



Programa Jovens Comunica- dores

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO



PATROCÍNIO



Módulo 1 - Introdução à Comunicação
e à Educação Ambiental

Mentora: Leuziene Lopes

Janeiro/2025

INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

NOSSA VOZ, NOSSO TERRITÓRIO:

Comunicação popular para Jovens Indígenas

TERRITÓRIO ANCESTRAL

Maá munhã ira apigá upé rikué
Waá perewa, waá yuká
Waá munhã maá putari.
(tradução)

O que fazer com o homem da vida
Que fere, que mata
Que faz o que quer?

Do encontro entre o “índio” e o “branco”
Uma coisa que não se pode esquecer
Das lutas e grandes batalhas
Para o direito a terra defender.

A arma de fogo superou minha flecha
Minha nudez se tornou escândalo
Minha língua foi mantida no anonimato
Mudaram minha vida, destruíram meu chão.

Antes todos viviam unidos
Hoje, se vive separado.
Antes se fazia o Ajuri
Hoje, é cada um para o seu lado.

Antes a terra era nossa casa
Hoje, se vive oprimido.
Antes era só chegar e morar
Hoje, o território está dividido.

Antes para celebrar uma graça
Fazia-se um grande ritual.
Hoje, expulso da minha aldeia
Não consigo entender tanto mal.

Como estratégia de sobrevivência
Em silêncio decidimos ficar.
Hoje nos vem a força
De nosso direito reclamar.
Assegurando aos tanu tyura
A herança do conhecimento milenar.

Mesmo vivendo na cidade
Nos unimos em um único ideal
Na busca pelo direito
De ter nosso território ancestral.

O que fazer com homem na vida
Que fere, que mata
que faz o que quer?

Márcia Wayna Kambeba

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**  **GOVERNO FEDERAL**
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Módulo 1 - INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

Eixo 1. Comunicação dos povos e para os povos

1.1) Introdução a comunicação:

A comunicação é um processo de troca de informações, ideias, sentimentos e pensamentos entre pessoas. Esse processo pode ocorrer de várias formas, utilizando diferentes meios, linguagens e ferramentas. A comunicação é essencial para estabelecer conexões, e compartilhar conhecimentos.

Paulo Freire (1985), vê a comunicação além do simples ato de transmissão de informações; ela é um processo dialógico, horizontal e libertador. Para Freire, a comunicação é uma prática de troca, onde todas as partes envolvidas têm voz ativa, e assim contribuem para a construção coletiva de conhecimento. Não se trata de impor ideias, mas sim um espaço de encontro, reflexão crítica e de transformação. Nos pensamentos de Freire, a comunicação verdadeira é aquela que ajuda as pessoas a entenderem melhor o mundo e a se transformarem, juntas, em busca de mudanças melhores.

É comum pensarmos que a comunicação popular é algo simples ou feita de qualquer maneira. Isso porque é produzido por nós, de forma coletiva e distante das estruturas da grande mídia. No entanto, essa ideia é completamente preconceituosa. A comunicação popular é intencional, estratégica e possui grande valor, pois nasce da realidade das comunidades e é pautada pelas suas vivências, lutas e saberes. Ela não só questiona as **narrativas dominantes**¹, mas também constroi novas formas de representar o mundo, com autenticidade e compromisso social.

¹ Narrativas Dominantes: A ideia de narrativa expressa uma representação de uma verdade imposta, uma única forma de ver o mundo, que concorre com outras formas. Sendo essas formas, regras, pensamentos, argumentos, ideias.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**  **GOVERNO FEDERAL**
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

É importante compreender que nem toda comunicação é comunitária, e nem toda comunicação é feita de dentro para fora, ou seja, com a participação popular. Refletir sobre esse aspecto é fundamental para entendermos o que queremos e como desejamos construir uma comunicação que faça sentido para cada grupo e suas particularidades.

O Brasil ocupa um espaço preocupante, sendo um dos países com maiores disparidades quando pensamos nas desigualdades sociais e econômicas do mundo. Embora seja considerado um país rico, a concentração de riquezas é um problema visível entre nós. Podemos listar uma série de direitos sociais que ainda não foram cumpridos.

Os direitos dos povos e seus territórios, acesso a moradia, acesso a comunicação e a informação de qualidade, assunto que vamos conversar bastante por aqui. A concentração da mídia é um importante ponto para refletirmos nesse debate. Que a concentração de riquezas e poder é um reflexo da desigualdade no país, já sabemos, agora **quem concentra tudo isso?**

Vivemos em um modelo estruturado pela **monocultura**, tanto na produção agrícola, no campo da ideia, em várias expressões sociais, e isso também se reflete na comunicação: A **monocultura da ideia² única**, onde poucos falam para muitos, reflete a realidade que concentra a comunicação no Brasil. Ou seja, há uma predominância de uma única forma massiva de comunicar, e o que é comunicado, e isso, limita a diversidade de vozes, perspectivas e narrativas plurais.

² O termo "monocultura da ideia" refere-se a um único conjunto de pensamentos que tende a limitar o debate social e restringir uma visão ampla da realidade. Por outro lado, a "diversidade de ideias" representa o oposto dessa imposição, promovendo um debate inclusivo e participativo sob uma perspectiva social mais ampla.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

A comunicação ancestral, popular e comunitária por sua vez, é o caminho para um futuro mais inclusivo, diverso e de escuta. Ela resgata saberes tradicionais, fortalece as vozes das comunidades e promove a construção coletiva de narrativas, conecta passado, presente e futuro em uma rede de diálogo e transformação. Pois como nos diz, Ailton Krenak, *O futuro é ancestral*. (Ailton krenak 2022)

1.2) O que é comunicação comunitária?

A comunicação popular, comunitária ou alternativa, tem origem nos movimentos sociais nos anos 1970 no Brasil e na América Latina, com objetivo de mobilizar coletivamente as bases populares. A comunicação comunitária vem do povo, são as pessoas que a constroem a partir das suas vivências e o modo que se organizam socialmente. A comunicação popular não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que vem da ação dos grupos populares (Peruzzo, 2008, p.368). Ação que tem caráter mobilizador coletivo com a participação dos movimentos e organizações populares, que passam a utilizar canais próprios de comunicação.

A comunicação popular, alternativa e comunitária é a expressão das lutas populares por melhores condições de vida, a partir dos movimentos populares, e representam um espaço para participação democrática do povo” (Krohling Peruzzo, 2008,p.60)

Um veículo de comunicação comunitária, pensado a partir da própria comunidade e respeitando suas práticas ancestrais, vai muito além de apenas noticiar. A comunicação comunitária é pertencimento. Quando feita pela comunidade, ela deixa de ser apenas um instrumento de produção de conteúdo e se torna um espaço voltado para os interesses coletivos, promovendo a liberdade social e o direito de se comunicar.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

1.3) Comunicação popular e ancestral:

A comunicação de um povo é a expressão direta de sua cultura e modo de vida.

1.3.1) Comunicação ancestral quer dizer: formas de comunicação que têm suas raízes nos saberes, práticas e tradições de povos originários, comunidades tradicionais e culturas que existem há gerações. Essas formas de comunicação geralmente são transmitidas oralmente, por meio de histórias, cantos, danças, rituais, símbolos e outros elementos culturais que carregam os valores, a identidade e o conhecimento de um povo.

Ela valoriza os modos de compartilhar informações que não dependem exclusivamente de tecnologias digitais, mas que estão profundamente conectados ao território, à natureza e à coletividade. Na comunicação ancestral as memórias ancestrais são valorizadas e guiam o presente e futuro.

Comunicar, para nós, é um ato de resistência e de reconexão. Resistência contra a invisibilidade imposta pela modernidade e reconexão com a essência da nossa existência. (Texto: Anápuàka M. Tupinambá Hãhãhãe para: Radioyande.com)

Para Refletir - Como você percebe a comunicação ancestral no seu território ou comunidade?

É importante pensar que, mesmo na atualidade e com o uso das ferramentas digitais, é possível nos apropriar dessas tecnologias sem perder nossas raízes ancestrais e identidade para se comunicar. *Nada de fora para dentro, ser de dentro para fora.*

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

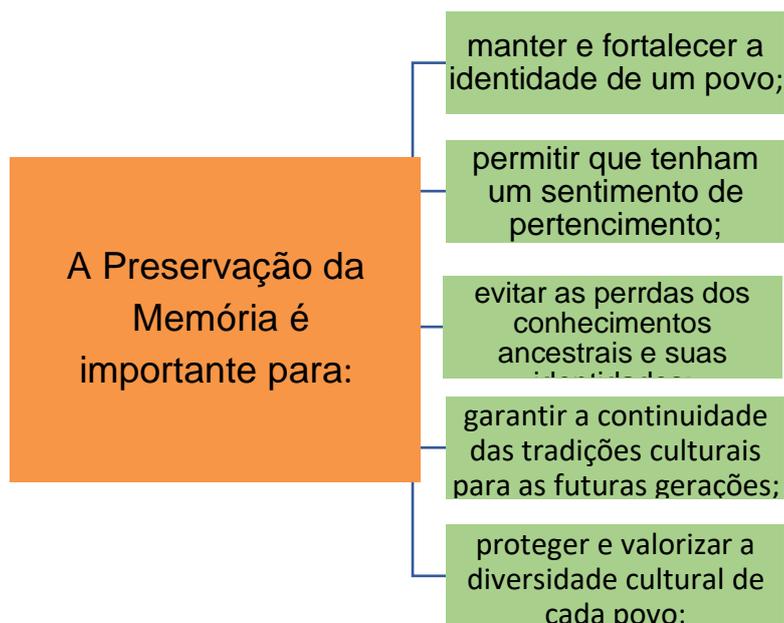
Ailton Krenak: A comunicação na verdade é uma arma poderosa e, portanto, muito perigosa, pois serve a quem tem o poder de emitir e difundir as informações, e nós sabemos que os pontos de vistas que inspiram o noticiário em geral, são definidos por pessoas escolhidas pelas corporações e governos na defesa de seus próprios interesses. Contrapor esta tendência dominante nos meios de comunicação com informações originadas em nossas comunidades onde se dá o embate entre interesses contrários, como as hidrelétricas, garimpo, madeireiras e outras invasões, além do agronegócio dominante em nosso país, é a única maneira de seguir fortalecendo nossas lutas em todos os sentidos, inclusive fortalecendo as identidades e culturas (Entrevista Acervo Instituto Socioambiental, ISA, Renata Tupinambá, 22,2014)

1.4) Comunicação e preservação da memória

Preservar a memória é manter viva a cultura e a identidade de um povo.

A história de um povo tradicional originário é contada de diversas formas: através de seus cantos, sua alimentação, sua relação com a comunidade, com a floresta, suas crenças e tudo aquilo que compõe o lugar onde vive.

Para refletir - por que é importante preservar a memória?



PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

PACTO DAS ÁGUAS

PATROCÍNIO

PETROBRAS

GOVERNO FEDERAL
BRAZIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

A comunicação feita pelas comunidades tradicionais garante que suas memórias e identidades sejam preservadas. É sempre importante lembrar que a comunicação deve ser feita por meio da escuta ativa e afetiva com base na cooperação, sempre colocando as pessoas à frente, valorizando seus saberes, suas histórias e suas necessidades, criando espaços de troca e o fortalecimento da comunidade.

A preservação da memória pode ser feita a partir de:

- Registro oral de histórias e saberes, mantendo viva a tradição e as experiências dos anciões e anciãs.
- Documentação de práticas culturais, como rituais, danças, cantos e festas.
- Criação de arquivos audiovisuais, livros, fotografias e materiais digitais que reúnam relatos e imagens.
- Envolvimento da comunidade no ensino de suas tradições e histórias para as novas gerações.
- Valorização e manutenção de espaços culturais e históricos, como territórios e lugares sagrados.
- Utilização de mídias digitais e redes sociais para compartilhar e divulgar as tradições com o mundo.

“Não odeie a mídia, seja a mídia.” (Guia de Comunicação, OPAN, 2018,p.18)

Eixo 2. A imprensa no Brasil

Agora, que já discutimos sobre a comunicação e sua importância para a comunidade, é o momento de entendermos como a comunicação midiática acontece no Brasil e como ela estabelece os padrões narrativos da história.

A comunicação midiática no Brasil desempenha um papel na construção de narrativas, na formação da opinião pública e no direcionamento das discussões sociais e políticas.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO** DAS ÁGUAS

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Ela é composta por diversos meios de comunicação, como (televisão, rádio, jornais, revistas e, mais recentemente, plataformas digitais, como as redes sociais e sites de notícias).

A maneira como a comunicação é estruturada e disseminada impacta diretamente a percepção das pessoas sobre temas que fazem parte da história do país. Um exemplo disso é a história dos povos indígenas, narrada sob o olhar do "outro" – o colonizador. Essa visão, carregada de preconceitos e interesses externos, distorceu e silenciou os saberes ancestrais, substituindo sua narrativa própria por uma interpretação discriminatória da verdade.

Para refletir: E se você pudesse contar sua história, como ela seria?

2.1) Como a Comunicação Midiática Acontece no Brasil?

A comunicação midiática no Brasil é marcada pela alta concentração do poder em poucas mãos, com grandes empresas de mídia controlando a maior parte dos veículos de comunicação. Entre esses grupos, destacam-se a Globo, a Record, o SBT e outros, que exercem uma influência significativa na definição das narrativas que chegam à população. Essa concentração que limita a diversidade de vozes e perspectivas, resulta em uma visão centralizada e, muitas vezes, **única** sobre os acontecimentos do país. Além disso, reforça desigualdades no acesso à informação, deixando de contemplar a pluralidade cultural, social e regional do Brasil.

2.2) Concentração de Mídia, o que isso significa?

Uma parcela significativa da população recebe informações enquanto uma minoria as produz e distribui, moldando-as a partir de uma perspectiva de monocultura, ou seja, uma única forma de pensar.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Esse cenário pode gerar uma visão distorcida ou limitada dos fatos, já que as narrativas frequentemente refletem os interesses de poucos grupos que também concentram outros grandes poderes, como bancos, grandes empresas, poder políticos e o latifúndio, que detém grandes áreas de terras pelo Brasil.

2.3) Conhecendo "os donos" das mídias no Brasil:

- **Grupo Globo:** a maior empresa de mídia do país, proprietário de canais como a TV Globo, rádio Globo, jornais como O Globo e *Extra*, além de plataformas digitais como o Globo.com. A Globo tem grande influência na definição de narrativas e pautas no Brasil.
- **Grupo Record:** A Record é outro grande grupo de comunicação, controlado pela Igreja Universal do Reino de Deus. Ele detém a TV Record, a rádio Record, e diversas plataformas digitais.
- **Grupo SBT:** O Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) é um dos maiores canais de TV do Brasil, fundado por Silvio Santos, e possui grande audiência nacional. O grupo também está presente em outras mídias, como rádio e internet.
- **Grupo Bandeirantes:** O Grupo Band controla a Band TV, BandNews, rádio Band e outros meios de comunicação. É um dos maiores grupos de mídia do país.
- **Grupo Folha de São Paulo:** Proprietário do jornal Folha de São Paulo, um dos maiores jornais impressos do Brasil, e de sua plataforma digital. A Folha também é responsável por diversos outros meios de comunicação relacionados à informação e jornalismo.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

2.4) A democratização da Comunicação:

Pouco abordado pelos veículos tradicionais, esse tema é muito importante no fortalecimento da comunicação comunitária. A democratização da comunicação é o processo que busca garantir o acesso igualitário aos meios de comunicação e a possibilidade de participação ativa da população na produção e disseminação de informações. Isso significa que as pessoas não ocupam apenas o lugar de recebedores de conteúdos criados por grandes grupos de mídia, mas também têm a oportunidade de produzir, compartilhar e comunicar suas próprias vivências, histórias, perspectivas e modos de vida.

Para alguns comunicação é poder, para nós é ferramenta de luta!

2.5) Conceitos básicos sobre o jornalismo:

O jornalismo é uma atividade informativa, realizada principalmente pelos meios de comunicação de massa. (Jornal Impresso, rádio, televisão e imprensa online, e redes sociais). Essa prática envolve a coleta, verificação, escrita e divulgação de informações relevantes e de interesse público. Ele desempenha um papel essencial na sociedade ao informar, educar e promover debates sobre temas importantes, sempre com o compromisso de garantir a transparência e o combate à desinformação.

O **jornalismo local** - feito pela e para a comunidade ou território – tem se mostrado um forte aliado no combate à desinformação, especialmente diante dos desafios trazidos pelos avanços da comunicação digital no mundo.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Ética no jornalismo:

A ética no jornalismo é o conjunto de princípios e valores que norteiam a prática profissional, assegurando que a informação seja apurada, publicada e disseminada com responsabilidade, respeito e compromisso com a verdade, sobretudo com as pessoas. Entre seus pilares estão, a precisão, a transparência, o respeito às fontes e aos direitos humanos, além do combate ao sensacionalismo e à disseminação de desinformação. Esses princípios são essenciais para garantir a credibilidade do jornalismo e sua função social como um dos pilares da democracia.

2.6) Aprendo na prática?

PARA PRODUZIR UMA MATÉRIA TEXTUAL É IMPOTENTE SEGUIR OS SEGUINTE PASSOS:		
<i>Jornalismo</i>	<i>Definição das Etapas</i>	<i>Comunicação Popular</i>
Escolha do tema ou pauta:	Identifique um assunto de interesse público e relevante. A pauta deve estar alinhada com o público-alvo e o veículo em que será publicada.	Assuntos e temas de interesse da comunidade, produzidos na língua materna e divulgados no território.
Pesquisa e apuração:	Levante informações sobre o tema utilizando fontes confiáveis, como documentos, relatórios, notícias anteriores, ou especialistas. A apuração cuidadosa é essencial para garantir a veracidade das informações.	Ouçá a comunidade, os parceiros e as lideranças locais. Dialogue com o poder público para obter respostas, quando necessário.
Planejamento:	Organize as ideias principais e defina o ângulo da matéria, ou seja, o foco da narrativa. Identifique quais fontes serão entrevistadas e quais dados complementam o texto.	Pense, juntamente com a equipe de trabalho e a comunidade, no que será abordado e no direcionamento da matéria. Publique o conteúdo apenas com a autorização dos envolvidos.
Entrevistas:	Converse com pessoas relevantes para o tema,	

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

 **GOVERNO FEDERAL**
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

	como especialistas, testemunhas ou envolvidos. Prepare perguntas claras e objetivas para obter respostas completas e relevantes.	Converse quantas vezes for necessário com sua comunidade ou entrevistados. Envolve outros territórios e regiões para enriquecer o material. Lembre-se de priorizar fontes e entrevistas da sua comunidade ou território.
Estruturação do texto:	Escreva a matéria de forma clara e organizada, apresentando as informações mais importantes no início, seguidas pelos detalhes e contexto.	Seja você mesmo e criativo ao escrever. Use exemplos e ditados populares para criar uma conexão com quem vai ler. Não se limite ao formato do jornalismo tradicional; explore formas que dialogam diretamente com a realidade de quem será alcançado.
Uso de fontes confiáveis:	Credite as informações às fontes utilizadas, garantindo a transparência e confiabilidade do texto.	A melhor fonte para falar sobre a comunidade é a própria comunidade.
Checagem de dados:	Revise os fatos, datas, nomes e informações para evitar erros ou imprecisões. A checagem é essencial para manter a credibilidade da matéria. Geralmente esse trabalho é feito pelo redator.	Revise o material junto com a equipe e a comunidade antes de publicá-lo, certificando-se de que as informações estão corretas.
Revisão:	Leia o texto final para corrigir erros gramaticais, de estilo e coerência. Verifique se o conteúdo está claro e acessível ao público.	Leia o material com a equipe e peça que outros comunicadores verifiquem o conteúdo. O trabalho coletivo é sempre o melhor caminho.
Acompanhamento do impacto:	Após a publicação, monitore a recepção da	Em caso de atualizações no

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

	matéria pelo público e, se necessário, publique atualizações ou correções.	conteúdo, converse com a comunidade antes de realizar qualquer publicação.
--	--	--

Esses passos ajudam a garantir que o texto jornalístico seja ético, eficiente e relevante.

Linha editorial o que é e como faz?

Uma linha editorial é um conjunto de regras e ideias que orientam o conteúdo produzido por jornais, revistas, sites ou emissoras. Ela serve para definir o estilo, os temas principais e os valores que o veículo de comunicação quer transmitir. Por exemplo, um jornal pode escolher dar prioridade a temas como cultura local, direitos humanos, esportes ou investigações, dependendo de quem é seu público e do que ele quer alcançar. A linha editorial ajuda a garantir que todo o conteúdo seja coerente e que o veículo tenha uma identidade clara e fácil do meio de comunicação.

Exemplo - Veículo de comunicação: Jornal comunitário do povo Aripuanã.

Linha editorial:

- **Foco:** Abordar questões de interesse direto da comunidade local, demarcação do território, valorização da cultura e identidade, saúde pública dos moradores.
- **Tom:** Informativo e acessível, utilizando uma linguagem simples e próxima do leitor e da comunidade.
- **Princípios:** Promover a valorização da cultura local, ecoar as vozes e demandas dos moradores e fiscalizar qualquer tipo de violação de direitos dos povos.
- **Posicionamento:** defender os interesses e direitos dos povos que vivem na RESEX Guariba Roosevelt.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO** DAS ÁGUAS

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Com base nessa linha editorial, o jornal pode produzir matérias como:

- "Jovens indígenas aprendem a comunicar as lutas de suas comunidades por meio da comunicação popular."
- "O valor dos saberes tradicionais: artesanatos indígenas conquistam reconhecimento no mercado nacional."
- "Marco Temporal: o que é e como ele ameaça os direitos dos povos originários e a preservação da floresta."

Essa linha editorial ajuda o veículo a manter seu propósito claro e a produzir conteúdos que atendam às necessidades e interesses da comunidade.

*A comunicação é como um território: floresce como um ipê,
nutre como a terra e flui como um rio.*

Eixo 3 – Introdução a educação ambiental

Introdução:

“Temos que ter a coragem de ouvir a terra”. Ailton Krenak

A Amazônia pode atingir o ponto de não retorno até 2050. Esse alerta foi emitido por cientistas e pesquisadores brasileiros em um estudo publicado na revista *Nature*. Segundo o estudo, entre 10% e 40% da floresta podem estar expostos a ameaças graves até 2050. Em 2024, de acordo com dados do Imazon, a Amazônia registrou o maior índice de degradação dos últimos 15 anos. Apenas no mês de setembro, a destruição da floresta alcançou 20.238 km², o equivalente a 13 vezes o tamanho do estado de São Paulo (Fonte: Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia / Imazon).

Essa afirmação reforça a urgência de promovermos uma educação ambiental, que se mostra como uma ferramenta essencial para a construção de sociedades mais conscientes e sustentáveis. A natureza somos nós; somos parte dela e não um elemento isolado da Terra.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Há vida além da floresta. Mas será que a destruição é apenas ambiental? Quem atíça, apaga o fogo? Essas perguntas são fundamentais para refletirmos sobre as transformações que queremos propor nos debates sobre as questões ambientais. E exigir a participação popular nas decisões é fundamental para garantir que as mudanças propostas reflitam as necessidades e realidades das comunidades diretamente afetadas, principalmente aquelas que preservam e dependem da natureza. A voz do povo deve ser central nas políticas públicas e nas ações de preservação ambiental.

Fomos, durante muito tempo, embalados com a história de que somos a humanidade. Enquanto isso – enquanto seu lobo não vem –, fomos nos alienando desse organismo de que somos parte, a Terra, e passamos a pensar que ela é uma coisa e nós, outra: a Terra e a humanidade. Eu não percebo onde tem alguma coisa que não seja Natureza. Tudo é Natureza. O cosmos é Natureza. Tudo em que eu consigo pensar é Natureza.” (livro Ideias para Adiar o Fim do Mundo, (KRENAK, 2020, p. 8)

3.1) A Relação Entre Comunicação e Meio Ambiente

Esse é um dos assuntos mais importantes deste módulo. Até agora, exploramos o que é comunicação e seus impactos sociais, como a imprensa se constitui no Brasil e como construir uma comunicação de dentro para fora, valorizando a ancestralidade. Agora, é hora de refletirmos coletivamente sobre como podemos usar a comunicação para engajar a comunidade nas questões climáticas do território, promovendo mudanças e fortalecendo as ações da comunidade.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

3.2) Mudanças climáticas e seu impacto:

"Não há como falar de mudanças climáticas sem falar de pessoas". Txai Suruí

O aquecimento global é o fenômeno caracterizado pelo aumento da temperatura média do planeta Terra. Esse aquecimento é causado principalmente pela emissão de gases de efeito estufa (GEE), que retêm calor na atmosfera. Entre os principais GEE estão:

- **Dióxido de carbono (CO₂):** É o maior responsável pelo aquecimento global, emitido principalmente pela queima de combustíveis fósseis, como carvão mineral, petróleo e gás natural.
- **Gás metano (CH₄):** É o segundo maior contribuinte para o aumento da temperatura global. Suas emissões vêm de atividades como lixões, produção agrícola (especialmente monoculturas), pecuária e queimadas em larga escala.

Como consequência desse desequilíbrio, surgem as mudanças climáticas, que são os impactos observados no clima do planeta e na vida das pessoas, como secas prolongadas, enchentes, aumento do nível do mar e eventos climáticos extremos. É essencial destacar que essas alterações são provocadas e intensificadas principalmente pelas **atividades humanas**. Portanto, combater o aquecimento global exige ações coletivas e mudanças estruturais em nossos hábitos de consumo e produção.

3.3) Mudanças Climáticas no Mundo

Dados da Organização Meteorológica Mundial (OMM) indicam que as temperaturas globais devem continuar subindo a níveis alarmantes nos próximos cinco anos. Entre os países que mais emitem gases de efeito estufa, estão, China e Estados Unidos que lideram essa lista, devido à alta industrialização.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Essa posição os coloca também à frente das responsabilidades em relação aos efeitos climáticos, exigindo ações urgentes para mitigar o impacto global e apoiar estratégias de adaptação, especialmente em países mais vulneráveis.

3.4) Mudanças Climáticas no Brasil

No Brasil, os impactos das mudanças climáticas são evidentes em fenômenos como a intensificação das secas, enchentes em áreas urbanas e alterações no regime de chuvas, que afetam a agricultura e a segurança hídrica. Além disso, o país enfrenta desafios relacionados ao desmatamento, especialmente na Amazônia, que acelera o aquecimento global. O Brasil, sendo um dos maiores países em biodiversidade e recursos naturais, desempenha um papel estratégico tanto nos desafios quanto nas soluções climáticas globais.

3.5) Mudanças Climáticas na Amazônia

A Amazônia está no centro das discussões sobre as mudanças climáticas. O desmatamento e as queimadas aceleradas não só colocam em risco a biodiversidade local, mas também afetam a capacidade da floresta de regular o clima do planeta. Os povos indígenas e as comunidades tradicionais, que dependem diretamente da floresta, são os mais prejudicados, enfrentando perdas culturais, sociais e ambientais. Por outro lado, os povos, com seus conhecimentos e tradições, podem ajudar a conter as mudanças climáticas. Não é possível falar em mudanças climáticas sem colocar as pessoas no centro do debate, especialmente aquelas que são mais afetadas.

Para refletir: Como essas alterações afetam suas comunidades?

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

É importante você saber: as mudanças climáticas não afetam a todos da mesma forma. Seus impactos são mais severos para comunidades menos assistidas como: Comunidades de povos tradicionais, camponeses e pessoas periféricas que frequentemente têm menos recursos para lidar com as consequências, como secas, enchentes e perda de biodiversidade. Por isso é importante, pensar em políticas públicas voltadas aos grupos que sofrem esses impactos de maneira mais intensa. E políticas públicas são feitas por pessoas.

Ouvir os povos é reconhecer o protagonismo de suas lutas.

3.6) Comunicação Ambiental

**Comunicar para engajar, engajar para lutar,
lutar para proteger nossa mãe Terra.**

Adotada como uma estratégia de enfrentamento à crise climática, a **Comunicação Ambiental** tem como objetivo engajar pessoas, grupos e comunidades a respeito das transformações climáticas. Um relatório feito pelo Instituto Vero e pelo coletivo Intevozes destacou que, na Amazônia, a pauta ambiental é um dos principais temas geradores de notícias falsas.

Como podemos combater isso?

Educação e comunicação: A educação ambiental e a comunicação são ferramentas poderosas e eficazes para combater a desinformação. Ensinar as pessoas a reconhecer fontes confiáveis, entender os processos climáticos e ambientais e distinguir fatos de opiniões ou manipulações pode criar uma população mais crítica e mais consciente.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Fortalecimento do jornalismo local: Investir em mídia local e alternativa, que tenha um melhor entendimento do contexto local e que tenha credibilidade com a comunidade. Isso envolve apoiar jornalistas e comunicadores da região para que possam combater as mentiras e fornecer informações verdadeiras e contextualizadas sobre o que acontece no território.

Campanhas contra a desinformação: Organizações e movimentos podem lançar campanhas de esclarecimento por meio das redes sociais, rádios comunitárias e outros meios de comunicação, apresentando dados, estudos e entrevistas com especialistas e líderes comunitários, contra qualquer distorção da informação sobre a comunidade ou assunto.

Uso das mídias digitais: As plataformas de redes sociais também são importantes meios de engajamento. Apesar de serem espaços onde circulam muitas mentiras, disputar esse território com as nossas narrativas é uma estratégia essencial para comunicar sobre nós, para os nossos e para o mundo.

Diálogo direto com comunidades afetadas: Em muitas regiões da Amazônia, a desinformação circula devido à falta de acesso das comunidades locais a fontes de informação confiáveis. É essencial promover o acesso dessas populações às discussões sobre informação, e criar canais de comunicação local para ampliar a conscientização e os acessos a informação segura e de qualidade.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Poesia feita coletivamente pela Adriana professora e ribeirinha e seus estudantes da escola da comunidade São Lourenço na RESEX Guariba Roosevelt:

A floresta respira em silêncio sutis, folhas falam em murmúrios febris, contam segredos que o vento não diz, e sobre a resex o que será que ele diz?

Onde o rio guariba nasce e se refaz, está acabando a mata escura e também os animais, entre as seringueiras e castanheiras brotam as nascentes dos igarapés, as águas que correm já não são tão frias e a floresta chora em noites vazias.

O ar que eu respiro já foi leve e suave,

já pude ver sentir a brisa das árvores,

e como em um sonho que alguém me acordou soprou memórias que o tempo levou.

Dinâmica em grupo: Teia da Comunicação Popular: Pensando Comunicação e Inclusão dos povos no Debate Ambiental

Objetivo:

Promover uma reflexão sobre como o acesso à comunicação pode incluir as comunidades indígenas nos debates ambientais, valorizando suas vozes e saberes.

Material Necessário:

- Cartolinas ou folhas grandes de papel.
- Canetas coloridas, marcadores, lápis de cor ou giz de cera.
- Outros elementos representativos da comunidade que possam ficar ao centro

Passo a Passo:

1. Acolhimento (5 minutos)

Breve explicação do objetivo da dinâmica, esse momento é importante para que os jovens consigam expressar o que aprenderam durante a troca e como podem aplicar na comunidade esses aprendizados.

2. Divisão de Grupos (5 minutos)

Dividir os participantes em pequenos grupos de 4 a 6 pessoas. Dê a cada grupo uma cartolina e pinceis coloridos.

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

3. Atividade Principal: Desenhando a Roda/ Teia da comunicação (30 minutos):

- Cada grupo cria um círculo dividida em quatro partes, ou mais apresentando:
 - (1) **Problemas** (Desinformação, exclusão do debate).
 - (2) **Sonhos** (Como seria uma comunicação inclusiva).
 - (3) **Ações Possíveis** (O que podem fazer para promover a comunicação inclusiva).
 - (4) **Resultados** (Impactos positivos para o território e a comunidade).

Durante a criação, o grupo deve discutir e anotar suas reflexões.

4. Apresentação (15 minutos):

Cada grupo apresenta sua roda para todos, explicando suas ideias.

5. Reflexão Final (10 minutos):

Proponha a seguinte pergunta para discussão coletiva:

Como podemos começar a usar as ferramentas de comunicação que já temos para promover o debate ambiental na comunidade e fora dela?"

Encerrar o momento com a fala de algum representante do projeto.

Indicações: Jornalismo independente para você ficar de olho:

- Samaúma Jornalismo
- rec.unir
- Mídia Ninja
- Yandê
- rede.wayuri (Ray Baniwa)
- Revista Casa Comum
- Mídia Indígena Oficial
- Agência Brasil
- Amazônia Real
- Colabora - Jornalismo Sustentável
- Alma Preta
- Nexo Jornal
- Jornal Veradouro

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Material Complementar e referências

Peruzzo, Cíclia M.K. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. Revista PCLA – Pensamento Comunicacional Latino Americano. São Bernardo do Campo, 2008.

O Tempo Espiral: Comunicação Ancestral Indígena em um Mundo de Algoritmos Disponível em: <https://radioyande.com/o-tempo-espiralar-comunicacao-ancestral-indigena-em-um-mundo-de-algoritmos/>
Entrevista Ailton Krenak disponível em: <https://revistacasacomum.com.br/sobre/>

ABC DAS COPS - REPAM BRASIL: Disponível em: https://repam.org.br/cop30/wp-content/uploads/2024/12/2024_12_21_REVISTA_A5.pdf

Manual Prático de Leitura Crítica de Mídia/ Disponível em: https://cclf.org.br/wp-content/uploads/2017/12/MANUALPR%C3%81TICO_visualiza%C3%A7%C3%A3o_web.pdf

PROJETO

BIODIVERSO

REALIZAÇÃO

 **PACTO DAS ÁGUAS**

PATROCÍNIO

 **PETROBRAS**

GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO