

8

REPORT  
IT  
LIVE

Faça reportagens ao vivo

**utilize a  
inteligência  
coletiva**

ESTA TÁTICA É INDICADA  
PARA CRIAR OU COLETAR  
INFORMAÇÕES, REPORTAR  
EVENTOS PÚBLICOS COMO  
ELEIÇÕES OU PROTESTOS E  
RESPONDER A DESASTRES  
OU CRISES.

## EXEMPLOS RETIRADOS DO VÍDEO

### ● Reportagem de Campo dos Ataques Terroristas de Mumbai em 2008

*Por cidadãos de Mumbai*

Utilizando mensagens de texto e fotos tiradas com telefones móveis, cidadãos de Mumbai se organizaram para procurar e compartilhar informações que não estavam disponíveis na mídia durante os ataques terroristas em Mumbai. Este tipo de reportagem comunitária espontânea identificou feridos e mortos e apoiou ações coordenadas para doação de sangue e outros tipos de assistência.

**FERRAMENTAS UTILIZADAS:** Twitter, Flickr, MySpace, blogging, celulares

#### LINKS PARA SABER MAIS:

**Fotos:** <http://bit.ly/TiYzh> (fl ickr.com)

**Mensagens de Twitter:** <http://bit.ly/nOAiD> (flickr.com)

### ● Reunindo relatos de cidadãos a respeito de violência

*Por Foko e outros cidadãos de Madagascar*

Cidadãos de Madagascar enviaram mensagens de SMS para a Foko sobre relatos de violência perpetrada pela polícia e por militares durante protestos contra um golpe de Estado. Estes relatos foram publicados em um mapa online e uma equipe de bloggers locais verificou a exatidão das mensagens. Já que a imprensa tradicional estava comprometida naquele momento, o website da Foko alertou cidadãos em relação a locais de risco e forneceu uma imagem mais completa da crise do que as reportagens tradicionais puderam fornecer, ao mesmo tempo assegurando que houvesse uma fonte independente de informações para relatar os eventos.

**FERRAMENTAS UTILIZADAS:** IntelliSMS, FrontlineSMS, Ushahidi, Twitter, mobile phones, blogging

#### LINKS PARA SABER MAIS:

**Website FOKO:** <http://foko.ushahidi.com/>

**Entrevista com Foko:** <http://bit.ly/QZvvM> (globalvoicesonline.org)



TWITTER



FOKO

## PLANEJE SUA AÇÃO

- Reportagens feitas por cidadãos podem funcionar em várias regiões, mas haverá diferenças de tecnologia e de habilidade da comunidade no uso de certas ferramentas. Por isso o Twitter é uma ferramenta eficiente na Índia: usuários indianos do Twitter podem postar atualizações por mensagens de texto com seus celulares utilizando um pequeno código grátis, um serviço que não está disponível para todos os usuários em outros países.
- Você pode não precisar criar uma ferramenta do zero. O Ushahidi, utilizado para monitorar a violência em Madagascar, foi construído para um projeto similar no Quênia. A equipe da Foko não teve que criar um software personalizado, apenas adaptá-lo à sua campanha.
- Uma forma de fazer reportagem ao vivo é coletar relatos espontâneos dos eventos, como ocorreu durante os ataques de Mumbai. Para que isso funcione, é importante ter uma rede de bloggers e cidadãos-repórteres prontos para publicar e responder ao vivo a atualizações.
- Um outro tipo de reportagem ao vivo é aquela coordenada com antecedência, como fez a campanha em Madagascar. Este tipo de reportagem precisa de um plano de longo alcance para engajar potenciais cidadãos-repórteres. A mídia tradicional pode ser utilizada para a conscientização sobre a iniciativa.
- Há um poder crescente na reportagem feita pela comunidade. Nos últimos dez anos, a forma como as notícias são feitas tem mudado consideravelmente. Não somente as comunidades estão produzindo notícias, mas a imprensa tradicional - rádio e da televisão - está incluindo em seus veículos reportagens produzidas por cidadãos.



## ESTUDO DE CASO

**TÍTULO:** Unsung Peace Heroes (Heróis da Paz Não-Cantados)

**QUEM:** Butterfly Works e Media Focus on Africa Foundation

**ONDE:** Quênia

**WEBSITE:** <http://peaceheroes.ushahidi.com>

### DESCRIÇÃO:

Os Unsung Peace Heroes honraram aqueles que trabalharam em prol da paz após um momento de violência no Quênia, em dezembro de 2007. Os quenianos puderam nomear indivíduos e organizações através de mensagens de texto e e-mails e também com formulários, em eventos pró-paz. Os grupos Butterfly Works e Media Focus on Africa coletaram estas nomeações. Trabalhando com uma escola de design local, Nairobi Design, as nomeações foram traduzidas, verificadas e adicionadas a um mapa, utilizando a ferramenta de reportagem comunitária Ushahidi. Além do alcance online, os Peace Heroes utilizaram anúncios em jornais, rádio e televisão, e estudantes da Nairobi Design distribuíram panfletos. Em 2009 os oito ganhadores foram reconhecidos na rede televisiva nacional e utilizaram o prêmio em dinheiro para apoiar projetos comunitários e de paz. Um dos ganhadores, Joel, escondeu 18 pessoas por duas semanas em sua residência para protegê-las contra a violência. Ele diz, 'recebi parabéns por telefone e mensagens de texto de diversas comunidades, de perto e de longe. Eu e minha família decidimos fazer uma festa e convidar estas pessoas, as da minha comunidade, um conselheiro local e membros do governo local para comemorar. A necessidade de elaborar uma iniciativa de paz surgiu na festa e eles me nomearam para registrar um grupo de paz e selecionar membros para lidar com a questão da violência.' Marten Schoonman, da Media Focus on Africa diz que 'o objetivo era espalhar a mensagem de esperança e focar no bem, em meio esta época de dificuldades. Os conflitos estão longe de

serem solucionados, mesmo hoje. Como o efeito borboleta, uma iniciativa relativamente pequena tem o potencial de desencadear efeitos e benefícios inesperados.'

**FERRAMENTAS UTILIZADAS:** Ushahidi, telefones celulares, Facebook, website.

**ALCANCE:** Nacional. Mais de 500 nomeações em um mês, com picos de até 80 por dia após a cobertura da imprensa queniana.

**CUSTO:** USD\$18.000 (o sistema de SMS foi USD\$3.000; o restante foi usado em publicidade e prêmios para participantes).

**RECURSOS:** Equipe local, voluntários e organizações parceiras para divulgar a campanha e fazer o design da página no Facebook. Júri especialista local.

**DURAÇÃO:** Um mês para coletar as nomeações; três meses mais tarde, prêmios e reconhecimento dados aos Heróis da Paz durante uma cerimônia.

**NÍVEL DE DIFICULDADE:** 3 de 5

### LINKS PARA APRENDER MAIS:

**Projetos dos Heroes:** <http://bit.ly/3T67Xo>  
(mediafocusafrica.org)

**Artigo:** <http://bit.ly/7UdtG> (butterflyworks.org)



## FAÇA VOCÊ MESMO (A):

### Pergunte-se

- Como os repórteres em campo enviarão informações uns aos outros? Você irá se concentrar em telefones móveis ou internet como forma de receber e compartilhar informações?
- Você tentará coordenar reportagens espontâneas ou pretende planejar com antecedência o trabalho dos cidadãos repórteres?
- Existe uma ferramenta pronta que você possa utilizar para elaborar relatórios ou você precisará desenvolver uma própria?
- Qual é seu plano de imprensa/de alcance? Campanhas de reportagem ao vivo tendem a receber atenção da imprensa devido à tecnologia que utilizam, bem como às questões que levantam. Como você irá gerenciar este tipo de atenção da mídia e o aumento do número de reportagens que isso pode ocasionar?
- Para que reportagens ao vivo tenham um impacto forte, elas têm que estar conectadas com uma questão relevante ou com um fato importante repercutindo no momento. Qual evento você irá utilizar para envolver seu público?
- Considere o uso adequado de ferramentas para reportagens ao vivo. Em qual contexto uma ferramenta como Ushahidi funciona melhor? Quais são suas limitações para a sua campanha?
- Alguns destes sistemas somente funcionam quando há um grande número de pessoas envolvidas. Como você pode lidar com este desafio?

utilize a inteligência coletiva: p4

### Diferentes formas de executar o projeto

- 1 Você pode usar a reportagem via mídias móveis para chamar atenção coletiva para uma questão. Peça às pessoas para responderem perguntas relacionadas à sua campanha, enviando mensagens de texto ou fotos através de seus celulares. Você pode compartilhar estes relatos em um site na Internet ou num site acessível por telefones celulares.
- 2 Reportagens ao vivo podem manter seguros os ativistas durante um protesto ou ação. Duas ferramentas que as pessoas têm utilizado para isso são o Twitter e um programa de vídeo móvel chamado Qik.com, através do qual ativistas podem compartilhar atualizações em texto e vídeo sobre quem pode ter sido preso, e chamar atenção de pessoas do mundo todo para estas notícias.
- 3 Se a mídia não está escutando ou se sua campanha está sendo censurada, ativistas podem utilizar ferramentas como Twitter ou Ushahidi para reportar ações diretamente. Estes relatos podem ser utilizados para conseguir atenção da mídia internacional.
- 4 Se você tem uma conexão de internet rápida, você pode utilizar vídeos para transmitir uma campanha ao vivo com um computador, uma câmera de vídeo (que pode fazer parte do seu computador) e um programa de vídeo ao vivo como Ustream.tv ou Livestream.com.
- 5 Você pode proteger sua informação contra o possível confisco pelas autoridades compartilhando-a com uma rede de apoio de pessoas confiáveis. As pessoas que fizeram registros em fotos e vídeos podem compartilhar seus materiais com outras, localizadas fora da área de risco, através de transferência de arquivos entre telefones, ou por e-mail - e depois apagá-las de seus telefones.

## FERRAMENTA EM DESTAQUE

### Reportagens ao vivo e gerenciando seus contatos

FrontlineSMS (<http://www.frontlinesms.org>) permite que um grande número de pessoas se comuniquem sem conexão à internet. Ativistas podem utilizar o FrontlineSMS para enviar mensagens de seus laptops através das redes de seus telefones móveis, que são recebidas como mensagens de texto. A ferramenta pode ser utilizada para comunicação de mão única ou de mão dupla. Ativistas já utilizaram FrontlineSMS para monitorar direitos humanos, organizar protestos, conduzir pesquisas públicas e enviar alertas de emergência. Uma comunidade online ativa fornece apoio para usuários iniciantes.



utilize a inteligência coletiva: p5

## DICAS

### KEN BANKS DE FRONTLINESMS, SOBRE COMUNICAÇÃO:

"Utilizando tecnologias você pode consubstanciar a voz coletiva de uma população. Você pode agregar informações de reportagens ao vivo com notícias vindas da mídia tradicional, da mídia de massas. Juntando tudo isso você poderá ter uma imagem bem mais ampla sobre o que está acontecendo num determinado local."

### DINA MEHTA, PESQUISADORA DE TECNOLOGIA, SOBRE O PODER DO COLETIVO:

"Nós temos comunidades que se desenvolveram ao longo do tempo em vários espaços na internet - blogs, Facebook, Twitter. Estas ferramentas permitem que você se relacione com todas as suas comunidades online, operando como núcleos de pessoas conectadas. Então, quando algo acontece e você precisa responder, é a mobilização espontânea que já existe online, através dos múltiplos centros e núcleos que você criou, que permite que você deixe suas marcas na Web."

### SAMI GHARBIA, DA GLOBAL VOICES, SOBRE REPORTAGENS AO VIVO FEITAS EM PRISÕES:

"Ativistas estão utilizando o Twitter para alertar seus colegas blogueiros e ativistas sobre prisões de blogueiros. Vimos o caso de um jornalista norte-americano que estava presente em uma demonstração na cidade de Mahala, no Egito durante a greve de 6 de abril. Quando foi preso, ele enviou uma mensagem no Twitter com a palavra 'preso' e isso alertou seus amigos, parentes e mobilizou até a embaixada dos Estados Unidos para intervir e retirá-lo da prisão."