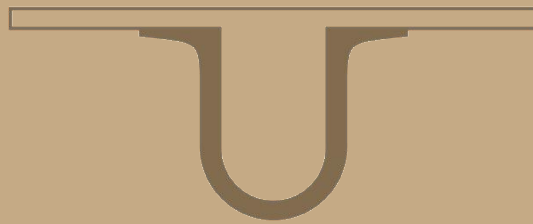




UNIVERSIDADE D
COIMBRA



Ana Cristina Simões Loureiro

ONDE O SILÊNCIO ESTÁ

PROJETO DE FOTOGRAFIA PARTICIPATIVA EM TEMPOS DE
PANDEMIA

Projeto do Mestrado em Jornalismo e Comunicação, orientado pela Professora Doutora
Maria João Silveirinha, apresentado ao Departamento Filosofia, Comunicação e
Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Outubro de 2020

FACULDADE DE LETRAS

ONDE O SILÊNCIO ESTÁ

PROJETO DE FOTOGRAFIA PARTICIPATIVA EM TEMPOS DE PANDEMIA

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Projeto
Título	Onde o Silêncio Está
Subtítulo	Projeto de fotografia participativa em tempos de pandemia
Autor/a	Ana Cristina Simões Loureiro
Orientador/a(s)	Doutora Maria João Silveirinha
Júri	Presidente: Doutora Patrícia Nogueira da Silva Vogais: 1. Doutor João Manuel Santos de Miranda 2. Doutora Maria João Rosa Cruz Silveirinha
Identificação do Curso	2º Ciclo em Jornalismo e Comunicação
Área científica	Jornalismo e Comunicação
Especialidade/Ramo	Profissional
Data da defesa	10-12-2020
Classificação	17 valores



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

Agradecimentos

À minha eterna criança,

À Lia pela ideia, paciência e amor,

À minha família por ainda não compreender os erros do sistema neoliberal, mas gostar de aprender comigo. Especialmente ao meu avô e à minha mãe,

À minha orientadora, Prof^a. Maria João Silveirinha, pela paciência, apoio e capacidade em lidar com as minhas indecisões,

Às camaradas das Marias do Loureiro, um abraço gigante,

Ao Vicente por me ensinar sobre o Citavi e a todos os meus outros amigos,

A todas as pessoas que contribuíram para este projeto e acreditaram nele.

RESUMO

Onde o Silêncio Está

O presente trabalho consiste na apresentação de um projeto de fotografia participativa desenvolvido durante o presente ano letivo, marcado pela pandemia de covid-19. A iniquidade demarcou-se neste contexto de crise e levou a uma reflexão sobre os problemas de representação das minorias em Portugal, por parte dos *media* tradicionais. Esta falha representativa é explorada no sentido da invisibilidade e visibilidade hierárquica. *O Onde o Silêncio Está* é proposto como uma alternativa para estes obstáculos. É uma iniciativa inspirada na fotografia participativa e no jornalismo do cidadão, que toma lugar no *Instagram* (rede social para partilha de fotografias). O projeto é constituído de forma colaborativa e horizontal por participantes individuais e coletivos, que formam a nossa comunidade *online*. A dissertação contém a planificação desta proposta, considerando os nossos objetivos, estudo de mercado, modelos a seguir e captação e desenvolvimento de públicos. As relações na *internet* e o desenvolvimento das comunicações nas redes sociais são contextualizadas, uma vez que trabalhamos com audiências virtuais. O projeto, ainda a decorrer, revela os seus resultados preliminares, através do mapeamento realizado, recolha e contacto com participantes, e ainda, com a exibição de algumas das fotografias capturadas pela comunidade criada (4 pessoas individuais e 3 coletivos associativos). As obras servem como palco para tomada de consciência do seu lugar na comunidade e chamada de atenção para os desafios que encontram. São ainda discutidas a democratização da *internet* e das redes sociais, considerando a estrutura de oportunidades, as falhas na coesão de grupos virtuais como sendo característico destas, e as próximas demandas para o *Onde o Silêncio Está*.

Palavras-chave: Fotografia participativa; Minorias; Representação; Redes Sociais

ABSTRACT

Onde o Silêncio Está

The current work consists of the presentation of a participatory photography project developed during this academic year, which has been marked by the covid-19 pandemic. The iniquity demarcated itself in this context of crisis and led to a reflection on the problems of representation of minorities in Portugal, as portrayed by the traditional media. This representative gap is explored in the sense of perceived invisibility and hierarchical visibility. *Onde o Silêncio Está* is proposed as an alternative solution to these obstacles. It is an initiative

inspired by participatory photography and citizen journalism, that takes place in Instagram (social media for photo sharing). The program is constructed around a collaborative and horizontal approach to individual and collective participants, who form our online community. The dissertation contains the planning of this proposal, considering our objectives, market study, role models and audience capture and development. Internet relations and the development of social network communications are contextualized, since we work with virtual audiences. The project - which is still in progress - reveals its preliminary results through the carried-out mapping, gathering and contact with participants, as well as with the exhibition of some of the photos captured by the community (4 individual persons and 3 associative collectives). The pieces set the stage for individuals to become aware of their place in the community and call out to the challenges they face. We also discuss the democratization of the Internet and social networks, considering the structure of opportunities, the flaws in the cohesion of virtual groups as this being characteristic of them, and the next demands for Onde o Silêncio Está.

Keywords: Participative photography; Minorities; Representation; Social media

Índice

1. Introdução e apresentação do projeto.....	1
2. Contextualização teórica do projeto.....	3
2.1 Comunidades <i>online</i>	3
2.2 Redes Sociais.....	4
2.3 Jornalismo do cidadão.....	5
2.4 Fotojornalismo do cidadão.....	7
2.5 Jornalismo construtivista.....	8
2.6 <i>Media</i> e representações.....	9
2.7 Estereótipos.....	10
2.8 Representações e estereótipos visuais das minorias.....	10
2.9 Fotografia participativa.....	17
2.10 Dilemas éticos da fotografia participativa.....	21
2.11 A fotografia participativa como empoderamento.....	22
3. Projeto detalhado.....	23
3.1 Objetivo Geral e objetivos específicos.....	25
3.2 Elementos metodológicos.....	26
3.2.1 Diagnóstico dos recursos e condições internas.....	26
3.2.2 Avaliação dos riscos e oportunidades do projeto.....	26
3.3 Diagnóstico do setor de intervenção direta do Projeto.....	27
3.4 Recursos externos necessários.....	29
3.4.1 Requisitos legais, normativos e administrativos.....	29
3.4.2 Benchmarking.....	30
3.5 Diagnóstico da procura, dos públicos alvos e dos destinatários.....	32
3.5.1 Perfil tipo do público alvo e dos destinatários do projeto.....	33
3.6 Diagnóstico do contexto territorial de intervenção do projeto.....	35
3.6.1 Características do tecido cultural local e nacional e importantes agentes culturais.....	35
3.6.2 Políticas públicas que afetam o projeto.....	37
3.6.3 Identidade cultural coletiva.....	38

3.6.4 Potenciais parceiros, colaboradores, financiadores e aliados vs. potenciais oponentes, críticos ou dificultadores.....	40
3.6.5 Principais influenciadores das atitudes e comportamentos locais nos domínios em que o projeto vai intervir.....	41
4.1. Criação da Página <i>Onde o Silêncio Está</i>	41
4.2. Recrutamento dos primeiros colaboradores	42
4.3. Mapeamento de organizações parceiras e recrutamento	45
4.4. Angariação de seguidores.....	49
5. Discussão dos Resultados, Limitações e Recomendações para o futuro	50
6. Conclusão.....	52
7. Bibliografia	56

1. Introdução e apresentação do projeto

O Projeto designado *Onde o Silêncio Está*, que aqui apresentamos, tem por objetivo a criação de uma iniciativa colaborativa de fotografia participativa *online*, através da rede social *Instagram*, como forma de empoderamento de grupos marginalizados.

Começamos, nesta introdução, por fazer a sua apresentação, em termos genéricos, e desenvolvê-lo-emos mais adiante após termos estabelecido os principais enquadramentos teóricos que nos guiam, no ponto que se segue.

Assim, começamos por dizer que o nosso projeto procura dar resposta a um desafio social e cultural, que é a representação das comunidades marginalizadas em Portugal. Por comunidades marginalizadas entendem-se, no caso deste projeto, especificamente as comunidades imigrantes e refugiadas, comunidades roma (ciganas), comunidades negras, população LGBTI+, população rural e das periferias das grandes cidades e pessoas com deficiência, comunidades essas que, como inúmeros estudos demonstram, são sujeitas a uma forte invisibilidade, quando são estereotipados em muitos *media* tradicionais. Com efeito, a representação visual destes grupos nos *media* tradicionais é muitas vezes baseada em estereótipos que perpetuam discriminação, preconceito e microagressões sobre esses grupos. Por exemplo, em 2006, cerca de 20,6% das notícias produzidas sobre grupos minoritários referiam-se a crimes cometidos por estes (OBERCOM, 2003).

Ora, é como alternativa a essa representação visual que este projeto nasce. O projeto, que terá uma presença digital através do *Instagram* e tem por principal objetivo criar uma forma de empoderamento destes grupos, nomeadamente criando condições para que possam, de forma centralizada, ter “voz” na sua própria representação imagética e fotográfica.

Assim, destina-se a dois grandes grupos de públicos. Por um lado, segmentos vulneráveis da população portuguesa, cuja participação se pretende envolver. Estes segmentos podem ser compreendidos enquanto grupos minoritários que habitam de momento o território nacional, podendo retratar as suas realidades através da fotografia. Enquanto grupos minoritários, são mais facilmente expostos à violência estrutural, expressa pela iniquidade do acesso a oportunidades, mas também à exposição a violências endémicas mais diretas, como agressões físicas e psicológicas, repressão e outros tipos de violência.

Para garantir o envolvimento destas comunidades, será realizada uma abordagem holística, em que o nosso projeto é proposto a associações, coletividades e grupos informais da

sociedade civil especializados em representar e trabalhar com qualquer um dos grupos minoritários já referidos. Pretende-se que os interessados possam participar diretamente no projeto, tendo acesso total à conta de *Instagram* que o projeto criará e podendo eles próprios fazer o *upload* de conteúdos. Em termos de meios, como detalhamos a seguir, não é necessário nenhum equipamento específico para participar, bastando utilizar por exemplo a câmara do telemóvel para o registo fotográfico. Ainda assim, espera-se que os participantes tenham sentido estético e noções básicas de fotografia; porém, a participação não segue nenhuma seleção rígida.

Existe ainda outro segmento da sociedade que está diretamente envolvido com o projeto, e esse é a comunidade *online* do *Instagram*, que funcionará como público recetor do nosso programa, mas que poderá também tornar-se colaborador do mesmo, caso expresse essa vontade. O facto de o projeto ser construído digitalmente, permite captar públicos recetores além-fronteiras; no entanto, os colaboradores devem ser residentes em Portugal Continental e Ilhas. Além disso, e tendo em consideração que, nacionalmente, as camadas mais jovens da sociedade portuguesa têm mais acesso e literacia digital, é esperado que este projeto esteja estruturalmente mais direcionado para estes setores e que o seu envolvimento seja maior. De igual modo, interlocutores com mais recursos económicos são privilegiados no acesso a conteúdos e na eventual colaboração, uma vez que podem ter recursos mais facilmente disponíveis do que outros.

A iniciativa procura complementar as representações produzidas pelos órgãos de comunicação tradicionais portugueses, através da criação de um canal de representação informal, não profissional e também diverso e multicultural, das minorias portuguesas. Pretende-se alcançar resultados a nível social, cultural, educativo e informacional, contribuindo para o envolvimento e representação de comunidades socialmente estigmatizadas, fomentando as capacidades comunicacionais e artísticas dos envolvidos e possibilitando conteúdos informativos para os públicos *online*.

O projeto está assente em princípios de justiça social, antidiscriminação, diversidade social e democracia participativa. Os seus membros devem contribuir para o mesmo segundo princípios voluntaristas e colaborativos e, entre as estratégias de ação cultural que o fundamentam, encontram-se o envolvimento cultural de setores vulneráveis da população, combatendo, assim, a exclusão social e cultural e, a um nível mais próximo, contribuindo para a representação social destes grupos. Simultaneamente, procura-se reforçar a oferta cultural,

informativa e documentarista sobre e a partir destes grupos, contribuindo assim para uma maior diversidade representacional destes. Ademais, outra estratégia que orienta a iniciativa é o encorajamento e a divulgação do trabalho artístico e fotojornalístico (do cidadão) dos colaboradores deste projeto.

O projeto é realizado enquanto iniciativa independente em parceria com várias associações, coletividades e grupos informais da sociedade civil. Entre estes, destacam-se os seguintes: Plataforma ANTIFA de Coimbra, Associação Bué Fixe (Amadora) e Repúblicas de Coimbra. Todas as organizações mencionadas têm em comum o ativismo e a representação de determinados grupos estigmatizados da sociedade. Particularmente, surgem enquanto lugar de resistência, luta e defesa dos direitos e da dignidade das pessoas. É por essa razão que acreditamos que este projeto é do seu maior interesse, uma vez que a representação precária e enviesada das minorias é considerada uma forma de violência estrutural, que alimenta o preconceito, a discriminação e o ódio. Assim, a iniciativa intervém em linha com os princípios e estratégias de atuação destas organizações, contribuindo em geral para uma sociedade mais igualitária e justa.

Antes de procedermos à apresentação os detalhes do Projeto, importa agora fazermos a contextualização teórica que o fundamenta.

2. Contextualização teórica do projeto

2.1 Comunidades *online*

O desenvolvimento tecnológico, nomeadamente o *boom* da *internet* e dos computadores nos anos 90, trouxe profundas mudanças para a sociedade, tanto nas relações interpessoais, como individuais e com o próprio contexto. Nessa altura, começou a surgir o interesse em estudar aquelas que eram as novas interações. A migração populacional para o *ciberespaço* promoveu o desenvolvimento de *ciberculturas* – conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, atitudes, de modos de pensamento e de valores, que se desenvolvem juntamente com o crescimento do *ciberespaço* (Levy, 1998). É precisamente neste *ciberespaço* que se criam *comunidades virtuais*, componentes da *cibercultura*.

O conceito de comunidade entende-se como um conjunto de pessoas numa determinada área com uma estrutura social – existe algum tipo de relacionamento entre os indivíduos, até mesmo a inexistência de qualquer relação é uma forma de relacionamento, e por isso, parte da estrutura –, existindo ou não uma visão e interesses partilhados entre os seus membros e um

sentimento de pertença ao grupo (Ávila, 1975). Ainda que seja um local abstrato, o *ciberespaço* possibilita a interação social (Silva, 2008), seja numa sala de *chat*, em *websites*, ou através das redes sociais. Estas tornaram-se mediadoras cada vez mais comuns das relações interpessoais, contribuindo para a formação das *comunidades virtuais*.

As comunidades virtuais representam a congregação de vontades de um determinado grupo de pessoas que partilham interesses comuns, o que as torna num espaço para as mais variadas manifestações artísticas e culturais, promovendo a aproximação e unindo-as pelos mais diversos interesses (Lisbôa & Coutinho, 2011, p. 4).

As formas de interação das comunidades virtuais podem manifestar-se em formas de expressão variadas, desde amizade, afetividade, conflito e contradições. As relações virtuais têm uma natureza efémera, pela facilidade de alteração da identidade virtual (Silva, 2008), e simultaneamente ubíqua, sendo uma presença constante (Serafinelli, 2018).

Deste modo, pode-se concluir que as comunidades virtuais representam uma noção de cultura distinta, que é complementada por vários tipos de subculturas, como a de cada uma das redes sociais (*Facebook, Instagram, Youtube, Pinterest*, etc.), dos *gamers, bloggers, hackers*, entre outros. Face à dimensão atingida pelo mundo *online*, assistiu-se a uma virtualização gradual dos *media*, em termos de organizações noticiosas, jornalistas, plataformas independentes e conteúdos informacionais. O advento tecnológico, com a expansão dos *smartphones* e a virtualização rápida dos *media*, proporcionou ao cidadão comum a oportunidade de produzir conteúdo informacional próprio. O *user-generated content* (UGC), é um termo genérico que abrange uma panóplia de tipos de conteúdos informacionais e criativos que são criados ou cocriados por "utilizadores", i.e., por colaboradores não profissionais, que o fazem por qualquer motivação que não seja laboral. O termo surgiu para dar reconhecimento aos conteúdos e práticas manifestadas nos primeiros anos do século XXI, com o desenvolvimento da *Web* participativa. Com o aparecimento das redes sociais, o UGC expandiu-se exponencialmente (Bruns, 2016).

2.2 Redes Sociais

Por mês, o *Instagram* (rede social para partilha de fotografias e vídeos) é usado por mais de mil milhões de utilizadores (Statista, 2019). Em abril de 2019, os Estados Unidos, Brasil e Índia eram os países com maior número de perfis no *Instagram*. Em Portugal, 68% dos portugueses afirmam utilizar o *Instagram* (Marktest, 2019). A nível mundial, os utilizadores com idades entre 25 e 34 anos constituem o maior grupo demográfico, seguindo-se pelo escalão

de idade entre os 18 e 24 anos. A nível de publicações partilhadas, as *Stories* têm registado uma tendência significativamente crescente, com cerca de 500 milhões de utilizadores ativos diários de *Stories*, globalmente. Em junho de 2018 eram 400 milhões. O *Stories* é um recurso da aplicação que permite aos utilizadores postar fotos e vídeos, privados ou públicos, que desaparecem 24 horas após serem publicados. Este é um dado a ter em consideração, uma vez que ultrapassa a quantidade de fotografias e vídeos publicados globalmente por cada dia no *feed* do *Instagram* – cerca de 100 milhões (Omnicores, 2010).

Num estudo realizado em 2017, com cerca de 77 mil utilizadores de redes sociais, foram avaliadas as motivações para a sua utilização, tendo os respondentes afirmado que as utilizavam para: estar em contacto com as novidades dos amigos (42%); estar a par de informações, notícias e eventos (41%); ocupar o seu tempo livre (39%); encontrar conteúdo engraçado ou de entretenimento (37%); criar uma rede geral com as pessoas (34%); pelo facto de os seus amigos utilizarem as redes sociais (33%); partilhar fotos e vídeos com os outros (32%); partilhar a sua opinião (30%); procurar ou vender artigos (29%); conhecer pessoas novas (27%) (Globalwebindex, 2017).

Uma das principais teorias explicativas sobre a motivação para o uso das redes sociais é a teoria dos estudos de comunicação sobre usos e gratificação. A premissa básica desta teoria sustenta que os indivíduos procuram meios de comunicação que atendam às suas necessidades e conduzam à gratificação final (Lariscy, Tinkham e Sweetser, 2011). Os indivíduos encontram nas redes sociais uma forma de satisfazerem as suas necessidades comunicacionais (Whiting e Williams, 2013). Assim, compreendemos como as motivações acima listadas podem ser correspondidas pelas redes sociais. Considerando o UGC como uma forma de manifestação pessoal, não é de estranhar que a proliferação das redes sociais tenha motivado correntes de jornalismo do cidadão.

2.3 Jornalismo do cidadão

O chamado “jornalismo do cidadão” é uma forma de comunicação que surgiu com o advento da *internet*, ainda assim, ganhou popularidade sobretudo partir da Primavera Árabe. Vários pesquisadores tentaram descrever e definir o termo, mas não existe um consenso definitivo sobre o que este pode designar (Allan, 2009; Fröhlich, 2012). Em geral, no entanto, o jornalismo do cidadão é definido como a produção de conteúdo noticioso e informacional (texto, vídeo, áudio, etc.) por não profissionais, ou seja, por cidadãos comuns, sem competências profissionais de jornalismo, que criam este tipo conteúdos, através do uso da banda larga e de *gadgets*, como computadores, *smartphones* ou *tablets*. A informação

desenvolvida pode ser escrita ou visual (fotografia ou vídeo), e a sua divulgação tem sido facilitada pelo desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação que permitiu, por exemplo, o acesso a máquinas fotográficas, através da sua incorporação nos telemóveis.

Na prática, o jornalismo do cidadão pode variar entre comentar notícias existentes ou publicar um artigo, uma foto ou um vídeo num blogue pessoal, nas redes sociais, num site dedicado ao jornalismo do cidadão como o The Huffington Post, no YouTube ou em sites interactivos que funcionam como extensões dos media tradicionais, como é o caso do CNN iReport (Rosário, 2018, p.15)

Podem considerar-se 6 formas distintas de utilização do jornalismo do cidadão: 1) participação, através de comentários, nos *mainstream outlets* de notícias; 2) através de sites independentes de notícias e informação; 3) através de sites de notícias participativos; 4) através de sites de notícias colaborativos e contributivos; 5) através de outros tipos de *thin media*, como *mailing lists* (Lasica, 2003). A partilha de informação por parte dos cidadãos jornalistas é um processo que demonstra pensamento e tomada de decisão no que é escolhido para relatar (Domingo et, al., 2008 citado por Owen, 2013). As redes sociais são locais ideais para os cidadãos jornalistas pois permitem-lhes que alcancem uma audiência maior e mais diversificada que, caso contrário, não teriam.

De acordo com Berger (2011) os cidadãos jornalistas reportam determinado evento pelas suas próprias motivações pessoais, conferindo às notícias um ângulo diferente, uma vez que estes não têm agenda a seguir. Frequentemente o jornalismo do cidadão costuma ser considerado como uma forma de jornalismo alternativo. O estudo de Berger (2011) procurou determinar a distinção entre estas duas formas de jornalismo, sendo que no jornalismo do cidadão existe uma mudança nos papéis sociais: os cidadãos já não são meros recetores da informação, uma audiência passiva, mas têm cada vez mais a oportunidade de informar e distribuir conteúdo. Assim, o jornalismo do cidadão tem o poder de influenciar o jornalismo profissional. Segundo Kaufhold, Valenzuela e Gil de Zuniga (2010, p. 515) “o jornalismo do cidadão está a ter um impacto profundo nas formas, práticas e epistemologias do jornalismo *mainstream*, tanto a nível internacional, como local”. Este é um dado particularmente relevante, uma vez que pretendemos que o *Onde o Silêncio Está* venha a alcançar este estatuto de desafio do jornalismo profissional.

As parcerias entre jornalismo do cidadão e jornalismo profissional ocorrem com cada vez mais frequência. As redações mundiais, por maiores que sejam, não conseguem sempre ter profissionais no momento da ação e por isso, o conteúdo visual, seja de fotografia ou vídeo,

produzido pelos cidadãos é muitas vezes crucial para a notícia, pelo imediatismo e facilidade de captura e publicação *online*. Richard Sambrook, jornalista e antigo diretor da BBC, afirmou, por ocasião do atentado de 2005 em Londres, que a reportagem que a BBC fez sobre o acontecimento foi uma “genuína colaboração com o público, que também produziu conteúdo” (citado por Owen, 2013, p.2).

2.4 Fotojornalismo do cidadão

De entre as práticas de jornalismo do cidadão, destaca-se o fotojornalismo do cidadão. Esta cinge-se à atividade fotográfica, captura e divulgação de imagens, com caráter informacional, mas sem que os cidadãos tenham competências profissionalizantes de jornalismo ou fotografia. Para Owen (2013, p.1), que elaborou uma tese de mestrado sobre as motivações dos fotojornalistas cidadãos, “os cidadãos fotojornalistas são aqueles que comunicam informação de forma visual”.

A escassa investigação académica sobre as motivações dos cidadãos fotojornalistas produzirem e publicarem na comunidade *online* determinadas imagens, levou a que Owen (2013) conduzisse a sua tese de mestrado voltada para a pesquisa desse tema. Através de uma metodologia qualitativa foram entrevistados 8 cidadãos fotojornalistas que fizeram a cobertura do tornado em Alabama, em 2013. O conteúdo de cada entrevista foi posteriormente analisado e foi possível criar 4 categorias distintas referentes às motivações para fotografar o tornado, e 5 motivações para a partilha das suas fotografias nas redes sociais. Relativamente às categorias para fotografar o acontecimento estas definiram-se como: 1) preencher a lacuna dos profissionais dos *media*; 2) dar visibilidade às comunidades pequenas; 3) mostrar o progresso e reconstrução, após o tornado; e, 4) documentar memórias pessoais. No que diz respeito às categorias motivacionais para partilha dos conteúdos nas redes sociais, estas são: 1) estabelecer comunicação visual com família e amigos; 2) promover a discussão com fotografias; 3) receber valorização de uma comunidade *online*; 4) tornar-se um melhor fotógrafo, através das críticas e comentários às fotografias; e, 5) entretenimento.

Como sugere Simon Cottle (2014), o jornalismo do cidadão continua a ser um termo poderoso para este fenómeno, embora seja impreciso e necessite de ser refinado, nomeadamente dadas as suas conexões com a participação cidadã potencialmente ativa na sociedade. Também como refere Melissa Wall (2015, p. 807)

O jornalismo cidadão tornou-se o termo de referência na última década precisamente porque reflete uma crença normativa em curso de que as notícias estão conectadas a uma forma potencialmente

positiva de comportamento cívico, que por sua vez leva à ideia de longa data de que o jornalismo está intimamente ligado à democracia.

No nosso projeto, e precisamente dadas estas conexões, o jornalismo do cidadão é um movimento inspirador, ainda que não se possa considerar que o projeto se enquadre estritamente nesta categoria, já que, como veremos, não se insere num projeto jornalístico.

2.5 Jornalismo construtivista

O construtivismo é uma corrente da filosofia epistemológica que sustenta a criação do conhecimento com base na interação do indivíduo com o seu contexto, no qual ocorre um processo de troca de significados. Assim, a experiência da socialização confere ao indivíduo lentes para analisar e interpretar a realidade. Bourdieu (1997) defende que os jornalistas, na sua profissão, selecionam e enquadram as realidades do quotidiano em função de categorias que são fruto da sua educação, da história e da cultura, etc.

Os jornalistas têm óculos especiais, a partir dos quais, veem certas coisas e não outras. Ou seja, há uma seleção e construção do que é selecionado. Não se trata de afirmar que toda a realidade é uma construção, mas de que a realidade social, sim, é (Bourdieu, 1997 p. 26)

O jornalismo é um método de interpretação contínua da realidade, da realidade social. Nesse processo, vão estar submetidos uma série de práticas, procedimentos e discursos que estão envolvidos no trabalho diário dos jornalistas a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (como as formas de redação), da língua e das normas das linguagens, que procuram interpretar a realidade social. O jornalismo interpreta a realidade social para que as pessoas possam entendê-la, adaptar-se a ela e modificá-la. Neste contexto construtivista, é possível compreender como sucessivamente as notícias têm propagado estereótipos visuais sobre grupos minoritários (OBERCOM, 2003), sendo os estereótipos também um denominador da socialização (Vala e Castro, 2013). Um caso que ilustra bem esta situação é a cobertura fotográfica ocidental sobre a crise dos refugiados, onde assistimos a uma “relativização e a espetacularização do sofrimento alheio” (Damasceno e Mendes, 2018, p. 164), sendo a dimensão de “dor” a mais espelhada nesse estereótipo fotográfico.

2.6 *Media e representações*

No domínio da psicologia, Moscovici desenvolveu em 1981 a Teoria das Representações Sociais. Segundo esta teoria, as representações sociais são o conjunto de conhecimentos, senso-comum, ideias e crenças detidas por um indivíduo. Estas estão em constante construção e atualização conforme a interação social, cultural e individual (Vala e Castro, 2013). Estão por isso na raiz dos estereótipos. A abordagem das representações sociais considera relevante a comunicação e o discurso quotidiano, pois estes constituem os meios através dos quais as representações se elaboram, difundem e transformam.

As representações são construídas a partir de dois processos psicológicos – objetivação e ancoragem – e três modalidades comunicativas – difusão, propagação e propaganda.

De acordo com Jorge Vala (2000), através da objetivação os elementos constitutivos das representações adquirem materialidade, “tornando-se expressões de uma realidade pensada como natural”, sendo que as realidades pensadas como naturais são mais difíceis de alterar, adquirindo uma estabilidade maior no pensamento social (Vala e Castro, 2013, p. 586). Por sua vez, a ancoragem é o processo de classificação de ideias, coisas ou pessoas em categorias. A escolha das categorias é determinada pelo grupo, e o ângulo a partir do qual um grupo vai tentar lidar com o que não é familiar será determinado pelas imagens, conceitos e linguagens partilhadas pelo grupo (Moscovici, 1981 citado por Vala e Castro, 2013). A forma como nos posicionamos face a certas categorias, aceitando-as ou refutando-as, depende de como nos categorizamos e localizamos na sociedade.

A difusão, uma das modalidades comunicativas responsável pela elaboração de representações, caracteriza-se por uma abertura na circulação de ideias e informação. São propostas as opções disponíveis, mantendo uma certa distância entre estas e deixando ao leitor/interlocutor o cuidado de tirar as suas próprias relações. A propagação é uma modalidade comunicativa que exerce pressão para produzir uma norma, uma uniformidade sobre algum assunto. Procura-se estabelecer uma “mediação entre um objeto socialmente valorizado e um grupo definido, com o objetivo de organizar ou transformar uma teoria para a tornar compatível com os princípios que fundam a unidade de um grupo” (Vala & Castro, 2013 p. 590). Por último, a propaganda surge com o aparecimento de um conflito que pode colocar em causa a identidade de um grupo. A comunicação, neste caso, passa pela distinção entre binarismos simplistas, clarificando o “bom” e o “mau”, e a repetição desse discurso a fim da homogeneização de ideias e comportamentos.

Estas dicotomias são frequentemente a base da produção de estereótipos, questão que revemos a seguir.

2.7 Estereótipos

Walter Lippmann, considerado o pioneiro no estudo dos estereótipos, definiu-os como “imagens dentro das nossas cabeças” (Lippmann, 1922). Por sua vez, estas imagens levavam a que cada pessoa compreendesse o lugar ocupado por determinado grupo na sociedade, justificando ao mesmo tempo a posição que cada indivíduo ocupa na sociedade. Tal levaria a que se cometesse erros de julgamento e ao desenvolvimento de crenças falsas sobre os grupos estereotipados (Marques, Páez e Pinto, 2013). O que é verificável nas comunidades minoritárias marginalizadas.

O psicólogo social Gordon Allport desenvolveu nos anos 50 uma teoria sobre os estereótipos que é, até aos dias de hoje, reconhecida e utilizada. Segundo o autor, os estereótipos (motivados por crenças, a componente cognitiva) funcionam numa tríade interdependente com o preconceito (motivados por sentimentos, a componente emocional) e a discriminação (motivados por atitudes, a componente comportamental). Assim, os estereótipos alimentam o preconceito e a discriminação e vice-versa (Marques, Páez e Pinto, 2013). De acordo com Allport, os estereótipos são desenvolvidos num processo de categorização, afeto pela adaptação do indivíduo ao meio natural e social que o rodeia, o que permite economizar uma grande variedade de informação e identificar objetos relacionados entre si.

O facto de interpretações valorativas e descrições racionais ficarem confundidas [...] mostra que a categorização se torna, pelo menos, tão dependente da estrutura do mundo físico como do contexto ideológico em que somos socializados” (Marques, Páez e Pinto, 2013, p. 439.).

Tal permite-nos compreender o motivo da posição ocupada por diferentes grupos na dinâmica social. Por exemplo, se acreditarmos que os membros de um grupo social são “idiotas”, passamos a compreender a “razão” pela qual estes estão sub-representados no ensino universitário (Marques, Páez e Pinto, 2013). Logo, conseguimos entender como as minorias foram, historicamente, sendo caracterizadas de uma forma negativa, o que acabou por se espelhar nos *medias*, como produto desta socialização.

2.8 Representações e estereótipos visuais das minorias

Ao longo do tempo as minorias têm sofrido uma representação que é inerente ao sistema hierárquico de privilégios de classe, género, orientação sexual, raça e etnia. A estrutura da sociedade atual reproduz ainda aquilo que Du Bois definiu em 1903 como a *dupla consciência*,

ou seja, "o significado de olhar sempre para si próprio através dos olhos dos outros" (citado por Smith, 2020, p. 20). Para Du Bois a dupla consciência era uma dinâmica racializada e racista em que "os olhos dos outros" eram os dos brancos que olhavam para os afro-americanos com desprezo. Ainda assim, estendemos este entendimento numa perspetiva de interseccionalidade que afeta todos atributos que não estão no poder. Logo, no caso do género – as representações machistas, chauvinistas e misóginas; na orientação sexual – as representações heteronormativas; nas classes – as representações de classes socioeconómicas mais elevadas; na raça – as representações racistas e o privilégio branco de representação; na etnia – as representações focadas nas etnias do mundo ocidental.

A indústria mediática é uma das principais responsáveis pela difusão de tais representações. Em 2007, Clara Santos elaborou um extenso relatório sobre a imagem das mulheres imigrantes veiculada pela imprensa portuguesa. Foram analisados 4 jornais de grande tiragem, com 2010 peças analisadas, tendo sido verificada a “construção de um estereótipo assente na imagem da mulher exótica, orientada para práticas sexuais a troco de dinheiro e com um estatuto jurídico de marginalidade” (Santos, 2007, p.51). Além disso, na maioria dos casos, a mulher brasileira era apresentada como uma coisa ou um simples número (Santos, 2007). Os resultados de um estudo posterior, realizado em 2010, vieram corroborar estas evidências. Foram entrevistadas 5 mulheres brasileiras imigrantes em Portugal, cuja análise permitiu concluir que:

[...] as representações sociais sobre as mulheres brasileiras imigrantes são fortemente marcadas pelas mensagens estereotipadas que os *mass-media* ajudam a cristalizar, influenciando negativamente as suas vivências do processo migratório. Constatou-se ainda que a apropriação dos discursos de discriminação, por parte destas mulheres, condiciona, no sentido do seu ajustamento, as questões da identidade social (Correia e Neves, 2010, p. 1).

A sexualização da imagem da mulher e a sua objetificação é o que poderíamos chamar de representação machista. Por outro lado, o argumento do exótico, relativamente à mulher estrangeira vem demonstrar uma representação enviesadamente ocidental, como proposto pela tese *orientalista* de Edward Said (1978).

No que diz respeito a representações racistas nos *media*, são exemplos comuns nos meios de comunicação social a identificação de autores de crime através da referência à sua nacionalidade ou às suas características fenotípicas. Este tipo de discurso colhe receitas no chamado “racismo científico” (Santos, 2007, p. 51). Uma investigação mais recente, efetuada no Centro de Estudos Sociais sobre racismo e *media* em Portugal, refere que o número de peças

e reportagens sobre este tema aumentou significativamente (Suárez-Krabbe, 2012). O racismo é considerado um comportamento ou atitude negativa, despolitizando-o assim de toda a estrutura que o sustenta, ainda para mais num país com fortes tradições coloniais como é Portugal. O material analisado não só mostra as formas como os diferentes atores sociais expressam e praticam o racismo, mas também como o racismo se reproduz nos meios de comunicação social, e entre os peritos em *media*. O racismo é atribuído às vítimas e existe apenas na medida em que alguém o exprime, o que resulta numa negação da sua estrutura e num olhar paternalista, de pena, sobre a vítima (Suárez-Krabbe, 2012). Os dados recolhidos refletem também as formas como o privilégio branco é aceite e defendido, através do argumento da diversidade (Suárez-Krabbe, 2012). Ainda noutros tons, existe por vezes a demarcação do mito lusotropicalista (Freyre, 1942) bem disfarçado e enraizado na cultura portuguesa, que é sinal também de um racismo subtil.

O cenário geral que os peritos e os meios de comunicação social criam combina a negação do racismo, a ideia de racismo 'subtil', e a ideia de objetividade e de novidade dentro de uma narrativa que reduz o racismo a algo mais relacionado com a contingência quotidiana do que problemas históricos e estruturais (Suárez-Krabbe, 2012, p. 34).

As representações da comunidade LGBTI+ têm-se multiplicado nos últimos anos na esfera comunicacional portuguesa, acompanhando a tendência ocidental. Contudo, o facto de a representatividade ser maior não significa que esta seja positiva, nem que as minorias sexuais estejam a ser expostas a uma visibilidade positiva. Um estudo realizado por Ana Santos (2009) sobre a forma como os *media* retratam a comunidade LGBT verificou que a *cultura de sala de redacção* sobre este tema era predominantemente associada a molduras de entretenimento, fonte (des)credível e homofóbica/transfóbica. Esta última moldura, é marcada por contextos de invisibilidade da bissexualidade, o que permite concluir uma certa bifobia nos órgãos mediáticos, caracterizada pela preferência no simplismo binário hétero/homo (Santos, 2009).

Durante as Marchas LGBT, o enquadramento noticioso dado, pese embora algumas diferenciações, foi o de “utilização de imagens como forma de chamariz de audiências para um corpo LGBT que é interpretado como exótico ou extravagante, numa abordagem que reforça a alterização e, com ela, o fortalecimento da (hetero)norma” (Santos, 2009, p. 101). Relativamente à moldura de fonte credível, a investigadora aponta que sucessivamente as fontes LGBT não têm sido consideradas fontes credíveis de informação e que, quando consultados/as, as suas vozes são utilizadas num relato pessoal e autobiográfico, despolitizando o contexto de luta LGBT (Santos, 2009). Como já observámos noutros contextos, “a dificuldade em veicular

um conteúdo político nos média não é exclusiva do movimento LGBT, estendendo-se a outros movimentos sociais” (Santos, 2009, p.102).

Sobre a credibilidade de fontes, Cynthia Carter e colaboradores apontavam já em 1998 como "os/as jornalistas tendem a confiar principalmente em fontes que sejam homens brancos, de classe média, de meia-idade e profissionais, especialmente quando se trata de opiniões de peritos” (citado por Santos, 2009, p. 102). Tal vem corroborar a ideia das estruturas de poder já aferidas. Para Clara Santos (2007, p.53) são os próprios meios de comunicação a produzir fenómenos racistas, uma vez que as condições de produção mediática se encontram desligadas das “necessárias relações sociais”. Ainda assim, como continua a autora “os *media* são apenas um elo numa cadeia de construção da realidade que funciona antes e depois da sua ação” (Santos, 2007, p.23). A comunicação e os *media* estão envoltos socialmente com o mundo que os rodeia. Logo, é natural que reproduzam determinadas imagens e enquadramentos que sejam discriminatórios e estigmatizantes, considerando a conotação de socialmente marginal para a referência a raças, etnias, classes, género e sexualidade que não sejam a norma.

Tem sido argumentado que os novos meios digitais podem permitir a construção de espaços para contar histórias alternativas, de base popular e com conteúdos mais diversificados em termos de produção. Por exemplo, Guins (2008, citado em Erigha 2015, p. 87) descobriu que as práticas artísticas *online* ofereciam mais diversidade racial e de género do que os estúdios tradicionais dos *media*. Por outro lado, Erigha (2015) relata evidências que sugerem que a geração *millennial* independentemente da sua raça, apresenta maior probabilidade de consumir e procurar conteúdos mediáticos produzidos por ou sobre pessoas de grupos diferentes dos seus próprios, comparativamente com gerações anteriores. A autora afirma que estas tendências podem fortalecer-se à medida que mais pessoas se deslocam para a *internet* e para canais alternativos de *media* (como o *YouTube*, *Instagram* e outras redes sociais). A migração virtual é de tal modo, que Erigha determina que o fenómeno pode obrigar os decisores dos órgãos de comunicação tradicionais e dominantes a incluir criadores culturais e de conteúdos mais diversificados (Erigha, 2015, p. 88).

Em linha com estas evidências, os *media* tradicionais portugueses tem apostado num currículo visual cada vez mais diversificado e em alguns casos chegaram mesmo a produzir novos canais na *internet* para atingir estas audiências – note-se o caso do RTP Play com a série

#CasaDoCais¹, uma websérie de comédia *queer*, também disponível no *YouTube*. Contudo, consideramos que o trabalho de reinvenção das representações sociais é ainda longo, fazendo uma analogia com o trabalho de Smiths (2020) sobre fotografia, as representações sociais são como as fotografias revisitadas, um projeto de justiça social inacabado. Logo, o *Onde o Silêncio Está* toma em conta este cenário de mudança em *continuum*, que nem sempre é de progresso, e serve como uma plataforma para desafiar os enquadramentos discriminatórios. Seja por considerar as fontes como credíveis, colocar em perspectiva as críticas às estruturas do poder dominante ou por conferir, como resultado disso, uma visibilidade mais direta, feita pelos próprios. Considerando as evidências de Erigha (2005) a nossa iniciativa baseia-se em novos meios digitais como suporte deste trabalho da reformulação de conotações.

2.9 Fotografia

A história da fotografia é constituída por várias partes. A imagem fotográfica como a conhecemos hoje foi resultado de uma simbiose entre ciência, academia, as ciências sociais, o campo artístico e outras invenções e descobertas da autoria de vários nomes. Segundo Nickel (2001) o início da história da fotografia (como a conhecemos) dá-se em 1839, simultaneamente com o anúncio da fotografia em si. No entanto, a primeira fotografia permanente foi capturada pelo francês Joseph Nicéphore Niépce a 1826. William Fox Talbot e Jacques Daguerre (sucessor de Niépce) foram os responsáveis pelo desenvolvimento de importantes métodos químicos para eternizar as imagens capturadas. A história então recente da fotografia, em meados do séc. XIX, assistia a uma corrida para demarcar o autor da sua descoberta (Nickel, 2001). No final do século XIX assistia-se à difusão da fotografia, ainda que esta estivesse apenas disponível para as elites. Finalmente, no início da era seguinte, a fotografia popularizou-se por completo, nomeadamente graças à imprensa. A empresa Kodak veio simplificar o processo de captura de fotografias, através do fabrico de máquinas fotográficas a um preço de mercado relativamente barato. O seu slogan “*you press the button, we do the rest*” marcou a universalização da fotografia, a transformação da testemunha passiva em produtora (Sousa, 2013, p. 3). A ascensão da burguesia levou a que as classes médias exigissem os seus retratos a preços que pudessem suportar. Para responder a esta procura, foram concebidas formas novas e mais baratas de retratar, em que o talento do artista foi substituído por uma máquina (Nickel, 2001). A proliferação dos telemóveis com câmaras incorporadas é um exemplo claro de como este fenómeno se repete atualmente.

¹ media.rtp.pt/rtplab/projetos/serie/casa-do-cais/

Nickel (2001) na sua crítica à história da fotografia, dá-nos conta de como esta tem ficado frequentemente perdida em guerras autorais de invenções, de ideologias liberais e marxistas, pelo que ninguém tem conseguido relatar a verdadeira história cultural da fotografia. Simultaneamente, o autor demarca o início da fotografia, com a descoberta da *camera obscura*, por Aristóteles no séc. IV a.C. Porém, Hammond no seu livro sobre o tema publicado em 1981 (note-se duas décadas antes da publicação do texto de Nickel) dá-nos conta que os princípios óticos de *camera obscura* são comentados em textos chineses desde o séc. V a.C, pelo filósofo Mo Ti. Assim, Nickel ao atribuir o mérito da *camera obscura* à Grécia Antiga, cai na redundância da sua própria crítica, uma vez que constrói uma história baseada nos seus enviesamentos ocidentais. A história, enquanto ciência social, é construída socialmente (como já vimos pela tese construtivista), logo as perspetivas marxistas sobre a história da fotografia são de relevância fulcral, pois vêm evidenciar como os privilégios de classe contaminam os processos da fotografia, da história e dos *medias*.

A fotografia enquanto tal não tem identidade. O seu estatuto como tecnologia varia em função das relações de poder que investem nesta. A sua natureza como prática depende das instituições e dos agentes que a definem e a põem a funcionar A sua história não tem unidade. É uma cintilação através de um campo de espaços institucionais (Tagg, 1988, citado por Nickel, 2001, p. 554).

O argumento da determinação social da fotografia e da não identidade final, como expresso por Walter Benjamin e reforçado pelos seus sucessores: Sontang, Barthes, Berger, e outros, demonstra-nos a estrutura hierárquica que o ato de fotografar tem (Nickel, 2001). Como notam os autores de *Transit Tales* (2018, p. 89) “O ato de capturar e visualizar fotografias está imbuído ainda de assimetrias relativamente à classe, género, raça e etnia”. Tal vem corroborar a necessidade de um projeto como este que permite a autorrepresentação fotográfica e uma horizontalidade nos retratos que assume o lugar da fala de cada um.

A génese da fotografia veio de dois princípios básicos: a *camera obscura* e a existência – e estudo – de materiais fotossensíveis. Tendo já sido explorados os antecedentes da *camera obscura*, vamos debruçar-nos agora sobre os processos químicos. Os primeiros fotogramas foram feitos com a intenção de registar e fixar uma imagem. Em 1790, Thomas Wedgwood e John Herschel captaram os contornos de folhas e vegetais em couro branco impregnado de nitrato de prata (Souza, 2013). Essas primeiras experiências não obtiveram êxito na retenção das imagens, já que por falta de técnica de fixação, o seu registo desvanecia. Em 1819, John Herschel, através do tiosulfato de sódio, conseguiu reter a imagem capturada. Antes do anúncio oficial, em 1839, da descoberta da fotografia em França, o inglês William Henri Fox Talbot

conseguiu desenvolver cópias de imagens de folhas, rendas e desenhos utilizando a luz solar (Souza, 2013).

Apesar da relação um tanto controversa e não linear da história da fotografia, é também de salientar que a própria História foi suportada pelo desenvolvimento da fotografia: “A fotografia inaugurou uma nova forma de conceber a história, de apreender um passado em fragmentos sentidos.” (Smith, 2020, p. 7). Logo, compreendemos como muitos acontecimentos do passado se basearam na fotografia para dar um enquadramento à História. Sendo que algumas destas imagens que construíram a História eram, e são divulgados pela comunicação social, as características contextuais são também inerentes para as Ciências Sociais. A obra de Smith (2020) serve como questionamento de fotografias consideradas importantes na história dos EUA. A sua reinterpretação atual é tomada como uma análise para os problemas de justiça social que ainda estão por resolver. Com este propósito, a autora partilha a análise do trabalho de 7 artistas que reinterpretem fotografias famosas da história dos Estados Unidos. As noções da inexistência de progresso histórico defendidas por Walter Benjamin e seus sucessores, são partilhadas por Smith e os artistas apresentados.

Enquanto Benjamin apelava à fotografia para quebrar uma narrativa da história como progresso, os artistas estudados nesta obra utilizam a fotografia para questionar a narrativa de progresso social, utilizando a fotografia para iluminar o trabalho inacabado de justiça racial (Smith, 2020, p. 8).

A fotografia proporcionou uma linguagem adequada ao *materialismo histórico* de Benjamin pois abalava uma narrativa de progresso histórico, oferecendo visões desarticuladas de um passado que procura o reconhecimento num presente, tal como uma fotografia permitiria (Smith, 2020). A fotografia é do momento, não tem seguimento, tal como a História não tem continuidade, são só fragmentos. Seguindo a ideia desta obra, consideramos que o sistema de representação ainda está a ser transformado e por isso o *Onde o Silêncio Está* é uma iniciativa que interpela o progresso social, olhando para o passado e presente, sem lhes considerar uma evolução. Daí a necessidade de um projeto como o nosso.

Para Frederik Douglass, o estado-unidense mais fotografado durante o séc. XIX (Smith, 2020), a fotografia oferece um novo, na época, modo de representação realista e fiel às características de uma pessoa. Já não havia os enviesamentos racistas que homens brancos pintavam em retratos de negros. A fotografia conferia assim a liberdade de representações, o detentor da representação era o próprio indivíduo. Com o nosso projeto, pretendemos que os membros das comunidades também sejam os detentores das suas representações. Contudo, o sistema de representação, apesar de mais diversificado, continua a ser permeado pelo *white*

gaze, pelo que o artista Johnson desacredita a evolução feita no campo das representações raciais. Johnson ao reencenar o famoso retrato de Douglass ilumina a ainda problemática representação negra atual, pautada pela objetificação dos corpos e pelo *white gaze* (Smith, 2020).

Uma matéria publicada pelo NYTimes (2019) demonstra como a fotografia está condicionada por enviesamentos raciais. A coloração dos filmes, ainda com as máquinas de rolo da Kodak, era definida de acordo com um modelo branca – Shirley. Foi graças à pressão da indústria de mobília e chocolates, nos anos 1960/70, que a Kodak começou a melhorar o seu sistema de tons de castanho e preto, sob o pretexto que a coloração existente afetava a publicidade dos chocolates e mobílias e as suas vendas caíam. Mais tarde, com o advento da máquina digital, poderíamos pensar que os problemas de coloração estariam ultrapassados, com o sistema bi-modal de tons de cor de pele. Todavia, a utilização de uma fonte de luz artificial causa dificuldades na perceção de tons de pele mais escuros. Muitas vezes, um tom de pele mais escuro é invisível para os softwares de reconhecimento. Assim, mesmo com todos os esforços para fugir ao retrato pelo outro, a história da fotografia não está muito a favor da representação real dos corpos. Ainda assim, acreditamos que a fotografia participativa pode se aproximar desta visão mais fidedigna do próprio. Passemos a analisar de seguida.

2.9 Fotografia participativa

Tendo em conta que, como já explicámos, o nosso projeto é um projeto de fotografia participativa, passamos agora a apresentar algumas perspetivas teóricas e práticas que nos serviram de inspiração para fazermos desta a forma de comunicação de empoderamento que pretendemos criar. A visibilidade é uma forma de empoderamento

A fotografia participativa é também conhecida por *PhotoVoice* e foi inicialmente desenvolvida por Wang e Burris (1994), focando os problemas de saúde das mulheres de zonas rurais da China. A abordagem baseia-se na teoria feminista, na consciência crítica, em abordagens alternativas da fotografia documental e na teoria da educação de Paulo Freire (Wang, 1999).

A fotografia participativa tem três objetivos: a) Permitir aos grupos e comunidades marginalizadas visualizar e refletir criticamente acerca das suas potencialidades e desafios enquanto comunidade; b) Estimular o diálogo crítico entre os problemas da comunidade e os *stakeholders*; c) Alcançar os *policymakers* de modo a contribuir para uma mudança positiva (Wang, 1999).

Os meios de investigação dedutiva são desafiados pela fotografia participativa, posicionando os participantes num papel ativo na construção do conhecimento, tratando-se por isso de um meio de co-aprendizagem. O processo de escolha, captura e legendagem de uma fotografia é empoderador, no sentido em que quem participa pode optar como quer reproduzir e representar a sua comunidade (Wang, 1999).

Segundo Carolina Voigt (2015) que trabalha na *Adaptation and Beyond*², como facilitadora de projetos de fotografia participativa em comunidades na África do Sul, os projetos de fotografia participativa estão divididos em 5 passos:

1. Discussões de grupo – é a fase introdutória dos objetivos do projeto, onde os participantes devem refletir, através de jogos e atividades, acerca das problemáticas, desafios e potencialidades da comunidade que integram, as representações exteriores que existem sobre a sua comunidade e a forma como gostariam que esta se alterasse. É nesta fase que se realizam workshops básicos de fotografia.
2. Processo de captura de imagens – esta é a fase mais longa do projeto e é importante assegurar que todos os participantes têm as mesmas condições e oportunidades para recolher imagens. Caso seja necessário expandir a duração desta fase, os facilitadores devem ter flexibilidade para o fazer e apoiar os participantes, caso estes solicitem.
3. Seleção, contextualização e codificação – aqui os participantes devem procurar selecionar, contextualizar e codificar coletivamente as imagens. É crucial desenvolver uma narrativa para cada fotografia selecionada. As narrativas individuais podem contribuir para dar um *insight* sobre o contexto local, em termos de problemáticas e desafios.
4. Planear um formato de partilha das fotografias e das narrativas com outras comunidades – de modo a procurar melhorar as condições de vida da comunidade participante, pode discutir-se uma forma de dar a conhecer as imagens e narrativas criadas com a comunidade exterior, procurando estimular *stakeholders* e *policymakers* a tomar uma iniciativa de mudança.
5. Análise e interpretação – o último ponto diz respeito à interpretação dos resultados do projeto, tomando em consideração todas as suas fases: o processo de criação das imagens, análise do conteúdo das mesmas, das narrativas de cada imagem e da

² ONG com projetos direcionados a comunidades

recepção (sentimentos, reações, atitudes) despoletadas pela partilha das imagens e seus significados com o público exterior.

A fotografia participativa deriva de uma base da Investigação de Ação Participativa (IAP). A IAP é uma abordagem de investigação que integra as perspetivas de pessoas e de comunidades acerca dos processos e desafios sociais que afetam as suas vidas, com o objetivo de as melhorar. O psicólogo social Kurt Lewin e o educacionista Paulo Freire tiveram grandes influências no desenvolvimento da IAP. Segundo a Pedagogia do Oprimido (Freire, 1987) a consciência de uma pessoa reflete a sua realidade exterior e vice-versa. Assim, a realidade exterior é uma criação da consciência pessoal também. Esta filosofia é particularmente pertinente se considerarmos o contexto das representações fotográficas de minorias, pois a forma como os órgãos de comunicação social as retratam não só são produto da consciência pessoal das/os jornalistas com o meio – a forma como um jornalista pensa sobre determinada minoria interage com todo o meio exterior, onde se podem salientar todos os preconceitos estruturais, e vice-versa. Por consequente, o modo como um indivíduo de uma minoria se vê é produto da sua consciência, que interage bilateralmente com o exterior, e entenda-se por exterior como as representações estereotipadas nas fotografias, e não só. Logo, compreende-se como os estereótipos negativos de comunidades marginalizadas são enraizados pelos seus próprios membros.

A filosofia da Pedagogia do Oprimido de Paulo Freire (1987) utiliza fotografias e desenhos para despoletar uma análise crítica dos problemas sociais e promover a ação coletiva. A sua teoria consiste na *consciencialização*, i.e., o processo através do qual o indivíduo desenvolve uma consciência crítica em relação à sua realidade social pessoal, através da reflexão e da ação. Segundo Freire (1987), as pessoas são detentoras de imensos arquivos de conhecimento. Estas estão inseridas em grupos e comunidades que detêm a própria “cultura de círculo”, em que cada pessoa constrói a sua perspetiva da realidade, baseando-se nas circunstâncias da sua vida normal. Em 1973, Augusto Boal (fundador do Teatro do Oprimido) e Freire estavam ambos num projeto de literacia em Lima (Peru), e distribuíram câmaras no bairro onde estavam a trabalhar. Seguidamente, solicitaram aos moradores que respondessem visualmente à seguinte questão: “O que é exploração?”. As fotografias de resposta representaram polícias, donos de lojas e senhorios. As imagens desencadearam uma discussão geral acerca da exploração na comunidade (Voigt, 2015). As fotografias tornaram-se, dessa forma, parte do processo de consciencialização, ao invés de um mero resultado-reação à tarefa solicitada (Transit Tales, 2018).

A fotografia participativa é uma abordagem colaborativa e horizontal, *bottom-up*, que pretende constituir uma plataforma onde os indivíduos partilham as suas perspetivas e visões do mundo, sem que estejam constrangidos pelo olhar de profissionais, na maioria das vezes alheios às suas realidades. Surge como uma forma de engajamento comunitário, em populações estigmatizadas e com menos oportunidades e privilégios. A fotografia participativa está interessada em inverter as relações de poder, contrariando a lógica do “poder sobre” e “empoderamento” para “poder de”. O “poder de” pode ser definido como “a capacidade de agir autonomamente, de criar ao invés de cozer” (Transit Tales, 2018, p. 72). A participação nos projetos de fotografia participativa deve considerar o consentimento como método de tomar decisões de forma horizontal. Seguindo a ideia de que cada pessoa tem controlo sobre a sua vida e que o poder não está apenas concentrado numa minoria privilegiada (Transit Tales, 2018).

O Photovoice (Wang e Redwood-Jones, 2001) foi a primeira versão de um projeto de fotografia participativa e foi o que lançou esta abordagem. De acordo com os autores, o Photovoice é baseado em: a) teorias educacionistas de Freire (1987); b) as teorias feministas, que consideram explicitamente a perspetiva da mulher e tomam os participantes como atores; e c) a *community-based photography*, que defende que as pessoas podem usar imagens de si próprias para desafiar estereótipos.

De acordo com Heron (1996, citado por Prins, 2010, p. 428), a fotografia participativa pode desenvolver vários tipos de conhecimento: a) conhecimento proposicional – uma vez que os participantes apresentam visualmente as suas representações; b) conhecimento prático – aprender a tirar fotografias; c) conhecimento experiencial – interagir com as pessoas de formas novas e diferentes; d) conhecimento proposicional – desenvolver novos conceitos. Os participantes, sendo minorias marginalizadas pela sociedade, podem estar a sofrer de stress, depressões, traumas ou outras perturbações psicológicas (Transit Tales, 2018). A fotografia participativa encoraja a expressão e reflexão, o que permite uma abertura para as emoções e sentimentos de cada participante. Desse modo, algumas fotografias e situações podem despertar gatilhos para traumas dos participantes. Salienta-se a importância de distanciar a fotografia participativa de um processo terapêutico, pois não envolve essas componentes de psicologia, mas é importar ter em atenção o estado psicológico de cada participante, pois isso pode afetar o processo do projeto (Transit Tales, 2018).

2.10 Dilemas éticos da fotografia participativa

O PhotoVoice é uma abordagem que apresenta determinados dilemas éticos, nomeadamente a nível da invasão de privacidade, da divulgação de fatos embaraçosos, ao estar sujeito a um foco incorreto, ao capitalizar a imagem de uma pessoa para lucro próprio e outros problemas que envolvem o recrutamento, representação, participação e advocacia (Wang e Redwood-Jones, 2001). Para prevenir esses dilemas Wang e os seus colegas escreveram sobre fotografia, ética e poder, e, durante os projetos, requeriam vários consentimentos informados. Ainda assim, apesar de todos os esforços para mitigar estes obstáculos, os investigadores atuaram sempre de forma mais ou menos involuntária como audiência imaginada, acabando por moldar as ações dos participantes, pelo que a sua participação não corresponderia 100% à sua forma original de ser, ver o mundo e a sua comunidade (Prins, 2010).

Partindo do pressuposto de Foucault de poder e vigilância (1975), a fotografia é uma tecnologia de poder com um potencial contraditório. Por um lado, a fotografia permite exercer poder de forma a subverter o *inspecting gaze* e o modo como determinados grupos foram historicamente representados, desafiando noções dominantes do que é conhecimento, e através das suas novas representações influenciar políticas, programas, medidas e similares. Por outro lado, a fotografia pode simbolizar uma tecnologia de vigilância, imbuída de desconfiança e que facilita o controlo social (Prins, 2010). O *Panopticon* (Foucault, 1975) uma experiência social que subjugou reclusos a uma observação central, demonstrou como a crença internalizada de vigilância (ou suposta vigilância) bastava para controlar e monitorizar os comportamentos dos presidiários, tornando desnecessária a intervenção de autoridade policial, por exemplo. Através deste sistema, denominado *inspecting gaze*, “cada camarada torna-se numa ameaça de informador” estando instituído um aparato de total desconfiança. As implicações de Foucault para os projetos de fotografia participativa são a da violação das normas sociais, estando os indivíduos expostos a maior visibilidade, sujeitando-os ao escrutínio dos outros. Consequentemente os participantes podem ficar mais relutantes em tirar fotografias se a visibilidade crescer até a um ponto que se torna desconfortável (Prins, 2010). Adicionalmente, em comunidades que têm uma história de vigilância e traição pelo Estado ou cidadãos, as pessoas podem percecionam as câmaras e a fotografia como um instrumento de vigilância e controlo social (Prins, 2010).

Um projeto de fotografia participativa com comunidades campesinas em El Salvador (Prins, 2010) veio demonstrar que os participantes muitas vezes descreviam o processo de tirar fotografias como um trabalho de casa, possivelmente moldado pela autoridade de um

observador invisível, ao invés de ser tomado autonomamente por cada. Adicionalmente, tendo em consideração o contexto sociocultural da América Latina e de El Salvador, de guerra e de desconfiança para com os EUA, foram manifestados por alguns participantes sentimentos de suspeita e desconfiança (Prins, 2010), uma vez que o projeto foi conduzido por estado-unidenses. Outros sentiam-se envergonhados, tímidos, embaraçados e com receio da “fofoqueira” que as suas fotografias e o seu envolvimento com o projeto pudessem gerar (Prins, 2010). Finalmente, “o processo de tirar fotografias estava a violar a norma social local, aumentando a visibilidade indesejada dos participantes e submetendo-os vulneravelmente à crítica, à sua ridicularização por serem incapazes ou idiotas. Estes sentimentos vieram causar resistência em aderir e compreender o espectro total do projeto” (Prins, 2010, p. 437).

Simultaneamente, foram também referidos problemas com a utilização de metodologias IAP, como relutância em tirar fotografias, ter medo de pedir para tirar fotografias a alguém, esquecer-se de como usar uma máquina (Williams e Lykes, 2003 citado por Prins, 2010). Estes são dados importantes de ter em conta, uma vez que o *Onde o Silêncio Está* poderá encontrar os mesmos obstáculos.

2.11 A fotografia participativa como empoderamento

O projeto em El Salvador contribuiu de forma positiva para alguns participantes, os quais sentiram que as suas ideias e visões eram valorizadas, ultrapassando timidez e vergonhas e levando a que estes experienciassem um reverso nos papéis de poder (Prins, 2010). Outros manifestaram sentir uma estimulação criativa, contribuições para a literacia visual, para o trabalho em grupo e comunicação com respeito. Outros referiram ainda que passaram a dar mais importância e a ter mais preocupação com os problemas da sua comunidade, desencadeando assim um sentimento de maior imersão na comunidade (Prins, 2010). Outros estudos vieram demonstrar os benefícios dos projetos de fotografia participativa entre os quais a validação do conhecimento local, a aquisição de novas perspetivas sobre si mesmo e o seu contexto, aumento da autoestima, mais equidade de género, mais reflexão de grupo e solidariedade, advocacia e ação coletiva, entre outros (Prins, 2010).

Em 2018, um projeto de fotografia participativa com refugiados, criado em parceria com 8 associações europeias, veio demonstrar os impactos positivos da utilização desta metodologia. A *mainstream media* contribuiu para criar uma cultura de estigmatização dos migrantes e refugiados, retratando-os como “o outro”, ou “terroristas”, ou “ameaças” (Transit Tales, 2018). Por outro lado, os fotojornalistas estão deslocados do contexto dos migrantes. Através da fotografia participativa, os refugiados podiam escolher a forma como queriam ser vistos

(Transit Tales, 2018). Seguindo essa lógica, os participantes podiam desconstruir os estigmas e estereótipos associados à ideia de refugiado. Para o efeito, torna-se crucial refletir e codificar as imagens criadas (Transit Tales, 2018). Alguns dos projetos desenvolvidos chegaram até ser motivo de reportagem e notícia pelos órgãos de comunicação social, contribuindo assim para uma maior visibilidade das representações que os próprios refugiados criaram, e quebrando com as imagens estereotipadas tradicionais (Transit Tales, 2018).

O *Onde o Silêncio Está* inspira-se nestes exemplos benéficos da fotografia participativa e é por isso que acreditamos que o nosso projeto consegue levar a sua missão avante.

3. Projeto detalhado

Com base na revisão da literatura que fizemos, neste ponto do nosso texto apresentamos, de forma detalhada, o nosso projeto.

Como já foi dito na introdução, trata-se de desenvolver uma plataforma colaborativa de fotografia participativa que surge com o propósito de romper com as imagens estereotipadas e elitistas que retratam determinados grupos de maneira discriminatória, cuja forma é reproduzida na sociedade portuguesa. Entre esses grupos encontram-se imigrantes, refugiados, requerentes de asilo, comunidade cigana, comunidade LGBTI+, negros, pessoas com deficiência, moradores de zonas periféricas das grandes áreas metropolitanas, repúblicas de Coimbra, entre outros espaços de resistência.

O *Onde o Silêncio Está* inspira-se-á essencialmente na já existente iniciativa *Everyday*³, ideia que surgiu em 2012 na Costa do Marfim, com o objetivo de mudar os estereótipos dos *media* que contaminam o continente africano. É um projeto de fotojornalismo do cidadão. Desde então, a iniciativa estendeu-se a vários países, estando presente em 4 continentes e tendo como foco captar as realidades de grupos minoritários e das pessoas marginalizadas pela sociedade. O nosso projeto partilha com o *Everyday* a mesma linha de atuação no desafio das representações sociais. Porém, funciona independentemente destes, uma vez que o *Onde o Silêncio Está* cobre as lutas quotidianas de Portugal.

Existem ainda alguns projetos nacionais que são importantes de salientar, já que se baseiam em ideais e métodos semelhantes. Ainda em funcionamento, o *Divergente*⁴ é uma página de jornalismo multimédia independente, que produz estórias (assumem-se como

³ <https://www.everydayprojects.org/about>

⁴ <https://divergente.pt/>

storytellers) que “desafiam silêncios”. O *Divergente* serve como modelo de boas práticas a seguir. O nosso projeto inspira-se na missão desta página, no seu carácter independente e na forma como comunicam imagens. Também as plataformas de jornalismo do cidadão independente Comunidade Cultura e Arte⁵ e a Shifter⁶ são dois pontos centrais, uma vez que nos permitem compreender como iniciativas deste tipo funcionam a nível nacional, como interagem e criam comunidades no espaço virtual, e acima de tudo, como transformam os seus públicos em participantes, redatores de artigos, estimulando esta participação ativa dos cidadãos como é suposto no jornalismo do cidadão (Rosário, 2018). Outras iniciativas, também nacionais, que nos motivam e inspiram pela sua linha de atuação e uso de métodos audiovisuais são: *Um Estranho por um dia*⁷; *Integrar pela Arte*⁸ (Movimento de Expressão Fotográfica); *O Mundo à Nossa Volta*⁹ (Os Filhos do Lumière) e *projeto URB*¹⁰ (estes 3 últimos são projetos de integração pelas artes, não exclusivo à fotografia) e o *SEE.TELL.LISTEN*¹¹ do Conselho Português dos Refugiados (um projeto de fotografia participativa).

Relativamente à implementação de um projeto de fotografia participativa, o *Onde o Silêncio Está* vais inspirar-se essencialmente no projeto pela integração de refugiados a nível europeu, Transit Tales (2018). O manual proposto pela iniciativa serviu para nós como um autêntico guia de boas práticas a seguir, moldando atividades, a nossa abordagem e posicionamento enquanto projeto de participação cívica. Contudo, o *Onde o Silêncio Está* alonga a sua atuação a uma maior panóplia de públicos-alvo. Este exemplo foi adaptado ao contexto da pandemia de covid-19.

O projeto quer dar voz às pessoas através das imagens, e por isso é formado por todos, num carácter aberto, colaborativo e descentralizado. Cada pessoa (independente da sua experiência fotográfica) pode participar com fotos que retratem os seus quotidianos. O nome do projeto surgiu da célebre frase da jornalista ativista estado-unidense Amy Goodman “vai onde o silêncio está e diz algo”. Ao longo da sua carreira Goodman tem estado envolvida na produção de reportagens de investigação sobre direitos humanos, comunidades marginalizadas, massacres internacionais, protestos, e outros conflitos, onde, reiteradamente tem apoiado

⁵ <https://www.comunidadeculturaearte.com/>

⁶ <https://shifter.sapo.pt>

⁷ <https://www.facebook.com/umestranhopordia/>

⁸ <https://integrarpelaarte.wordpress.com/integrar-pela-arte/>

⁹ <https://pt-pt.facebook.com/lumiere.filhos>

¹⁰ <https://cafuka.com/paginaprojeto-urb/>

¹¹ <https://cpr.pt/portfolio/see-tell-listen-improving-refugees-digital-literacy-through-photovoice-and-storytelling/>

minorias, através do seu trabalho. Já editou vários livros sobre estes temas, e é, desde 1996, apresentadora de um programa televisivo sobre democracia, denominado *Democracy Now!* A nossa iniciativa pretende de uma forma muito literal visibilizar o silêncio e assim, dar continuidade ao legado de Amy Goodman.

3.1 Objetivo Geral e objetivos específicos

O objetivo geral deste trabalho é a criação de um projeto colaborativo de fotografia participativa *online*, através da rede social *Instagram*, durante o ano de 2020.

Mais especificamente, pretendemos:

- a) Mostrar diversidade visual, contrariando os estereótipos visuais *mainstream* associados a comunidades minoritárias marginalizadas em Portugal;
- b) Reconhecer, valorizar e divulgar a diversidade visual do retrato fotográfico de diferentes áreas do país, nomeadamente as das periferias das grandes cidades.
- c) Criar um projeto de fotografia colaborativo, baseado nos pilares da democracia participativa, possibilitando o envolvimento do público na produção, caso essa vontade seja expressa.
- d) Criar uma comunidade *online* participante neste projeto e composta pelo conjunto de associações e coletivos, assim como de pessoas individuais.
- e) Proporcionar à comunidade *online* do *Instagram* o acesso gratuito aos conteúdos publicados, que são de matéria artística, cultural, social e documental, contribuindo, assim, para a sua informação e lazer.
- f) Criar entre os públicos *online* e os membros do projeto um espaço de reflexão sobre discriminação, diversidade e representatividade, através dos conteúdos publicados.
- g) Fomentar a produção cultural e documental a nível nacional, gerando enriquecimento curricular para os membros do projeto, com a valorização de recursos humanos e competências fotográficas.

3.2 Elementos metodológicos

3.2.1 Diagnóstico dos recursos e condições internas

Para a concretização deste projeto são necessários recursos humanos, técnicos, logísticos e materiais. São precisos entre 2 a 4 colaboradores efetivos que tenham disponibilidade de movimentação, material fotográfico (seja câmara ou telemóvel) e alguma experiência na área da fotografia. Em termos logísticos, é necessário a articulação entre todos os colaboradores do projeto, sendo que as reuniões de conteúdos deverão acontecer uma vez por semana. Em relação aos materiais, é necessário o acesso à *internet* assim como um telemóvel para utilizar o *Instagram* e o *WhatsApp* (para falar entre os colaboradores e fazer reuniões semanais sobre o *upload* de conteúdos). Os *smartphones* e câmaras fotográficas serão também, e principalmente, utilizados para o registo das imagens.

A maioria destes recursos estará disponível no início do projeto, concretamente no que se refere à seleção de colaboradores com experiência e ao material fotográfico, a fim de constituir a primeira pequena comitiva. Porém, é necessário investir na motivação dos voluntários. A estrutura descentralizada deste projeto permite que os próprios voluntários sugiram métodos que os incentivem e possam disseminar os seus conhecimentos e práticas entre si. Esta componente de transmissão de *know-how* será relembrada várias vezes, como tentativa de garantir a estrutura descentralizada. Simultaneamente, é necessário investir na divulgação e captação de novos colaboradores, pontuais e “permanentes”, pois pretendemos alcançar um maior número de pessoas e que qualquer uma possa participar.

3.2.2 Avaliação dos riscos e oportunidades do projeto

O nosso projeto apresenta tanto riscos como oportunidades para a sua concretização e para a rede de parceiros. A nível interno os principais riscos previsíveis são: a) a falta de comprometimento dos colaboradores, que dedicam o seu tempo a este projeto de forma voluntária; b) dificuldade de articulação entre os voluntários; e c) um problema que está inerente aos projetos de fotografia participativa – a presença de uma autoridade invisível e do poder contraditório da fotografia (Prins, 2010; Serafinelli, 2018). Este é um risco interno que se repercute externamente, pois pode condicionar a participação das pessoas e grupos.

A nível externo os riscos são: a) fraca adesão das associações, coletividades e grupos informais que representem e trabalhem com minorias, uma vez que parte do nosso trabalho será tentar construir uma rede visual que assinala os quotidianos destas organizações, como representações mais fidedignas das comunidades marginalizadas; b) dano dos materiais

utilizados para fotografar, como quebra, furto, entre outros; c) fraca visibilidade da conta de *Instagram*, o que resulta em pouca interação com as audiências e menor aderência de participantes singulares. Todavia, existem oportunidades internas nesta iniciativa, que permitem contornar os obstáculos supramencionados e promover o sucesso deste projeto. Entre estas oportunidades salientam-se:

1. A existência de um contacto prévio próximo com várias associações e coletividades que representam as comunidades minoritárias em Portugal, especificamente as repúblicas, pessoas LGBTI+ e imigrantes.
2. Capacidade de realizar o trabalho de campo (as fotografias) dentro da própria esfera habitacional, através da captura do quotidiano das pessoas, da casa ou bairro onde residem. Tal não se torna muito dispendioso e esta será a grande fatia de trabalho realizado. Este facilitismo pode ser um incentivo à participação.
3. Capacidade de mobilização de novas colaborações, a partir da rede de contactos dos voluntários já envolvidos.
4. Promover a *consciencialização* (Freire, 1987) através da fotografia participativa, o que pode provocar uma visibilidade a nível de políticas públicas, como nos dão conta os projetos de Wang (1999) e Voigt (2015), o que resulta um chamariz para atrair novas participações.

As oportunidades externas são: a) Uma crescente preocupação e motivação para agir a nível das representações sociais de grupos marginalizados. Exemplo disso é o crescimento de movimentos, protestos e manifestações antirracistas, LGBTI+, feministas e imigrantes, em Portugal, o que demonstra uma vontade de mudar o sistema e as mentalidades; b) O desejo de consumir conteúdos mais diversificados (Erigha, 2015); c) O crescimento da presença na *internet* e da utilização das redes sociais como meio de obtenção de informação, correspondendo às suas necessidades comunicacionais (Whiting e Williams, 2013) e de participação cívica (Wall, 2015).

3.3 Diagnóstico do setor de intervenção direta do Projeto

O nosso projeto é inovador em Portugal, uma vez que atualmente não existe nada semelhante. Houve iniciativas parecidas, como as que mencionámos anteriormente, e das quais retirámos valiosos *insights* de atuação, mas tinham um horizonte temporal que já chegou ao seu fim. Os projetos de fotografia participativa nacionais caracterizam-se por atuarem com públicos muito específicos, como é o caso do *SEE.TELL.LISTEN* do Conselho Português dos

Refugiados, que trabalha com a comunidade refugiada; Ou por exemplo, o caso do *Photovoice Projeto Nunca Pensei Ser Artista*¹², um projeto com uma componente forte associada à psicologia, da qual nos distanciamos, que intervém com comunidades em lares de idosos; Ou ainda o projeto Vozes do Centro, direcionado às pessoas em situação de pobreza ou exclusão social dos distritos do Centro de Portugal, que problematizaram as suas vivências através da foto (Cristovão e Lopes, 2008).

Existem ainda outras plataformas com uma atuação semelhante, no sentido de fornecer representatividade a minorias de forma mais *outsider* (i.e., não partem das comunidades em si, mas de outros que as representam), como *Um Estranho por um dia*. Contudo, estes métodos correspondem a uma visão hierarquizada (Transit Tales, 2018). O *Onde o Silêncio Está* destaca-se das demais iniciativas pela sua maior abrangência, em termos de públicos.

A concorrência a nível nacional manifesta-se com a pressão das grandes indústrias da comunicação social e também com outros projetos de divulgação de fotografia documental em Portugal, como o MEF¹³ e o Centro Português de Fotografia¹⁴, e as publicações *online* que contêm secções de fotografia de artistas portugueses como a Melancia¹⁵ e a Comunidade Cultura e Arte. Existem ainda, evidentemente, os canais de comunicação das próprias organizações e grupos de minorias e dos indivíduos, com um peso maior. No caso dos projetos de fotografia documental e das publicações fotográficas independentes, pretendemos operar numa ótica de complementaridade de serviços, alargando o universo de trabalho dessas organizações e iniciativas, construindo uma rede virtual de registo desses trabalhos. Talvez o mais semelhante a essa rede seja a plataforma ATIVXS.PT¹⁶ cujo propósito é ser um canal de comunicação (de jornalismo do cidadão) de movimentos de resistência, por isso tem várias publicações que são produzidas por esses movimentos e divulgados aí. Porém, como já observamos anteriormente o *Onde o Silêncio Está* não corresponde a um fotojornalismo do cidadão, mas sim a um projeto de fotografia participativa em si, pois dá voz a indivíduos e coletivos que representam as suas vivências como as experienciam. Enquanto que no jornalismo do cidadão, um autor pode falar de uma realidade não está inserido fazer uma representação alheia desta vivência.

¹² <https://www.facebook.com/photovoicenuncapensei/>

¹³ <http://www.mef.pt/mef/>

¹⁴ <http://cpf.pt/>

¹⁵ <https://www.melanciamag.net/>

¹⁶ <https://ativxs.pt/>

A página do *Onde o Silêncio Está* procura estabelecer parcerias e trabalhar com as organizações, associações e coletivos que atuam em contextos que envolvam minorias, numa visão colaborativa que privilegie o acesso direto a esses contextos e que permita uma mútua troca de sentimentos, ideias, emoções, atitudes e conhecimentos entre fotógrafos, membros dessas organizações e pessoas informalmente envolvidas nessas comunidades (como os moradores de um bairro social).

3.4 Recursos externos necessários

Serão necessários o compromisso, a motivação e aderência por parte das organizações, coletivos e associações escolhidas para alocar no projeto. É ainda preciso que os participantes tenham eles próprios o equipamento para fazer o registo das fotografias, assim como formas de entrar em contacto connosco, nomeadamente através das redes sociais.

A nível de financiamento pretende-se utilizar campanhas de *crowdfunding* e angariação de fundos após atividades. O *crowdfunding* é uma modalidade que tem crescido exponencialmente nos últimos anos. Esta opção está relacionada com o posicionamento da nossa iniciativa enquanto independente. Todavia, não é expectável a curto-médio prazo a necessidade de financiamento, uma vez que o projeto funciona, numa primeira fase, num carácter voluntarista. Caso o projeto cresça e seja necessário financiamento para conseguir maior interatividade entre o público e o envolvimento das comunidades, pagar um domínio próprio na *internet*, ou desenvolver uma aplicação específica, a nossa iniciativa irá recorrer a campanhas de *crowdfunding*.

3.4.1 Requisitos legais, normativos e administrativos

A opção de manter a gestão da iniciativa sem entidade jurídica, pode ser um obstáculo à candidatura à maioria dos financiamentos públicos, público-privados e europeus. Em contrapartida, essa escolha permite que o projeto não tenha de se submeter às burocracias de manutenção de uma entidade com personalidade jurídica como, por exemplo, a obrigatoriedade de realizar um relatório de contas. Outra condicionante que se levanta é o roubo da marca e logótipo do *Onde o Silêncio Está* uma vez que, tratando-se de uma iniciativa sem personalidade jurídica, não se pode registar a marca nem o logótipo. No entanto, o nosso projeto não fecha portas a essa possibilidade se o mesmo for frutuoso, no futuro. Porém, por agora, optamos por nos manter como iniciativa uma independente e sem registo.

Ao focar-se em fotografias que retratem o quotidiano das pessoas existem condicionamento legais, nomeadamente a violação dos direitos de imagem (Artigo 79º da

Constituição) e violação da privacidade e intimidade das pessoas (expressos no texto constitucional de Portugal no art. 26º, nº 1. 44). O projeto não se responsabiliza legalmente por estas questões, sendo que todos os colaboradores devem estar conscientes das implicações que a sua conduta pode implicar, especificamente na sua responsabilização, no que respeita às matérias de direito da imagem, vida privada e íntima. Antes dos colaboradores partilharem um conteúdo específico, é lhes enviado um consentimento informado – que eles terão de assinar e devolver – para os esclarecer acerca do caráter voluntário da nossa iniciativa e da ausência de responsabilidade legal sobre qualquer assunto, pelo que será o próprio indivíduo o responsável pelas implicações legais da sua publicação. Simultaneamente, como vimos pelos autores de *Transit Tales* (2018) estes apontam o consentimento como o melhor método, em termos de horizontalidade, para tomar decisões, fazendo jus aquilo que a fotografia participativa se propõe, inverter as lógicas de poder, evitando a constituição de uma hierarquia. Adicionalmente, como proposto por Wang e Redwood-Jones (2001), os consentimentos informados são uma forma de contornar os problemas associados à invasão de privacidade ou roubo de imagens, tentando ultrapassar o dilema da vigilância e poder de Foucault (1975).

3.4.2 Benchmarking

Esta é uma técnica de melhoria de processos de trabalho originada na gestão. Consiste num “processo sistemático e contínuo para avaliar produtos, serviços e processos de trabalho das organizações que são reconhecidas como representantes das melhores práticas com o propósito de realizar melhorias organizacionais” (Lavorato, 2004, p.5). Existem 3 áreas com as quais queremos aprender para melhorar o nosso projeto: jornalismo do cidadão, *influencers* e fotografia participativa.

Do ponto de vista do jornalismo do cidadão, queremos aprender como construir uma relação virtual forte entre as nossas audiências e a nossa comunidade participante, com o objetivo de transformar estas audiências em futuros colaboradores, tornando o espaço de criação de conteúdos, num espaço democrático e participativo, como é, aliás, apanágio dos projetos de jornalismo do cidadão (Rosário, 2014; Wall, 2015). Adicionalmente, queremos garantir a independência do nosso projeto e acreditamos que podemos retirar esse *insight* de algumas páginas nacionais de jornalismo do cidadão.

A rede Comunidade Cultura e Arte (CCA), é, como os próprios se definem, uma entidade independente de poderes políticos e segue como orientação criativa para os leitores. Sendo assim é permitido a publicação de artigos cujos autores não são jornalistas, dando

oportunidade à sociedade civil de fazer ouvir a sua voz, e sendo, por isso, um meio mais democrático. Com base nesta página, o *Onde o Silêncio Está* procura aprender a criar este espaço entre audiência e participantes. A CCA é também um importante exemplo de uma página que se tornou mediática, tendo conseguido alcançar uma posição relevante nos meios de comunicação e nas redes sociais. O seu modo de funcionamento permite-nos compreender como podemos agir com vista a alcançar mais seguidores e interações.

A nível de fotojornalismo do cidadão, seguimos o *Everyday*. Como já observámos, o *Everyday* foi o projeto que nos inspirou a criar a página do *Onde o Silêncio Está*. A nível da sua atuação, importámos a utilização do *Instagram* para criar o nosso projeto. Além disso, a sua missão de querer desafiar as representações sociais visuais, foi o que nos inspirou a criar este projeto. O seu modo de interação com os colaboradores é bastante descomprometido e simples, bastando que todos tenham acesso às credenciais para poderem publicar. No entanto, não achamos que esta estratégia, adaptando-a ao nosso contexto, será bem-sucedida, pelo que iremos seguir o exemplo da CCA, que tem um grupo onde estão os colaboradores mais frequentes e vão-se comunicando por aí. Acreditamos que este método comunicacional funcionará melhor no nosso contexto, que compreende várias vivências distintas e onde pretendemos fazer uma planificação das publicações e promover uma coesão grupal maior. Adicionalmente, pretendemos criar uma rede descentralizada e que seja composta por fotografia amadora e participativa. Neste caso, a página da CCA é mais enriquecedora, pois posta crónicas e artigos, e às vezes, até fotografias, de cidadãos, enquanto que o *Everyday*, mantendo o seu carácter aberto, na maioria das vezes é desenvolvido por fotojornalistas ou fotógrafos profissionais. Note-se o exemplo do *EverydayCovid*¹⁷ que se instalou em Portugal a propósito de retratar a pandemia. Esta página é gerida por fotojornalistas.

Para a construção de um projeto de fotografia participativa, baseámo-nos no Transit Tales (2018). Através desta iniciativa internacional com refugiados, conseguimos aprender sobre como a fotografia participativa funciona na prática, através dos vários casos e atividades apresentadas no seu manual. Tendo em consideração que o *Onde o Silêncio Está* irá funcionar a nível virtual, pretendemos adaptar as atividades remotamente, explicando como se processa a fotografia participativa e facilitando momentos de *consciencialização*, quando necessário. Adicionalmente, queremos adaptar o manual do Transit Tales a mais públicos, ou seja, a todas

¹⁷ <https://www.instagram.com/everydaycovid/>

as minorias que mencionámos, uma vez que o projeto deles apenas foca o contexto dos refugiados.

Para a divulgação das fotografias e da nossa página, pretendemos rastrear as pisadas do *Everyday* e da *Comunidade de Cultura e Arte*. Ainda assim, achámos imprescindível contar com o apoio de uma *influencer*, para aprender estratégias de marketing digital. Assim, contactámos uma tatuadora brasileira com mais de 14 mil seguidores para compreendermos de que forma poderemos alcançar mais pessoas e obter maior interação com os nossos *posts*. Ela explicou-nos sobre as melhores horas do dia para colocar *posts*, que não devem ser diários, como interagir com os *Stories* e como utilizar os # a nosso favor.

Além destes, pensámos em outros projetos nacionais que nos motivam e nos inspiram, na mesma linha de atuação e com igual utilização de métodos audiovisuais, como *Um Estranho por Dia*. Ainda que este projeto tenha terminado há quase dois anos, a ideia de retratar e dar voz a pessoas que não seriam normalmente fotografadas e escutadas, transparece na nossa proposta. O *Integrar pela Arte* (do Movimento de Expressão Fotográfica) trabalha com a integração social, tendo como recurso as imagens fotográficas, mostrando um outro lado do fotojornalismo do cidadão, o quotidiano, com temas que abrangem, principalmente, memória, identidade e território. Tal vai de encontro à missão do *Onde o Silêncio Está*. Os projetos enunciados, além de nos fornecerem uma base acerca das iniciativas de arte participativa em Portugal, permitem-nos compreender que pretendemos caminhar no sentido de criar uma mudança com a comunidade, aliás, que a transformação social seja feita pelas comunidades.

3.5 Diagnóstico da procura, dos públicos alvos e dos destinatários

A procura por conteúdos que desafiem as representações é cada vez maior (Erigha, 2015). A crescente mobilização em protestos, manifestações e movimentos da resistência de minorias é também um dado que nos leva a concluir que existe um maior interesse em desafiar a ordem social, composta por estereótipos negativos.

Vários estudos sugerem que as redes sociais desempenharam um papel essencial no crescimento e propagação dos movimentos sociais recentes. Mais especificamente, as redes sociais fornecem uma plataforma para o público obter notícias políticas, discutir assuntos atuais e injustiças, aderir a causas políticas e sociais, obter informação que mobilize, e formar uma identidade coletiva (Lee, 2020, p.1)

Tendo em consideração o papel das redes sociais no ativismo recente dos movimentos sociais, podemos prever que há interesse no envolvimento com a nossa plataforma, uma vez que o *Onde o Silêncio Está* será um espaço de reflexão, crítica e mobilização (reflexão-ação,

na terminologia de fotografia participativa) das problemáticas experienciadas pelos nossos participantes. Todavia, a adesão do público, tanto de colaboradores, como seguidores, pode ser condicionada por falta de recursos económicos (o que limita a utilização de um telemóvel e acesso a redes sociais) e por falta de tempo em engajar no projeto. A capacidade de mobilidade pode limitar o tipo e quantidade de fotografias.

3.5.1 Perfil tipo do público alvo e dos destinatários do projeto

O nosso projeto pretende atuar a nível nacional, dando primazia aos retratos realizados por grupos minoritários. Enquanto minorias, estes têm dificuldades estruturais no acesso à cultura, à educação, ao trabalho e à saúde.

Portugal é um país com mais de 10 milhões de habitantes. Como manifestamos anteriormente, pretendemos que o nosso projeto seja direcionado às comunidades marginalizadas, como: imigrantes, refugiados, requerentes de asilo, comunidade cigana, comunidade LGBTI+, negros, pessoas com deficiências, moradores de zonas periféricas das grandes áreas metropolitanas e de zonas rurais, repúblicas de Coimbra, entre outros espaços de resistência, como coletividades, associações e organizações que representem ou trabalhem com os públicos citados. Não existem registos de dados demográficos na maioria dos casos mencionados, ainda assim queremos deixar algumas notas sobre a discriminação destes grupos e algumas estatísticas importantes de se considerar nestes contextos.

A estrutura global da sociedade portuguesa caracteriza-se por uma crescente desigualdade, o que coloca o país no grupo dos países da União Europeia com maior desigualdade (Schraad-Tischler, 2015). O alto-comissário para as Migrações afirmou, em 2019¹⁸ que a comunidade cigana em Portugal é de 37 mil pessoas, sendo que 91,3%, não têm o 3.º ciclo do ensino básico. O mesmo relatou que o país já recebeu 1.331 refugiados que estão espalhados por mais de 92 municípios, dos quais 767 vieram da Síria (461 são crianças), sendo que 16 já nasceram em Portugal. Os dados apresentados mostram que 100% dos refugiados têm acesso à saúde, 94% acesso à aprendizagem da língua, 94% acesso à escola e 38% a trabalho e formação.

Através dos dados publicados pelo SEF em 2019¹⁹ viviam em Portugal cerca de 580 mil imigrantes, o que representava cerca de 5% da população total do país. As maiores comunidades

¹⁸ <https://www.dn.pt/lusa/comunidade-cigana-em-portugal-e-de-37-mil-individuos-e-913-nao-tem-o-3o-ciclo-8490570.html>

¹⁹ <https://www.sef.pt/pt/pages/conteudo-detalle.aspx?nID=92>

de imigrantes que representam 90% dos imigrantes em território português, são oriundas do Brasil (17%), Cabo Verde (14%), Ucrânia (9%), Angola (8%), Guiné-Bissau (6%), Reino Unido (6%), Roménia (5%), Espanha (5%), Alemanha (4%), Moldávia (4%), São Tomé e Príncipe (4%), China (3%), França (3%) e Rússia (2%), entre outros que representam os restantes 10%.

Dado que os dados relativos à imigração ilegal não existem, por a sua obtenção ser de extrema dificuldade, investigadores e teóricos da imigração assumem que, em condições normais, a taxa de imigração ilegal corresponde a cerca de 10 por cento da imigração em situação regulamentar (Santos, 2007, p. 100)

Assim, podemos ter uma estimativa da quantidade real de imigrantes no nosso país. Ainda que, segundo o último Eurobarómetro, a sociedade europeia esteja a tornar-se mais tolerante, a maioria dos europeus acredita que a discriminação é comum, sendo que 67% dos portugueses reconhecem que a discriminação em função da etnia está profundamente difundida no país (European Commission, 2019). Tal pode motivar a adesão e apetência ao nosso projeto.

Relativamente a pessoas com deficiências estão contabilizadas mais de 1 700 000 pessoas com pelo menos uma incapacidade, destas quase meio milhão não conseguem de todo executar uma ação, como ver, ouvir, andar, tomar banho, vestir-se ou até compreender os outros ou fazer-se compreender, de acordo com os censos de 2011 (Instituto Nacional de Estatística, 2012).

Não se realizam censos étnico-raciais, nem sobre orientação sexual, por isso não conseguimos obter informação demográfica detalhada sobre estes grupos. No entanto, um estudo europeu realizado em 2018 sobre racismo cultural e biológico, detetou que mais de 40% dos portugueses acredita em racismo biológico, e mais de 50% dos portugueses manifestava racismo cultural (Ramos, 2018). Deste modo, o racismo é uma realidade presente em Portugal que queremos trabalhar com as comunidades. De igual modo, a discriminação por orientação sexual, identidade de género ou expressão de género ainda é marcante no país, tendo se assinalado 171 queixas, em 2019 (Observatório da Discriminação Contra Pessoas LGBTI+, 2020).

Relativamente aos moradores das zonas periféricas das grandes áreas metropolitanas, Lisboa e Porto, o fenómeno da gentrificação tem empurrado os habitantes das cidades cada vez mais para as suas zonas circundantes.

A intensificação da turistificação caminhou lado a lado com a gentrificação, uma vez que os investimentos imobiliários em edificado degradado e ocupado pelas classes populares proporcionam um *rent gap* que aumenta exponencialmente o valor das casas e terrenos, expulsando os habitantes para lugares que não desejam e recompondo, a um ritmo vertiginoso, a composição social da urbe (Barbosa e Lopes, 2019, p.9).

Considerando a gentrificação como uma forma de discriminação económica, pretendemos que o *Onde o Silêncio Está* seja uma plataforma para as vozes dos moradores das periferias e das vítimas da gentrificação, por isso também os identificámos como fazendo parte do nosso público-alvo.

O conjunto de organizações, associações, coletividades, grupos informais e outros espaços de resistência também pertence ao nosso público-alvo. A informação sobre estas entidades é demasiado vasta e dispersa para ser, *a priori*, recolhida por relatórios ou diagnósticos. Assim, iremos elaborar um mapeamento destas organizações para as contactar e sugerir colaborações, com base em critérios da sua atuação enquanto representantes de minorias. Em relação às Repúblicas de Coimbra, existem 24 e são igualmente públicos que queremos captar, pois alguns destes espaços destacam-se como um universo jovem, de resistência, representação e acolhimento de imigrantes, LGBTs e outras vivências marginalizadas.

3.6 Diagnóstico do contexto territorial de intervenção do projeto

3.6.1 Características do tecido cultural local e nacional e importantes agentes culturais

As características culturais de Portugal são um dado importante na contextualização e planificação de um projeto, uma vez que podem condicionar o modo como os públicos interagem com o nosso projeto. A nível nacional, os principais agentes culturais são as indústrias da cultura, nomeadamente os concertos e festivais de verão/música. Também é de salientar o domínio desportivo, nomeadamente o futebol, que constitui o maior fenómeno cultural em termos nacionais. Para Marcel Mauss (citado por Neves, 2013), o futebol é um “facto social total”, ou seja, “um fenómeno que mobiliza a quase totalidade de uma sociedade e das suas instituições, impondo uma centralidade social e cultural devido à sua popularidade e universalidade inegáveis” (Neves, 2013, p.1).

Segundo dados da Eurostat (2016) Portugal é um dos países europeus com menores hábitos culturais, apresentando os índices mais baixos de participação e acesso na leitura, nos concertos, teatro e artes performativas. A maioria dos portugueses não leu um livro no decorrer

de 12 meses, enquanto que 54% da população leu diariamente um jornal, apenas 37% foi pelo menos uma vez ao cinema em 12 meses, 41% visitou pelo menos uma vez um local cultural (museu, monumento, etc.) e 56% dos portugueses assistiu pelo menos uma vez a um espetáculo ao vivo.

Os agentes culturais relevantes para o desempenho do nosso projeto são as organizações, coletividades e grupos das comunidades minoritárias com quem queremos trabalhar assinaladas no mapeamento, e as iniciativas e projetos demarcados no *benchmarking* e na apresentação do projeto, como fontes de influência.

A nível nacional, seguindo o panorama mundial ocidental, têm-se verificado um predomínio do digital na vida das pessoas, o que pressupõe também a sua introdução nos hábitos culturais dos portugueses. Com a pandemia de Covid-19 e a quarentena, muitos bens e consumos culturais fizeram a sua migração para o espaço virtual, tendo-se multiplicado as exposições, *lives*, conferências *online* e *streamings* em direto, e a tendência é para um acentuado crescimento dessas iniciativas digitais. O projeto *Onde o Silêncio Está* pretende seguir esta tendência. Assim, consideramos que o projeto pode impactar positivamente os nossos parceiros e numa perspetiva mais lata, outras organizações e iniciativas culturais de modo a que recorram a mais processos de virtualização das suas ofertas e projetos.

No que respeita às práticas e consumos culturais das comunidades minoritárias, a sua precarização estende-se também a esta esfera, dado que a marginalização de que estes grupos é alvo, faz com que o seu acesso à cultura seja inferior ao resto da população. Como aponta Victor Melo sobre o acesso das minorias ao lazer “(...) é necessário questionar um mercado claramente seletivo, somente acessível em toda a sua plenitude aos privilegiados economicamente, e a ação da industrial cultural, cada vez mais forte, propagando uma visão de cultura linear, superficial e unidimensional (...)” (Melo, 2003, p. 23).

Considerando o projeto do *Onde o Silêncio Está* como uma iniciativa cultural, no seu sentido mais lato, importa compreender a forma como as nossas audiências vivem a cultura. A maioria dos grupos minoritários em Portugal está envolvido com a cultura através de programas e projetos de inclusão social pelas artes e pela cultura (como iremos ver de seguida) ou, numa percentagem mais relevante, têm os seus próprios hábitos culturais que não podem ser desvalorizados como práticas culturais. No domínio da comunicação social, constituinte forte da cultura de um país, observámos como os enquadramentos visuais, as narrativas e os discursos são pautados por uma discriminação assente em preconceitos e estereótipos (Santos, 2007;

Obercom, 2003; Santos, 2009; Correia e Neves, 2010). Estas representações discriminatórias acabam muitas vezes moldando a própria experiência de socialização das pessoas e o modo como se identificam (Esteves, 1999).

3.6.2 Políticas públicas que afetam o projeto

O nosso projeto enquadra-se com as políticas públicas de inclusão socioculturais, porém elaboramos uma discussão a estas. O Programa Escolhas (PE), gerido pelo Alto Comissariado para as Migrações (ACM), assinalou o início de uma política pública de inclusão sociocultural pautada pela participação juvenil, o desenvolvimento sustentável e pela prevenção de conflitos e da criminalidade, nomeadamente entre aqueles que se encontravam em situação de “vulnerabilidade social e económica” (Raposo e Aderaldo, 2019), o que se pode traduzir para as comunidades minoritárias. Nos anos seguintes, mudou a sua missão para uma de inclusão social, ainda que a ideia continue a ser a de prevenção da criminalidade entre os jovens de bairros precários (Raposo e Aderaldo, 2019).

Essa visão redutora acaba por desvalorizar os efeitos das políticas económicas e sociais que precarizam a vida dos jovens abrangidos pelo PE, cristalizando os estereótipos que os consideram como inerentemente “problemáticos” e “marginais”. Por outro lado, as dificuldades de “integração juvenil” na sociedade portuguesa são circunscritas aos ciganos e à chamada “segunda geração de imigrantes”, o que se torna evidente pelo facto de o PE estar ao abrigo do ACM. De facto, esta é a instituição estatal de referência para as questões de cidadania, cultura e política associadas àqueles que conformam o “outro” por excelência na sociedade portuguesa: ciganos, negros, imigrantes (Raposo e Aderaldo, 2019, p. 115).

Além do PE, o ACM é responsável pela implementação de um conjunto de medidas de políticas de inclusão social para as minorias étnicas, como por exemplo, a Estratégia Nacional para a integração das comunidades ciganas: o acesso à educação, ao emprego, aos cuidados de saúde e à habitação (Resolução do Conselho de Ministros n.º 25/2013, Diário da República 1.ª Série, n.º 75). No âmbito da integração social de imigrantes, em 2007 e 2010, “Portugal aprovou dois planos para a integração dos imigrantes (PII), os quais fizeram uma sistematização das medidas escolhidas para promover a integração dos imigrantes residentes” (Costa, 2016 p.1). Porém, estas medidas são também reveladoras de uma discriminação subtil, pautando-se de um discurso de multiculturalidade, que institucionalmente não problematiza os estereótipos sobre minorias na sociedade portuguesa. Ainda assim, é importante reconhecer este conjunto de políticas públicas, uma vez que atuam em campos semelhantes ao do nosso projeto, considerando, por exemplo, as mesmas audiências. Todavia, o *Onde o Silêncio Está*, apesar de poder aparecer relacionado com estas medidas, demarca claramente o seu carácter de inversão

das lógicas de poder. Enquanto que nestas medidas de inclusão social, caracterizadas ultimamente pelo desenvolvimento de públicos, temos associada uma visão paternalista da cultura (Lopes, 2009), que não representa de todo aquilo que o nosso projeto se propõe a fazer.

3.6.3 Identidade cultural coletiva

Neste ponto é crucial distinguir entre a identidade cultural portuguesa e a identidade cultural das minorias, ainda que reconhecendo que estas não representam grupos homogêneos em termos culturais, utilizamos esta denominação para determinar estas comunidades que tem menos poder por comparação com outros grupos, principalmente os homens brancos portugueses, de classes médias elevadas (Melo, 2003).

A identidade cultural coletiva de Portugal assenta na composição de um “nós” em oposição ao “outro”. Esta é uma construção ora una e homogênea – que pressupõe a ideia essencialista do povo português como o mais antigo da Europa, que mantém as suas tradições, códigos e significados há mais tempo –, ora da construção hegemónica da diversidade cultural e do multiculturalismo, que remonta ao *lusotropicalismo* de Gilberto Freyre (1942), altamente difundido por Salazar numa época de analfabetismo imenso (Ribeiro, 2018). Este binómio da identidade cultural de Portugal é reproduzido nos *media* e nos discursos institucionais.

A ditadura, a guerra colonial e a Revolução foram eventos traumáticos, que acabaram por moldar os discursos públicos sobre a identidade nacional, reformulando as memórias coletivas e as fronteiras de grupo internas e externas de uma forma autorreflexiva muito particular. As últimas quatro décadas testemunharam a constante competição na esfera pública portuguesa pela *narrativa única e exclusiva*, que deveria ser hegemónica. Vários grupos – elites, partidos políticos, académicos – competem em relação à interpretação(ões) da ideologia do Estado Novo e da sua construção discursiva da identidade nacional; além disso, de uma forma aparentemente paradoxal, tanto os partidos de esquerda como os de direita discutem sobre quem entende e narra de forma mais convincente “o passado imaginário”, que se mantém fundamental na construção da identidade nacional portuguesa. Este passado tende a voltar ao século XVI, considerado como o momento glorioso da história nacional e coletiva portuguesa, o período histórico que Oliveira Salazar elegera para simbolizar a grande portugalidade. (Ribeiro, 2018, p. 314).

De acordo com Billig (1995 citado por Ribeiro, 2018, p. 319) as elites não só determinam os discursos sobre identidade nacional e pertença, como estipulam aquilo que é a norma nacional, ou seja, como é suposto ser-se naquela cultura. Estas estratégias discursivas são instrumentalizadas a fim de criar um sentido de pertença e coesão nacional (Ribeiro, 2018). Assim, as comunidades marginalizadas são reiteradamente vistas como o “outro”, uma vez que

não se enquadram nesta norma da identidade coletiva nacional, e até que o *multiculturalismo* assim o pressupõe.

Os imigrantes, por exemplo, vivem uma situação de dualidade cultural ou biculturalismo, pois necessitam manter sua própria cultura e ao mesmo tempo adotar a cultura imposta pelas sociedades de acolhimento. Esses indivíduos carecem de integrar-se, e por outro lado, conquistar um espaço nas sociedades receptoras superando a hierarquia cultural que desprestigia as minorias pobres. Convivem com dilemas pessoais constantes, pois são desafiados a transpor preconceitos e revelar quanto as diversidades culturais podem ser enriquecedoras, válidas e tão significativas como a própria (Merçon, Rodrigues e Santos, 2012, p.7).

As representações, enquanto processos culturais, estabelecem identidades individuais e coletivas em sistemas simbólicos (Marôpo, 2012). Deste modo, o conjunto de representações discriminatórias sobre comunidades marginalizadas em Portugal, repetido na comunicação social é responsável pela criação de identidades coletivas negativas, tanto a nível de cada grupo em específico, por exemplo, imigrantes, como na assunção coletiva de minorias, enquanto um grupo que se torna mal visto aos olhos da sociedade e, por isso, é marginalizado. O enquadramento mediático de acontecimentos e problemáticas “influencia significativamente as imagens que as pessoas fazem delas mesmas, dos outros, das suas necessidades, dos seus objetivos e das suas relações com os outros” (Correia, 2004, citado por Marôpo, 2012, p.4). Num estudo qualitativo e participativo sobre os impactos que os *media* têm na construção da identidade de jovens de um bairro *problemático* (segundo o discurso mediático) em Lisboa, Marôpo (2012) verificou que os jovens se alinhavam na construção de uma identidade comum: “confrontar uma imagem inferiorizada onde “nós” temos sempre que enfrentar a suspeição e transpor inúmeras barreiras para tentarmos nos relacionar em pé de igualdade com os “outros” e sermos reconhecidos como “pessoas normais”, dignas de respeito” (Marôpo, 2012, p. 13). Tal vem demonstrar-nos como as identidades coletivas das minorias marginalizadas são frequentemente vozes de resistência para manter a sua própria cultura, desafiando ou enquadrando-se na cultura hegemónica vigente.

O nosso projeto visa, precisamente, quebrar com visões fechadas e limitadas da sociedade, e da identidade cultural, “questionando quem tem acesso à implementação da identidade nacional portuguesa, quem controla a sua distribuição, e o quê ou quem é colocado em pano de fundo” (Ribeiro, 2018, p. 13). O *Onde o Silêncio Está* procura romper ideias de identidade una, para dar lugar a imagens de uma sociedade plural que se expande e se adapta à sua vida coletiva: uma vida de culturas múltiplas.

3.6.4 Potenciais parceiros, colaboradores, financiadores e aliados vs. potenciais oponentes, críticos ou dificultadores

Para conhecer melhor o meio em que a nossa iniciativa pretende atuar, procurar-se-á implementar estratégias de estudo do contexto e de parcerias com as associações, organizações, coletivos e grupos de minorias. Tentaremos estabelecer um contacto mais aprofundado com os líderes das comunidades, assim como das juntas de freguesia, dos bairros ou das zonas geográficas retratadas no projeto. Este contacto será da maior importância pois permitirá estabelecer uma boa relação com as pessoas e os seus contextos.

Por outro lado, e como já referimos, a nossa ideia é alinharmo-nos com meios que partilhem os nossos ideais, valores e visão, pelo que procuramos fazer parcerias com meios de (foto)jornalismo alternativo. Sendo que a base do nosso projeto surgiu com a rede *Everyday*, que atua em quatro continentes do globo, um dos nossos principais parceiros seria o *Everyday Covid*, que é uma das suas ramificações em Portugal.

Adicionalmente, pretendemos criar parcerias com redes conhecidas como sendo de jornalismo alternativo e do cidadão, com carácter mais político e social. Entre elas encontram-se: *Shifter*, *Comunidade Cultura e Arte*, *Divergente*, *RUC*²⁰, *Jornal Mundus*²¹, *Fumaça*²², *Jornal Mapa*²³, *Qi News*²⁴ e o meio mediático brasileiro que se vem afirmando no território português, a *Midia Ninja*²⁵. Além destes, procuraremos o contacto com plataformas que intentam tornar o acesso às artes mais democrático, abrangendo uma parte maior da população, tal como o *Acesso Cultura*²⁶, *Galeria de Arte Urbana*²⁷ e os já mencionados projetos de fotografia participativa.

Como o nosso objetivo é dar voz aos habitualmente silenciados e invisibilizados, contactaremos coletivos como os antirracistas, feministas, LGBTs, imigrantes e ciganos para conseguir uma maior representatividade possível, criando parcerias. Entre estes coletivos contam-se entidades como a *rede UMAR*²⁸, que se estende de norte a sul no território português, dando uma possibilidade de interação com a luta em território lusitano continental e nas ilhas,

²⁰ <https://www.ruc.pt/>

²¹ <https://linktr.ee/mundus>

²² <https://fumaca.pt/>

²³ <https://www.jornalmapa.pt/>

²⁴ <https://www.qinews.pt/>

²⁵ <https://midianinja.org/>

²⁶ <https://acessocultura.org/>

²⁷ <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>

²⁸ <http://www.umarfeminismos.org/>

e o núcleo *Antifascista*, que também se alarga a território nacional, mas não se desvinculando das causas locais também. Para exemplos mais regionais, pensamos em contactar o *Núcleo Antirracista de Coimbra*²⁹, *LGBTI Viseu*³⁰, *INMUNE*³¹, entre outros. Para finalizar, o último grupo que pensamos ter como parceiros, colaboradores e aliados são algumas das *Repúblicas de Coimbra* que se mantêm para dar voz aos grupos silenciados e que têm grande parte dos seus moradores atuais como imigrantes, LGBTs e pessoas de outras partes do território português. A vida nas Repúblicas é, em si, um diálogo intercultural, cujo apoio e figuração gostaríamos de ter. Além do mais, estes espaços são marcados por histórias e moradores que poderão ser possíveis fotógrafos participativos.

3.6.5 Principais influenciadores das atitudes e comportamentos locais nos domínios em que o projeto vai intervir

Onde o Silêncio Está é um projeto de natureza cultural, participativa e informacional. Deste modo, pela sua natureza, os principais influenciadores das atitudes e comportamentos em relação ao projeto serão: a) Os órgãos de comunicação social tradicionais; b) As comunicações independentes; c) Todo o conjunto de associações, coletivos e organizações que atuem com as minorias e com que queremos trabalhar; e d) Os indivíduos que sejam reconhecidos como líderes formais ou informais dessas comunidades.

Importa ainda mencionar a mobilização que *influencers* do *Instagram* podem ter nas atitudes e comportamentos relativos ao nosso projeto. Podendo, assim, contribuir para a divulgação e adesão à iniciativa. Como pontuado por Serafinelli (2018), o *Instagram* é um espaço que se tem manifestado como plataforma de ativismo digital. Acreditamos que com o apoio de estratégias de marketing digital e dos *insights* da *influencer* que contactámos, o *Onde o Silêncio Está* possa crescer e ganhar o seu espaço mediático.

4. Resultados Preliminares

4.1. Criação da Página *Onde o Silêncio Está*

Em agosto de 2020 nasceu na plataforma de partilha de fotografias *Instagram*, a página do *Onde o Silêncio Está*. Para o efeito foi necessário gerar uma conta de e-mail para associar ao projeto e criar, de igual modo, uma conta no *Instagram*. Como tal recorremos ao serviço de *webmail* Gmail, uma vez que nos oferece a possibilidade de criar e guardar documentos numa

²⁹ <https://www.facebook.com/N%C3%BAcleo-Antirracista-de-Coimbra-104456604506085>

³⁰ <https://lgbtiviseu.wixsite.com/lgbtnews>

³¹ <https://www.facebook.com/INMUNE.PORTUGAL>

Cloud (local de armazenamento de ficheiros *online*) de 15GB. O Google Drive, onde está inserido o Gmail, Word, Forms e outros, é o *software* mais utilizado pelos utilizadores³² Escolhemos este sistema pois permite centralizar as demandas do nosso projeto num único lugar (por exemplo, pela possibilidade de criar formulários que usamos para recrutar participantes, como será mais à frente explanado). De seguida, criámos a página de *Instagram* que veio alojar o nosso projeto.

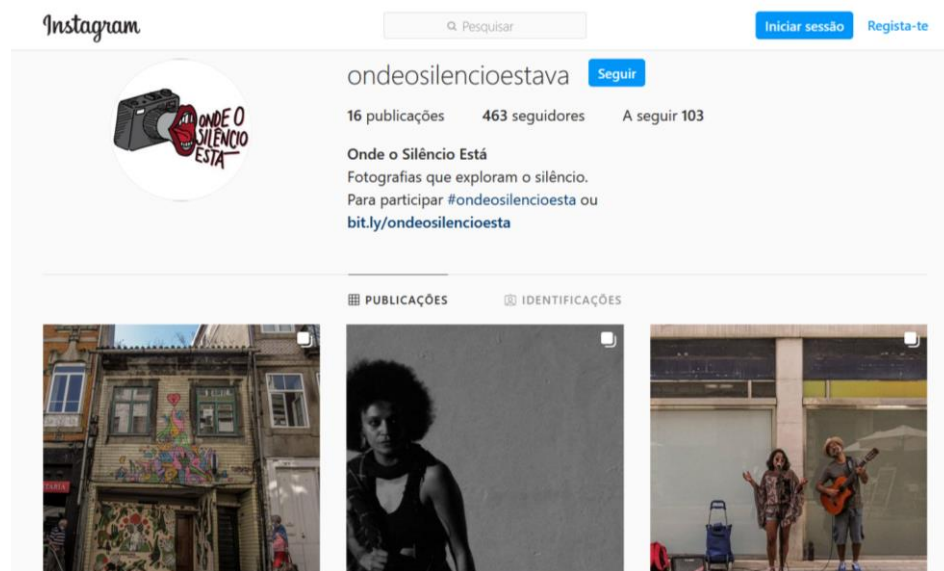


Figura 1 – Página de *Instagram* de *Onde O Silêncio Está*

O logótipo original foi desenvolvido por um estudante de design entusiasta desta iniciativa, de forma voluntária e gratuita, a pedido nosso. A ideia foi através do logótipo representar a missão principal do nosso projeto: explorar as realidades silenciadas, através de fotografias. Fazendo mais uma vez um paralelo com a célebre frase de Amy Goodman “vai onde o silêncio está e diz algo”. Neste caso, quisemos revoltar a ideia um tanto calma, segundo uma interpretação linguística semiótica, de “dizer algo”, daí que na imagem a boca esteja a gritar, simbolizando aqui o que pretendemos com as nossas fotografias, gritar perante a invisibilidade.

4.2. Recrutamento dos primeiros colaboradores

De modo a conseguir conteúdo para publicar na nossa página contactámos 4 pessoas conhecidas, que praticavam fotografia nos seus tempos-livres e que correspondiam aos nossos públicos alvo (imigrantes brasileiros, jovens rurais, lésbicas e antirracistas). Este grupo inicial permitiu estabelecer, como previsto na planificação do projeto, uma rede de participantes assíduos, que ficassem responsáveis por captar as primeiras fotografias e as primeiras histórias

³² <https://www.g2.com/categories/cloud-content-collaboration>

para a nossa página e, assim, impulsioná-la. Adicionalmente, foi constituído um grupo com estes participantes e as fundadoras do projeto, na plataforma de comunicação WhatsApp, de modo a facilitar a partilha de fotografias, legendas, comentários e outras questões. Este grupo serviu também para marcar uma reunião de apresentação do projeto e outras reuniões para fazer um ponto de situação acerca das colaborações, ideias, dúvidas e outros assuntos. Os temas das reuniões são pensados e propostos antes por todos os elementos, havendo tempo e espaço extra para qualquer questão momentânea. As reuniões foram realizadas de forma virtual e presencial.

Durante a reunião de apresentação foram apresentadas aos participantes as condições da sua participação, clarificando a sua responsabilização pelas imagens e eventual infração de leis. Este consentimento informado foi entregue para salvaguardar questões relacionados com a infração dos direitos de privacidade e imagem, num esforço simultâneo para eliminar a presença de uma autoridade invisível (Wang e Redwood-Jones, 2001), como já observámos na secção 3.

Com o decorrer do tempo a utilização deste grupo tornou-se menos frequente e os participantes contactavam a organização do *Onde o Silêncio Está* individualmente para planear publicações. Tal pode estar relacionado com o facto de o grupo e a iniciativa terem sido criadas de forma virtual, como reflexo do distanciamento social requerido pela pandemia de Covid-19, e pelo esforço acentuado da virtualização da vida. Tal pode ter provocado uma falta de sentimento de coesão grupal, como proposto por Silva (2008) no referente à efemeridade das relações. A opção de criar um projeto e uma rede virtual surgiu precisamente da necessidade de repensar os espaços e ações, quando uma pandemia nos obriga ao confinamento. Seguindo o exemplo de muitas outras iniciativas que surgiram já durante a pandemia (a título de exemplo o *EverydayCovid*) e outras que se viram obrigadas a migrar para a *web*, o *Onde o Silêncio Está* quis se destacar pela virtualidade do seu trabalho.

Até à data, a maioria das fotografias postadas foram graças aos nossos colaboradores individuais. A título de exemplo seguem-se algumas das fotografias publicadas na nossa página.



Figura 2 – Fotografias de músicos de rua em Coimbra, 2020.



Figura 3 – Série fotográfica sobre as manifestações antirracistas, em Coimbra, 2020.



Figura 4 – Série fotográfica assinalando o *Black Lives Matter*, em Coimbra, 2020.

Consideramos que as figuras 2, 3 e 4 são ilustrativas de casos de fotografia participativa, uma vez que foram desenvolvidas por membros das respetivas comunidades e as legendas revelam uma *consciencialização* (segundo a terminologia de Freire, 1987).

Mais concretamente, a Figura 2 foi capturada por um dos nossos participantes que é imigrante brasileiro em Portugal. Ao representar os seus amigos, músicos de rua e também, ele e ela, imigrantes brasileiros em Portugal, o participante coloca-se num lugar de reflexão-ação acerca da sua *realidade social pessoal*, como se pode observar pela legenda no *Instagram*, e simultaneamente, pela fotografia em si. No entanto, este exemplo não revela uma demanda de mudança social ou política, nem nenhuma crítica a estruturas opressivas de poder, como seria expectável nos pontos 4 e 5 da fotografia participativa (Voigt, 2015) – secção 2.11. Este é mais um caso de contemplação da cultura brasileira. Ainda assim, pode-se argumentar que a ocupação das ruas com artes é uma forma de resistência.

A arte na rua não é mendicância, tampouco deveria representar um delito. Como contraponto do estigma social, que advoga que os perigos circulam pelas ruas, talvez seja possível encontrar o grande ato transgressivo das artes nas ruas na contemporaneidade: uma forma de resistência ao sistema capitalista neoliberal. (Falcão e Gomes, 2018, p. 15).

Adicionalmente, a ocupação das ruas com música brasileira, por imigrantes brasileiros, pode se considerar uma afirmação pública da identidade cultural destes e, por isso, uma contestação à estrutura colonial portuguesa.

A figura 3 e 4 foram desenvolvidas por participantes diferentes, porém ambos conscientes do seu lugar na comunidade antirracista, enquanto apoiantes dessa luta. Nas duas circunstâncias estamos perante fotografias participativas, pois ocorre uma *consciencialização* da realidade negra e uma crítica às estruturas de poder, nomeadamente do racismo, enquanto consequência dos mais de 500 anos de império colonialista português, e do privilégio branco. Para Boaventura Sousa Santos (2003) as atitudes e comportamentos racistas, em Portugal, são reveladores do seu sistema colonial. As críticas feitas nas legendas 3 e 4 das séries fotográficas servem como um alarme de mudança, manifestando assim uma tomada de ação, como é característico da fotografia participativa (Wang, 1999; Voigt, 2015; Transit Tales, 2018). Embora os *media* tradicionais tenham publicado notícias e reportagens a nível nacional sobre os protestos “Black Lives Matter” e “pelas vítimas do racismo” (pelo assassinato de Bruno Candé), a maioria não evidenciou claramente o problema do racismo. Como observamos na revisão de literatura, a generalidade dos jornalistas e das agências de notícias, ao publicarem matérias sobre o racismo, não reconhecem o problema estrutural deste, e caem muitas vezes em simplificações que acabam por reproduzir o racismo, seja através de paternalismo ou privilégio branco (Santos, 2007; Suárez-Krabbe, 2012).

4.3. Mapeamento de organizações parceiras e recrutamento

Tal como sugerido na secção 3, recorremos ao mapeamento de organizações, coletividades, associações e grupos informais que trabalham ou representam determinadas minorias que entendemos como nossos público-alvos. Para elaborar a pesquisa definimos 5 pontos do país (Lisboa, Porto, Algarve, Alentejo e Coimbra) e através do motor de pesquisa do Facebook fomos procurando páginas relacionadas com “imigrantes”, “lgbt”, “antifa”, “antirracista” e afins. Optámos por realizar esta busca no Facebook, pois esta rede social, através do algoritmo pela qual opera, sugere páginas relacionadas com a primeira pesquisa, o que neste caso facilita o processo de mapeamento. Foram identificadas mais de 70 organizações (anexo 1), que posteriormente foram contactadas através de e-mail e chat do *Instagram*, com o propósito de convidá-las a participar no nosso projeto, explicando a missão do *Onde o Silêncio Está*, e o motivo pelo qual acreditávamos que o seu trabalho se alinhava connosco. Enviámos, igualmente, o *link* para a nossa página de *Instagram* e para o formulário de submissão de fotografias.

O formulário para submissão de fotografias foi elaborado através da plataforma *Forms*, disponível no *Google Drive*. Foi pensado como uma ferramenta que atrairia novos participantes, simplificando o processo de partilha de fotografias e legendagem das mesmas. O formulário oferece de igual modo uma breve contextualização sobre o nosso projeto, como está demonstrado na Figura 5.

Colaboradores para "Onde o Silêncio Está"

Onde o Silêncio Está é um projecto de fotografia participativa que surge com o propósito de romper com as imagens estereotipadas e elitistas que retratam determinados grupos de maneira discriminatória, reproduzidos na sociedade portuguesa. Entre esses grupos encontram-se imigrantes, refugiados, requerentes de asilo, comunidade cigana, comunidade lgbti+, negros, idosos, moradores de zonas periféricas das grandes áreas metropolitanas, moradores de zonas do interior rural português, repúblicas de Coimbra, entre outros espaços de resistência.

O projeto quer dar voz às pessoas através das imagens, e por isso é formado por todos, num carácter aberto, colaborativo e descentralizado. Cada pessoa (independente da sua experiência fotográfica) pode participar com fotografias que retratem esses quotidianos. Para aliar-se, basta ir onde o silêncio está e dar-lhe mais visibilidade, fazendo paralelo a Amy Goodman, "vá onde o silêncio está e diga algo".

Para submeter a sua foto basta apenas responder às breve questões abaixo. Obrigada pela sua participação!

O nome e a foto associados à sua Conta Google serão registados quando carregar ficheiros e enviar este formulário. O email ondeosilencioesta@gmail.com não lhe pertence? [Mudar de conta](#)

***Obrigatório**

Contexto retratado pela fotografia (legenda). *

A sua resposta

Localização da fotografia (para mapeamento regional). *

A sua resposta

Nome social. *

A sua resposta

Rede social, caso desejes identificação no post.

A sua resposta

E-mail

A sua resposta

O que te motiva a participar em "Onde o Silêncio Está"? *

A sua resposta

Submissão da fotografia.

[Adicionar ficheiro](#)

Submeter

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Figura 5 – Formulário de participação para o *Onde o Silêncio Está*.

Após os vários e frequentes contactos estabelecidos com as organizações e coletividades, conseguimos criar parcerias com 4 coletivos diferentes: Associação Bué Fixe (uma associação juvenil na Amadora que promove atividades culturais e de cidadania ativa nesta área da grande Lisboa); a Plataforma Fernanda Mateus (o coletivo antifascista de Coimbra); o ATIVXS.PT (um canal de jornalismo multimédia do cidadão de movimentos de resistência, incorporando assim outras associações e coletivos, como por exemplo do *Habita*, um coletivo imigrante e contra a gentrificação de Lisboa e Porto); e ainda, a SESLA (a Secção de Escrita e Literatura da Associação Académica de Coimbra). Através destas parcerias conseguimos alcançar realidades invisibilizadas, cuja participação no projeto forneceu maior amplitude às suas atividades, conferindo uma abertura a um novo espaço virtual de reflexão e problematização de algumas temáticas. A título de exemplo seguem algumas imagens:



Figura 6 - Série fotográfica enviada pela Associação Bué Fixe.

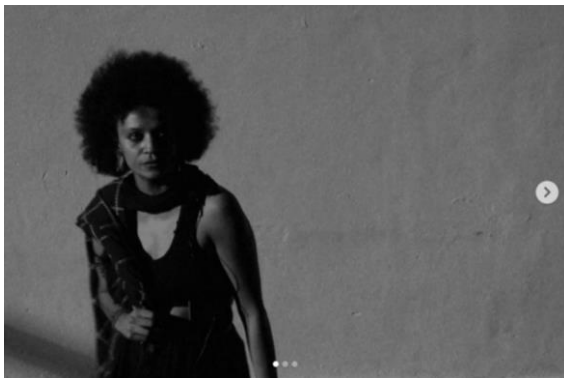


Figura 8 - Série fotográfica do Slam das Minas.



Figura 7 - Série fotográfica do sarau de poesia feminista.

A Figura 6 é a capa da série fotográfica enviada pela Associação Bué Fixe, a respeito de umas atividades de Slam Poetry desenvolvidas por esta entidade. A aliança entre a Associação Bué Fixe e o *Onde o Silêncio Está*, marcada pela partilha destas imagens, foi um macro, pois assinalou a criação de pontes fora de Coimbra. Trata-se de fotografia participativa pois corresponde a uma representação feita pela associação e por membros da comunidade em questão. Além disso, as próprias atividades e o seu intuito, caracterizando-se como “lutar por um mundo mais igualitário, sem preconceitos, estereótipos, ou exclusão por etnia ou orientação sexual” (na legenda do *Instagram*), são reflexo de uma ação-reflexão. Através desta publicação demos o primeiro passo para alcançar um dos nossos objetivos: construir uma rede virtual de fotografia participativa entre várias organizações.

As Figuras 7 e 8 são ambas da coordenação do SLAM das MINAS (na qual integram SESLA, UMAR, República Rosas de Luxemburgo e República Marias do Loureiro) e dizem respeito a duas atividades desenvolvidas, o sarau de poesia feminista (Figura 7) e a primeira fase do SLAM das MINAS (Figura 8). Considerando que as fotografias e legendas foram elaboradas por mulheres que estavam na organização deste evento, podemos afirmar que são fotografias participativas, pois são representações de dentro desta comunidade, na sua maioria

mulheres imigrantes brasileiras. Estes dois retratos vêm desafiar o preconceito associado às mulheres brasileiras imigrantes em Portugal, correspondente à sexualização, ilegalidade e marginalidade das mesmas (Santos, 2007; Correia e Neves, 2010). Estas caracterizações vêm desafiar noções ocidentais sobre o conhecimento, a inteligência e o intelectual, demonstrando que estas mulheres têm estas competências e vivências. Estas evidências permitem-nos constatar que ambas as situações são relativas a fotografias participativas.

A nível de parcerias de divulgação é de salientar os compromissos com as casas comunitárias: República Marias do Loureiro (que também participaram com uma publicação, aliás foram a primeira fotografia participativa de pessoas coletivas) e a República Rosas de Luxemburgo, que sempre partilhavam no *Stories* das suas contas de *Instagram* as nossas publicações.



Figura 9 - Fotografia enviada pela República Marias do Loureiro.

A Figura 9 foi a primeira publicação que o nosso projeto recebeu. A imagem foi um macro, não só por se tratar da primeira que recebemos, mas também por ter sido desenvolvida por uma pessoa coletiva, entenda-se a República Marias do Loureiro. Nesta fotografia, há uma reflexão associada à problemática da ausência de apoio dos Serviços Sociais da Universidade de Coimbra (SASUC), devido ao estado de emergência implicado pela pandemia de Covid-19. Tal levou a que as residentes tivessem de atuar por conta própria na remoção de manchas de humidade e fungos de bolor na casa de banho, uma tarefa tóxica pelo manuseamento de produtos químicos. Contudo, a *consciencialização* aqui realizada é da tomada de perceção das consequências da vida comunitária e da falha de cuidados dos SASUC. O apoio fornecido pelos SASUC às casas comunitárias de Coimbra trata-se de um direito, implica a entrega de géneros alimentícios, a reparação de problemas na estrutura da casa ou obras, entre outros. A negligência dos SASUC é uma realidade que as Repúblicas se queixam já há alguns anos. Apesar do estado de contingência, com esta fotografia, as Marias do Loureiro contestam o descuido dos SASUC, não por não lhes terem resolvido o problema nesta altura de estado de

emergência, mas pelo facto do problema da humidade já se estar a arrastar, sem que os SASUC o resolvessem durante algum tempo.

No fundo as fotografias elaboradas pelos nossos participantes, tendo ou não um comentário mais politizado, o próprio ato de representar uma comunidade por quem a vive já é suficiente para subverter as lógicas do poder de representação. Este projeto brinca com as fases tradicionais de um projeto de fotografia participativa, uma vez que a segunda, terceira, quarta e quinta fase vão ocorrendo simultaneamente, por diferentes atores, e não se findam no tempo. Tal permite-nos ter mais flexibilidade de trabalho com diferentes públicas e até a nível das publicações.

4.4. Angariação de seguidores

O processo de angariação de seguidores para a nossa página foi elaborado através do método de “bola de neve”, a partir da divulgação da conta de *Instagram* através de amigos, familiares, colegas e conhecidos e por sua vez estes aos seus. Contámos ainda com o apoio das Repúblicas de Coimbra, assim como de algumas organizações e coletivos contactados, para a divulgação. Adicionalmente, seguimos iniciativas relacionadas com fotografia colaborativa, social e participativa e as páginas de associações, organizações, coletivos e grupos que trabalham/representam minorias. Tal permitiu que o *Onde o Silêncio Está* catapultasse a sua interação e dinâmica com seguidores. Conseguimos seguidores inesperados como, o *EverydaySaoPaulo*³³.

De modo a obtermos maior visibilidade e novos seguidores, em meados de agosto, passámos a fazer *posts* sempre com 6 *hashtags* relacionados com a fotografia em específico e com a nossa página. Esta é uma estratégia para aumentar a visibilidade e interação de *posts*, de acordo com vários especialistas em gestão de redes sociais e também pelo próprio *Instagram*³⁴. É recomendado utilizar uma combinação entre # muito populares e # de nicho. Adicionalmente, o *Instagram* também recomenda a criação de uma # própria para a página. Assim, o *Onde o Silêncio Está* criou a #ondeosilencioesta, o que vem também simplificar a participação no nosso projeto, uma vez que encurta o processo de publicação. Deste modo, uma pessoa exterior e interessada em participar, não necessita contactar-nos, nem preencher o formulário. Basta utilizar o nosso # em modo de perfil público que imediatamente, este *post* entra no nosso perfil, após a procura por estes. Estas estratégias de *marketing digital* foram corroboradas pela tatuadora *influencer* que contactamos para o *benchmarking*.

³³ <https://www.instagram.com/everydaysaopaulo/>

³⁴ <https://business.instagram.com/blog/how-to-get-discovered-on-instagram>

5. Discussão dos Resultados, Limitações e Recomendações para o futuro

Existe um debate aceso, desde a criação da *internet*, relativamente ao *world wide web* ser ou não um espaço democrático. Tendo em conta os argumentos liberais, a *internet* possibilitou ao cidadão tornar-se produtor de conteúdos e informação, considerando, como por exemplo, a perspectiva de jornalismo alternativo e do cidadão (Atton, 2009). Não obstante, quando possíveis de ser produzidos, esses conteúdos são criados dentro da dinâmica de capitalismo (Bolaño & Vieira, 2013). Tal significa que as dinâmicas das indústrias capitalistas moldam e organizam as nossas vidas *online*, “ou seja, são empresas que funcionam e obtém lucro com a manipulação (produção/processamento/distribuição) de informações, que representam a nova fase de acumulação capitalista no âmbito da produção capitalista de informações” (Monteiro, 2008, citado por Bolaño e Vieira, 2013, p.5). Assim, torna-se difícil que projetos que desafiam representações estigmatizantes tenham o alcance desejado (de alterar os estereótipos negativos), uma vez que, permanecendo no *online*, estão presos a um novo sistema capitalista, que reproduz as violências do sistema real. Entendendo a invisibilidade ou discriminação visual negativa de certas minorias como uma forma de violência, compreendemos como o sistema neoliberal perpetua estes ataques, a fim de suportar uma hierarquia de classes privilegiadas, mas também como repercussão dos sistemas de organização anteriores (escravatura e patriarcado) (Barroso, 2018; Madeira, 2017).

Com efeito, os indivíduos precisam ser formados, subjetivamente constituídos, para reproduzir em seus atos concretos as relações sociais, cuja forma básica é a troca mercantil. Nisso, resulta o fato de que um indivíduo precisa tornar-se um trabalhador ou um capitalista, ou seja, precisa “naturalizar” a separação entre “Estado” e “sociedade civil”, sua condição social e seu pertencimento a determinada classe ou grupo. Esse processo, muitas vezes, passa pela incorporação de preconceitos e discriminação que serão “atualizadas” para funcionar como modos de subjetivação no interior do capitalismo. (Almeida, 2017, p.3)

Assim, o nosso projeto pode estar perante uma incorporação da discriminação, ainda que seja a um nível mais indireto, na estrutura da *internet* e das suas relações socioeconómicas.

Fazendo um paralelo com situações de crise, Klein (2007) aponta como o capitalismo se aproveita destes momentos de emergência para multiplicar o seu poder, através do aumento das privatizações e desregulamentações a um ritmo radical de mercado livre, que deixa o Estado de fora. Considerando a pandemia de covid-19, a autora aponta como as empresas e indústrias já se começaram a aproveitar da crise sanitária para fazer lucro³⁵. Logo, pode dizer-se que o

³⁵ <https://theintercept.com/2020/03/21/coronavirus-capitalismo-de-desastre/>

Onde o Silêncio Está surge numa altura imprescindível, já que em momentos de crise as desigualdades se tornam mais agudas, nomeadamente para aqueles que já eram vistos como marginais, sendo empurrados cada vez mais para fora.

Ainda outra questão, é a própria presença e acesso à *internet*, um autêntico privilégio de classe, nomeadamente e maioritariamente para os países do hemisfério norte. De acordo com a União de Telecomunicações (2019) na Europa o acesso à *internet* era de 82,5%, enquanto que para África esse valor era de apenas 28,2%. As desigualdades de acesso tornam-se mais prementes num cenário de isolamento, uma vez que aqueles que não têm acesso à *internet*, tornam-se também desprovidos do acesso a informação, a atividades culturais e de lazer (para não mencionar outras), com o encerramento de teatros, museus, cinemas e salas de espetáculos.

Em Portugal, 19% da população residente não tem acesso à *internet* (INE, 2019). Num país envelhecido como Portugal, – o índice de envelhecimento é de 157,4 pessoas idosas por cada 100 jovens, em 2019³⁶ – as implicações da privação de acessibilidade e a iliteracia digital são mais agudas, uma vez que a utilização da *internet* nos idosos é bem mais reduzida. De acordo com o INE (2019), apenas 33% da população com mais de 65 anos utiliza a *internet*, enquanto nas camadas mais jovens a utilização é superior a 90%. Viver numa sociedade mediada por tecnologia a nível cultural, económico e social, principalmente em confinamento, significa que as pessoas atingidas pela exclusão digital têm a sua capacidade de participar na sociedade reduzida (Rebelo, 2015). Tais evidências, de acesso e iliteracia, podem pôr em causa a participação e engajamento dos públicos assim como da produção e divulgação dos conteúdos para o *Onde o Silêncio Está*.

Levanta-se ainda para discussão o facto de as relações virtuais terem uma componente de efemeridade, maior do que as presenciais (Silva, 2008). Tal pode resultar, como já observamos no decorrer deste projeto, num obstáculo ao envolvimento das comunidades. A virtualização destas relações perturba a coesão grupal, pois torna-se mais complicado de manter uma conexão duradoura entre os públicos e o projeto. Tal pode também estar na raiz da fraca adesão dos coletivos ao projeto. Assim, compreendemos como crucial pressionar coletividades e associações já contactadas, de modo a tentar criar uma rede de colaborações mais completa e diversificada, que consiga atingir mais camadas da sociedade, mais comunidades marginalizadas e silêncios que não são expostos. Adicionalmente, é necessário contactar novas entidades com o intuito de promover novas parcerias. Nomeadamente, com iniciativas que

³⁶ <https://www.pordata.pt/Portugal/Indicadores+de+envelhecimento-526>

referimos como exemplo de boas práticas a seguir (secção 3) como o *EverydayCovid* ou o *PhotoVoice Projeto Nunca Pensei em Ser Artista*, que ainda não tivemos a oportunidade de contactar.

No âmbito da melhoria da coesão grupal, pretendemos desenvolver conversas em grupo com maior frequência, por exemplo 1 vez por semana, e utilizar algumas das atividades propostas em *Transit Tales* (2018) para criar um sentimento de grupo. Porém, é necessário ainda adaptar estes exercícios e jogos a um contexto de *internet* e averiguar o interesse em efetivamente executá-los. É importante que as decisões que afetam a dinâmica grupal, sejam tomadas de forma autónoma e consentida (Prins, 2010).

Verificou-se em alguns casos uma certa confusão entre os participantes e inquiridos sobre a fotografia participativa. A propósito de tal, podemos encontrar registos fotográficos não tão politizados e participativos, mas mais como partilhados colaborativamente. Poderão realizar-se sessões de esclarecimento e conversas para ultrapassar esta questão.

Com o objetivo de tornar o nosso projeto mais visível e, desse modo, alcançar *stakeholders e policymakers*, para uma possível mudança em políticas públicas (Voigt, 2015) pretendemos desenvolver uma exibição pública das fotografias. Os moldes desta exibição estão ainda a ser alinhavados, pois a possibilidade de a realizar *online* pode alavancar o seu alcance, nomeadamente em cenário de confinamento, como já observámos. Por outro lado, a opção de realizar esta exibição presencialmente pode acarretar as mesmas consequências a nível de visibilidade. Nada nos garante que algum membro de governo venha assistir à nossa exposição. Daí, estarmos a estudar a hipótese de construir uma exposição a céu aberto, na baixa citadina de Coimbra. Como tal, tomámos o exemplo da *Galeria De Arte Urbana*, a qual organiza exposições de arte urbana nas ruas de Lisboa. Estas estratégias permitir-nos-iam ter um alcance maior, através do qual as demandas de ação-reflexão poderiam ser cumpridas com uma amplitude mais vasta, angariando novos públicos e participantes para o projeto, manifestando novas realidades, tomando consciência de invisibilidades e violências estruturais e tornando mais ensurdecedores os silêncios, apelando a uma mudança dos sistemas opressivos de poder.

6. Conclusão

O presente trabalho resulta da construção de um projeto de fotografia participativa com as comunidades consideradas marginalizadas em Portugal. Como observado, as representações visuais sobre estes grupos estão envoltas em largos anos de precedentes históricos de estruturas hierárquicas de poder (OBERCOM, 2003). Os órgãos de comunicação são um dos engenhos

desta estrutura, contribuindo, por isso, para a reprodução de estereótipos discriminatórios, como racistas, heteronormativos, bifóbicos, xenófobos, machistas, objetificadores e misóginos (Santos, 2007; Santos, 2009; Suárez-Krabbe, 2012). A relativa visibilidade recente fornecida a estes grupos deve-se ao desenvolvimento de movimentos sociais (Santos, 2009). Ainda assim, algumas autoras demonstram como esta visibilidade tem sido negativamente preconceituosa de forma subtil (Suárez-Krabbe, 2012). Para Smith (2020) a história da justiça social está em constante diálogo com o passado e as transformações desejadas são um trabalho inacabado. Por sinal, o Ocidente tem se deparado como uma crescente mobilização de movimentos neofascistas e ultraconservadores, nos últimos anos, o que ameaça o espaço de segurança para as minorias.

Como resultado, o projeto de *Onde o Silêncio Está* foi pensado com o intuito de desafiar as representações estereotipadas que os *media* constroem reiteradamente de modo vertical e exterior, sobre estas minorias. Partindo da abordagem da fotografia como um meio que permite o autodomínio e a representação mais natural e fidedigna, como identificado por Douglass (Smith, 2020) a proposta deste projeto consiste na construção de uma plataforma de fotografia participativa. Este método serve como um meio de investigação-ação em que os/as próprias participantes representam a sua comunidade através de fotografias e durante esse processo se tornam conscientes do seu lugar na sociedade e dos problemas estruturais que lhes estão associados. Apesar das controvérsias da fotografia digital, nomeadamente numa época em que o controlo e vigilância pode estar mais presente (Foucault, 1975; Prins, 2010; Serafinelli, 2018), a iniciativa do *Onde o Silêncio Está* acredita que a fotografia participativa pode ser uma ferramenta capaz de alterar a ordem do poder, conferindo condições de empoderamento destes grupos.

Seguindo o reflexo da virtualização das relações culturais e apostando nos novos *media* como um espaço que serve de alternativa aos velhos meios de comunicação (Erigha, 2015), o nosso projeto surge enquanto uma conta de *Instagram*. Esta página foi criada de forma colaborativa e voluntária por 4 participantes individuais e 4 associativos/coletivos. A planificação do projeto é pautada por uma caracterização dos cenários culturais portugueses, pelos perfis dos nossos públicos-alvo, com as suas características sociodemográficas e por uma apresentação de projetos de fotografia colaborativa, participativa e páginas de jornalismo do cidadão que nos inspiraram e permitiram orientar a nossa atuação ao serviço destas. Adicionalmente, é ainda apresentado o *benchmarking* desta iniciativa, nomeadamente através do diagnóstico de atores sociais e culturais que nos podem influenciar e orientar, criando

parcerias com estes ou demonstrando serem elementos concorrentes no mercado cultural e social.

Foram contactadas mais de 70 associações, coletividades e organizações, através de um mapeamento que teve como critérios de seleção todas as entidades que se destacassem no apoio ou trabalho com os públicos-alvos. Apesar dos continuados esforços de comunicação, apenas foi possível criar parceria com 4 coletivos. Os contactos estabelecidos entre estes coletivos e os/as participantes individuais permitiram criar uma rede virtual para o *Onde o Silêncio Está*. Consideramos esta rede como uma pequena comunidade pluricultural, em que cada pessoa/associação está ciente do seu lugar nela. Foram realizadas reuniões de modo virtual e presencial, de modo a poder esclarecer algumas *consciencializações* (Freire, 1987), quando tal era matéria de questionamento.

As fotografias e séries fotográficas publicadas na página do *Onde o Silêncio Está* estão classificadas como fotografias participativas, uma vez que existe uma politização nas mesmas e que a representação pelos membros das comunidades das suas realidades, já é político também (Wang, 1999). As legendas que acompanham estas obras são frequentemente utilizadas como elemento de questionamento de determinadas problemáticas e das estruturas que as mantêm, como no caso do racismo, da xenofobia e da negligência de espaços de resistência, nas Repúblicas de Coimbra. De um modo geral, podemos concluir que este projeto, ao permitir que as pessoas mostrem as suas realidades, possibilita que estas ganhem a visibilidade pretendida, livre de estereótipos, ainda que o alcance destas imagens seja, para já, pequeno. É também de salientar que a rede do *Onde o Silêncio Está* tem igualmente servido, em alguns outros casos, como uma plataforma mais de cariz colaborativo e não tão politizado. Adicionalmente e em linha com o proposto por Silva (2008), a manutenção desta relação virtual têm-se verificado difícil, pelo cariz de efemeridade que permeia este tipo de relações. Por estas razões, o *Onde o Silêncio Está* apresenta alguns passos futuros, tanto a nível de uma ideia de maior exposição das fotografias, de modo a potencialmente pressionar *stakeholders* e *policymakers* e a dinamizar relações diferentes entra a comunidade estabelecida, tentando angariar novas participações.

Como diria Amy Goodman, a jornalista a quem devemos o nome do nosso projeto, “Vai onde o silêncio está”. Essa é a responsabilidade de um jornalista: dar voz àqueles que foram esquecidos, abandonados, e vencidos pelos poderosos.” Num sistema onde a indústria do jornalismo falha com demasiada frequência nesta missão, nós tentamos reinventá-la, através da

fotografia participativa. Porém, é preciso constatar que este trabalho de projeto está inevitavelmente limitado pelo meu próprio contexto de produção.

7. Bibliografia

- Allan, S. (2009). Histories of Citizen Journalism. In *Citizen Journalism Global Perspectives*, edited by Stuart Allan and Einar Thorsen (17-31). New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Allan, S., & Thorsen, E. (2009). *Citizen journalism: Global perspectives*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Almeida, S. L. (2017). Capitalismo e Crise: O que o racismo tem a ver com isso?.
- Atton, C. (2009). Why alternative journalism matters. *Journalism*, 10(3), 283-285.
- Barbosa, I., & Lopes, J. T. (2019). Descodificar as paredes da cidade: da crítica à gentrificação ao direito da habitação no Porto. *Sociologia*, 38, 6-29.
- Barroso, M. F. (2018). Notas para o debate das relações de exploração-opressão na sociedade patriarcal-racista-capitalista. *Serviço Social & Sociedade*, (133), 446-462.
- Berger, G. (2011). Empowering the youth as citizen journalists: A South African experience. *Journalism*, 12(6), 708-726.
- Bourdieu, P., (1997) *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor
- Bruns, A. (2016). User-Generated Content. In K. B. Jensen, E. W. Rothenbuhler, J. D. Pooley, & R. T. Craig (Eds.), *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (pp. 1–5). Wiley.
- Caldeira, C. R. P. (2005). A representação das minorias sexuais na informação televisiva portuguesa—uma questão «territorial». *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura*, (5/6).
- Comissão Europeia, Direção-Geral da Educação, Juventude, Desporto e Cultura (2017). *Eurobarómetro Especial 466- Outubro2017- Património Cultural*.
- Correia, C., & Neves, S. (2011). *Ser brasileira em Portugal—uma abordagem às representações, preconceitos e estereótipos sociais. Migração: múltiplos olhares*. São Carlos: Pedro & João Editores/Editora da UNIR-EDUFRO, 157-185.
- Costa, P. M. (2016). A política portuguesa de integração dos imigrantes: uma análise dos dois primeiros planos de integração. *Políticas de igualdade e inclusão: reflexões e contributos I*, 32-59.

- Cottle, S. (2014). Series Editor's Preface. *In Citizen Journalism: Global Perspectives*, Volume 2, edited by Einar Thorsen and Stuart Allan (ix–xii). New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Cristovão, B., & Lopes, R. (2008). *Estratégias de participação*. Rede Europeia Anti-pobreza Portugal.
- Damasceno, J., C., e Mendes, P., F., (2018). Entre a foto e o choque: a construção da imagem do refugiado sírio na mídia ocidental. *World Tensions/Tensões Mundiais*, 14(27).
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J.B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342.
- Erigha, M. (2015). Race, gender, Hollywood: Representation in cultural production and digital media's potential for change. *Sociology Compass*, 9(1), 78-89.
- Esteves, J. P. (1999). Os media e a questão da identidade. *Sob as leituras pós-modernas do fim do sujeito*. Universidade de Lisboa.
- European Commission, (2019). *Special Eurobarometer 493. Report on Discrimination in the European Union*.
- Falcão, D., & Gomes, C. L. (2018). Músicos de rua e a turistificação das cidades: Um jogo tático para viver da arte na ocupação do espaço público no Rio de Janeiro e em Barcelona. *Ponto Urbe. Revista do núcleo de antropologia urbana da USP*, (23).
- Foucault, M. (1975). Surveiller et punir. *Paris*, 1, 192-211.
- Freire, P., (1987). *Pedagogia Do Oprimido*. 17ª. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freyre, G. (1942). *Uma cultura ameaçada: a luso-brasileira*. Rio de Janeiro: Casa do Estudante do Brasil.
- Fröhlich, R., Quiring, O. & Engesser, S. (2012). Between Idiosyncratic Self-interests and Professional Standards: A contribution to the Understanding of Participatory Journalism in Web 2.0. Results from an Online Survey in Germany. *Journalism*, 13 (8): 1041–1063.
- Glaser, M. (2006). Your guide to citizen journalism. *Mediashift: PBS*.
- Global Webindex (2017) *Social media marketing trends in 2017*. Disponível em: <https://www.globalwebindex.com/reports/social>

- Hammond, J. H. (1981). *The camera obscura: a chronicle*. Bristol: Adam Hilger.
- International Telecommunication Union, 2019. *Measuring Digital Development Facts And Figures 2019*. ITUPublications.
- Instituto Nacional de Estatística, 2012. *Censos 2011, Resultados Definitivos*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, IP.
- Instituto Nacional de Estatística (2019). *Estatísticas Demográficas – 2018*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, IP.
- Instituto Nacional de Estatística, 2019. *80% Dos Utilizadores De Internet Participam Em Redes Sociais*.
- Kaufhold, K., Valenzuela, S., & Gil De Zuniga, H. (2010). Citizen journalism and democracy: How user-generated news relates to political knowledge and participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(3/4), 515-529
- Klein, N. (2007). *The shock doctrine: The rise of disaster capitalism*. Macmillan.
- Kobré, K. (2004). *Photojournalism: The Professionals' Approach*. Burlington, MA: Focal Press
- Lariscy, R., Tinkham, S. & Sweetser, K. (2011). Kids These Days: Examining Differences in Political Uses and Gratifications, Internet Political Participation, Political Information Efficacy, and Cynicism on the Basis of Age. *American Behavioral Scientist*, 55(6), pp. 749-764
- Lasica, J.D. (2003). What is participatory journalism? *Online Journalism Review*
- Lavorato, M. (2004). As vantagens do benchmarking ambiental. *Revista Produção Online*, 4(2).
- Lee, S. (2020). Social Media Use and Social Movements and Protests. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 1-6.
- Lewis, S., 2019. *The Racial Bias Built into Photography (Published 2019)*. [online] Nytimes.com. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/04/25/lens/sarah-lewis-racial-bias-photography.html>

- Lippmann, Walter (1922) Public opinion. URL: <http://infomotions.com/etexts/gutenberg/dirs/etext04/pbp nn10. htm>, 1965.
- Lisbôa, E. S., & Coutinho, C. P. (2011). Comunidades virtuais: sistematizando conceitos. *Revista Paidéi@-Revista Científica de Educação a Distância*, 2(4)
- Lopes, J. M. T. (2009). Da democratização da Cultura a um conceito e prática alternativos de Democracia Cultural. *Saber & Educar*, (14).
- Machado, R., Reis, S., Esteves, S., Sousa, P. & Rosa, A. (2020). *Relatório De Imigração, Fronteiras E Asilo 2019*. Oeiras: Serviço de Estrangeiros e Fronteira.
- Madeira, M., Z., A, (2017). Questão racial e opressão: desigualdades raciais e as resistências plurais na sociedade capitalista. *Argumentum*, 9(1), 21-31.
- Melo, V. (2003). *Lazer e minorias socais*. São Paulo: IBRASA.
- Merçon, A. B., Rodrigues, M. F., & dos Santos, N. (2012). Cultura e Educação Intercultural: A Integração das Minorias Étnicas em Portugal. *Democratizar*, VI, 1.
- Marktest (2019). Os Portugueses e as Redes Sociais 2019. Disponível em: https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Redres_Sociais_2019.pdf
- Marques, J. M., Páez, D., & Pinto, I. R. (2013). Estereótipos: antecedentes e consequências das crenças sobre os grupos. Em J. Vala e M. B. Monteiro (Eds.) *Psicologia social* (p. 437-492). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Marôpo, L. (2012). " Acho que vão logo falar que fomos nós que fizemos": Crianças e jovens em contexto de vulnerabilidade em Portugal controem sentidos a partir do discurso noticioso sobre a sua comunidade. In *XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1-15). Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Neves, A., 2013. *O Fenómeno Do Futebol Em Portugal. Estudo De Caso Concelho Da Guarda*. Master. Universidade da Beira Interior.
- Nickel, D. R. (2001). History of photography: the state of research. *The Art Bulletin*, 83(3), 548-558.
- Nielsen. (2011). State of the media. *The social media report Q3 2011*.

- OBERCOM, (2003). *Representações (imagens) dos imigrantes e das minorias étnicas na imprensa*. OBERCOM.
- Observatório da Discriminação Contra Pessoas LGBTI+. (2020). Relatório Anual 2019 Discriminação Contra Pessoas LGBTI+ (p. 13). Lisboa: ILGA.
- Omnicores (2020). *Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts*. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>
- Owen, D. M. (2013). *Citizen Photojournalism: Motivations for Photographing a Natural Disaster and Sharing the Photos on the Web* (Tese de Mestrado). Retirado de: OhioLink.
- Parlamento.pt. 2005. Constituição Da República Portuguesa. [online] Disponível em: <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>
- Presidência do Conselho de Ministros, 2013. *Decreto-Lei N.º 51/2013*. Diário da República, 1.ª série — N.º 75 — 17 de abril de 2013.
- Prins, E. (2010). Participatory photography: A tool for empowerment or surveillance?. *Action Research*, 8(4), 426-443.
- Ramos, A. (2018). *The impact of biological and cultural racisms on attitudes towards immigrants and immigration public policies* (p. 13). European Social Survey.
- Raposo, O., & Aderaldo, G. (2019). Políticas públicas e produção artístico-cultural entre jovens das periferias de Lisboa e São Paulo. *Etnográfica. Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia*, 23(1), 109-132.
- Rebelo, C. (2015). Utilização da Internet e do Facebook pelos mais velhos em Portugal: estudo exploratório. *Observatorio (OBS)*, 9(3), 129-153.
- Ribeiro, F. P. (2018). A construção discursiva de narrativas coletivas da identidade nacional portuguesa: homogeneidade ou diversidade?. *Comunicação e sociedade*, (34), 305-323.
- Rosário, C. S. D. (2014). *Jornalismo do cidadão: como os conteúdos gerados pelos utilizadores desafiam os media noticiosos*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa

- Said, E., (1978), *Orientalism*, London, Routledge & Kegan Paul. [Tradução portuguesa (2004), Lisboa, Edições Cotovia].
- Sambrook, R. (2005). Citizen Journalism and the BBC. *Nieman Reports*, 59(4), 13-16.
- Santos, A. C. (2009). Molduras públicas de performatividade queer e representação mediática em Portugal. *Ex aequo*, (20), 97-112.
- Santos, B. D. S. (2003). Entre Próspero e Caliban: colonialismo, pós-colonialismo e interidentidade. *Novos estudos CEBRAP*, (66), 23-52.
- Santos, C. A. (2007). Imagens de mulheres imigrantes na imprensa portuguesa: análise do ano 2003 (Vol. 14). *Observatório da Imigração*, ACIDI, IP.
- Schraad-Tischler, D., 2015. *Social Justice In The EU – Index Report 2015*.
- Serafinelli, E. (2018). *Digital life on Instagram: New social communication of photography*. Emerald Group Publishing.
- Silva, A., (2008). Ciberantropologia. O estudo das comunidades virtuais. Dissertação de Mestrado, universidade aberta
- Smith, S. M. (2020). *Photographic returns: Racial justice and the time of photography*. Durham: Duke University Press.
- Sousa, R. B. (2013). A câmara obscura: a fotografia como fonte histórica. *Revista Espaço Acadêmico*, 13(145), 35-43.
- Stafford, T.F. (2005). Uses and gratifications for the World Wide Web. In Khosrow-Pour, M. (Ed.), *Encyclopedia of information science and technology (2973-2978)*.
- Statista (2019) *Number of daily active Instagram Stories users from October 2016 to January 2019*. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/730315/instagram-stories-dau/>
- Suárez-Krabbe, J. (2012). *'There are no simplifications, there is conviction': racism and the media in Portugal*. Coimbra: Centre for Social Studies, University of Coimbra.
- Tagg, J. (1988). *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories* Amherst: University of Massachusetts Press.
- Transit Tales, 2018. *A guide for creating participatory photography projects with migrants and refugees*. Disponível em: <https://transittales.net/en/guide/>

- União Europeia/Eurostat. (2016). *Culture Statistics / 2016 edition / Capítulo 5 - Cultural participation*. União Europeia/Eurostat
- Vala, J., & Castro, P. (2013). Pensamento social e representações sociais. Em J. Vala e M. B. Monteiro (Eds.) *Psicologia social*. (p. 569-602). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Voigt, C., (2015). *Participatory Photography*. Adaptation and Beyond.
- Wall, M. (2015). Citizen journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813.
- Wang, C. C. (1999). Photovoice: A participatory action research strategy applied to women's health. *Journal of women's health*, 8(2), 185-192.
- Wang, C. C., & Redwood-Jones, Y. A. (2001). Photovoice ethics: Perspectives from Flint photovoice. *Health education & behavior*, 28(5), 560-572.
- Wang, C., & Burris, M. A. (1994). Empowerment through photo novella: Portraits of participation. *Health education quarterly*, 21(2), 171-186.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369.

ANEXOS

Nome da Organização	Email	Nr. Telemóvel	Características	FB	Instagram
ACA	geral@conversa.pt	21 390 1681	Linha de apoio emocional	https://www.facebook.com/AssociacaoConversaAmiga	
ACAPO invisuais	lisboa@acapo.pt	213 182 910	Associação invisuais	https://www.facebook.com/acapoassociacao	
AKTO Associação Integrar	geral@akto.org www.akto.org	T. +351 239 440 272 +351 913 247 749	Defesa de Direitos Humanos	https://www.facebook.com/akto.org	
ALERTAMENTE	alberto@alertamente.org	927 395 579	Associação Nacional para a Saúde Mental	https://www.facebook.com/AlertaMente	
AMUCIP	amucip@gmail.com	212 228 134 / 938 506 548	Associação mulher cigana	https://www.facebook.com/amucip.amucip	
APAC	geral@apac-portugal.pt		reinserção de reclusos	https://www.facebook.com/APACPt	
APAV	apav.lisboa@apav.pt formacao@apav.pt comunicacao@apav.pt urgente@apav.pt	21 358 79 00	Apoio à vítima	https://www.facebook.com/APAV.Portugal	
Associação Animar	animar@animar-di.pt	21 952 74 50/1	Intervenção no interior e ruralidade de Portugal	https://www.facebook.com/associacaoanimar	
associação bue fixe	grupobuefixe@gmail.com	932 222 955	Associação de um bairro na periferia de Lisboa e comunidades negras		
Associação Cabelos Brancos	associacao.cabelosbrancos@gmail.com	96 580 21 43	Prevenção de Idosos	https://www.facebook.com/associacao.cabelosbrancos/?ref=page_internal	
APR Associação Portuguesa de Realizadores	www.realizadores.org		http://apr-realizadores.blogspot.pt/	https://www.facebook.com/aprealizadores	
Associação Lusofonia Cultura e Cidadania	secretariado_alcc@gmail.com nizetepacheco@gmail.com		Associação de Imigrantes CPLP	https://www.facebook.com/lusofoniacuiliura/?ref=page_internal	
Associação Refugiados Portugal	associacao.refugiados.portugal@gmail.com	920 249 487	Refugiados	https://www.facebook.com/ARRefugiados2010	
APIRP-Associação de apoio a Imigrantes e Refugiados em Portugal	apiarp@gmail.com	967 464 519	Refugiados	https://www.facebook.com/APIRPPOR11UGAU	
Associação Spina Bífida e Hidrocefalia	comunicacao@asbihp.pt Rui Brasil presidente@asbihp.pt Isabel Pereira vice-presidente@asbihp.pt	218596768	Pessoas com deficiência	https://www.facebook.com/Asbihp/about/?ref=page_internal	https://www.instagram.com/asbihp/
Atelier Ser	SpontaneousArtMovement@gmail.com	915 370 986	movimento criativo de ação local e social	https://www.facebook.com/spontaneousartmovement@gmail.com	
Sindicato dos Trabalhadores de Espectáculos, do Audiovisual e dos Músicos – CENA-STE	www.cena-ste.org	21 885 2728	Sindicato dos Trabalhadores de Espectáculos, do Audiovisual e dos Músicos	https://www.facebook.com/cenastesindicato/about/?ref=page_internal	
CIDAC	cidac@cidac.pt	21 317 2860	Intervenção social amilcar cabral		
ComParte	equipa@comparte.pt	21 314 1584	projecto de âmbito nacional de envolvimento cívico e transformação social da Fundação Maria Rosa	https://www.facebook.com/fmr.comparte/about/?ref=page_internal	
Conselho Português para os Refugiados	Monica.frechaut@cpr.pt	21 831 43 72 21 831 43 72		https://www.facebook.com/cprefugiados/about/?ref=page_internal	
Cooperativa António Sérgio para a Economia Social	cases@cases.pt	213 878 046/7/8	Intervenção Social e Local	https://www.facebook.com/cooperativaantoniosergio/about/?ref=page_internal	
CulturFACE	culturfaceis.acpd@gmail.com	961 366 304	Imigrantes, Negros	https://www.facebook.com/2CulturFACE2/about	

Fumaça	equipa@fumaca.pt			Jornalismo independente, progressista e dissidente.	https://www.facebook.com/fumacapt/?ref=page_internal
Forum Estudante	geral@forum.pt	218854730		Grupo de estudantes	
GAT	luis.verissimo@gatportugal.org			Associação de prevenção de Doenças sexualmente transmissíveis	https://www.facebook.com/GATPortugal
GEOTA	jabrincha@rosilvresgeota.org			Associação Ambientalista	https://www.facebook.com/GEOTAmbiente
HABITA	habita.colectivo@gmail.com			Direito à Habitação	https://www.facebook.com/habita.colectivo
Humans Before Borders	humansbeforeborders@gmail.com			Imigrantes, Refugiados e Requerentes de Asilo	https://www.facebook.com/hubb.humansbeforeborders
INMUNE	institulodamulhernegra.pt@gmail.com			Mulher Negra	https://www.facebook.com/INMUNE.PORTUGAL
Interviver	recadesousa@interviver.org	918 686 196		Associação para a promoção da saúde, do bem-estar e da paz	https://www.facebook.com/interviver/about?ref=page_internal
JUST A Change	madalena.stilwell@justachange.pt	213 621 763 Telemóvel: (+351) 924 358 407		O Just a Change é uma IPSS que reabilita casas de particulares em situação de pobreza habitacional.	https://www.facebook.com/Just.a.Change
Plataforma Já Marchavas	jamarchavas@gmail.com			Plataforma Já Marchavas é um movimento de cidadãos/ãos e de colectivos unidos na defesa de direitos Humanos e Animais e de causas Ambientais. Este é um espaço aberto de construção e intervenção social em espaços públicos e de acesso público.	https://www.facebook.com/jamarchavas
Lisbon Project by Riverside	info@lisbonproject.org	216 008 189 912 805 286		migrants and refugees	https://www.facebook.com/LisbonProjectByRiverside
Mezze Pão by Pão	mezzepao@mezzepao.pt			<i>Cozinha do Médio Oriente. O Mezze nasceu na Associação Pão e Pão e pretende potenciar e dignificar as competências de mulheres e jovens.</i>	https://www.facebook.com/mezzepao.associacao
Nariz vermelho	geral@narizvermelho.pt	213 618 256 915 781 666		Os Doutores Palhaços visitam mais de 46 000 crianças por ano.	https://www.facebook.com/narizvermelho
Núcleo Antirracista de Coimbra	antirracista@nucleoantirracista.com				https://www.facebook.com/nucleoantirracista
PAR	ines.santos@par.org.pt			A Par – Respostas Sociais é uma Organização Não Governamental, de âmbito nacional e internacional, que atua na área da juventude	https://www.facebook.com/AssociaçãoparRespostasSociais
Plateia Profissionais Artes Cénicas	http://plateia.apac.blogspot.com			Coletivo de luta dos profissionais das artes cénicas	https://www.facebook.com/plateia.artescenicas
Precarios Inflexíveis	precariosinflexiveis@gmail.com			Coletivo de luta pelas condições de precariedade laboral	https://www.facebook.com/precariosinflexiveis/about?ref=page_internal
Projecto CRESCER	info@crecser.org americonave@crecser.org	213 620 192		Intervenção comunitária junto das populações mais vulneráveis.	https://www.facebook.com/crecser.org
Re-food	comunicacao@re-food.org voluntarios.coimbra.refood@gmail.com	218 077 615		Grupo de aproveitamento de desperdício alimentar e consequente distribuição por famílias carenciadas	https://www.facebook.com/RefoodCoimbra/about/?ref=page_internal
rede ex aequo	rede@exaquo.pt			Rede de apoio a jovens lgbti	https://www.facebook.com/redexaquo
RELL	rell.estudanti@riseup.net			RELL - Resistência Estudantil Luta e Liberdade	https://www.facebook.com/RELLLutaLiberdade
Renovar a mouraria	geral@renovaramouraria.pt	218 885 203 922 191 892		Associação de moradores da mouraria	https://www.facebook.com/renovar.a.mouraria
REDE de Jovens para a Igualdade	rede.jovens@redejovensigualdade.org			A Rede Portuguesa de Jovens para a Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens (REDE) é uma associação sem fins lucrativos. Promovemos o mainstreaming de género na Juventude	https://www.facebook.com/RedeJovensIgualdade
Sindicato S.T.O.P	s.to.p.sindicato@gmail.com			Sindicato apartidário, defendemos a igualdade de direitos entre todos os professores e profissionais de Educação.	https://www.facebook.com/SindicatoeTodososProfessores/

SOS RACISMO	sosracismo@gmail.com		Associação antirracista nacional	https://www.facebook.com/sos.rac/?ref=page_interal	
SPEAK	info@www.speak.org		SPEAK connects migrants, refugees and locals living in the same city through a language exchange program where anyone apply to learn a new language and culture while also making new friends, in this way SPEAK promotes equality and breaks prejudice.	https://www.facebook.com/www.speak.social	
Transparência e Integridade	secretariado@transparencia.pt tiago.guerreiro@transparencia.pt	218873412	Associação contra a corrupção e pela transparência	https://www.facebook.com/transparenciapl	
TTIP CETA: Plataforma TROCA	info@transparencia.pt		Por um comércio internacional justo! (site anterior com artigos mais antigos: http://nao-ao-ttip.pt)	https://www.facebook.com/plataformatroca	
união Refugiados Portugal	info@uniorp.org	920017537	UREP is a Refugee lead organization that helps refugees in exercising their citizenship through intercultural mediation etc. Refugees help Refugees	https://www.facebook.com/urep.pt	
Welcomo Refugges Portugal	willian@refugees-welcome.pt lia@refugees-welcome.pt		Associação de Apoio a refugiados e requerentes de asilo	https://www.facebook.com/refugeewelcomeportugal	
Fórum dos Cidadãos	info@forumdoscidadãos.pt		O Fórum dos Cidadãos tem como missão revigorar a democracia portuguesa, fazendo ouvir a voz informada e refletida de cidadãos comuns sobre grandes temas.	https://www.facebook.com/forumdoscidadãos/	
Associação ALEM	clara.silva.46@gmail.com	213620124	A Associação Literatura, Literacia e Mediação visa prosseguir e consolidar o rumo ensaiado, durante mais de uma década, de promoção da literacia, enquanto garante de cidadania e meio de acesso a outros Direitos Humanos	https://www.facebook.com/alem.pt	
Queer as fuck	queer.as.fuck@protonmail.com		coletivo queer de lisboa	https://www.facebook.com/queerasfuckpt	https://www.instagram.com/queerasfuckpt/
Clube Safo	safo.club@protonmail.com		A Associação tem por objectivo o apoio e a defesa dos direitos das lésbicas, um espaço de intervenção social, cultural e política, promovendo uma imagem positiva da identidade lésbica.	https://www.facebook.com/ClubeSafo/	
Rede de Apoio Mútuo LX	info@redemutuo.org		A Rede de Apoio Mútuo é uma rede de proteção mútua atuante em Portugal, que organiza trabalhadores precários e/ou mal-empregados, sem contratos, com contratos frágeis, em regimes de recibos verdes ou apenas com acordos verbais.	https://www.facebook.com/RededeApoioMuto/	
BATALHA			Anarco Sindicalismo Street-punk BANDA	https://www.facebook.com/AbatalhaO/?ref=page_interal	
Antifa Covilhã				https://www.facebook.com/CovAntiFa/about/?ref=page_interal	
CAIP - Coletivo de Ação Imigrante e Periférica	caip@protonmail.com		Coletivo de imigrantes e portugueses não-brancos surgiu em 2018 que atua na cidade de Lisboa e arredores.	https://www.facebook.com/CAIPLisboa/	
Núcleo Anti-Racista do Porto				https://www.facebook.com/NARPorto/about/?ref=page_interal	
Plataforma Antifascista do Porto	antifascista@protonmail.com		este Núcleo tem como objectivo de combater e neutralizar o fascismo, racismo, homofobia, transfobia...etc	https://www.facebook.com/AntifaPorto/	
Djass- Associação de Afrodescendentes	info@djass.org		A Djass – Associação de Afrodescendentes tem como missão defender os direitos das/os negras/os e afrodescendentes em Portugal e de combater o racismo.	https://www.facebook.com/associacao.djass/about/?ref=page_interal	
Brigada Fernanda Mateus - Antifascistas de Coimbra	antifascistas@protonmail.com			https://www.facebook.com/BFMantifascistascoimbra	
Nucleo Antifascista Guimarães	antifascistas@protonmail.com			https://www.facebook.com/nucleoantifascistadeguimaraes/	
Ativxs	ativxs@protonmail.com		somos uma plataforma humana, ativista, que desconstrói os problemas da sociedade e promove soluções de forma colaborativa, aberta, e gratuita, de pessoas para pessoas.	https://www.facebook.com/ativxs/	
Núcleo Antifascista de Évora				https://www.facebook.com/AntifaEvora/	
Núcleo Antifascista de Sta Maria da Feira					
Coletivo Vozes no MUNDO	vozesnomundo@protonmail.com			https://www.facebook.com/vozesnomundocoimbra	