas-metragens está alojada na nossa conta <a href="#">Media4Change no YouTube</a>, while some older pieces are on our <a href="#">nossa conta Vimeo</a>.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Our Health Matters (2023)</a></li> <li><a href="#">Faces of Otumara (2023)</a></li> <li><a href="#">Tarkwa Bay Memorial (2022)</a></li> <li><a href="#">Inaccessible Lagos: A 360 Degree Tour with Abbas Alhaji (2022)</a></li> <li><a href="#">Displacement in Diobu: Forced Eviction of Port Harcourt's Urban Poor (2022)</a></li> <li><a href="#">Our World Apart: A Story of Hope (2021)</a></li> <li><a href="#">When Love is There (2021)</a></li> <li><a href="#">Remember Us (2020)</a></li> <li><a href="#">Konami Dream: See Me As Your Broda (2020)</a></li> <li><a href="#">Changing Lanes (2019)</a></li> <li><a href="#">Our Right to Education (2019)</a></li> <li><a href="#">Our Lagos, Our Story (2018)</a></li> <li><a href="#">#SaveTheWaterfronts: Spotlight on Fish Trading in Lagos Waterfronts (2017)</a></li> <li><a href="#">Reality Check: Community Voices on World Bank Safeguard Review (2016)</a></li> <li><a href="#">Sallah Message from Badia East Evictees (2015)</a></li> <li><a href="#">Otto Ilogbo: A Community Under Siege (2014)</a></li> <li><a href="#">Forced Eviction, Never Again (2013)</a></li> </ul>

Práticas de mídia e comunicação	Exemplos-chave
<p><b>Comunicados à imprensa e vídeos e fotos online, de alta qualidade e disponíveis para download gratuito</b></p> <p>Os comunicados à imprensa são utilizados como meio de mobilizar uma pressão mais ampla e alertar parceiros e aliados (por exemplo, o relator especial da ONU sobre moradia adequada) sobre a necessidade de acabar urgentemente com os despejos forçados e para despertar o interesse dos veículos de comunicação tradicionais na cobertura de histórias importantes, ao mesmo tempo em que desafiam a narrativa oficial que retrata as pessoas pobres como “moleques de rua”, “criminosos” etc.</p> <p>Como os meios de comunicação precisam de fotos e vídeos para “vender” histórias aos seu público e verificar os fatos — mas podem não ter disponibilidade para participar de uma ação de protesto ou visitar o local de um despejo com rapidez suficiente — normalmente fornecemos comunicados à imprensa acompanhados de coleções de vídeos e fotos de alta resolução disponíveis para download gratuito no Flickr, com uma licença Creative Commons.</p> <p>Por exemplo, o nosso álbum no Flickr “<i>Otodo Gbame: 9 April 2017 Forced Eviction</i>” (Otodo Gbame: Despejo forçado em 9 de abril de 2017), composto por 58 fotos e 31 vídeos, foi visto 774 vezes. Como resultado dessas práticas de comunicação, tivemos inúmeros artigos publicados por veículos de comunicação locais e internacionais — por exemplo, “<i>Thousands displaced as police raze Lagos’ Otodo Gbame,</i>” [Milhares de pessoas ficam desalojadas enquanto a polícia destrói Otodo Gbame, em Lagos], Al Jazeera, 10 de abril de 2017.</p> <p>Embora o conteúdo de mídia da linha de frente seja geralmente criado pela equipe da JEI e por nossa equipe principal de mídia, às vezes é produzido por membros da comunidade que podem ter recebido treinamento básico da JEI em documentação de violações de direitos humanos e, em alguns casos, também por fotógrafos profissionais próximos.</p> <p>Também usamos comunicados à imprensa para divulgar as informações de contato de pessoas-chave com quem a imprensa tradicional deve falar, por exemplo, uma vítima de despejo ou um líder da Federação, criando assim oportunidades para que suas vozes sejam ouvidas.</p> <p>Os comunicados à imprensa são divulgados por e-mail e por mídias sociais e são compartilhados diretamente com nossas redes internacionais (incluindo a <i>Slum Dwellers International</i>).</p>	<p>Exemplos <a href="#">sitio Web</a>, fotografias e vídeos que acompanham os comunicados de imprensa disponíveis na nossa <a href="#">conta Flickr</a>.</p> <p>Exemplos:</p> <p><i>Makoko Community Rejects Forced Enumeration &amp; Demands Community-Led Regeneration Process</i> (8 de maio de 2021, Lagos, Nigéria)</p> <p><i>Nigerian Navy Acting on “Orders from Above” Forcibly Evicts Thousands from Okun Ayo &amp; Tarkwa Bay Communities</i> (22 de janeiro de 2020, Lagos, Nigéria) [ver também Despacho do Tribunal de 30 de janeiro de 2020 que impede novos despejos]</p> <p><i>Global Movement of the Urban Poor Condemns Forced Eviction of Waterfront Residents in Cotonou; Calls for Urgent Engagement with Residents to Prevent Further Displacement</i> (27 de agosto de 2019, Cotonou, República de Benim) [FRANCÊS]</p> <p><i>Court Finds the Governor Ambode is Undermining Rule of Law &amp; Principles of Constitutional Democracy After Thousands More Forcibly Driven from Otodo Gbame in Ruthless State-Sponsored Land Grab</i> (14 de abril de 2017, Lagos, Nigéria)</p> <p><i>Nigerian Slum / Informal Settlement Federation Calls for Tenure, Shelter, Livelihoods as Part of New Pro-Poor Urban Agenda in Lagos</i> (4 de outubro de 2016, Lagos, Nigéria)</p> <p><i>Communities &amp; Civil Society Partners Condemn Forced Evictions at Eagle Island and Decry Threat of Further Evictions Looming Over More than 60,000 in 17 Communities in Port Harcourt, Nigeria</i> (19 de julho de 2016, Port Harcourt, Nigéria) (declaração de imprensa conjunta com a Federação e OSCs)</p> <p><i>Thousands of Evictees Suffer Homelessness &amp; Loss of Livelihood After Ijora Badia Forced Evictions</i> (28 de setembro de 2015, Lagos, Nigéria) (declaração conjunta com uma OSC nigeriana)</p> <p><i>World Human Rights Day: Lagos Slumdweller Federation Calls for Security of Tenure to Achieve “Human Rights 365” in Lagos</i> (13 de dezembro de 2014, Lagos, Nigéria)</p>

Práticas de mídia e comunicação	Exemplos-chave
<p><b>Filmes narrativos longos</b></p> <p>Por reconhecer que, em determinados casos, a melhor maneira de inspirar mudanças é por meio de uma narrativa mais imersiva, e que grande parte da nossa mídia atinge apenas determinados públicos, também investimos vários anos na cocriação de dois longas-metragens narrativos. “<i>The Legend of the Vagabond Queen of Lagos</i>” é um filme centrado em personagens, com o estilo do gênero do realismo mágico africano. “<i>If Walls Could Talk</i>” é uma obra narrativa que traça a jornada de uma pessoa pobre com deficiência que migra para Lagos e enfrenta extrema exclusão e hostilidade.</p> <p>Os dois filmes visam atingir um público mais amplo, mudando as perspectivas sobre os despejos e pobreza urbana e abrindo os olhos para os tipos de violações de direitos e dificuldades enfrentadas pelas pessoas pobres com deficiência na megacidade de Lagos.</p> <p>Ambas as narrativas serviram como oportunidades poderosas para a capacitação da equipe, com os criadores de mídia da comunidade no centro do storyboard, na elaboração do roteiro, em todos os aspectos da produção e em vários aspectos da pós-produção (da segunda unidade de filmagem até regravação de diálogos/design de som e composição participativa na partitura), trabalhando lado a lado com profissionais da indústria e abrindo novas oportunidades para o desenvolvimento de carreira na indústria cinematográfica.</p>	<p>Página web de <i>Legend of the Vagabond Queen of Lagos</i>: <a href="http://www.justempower.org/vagabondqueen">www.justempower.org/vagabondqueen</a></p> <p>A página web de <i>If Walls Could Talk</i> está a ser desenvolvida</p>

## Seguindo em frente

As trajetórias midiáticas dessas duas organizações mostram a centralidade e as diversas funções que as práticas de comunicação têm desempenhado em suas lutas ao longo do tempo. Desenvolvemos uma análise mais detalhada dessas funções em nosso documento de trabalho *Práticas de comunicação coletiva e as lutas pela justiça habitacional. Primeiras reflexões de Lagos e São Paulo (Collective communication practices and the struggles for housing justice. Early reflections from Lagos and São Paulo)* (Frediani e Cociña, em breve), no qual discutimos como os cenários de comunicação mais amplos se cruzam com esses esforços.

Concluimos com um convite para acompanhar as experiências descritas nesta coleção de estudo de caso:

- **Convocando outros movimentos sociais e organizações de base a revisar e questionar suas práticas de comunicação e mídia.** Muitas vezes, quando perguntamos às organizações que lutam pelo direito à moradia sobre suas atividades de mídia, sua primeira resposta tende a ser que elas são quase inexistentes. Mas, analisando mais de perto, podemos identificar muitas práticas que dependem de engajamento de comunicação, tanto internos quanto externos. Geralmente, as tecnologias necessárias são simples (como panfletos, boca a boca, mídias sociais etc.), mas em outros casos, podem ser necessárias habilidades e recursos mais técnicos. Em uma inspeção mais detalhada, também podemos ver como essas práticas mudaram ao longo do tempo e o quanto elas nos dizem sobre o propósito de um movimento e as condições e processos externos. Uma maior compreensão dessas práticas pode servir como uma ferramenta poderosa para a formulação de estratégias na luta pela justiça habitacional.
- **Destacando o papel central das capacidades de comunicação nas questões de justiça em diferentes setores.** Para pesquisadores, formuladores de políticas e doadores, isso significa abordar a comunicação como uma área de desenvolvimento fundamental que abrange outros temas sociais. Para os pesquisadores, este é um chamado para explorar de forma mais sistemática os vínculos entre a mídia e as demandas por justiça em diferentes setores, bem como para desenvolver iniciativas de pesquisa-ação que incorporem elementos para fortalecer as capacidades de comunicação dos grupos de base. Para os formuladores de políticas, isso implica a necessidade de considerar as maneiras pelas quais os cenários de comunicação desiguais estão moldando as demandas sociais, bem como se concentrar em estratégias que criem ambientes mais propícios para que as práticas de comunicação coletiva atinjam seus objetivos. E para os doadores, isso significa integrar as atividades de comunicação como um componente essencial do trabalho de desenvolvimento, e não ver as comunicações como algo que meramente “apoia” a atividade institucional.



Baixe mais publicações em [iied.org/publications](http://iied.org/publications)

International Institute for Environment and Development  
44 Southampton Buildings, London, WC2A 1AP, UK  
[www.iied.org](http://www.iied.org)

@iied

[www.facebook.com/theIIED](http://www.facebook.com/theIIED)



As publicações do IIED podem ser compartilhadas e republicadas de acordo com a Licença Pública Internacional Creative Commons Attribution- NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0). De acordo com os termos desta licença, qualquer pessoa pode copiar, distribuir e expor o material, desde que atribua o devido crédito à fonte original e não o utilize para fins comerciais nem crie derivados. Licenças diferentes podem ser aplicadas a alguns elementos ilustrativos, em cujo caso a licença será exibida na lateral. O IIED está à disposição para discutir qualquer aspecto de uso adicional. Obtenha mais informações em [www.iied.org/Creative-Commons](http://www.iied.org/Creative-Commons).

O IIED é uma instituição beneficente registrada na Inglaterra, Charity No.800066, e na Escócia, OSCR Reg No.SC039864, e uma entidadelimitada por garantia registrada na Inglaterra sob o número 2188452



Esta publicação está focada em duas organizações habitacionais de base nas cidades de São Paulo, no Brasil, e Lagos, na Nigéria. Ela explora como o papel da comunicação nessas organizações mudou ao longo dos anos e como ela tem sido usada para melhorar suas capacidades de promover a justiça habitacional. Também apresenta linhas do tempo para cada organização, identificando os principais eventos relacionados às lutas dos movimentos de moradia em seus respectivos países e as mudanças no uso de ferramentas e táticas de comunicação. O objetivo é descrever a riqueza das práticas de comunicação utilizadas, suas conexões com processos mais amplos, e ilustrar as diferentes funções que elas têm desempenhado nas lutas por moradia, fornecendo, assim, percepções para outros movimentos habitacionais sobre a centralidade das práticas comunicacionais em impulsionar a transformação social e política em direção a sistemas habitacionais mais justos.



Produtos de  
conhecimento

## Recolha de estudos de caso

Setembro de 2024

### Urbanização; Comunicação

*Palavras-chave:*  
Habitação, mídia, movimentos de base



Arts and  
Humanities  
Research Council

Este trabalho foi apoiado pelo Arts  
and Humanities Research Council  
(número de subsídio AH/W005980)