



Laboratórios de Mídia Cívica em São Paulo e Lagos:

Lições e métodos dos e para os movimentos
de moradia

Sobre os autores

Esta publicação foi preparada por Camila Cociña (pesquisadora sênior do IIED), Alexandre Apsan Frediani (pesquisador principal do IIED), Andrew Maki (JEL); Temilade Sesan e Tobiloba Bolujoko (Universidade de Ibadan); Benedito Roberto Barbosa, Evaniza Rodrigues e Cecilia Bacha (UMM-SP); Francisco de Assis Comaru e Talita Anzei Gonsales (LabJuta, Universidade Federal do ABC).

Agradecimentos

A equipe gostaria de agradecer a todos os participantes e facilitadores dos Laboratórios de Mídia Cívica em cada cidade, incluindo membros da Nigerian Slum/Informal Settlement Federation e membros dos diversos movimentos sociais locais que compõem a União dos Movimentos por Moradia em São Paulo.

Foto da capa: Participantes de laboratórios de mídia cívica em Lagos. Crédito: Equipe Media4Change

Foto da contracapa: Participantes da oficina final em São Paulo. Crédito: Camila Cociña/IIED

Publicado pelo IIED, julho de 2025

Cociña C, Frediani, AA, Maki, A, Sesan, T, Bolujoko, T, Barbosa, BR, Rodrigues, E, Bacha, C, Comaru, F e Gonsales, TA (2025). Laboratórios de Mídia Cívica em São Paulo e Lagos: Lições e métodos dos e para os movimentos de moradia. IIED, Londres.

ISBN: 978-1-83759-161-9

www.iied.org/pt/22647iied

Conteúdo

1. Introdução: Aprendendo com os laboratórios de mídia cívica	2
2. São Paulo: Fortalecimento da <i>comunicação popular</i> em toda a cidade	4
3. Lagos: Expansão dos esforços do Media4Change nos principais assentamentos	7
4. Seguindo em frente: Aprimorando o potencial dos laboratórios de mídia cívica	12

1. Introdução: Aprendendo com os laboratórios de mídia cívica

Entre 2022 e 2025, o IIED estabeleceu uma parceria com movimentos sociais de moradia de São Paulo e Lagos para explorar a importância das habilidades de comunicação nos movimentos de moradia. A equipe de **Justiça Habitacional** do IIED, em conjunto com parceiros no Brasil (**União dos Movimentos por Moradia** e **LabJuta, Universidade Federal do ABC**) e na Nigéria (**Justice & Empowerment Initiatives** e Universidade de Ibadan), trabalhou no projeto de pesquisa-ação “**Mídia cívica para o direito à moradia: lições das lutas contra despejos em São Paulo e Lagos.**” O objetivo foi fortalecer iniciativas de mídia cívica lideradas pela base, aprimorando sua capacidade de influenciar processos decisórios mais equitativos e apoiar visões de moradia mais inclusivas e justas.

Como parte dessa iniciativa, a equipe de pesquisa realizou uma série de análises, incluindo o enquadramento da discussão sobre as **práticas de comunicação e as lutas por justiça habitacional**, a documentação da situação dos direitos à moradia em **São Paulo e Lagos**, e uma revisão das **práticas históricas de comunicação** utilizadas pelos movimentos habitacionais de ambas as cidades nas últimas décadas.

Além dessas reflexões, um componente essencial do projeto foi a realização e documentação de oficinas de mídia para grupos de base em ambas as cidades, que chamamos de “laboratórios de mídia cívica” (consulte o Quadro 1). Nesta coletânea de estudos de caso, nosso objetivo é aprender com a implementação desses laboratórios de mídia cívica e inspirar outros grupos da sociedade civil a mobilizar esforços ativos para fortalecer as capacidades de comunicação como um meio estratégico de consolidação dos movimentos sociais por moradia.

Para isso, apresentamos a experiência dos laboratórios em São Paulo e Lagos por meio de uma série de perguntas comuns:

- Quais eram os objetivos estratégicos dos laboratórios e como se alinhavam às necessidades e aspirações dos movimentos atuais?



- Como os laboratórios foram estruturados — quem eram seus participantes, onde ocorreram, qual o foco midiático, quais materiais foram utilizados e quais os resultados obtidos?
- Quais foram os principais desafios enfrentados e as lições aprendidas durante a implementação e nos resultados posteriores dos laboratórios?

Ao analisar essas duas experiências em conjunto, esta coletânea de estudos de caso conclui com uma reflexão sobre o valor da implementação de oficinas e atividades com foco explícito em mídia. Também oferece alguns insights sobre o que é necessário para ampliar o potencial de iniciativas como os laboratórios de mídia cívica e suas implicações para os movimentos que enfrentam as injustiças habitacionais.

Quadro 1: O que são laboratórios de mídia cívica?

A implementação dos “laboratórios de mídia cívica” foi um componente essencial deste projeto de pesquisa-ação. Esses laboratórios consistem em uma série de oficinas destinadas a grupos de base, com foco explícito no fortalecimento das capacidades individuais e coletivas para a produção de mídia. Utilizam um conjunto diversificado de práticas e tecnologias de comunicação, direcionadas aos membros dos movimentos de moradia e suas redes. O projeto, a duração, a estrutura e o foco dos laboratórios são definidos por cada movimento.

Embora o escopo do uso da mídia varie, os laboratórios de mídia cívica compartilham algumas características fundamentais:

- **Os laboratórios de mídia cívica são liderados pela comunidade**, com membros da sociedade civil e grupos de base assumindo a liderança em diferentes aspectos do projeto e da implementação das oficinas. Isso implica o uso de tecnologias, ferramentas e métodos culturalmente apropriados, bem como o reconhecimento de diferenças relacionadas à idade (como diferentes níveis de alfabetização digital), gênero (por exemplo, a participação e o engajamento de mulheres podem ser limitados, dependendo do contexto ou momento), etnia (como possíveis tensões que podem surgir conforme o foco das oficinas), entre outros fatores.
- **Os laboratórios de mídia cívica possuem uma intenção estratégica voltada para os objetivos, necessidades e aspirações coletivas das organizações que conduzem as oficinas.** Alguns desses objetivos podem estar centrados no desenvolvimento de capacidades individuais e na aquisição de habilidades pessoais; no entanto, de modo geral, a intenção estratégica está alinhada às demandas e ambições compartilhadas pelos movimentos, seja em relação ao fortalecimento organizacional interno, seja em suas lutas externas por justiça habitacional.
- **Os laboratórios de mídia cívica abordam o aprendizado a partir de uma perspectiva pedagógica crítica**, pois integram habilidades técnicas e alfabetização midiática com consciência política e crítica. As oficinas incluem sessões práticas focadas no uso de diferentes tecnologias e canais de comunicação, entrelaçadas com discussões sobre direitos, cidadania e ação coletiva. Os participantes são considerados agentes ativos no processo de aprendizagem, e os laboratórios são concebidos como uma experiência compartilhada entre instrutores e aprendizes, que constroem coletivamente uma consciência política.
- **Os laboratórios de mídia cívica seguem uma metodologia estruturada, definida coletivamente antes de sua implementação.** Embora sejam flexíveis e capazes de se adaptar a eventos imprevistos, não são concebidos como um conjunto isolado de sessões de treinamento. Ao contrário, partem de uma compreensão integrada de como os diferentes componentes se articulam. Isso inclui a estrutura das atividades, sua duração, o espaço físico onde ocorrem, os participantes e o público-alvo das oficinas, bem como os focos temático e midiático de cada sessão. Juntos, esses elementos funcionam como blocos de construção interconectados para alcançar os objetivos estratégicos.

2. São Paulo: Fortalecimento da *comunicação popular* em toda a cidade

2.1 Sobre a UMM-SP

A União dos Movimentos por Moradia (UMM-SP) é uma aliança de movimentos de moradia da Grande São Paulo, criada em 1987 como o capítulo paulista da União Nacional por Moradia Popular — um movimento nacional que articula iniciativas de diversas partes do Brasil. A UMM-SP é organizada como uma coalizão composta por diferentes movimentos que representam regiões distintas da Grande São Paulo, além de grupos voltados a questões específicas, como organizações de mulheres e moradores de assentamentos informais. Seu trabalho concentra-se, principalmente, em apoiar e gerir processos de moradia coletiva de autogestão, impedir despejos e organizar a mobilização social em defesa de mudanças nas políticas públicas.

2.2 Quais eram os objetivos estratégicos dos laboratórios?

Para a UMM-SP, a possibilidade de implementar oficinas dos laboratórios de mídia cívica foi vista como uma oportunidade para avançar em diversos objetivos estratégicos. Por um lado, buscava-se aumentar a alfabetização tecnológica e digital dos membros e lideranças do movimento, abordando especialmente as lacunas de habilidades entre os integrantes mais velhos. Por outro lado, os workshops tinham como meta identificar, capacitar e recrutar membros com interesse em produção de mídia, que pudessem contribuir para a disseminação dessas habilidades em todo o movimento.

A médio prazo, a intenção era formar um grupo de trabalho de mídia com representantes dos diversos movimentos da cidade, capaz de coordenar a produção de conteúdo e estabelecer ciclos de feedback entre ações locais e iniciativas centralizadas. Nesse contexto, decidiu-se nomear os laboratórios de mídia cívica como **“Curso de Comunicação Popular: revelando estratégias de comunicação”**. É importante destacar que a palavra *popular* aqui é usada em seu sentido mais amplo — como “pertencente ao povo” ou “comum” — e pode também ser entendida como *comunicação de base*.

2.3 Como os laboratórios foram estruturados?

Para atingir esses objetivos, a UMM-SP organizou uma série de seis workshops, realizados mensalmente entre julho e dezembro de 2023. Todos os encontros aconteceram em um local comum no centro de São Paulo e, para facilitar a participação de representantes vindos de diferentes regiões da cidade, foram realizados aos sábados pela manhã.

Cada sessão foi estruturada em duas partes. A primeira metade da manhã foi dedicada à “teoria”, com apresentações conduzidas por palestrantes sobre temas centrais relacionados à comunicação popular. Esses temas incluíam o papel da comunicação e da mídia convencional nas lutas sociais, redes sociais e mídia alternativa, além de experiências práticas de comunicação popular, entre outros.

Na segunda metade das sessões, o foco foi a “prática”. Os participantes foram divididos em grupos por “linguagens” de mídia e utilizaram esse tempo para desenvolver habilidades específicas e avançar em projetos individuais e coletivos, aplicando os conhecimentos adquiridos. Os grupos trabalharam com as seguintes linguagens: vídeo, podcast, design gráfico e texto escrito. Cada sessão abordou um aspecto distinto do processo de produção de mídia — desde o planejamento e a redação de roteiros, passando pela pré-produção, produção e edição, até a divulgação — além de oferecer capacitação em habilidades técnicas específicas.

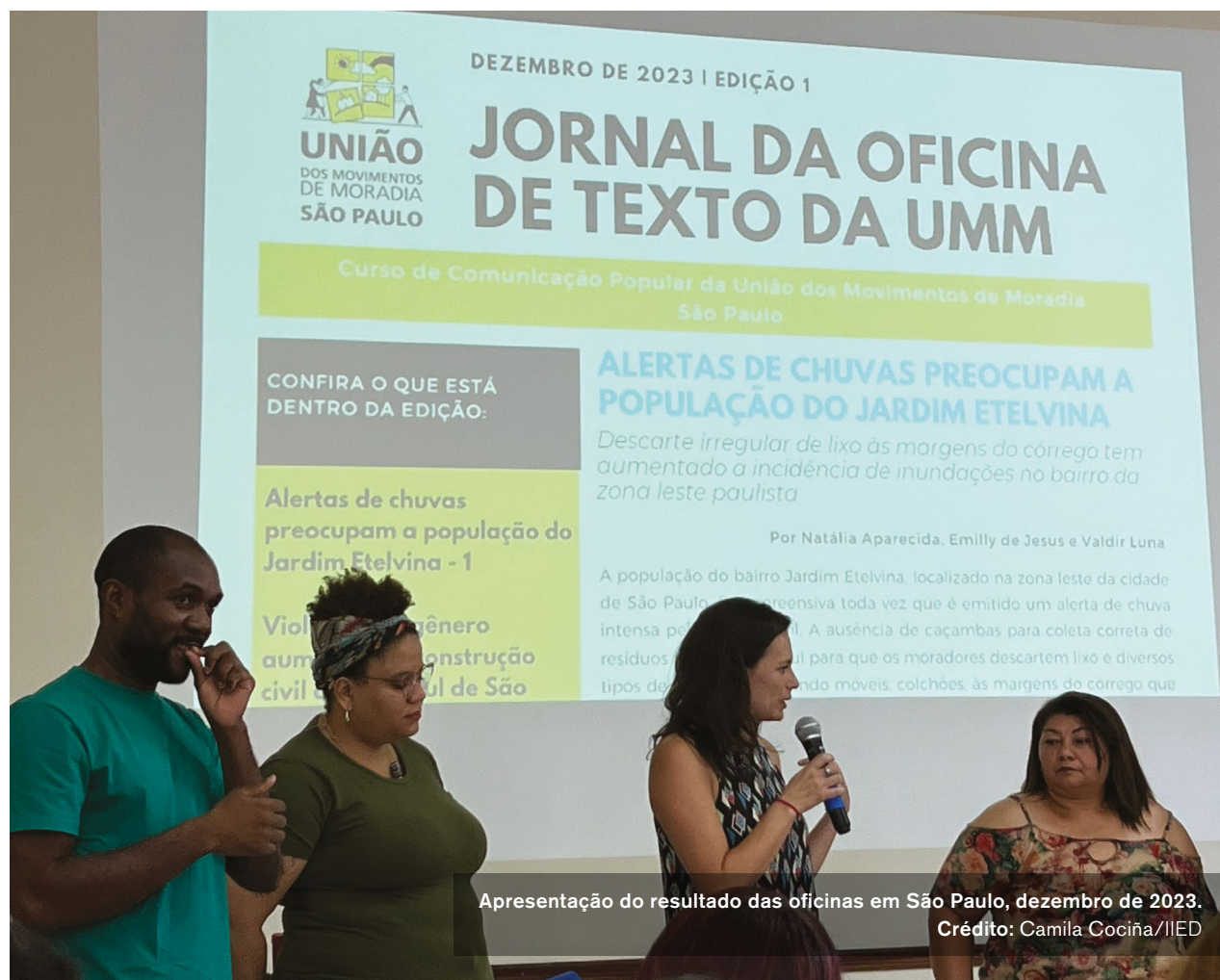
Antes do lançamento do curso, a UMM-SP realizou uma chamada aberta a todos os membros, estabelecendo cotas para representantes de diferentes regiões da cidade. Embora o número de participantes tenha diminuído ligeiramente ao longo dos workshops, mais de 100 membros concluíram o curso. Cada participante escolheu, de forma autônoma, as linguagens de mídia que desejava desenvolver.

Um aspecto fundamental do componente prático do curso foi o uso de tecnologia “discreta”: especificamente, a utilização de telefones celulares como principal (e, muitas vezes, única) ferramenta, além da priorização de aplicativos gratuitos. Essa abordagem foi essencial para garantir acessibilidade e continuidade do aprendizado fora do ambiente das oficinas.

Na sessão final do curso, os grupos compartilharam os produtos e resultados desenvolvidos nas diferentes linguagens de mídia. Embora nem todos tenham conseguido finalizar completamente seus projetos, a sessão funcionou como um momento de celebração e de troca, permitindo compartilhar a riqueza, os desafios e as lições do processo. Todos os participantes receberam certificados ao final do curso de formação.

Tabela 1: Estrutura e conteúdo dos workshops – São Paulo

Sessão	Teoria	Prática
Mês 1	O papel da comunicação nas lutas <i>populares</i>	Sessão prática em grupos menores divididos por idiomas de mídia: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vídeo ▪ Podcast ▪ Design gráfico ▪ Texto escrito
Mês 2	Mídia comercial e lutas por moradia	
Mês 3	Redes sociais e mídia alternativa	
Mês 4	Experiências em comunicação <i>popular</i>	
Mês 5	Formação de um coletivo de comunicação da UMM	
Mês 6	Apresentação do trabalho e encerramento	



Apresentação do resultado das oficinas em São Paulo, dezembro de 2023. Crédito: Camila Cociña/IIED

2.4 Quais foram os principais desafios e lições identificadas na implementação e no resultado dos laboratórios?

As lições importantes aprendidas com os laboratórios de São Paulo — e que podem servir de base para experiências futuras — incluem:

- **Heterogeneidade:** O curso contou com a participação de um grupo diverso, especialmente em termos de faixa etária. Essa diversidade foi um dos grandes sucessos da experiência, mas também representou um desafio significativo. Em particular, as lacunas em relação à alfabetização digital, ao acesso a dispositivos (hardware e software) e à disponibilidade de dados dificultaram a plena realização dos objetivos práticos dos workshops. Isso foi especialmente evidente nas atividades que exigiam habilidades técnicas mais avançadas, como a edição.
- **Facilitadores:** O curso foi enriquecido pelo conhecimento e pelas experiências dos facilitadores e palestrantes convidados, bem como pelas interações entre eles e os participantes. Nesse sentido, foi essencial convidar parceiros com experiência consolidada em mídia, alinhada a uma compreensão prática e pedagógica da educação popular, além de um compromisso compartilhado com os direitos e as lutas por moradia.
- **Local:** A decisão de realizar o curso em um local central foi fundamental para os objetivos estratégicos dos laboratórios, pois permitiu a participação transversal de diferentes movimentos de São Paulo e promoveu mais interações e oportunidades de sinergia entre diversas organizações locais. No entanto, essa escolha também trouxe algumas desvantagens que devem ser consideradas em futuras edições. Entre elas, destacam-se a dificuldade de coordenação entre as sessões mensais — já que muitos participantes residem em áreas distantes entre si — e a limitação de um envolvimento mais aprofundado com questões e temas locais específicos.
- **Linguagens de mídia:** Cada linguagem de mídia apresentou desafios técnicos distintos, com requisitos específicos. Por exemplo, o grupo que trabalhou com produção de podcasts enfrentou dificuldades para concluir um produto final. No entanto, esse obstáculo foi superado de forma criativa, com a realização surpresa de um podcast improvisado transmitido ao vivo durante a sessão de encerramento — demonstrando a versatilidade e aplicabilidade das habilidades adquiridas.

Por outro lado, o grupo de design gráfico começou a produzir, utilizar e disseminar panfletos digitais para ações relacionadas à moradia já nos primeiros encontros. Isso evidenciou a predominância dos “cards” de WhatsApp como canal de comunicação e a eficácia das ferramentas simples utilizadas. Em todas as linguagens, o uso de aplicativos gratuitos disponíveis em telefones celulares foi um ponto de partida essencial para a inclusão e o engajamento.

- **Continuidade e engajamento:** Embora os workshops tenham contado com um envolvimento muito ativo, houve, inevitavelmente, uma diminuição na participação ao longo do tempo — em parte devido à necessidade de os membros do movimento conciliarem sua participação com atividades laborais e meios de subsistência. Um dos maiores desafios foi a formação do grupo de trabalho de mídia originalmente previsto, bem como a consolidação de uma identidade coletiva para a presença da UMM-SP na mídia.

Um aprendizado importante é que a comunicar-se de forma eficaz, intra comunidades, inter comunidades, externamente junto aos parceiros e externamente de forma mais ampla para a sociedade como um todo, equivale à preparação para lutar melhor pelo direito à moradia, pelo direito à cidade e pelos demais direitos humanos e de cidadania.

Participante do laboratório de comunicação popular em São Paulo¹

1 Gonsales, TA, Comarú, FA, Barbosa, BR, Rodrigues, E, Rosa, EF, Bacha, CC e Oliveira, JPR (2025) *Movimento de moradia e práticas de comunicação popular: aprendizados a partir de um processo de capacitação em São Paulo, Brasil*. IIED, Londres. Disponível em: <https://www.iied.org/pt-br/22646iied>

3. Lagos: Expansão dos esforços do Media4Change nos principais assentamentos

3.1 Sobre a JEI e o Media4change

A **Justice and Empowerment Initiatives (JEI)** é uma ONG nigeriana que apoia a **Nigerian Slum/Informal Settlement Federation** (“a Federação”). Seu objetivo é capacitar comunidades marginalizadas para que liderem as transformações que desejam ver em seus próprios territórios.

A Federação é um movimento nacional de massa composto por residentes de assentamentos informais que atuam coletivamente para melhorar as condições de vida da população urbana pobre. Como parte da **Slum Dwellers International (SDI)**, a Federação integra uma rede global de organizações lideradas por moradores de favelas.

A JEI apoia o trabalho da Federação por meio de serviços paralegais, fortalecimento de movimentos, advocacy estratégico e suporte à equipe de mídia da Federação por meio da iniciativa **Media4Change (M4C)** — liderada por jovens membros da Federação que produzem conteúdo de mídia.



Laboratórios de mídia cívica em Lagos.
Crédito: Equipe Media4Change

3.2 Quais foram os objetivos estratégicos dos laboratórios?

A Media4Change, com o apoio da JEl, possui uma longa trajetória no apoio à produção de mídia e documentação audiovisual alinhada às prioridades da Federação e das comunidades. Nesse contexto, os laboratórios foram vistos como uma oportunidade de levar o treinamento e a capacitação para bairros estratégicos onde as comunidades estavam passando por processos de transformação.

Essa abordagem foi especialmente relevante diante da predominância de interações on-line e centralizadas durante a pandemia e suas consequências, ressaltando a necessidade de “retornar” ao trabalho de base nas comunidades. Assim, os objetivos estratégicos dos laboratórios concentraram-se em transferir poder às comunidades urbanas pobres por meio da aquisição de habilidades em mídia, amplificando vozes críticas para melhorar o bem-estar dos moradores, combater estereótipos negativos e, simultaneamente, identificar e recrutar novos membros em potencial para a equipe da M4C.

3.3 Como os laboratórios foram estruturados?

O trabalho de base para os laboratórios começou com extensas conversas e diálogos com as principais partes interessadas, para identificar quais comunidades estavam prontas para aproveitar esse programa. Como resultado, três comunidades foram selecionadas e receberam o treinamento — Isale Akoka, Ago Egun e Otumara — todas com forte presença da Federação e passando por processos de transformação.

Os laboratórios foram organizados e facilitados pela equipe da M4C e pela JEl diretamente nessas três comunidades, com o apoio de líderes comunitários e membros da Federação. O treinamento desenvolveu a capacidade dos jovens em assentamentos informais de contar suas próprias histórias de moradia e lutas comunitárias por meio da criação de mídia.

Em cada uma das comunidades, os laboratórios foram estruturados em quatro “fases” de treinamento, com complexidade crescente:

Fase 1: Treinamento introdutório (3 dias) foi realizado em locais fornecidos por líderes comunitários em cada um dos bairros e incluiu sessões introdutórias sobre temas como narração de histórias, fotografia e defesa nas mídias sociais, além de sessões práticas sobre manuseio de câmeras e gravação de som.

Fase 2: Treinamento intermediário (3 dias) também foi realizado em cada comunidade e incluiu sessões mais avançadas sobre temas como narrativa por meio da fotografia, composição, criação de histórias, advocacy nas mídias sociais e técnicas de narração em áudio.

Fase 3: Criação de mídia avançada (4 dias) foi realizada no escritório da JEl, reunindo participantes das diferentes comunidades que desejavam aprofundar suas habilidades e que se encontraram pela primeira vez. Essa fase incluiu treinamentos aprofundados e sessões práticas sobre temas como videografia, entrevistas e uso de som na construção de narrativas, edição de vídeo, advocacy em mídia e a cocriação de planos para uma sessão de desenvolvimento de histórias de dois dias.

Fase 4: Planejamento e produção do projeto (2 dias) Os participantes retornaram às suas comunidades para desenvolver e implementar o planejamento, a pré-produção e a produção de seus próprios projetos.

Após a Fase 4, cada equipe identificou um projeto no qual trabalharia nos dois meses seguintes, com a orientação de membros da M4C, para garantir que os trainees colocassem em prática o que aprenderam durante as fases.

Os temas desses projetos foram: o direito à água potável (Ago Egun), a conscientização sobre a insegurança da comunidade (Isale Akoka) e uma campanha sobre gestão de resíduos e comunidade limpa, solicitando a parceria da Autoridade de Gestão de Resíduos de Lagos (Otumara).

Tabela 2: Estrutura e conteúdo dos workshops – Lagos

Fase 1: Treinamento introdutório	Fase 2: Treinamento intermediário	Fase 3: Criação de mídia avançada	Fase 4: Planejamento e produção de projetos
<p>Dia 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introdução ao Civic Media Lab, conhecendo uns aos outros, nível de experiência 2. Criando mídia para fazer mudanças: visão geral dos tipos de mídia e objetivos 3. Introdução à narração de histórias <p>Dia 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisão do que foi abordado no 1º dia 2. Introdução à fotografia 3. Sessão prática sobre como manusear a câmera <p>Dia 3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introdução à defesa da mídia social 2. Introdução à gravação de som e sessão prática 3. Elaboração de um plano para o próximo treinamento 	<p>Dia 1 – Fotografia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicação das regras de fotografia para tirar fotos que contam uma história (com telefones celulares e DSLR) 2. Composição, olhar criativo/perspectivas e situações simples de luz 3. Como vincular sua fotografia a histórias 4. Sessão prática, tarefas e uma apresentação em grupo <p>Dia 2 – Direito à moradia e narração de histórias</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. O que é o direito à moradia? 2. Compreensão mais profunda da narração de histórias, a arte de contar histórias 3. Para quem estou contando a minha história? 4. Com quem posso colaborar? 5. Avaliação do grupo: esboço prático sobre como fazer/criar histórias, apresentações do projeto do grupo em potencial. <p>Dia 3 – Parte 1: Defesa da mídia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agora que você criou a sua história, como fazer bom uso dessa mídia? 2. Estratégias de campanha, parcerias e como atingir seu público-alvo 3. Planos e métodos de distribuição 4. Monitoramento e avaliação para saber se a sua mídia foi eficaz 5. Exibição de filmes e discussão sobre os filmes assistidos, destacando a maneira como as histórias são contadas <p>Dia 3 – Parte 2: Som</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Como contar histórias em áudio 7. Estágios da produção: pré-produção, produção, roteiro, gerenciamento e edição de arquivos de áudio 8. Como vincular a mídia de áudio a uma estratégia de defesa 	<p>Dia 1 – Videografia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explicações sobre a configuração da câmera para vídeos (semelhanças com a fotografia) 2. Diferenças nas resoluções e as configurações corretas para filmagem 3. Regra dos terços em videografia/filmagem 4. Como posicionar o sujeito e a câmera para uma entrevista 5. Discussão sobre os desafios comuns enfrentados na videografia 6. Trabalho prático em grupo: configuração da câmera para filmagem, usando DSLR e telefone 7. Tarefa: prática de entrevista, com apresentações em grupo sobre os resultados <p>Dia 2 – Entrevistas para contar histórias</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Noções básicas sobre como conduzir uma entrevista 2. Técnicas de entrevista e como falar em público 3. Como preparar o entrevistado para a entrevista 4. Uso da linguagem corporal durante a entrevista 5. Como manter o entrevistado envolvido 6. Uso de perguntas de acompanhamento <p>Dia 2 – Som para contar histórias</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de áudio para contar histórias 2. Tarefa: coleta de áudio, com apresentação em grupo dos resultados <p>Dia 3 – Sessão prática sobre edição de vídeo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Como organizar seus arquivos 2. Sequência da história: como criar um começo, meio e fim 3. Sincronização de áudio e vídeo 4. Edição em aplicativos de smartphones <p>Dia 4 – Defesa da mídia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Divulgação na mídia social no Facebook, Instagram, YouTube e X 2. Plano de cocriação para sessão de desenvolvimento de histórias de dois dias 	<p>Dia 1 – Definição da agenda</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. O que você aprendeu? 2. O que você experimentou? 3. No que você ainda quer melhorar? 4. Como está sua mentalidade desde as três últimas fases do treinamento? <p>Dia 1 – Revisão</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Defesa da mídia 2. Contação de histórias 3. Fotografia e videografia <p>Dia 1 – Planejamento do projeto: Como cocriar uma história?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Planejamento do projeto, funções e responsabilidades 2. Os participantes identificam uma história na qual desejam trabalhar <p>Dia 2 – Pré-produção e produção</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Preenchimento dos formulários de planejamento da proposta do projeto 2. Elaboração de perguntas-chave que precisam ser respondidas na história 3. Identificação de locais e pessoas a serem entrevistadas 4. Trabalho de campo, organização de entrevistas e pesquisa para obter mais informações
<p>Local: Nas comunidades, em locais fornecidos pelos líderes comunitários</p>	<p>Local: Nas comunidades, em locais fornecidos pelos líderes comunitários</p>	<p>Local: Escritório da JEI como um treinamento centralizado para todos os participantes</p>	<p>Local: Nas comunidades, em locais fornecidos pelos líderes comunitários</p>

Tabela 3: Comunidades participantes e foco final do projeto

Ago Egun	Otumara	Isale Akoka
20 estagiários (5m/15h, idade média de 26 anos) 5 instrutores do Media4Change 1 líder comunitário	13 trainees (7m/6h, idade média de 20 anos) 6 instrutores do Media4Change 3 líderes comunitários	34 trainees (24m/10h, idade média de 23 anos) 7 instrutores do Media4Change
Projeto da equipe: filme de defesa intitulado “Right to Clean Drinkable Water” (Direito à água potável), que documenta os desafios enfrentados pela comunidade no acesso à água potável para beber e para outros usos, e que pede à Lagos State Water Corporation que estenda a água encanada à comunidade.	Projeto da equipe: filme de campanha que destaca como a organização pode resultar em uma comunidade limpa, solicitando parceria com a Lagos Waste Management Authority.	Projeto da equipe: filme de conscientização que destaca os desafios da insegurança e o que a comunidade está fazendo para enfrentá-la.

3.4 Quais foram os principais desafios e lições identificados na implementação e nas consequências dos laboratórios?

Há lições importantes aprendidas com os laboratórios de Lagos que podem informar experiências futuras:

- **Prazos:** A fase de planejamento dos laboratórios levou mais tempo do que o previsto, principalmente devido à ênfase no respeito aos processos comunitários em todas as etapas. Isso exige flexibilidade no planejamento e na execução, acompanhando o desenvolvimento orgânico e adaptando-se ao tempo dos membros da comunidade.
- **Enfrentar as dificuldades contínuas:** Durante a implementação dos laboratórios, as ameaças de despejo continuaram e dividiram a atenção da equipe. Por isso, foi essencial manter o foco dos laboratórios nas lutas em curso e criar flexibilidade para garantir a autenticidade da mídia produzida, baseada em desafios reais. As melhores experiências de formação tenderam a ocorrer “na prática”, por exemplo, ao documentar despejos ou desenvolver campanhas urgentes e não planejadas nas mídias sociais.
- **Continuidade e inclusão dos participantes:** Os trainees variaram entre as fases e atividades do laboratório, sendo que os compromissos mais prolongados ofereceram melhores oportunidades para múltiplos pontos de contato. Era necessário oferecer flexibilidade para que diferentes pessoas pudessem se envolver de diversas maneiras, pois nem todos podiam se ausentar do trabalho ou da escola durante todo o dia. A disponibilidade foi um fator determinante para a participação nos laboratórios, com diversos elementos se combinando para defini-la — especialmente o gênero e a situação empregatícia. Disparidades fundamentais nas expectativas culturais da comunidade levaram a

“Aprendi muito. Como produzir, como fazer a edição [de vídeo]... como me apresentar às pessoas. Como ir até elas e dizer: ‘É daqui que somos, este é o nosso lugar’. Como contar a sua história... E, se algo estiver acontecendo em uma área, como convidar as pessoas... e como proteger seu povo.”

Participante do laboratório de mídia cívica de Isale Akoka²

2 Sesan, T (2025) *Building local capabilities for housing rights advocacy: lessons from grassroots-led civic media labs in Lagos*. IIED, Londres. Disponível em: <https://www.iied.org/22624iied>

um envolvimento desigual de homens e mulheres. Como refletiu um dos facilitadores em Ago Egun: “As mulheres são as principais responsáveis pela família. Na maioria das vezes, a única coisa que os homens fazem é ir pescar. É por isso que temos esse número muito baixo [de mulheres]. É como se estivéssemos dizendo a alguém que tem a responsabilidade de cuidar da família para vir, sentar-se e aprender isso.”

- **Tecnologia, idioma e equipamentos:** As desigualdades no acesso à tecnologia e à alfabetização digital foram um desafio importante para a implementação dos laboratórios. A posse de smartphones e o acesso a dados móveis não são distribuídos de forma homogênea, gerando disparidades dentro e entre as comunidades. Da mesma forma, o uso do inglês nas interfaces de equipamentos tecnológicos representa um desafio considerável para grupos que não falam o idioma.
- **Expectativas da comunidade:** Como a maioria das atividades de treinamento foi realizada nas próprias comunidades, surgiram alguns desafios relacionados a possíveis mal-entendidos sobre os objetivos, o foco e o escopo dos laboratórios. Os participantes precisaram lidar com a percepção dos residentes de suas respectivas comunidades sobre a natureza do projeto e os benefícios que poderiam esperar dele. Apesar desse desafio, os participantes conseguiram identificar oportunidades para promover agendas comunitárias cruciais por meio de seu trabalho com a mídia.



Apresentação dos resultados dos Laboratórios na comunidade em Lagos, novembro de 2024.

Crédito: Camila Cociña/IIED

4. Seguindo em frente: Aprimorando o potencial dos laboratórios de mídia cívica

Os laboratórios de mídia cívica desenvolvidos e implementados em São Paulo e Lagos não apenas ampliaram as habilidades de mídia das pessoas que vivenciam diferentes formas de moradia inadequada, como também fortaleceram os vínculos entre essas duas equipes e suas lutas por justiça habitacional.

No contexto deste projeto, as equipes de São Paulo e Lagos discutiram a ampla gama de oportunidades para continuar a colaboração e os intercâmbios entre as duas cidades, com base na experiência e nas lições dos laboratórios de mídia cívica. Especificamente, as equipes buscam continuar desenvolvendo espaços para:

- **Demonstrar solidariedade** entre países em relação a causas atuais e futuras, como declarações contra ameaças de despejo, demandas internacionais aos governos, entre outras;
- **Trocar táticas e estratégias entre bairros e iniciativas**, como parcerias para ampliar a alfabetização midiática ou táticas para a melhoria gradual de edifícios ocupados;
- **Apresentar a mídia comunitária produzida pelas equipes e suas redes**, por meio de exibições de vídeos, organização de festivais de cinema e eventos semelhantes; e
- **Promover o intercâmbio de estratégias políticas nas lutas por moradia**, como políticas inovadoras para melhorias in situ e estratégias de advocacy.

Além da intenção de continuar a colaboração entre essas duas cidades, os laboratórios de mídia cívica também geraram resultados cruciais para as lutas por justiça habitacional. Como discutido mais extensamente neste **Informe do IIED**, esses resultados incluem:

- **Aumentar a capacidade coletiva de contestar as narrativas dominantes** (e muitas vezes criminalizadoras), dar visibilidade às vozes locais, desafiar ideias hegemônicas e construir uma memória fundamentada nas narrativas locais sobre moradia;
- **Resistir à violência e às violações de direitos por meio de respostas rápidas e visíveis**, ampliando a capacidade de produzir provas para o sistema judicial e outras oportunidades de contestação;
- **Expandir a agência pessoal nas lutas por direitos**, ao equipar os participantes dos laboratórios com novas habilidades e capacidades;
- **Fortalecer a solidariedade comunitária e a construção de movimentos**, aumentando as capacidades institucionais e a visibilidade das questões habitacionais dentro e entre as comunidades; e
- **Influenciar decisões relacionadas a ações, práticas e políticas**, alcançando líderes e autoridades comunitárias e intervindo em práticas locais.

A identificação desses resultados foi fruto do feedback coletivo proveniente dos intercâmbios, comparações, reflexões e aprendizado conjunto entre os grupos envolvidos ao longo de todo o projeto. Ainda que atuem em duas cidades muito diferentes, eles enfrentam desafios habitacionais semelhantes.

Considerando esses resultados gerais, bem como os desafios e as lições discutidas em relação a cada um dos casos, é fundamental ampliar o apoio aos esforços que buscam fortalecer ativamente as capacidades de comunicação e mídia dos movimentos sociais de moradia. Isso exige que doadores, instituições de pesquisa, governos e ONGs reconheçam a comunicação como uma função essencial dos grupos de base. Apoiar iniciativas como os laboratórios de mídia cívica é, portanto, uma condição indispensável para a promoção dos movimentos sociais habitacionais e o avanço da justiça habitacional.



Baixe mais publicações em iied.org/publications

International Institute for Environment and Development
44 Southampton Buildings, London, WC2A 1AP, UK

www.iied.org

 www.linkedin.com/company/iied

 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.

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

Design gráfico na palma da mão

Curso do CANVA.COM : como fazer cards
OFICINA DE COMUNICAÇÃO



Esta publicação foca a implementação de “laboratórios de mídia cívica” liderados por duas organizações de base lutando pelo direito a moradia nas cidades de São Paulo, no Brasil, e Lagos, na Nigéria. Ela explora os principais aprendizados da implementação desses laboratórios e visa inspirar outros grupos da sociedade civil a mobilizar esforços para fortalecer as capacidades de comunicação como um meio estratégico para consolidar movimentos sociais des moradia. Analisando essas duas experiências em conjunto, esta coletânea de estudos de caso conclui refletindo sobre o valor da implementação de oficinas e atividades com foco explícito na mídia e a comunicação popular. Também oferece algumas reflexões sobre o que é necessário para aprimorar o potencial de iniciativas como os laboratórios de mídia cívica e suas implicações para os movimentos que lutam contra as injustiças habitacionais.



Produtos de
conhecimento

Recolha de estudos de caso

Julho de 2025

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)