

PLANO DE COMUNICAÇÃO · NOV/2026 A ABR/2027

Quem mapeia o bairro fala pela cidade



Plano de comunicação popular, campanhas, podcasts, calendário editorial e legendas do projeto Cartografia popular e vozes do Bem Viver: juventudes e mulheres negras monitorando o racismo ambiental e incidindo nas políticas urbanas de Marabá

MARABÁ/PA · OUTUBRO DE 2026

REALIZAÇÃO



APOIO



APRESENTAÇÃO

Quem mapeia o bairro fala pela cidade

Projeto: Cartografia popular e vozes do Bem Viver (CESE · Programa de Pequenos Projetos · Bem Viver nas Cidades, Linha 1), execução de 01/11/2026 a 30/04/2027.

Realização: Instituto de Comunicação Popular Nós do Brejo · **Apoio:** CESE

Finalidade: orientar a comunicação popular do projeto: duas campanhas, seis podcasts na Ativa Webradio, redes, WhatsApp, imprensa, incidência e prestação de contas à CESE.

Responsável pela comunicação: Lucas Marinho, com o núcleo de comunicadoras participantes.

Data de referência: 18 de outubro de 2026.

Base deste plano

Projeto aprovado pela CESE, pesquisa de comunicação sobre Marabá (subsídio laranja) e Subsídio geral de apoio às atividades (capa azul). Sem orçamento para impulsionamento: toda a estratégia é orgânica, apoiada em WhatsApp, Instagram, rádio, imprensa local, parceiros e nos modelos prontos da identidade visual. Datas de atividades ainda não fechadas aparecem como (data a definir); dados não verificados, como (em verificação).

RESUMO

Este é o plano de comunicação do projeto "Cartografia popular e vozes do Bem Viver: Juventudes e Mulheres negras monitorando o racismo ambiental e incidindo nas políticas urbanas de Marabá", que usa a marca **Vozes do Bem Viver**. O projeto é do Instituto de Comunicação Popular Nós do Brejo (INDB), tem apoio da CESE (edital Bem Viver nas Cidades, Linha 1, R\$ 25 mil, mais R\$ 7.200 de contrapartida do estúdio da Ativa Web Rádio) e vai de 01/11/2026 a 30/04/2027. O plano parte de três condições reais. A comunicação tem **um responsável, Lucas**, que também é diretor audiovisual. **Não há verba de comunicação:** as únicas rubricas ligadas a ela são impressão do dossiê e faixas (R\$ 1.500) e mudas e placas (R\$ 3.000). E o projeto prometeu que **a comunicação será feita pelas próprias participantes**. Por isso, tudo aqui é orgânico: WhatsApp, Instagram @institutonodobrejo (2.107 seguidores em 17/10/2026), Ativa Web Rádio, imprensa local, parceiros e boca a boca.

A estratégia cabe numa frase: **as 35 participantes mapeiam, gravam e falam; Lucas organiza, edita e publica**. Um núcleo rotativo de 8 comunicadoras, em 4 duplas, assume as frentes de rede, feed, rádio e rua. As outras participantes entram por "missões" semanais simples (uma foto, um áudio, um relato). A rotina de Lucas fica em cerca de **8 a 10 horas por semana**, e a de cada comunicadora do núcleo, em **2 a 3 horas**. Duas campanhas organizam o semestre. **"Água de Poço Não É Política Pública"** (meados de novembro a janeiro) denuncia com dados e abre o canal de relatos. Em ano de El Niño muito forte, ela também fala de calor, fumaça e sombra, e se fecha com o plantio das mudas. **"Bem Viver Já!"** (fevereiro a abril) é a campanha de proposta: convoca a Audiência Pública Popular, apresenta a Carta e o Dossiê e cobra compromissos. Ela tem dois roteiros prontos, um para cheia e outro para calor e seca.

O documento traz as mensagens, os dados de prova com fonte, o papel de cada canal, a rotina da equipe, as duas campanhas semana a semana, a pauta dos 6 podcasts, um calendário editorial completo de novembro de 2026 a abril de 2027, 34 legendas e mensagens prontas, o roteiro de imprensa e incidência, o protocolo de ética e segurança, o sistema de registro para a prestação de contas à CESE e um checklist de lançamento. Tudo o que não foi verificado aparece como *(em verificação)*. As datas de oficinas, caravanas e eventos ainda não foram fechadas pela equipe e aparecem como sugestões marcadas **(data a definir)**. Os dados citados vêm de dois documentos de pesquisa do projeto, "Marabá plano de comunicação aprofundado" e "Marabá subsídio geral às atividades", que trazem os links de cada fonte.

Nota de grafia. Os nomes oficiais são **Ativa Web Rádio** (a rádio) e **Ativa Cast** (o podcast). Use essas duas grafias em todas as peças, vinhetas, legendas, releases e relatórios à CESE, no lugar de variações antigas como "AtivaWeb", "Ativa Web Rádio", "Ativa Cast" ou "Ativa Cast". Toda a comunicação do projeto, da rádio e do podcast é administrada por **Lucas Marinho**, inclusive os perfis nas redes. Falta só confirmar se o perfil @ativawebradio no Instagram é o perfil oficial da rádio; se não for, criar ou unificar um perfil antes do lançamento.

PARA NAVEGAR

Sumário

	CAPÍTULO 01 Diagnóstico em uma página e princípios	5
	CAPÍTULO 02 Objetivos e indicadores	7
	CAPÍTULO 03 Públicos e mensagens-chave	10
	CAPÍTULO 04 Canais e papel de cada um	13
	CAPÍTULO 05 Equipe e rotina	16
	CAPÍTULO 06 Campanha 1: "Água de Poço Não É Política Pública"	20
	CAPÍTULO 07 Campanha 2: "Bem Viver Já!"	23
	CAPÍTULO 08 Os 6 podcasts	26
	CAPÍTULO 09 Calendário editorial de novembro de 2026 a abril de 2027	30
	CAPÍTULO 10 Legendas e mensagens prontas	33
	CAPÍTULO 11 Imprensa e incidência	41
	CAPÍTULO 12 Cuidado, ética e segurança na comunicação	45
	CAPÍTULO 13 Monitoramento, registro e prestação de contas à CESE	48
	CAPÍTULO 14 Checklist de lançamento e próximos passos	51

CAPÍTULO 01

Diagnóstico em uma página e princípios

O que a pesquisa mostra

Marabá é uma cidade de maioria negra, jovem e chefiada por mulheres, e o risco ambiental tem endereço. **81,5% da população é negra** (IBGE, Censo 2022). **40,8% dos domicílios são chefiados por mulheres negras** (IBGE, Censo 2022). Nas **21 favelas e comunidades urbanas** reconhecidas pelo IBGE vivem **64.902 pessoas, 84,5% negras**. Nelas, só **19% dos domicílios recebem água da rede e 5% têm esgoto em rede**, contra 54% e 25% fora das favelas. No **São Félix I e II, a água da rede chega a 1% das casas** (IBGE, Censo 2022, cálculo da pesquisa por setor censitário). A cidade trata **2% do esgoto** (SINISA 2024). O aterro funciona **com licença vencida desde 2007**. O MPF escreveu em fevereiro de 2025 que essas condições configuram "o que especialistas chamam de racismo ambiental". O ano do projeto deve ser de **El Niño muito forte**, com chuva abaixo e calor acima da média no Pará (INPE/INMET, Painel El Niño nº 4). Isso desloca o risco provável da cheia para **calor, fumaça, seca e falta d'água**.

A população se informa pelo celular. **44,5% dos usuários de internet do Pará acessam só pelo celular** (IBGE, PNAD TIC 2025), e os usos que dominam são chamadas, vídeos, mensagens e redes. Ler notícias e e-mail fica bem abaixo. A mídia local é concentrada no Grupo Correio (@correiodecarajas, 272 mil seguidores) e no Grupo RBA/DOL (@dolcarajas, 57 mil), e a cobertura dos bairros periféricos é sobretudo policial. O Instituto tem uma base pequena (2.107 seguidores), uma rádio própria sem métricas públicas e um campo de podcast comunitário local praticamente vazio. Esse vazio é uma oportunidade.

O que isso significa para a comunicação

Achado	Consequência prática
Maioria negra, celular sem computador	Peças leves, verticais, com áudio e legenda; WhatsApp como espinha
Leitura limitada entre mulheres mais velhas	Áudio curto, imagem, ícone; nada que dependa de texto longo
Mídia concentrada e policial	Oferecer à imprensa pauta com dado oficial e rosto autorizado, não denúncia solta
Base digital pequena	Crescer pela rede das 35 participantes e dos parceiros, não por anúncio
El Niño muito forte	Falar de calor, sombra, fumaça e rio baixo no fim de 2026; cheia vira plano B
Janelas políticas com data (LOA, PL 42/2026, LDO 2028)	Cada campanha termina num pedido concreto a alguém com nome e cargo

Achado	Consequência prática
Pará lidera a violência contra defensores	Denúncia sempre em nome coletivo; nada de endereço, agenda antecipada ou exposição individual

Princípios

1. **Quem fala são as participantes.** Lucas não é porta-voz. Em toda peça de campanha, a voz, o rosto (quando autorizado) ou o texto vêm das participantes. O Instituto assina como realizador, e a CESE como apoio.
2. **Falar com, não sobre.** Os bairros aparecem pelo que sabem e organizam, não só pelo que falta. Nada de "comunidade carente", "guerreiras que aguentam tudo" ou imagens de sofrimento.
3. **Dado com fonte e ano, sempre.** Todo número sai com fonte curta na própria peça ("IBGE, Censo 2022"). Dados preliminares levam "cerca de" ou "preliminar".
4. **Cada peça pede uma ação.** Mandar relato, ouvir o episódio, ir à roda, assinar, comparecer à Audiência, cobrar uma vereadora.
5. **Apartidário e de direitos.** Reconhecer avanços (PL 42/2026, regularização fundiária no São Félix) e cobrar o que falta, sem atacar pessoas.
6. **Cuidado antes de alcance.** Nenhuma peça vale o risco de uma participante. Consentimento por finalidade, rosto só com autorização, nenhuma geolocalização de casa.
7. **Fazer o possível com o que existe.** Reaproveitar ao máximo: um áudio de roda vira trecho de podcast, corte de Reels, status de WhatsApp e citação no Dossiê.

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Ler os sete princípios em voz alta na Oficina 3 (educomunicação) e pedir que o grupo acrescente os seus.
- Imprimir a tabela "Achado / Consequência" como cartaz do núcleo de comunicadoras.
- Antes de publicar qualquer peça, perguntar: "quem está falando aqui? é uma participante?".
- Guardar o número de seguidores de 17/10/2026 (2.107) como linha de base no relatório à CESE.

CAPÍTULO 02

Objetivos e indicadores

Objetivo geral de comunicação

Fazer com que as vozes de jovens e mulheres negras das periferias de Marabá **circulem na cidade como fonte legítima sobre racismo ambiental** e que essa circulação ajude a levar a Carta Popular e o Dossiê a quem decide.

Objetivos específicos

1. **Mobilizar:** encher a formação (35 participantes) e a Audiência Pública Popular (70 ou mais pessoas).
2. **Produzir e veicular:** 6 podcasts na Ativa Web Rádio e 2 campanhas multimídia em redes comunitárias e aplicativos de mensagens.
3. **Dar visibilidade:** furar a pauta policial com pelo menos 3 matérias de imprensa local sobre o projeto, com participantes como fonte.
4. **Incidir:** tornar pública a entrega da Carta e acompanhar os compromissos assumidos.
5. **Comprovar:** gerar evidências para os meios de verificação do projeto e para o relatório à CESE.

Metas ligadas ao projeto aprovado

As metas da coluna "Compromisso no projeto" são as do texto aprovado. As da coluna "Meta de comunicação" foram calculadas para um trabalho orgânico, sem impulsionamento.

Compromisso no projeto	Meta de comunicação	Como medir	Quando
35 participantes (71% mulheres, 85% negras)	60 ou mais inscrições para 35 vagas	Formulário de inscrição	Até 12/11/2026
6 podcasts na Ativa Web Rádio, mais de 5.000 ouvintes diretos e indiretos	6 episódios no ar; 1.500 ou mais escutas diretas e 3.500 ou mais alcances indiretos (ver cálculo abaixo)	Painel do streaming, feed, YouTube, escutas coletivas, status	Nov/2026 a abr/2027
2 campanhas multimídia em redes comunitárias e aplicativos de mensagens	2 campanhas com 12 ou mais peças cada, circulando em 20 ou mais grupos de WhatsApp parceiros	Planilha de peças e grupos	C1 nov-jan; C2 fev-abr
Audiência Pública Popular com 70 ou mais pessoas e poder público	120 confirmações para garantir 70 presentes; 5 ou mais autoridades convidadas por ofício	Lista de presença, protocolos de convite	Mar/2027

Compromisso no projeto	Meta de comunicação	Como medir	Quando
Carta protocolada nos conselhos de direitos	Protocolo divulgado em post e release, com número e data	Comprovantes de protocolo	Mar-abr/2027
Dossiê digital e síntese impressa	Dossiê publicado em nosdobrejo.org; síntese impressa distribuída em 5 territórios	Link, tiragem, lista de entrega	Abr/2027
Plantio de 50 mudas em praça	Cada muda com padrinho ou madrinha, placa e post de retorno	Fichas, fotos, vistoria	Jan-abr/2027

Metas orgânicas de canal

Canal	Linha de base	Meta até 30/04/2027	Observação
Instagram @institutonodobrejo	2.107 seguidores (17/10/2026)	2.600 seguidores (+ cerca de 25%); média de 800 contas alcançadas por Reels	Meta realista para orgânico com 3 posts por semana
Lista de transmissão do projeto no WhatsApp	0	300 a 500 contatos com opt-in	Só entra quem pediu ou aceitou
Grupos parceiros que repassam as peças	0	20 grupos	Associações, igrejas, coletivos, batalhas de rima
Relatos recebidos pelo número do projeto	0	100 relatos no semestre (5 a 15 por semana na Campanha 1)	Modelo Cocôzap (Maré/RJ)
Status das comunicadoras	0	8 comunicadoras postando 3 status por semana	Visualizações anotadas por print
Imprensa local	0	3 matérias ou entrevistas, 2 delas com participantes como fonte	Correio, DOL/RBA, Roma FM, outras
Termo de compromisso da Audiência	0	5 ou mais assinaturas de autoridades	Placar público depois

Como chegar a mais de 5.000 ouvintes diretos e indiretos

A meta do projeto mistura dois tipos de público, e o relatório deve mostrar a conta com transparência. Sugestão de método (*a confirmar com a CESE se o critério é aceito*):

Tipo	O que conta	Meta somada dos 6 episódios
Direto, ao vivo	Pico ou soma de ouvintes no streaming da Ativa Web Rádio nas estreias e reprises	300 (<i>depende do painel do streaming, a confirmar</i>)
Direto, sob demanda	Plays no feed de podcast, YouTube e arquivo enviado no WhatsApp (contagem por envio e confirmação)	700
Direto, escuta coletiva	Pessoas presentes em rodas de escuta nos bairros, com lista	500 (cerca de 85 pessoas em escutas coletivas por episódio, somando os territórios)
Indireto	Visualizações de cortes em Reels, Shorts e status; retransmissão por rádio parceira	3.500
Total		5.000 ou mais

Visualização de corte não é a mesma coisa que escuta completa. Por isso, as duas linhas ficam separadas no relatório. A referência de que o formato funciona com equipe mínima é o podcast "Em Quarentena", da Agência Mural, que somou cerca de 13 mil escutas em um mês com três pessoas.

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Copiar as tabelas de metas para a primeira aba da planilha de monitoramento (capítulo 13).
- Anotar a linha de base de cada canal na semana de lançamento, com print datado.
- Contar presença nas escutas coletivas com lista simples, porque ela entra como "ouvinte direto".
- Confirmar com a equipe da Ativa Web Rádio que tipo de métrica o servidor de streaming fornece (pico, sessões, tempo médio).
- Se a meta de seguidores não andar até janeiro, não comprar alcance: reforçar colaborações com perfis parceiros.

CAPÍTULO 03

Públicos e mensagens-chave

Mensagem-mãe

"MARABÁ É NEGRA, JOVEM E MORA ONDE A ÁGUA NÃO CHEGA E A CHEIA CHEGA. QUEM VIVE O PROBLEMA SABE MAPEAR A SOLUÇÃO. BEM VIVER JÁ!"

Versão curta para peças: **"Nosso bairro no mapa, nossa voz na decisão."**

Três provas sustentam a mensagem-mãe, sempre com fonte:

1. **81,5% de negros na cidade, 84,5% nas favelas** (IBGE, Censo 2022).
2. **54% de água da rede fora das favelas, 19% dentro delas, 1% no São Félix I e II** (IBGE, Censo 2022, cálculo por setor censitário).
3. **81,5% de negros na população, cerca de 9 em cada 10 entre as vítimas de homicídio** (DATASUS/SIM, 2022–2025, cálculo da pesquisa).

Mensagens por público

Público	O que move	Mensagem-chave	Canal principal	Quem fala
Jovens negras e negros de 15 a 29 anos das periferias	Pertencimento, bairro, rima, humor, oportunidade	"Meu bairro no mapa: quem decide onde a água chega?"	Status, Reels, batalhas de rima, escola	Participantes jovens, MCs
Mulheres negras chefes de família	Água, filhos, moradia, renda, segurança	"Quem sustenta 4 em cada 10 casas tem que estar onde se decide a cidade."	Áudio curto no WhatsApp, rádio, feira, CRAS	Participantes mães e avós
Moradores do São Félix	Poço, transporte, calor, regularização	"No São Félix, 1 em cada 100 casas tem água da rede. A gente quer o resto."	Grupos de bairro, rádio, Praça São Félix	Participantes do núcleo
Moradores da Cidade Nova (loteamentos e beira do Itacaiúnas)	Poço e fossa; cheia no Amapá, Filadélfia e Bela Vista	"A água da cheia entra; a da torneira não."	Paróquias, associações, WhatsApp de bairro	Participantes do núcleo

Público	O que move	Mensagem-chave	Canal principal	Quem fala
Brejo do Meio (vila rural)	Estrada, poeira, fogo, calor	"Fogo, poeira e quentura também são racismo ambiental."	Escola, rádio, impresso	Participantes da vila
Movimentos e aliados (CNM, MNU, GAC São Félix, Mulheres do Cabelo Seco)	Prazos, dados, protagonismo	"O conselho de igualdade racial está no papel desde 2025. Vamos tirar do papel juntos."	Reunião, PDF leve, grupo	Coordenação e participantes
Vereadoras, comissões, conselheiras e secretarias	Base legal, visibilidade, eleitorado	"Os dados são oficiais, as propostas têm base legal e o bairro está organizado."	Ofício, Carta, Audiência, Sessão Itinerante	Participantes, com apoio da coordenação
Imprensa local	Pauta factual com personagem	"Dado oficial e moradora como fonte, não ocorrência policial."	Release, WhatsApp de redação	Participantes porta-vozes treinadas

Vocabulário

Usar	Evitar
Nomes dos núcleos, Folhas e bairros ("Folha 33", "São Félix Pioneiro", "Bom Planalto", "Amapá")	"Comunidade carente", "zona de risco" como rótulo de gente, "invasão"
"Cheia", "vazante", "Pontal", "poço", "cacimba", "fossa", "quentura"	"Tragédia" como única chave; a cultura local valoriza conviver com o rio
"Racismo ambiental", com a referência do MPF (2025)	"Marabá está no ranking de saneamento 2026" (não está)
"Água da rede chega a 19% das casas nas favelas (IBGE, 2022)"	Comparar SNIS 2023 com SINISA 2024 como se fosse série
"Mulheres que sustentam 4 em cada 10 casas", "guardiãs"	"Guerreiras que aguentam tudo" (romantiza a omissão do Estado)
"Investigação sigilosa em curso", "pedimos transparência"	Acusar pessoas pelo nome; "corrupção" como fato
"Juventude negra viva", "nossos jovens"	Manchete policial, foto de cena de crime, apelido de vítima
"Calor", "sombra", "fumaça", "rio baixo" (fim de 2026)	Falar só de enchente num ano de El Niño
"Ativa Web Rádio" e "Ativa Cast"	"AtivaWeb", "Ativa Web Rádio", "Ativa Cast", "Ativa Cast" em peças novas
"35,26% de aumento da temperatura de superfície (1988–2018)"	"35 graus a mais" (é variação percentual, não grau)

Banco de dados de prova

Use só estes números nas peças. Todo número sai com a fonte curta indicada.

Dado	Valor	Fonte curta para a peça	Observação
População negra	81,5%	IBGE, Censo 2022	190.750 pardos e 26.407 pretos
Domicílios chefiados por mulher negra	40,8% (35.087)	IBGE, Censo 2022	"4 em cada 10 casas"

Dado	Valor	Fonte curta para a peça	Observação
Famílias do Bolsa Família com mulher responsável	89,5%	MDS, out/2026	27.922 famílias
Moradores das 21 favelas / negros nelas	64.902 / 84,5%	IBGE, Censo 2022	Cerca de 1 em cada 4 marabaenses
Água da rede: fora das favelas / nas favelas / São Félix I e II	54% / 19% / 1%	IBGE, Censo 2022 (cálculo por setor)	Revisar a conta antes de imprimir (<i>em verificação</i>)
Esgoto em rede nas favelas	5%	IBGE, Censo 2022 (cálculo por setor)	Idem
Esgoto tratado na cidade	2%	SINISA 2024 (Painel Saneamento)	Não comparar com o Ranking 2023
Ranking Trata Brasil 2023	2ª pior entre as 100 maiores	Trata Brasil 2023, citado pelo MPF	Marabá não está no ranking 2026
Aterro	Licença vencida desde 2007	UFPA (2010); Correio de Carajás (2022)	Situação 2023–2026 (<i>em verificação</i>)
Dengue	418 casos prováveis em 2026, contra 111 em 2025	DATASUS/SINAN, preliminar	Sempre escrever "preliminar"
Perda de vegetação e calor de superfície	-43,86% de verde; +35,26% na temperatura de superfície (1988–2018)	Silva, Loureiro e Sousa, RSD 2021	Ilhas de calor no São Félix e na Zona de Expansão
Dias de desconforto térmico extremo	35% dos dias (out/2022–out/2023)	Estudo Unifesspa, 2024	
Vítimas de homicídio negras	88,6% a 91,6%; cerca de metade com 15 a 29 anos	DATASUS/SIM 2022–2025 (cálculo)	2025 é preliminar
Medidas protetivas por território (2023)	62 Nova Marabá, 32 Amapá/Cidade Nova, 18 São Félix	Defensoria Pública, via DOL (2024)	
Casa da Mulher Brasileira	R\$ 7,5 milhões conveniados em 2023, "em licitação" em jan/2026	Ministério das Mulheres	Atualizar antes de 8/3 (<i>em verificação</i>)
El Niño 2026–2027	Mais de 95% de chance de evento muito forte em out–dez	INPE/INMET, Painel El Niño nº 4	Para o Pará: menos chuva, mais calor
Racismo ambiental reconhecido	MPF, fev/2025	MPF, fev/2025	Citar a frase entre aspas

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Na Oficina 3, fazer o jogo "usar ou evitar" com cartões da tabela de vocabulário.
- Cada comunicadora escolhe um dado de prova e grava uma frase de até 15 segundos explicando o dado "com as palavras da minha rua".
- Fixar o banco de dados de prova numa nota fixada do grupo do núcleo. Número fora da tabela só entra depois de checado por Lucas.
- Treinar 4 a 6 participantes como porta-vozes para imprensa, com a mensagem-mãe e três dados.

CAPÍTULO 04

Canais e papel de cada um

Visão geral

Canal	Papel	Público principal	Ritmo	Responsável
WhatsApp (lista, grupos, status, número de relatos)	Espinha: mobilizar, distribuir, receber relatos	Todos, sobretudo mulheres e moradores	2 envios por semana na lista; status 3 vezes por semana por comunicadora; grupos conforme a agenda	Dupla Rede, com Lucas
Instagram @institutonodosbrejo	Vitrine pública, prova para imprensa e CESE, juventude	Jovens, aliados, imprensa, poder público	3 posts de feed por semana (1 Reels, 1 carrossel ou card, 1 livre); stories nos dias de atividade	Dupla Feed, com Lucas
Facebook (página do Instituto)	Repetição automática do Instagram para mães e lideranças	Mulheres de 35 anos ou mais, lideranças	Publicação cruzada pelo Meta Business Suite (gratuito)	Lucas
YouTube (canal do Instituto)	Arquivo dos episódios em vídeo com capa fixa; Shorts dos cortes	Público que assiste pela TV (50,4% dos usuários paraenses acessam pela TV)	1 episódio por mês e 2 Shorts	Lucas
Ativa Web Rádio	Veiculação dos 6 podcasts e reprises; espaço de fala das participantes	Ouvintes da rádio e do feed	1 estreia por mês, 2 reprises por episódio	Dupla Rádio, com Lucas
Imprensa local	Romper a pauta policial; legitimar a Audiência e a Carta	Público geral, poder público	Release a cada marco (cerca de 5 no semestre)	Lucas e porta-vozes
Rodas, caravanas e escutas nos territórios	Comunicação face a face; escuta coletiva dos episódios	Moradores sem internet ou com pouca leitura	A cada atividade	Dupla Rua
Parceiros (CNM, GAC São Félix, Mulheres do Cabelo Seco, Unifesspa, batalhas de rima, paróquias)	Multiplicar sem custo; colaborações no Instagram	Bases dos parceiros	Pedido de repasse a cada peça-chave	Lucas e coordenação

WhatsApp: como montar sem custo

1. **Número do projeto** (chip pré-pago ou WhatsApp Business num aparelho do Instituto) (*número a definir*). Nunca usar número pessoal de participante. Ele serve para a lista de transmissão e para receber relatos e fotos.
2. **Listas de transmissão por núcleo**: São Félix; Cidade Nova; Nova Marabá e Folha 28; Marabá Pioneira e Cabelo Seco; Brejo do Meio. A lista só entrega para quem salvou o número. Por isso, toda peça termina com "salve este número".
3. **Grupo interno do núcleo de comunicadoras** com mensagens temporárias ativadas e sem dados sensíveis.
4. **Grupo das 35 participantes**, só para avisos e missões. Não é espaço de denúncia nem de dado pessoal.
5. **Status** das comunicadoras: cada uma posta as peças da semana, com o ícone e a moldura do projeto.
6. **Grupos parceiros**: Lucas ou a dupla Rede envia a peça-chave com um texto curto pedindo repasse. Não entrar em grupos sem convite.
7. **Cards prontos**: usar os cards de WhatsApp do kit (lembrete de oficina, boas-vindas, mudança de agenda, ícone de grupo).

Formato das peças de WhatsApp: imagem quadrada ou vertical leve, áudio de até 1 minuto, texto de até 5 linhas, uma ação no fim. Áudio é o formato mais importante para mulheres mais velhas e para quem lê pouco.

Instagram: o que publicar

- **Reels** (1 por semana): corte vertical de 30 a 60 segundos, legendado, com a capa de Reels do kit. Fonte: áudio de podcast, fala em roda ou caminhada.
- **Carrossel** (a cada 15 dias): dado de prova explicado em 3 telas com o modelo de carrossel do kit.
- **Card de feed** (1 por semana): agenda, chamada, frase de participante, crédito.
- **Stories** nos dias de atividade: bastidor, enquete, caixa de perguntas, contagem regressiva para a Audiência.
- **Colaboração** (recurso "collab"): convidar o perfil parceiro como coautor em posts-chave. Isso dobra o alcance sem custo.
- **Destaques**: usar as 6 capas de destaque do kit. Sugestão: Projeto, Oficinas, Podcasts, Campanha 1, Campanha 2, Audiência.

Ativa Web Rádio

- **Estreia mensal** de cada episódio numa quarta-feira, com 2 reprises (sábado de manhã e segunda à noite) (*horários a confirmar com a grade da rádio*).
- **Três saídas por episódio**: a versão completa de 15 a 20 minutos para a rádio e o feed; uma versão de 5 a 8 minutos para o WhatsApp; um corte vertical de 30 a 60 segundos para Reels, Shorts e status.
- **Programa ao vivo**: verificar se o programa "Vozes do Povo", citado no site, pode receber as participantes uma vez por mês (*em verificação*).
- **Feed de podcast**: o podcast se chama **Ativa Cast**. Falta definir o endereço do feed e a distribuição para Spotify e YouTube (*em verificação*).

- **Contrapartida:** o estúdio da Ativa Web Rádio (R\$ 1.200 por mês, R\$ 7.200 no total) é a base física da comunicação. Ali acontecem a gravação, a edição e os "plantões de comunicação" com Wi-Fi para as participantes.
- **Parceria de retransmissão:** procurar a rádio comunitária Conquista e a Roma FM (93,9) para veicular a versão curta, sem custo (*em verificação*).

Imprensa local

A imprensa entra nos marcos, e não toda semana. A lista de veículos e o modelo de release estão no capítulo 11.

Rodas, caravanas e escutas

São o canal de quem não está online. Em cada atividade, a dupla Rua leva o episódio do mês para tocar numa caixa de som e registra a presença na lista de escuta. Quando houver sobra de verba de impressão ou material de parceiro, a dupla distribui a "folhinha" (panfleto) com QR code para o número do projeto **[somente se houver recurso; não está no orçamento]**.

Carro de som e boca a boca

Carro de som só por parceria gratuita (associação, paróquia ou vereança que já tenha o serviço, sem parlante) (*em verificação*). O boca a boca é organizado. Cada participante tem a missão de convidar 3 pessoas para a Audiência e de mandar a peça da semana para 5 contatos.

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Abrir o número do projeto e as 5 listas de transmissão antes da Oficina 1.
- Pedir na ficha de inscrição: "Aceita receber mensagens do projeto no WhatsApp? Sim / Não". Sem "sim", o contato não entra na lista.
- Combinar com a Ativa Web Rádio a grade de estreias e reprises até 31/10/2026.
- Fazer uma lista de 20 grupos parceiros (associações, igrejas, coletivos, batalhas) com o nome de quem administra cada um.
- Ativar a publicação cruzada Instagram–Facebook no Meta Business Suite.

CAPÍTULO 05

Equipe e rotina

Quem faz o quê

Papel	Quem	Tarefas	Horas por semana
Coordenação de comunicação	Lucas	Planejar, editar áudio e vídeo, revisar e aprovar, publicar no Instagram, YouTube e feed, imprensa, métricas	8 a 10
Dupla Rede (WhatsApp)	2 comunicadoras	Lista de transmissão, envio aos grupos parceiros, triagem dos relatos, status	2 a 3 cada
Dupla Feed (Instagram)	2 comunicadoras	Montar cards e carrosséis no Canva a partir dos modelos, legendas, stories nos eventos	2 a 3 cada
Dupla Rádio (podcast)	2 comunicadoras	Pauta, entrevistas, gravação de campo, roteiro com Lucas, apresentação	2 a 3 cada
Dupla Rua (territórios)	2 comunicadoras	Cobertura de rodas e caravanas, fotos com consentimento, escutas coletivas, listas de presença	2 a 3 cada
Guardião do consentimento	1 pessoa da equipe do INDB ou do núcleo	Conferir termos antes de publicar, controlar a pasta restrita	1
Todas as 35 participantes	Missões semanais	1 foto, 1 áudio ou 1 relato por semana; repasse da peça da semana	0,5 a 1

Núcleo rotativo de comunicadoras

- **8 vagas** (4 duplas), abertas a quem se oferecer na Oficina 3. Garantir pelo menos 2 jovens de 15 a 29 anos, 2 mulheres com mais de 30 e pelo menos 3 territórios diferentes no núcleo.
- **Rodízio a cada 6 a 8 semanas**, em três ciclos: ciclo 1 (novembro a meados de janeiro), ciclo 2 (meados de janeiro a fevereiro), ciclo 3 (março a abril). Cada ciclo mantém 1 pessoa de cada dupla e troca a outra, para passar o saber adiante. Ao final, até 20 participantes terão passado pelo núcleo.
- **Duplas misturam gerações** sempre que possível: uma jovem que domina o celular e uma mulher mais velha que domina a conversa no bairro.
- **Reconhecimento**: crédito nominal (se autorizado) em cada peça ("Produção: comunicadoras Vozes do Bem Viver"), menção no Dossiê e certificado com a função de comunicadora. Não há verba para remuneração. O transporte e o lanche do orçamento cobrem os encontros presenciais do núcleo quando coincidirem com atividades.

Rotina semanal

Dia	O quê	Quem	Tempo
Segunda	Pauta da semana: áudio de 3 minutos de Lucas no grupo do núcleo com as 3 peças da semana e as missões	Lucas	30 min
Segunda a quarta	Coleta: fotos, áudios, relatos chegam ao grupo; dupla Rede faz a triagem dos relatos	Núcleo e participantes	Distribuído
Terça	Post 1 (Reels ou card)	Dupla Feed monta, Lucas aprova	1 h
Quarta	Envio 1 na lista de WhatsApp; estreia do podcast na quarta do mês	Dupla Rede, Lucas	1 h
Quinta	Post 2 (carrossel ou frase); edição do podcast do mês em curso	Dupla Feed, Lucas	2 a 3 h
Sexta	Aprovação em bloco das peças do fim de semana; checagem de consentimento	Lucas e guardiã	1 h
Sábado	Atividade de campo ou oficina; stories ao vivo; post 3	Dupla Rua, Dupla Feed	Durante a atividade
Domingo	Envio 2 na lista; status; anotação das métricas da semana na planilha	Dupla Rede, Lucas	1 h

Uma vez por mês, depois de uma oficina ou caravana, o núcleo faz uma **reunião de 1 hora** (presencial ou chamada) para avaliar as peças e planejar o mês seguinte.

Fluxo de produção e aprovação

1. **Pauta** (Lucas, segunda) a partir do calendário editorial (capítulo 9).
2. **Produção** pela dupla responsável, sempre partindo do modelo pronto no Canva.
3. **Checagem** em três perguntas: o dado está na tabela de prova? Quem aparece assinou o termo para essa finalidade? Há rosto, uniforme escolar, placa de rua, número de casa ou localização exata?
4. **Aprovação** de Lucas pelo grupo do núcleo (um "ok" escrito). Peças de denúncia, de violência ou com menores passam também pela coordenação do projeto.
5. **Publicação e registro** na planilha com o link e o print.

Prazo de aprovação: até 24 horas. Peça sem aprovação não sai. Em atividade ao vivo, os stories seguem as regras do capítulo 12 sem esperar aprovação.

Ferramentas gratuitas

Necessidade	Ferramenta	Observação
Design	Canva (versões editáveis do kit já existem)	Pedir o Canva para ONGs (gratuito) <i>(a confirmar elegibilidade)</i>
Edição de vídeo no celular	CapCut ou InShot	Legenda automática; revisar a ortografia
Edição de áudio	Audacity (computador) ou o editor do próprio celular	Lucas finaliza no estúdio
Agendamento e publicação cruzada	Meta Business Suite	Instagram e Facebook

Necessidade	Ferramenta	Observação
Pasta compartilhada e planilha	Google Drive e Planilhas	Pasta restrita separada para termos e dados sensíveis
Transcrição dos podcasts	Legenda automática do YouTube, revisada	Exigida por acessibilidade
Formulário de inscrição	Google Forms	Perguntar só o necessário
Remover localização das fotos	Opção "remover localização" no compartilhamento do celular	Fazer antes de enviar ao grupo

Banco de imagens

- Pasta "Banco Vozes do Bem Viver" no Drive, organizada **por atividade e data** (ex.: "2026-11-14 Oficina 1"), com subpastas "Liberado" e "Restrito".
- **Liberado:** só material de pessoas que assinaram o termo de imagem para redes. **Restrito:** todo o resto, inclusive fotos com crianças sem termo, casas identificáveis e relatos.
- Nome do arquivo com data, atividade e autoria ("20261114_oficina1_foto_comunicadoraX.jpg") para dar crédito.
- Em cada atividade, uma "foto de grupo autorizada" e três fotos de detalhe sem rosto (mãos no mapa, ícones, pés na rua, mudas). Elas resolvem a maior parte das peças sem risco.

Uso dos modelos prontos

Recurso do kit	Onde usar
Logo, manual de marca, papel timbrado	Release, ofícios, convites às autoridades, relatório à CESE
8 posts de feed	Lançamento, inscrições, oficinas, dados de prova, Audiência
Carrossel de 3 telas	Dados de prova; "o que a lei já garante"; balanço da Audiência
5 stories	Contagem regressiva, enquete, chamada para relatos
6 capas de destaque	Projeto, Oficinas, Podcasts, Campanha 1, Campanha 2, Audiência
Capa de podcast 3000×3000	Feed, Spotify, YouTube e card de estreia de cada episódio
Capa de evento	Audiência Pública Popular, plantio, encerramento
Molduras transparentes e tarjas de nome	Vídeos de depoimento (tarja só com nome autorizado)
Cartelas de abertura e encerramento	Todo vídeo e Reels, com "Realização: INDB · Apoio: CESE"
Miniatura do YouTube e capa de Reels	Episódios e cortes
Foto de perfil e capas do Facebook e do YouTube	Atualizar até o lançamento
Cards de WhatsApp	Lembrete de oficina, boas-vindas, mudança de agenda, ícone de grupo
Elemento "linhas do mapa"	Fundo de cards e carrosséis; nunca atrás de texto pequeno

Recurso do kit	Onde usar
Cores de capa	Laranja: apoio à comunicação (este plano, kit de imprensa). Verde: rodas de conversa. Azul: Dossiê, Carta, Audiência, relatórios à CESE

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Na Oficina 3, abrir as inscrições para o núcleo de comunicadoras e formar as 4 duplas.
- Fazer um "plantão de comunicação" de 2 horas no estúdio da Ativa Web Rádio na semana seguinte para ensinar Canva, CapCut e gravação no celular.
- Criar a pasta do banco de imagens com as subpastas "Liberado" e "Restrito" antes da primeira foto.
- Escolher a guardiã do consentimento antes da Oficina 1.
- Revisar a rotina na reunião mensal: se Lucas passar de 10 horas por semana, cortar o post 3 do Instagram, nunca o WhatsApp.

CAPÍTULO 06

Campanha 1: "Água de Poço Não É Política Pública"

Resumo

- **Janela:** 16/11/2026 a 31/01/2027, com pré-campanha de 02/11 a 15/11.
- **Objetivo:** mostrar, com dados oficiais e relatos dos bairros, que a falta de água, esgoto, sombra e coleta adequada cai sobre os bairros negros, e transformar isso em pedidos concretos (LOA 2027, PL 42/2026, cronograma de água e esgoto).
- **Gancho de lançamento:** Festival da Consciência Negra do CNM, que culmina em 20/11 (feriado nacional e dia de São Félix de Valois), e o 25/11, um ano da Marcha das Mulheres Negras "por Reparação e Bem Viver".
- **Ajuste ao El Niño:** em dezembro, a série "**Quentura**" liga calor, fumaça e falta de árvore ao plantio. A cheia não é tema da Campanha 1.
- **Canal de relatos:** o número do projeto recebe fotos e relatos (água que falta, poço, fossa, lixo, calor), no modelo Cocôzap, para alimentar a cartografia.
- **Pedido político:** carta-pedido à Comissão de Finanças e a vereadoras e vereadores para que a LOA 2027 tenha dotação para a SEMIRDH e o conselho de igualdade racial, e emendas impositivas para os bairros mapeados. Pedido à Comissão de Direitos Humanos para votar o PL 42/2026.
- **Fechamento:** plantio das mudas em 30/01/2027 (**data a definir**), com a mensagem "Sombra também é direito".

Mensagens da campanha

- Mãe: "**Água de poço não é política pública.**"
- Apoio 1: "Nas favelas de Marabá, 19% das casas têm água da rede. No São Félix I e II, 1%." (IBGE, Censo 2022)
- Apoio 2: "O MPF já chamou de racismo ambiental. Agora quem mora no bairro vai mapear." (MPF, 2025)
- Apoio 3 (dezembro): "Marabá perdeu 44% do verde entre 1988 e 2018. A quentura tem endereço." (RSD, 2021)
- Chamado: "Mande foto e relato para o número do projeto. Seu bairro no mapa."

Semana a semana

Semana	Fase e objetivo	Peças (modelo do kit)	Canais	Quem faz	Indicador da semana
S1 (02–08/11)	Pré: lançar o projeto e abrir inscrições	Post de lançamento (post de feed 1); card de inscrições; card de WhatsApp de boas-vindas; L01–L03	Instagram, Facebook, grupos parceiros, lista inicial	Lucas	30 inscrições
S2 (09–15/11)	Pré: fechar inscrições; Oficina 1 em 14/11	Lembrete de oficina (card de WhatsApp); Reels "por que racismo ambiental?" com fala gravada em 14/11; L04–L05	WhatsApp, Instagram	Lucas e participantes da Oficina 1	60 inscrições; 35 selecionadas
S3 (16–22/11)	Lançamento da campanha no Festival da Consciência Negra (20/11)	Carrossel "Marabá é negra" (81,5% / 84,5%); card "Água de poço não é política pública"; stories no Festival; L06–L08	Instagram (collab com o CNM, se aceito), lista, status	Lucas e Dupla Feed recém-formada	1 collab; 300 contas alcançadas no carrossel
S4 (23–29/11)	25/11: mulheres negras e Bem Viver; Podcast 1 no ar; Oficina 2 em 28/11	Capa do Podcast 1; corte de Reels do P1; card "4 em cada 10 casas"; L09–L11	Ativa Web Rádio, YouTube, WhatsApp (versão de 6 min), Instagram	Dupla Rádio e Lucas	200 escutas do P1 na primeira semana
S5 (30/11–06/12)	Abrir o canal de relatos; Oficina 3 (educomunicação) em 05/12	Card "Mande seu relato" (story e feed); áudio de 40 s de uma participante explicando como mandar; L12	Lista, grupos, status	Dupla Rede	15 relatos
S6 (07–13/12)	Incidência na LOA; Oficina 4 (incidência) em 12/12	Carrossel "O que é a LOA e por que importa"; post com a carta-pedido à Comissão de Finanças; L13	Instagram, grupos de aliados, e-mail aos gabinetes	Lucas, coordenação, participantes da Oficina 4	Carta-pedido protocolada; 10 relatos
S7 (14–20/12)	Série "Quentura": medição de calor; Podcast 2 (16/12); Caravana 1 (19/12)	Reels "rua com árvore x rua sem árvore" com termômetro; capa do P2; L14–L15	Rádio, Instagram, status	Dupla Rua e Dupla Rádio	2 pares de medição publicados
S8 (21–27/12)	Festas: ritmo leve	Card de fim de ano com frase de participante; story "o que você deseja para o seu bairro em 2027?"; L16	Instagram, status	Dupla Feed	30 respostas na caixa de perguntas
S9 (28/12–03/01)	Recesso: só reprise	Reprise do P2 na rádio; status com corte	Rádio, status	Dupla Rede	Reprise no ar
S10 (04–10/01)	Retomada; Caravana 2 no São Félix (09/01)	Card "1 em cada 100 casas" (São Félix); stories da caravana sem rostos de moradores sem termo; L17	Instagram, lista São Félix	Dupla Rua	10 relatos do São Félix
S11 (11–17/01)	Caravana 3 na Cidade Nova (16/01); convite aos padrinhos e madrinhas das mudas	Card "Adote uma muda"; Reels da caravana; L18	Lista, grupos, Instagram	Dupla Rua e Dupla Rede	50 padrinhos ou madrinhas inscritos
S12 (18–24/01)	Podcast 3 (20/01); Caravana 4 (23/01) (território a definir)	Capa do P3; corte do P3; L19	Rádio, YouTube, Instagram, WhatsApp	Dupla Rádio	250 escutas do P3

Semana	Fase e objetivo	Peças (modelo do kit)	Canais	Quem faz	Indicador da semana
S13 (25–31/01)	Fechamento: plantio em 30/01; balanço da campanha	Capa de evento "Plantio"; post de retorno "o que a campanha juntou" (n.º de relatos, pontos mapeados); L20–L21	Todos	Todo o núcleo	50 mudas plantadas; balanço publicado

Peças-chave da campanha

1. **Carrossel "Marabá é negra"**: tela 1 com a frase; tela 2 com 81,5% na cidade e 84,5% nas favelas; tela 3 com a chamada para mandar relato.
2. **Card "Água de poço não é política pública"** com foto de detalhe (mão no balde, boca de poço) sem rosto e sem casa identificável.
3. **Série "Quentura"** (3 Reels): medição de calor; contagem de árvores; convite ao plantio.
4. **Carta-pedido sobre a LOA**, em papel timbrado, assinada pelo coletivo de participantes e pelo INDB, com cópia ao MPF.
5. **Post de retorno**: o que a campanha juntou, o que foi pedido, a quem, e quem respondeu.

Riscos da campanha

Risco	Resposta
Poucos relatos	Fazer a coleta presencial nas caravanas e lançar no mesmo formulário
Relato com acusação a pessoa	Não publicar; arquivar na pasta restrita; usar só o padrão ("lixo acumulado há X semanas")
A LOA ser votada antes da carta-pedido	Protocolar a carta-pedido até 07/12; acompanhar o SAPL toda segunda
Calor extremo nas caravanas	Atividades das 7h às 10h; água, protetor e pausa; nada de caminhada entre 11h e 16h
Ataques nos comentários	Seguir o protocolo do capítulo 12

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Fazer a pergunta geradora da Oficina 1 ("de onde vem a água que você bebe?") e gravar as respostas, com autorização, para o Reels da S2.
- Pedir ao CNM, ainda em outubro, espaço no Festival para apresentar o projeto e a campanha em 20/11 (*em verificação*).
- Montar a carta-pedido sobre a LOA na Oficina 4 com as próprias participantes.
- Na caravana de dezembro, levar termômetro e trena e fotografar só detalhes (copa de árvore, chão, termômetro).
- Registrar cada relato recebido com data, núcleo e tema numa aba da planilha, sem nome nem telefone visível.

CAPÍTULO 07

Campanha 2: "Bem Viver Já!"

Resumo

- **Janela:** 15/02/2027 a 30/04/2027, com pré-campanha de 01/02 a 14/02 (o Carnaval vai de 06 a 10/02; não lançar nada nesses dias).
- **Objetivo:** apresentar as propostas das participantes, convocar a Audiência Pública Popular (70 ou mais pessoas), entregar a Carta e o Dossiê e cobrar compromissos públicos.
- **Formato dos pedidos:** institucionalidades concretas, com nome curto: "Conselho de Igualdade Racial Já!", "Água nas favelas: cronograma já!", "Sombra é direito: Plano de Arborização já!", "Conselho de Juventude instalado já!", "Casa da Mulher Brasileira: obra já!".
- **Marcos:** 08/03 (Dia Internacional das Mulheres, prévia do Dossiê); 20/03 (Audiência Pública Popular, sugestão **(data a definir)**); 21/03 (Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial) e 22/03 (Dia Mundial da Água) **(datas a definir)**; protocolo da Carta entre 22 e 26/03; consulta da LDO 2028 no início de abril; 05/04 (114 anos de Marabá, no Pontal); encerramento em 24/04 **(data a definir)**.
- **Dois roteiros:** o roteiro B (calor, seca e rio baixo) é o padrão, porque o El Niño torna a cheia de 2027 provavelmente menor que a média. O roteiro A (cheia) entra se o rio subir.

Por que a Audiência em março

O projeto aprovado prevê a Carta no mês 5 (março) e a Audiência e o protocolo no mês 6 (abril). O subsídio recomenda a Audiência entre 8 e 22 de março ou no início de abril, junto à consulta da LDO 2028. Este plano sugere **sábado, 20/03/2027**, porque a data fica entre o 8 de Março e o 21–22 de março, antes da Páscoa (28/03) e antes da consulta da LDO. Assim, os compromissos da Audiência podem virar demandas formais na LDO. **Plano B:** sábado, 10/04/2027, em cheia forte ou atraso da Carta, o que mantém a Audiência no mês 6, como no texto aprovado. A antecipação deve ser registrada no relatório à CESE como ajuste de cronograma **[confirmar com a CESE se é preciso aviso prévio]**.

Roteiro A (cheia) e roteiro B (calor e seca)

Elemento	Roteiro A: cheia	Roteiro B: calor, seca e rio baixo
Gatilho	Rio acima da cota de atenção ou alerta da Defesa Civil (<i>cota oficial a confirmar: 9 m, 10 m ou 10,5 m</i>)	Padrão do El Niño: chuva fraca, calor, rio baixo

Elemento	Roteiro A: cheia	Roteiro B: calor, seca e rio baixo
Mensagem	"A água da cheia entra; a da torneira não." Cota de 82 m do Plano Diretor e prioridade habitacional	"Sem água na torneira e sem sombra na rua: Bem Viver já!"
Peças	Utilidade pública: SMS 40199 com CEP, Defesa Civil (<i>número a confirmar</i>), abrigos; nada celebratório	Poço que seca, preço da água, rega das mudas, fumaça
Tom	Solidariedade e direito à moradia	Direito à água, à sombra e ao ar
Atividades	Audiência pode ir para 10/04; segurança redobrada; nada de campo em área alagada	Audiência em 20/03

Semana a semana

Semana	Fase e objetivo	Peças (modelo do kit)	Canais	Quem faz	Indicador da semana
S14 (01-07/02)	Pré: devolver o que o mapa mostrou; definir os 5 a 8 pedidos	Story "o que o mapa mostrou" com 3 telas; enquete "qual é o pedido mais urgente do seu bairro?"; L22	Instagram, grupo das participantes	Dupla Feed (novo ciclo)	100 votos na enquete
S15 (08-14/02)	Carnaval: pausa de lançamento	Só status leve e reprise do P3 na rádio	Status, rádio	Dupla Rede	—
S16 (15-21/02)	Lançamento da campanha; Podcast 4 (17/02)	Carrossel "Bem Viver Já!: o que a gente pede"; capa do P4; corte de rima do P4; L23-L24	Instagram (collab com batalha de rima, se aceito), lista, rádio	Lucas, Dupla Rádio, Dupla Feed	300 escutas do P4
S17 (22-28/02)	Ofícios-convite para a Audiência (3 a 4 semanas antes); devolutiva e mapa digital em 27/02	Post "O mapa está pronto" (prévia do mapa generalizado); card "Save the date: Audiência Pública Popular"; L25	Instagram, grupos, ofícios	Coordenação e Dupla Rua	5 ofícios protocolados
S18 (01-07/03)	Pedido de Sessão Itinerante ou audiência de comissão até 05/03 (15 dias antes); escrita da Carta em 06/03	Card de contagem regressiva (story); áudio "por que eu vou à Audiência" (3 participantes); L26	Status, lista	Dupla Rede	60 confirmações
S19 (08-14/03)	08/03: prévia do Dossiê com recorte de gênero e raça; Podcast 5 (10/03)	Carrossel "Mulheres negras na decisão"; capa do P5; release de convocação; L27-L28	Instagram, imprensa, rádio	Lucas, Dupla Rádio	1 matéria de imprensa; 100 confirmações
S20 (15-21/03)	Semana da Audiência (20/03); 21/03, Dia contra a Discriminação Racial	Capa de evento; stories ao vivo; foto de grupo autorizada; post de agradecimento com números; L29-L30	Todos	Todo o núcleo	70 ou mais presentes; 5 assinaturas de compromisso
S21 (22-28/03)	22/03, Dia Mundial da Água: protocolo da Carta na Câmara, no Paço e nos conselhos, com cópia ao MPF	Post "Carta protocolada" com foto dos comprovantes (sem dados pessoais); release; L31	Instagram, imprensa, grupos	Lucas e porta-vozes	Protocolos registrados; 1 matéria

Semana	Fase e objetivo	Peças (modelo do kit)	Canais	Quem faz	Indicador da semana
S22 (29/03–04/04)	Consulta da LDO 2028 (início de abril, a confirmar no Diário Oficial); Páscoa em 28/03	Card "Suas demandas na LDO: como mandar"; tutorial em áudio; L32	Lista, status	Dupla Rede	50 envios de demanda na consulta (autodeclarados)
S23 (05–11/04)	05/04: 114 anos de Marabá no Pontal; lançamento do Dossiê digital e da síntese impressa	Capa do Dossiê; carrossel "A cidade contada pela periferia"; L33	Instagram, site nosdobrejo.org, imprensa, entrega impressa	Todo o núcleo	Dossiê publicado; síntese entregue em 5 territórios
S24 (12–18/04)	Podcast 6 (14/04): compromissos e próximos passos	Capa do P6; placar público dos compromissos (card)	Rádio, YouTube, Instagram	Dupla Rádio	300 escutas do P6
S25 (19–25/04)	19/04 (Povos Indígenas) e 22/04 (Dia da Terra) (datas a definir) ; vitória das mudas e encontro de encerramento (24/04)	Post de retorno: "o que foi prometido e por quem"; foto das mudas; L34	Todos	Todo o núcleo	Sobrevivência das mudas publicada
S26 (26–30/04)	Fim da execução; agradecimentos; arquivo	Post de agradecimento com crédito às 35 participantes (com autorização)	Instagram, lista	Lucas	Planilha fechada

Peças-chave da campanha

1. **Carrossel "Bem Viver Já!"** com os pedidos numerados, cada um com órgão responsável.
2. **Convite à Audiência** em três formatos: capa de evento (feed e story), card de WhatsApp e áudio de 30 segundos com voz de participante.
3. **Placar público de compromissos:** tabela simples (autoridade, cargo, compromisso, prazo, assinou: sim/não), atualizada em abril.
4. **Dossiê digital** em nosdobrejo.org, com síntese impressa (tiragem conforme a rubrica de R\$ 1.500 *(orçamento a confirmar com a gráfica)*).
5. **Faixa** do projeto (mesma rubrica) para a Audiência, o 5/4 e o plantio.

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Na roda de devolutiva de 27/02, votar os 5 a 8 pedidos da Carta e quem vai ler cada um na Audiência.
- Protocolar os ofícios-convite até 26/02 e o pedido de Sessão Itinerante até 05/03 *(datas a confirmar conforme a data final da Audiência)*.
- Montar a lista de confirmação da Audiência pelo número do projeto, com meta de 120 confirmações para garantir 70 presentes.
- Ter os dois roteiros (cheia e calor) prontos em pasta até 31/01.
- Treinar 4 participantes para dar entrevista na semana da Audiência.

CAPÍTULO 08

Os 6 podcasts

Formato comum

- **Nome da série:** "Vozes do Bem Viver", veiculada na Ativa Web Rádio e no podcast Ativa Cast.
- **Duração:** 15 a 20 minutos na versão completa (rádio e feed); 5 a 8 minutos na versão WhatsApp; 30 a 60 segundos no corte vertical.
- **Estrutura em 4 blocos:** (1) abertura com vinheta e uma voz do território; (2) reportagem de campo gravada pelas participantes; (3) conversa no estúdio com convidada; (4) chamado à ação e serviço útil (40199, DEAM, Ligue 180, CRAS, CVV 188, número do projeto).
- **Apresentação:** sempre duas participantes da Dupla Rádio, em rodízio. Lucas dirige e edita.
- **Gravação:** estúdio da Ativa Web Rádio (contrapartida); campo com celular a cerca de 15 cm da boca, modo avião, cômodo sem eco.
- **Música:** de artistas locais, com termo de cessão por escrito, ou com licença Creative Commons CC BY ou CC BY-SA (guardar print da licença).
- **Crédito final falado:** "Vozes do Bem Viver é uma produção das participantes do projeto Cartografia Popular, realizado pelo Instituto de Comunicação Popular Nós do Brejo, com apoio da CESE."
- **Acessibilidade:** transcrição publicada com cada episódio.
- **Convidadas:** só papéis ou figuras públicas. Pessoas privadas aparecem pelo primeiro nome ou anônimas, conforme o termo.

Episódio 1: "Onde a água não chega"

Item	Conteúdo
Tema	Água, poço, fossa e esgoto nas favelas; o que é racismo ambiental; um ano da Marcha das Mulheres Negras "por Reparação e Bem Viver"
Data-sugestão	Quarta, 25/11/2026 (data a definir)
Convidadas-tipo	Mulher negra chefe de família de um loteamento da Cidade Nova ou do São Félix; representante de movimento negro (Coletivo Consciência Negra em Movimento ou MNU); pesquisadora da Unifesspa sobre água
Bloco 1	Vozes da Oficina 1: "de onde vem a água que você bebe?"

Item	Conteúdo
Bloco 2	Reportagem: participante visita o quintal de uma vizinha (com termo) e mostra poço e fossa; dado do IBGE (19% e 1%)
Bloco 3	Conversa: por que o MPF chamou de racismo ambiental; o que a Marcha de 2025 tem a ver com Marabá
Bloco 4	Chamado: mande seu relato para o número do projeto; serviço: Tarifa Social de água para quem está no CadÚnico <i>(regras a confirmar)</i>
Duração	18 min (completa), 6 min (WhatsApp), 45 s (corte)
Chamada de divulgação	"No São Félix, 1 em cada 100 casas tem água da rede. A gente foi ouvir quem vive isso. Vozes do Bem Viver, episódio 1, na Ativa Web Rádio."

Episódio 2: "Quentura"

Item	Conteúdo
Tema	Calor, fumaça, perda de verde e El Niño; as mudas como resposta comunitária
Data-sugestão	Quarta, 16/12/2026 <i>(data a definir)</i>
Convidadas-tipo	Participante que fez a medição de calor; agente comunitária de saúde ou de endemias; técnica da SEMMA ou pesquisadora de clima da Unifesspa <i>(em verificação)</i>
Bloco 1	Sons da rua ao meio-dia; vozes: "como é o calor na sua casa?"
Bloco 2	Reportagem: medição em rua com árvore e rua sem árvore; dado de 44% de perda de verde (RSD, 2021)
Bloco 3	Conversa: El Niño, fumaça e saúde das crianças; por que plantar entre dezembro e fevereiro
Bloco 4	Chamado: seja padrinho ou madrinha de uma muda; serviço: cuidados no calor extremo e CVV 188
Duração	16 min, 6 min, 40 s
Chamada de divulgação	"A rua sem árvore estava mais quente que a rua com árvore. As participantes mediram. Ouça Quentura, episódio 2."

Episódio 3: "Do Pontal às Folhas"

Item	Conteúdo
Tema	Memória negra de Marabá: Cabelo Seco, a cheia de 1980, a mudança para a Nova Marabá e as Folhas como território da juventude e do rap
Data-sugestão	Quarta, 20/01/2027 <i>(data a definir)</i>
Convidadas-tipo	Moradora antiga do Cabelo Seco (Grupo de Mulheres do Cabelo Seco Raízes de Marabá, com consentimento); MC de batalha de rima das Folhas; representante do Museu Municipal Francisco Coelho ou da Fundação Casa da Cultura
Bloco 1	Rima de abertura sobre o bairro (gravada com cessão)
Bloco 2	História oral: marcas de cheia nas paredes; "quando sua família chegou?"
Bloco 3	Conversa: por que a história oficial fala de "pioneiros"; território negro não é só carência
Bloco 4	Chamado: mande uma foto antiga do seu bairro; serviço: SMS 40199 com o CEP
Duração	20 min, 8 min, 60 s

Item	Conteúdo
Chamada de divulgação	"A cidade nasceu no Pontal e foi empurrada para as Folhas. Quem conta essa história agora é a periferia. Episódio 3."

Episódio 4: "Juventude no mapa"

Item	Conteúdo
Tema	Juventude negra, lixo, queimada e o bairro que a gente quer; Conselho Municipal de Juventude (lei de 2017, nunca instalado até 2021) e Plano Juventude Negra Viva; lançamento do "Bem Viver Já!"
Data-sugestão	Quarta, 17/02/2027 <i>(data a definir)</i>
Convidadas-tipo	Participantes jovens que mapearam o eixo lixo; MC de batalha de rima; representante de coletivo de juventude [a identificar]
Bloco 1	Batalha temática curta sobre lixo e calor (com cessão)
Bloco 2	Reportagem: pontos de lixo mapeados (sem endereço exato)
Bloco 3	Conversa: por que a juventude não tem conselho instalado; o que é "juventude negra viva"
Bloco 4	Chamado: vote no pedido mais urgente (enquete); serviço: Pé-de-Meia para estudantes do ensino médio no CadÚnico <i>(regras a confirmar)</i>
Duração	15 min, 5 min, 45 s
Chamada de divulgação	"Quem mapeou o lixo do bairro foi a juventude. Agora ela quer um Conselho de Juventude de verdade. Episódio 4."

Episódio 5: "Mulheres negras na decisão"

Item	Conteúdo
Tema	Mulheres negras chefes de família; violência e rota de proteção; Casa da Mulher Brasileira; prévia do Dossiê; convocação da Audiência
Data-sugestão	Quarta, 10/03/2027 <i>(data a definir)</i>
Convidadas-tipo	Participantes mães e avós; representante do COMDIM; Defensoria Pública, Núcleo Regional do Carajás (ação educativa); vereadora presidente da Comissão de Direitos Humanos (em 2026, Priscila Veloso [confirmar a composição de 2027])
Bloco 1	Vozes: "o que eu faria se estivesse na Câmara"
Bloco 2	Reportagem: dados do Dossiê com recorte de gênero e raça
Bloco 3	Conversa: o que falta para a Casa da Mulher Brasileira sair do papel; o PL 42/2026
Bloco 4	Chamado: venha à Audiência em 20/03; serviço: DEAM 24h <i>(endereço a confirmar)</i> e Ligue 180
Duração	18 min, 7 min, 45 s
Chamada de divulgação	"Elas sustentam 4 em cada 10 casas de Marabá. No dia 20, elas vão dizer o que a cidade precisa. Episódio 5."

Episódio 6: "O que a cidade prometeu"

Item	Conteúdo
Tema	Síntese do Dossiê; o que aconteceu na Audiência; quem assinou o quê; protocolo da Carta; plantio e próximos passos
Data-sugestão	Quarta, 14/04/2027 <i>(data a definir)</i>
Convidadas-tipo	Participantes que leram a Carta; autoridade que assinou compromisso (se aceitar); representante de aliado do Fórum de Igualdade Racial do MPF
Bloco 1	Trechos gravados da Audiência (só falas públicas autorizadas)
Bloco 2	Placar dos compromissos
Bloco 3	Conversa: o que muda daqui pra frente e como acompanhar
Bloco 4	Chamado: baixe o Dossiê em nosdobrejo.org; cuide da muda do seu bairro
Duração	20 min, 8 min, 60 s
Chamada de divulgação	"Foi prometido em público. Agora a gente acompanha. Vozes do Bem Viver, episódio final."

Calendário de produção de cada episódio

Prazo	Tarefa
3 semanas antes	Pauta com a Dupla Rádio; convites; termos de voz
2 semanas antes	Gravação de campo
10 dias antes	Gravação no estúdio
1 semana antes	Edição (Lucas); aprovação da dupla e da guardiã do consentimento
3 dias antes	Capa, corte e chamada prontos; envio à rádio parceira <i>(em verificação)</i>
Dia da estreia	Rádio, feed, YouTube, WhatsApp, Reels, status
Semana seguinte	Escuta coletiva em pelo menos 1 território, com lista de presença

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Gravar os "mapas falados" das oficinas (com autorização) porque eles abastecem os episódios 1 a 4.
- Fazer o termo de voz autorizar expressamente a rádio, o feed, o YouTube e o WhatsApp.
- Marcar uma escuta coletiva por episódio, ligada a uma roda ou caravana, e contar as pessoas presentes.
- Pedir aos artistas locais o termo de cessão antes de usar qualquer música.
- Publicar a transcrição junto com cada episódio.

CAPÍTULO 09

Calendário editorial de novembro de 2026 a abril de 2027

As datas de oficinas, caravanas, plantio, Audiência e encerramento são sugestões **(data a definir)**. A numeração das legendas (L01 a L34) remete ao capítulo 10. "Modelo" se refere aos itens do kit de identidade visual.

Semana	Data	Canal	Peça / modelo	Tema
S0	19–31/10/2026	Interno; Instagram; Facebook; YouTube	Foto de perfil e capas atualizadas; destaques criados; número do projeto e listas abertas	Preparação; contato com o CNM sobre o Festival; grade da Ativa Web Rádio
S1	02–08/11	Instagram, Facebook, WhatsApp, grupos	Post de feed (lançamento); card de inscrições; card de WhatsApp de boas-vindas (L01, L02, L03)	Lançamento do projeto; inscrições de 03 a 12/11 (data a definir) ; pedidos LAI protocolados
S2	09–15/11	WhatsApp, Instagram	Card de lembrete de oficina; Reels "racismo ambiental em 30 s" (L04, L05)	Fim das inscrições (12/11); Oficina 1 em 14/11 (data a definir) : direitos, racismo ambiental, Bem Viver
S3	16–22/11	Instagram (collab CNM), lista, status	Carrossel "Marabá é negra"; card "Água de poço não é política pública"; stories do Festival (L06, L07, L08)	Lançamento da Campanha 1; 20/11, Consciência Negra e São Félix de Valois
S4	23–29/11	Ativa Web Rádio, YouTube, WhatsApp, Instagram	Capa de podcast P1; corte de Reels; card "4 em cada 10 casas" (L09, L10, L11)	25/11, um ano da Marcha das Mulheres Negras; P1 "Onde a água não chega" (25/11); Oficina 2 (28/11): cartografia social e mapa falado
S5	30/11–06/12	Lista, grupos, status, stories	Card e story "Mande seu relato"; áudio-tutorial (L12)	Abertura do canal de relatos; Oficina 3 (05/12): educomunicação, ética, núcleo de comunicadoras
S6	07–13/12	Instagram, e-mail aos gabinetes, grupos	Carrossel "O que é a LOA"; post da carta-pedido (L13)	LOA 2027 na Câmara; carta-pedido protocolada até 07/12; Oficina 4 (12/12): incidência e mapa de poder
S7	14–20/12	Rádio, Instagram, status	Capa P2; Reels "Quentura" (medição) (L14, L15)	P2 "Quentura" (16/12); Caravana 1 (19/12), Folhas da Nova Marabá: calor e árvores; mudança da Mesa da Câmara
S8	21–27/12	Instagram, status	Card de fim de ano com frase de participante; caixa de perguntas (L16)	Desejos para o bairro em 2027; fim do biênio das comissões (21/12)
S9	28/12–03/01/2027	Rádio, status	Reprise P2	Recesso

Semana	Data	Canal	Peça / modelo	Tema
S10	04-10/01	Instagram, lista São Félix	Card "1 em cada 100 casas"; stories da caravana (L17)	Caravana 2 (09/01), São Félix: água e poço; posse do governador (06/01)
S11	11-17/01	Lista, grupos, Instagram	Card "Adote uma muda"; Reels da caravana (L18)	Caravana 3 (16/01), Cidade Nova; mapear nova presidência das comissões
S12	18-24/01	Rádio, YouTube, Instagram, WhatsApp	Capa P3; corte P3 (L19)	P3 "Do Pontal às Folhas" (20/01); Caravana 4 (23/01) (<i>território a definir</i>)
S13	25-31/01	Todos	Capa de evento "Plantio"; post de retorno da Campanha 1 (L20, L21)	Plantio das 50 mudas (30/01) (<i>data e praça a definir</i>); balanço da Campanha 1
S14	01-07/02	Instagram, grupo das participantes	Stories "o que o mapa mostrou"; enquête (L22)	Pré-campanha 2; votação dos pedidos; 1ª reunião do Fórum MPF de 2027 (<i>data a confirmar</i>)
S15	08-14/02	Status, rádio	Reprise P3	Carnaval (06 a 10/02): pausa
S16	15-21/02	Instagram, lista, rádio	Carrossel "Bem Viver Já!"; capa P4; corte de rima (L23, L24)	Lançamento da Campanha 2; P4 "Juventude no mapa" (17/02)
S17	22-28/02	Instagram, grupos, ofícios	Post "O mapa está pronto"; capa de evento "Save the date" (L25)	Ofícios-convite para a Audiência; roda de devolutiva e mapa digital (27/02); vistoria de 30 dias das mudas
S18	01-07/03	Status, lista	Story de contagem regressiva; áudios "por que eu vou" (L26)	Pedido de Sessão Itinerante até 05/03; escrita coletiva da Carta (06/03)
S19	08-14/03	Instagram, imprensa, rádio	Carrossel "Mulheres negras na decisão"; capa P5; release (L27, L28)	08/03; prévia do Dossiê; P5 (10/03); acompanhar cheia (roteiro A ou B)
S20	15-21/03	Todos	Capa de evento; stories ao vivo; post de agradecimento (L29, L30)	Audiência Pública Popular (20/03) (<i>data e local a definir</i>); 21/03, Dia contra a Discriminação Racial
S21	22-28/03	Instagram, imprensa, grupos	Post "Carta protocolada"; release (L31)	22/03, Dia Mundial da Água: protocolo da Carta; Páscoa (28/03)
S22	29/03-04/04	Lista, status	Card "Suas demandas na LDO"; tutorial em áudio (L32)	Consulta da LDO 2028 (<i>datas a confirmar no Diário Oficial</i>); vistoria de 60 dias
S23	05-11/04	Instagram, site, imprensa, impresso	Capa do Dossiê; carrossel "A cidade contada pela periferia" (L33)	05/04, 114 anos de Marabá no Pontal; lançamento do Dossiê e entrega da síntese impressa
S24	12-18/04	Rádio, YouTube, Instagram	Capa P6; card do placar de compromissos	P6 "O que a cidade prometeu" (14/04)
S25	19-25/04	Todos	Post de retorno com mudas e compromissos (L34)	19/04 e 22/04 (<i>datas a definir</i>); vistoria de 90 dias das mudas; encontro de encerramento e avaliação final (24/04)
S26	26-30/04	Instagram, lista	Post de agradecimento com créditos	Fim da execução (30/04); fechamento da planilha
Pós	01-31/05/2027	Interno	Relatório de comunicação	Relatórios à CESE até cerca de 31/05 (<i>prazo a confirmar no contrato</i>)

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Imprimir o calendário em A3 e colar no estúdio da Ativa Web Rádio; revisar no primeiro sábado de cada mês.
- Assim que a coordenação fechar as datas de oficinas e caravanas, trocar "*(data a definir)*" pela data real e avisar o núcleo.
- Toda segunda-feira, conferir no SAPL a tramitação do PL 42/2026 e da LOA 2027 e ajustar a semana se houver votação.
- Não marcar lançamentos entre 06 e 10/02 (Carnaval) nem na semana de Natal.

CAPÍTULO 10

Legendas e mensagens prontas

As legendas abaixo estão numeradas e ligadas à semana do calendário. Elas são ponto de partida: as comunicadoras devem adaptar a linguagem e trocar "[]" pela informação real. Hashtags fixas do projeto: **#VozesDoBemViver** **#BemViverNasCidades** **#RacismoAmbiental** **#Marabá**. Hashtags de campanha: **#ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública** (Campanha 1) e **#BemViverJá** (Campanha 2). As mensagens de WhatsApp não levam hashtag.

L01 · S1 · Instagram · Lançamento do projeto

Marabá é negra, jovem e mora onde a água não chega e a cheia chega. 🌍 Começa hoje o **VOZES DO BEM VIVER**: 35 jovens e mulheres negras das periferias de Marabá vão mapear o racismo ambiental nos próprios bairros, gravar podcasts na Ativa Web Rádio e levar propostas a quem decide a cidade. Quem vive o problema sabe mapear a solução. As inscrições abrem dia [03/11]. Link na bio. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE **#VozesDoBemViver** **#BemViverNasCidades** **#RacismoAmbiental** **#Marabá** **#CartografiaPopular** **#MulheresNegras** **#JuventudeNegra**

L02 · S1 · Instagram · Inscrições abertas

Você é jovem ou mulher negra e mora no São Félix, na Cidade Nova, na Nova Marabá, na Marabá Pioneira ou no Brejo do Meio? São 35 vagas para uma formação gratuita em direitos, cartografia social, comunicação popular e incidência política. Tem lanche e ajuda de transporte nos encontros. ¹⁷ Inscrições: [03 a 12/11] 📍 Encontros aos sábados, de novembro a abril (*datas a definir*) 🔗 Link na bio ou mande "QUERO" para o WhatsApp do projeto: (*número a definir*) Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE **#VozesDoBemViver** **#BemViverNasCidades** **#Marabá** **#FormaçãoPopular**

L03 · S1 · WhatsApp · Boas-vindas à lista (card de boas-vindas)

Olá! Aqui é o *Vozes do Bem Viver*, do Instituto Nós do Brejo. 🌱 Neste número você recebe, no máximo 2 vezes por semana, notícias do projeto, os episódios do nosso podcast na Ativa Web Rádio e chamados para as atividades no seu bairro. Para receber, *salve este número* na sua agenda. Quer sair da lista? É só responder SAIR.

L04 · S2 · WhatsApp · Lembrete da Oficina 1 (card de lembrete)

📌 **Lembrete:** Oficina 1 do Vozes do Bem Viver Sábado, [14/11], das [8h às 12h] Local: *(a definir)* Tema: a água que entra (e a que não entra) na sua casa Tem lanche e ajuda de transporte. Traga uma garrafa d'água e, se puder, uma foto do seu bairro no celular. Precisa levar criança? Responda aqui pra gente organizar a ciranda [se houver].

L05 · S2 · Instagram · Reels "racismo ambiental em 30 segundos"

"Racismo ambiental é quando a enchente, o lixo, o esgoto e o calor escolhem os mesmos bairros. E esses bairros são negros." Quem fala é [primeiro nome autorizado], participante do Vozes do Bem Viver, na nossa primeira oficina. Em 2025, o MPF escreveu que as condições de saneamento em Marabá configuram "o que especialistas chamam de racismo ambiental". Agora quem mora no bairro vai mapear. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #VozesDoBemViver #RacismoAmbiental #Marabá #JustiçaClimática

L06 · S3 · Instagram · Carrossel "Marabá é negra"

Marabá é 81,5% negra. Nas 21 favelas e comunidades urbanas reconhecidas pelo IBGE, são 84,5%. E é nelas que a água da rede chega a só 19% das casas. Fora delas, chega a 54%. Não é acaso. É racismo ambiental. Neste Novembro Negro, o Vozes do Bem Viver começa a campanha *Água de Poço Não É Política Pública*. Mande foto e relato da água no seu bairro para o WhatsApp do projeto: [número]. Fontes: IBGE, Censo 2022 (cálculo por setor censitário). Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública #VozesDoBemViver #NovembroNegro #RacismoAmbiental #Marabá

L07 · S3 · Instagram · 20 de Novembro

20 de Novembro é Dia de Zumbi e da Consciência Negra. Em Marabá, também é dia de São Félix de Valois. Celebramos a memória negra que fundou esta cidade no Pontal e que segue viva nos terreiros, nas rodas de capoeira, nas batalhas de rima e nas mulheres que sustentam os bairros. E cobramos: memória também é água na torneira, esgoto tratado e sombra na rua. Hoje estamos no Festival da Consciência Negra com o Coletivo Consciência Negra em Movimento (*em verificação*). Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #ConsciênciaNegra #VozesDoBemViver #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública #Marabá

L08 · S3 · WhatsApp · Lançamento da Campanha 1 (lista)

💧 *Água de poço não é política pública.* Nas favelas de Marabá, só 19 em cada 100 casas têm água da rede. No São Félix I e II, 1 em cada 100. (IBGE, Censo 2022) A gente quer saber como é no seu bairro. 📷 Mande uma foto (sem rosto de ninguém) e conte em áudio: de onde vem a água que você bebe? Seu relato vai para o mapa do Vozes do Bem Viver. Não publicamos seu nome nem seu endereço.

L09 · S4 · Instagram · 25/11, um ano da Marcha

Há um ano, cerca de 300 mil mulheres negras marcharam em Brasília "por Reparação e Bem Viver". Em Marabá, 4 em cada 10 casas são chefiadas por mulheres negras (IBGE, Censo 2022). Quem sustenta a casa tem que estar onde se decide a cidade. Hoje estreia o episódio 1 do podcast Vozes do Bem Viver, "Onde a água não chega", com as vozes das participantes. Na Ativa Web Rádio e no link da bio. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #MulheresNegras #BemViver #VozesDoBemViver #Marabá #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública

L10 · S4 · Instagram · Corte do Podcast 1

"Eu tenho poço no quintal e a fossa fica perto. Quando chove, a gente fica com medo de beber." 🎧 Trecho do episódio 1 do Vozes do Bem Viver, "Onde a água não chega". Ouça completo na Ativa Web Rádio e no link da bio. Produção: comunicadoras Vozes do Bem Viver · Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #VozesDoBemViver #Podcast #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública #Marabá

L11 · S4 · WhatsApp · Estreia do Podcast 1 (lista e grupos)

🎧 *Saiu o episódio 1 do Vozes do Bem Viver!* "Onde a água não chega": mulheres da Cidade Nova e do São Félix contam de onde vem a água que bebem e por que isso é racismo ambiental. ▶ Ouça aqui (6 minutos): [áudio anexo ou link] 📻 Versão completa na Ativa Web Rádio: estreia hoje às [horário], reprise no sábado às [horário]. Gostou? Mande para 5 pessoas do seu bairro.

L12 · S5 · WhatsApp · Abertura do canal de relatos

📍 *Seu bairro no mapa* O Vozes do Bem Viver está mapeando a água, o lixo, o calor e o esgoto nos bairros de Marabá. Você pode ajudar: **1** Tire uma foto do problema (sem rosto e sem número de casa) **2** Mande aqui com o nome do bairro ou da Folha **3** Conte em um áudio curto: desde quando isso acontece? Não publicamos nome, telefone nem endereço de ninguém. Os relatos viram mapa e proposta para a Prefeitura e a Câmara.

L13 · S6 · Instagram · LOA 2027

Você sabia que o orçamento de Marabá para 2027 está sendo votado agora na Câmara? É a LOA. É ali que se decide se vai ter dinheiro para água nas favelas, para a Secretaria da Mulher, Igualdade Racial e Direitos Humanos e para o conselho de igualdade racial que o MPF recomendou em 2025. As participantes do Vozes do Bem Viver protocolaram uma carta pedindo isso às vereadoras e aos vereadores. Arrasta para ler os pedidos. ➡ Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #LOA2027 #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública #VozesDoBemViver #Marabá #IgualdadeRacial

L14 · S7 · Instagram · Reels "Quentura"

Rua com árvore x rua sem árvore. Mesmo bairro, mesma hora. 🌡️ As participantes do Vozes do Bem Viver mediram: [X °C] de diferença. Entre 1988 e 2018, Marabá perdeu 44% da área verde, e as maiores ilhas de calor surgiram no São Félix e na Zona de Expansão da Nova Marabá (RSD, 2021). Com o El Niño, o fim de 2026 deve ser ainda mais quente. Quentura também tem endereço. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #Quentura #VozesDoBemViver #RacismoAmbiental #ElNiño #Marabá

L15 · S7 · WhatsApp · Podcast 2 e cuidado no calor

📻 *Quentura*: saiu o episódio 2 do Vozes do Bem Viver. As participantes mediram o calor na rua com árvore e na rua sem árvore. Ouça em 6 minutos: [link ou áudio] ⚠️ Nestes dias de calor forte: beba água, evite sol das 11h às 16h e fique de olho em crianças e idosos. 🌱 Em janeiro vamos plantar 50 mudas nativas. Quer ser padrinho ou madrinha de uma? Responda MUDA.

L16 · S8 · Instagram · Fim de ano

"Em 2027 eu quero ver meu bairro com água na torneira e árvore na rua." – [primeiro nome autorizado], participante do Vozes do Bem Viver, [bairro]. E você, o que deseja para o seu bairro? Conta nos comentários ou na caixa de perguntas dos stories. Boas festas de quem está mapeando Marabá com cuidado. 🌱 Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #VozesDoBemViver #BemViver #Marabá

L17 · S10 · Instagram · São Félix

No São Félix I e II, a água da rede chega a 1 em cada 100 casas (IBGE, Censo 2022). As famílias dependem de poço profundo, poço raso ou cacimba. O São Félix também mostrou que a pressão organizada funciona: em 2024 saiu o decreto de regularização fundiária para mais de 7 mil famílias. Neste sábado, as participantes do Vozes do Bem Viver caminharam pelo núcleo para ouvir moradoras e mapear água e calor. O próximo passo é a água chegar. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #SãoFélix #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública #VozesDoBemViver #Marabá

L18 · S11 · WhatsApp · Adote uma muda

🌱 *Adote uma muda!* No dia [30/01], o Vozes do Bem Viver vai plantar 50 mudas nativas na praça (*a definir*). Cada muda vai ter um padrinho ou madrinha para regar e cuidar até a chuva firmar, porque este ano tem El Niño e a chuva deve vir fraca. Quer adotar? Responda com seu primeiro nome e o bairro. Seu nome pode ir na plaquinha (só se você quiser).

L19 · S12 · Instagram · Podcast 3

A cidade nasceu no Pontal, no encontro do Tocantins com o Itacaiúnas. Depois da cheia de 1980, muita gente foi empurrada para as Folhas da Nova Marabá. Hoje as Folhas são território da juventude e do rap. No episódio 3 do Vozes do Bem Viver, "Do Pontal às Folhas", moradoras antigas e jovens MCs contam essa história juntos. 🎧 Na Ativa Web Rádio e no link da bio. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #MemóriaNegra #VozesDoBemViver #CabeloSeco #NovaMarabá #Marabá

L20 · S13 · Instagram · Plantio

50 mudas nativas plantadas. 50 padrinhos e madrinhas. 🌱 Hoje as participantes do Vozes do Bem Viver plantaram na praça (*a definir*), um dos pontos mais quentes do mapa que elas mesmas fizeram. 50 árvores não devolvem sozinhas o verde que Marabá perdeu. Mas mostram o caminho: sombra é direito, e a cidade precisa de um Plano Municipal de Arborização. Espécies da lista oficial de arborização de Marabá (SEMMA, 2025). Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #SombraÉDireito #VozesDoBemViver #BemViver #Marabá #Arborização

L21 · S13 · Instagram · Balanço da Campanha 1

Em dois meses e meio de *Água de Poço Não É Política Pública*: 📍 [X] relatos recebidos de [X] bairros 🗺️ [X] pontos mapeados por 35 participantes 🎧 3 episódios na Ativa Web Rádio ✉️ 1 carta à Câmara sobre o orçamento de 2027 🌱 50 mudas plantadas Agora vem a parte das propostas. Em fevereiro começa o *Bem Viver Já!*. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública #VozesDoBemViver #Marabá

L22 · S14 · Instagram (stories) · Enquete dos pedidos

O mapa ficou pronto. Agora é com você: qual é o pedido mais urgente para o seu bairro? **A** Água da rede e esgoto **B** Sombra e árvores (stories seguintes: lixo e fumaça / moradia e cheia / conselho de igualdade racial / conselho de juventude) As respostas ajudam as participantes a fechar a Carta Popular.

L23 · S16 · Instagram · Lançamento do "Bem Viver Já!"

A gente mapeou. Agora a gente propõe. 🗺️ Começa o *Bem Viver Já!*: as propostas de 35 jovens e mulheres negras para uma Marabá onde a água chega, a sombra existe e a periferia decide. ➡️ Conselho de Igualdade Racial já ➡️ Água nas favelas: cronograma já ➡️ Plano de Arborização já ➡️ Conselho de Juventude instalado já ➡️ Casa da Mulher Brasileira: obra já Dia [20/03], todo mundo na Audiência Pública Popular. (*Local a definir*) Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #BemViverJá #VozesDoBemViver #BemViverNasCidades #Marabá

L24 · S16 · WhatsApp · Podcast 4 e enquete

🎙️ *Juventude no mapa*: saiu o episódio 4 do Vozes do Bem Viver! Quem mapeou o lixo e a queimada do bairro foi a juventude. E ela pergunta: cadê o Conselho Municipal de Juventude, que existe por lei desde 2017? ▶️ Ouça em 5 minutos: [link ou áudio] 📦 Qual é o pedido mais urgente para o seu bairro? Responda com uma palavra: ÁGUA, SOMBRA, LIXO, MORADIA ou CONSELHO.

L25 · S17 · Instagram · Save the date da Audiência

📅 Guarde a data: *Audiência Pública Popular Vozes do Bem Viver* 📅 Sábado, [20/03/2027], às [hora] 📍 (*local a definir*) As participantes vão apresentar o mapa do racismo ambiental de Marabá, ler a Carta Popular e convidar vereadoras, vereadores, secretarias e conselhos a assumir compromissos em público. Leve sua família, seu vizinho, sua associação. Tem acessibilidade (*Libras a confirmar*). Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #BemViverJá #AudiênciaPopular #VozesDoBemViver #Marabá

L26 · S18 · WhatsApp · Confirmação de presença

👋 *Você vai à Audiência Pública Popular?* Sábado, [20/03], [hora], [local]. É lá que a gente entrega a Carta com as propostas dos bairros e pede compromisso de quem decide. Responda *VOU* para confirmar. Vamos mandar um lembrete na véspera. Ouça por que [primeiro nome autorizado] vai: [áudio de 30 s]

L27 · S19 · Instagram · 8 de Março

Neste 8 de Março, uma prévia do Dossiê Popular do Vozes do Bem Viver: ♦ 4 em cada 10 casas de Marabá são chefiadas por mulheres negras (IBGE, Censo 2022) ♦ Em 9 de cada 10 famílias do Bolsa Família, a responsável é mulher (MDS, out/2026) ♦ A Casa da Mulher Brasileira de Marabá teve R\$ 7,5 milhões conveniados em 2023 e ainda estava em licitação em janeiro de 2026 (Ministério das Mulheres) [atualizar] Mulher negra na decisão não é favor. É Bem Viver. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #8M #MulheresNegras #BemViverJá #VozesDoBemViver #Marabá

L28 · S19 · WhatsApp · Podcast 5 e rota de proteção

 *Mulheres negras na decisão*: episódio 5 do Vozes do Bem Viver. Mães e avós das periferias de Marabá dizem o que fariam se estivessem na Câmara. Ouça em 7 minutos: [link ou áudio]  Se você ou alguém que você conhece sofre violência: Ligue 180 (gratuito, 24h) ou procure a DEAM de Marabá, que funciona 24 horas (*endereço a confirmar*). 🇧🇷 Sábado, [20/03], Audiência Pública Popular. Responda VOU.

L29 · S20 · WhatsApp · Véspera da Audiência

 *É amanhã!* Audiência Pública Popular Vozes do Bem Viver 📍 [local] · 🕒 [hora] Leve água e chegue cedo. Tem lanche. Crianças são bem-vindas (*ciranda a confirmar*). Se não puder ir, acompanhe pelos stories do @institutonosedobrejo.

L30 · S20 · Instagram · Pós-Audiência

[X] pessoas na Audiência Pública Popular. [X] autoridades presentes. [X] compromissos assinados. 🍌 As participantes do Vozes do Bem Viver apresentaram o mapa feito por elas e leram a Carta Popular com [X] propostas. Quem assinou o quê está no placar que vamos publicar e atualizar. Prometido em público, acompanhado em público. Obrigada a quem veio, a quem cuidou das crianças, a quem gravou e a quem segurou a faixa. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #BemViverJá #AudiênciaPopular #VozesDoBemViver #Marabá

L31 · S21 · Instagram · Carta protocolada (22/03, Dia Mundial da Água)

Dia Mundial da Água. Dia de entregar a Carta. 💧 Hoje a Carta Popular do Vozes do Bem Viver foi protocolada na Câmara Municipal, na Prefeitura e nos conselhos de direitos de Marabá, com cópia ao Ministério Público Federal. Pedimos resposta formal em 30 dias. Vamos contar aqui quem respondeu. Leia a Carta completa no link da bio. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #DiaMundialDaÁgua #BemViverJá #ÁguaDePoçoNãoÉPolíticaPública #VozesDoBemViver #Marabá

L32 · S22 · WhatsApp · Consulta da LDO 2028

 *Sua demanda no orçamento de 2028* A Prefeitura abriu a consulta da LDO, a lei que define as prioridades do orçamento [confirmar período no Diário Oficial]. Leva 5 minutos: **1** Acesse: [link oficial] **2** Escolha a área (saneamento, meio ambiente, assistência, juventude) **3** Copie um dos pedidos da Carta Popular: [link da Carta] Fez? Responda FEITO para a gente contar quantas demandas foram enviadas.

L33 · S23 · Instagram · 5 de abril e Dossiê

Marabá faz 114 anos. Nasceu no Pontal, onde viviam e trabalhavam mulheres e homens negros que a história oficial pouco contou. Hoje lançamos o *Dossiê Popular e Cartografia Social Vozes do Bem Viver*: a cidade contada pela periferia, com mapas, dados, depoimentos e propostas feitos por 35 jovens e mulheres negras. 📄 Baixe grátis em nosdobrejo.org (link na bio). A versão impressa está chegando às associações dos bairros. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #Marabá114Anos #BemViverJá #DossiêPopular #VozesDoBemViver #CartografiaPopular

L34 · S25 · Instagram · Post de retorno

O que foi prometido e por quem. 📋 Na Audiência de [20/03], [X] autoridades assinaram compromissos. Até hoje: ✅ [X] responderam por escrito ⏳ [X] ainda não responderam 🌱 [X] das 50 mudas seguem vivas na história de 90 dias, graças aos padrinhos e madrinhas O projeto termina em abril. A cobrança não. O placar fica no site e a gente segue acompanhando. Realização: Instituto Nós do Brejo · Apoio: CESE #BemViverJá #VozesDoBemViver #Marabá #BemViverNasCidades

Para usar nas atividades

- Na Oficina 3, cada dupla reescreve uma legenda "do jeito do meu bairro" e o grupo vota a melhor versão.
- Antes de publicar, trocar todos os campos entre colchetes e conferir se o dado está na tabela de prova.
- Usar o primeiro nome de participante só com termo assinado para essa finalidade; na dúvida, "participante do Vozes do Bem Viver".
- Guardar as legendas finais numa aba da planilha, com a data e o link de publicação.
- Confirmar com a CESE as regras de uso da logomarca e do crédito "Apoio: CESE" (*em verificação*).

CAPÍTULO 11

Imprensa e incidência

Veículos e portas de entrada

Os contatos de redação devem ser levantados pelos canais oficiais de cada veículo. Este plano não lista contatos pessoais de jornalistas.

Veículo	Natureza	Melhor uso	Prioridade
Correio de Carajás (portal, Correio FM, TV Correio; @correiodecarajas, 272 mil)	Maior alcance local	Lançamento, Audiência, Dossiê; propor a seção "Voz do Povo"	1
DOL Carajás e RBA Marabá (Grupo RBA; Clube FM; canal de WhatsApp do DOL)	Segundo grupo local	Audiência, Carta, 5/4	1
Roma FM 93,9	Única comercial independente dos dois grupos	Entrevista ao vivo com participantes; versão curta dos podcasts (<i>em verificação</i>)	2
Rádio comunitária Conquista	Única rádio comunitária autorizada	Retransmissão dos episódios; entrevistas (<i>a confirmar se está no ar</i>)	2
Gazeta Carajás, Portal O Fato, Zé Dudu, @portamaraba	Portais regionais	Releases dos marcos	3
O Liberal (editoria Marabá) e Diário do Pará	Estaduais com cobertura em Marabá	Audiência e Dossiê	3
Brasil de Fato e Alma Preta	Nacionais com pauta de racismo ambiental	Dossiê e balanço final	3
@caedalves ("Ativista e Comunicador Popular", 21 mil)	Comunicador popular com afinidade temática	Collab ou entrevista (<i>a confirmar interesse</i>)	2
Canais da Unifesspa (@unifesspa, 41 mil)	Universidade	Se houver parceria de extensão	3

Cuidados. Não oferecer pauta a perfis de política partidária nem ao vice-prefeito, pelo risco de captura. Não aceitar palco, patrocínio ou logomarca de mineradoras e de suas fundações.

Release-modelo

TÍTULO: Jovens e mulheres negras mapeiam o racismo ambiental em Marabá e levam propostas à Câmara

Linha fina: Projeto Vozes do Bem Viver, do Instituto Nós do Brejo, realiza Audiência Pública Popular no dia [20/03], em [local]

Marabá, [data] – Trinta e cinco jovens e mulheres negras das periferias de Marabá passaram os últimos meses mapeando a água, o esgoto, o lixo, o calor e a cheia nos próprios bairros. No dia [20 de março], elas apresentam o resultado na Audiência Pública Popular Vozes do Bem Viver, às [hora], em [local], e entregam às autoridades uma Carta Popular com [X] propostas.

Os dados oficiais ajudam a entender o tamanho do problema. Marabá é 81,5% negra, e nas 21 favelas e comunidades urbanas reconhecidas pelo IBGE só 19% das casas recebem água da rede, contra 54% no restante da área urbana (IBGE, Censo 2022). Em 2025, o Ministério Público Federal descreveu a situação do saneamento na cidade como "o que especialistas chamam de racismo ambiental".

"[Frase de uma participante, autorizada]", diz [primeiro nome], [idade], moradora do [bairro].

Entre as propostas estão [2 ou 3 pedidos principais]. Foram convidadas as comissões de Direitos Humanos, Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente da Câmara e as secretarias de [listar].

O projeto "Cartografia popular e vozes do Bem Viver" é realizado pelo Instituto de Comunicação Popular Nós do Brejo, com apoio da CESE (Coordenadoria Ecumênica de Serviço). Os episódios do podcast Vozes do Bem Viver estão na Ativa Web Rádio e em [link].

Serviço: Audiência Pública Popular Vozes do Bem Viver · [data, hora, local] · aberta ao público · [acessibilidade]

Contato para imprensa: Lucas, comunicação do Instituto Nós do Brejo · (canal institucional de imprensa a definir)

Pauta para cada marco

Marco	Data	Gancho para a imprensa	Porta-voz	Material de apoio
Lançamento	S1 a S3 (até 20/11)	Formação de 35 jovens e mulheres negras no Novembro Negro; dado da água nas favelas	2 participantes e a coordenação	Release, carrossel, fotos autorizadas
Carta-pedido sobre a LOA	S6 (até 07/12)	Sociedade civil pede orçamento para igualdade racial e saneamento nas favelas	Participantes da Oficina 4	Carta-pedido em PDF
Medição de calor	S7	"Rua sem árvore é [X] °C mais quente": dado comunitário em ano de El Niño	Participantes da caravana	Reels, fotos do termômetro
Plantio	S13 (30/01)	50 mudas nativas plantadas por moradoras num ponto de calor	Padrinhos e madrinhas	Fotos, lista de espécies
Audiência Pública Popular	S19 e S20	Convocação e cobertura; compromissos assinados	4 porta-vozes treinadas	Release, convite, Carta
Protocolo da Carta	S21 (22/03)	Dia Mundial da Água com Carta protocolada	Participantes que leram a Carta	Fotos dos protocolos sem dados pessoais

Marco	Data	Gancho para a imprensa	Porta-voz	Material de apoio
Dossiê	S23 (05/04)	"A cidade contada pela periferia" no aniversário de 114 anos	Participantes e coordenação	Dossiê digital, síntese impressa
Balanço	S25	Quem cumpriu o que prometeu	Coordenação e participantes	Placar de compromissos

Como cobrir a Audiência Pública Popular

- **Antes:** release 10 dias antes e lembrete na véspera; convite às rádios para entrevista na semana; pedido de Sessão Itinerante ou audiência de comissão com 15 dias de antecedência (Resolução 537/2026 da Câmara; Regimento, art. 59); ofícios-convite às autoridades com 3 a 4 semanas de antecedência.
- **Equipe no dia:** Dupla Rua fotografa (foto de grupo autorizada e detalhes); Dupla Feed faz stories ao vivo; Dupla Rádio grava as falas públicas para o P6; Lucas filma a leitura da Carta e as assinaturas; a guardiã do consentimento controla quem não quer aparecer. Usar crachá ou fita de cor para quem **não** autorizou imagem.
- **Registro formal:** lista de presença com gênero, faixa etária e raça/cor (é meio de verificação do projeto); ata própria; "ata de compromissos" com nome, cargo, compromisso, prazo e assinatura ou registro em vídeo.
- **Depois:** post de agradecimento com números em até 24 horas (L30); release de balanço no mesmo dia; placar de compromissos publicado em até 7 dias.
- **Se houver cheia:** adiar para 10/04 (plano B), comunicar a mudança com o card de mudança de agenda do kit e nunca fazer atividade em área alagada.

Como cobrir a entrega da Carta

- Protocolar em três frentes no mesmo dia (sugestão: 22/03): Câmara (Departamento Legislativo, com pedido formal de audiência à Comissão de Direitos Humanos), Paço Municipal (Protocolo Geral, Folha 31, endereçado à SEASPAC e às secretarias executivas dos conselhos) e MPF (cópia por e-mail institucional da Procuradoria da República em Marabá).
- Fotografar o comprovante de protocolo cobrindo dados pessoais de servidores e anotar número e data na planilha.
- Publicar a Carta completa em nosdobrejo.org e o post L31.
- Pedir resposta formal em 30 dias e anunciar publicamente a data-limite.

Uso da Sessão Itinerante da Câmara

A Resolução 537/2026 criou a Sessão Itinerante: sessões deliberativas "e de escuta popular" em bairros e vilas, marcadas com 15 dias de antecedência, com Tribuna Livre Comunitária de até 60 minutos e registro das demandas em ata. O plano propõe três usos:

1. **Pedir** uma Sessão Itinerante no bairro onde será a Audiência (São Félix ou Cidade Nova (*local a definir*)), na mesma semana ou logo depois, para que as propostas entrem na ata oficial.
2. **Inscrever** participantes na Tribuna Livre Comunitária para ler a Carta.
3. **Comunicar** a sessão como vitória do bairro ("a Câmara veio até nós"), com cobertura completa e post de retorno.

O regulamento da Tribuna Livre e o rito exato da Sessão Itinerante devem ser confirmados com o Departamento Legislativo (*em verificação*).

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Levantar até 31/10 o canal oficial de pauta de cada veículo da tabela.
- Fazer um treino de entrevista de 1 hora com 4 a 6 porta-vozes na Oficina 4: mensagem-mãe, 3 dados, uma história pessoal autorizada.
- Montar um kit de imprensa com capa laranja (apoio à comunicação): release, fotos autorizadas, Carta e link dos podcasts.
- Protocolar o pedido de Sessão Itinerante até 15 dias antes da data escolhida e divulgar o protocolo.
- Mandar cópia de todo protocolo ao MPF e registrar número e data.

CAPÍTULO 12

Cuidado, ética e segurança na comunicação

Consentimento de imagem e voz

- **Três termos separados**, revisados por advogada ou advogado antes do primeiro encontro: (1) consentimento para tratamento de dados, com destaque para raça/cor, saúde e localização (dados sensíveis pela LGPD); (2) uso de imagem e voz, **separado por finalidade** (redes sociais, podcast e rádio, Dossiê, imprensa, Audiência), com opções "nome completo / só primeiro nome / anônima"; (3) autorização do responsável e assentimento do adolescente para menores de 18 anos.
- **Revogação a qualquer momento**: se alguém pedir para sair de uma peça, a peça sai do ar em até 48 horas.
- **Leitura em voz alta** dos termos no primeiro encontro, com tempo para perguntas.
- **Planilha de consentimento** (pasta restrita) com nome, finalidades autorizadas e data. A guardiã consulta antes de cada publicação.
- **Moradores entrevistados** em caravanas assinam termo simplificado ou dão consentimento gravado em áudio, com a finalidade dita em voz alta.

Menores de idade

- Termo do responsável e assentimento do adolescente. A recusa de adolescente de 16 a 18 anos prevalece.
- Nada de rosto de criança sem termo. Preferir mãos, costas e detalhes.
- Nenhuma imagem que revele condição de vítima, escola (uniforme) ou endereço (ECA, art. 17; ECA Digital, Lei 15.211/2025).
- Nenhum rosto gerado por inteligência artificial para "representar" participantes.

LGPD e dados dos relatos

- Relatos recebidos no número do projeto: anotar só data, núcleo, tema e descrição. Telefone e nome ficam fora da planilha de trabalho.
- Remover a localização das fotos (dados EXIF) antes de qualquer uso.
- Mapas públicos mostram manchas ou quadras, nunca o ponto exato de uma casa. Casos únicos nunca são exibidos.

- Pasta restrita com acesso de 2 ou 3 pessoas e registro de quem acessou.
- A CESE recebe relatórios e evidências, não bases nominais.
- Prazo de guarda definido no termo (sugestão: até maio de 2028) e eliminação depois.

Não expor endereços nem agendas

- Nunca publicar número de casa, placa de rua junto com rosto, ou "ao vivo" em frente à casa de alguém.
- **Agenda de caravanas não vai para as redes com antecedência.** Divulga-se depois. Oficinas em local público e a Audiência podem ser divulgadas antes.
- Stories de campo só depois que o grupo saiu do local.

Protocolo para críticas e ataques nas redes

Situação	Resposta	Quem
Crítica de boa-fé ou dúvida	Responder em até 24 horas, com educação e dado com fonte	Dupla Feed, com ok de Lucas
Desinformação sobre o projeto ou os dados	Uma resposta com a fonte; não entrar em discussão	Lucas
Ofensa racista, machista ou ameaça	Print com data e hora; ocultar ou excluir o comentário; bloquear; denunciar à plataforma	Lucas
Ataque coordenado (muitos comentários iguais)	Limitar comentários no post; não responder um a um; registrar; avisar a coordenação	Lucas e coordenação
Ameaça a participante	Retirar a peça do ar; acolher a participante; registrar boletim de ocorrência se ela quiser; acionar a Defensoria e o programa de proteção	Coordenação
Uso político-partidário de uma peça	Nota curta reafirmando o caráter apartidário; não marcar candidatos	Coordenação

Respostas-padrão, para ajustar:

- "Obrigada pela pergunta. O dado é do IBGE, Censo 2022, e está explicado no nosso carrossel. Qualquer pessoa pode conferir."
- "Este é um espaço de diálogo sobre direitos. Comentários ofensivos serão removidos."
- "O projeto não tem lado partidário. Convidamos todas as vereadoras e vereadores para a Audiência."

Segurança de defensoras no Pará

O Pará foi o estado com mais casos de violência contra defensoras e defensores de direitos humanos em 2023–2024 (103 casos, 21,2% do total do país, segundo o relatório "Na Linha de Frente", de Justiça Global e Terra de Direitos). Por isso:

- **Denúncia sempre em nome coletivo.** Nunca "a participante X denunciou". Sempre "as participantes do Vozes do Bem Viver mapearam".
- **Temas de violência** sem nomes, apelidos, uniformes ou geolocalização. A violência entra como dado agregado.
- **Investigações em curso** (como a do MPPA sobre contratos de lixo): só "investigação sigilosa em curso" e "pedimos transparência". Nunca nomear investigados.

- **Pedral do Lourenço:** não é eixo do projeto. Falar só pela ótica dos atingidos e da consulta prévia, e só depois de posição institucional definida.
- **Segurança digital:** verificação em duas etapas em todas as contas do projeto e das comunicadoras; grupo do núcleo com mensagens temporárias; nenhum áudio bruto de testemunha guardado em celular pessoal.
- **Orientação preventiva coletiva** com o polo do programa de proteção a defensores em Marabá (executado pela Unipop) (*contato a confirmar*), sem esperar ameaça.
- **Campo:** duplas ou trios, de dia; check-in e check-out por mensagem; rota de saída; suspender se houver sinal de conflito.

Cuidado com as comunicadoras

- Ninguém é obrigada a gravar, aparecer ou relatar vivência.
- Pausas e roda de saída depois de gravações sobre violência.
- Fluxo de encaminhamento para a rede (CAPS, UBS, CRAS/CREAS, CVV 188) (*endereços a confirmar com a SMS*).
- Crédito sempre, e o direito de não ser creditada se preferir.

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Aprovar os três termos com revisão jurídica antes da Oficina 1 e lê-los em voz alta.
- Fazer na Oficina 3 o "acordo de convivência e segurança" da comunicação, incluindo o protocolo de ataques.
- Ativar a verificação em duas etapas no Instagram, no WhatsApp do projeto e no e-mail antes do lançamento.
- Usar fita colorida no crachá de quem não autorizou imagem em todas as atividades com registro.
- Procurar o polo do programa de proteção para uma orientação coletiva em novembro ou dezembro.

CAPÍTULO 13

Monitoramento, registro e prestação de contas à CESE

O que o projeto promete comprovar

Os meios de verificação do projeto aprovado que dependem da comunicação são: registros fotográficos e audiovisuais das oficinas, do campo, da produção de conteúdo, da Audiência e do plantio; **links, arquivos de áudio e registros de divulgação dos 6 podcasts e das 2 campanhas**; ata, lista de presença, fotos e relatório da Audiência; Carta e comprovantes de protocolo; Dossiê digital. A avaliação prevista inclui a **análise das métricas de transmissão da Ativa Web Rádio e do alcance nas redes sociais**.

Planilha simples (Google Planilhas)

Aba	Colunas (até 6)	Quem alimenta	Frequência
1. Metas	Indicador, linha de base, meta, resultado parcial, resultado final, fonte	Lucas	Mensal
2. Peças publicadas	Data, canal, peça (código L ou nome), link, alcance ou visualizações, interações	Dupla Feed e Dupla Rede	A cada publicação
3. Podcasts	Episódio, data de estreia, escutas ao vivo, plays sob demanda, escutas coletivas (pessoas), alcance indireto	Lucas e Dupla Rádio	Semanal no mês do episódio
4. WhatsApp	Semana, contatos na lista, envios, grupos parceiros alcançados, relatos recebidos, visualizações de status (soma)	Dupla Rede	Semanal
5. Imprensa	Data, veículo, título, link ou arquivo, porta-voz, tom (positivo, neutro, negativo)	Lucas	A cada matéria
6. Incidência	Data, ação (ofício, protocolo, LAI, reunião), órgão, número do protocolo, resposta, prazo	Coordenação	A cada ação
7. Relatos	Data, núcleo, tema, descrição curta, foto (sim/não), usado no mapa (sim/não)	Dupla Rede	Diária na Campanha 1

Prints e arquivos

- **Print datado** de cada post-chave 7 dias depois da publicação (painel de estatísticas do Instagram) e de cada status com contagem de visualizações.
- **Print mensal** do perfil (número de seguidores) no último dia de cada mês.

- **Arquivos:** os 6 episódios em MP3 e WAV, as transcrições, as capas e os cortes, organizados numa pasta "Evidências CESE".
- **Rádio:** relatório ou print do painel do servidor de streaming no dia da estreia e nas reprises (*tipo de métrica a confirmar com a Ativa Web Rádio*). Se a rádio parceira retransmitir, pedir uma declaração simples de veiculação com data e horário.
- **Escutas coletivas:** lista de presença com data, local e episódio.
- **Imprensa:** PDF ou print de cada matéria.
- **Crédito:** prints que mostrem "Apoio: CESE" nas peças, nos podcasts (minutagem do crédito falado) e no Dossiê.

Métricas da rádio e cálculo dos ouvintes

1. **Ao vivo:** soma dos picos de ouvintes simultâneos nas estreias e reprises (ou sessões únicas, se o painel fornecer).
2. **Sob demanda:** plays do feed, visualizações do episódio completo no YouTube e contagem de envios do arquivo no WhatsApp com confirmação de escuta.
3. **Escuta coletiva:** pessoas na lista de presença.
4. **Indireto:** visualizações de cortes (Reels, Shorts, status) e audiência declarada pela rádio parceira, se houver.

O relatório deve trazer a tabela por episódio e a soma, com a nota de que visualização de corte é alcance indireto.

Relatório de comunicação para a CESE

Estrutura sugerida (capa azul, conforme a regra de cores):

1. Resumo em números (tabela de metas com resultado).
2. As 2 campanhas: peças, canais, alcance, relatos, o que mudou.
3. Os 6 podcasts: tabela de veiculação e ouvintes, links, transcrições.
4. Imprensa: matérias e porta-vozes.
5. Incidência comunicada: LOA, Audiência, Carta, compromissos, respostas.
6. Participação: quem passou pelo núcleo de comunicadoras (com autorização), o que aprendeu.
7. Aprendizados e desafios (inclusive o que não funcionou).
8. Anexos: prints, listas, protocolos, links.

Prazo: relatórios de atividade e financeiro até cerca de 31/05/2027 (*prazo a confirmar no contrato*). Reservar o mês de maio para isso.

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Criar a planilha com as 7 abas e a pasta "Evidências CESE" na semana S0.
- Fazer o print de seguidores no último dia de cada mês, sem falta.
- Levar lista de presença a toda escuta coletiva e a toda atividade com registro.
- Pedir à CESE os formulários de relatório e as regras de logomarca e comprovação antes da primeira peça.
- Revisar a aba "Metas" na reunião mensal do núcleo e decidir o que ajustar.

CAPÍTULO 14

Checklist de lançamento e próximos passos

Até 31/10/2026 (semana S0)

Item	Responsável	Feito
Aplicar as grafias "Ativa Web Rádio" e "Ativa Cast" no site, nos perfis e nas vinhetas	Lucas Marinho	☐
Confirmar se o @ativawebradio é o perfil oficial da rádio	Lucas Marinho	☐
Atualizar foto de perfil e capas (Instagram, Facebook, YouTube) com o kit	Lucas	☐
Criar os 6 destaques com as capas do kit	Lucas	☐
Abrir o número do projeto e as 5 listas de transmissão (<i>número a definir</i>)	Coordenação	☐
Combinar a grade de estreias e reprises com a Ativa Web Rádio e confirmar o feed do Ativa Cast	Lucas	☐
Procurar o CNM sobre espaço no Festival da Consciência Negra (20/11) (<i>em verificação</i>)	Coordenação	☐
Ter os três termos (dados, imagem e voz, responsáveis) revisados juridicamente	Coordenação	☐
Criar o formulário de inscrição com opt-in de WhatsApp	Lucas	☐
Criar a planilha de monitoramento, o banco de imagens e a pasta "Evidências CESE"	Lucas	☐
Ativar verificação em duas etapas em todas as contas	Lucas	☐
Levantar o canal oficial de pauta dos veículos de imprensa	Lucas	☐
Montar a lista de 20 grupos parceiros	Coordenação	☐
Pedir à CESE contrato, formulários e regras de logomarca	Coordenação	☐
Registrar a linha de base (2.107 seguidores em 17/10/2026) com print	Lucas	☐

Primeiras semanas de execução

Quando	Item
S1 (02-08/11)	Publicar L01 a L03; abrir inscrições; protocolar os pedidos LAI (LIRAA, SISAGUA, internações por bairro, aplicação da CFEM)
S2 (09-15/11)	Fechar inscrições; Oficina 1; gravar falas autorizadas para o Reels

Quando	Item
S3 (16–22/11)	Lançar a Campanha 1 no Festival; publicar o carrossel "Marabá é negra"
S4 (23–29/11)	Estrear o Podcast 1; Oficina 2
S5 (30/11–06/12)	Formar o núcleo de comunicadoras na Oficina 3; abrir o canal de relatos; plantão de comunicação no estúdio

Pontos a confirmar

Ponto	Por que importa	Como confirmar
Se o @ativawebradio é o perfil oficial da rádio	Coerência de marca	Lucas Marinho
Endereço do feed do Ativa Cast	Distribuição dos episódios	Equipe da rádio
Métricas disponíveis no streaming da Ativa Web Rádio	Meta de 5.000 ouvintes	Painel do servidor
Critério da CESE para "ouvintes diretos e indiretos"	Prestação de contas	Pergunta à CESE
Regras de logomarca e crédito da CESE	Todas as peças	Contrato
Prazo exato dos relatórios	Calendário de maio	Contrato
Datas de oficinas, caravanas, plantio, Audiência e encerramento	Calendário editorial	Coordenação do projeto
Local da Audiência e praça do plantio (acima da cota de cheia, em ponto de calor)	Logística e mensagem	Coordenação, SEMMA, visita
Espaço no Festival da Consciência Negra	Lançamento	CNM
WhatsApp da Defesa Civil (99171-7173 ou 99173-7173) e cota de alerta (9, 10 ou 10,5 m)	Utilidade pública no roteiro A	Telefonar à Defesa Civil
Endereço da DEAM	Episódio 5 e L28	Telefonar
Data da consulta da LDO 2028	L32	Diário Oficial dos Municípios do Pará
Composição das comissões da Câmara em 2027	Convites e episódio 5	SAPL, em janeiro
Regulamento da Tribuna Livre e rito da Sessão Itinerante	Incidência	Departamento Legislativo
Revisão dos percentuais de água e esgoto por favela	Peças com dado	Conferir a conta com os arquivos do IBGE
Situação atual da Casa da Mulher Brasileira	L27	Ministério das Mulheres
Datas internacionais (21/3, 22/3, 19/4, 22/4)	Calendário	Checagem
Interesse da Roma FM, da rádio Conquista e de @caedvalves	Alcance sem custo	Contato direto
Canva para ONGs	Ferramenta	Pedido na plataforma
Tiragem possível da síntese impressa e da faixa com R\$ 1.500	Dossiê e Audiência	Orçamento de gráfica

Próximos passos depois de abril

- Manter o placar de compromissos em nosdobrejo.org e atualizar em 60 a 90 dias com um novo pedido LAI.

- Vistoria das mudas em setembro de 2027, no fim da primeira seca, com post de retorno.
- Usar os podcasts, o Dossiê e os números deste plano como portfólio para novos editais (PNAB Pará, Fundo Baobá, MIR, renovação na CESE).
- Discutir com as comunicadoras a formação de um coletivo próprio de comunicação que continue a série Vozes do Bem Viver.

PARA USAR NAS ATIVIDADES

- Imprimir o checklist da S0 e marcar cada item até 31/10/2026.
- Distribuir os "pontos a confirmar" entre equipe e participantes como missões de investigação, com prazo até janeiro de 2027.
- Fazer a primeira reunião do núcleo de comunicadoras logo depois da Oficina 3 e apresentar este plano em 20 minutos, com o calendário impresso.
- Revisar este plano no fim de janeiro (balanço da Campanha 1) e ajustar a Campanha 2 ao roteiro de cheia ou de calor.



Vozes do Bem Viver

CARTOGRAFIA POPULAR

Plano de comunicação do projeto Cartografia popular e vozes do Bem Viver.
Mapear é dizer: aqui tem gente.

nosdobrejo.org · [@institutonosdobrejo](https://www.instagram.com/institutonosdobrejo)

REALIZAÇÃO



APOIO

