

relatório



índice

- Sobre 2025
- Identificação
- Quem fez a BEMTV acontecer
- Gestão e Institucionalidade
- Produção de conhecimento
- Equipe Social
- Comunicação
- Formação
- BEMTV Produções
- Que venha 2026





SOBRE 2025

Em 2025, o Brasil e o mundo atravessaram um cenário marcado por disputas em torno da democracia, da desigualdade, das mudanças climáticas e da transformação digital, um ano em que a palavra “inovação” circulou com força, mas nem sempre se traduziu em acesso, permanência e direitos para quem vive nas periferias das políticas e dos serviços. Nesse contexto, o Relatório Institucional BEMTV - 2025 se apresenta como um registro de ação pública concreta: a BEMTV atuou em pautas centrais em 2025, articulando conectividade, circulação de informação confiável, participação social e cuidado, transformando comunicação popular em produção de acesso e reflexão política.

Ao longo do ano, a BEMTV organizou suas frentes em Macro Ações (Formação, Comunicação, Produção Audiovisual e Equipe Social), reafirmando o direito à comunicação e o protagonismo juvenil como estratégia de justiça social. Os resultados sistematizados apontam a força dessa integração, foram 6 turmas formadas, 147 jovens certificados, 588 bolsas auxílio, 110 portfólios, 8.000 jornais comunitários distribuídos e alcance de quase 10000 pessoas em listas de transmissão, além de acompanhamentos psicossociais, evidenciando que comunicar, em 2025, foi também sustentar permanência, proteção e futuro.

Esse trabalho de comunicação popular e comunitária se fortalece quando se conecta a redes mais amplas. Em 2025, a BEMTV ampliou o diálogo com comunicadores populares de várias regiões do Brasil, e reafirmou sua presença em agendas estratégicas de justiça climática, incluindo participações relacionadas à COP30, aproximando o debate ambiental das juventudes e dos territórios que vivem, no cotidiano, os efeitos das desigualdades socioambientais. Nesse mesmo movimento, também se destaca a participação da BEMTV na formação de jovens de povos e comunidades tradicionais, ampliando repertórios e metodologias populares em diferentes realidades do país (sem perder o pé no território).

Nesse horizonte de redes e incidência, os resultados de 2025 dialogam diretamente com a trajetória do EntreRedes, que consolida um modo de existir coletivamente e de pensar políticas públicas voltadas às crianças e adolescentes. Além da formação, a Agência conectou juventude e incidência, com a participação em espaços de controle social (como CMDCA e Fórum Intersetorial).

Que esse relatório reflita um pouquinho de nossa trajetória, aquecendo o coração e te convidando a esperar um mundo com democracia, justiça social e direitos sociais para todos.





IDENTIFICAÇÃO, FINALIDADE ESTATUTÁRIA E OBJETIVOS

IDENTIFICAÇÃO:

NOME DA ENTIDADE: Associação Experimental de Mídia Comunitária – BEM TV

CNPJ: 39518337/0001-20

E-MAIL: bemtv@bemtv.org.br

ENDEREÇO: Rua Doutor Cotrim da Silva 04/101 Centro–

MUNICÍPIO/UF: Niterói - RJ

CEP: 24020-330

FINALIDADE:

A Bem Tv tem como finalidade apoiar e desenvolver ações positivas, por meio de ações de fortalecimento de vínculos familiares e comunitários, para garantir os direitos de adolescentes e jovens, bem como contribuir para que esse grupo vulnerabilizado da sociedade possa exercer sua cidadania plena e usufruir todos os direitos fundamentais inerentes a pessoa humana, assegurando-lhes através dessas medidas o desenvolvimento físico, mental, moral e social para alcançar os ideais de liberdade, dignidade e inclusão em um sociedade justa e solidária.

OBJETIVOS:

Atuando por meio da promoção da assistência social a adolescentes e jovens em situação de risco social; promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais; promoção da cidadania de jovens e adolescentes através das ações educativas que usam a produção cultural e a comunicação social como metodologia; incentivo, promoção e apoio a iniciativas de capacitação técnica e teórica de adolescentes e jovens nas áreas de vídeo, fotografia, internet, animação e comunicação de modo geral, a fim de socializar o conhecimento, desmistificar a mídia e oportunizar formação de jovens para o mundo do trabalho; desenvolvimento de ações que favoreçam o uso de comunicação como veículo de expressão humana e como potência na valorização afirmativa da cultura local; desenvolvimento de ações para influenciar a mídia corrente a uma postura responsável na defesa dos direitos de adolescentes e jovens; desenvolvimento de tecnologias

QUEM FEZ A BEMTV ACONTECER

PROFISSIONAL	FUNÇÃO
GESTÃO	
Paula Latgé	COORDENADORA EXECUTIVA
Ana Nunes	ASSESSORA FINANCEIRA
Carolina Rodriguez	COORDENADORA COMUNICAÇÃO
Thaís Amaral	COORDENADORA PONTÃO VIVO
Daniela Araujo	COORDENADORA BEM TV PRODUÇÕES
Lucilene Silva	ASSISTENTE ADMINISTRATIVA
PRODUÇÃO	
Maria Carolina Castro	TÉCNICO AUDIOVISUAL
COMUNICAÇÃO	
Veronica Silva	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO
Ysis Policarpo	DESIGNER
Ygor Santos	PRODUTOR DE CONTEÚDO
Larissa Moura	PONTÃO VIVO
FORMAÇÃO	
Matheus Magalhães	COORDENADOR
Alex Gomes	COORDENADOR DA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO POPULAR MÍDIA POSITIVAS
Luana Mendes Barreto	COORDENADOR OLHO VIVO
Samara Oliveira	COORDENADOR OLHO VIVO / MONITORA JOVENS COMUNICADORES
Inara Souza	MONITORA JOVENS COMUNICADORES
Alex Sandro Martins	MONITOR ENTREPREDES/ PONTÃO VIVO
Eduardo Navarro	MONITOR OLHO VIVO
Júlia Maia	INSTRUTORA OLHO VIVO/ PONTÃO VIVO
Miguel Moura	MONITOR /INSTRUTOR- OLHO VIVO
Gabriela Gonçalves	INSTRUTORA AGÊNCIA TERRITÓRIOS VIVOS
Angel Melo	MONITORA AGÊNCIA JOVENS COMUNICADORAS
EQUIPE SOCIAL	
Giulia Mangeli	PSICÓLOGA
Douglas Campos	ASSISTENTE SOCIAL



GESTÃO E INSTITUCIONALIDADE

A gestão e a institucionalidade da BEMTV, em 2025, se expressam na capacidade de articular missão, estratégia, equipes e territórios em um arranjo organizacional integrado, orientado por resultados e sustentado por processos de monitoramento, planejamento e cuidado. Ao estruturar suas ações em Macro Ações, Formação, Comunicação, Produção Audiovisual e Equipe Social, fica evidente um desenho de gestão que combina frentes de trabalho com integração metodológica e política, reafirmando seu compromisso com o direito à comunicação, o protagonismo juvenil e a justiça social nos territórios.

Do ponto de vista da governança e do planejamento institucional, as ações foram orientadas por objetivos estratégicos claros: formar jovens comunicadores populares, fortalecer redes territoriais, produzir conteúdos com impacto social e político, ofertar acompanhamento social e psicossocial e ampliar a incidência em espaços institucionais. Essa direcionalidade é um marcador importante de institucionalidade, pois organiza a atuação para além de demandas pontuais, conectando projetos, parcerias e entregas a um horizonte comum de transformação social.

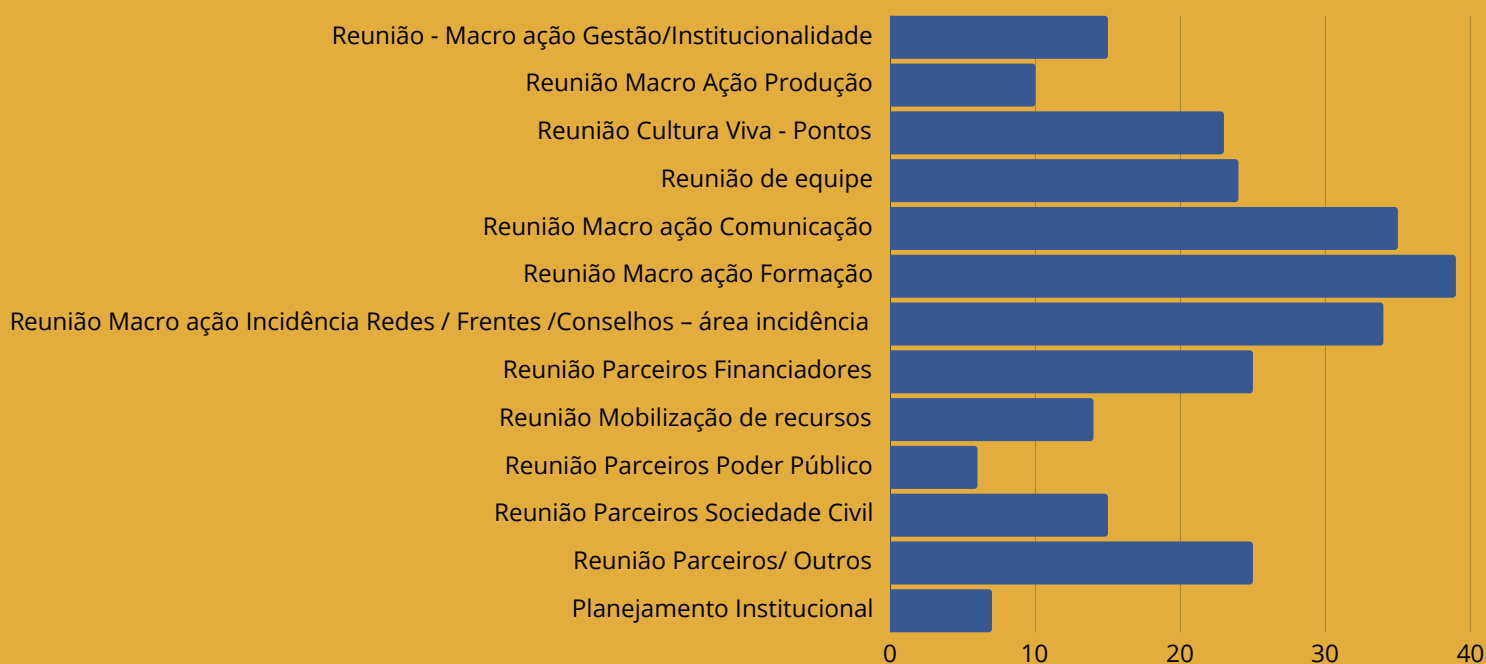
A gestão também foi fortalecida pela transformação da prática cotidiana em evidência e aprendizagem organizacional. Em 2025, a BEMTV operou com indicadores quantitativos e qualitativos por Macro Ação (turmas, certificações, bolsas, peças de comunicação, entregas audiovisuais, atendimentos, incidências políticas etc.) e sistematizou uma metodologia de coleta de dados baseada em relatórios, planilhas, registros pedagógicos e administrativos, métricas digitais e avaliações internas. Esse conjunto consolidou uma cultura de monitoramento e avaliação, qualificando a prestação de contas, ampliando a transparência para financiadores e parceiros e, principalmente, melhorando a tomada de decisão interna.

No plano da gestão de pessoas e do cuidado institucional, a existência de uma Equipe Social integrada às ações formativas revelou uma institucionalidade que reconhece a complexidade das trajetórias juvenis e incorpora o cuidado como dimensão estruturante do trabalho. Outro eixo central foi a gestão da integração entre áreas. Em 2025, a BEMTV buscou consolidar metodologias participativas conectando formação, comunicação e produção, o que se expressa tanto nas entregas (portfólios, jornais comunitários, peças e conteúdos audiovisuais) quanto na rotina de reuniões internas e com parceiros.



REUNIÕES INSTITUCIONAIS

Planejamento Institucional	7
Reunião - Macro ação Gestão/Institucionalidade	15
Reunião Macro Ação Produção	10
Reunião Cultura Viva - Pontos	23
Reunião de equipe	24
Reunião Macro ação Comunicação	35
Reunião Macro ação Formação	39
Reunião Macro ação Incidência Redes / Frentes /Conselhos – área incidência	34
Reunião Parceiros Financiadores	25
Reunião Mobilização de recursos	14
Reunião Parceiros Poder Público	6
Reunião Parceiros Sociedade Civil	15
Reunião Parceiros/ Outros	25



MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS

Em 2025, a BEMTV mapeou um conjunto de 45 editais e oportunidades de financiamento, prêmios, chamadas temáticas e possibilidades de parceria institucional, organizadas em pastas e frentes de interesse estratégico. Esse mapeamento teve como finalidade ampliar a sustentabilidade da organização, diversificar fontes de recursos e fortalecer a capacidade de manter e expandir ações finalísticas conectadas às Macro Ações institucionais garantindo maior previsibilidade para planejamento, execução e prestação de contas.

O conjunto identificado revela uma carteira diversificada, com forte presença de oportunidades no campo da cultura e do audiovisual, incluindo editais públicos, iniciativas de fomento, prêmios e festivais. Essas chamadas dialogam diretamente com o histórico e a expertise da BEMTV, por valorizarem processos formativos, metodologias territoriais, produção de conteúdo e contrapartidas sociais, ampliando a possibilidade de continuidade de projetos de comunicação popular com juventudes e comunidades. Ao mesmo tempo, esse eixo demanda atenção à complexidade burocrática, à formalização de cronogramas, orçamentos e metas, e ao fortalecimento de rotinas administrativas e financeiras capazes de sustentar execuções mais reguladas.

Além do campo cultural, a BEMTV mapeou oportunidades voltadas a direitos, equidade e justiça social, com ênfase em juventudes, gênero, raça e enfrentamento às desigualdades. Essas chamadas tendem a exigir maior consistência na teoria de mudança, na definição de indicadores e na apresentação de evidências de impacto, o que reforça a importância de a organização consolidar suas práticas de monitoramento, avaliação e sistematização. Para a BEMTV, esse eixo se conecta diretamente às dimensões de cuidado, permanência e acompanhamento social, bem como à comunicação de causas e à incidência territorial, fortalecendo projetos que articulam produção simbólica e transformação concreta na vida dos participantes.

O mapeamento também incluiu oportunidades relacionadas a educação, ciência, inovação e tecnologia, incluindo iniciativas voltadas à inclusão digital, qualificação de trilhas formativas e apoio à infraestrutura, como aquisição de equipamentos. Esse conjunto é estratégico para ampliar capacidades de produção e comunicação, modernizar processos e fortalecer a qualidade das entregas, ao mesmo tempo em que demanda planejamento técnico e, em alguns casos, parcerias institucionais e maior robustez na mensuração de resultados.

Outro componente relevante do mapeamento foi a identificação de oportunidades ligadas a doações, fundações e investimento social privado, que frequentemente apresentam maior flexibilidade para apoiar custos indiretos, fortalecimento institucional, comunicação institucional e continuidade entre ciclos de projetos. Esse tipo de recurso é decisivo para reduzir vulnerabilidades decorrentes de sazonalidade de repasses, além de contribuir para a estruturação interna, manutenção de equipes e melhoria de processos. Por fim, a carteira também abrangeu oportunidades ligadas a redes, marcos regulatórios e articulações institucionais, que nem sempre se configuram como editais no sentido estrito, mas funcionam como plataformas de fortalecimento da institucionalidade, ampliação de alianças e acesso a espaços de decisão e incidência.



PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

A Bem TV realizou a pesquisa “A Incidência do Racismo sobre a Empregabilidade da Juventude em Niterói e São Gonçalo – 2025”, publicada em abril de 2025. O estudo foi coordenado por Márcia Correa e Castro, com participação de Edvan Miranda e Lidianne Bravo, além de equipe de apoio e suporte técnico. A investigação baseou-se em 2004 entrevistas válidas com jovens de 15 a 29 anos (1002 em Niterói e 1002 em São Gonçalo) e combinou metodologias quantitativa e qualitativa para analisar os efeitos da precarização do trabalho, da informalidade e da plataformização sobre a empregabilidade juvenil.

Os resultados indicaram que, embora a insegurança econômica tenha afetado o conjunto da juventude, a juventude negra permaneceu em maior vulnerabilidade, com piores condições de trabalho, menores rendimentos e menor acesso a oportunidades de formação e estabilidade. O relatório também problematizou a retórica do “empreendedorismo”, que romantizou a informalidade e invisibilizou desigualdades estruturais. A publicação decorreu de Termo de Fomento firmado entre a Bem TV e o Ministério da Igualdade Racial e teve como finalidade subsidiar ações de incidência pública e apoiar a formulação de estratégias e políticas no âmbito municipal.



PONTÃO VIVO

O ano de 2025 foi marcado por uma atuação intensa e contínua do Pontão Vivo de Comunicação, com foco na produção audiovisual, nos registros fotográficos, no fortalecimento do jornal Cultura Viva e no acompanhamento sistemático das dinâmicas do Fórum e das microteias. Essa presença garantiu inserção política e comunicacional do Pontão nos territórios, ampliando a visibilidade das experiências culturais de base comunitária e contribuindo para a consolidação de uma memória pública das ações desenvolvidas pela rede.

O principal desafio enfrentado ao longo do período esteve relacionado ao atraso no repasse dos recursos, o que reduziu o tempo efetivo para o cumprimento das metas previstas e exigiu a concentração de diversas atividades em um intervalo mais curto. Esse contexto demandou maior centralização dos processos, intensificação do esforço organizativo da equipe e ajustes nas metodologias de trabalho, sem comprometer a qualidade das entregas.

Ainda assim, os resultados alcançados foram expressivos. Foram realizadas 13 visitas técnicas aos Pontos de Cultura, sempre articuladas às microteias; houve participação e mobilização em 8 reuniões do Fórum dos Pontos de Cultura; e foi produzida integralmente a linha de cards e materiais de divulgação das microteias e dos encontros. As 13 microteias contaram com cobertura em vídeo (celular) e fotografia, ampliando a circulação das pautas da Cultura Viva tanto nas redes digitais quanto nos territórios. A gravação e edição dos 13 vídeos institucionais dos Pontos de Cultura, incorporadas ao plano após processo de readequação, consolidaram-se como uma das principais entregas do período, fortalecendo a visibilidade pública da rede e a disputa de narrativa sobre o papel dos Pontos nas políticas culturais.

No campo editorial, destaca-se a produção, acompanhamento e impressão de 2.000 exemplares do jornal Cultura Viva Niterói, com conteúdos dedicados aos 13 Pontos de Cultura e aos 3 Pontões. A ação foi avaliada como estratégica, tanto pela circulação física nos territórios quanto pelo reconhecimento simbólico das iniciativas em um veículo próprio da rede. De forma geral, a equipe avalia a qualidade das ações desenvolvidas como elevada, com atenção aos processos de produção, articulação e comunicação.

Para 2026, está prevista a finalização dos vídeos institucionais de cada Ponto de Cultura, bem como a conclusão dos portfólios, dando continuidade ao fortalecimento da comunicação da rede e à consolidação de seus registros institucionais.



Pontão em imagens



Equipe Social

O ano de 2025 foi marcado por um importante processo de consolidação e ampliação da atuação da Equipe Social da Bem TV. Ao longo do período, a equipe passou a ocupar, de forma institucionalizada, espaços estratégicos na condução de duas formações da organização, movimento que se inscreve em um percurso já iniciado nos anos anteriores, caracterizado pela construção de uma atuação mais autônoma, articulada e alinhada às especificidades do Serviço Social e da Psicologia. A formalização desse lugar representou uma realização significativa, ao mesmo tempo em que trouxe novos desafios relacionados à reorganização do trabalho cotidiano, à intensificação do acompanhamento dos jovens e à interlocução direta com monitores em formação, que passaram a ocupar um novo papel na dinâmica institucional.

A ampliação das frentes de atuação exigiu da Equipe Social o fortalecimento de estratégias coletivas de trabalho, de modo que a divisão de tarefas não resultasse em práticas fragmentadas ou dissociadas. Mesmo atuando em territórios distintos e em agendas diversas, a equipe buscou sustentar o trabalho conjunto, tendo o cuidado com os jovens como eixo norteador das ações. Nesse sentido, o ano também foi marcado por maior presença nos territórios de Niterói e São Gonçalo, possibilitando um contato mais direto com as realidades locais e com as vivências, demandas e vulnerabilidades que atravessam o cotidiano dos adolescentes e jovens acompanhados.

Outro aspecto relevante de 2025 foi a chegada de novos estagiários das áreas de Serviço Social e Psicologia, vivenciada simultaneamente como uma conquista e um desafio. A incorporação desses estudantes ampliou a capacidade de atuação da equipe, ao mesmo tempo em que reforçou a responsabilidade ética e formativa de contribuir para a qualificação profissional desses futuros trabalhadores, em um contexto já marcado por elevada demanda de trabalho, atendimentos, articulações institucionais e produção de relatórios.

De modo geral, o ano evidenciou o fortalecimento do reconhecimento institucional do trabalho da Equipe Social, com maior sensibilidade da equipe da Bem TV em relação aos casos acompanhados e maior articulação coletiva no cuidado com os jovens, ainda que de forma indireta. As experiências vividas ao longo do ano reafirmaram a centralidade do cuidado, da presença territorial e da atuação intersetorial como elementos fundamentais para a promoção de trajetórias mais potentes, cuidadas e comprometidas com a garantia de direitos da juventude atendida pela instituição.



Indicadores quantitativos da equipe social

Ação	Quantidade
Número de reuniões de equipe social	50
Número de reuniões de equipe geral	Todas do ano de 2025
Quantidade reunião com parceiros	38
Editais mapeado	18
Relatórios produzidos	45
Projetos escritos e enviados	2
Número de atendimentos	124
Número de encaminhamentos para rede	3
Discussão de caso em rede	4
Oficinas realizadas/aulas	39
Reuniões de pauta/respiro criativo	Todas do ano de 2025
Incidência política	25
Supervisão/ Preceptoría de campo	8



Comunicação

O ano de 2025 foi marcado por um ritmo intenso de trabalho para a macro ação de Comunicação, com atuação em múltiplas frentes e crescente integração aos demais processos institucionais. Essa inserção ampliada possibilitou uma visão mais articulada das ações e dos projetos, qualificando a comunicação ao aproximá-la do cotidiano das formações e das agendas territoriais da Bem TV. Ao longo do período, consolidou-se um fluxo de trabalho mais fluido e organizado, com maior clareza na divisão de tarefas, manutenção de agenda semanal presencial e realização de reuniões de pauta regulares, fortalecendo a conexão e a consistência do trabalho em equipe.

Entre os avanços, destacam-se soluções operacionais que responderam a desafios anteriores, como a adoção do CapCut Pró e a avaliação positiva do uso do Airtable na versão gratuita para organização e acompanhamento das demandas. Persistiu, contudo, o desafio de construir estratégias mais consistentes para acompanhar, desde o início, o planejamento e a execução das turmas de formação, de modo a integrar a comunicação ao processo pedagógico de forma mais estável, evitando que a atuação se restrinja ao que é obrigatório. A experiência do projeto Olho Vivo foi registrada como referência positiva, evidenciando que conteúdos pensados de forma integrada desde o início do processo formativo geram maior alcance e engajamento.

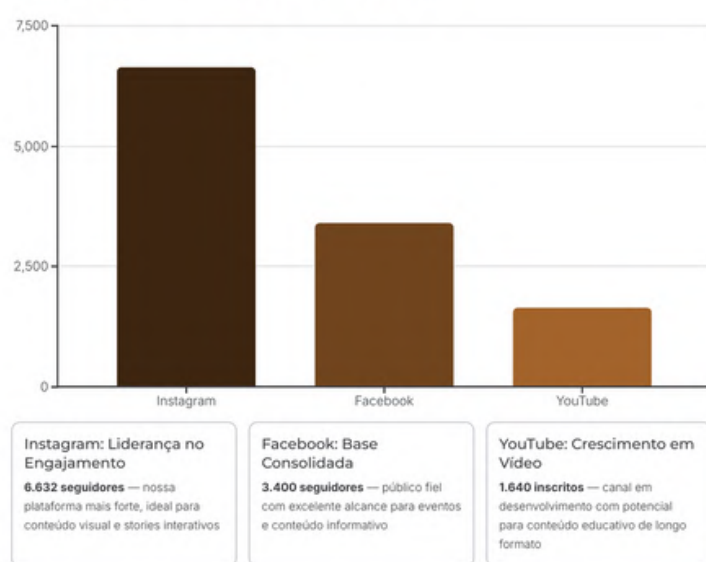
No campo da avaliação, a equipe indicou resultados consistentes nas redes sociais e na produção de peças e postagens, com leitura orientada menos por crescimento artificial de métricas e mais por qualidade de alcance, engajamento e capacidade de mobilização. Também se destacou a ampliação e qualificação contínua das ações, com identidade comunicacional já consolidada, e com fortalecimento das iniciativas offline, especialmente a produção dos jornais, como estratégia de presença nos territórios e circulação de informações para além das plataformas digitais. Nesse conjunto, a Comunicação reafirmou seu papel institucional, combinando produção digital, articulação territorial e construção de linguagem acessível com posicionamento político, apontando desafios e desejos para 2026 ligados à regularidade de boletins, atualização de canais institucionais e aprofundamento crítico sobre os fazeres da comunicação.



Indicadores quantitativos da comunicação

Peças produzidas: 126
Postagens (Facebook +
Instagram): 165
Seguidores: Facebook
3.400 | Instagram 6.632 |
YouTube 1.640
Boletins produzidos: 4

Seguidores nas Redes Sociais



Facebook + Instagram

165 postagens publicadas ao longo do ano



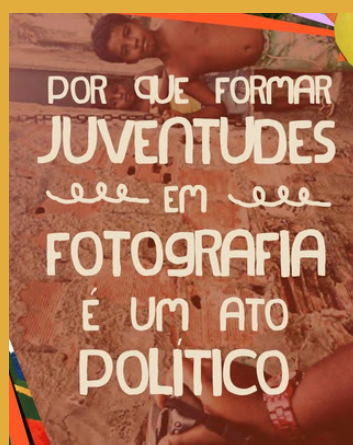
Frequência Regular

Média de 3+ posts por semana mantendo presença ativa



Estratégia de Engajamento

Conteúdo diversificado para maximizar alcance e interação



Formação

Em 2025, a Macro Ação Formação desenvolveu um conjunto amplo e contínuo de processos formativos voltados à juventude, articulando diferentes projetos, Jovens Comunicadores, Olho Vivo, Agência Jovens Comunicadores e Entre Redes, com expansão de territórios, fortalecimento de redes de comunicação popular e produção concreta de conteúdos. Ao longo do ano, foram realizadas 6 turmas, com 147 jovens certificados no conjunto das formações e 45 jovens certificados no âmbito das Agências, além da elaboração de 110 portfólios e da impressão de 8.000 exemplares de jornais comunitários, reforçando a integração entre formação, prática e território. A atuação também se expressou na intensidade da rotina institucional, com 80 reuniões de equipe e 25 reuniões com parceiros, demonstrando capacidade de articulação e acompanhamento pedagógico em múltiplas frentes.

Apesar dos resultados positivos, o período foi atravessado por desafios institucionais, e logísticos, com destaque para a complexidade de coordenar projetos simultâneos, alinhar equipes formativas diversas e realizar ações em territórios marcados por desigualdades sociais e violência. A equipe avaliou que a macro ação sustentou uma atuação consistente, com qualidade pedagógica, acompanhamento próximo dos jovens e produção de conteúdos, reafirmando a metodologia centrada em vínculos, escuta ativa e protagonismo juvenil.

No campo das mudanças e aprimoramentos, 2025 registrou avanços na sistematização de processos internos, especialmente no acompanhamento pedagógico e na organização das equipes. A contratação de monitores foi apontada como elemento central para ampliar presença nos territórios, qualificar o acompanhamento dos jovens e descentralizar responsabilidades, além do fortalecimento do apoio à coordenação para organizar rotinas e articular projetos. Como destaques do ano, destacam-se a parceria com a CAAIDS e a ampliação territorial associada, a semana formativa da GIZ e experiências de circulação/intercâmbio em que jovens e equipe viajaram para compartilhar a experiência dos Jovens



Indicadores quantitativos da formação

Os resultados numéricos de 2025 evidenciam uma implementação com escala, continuidade e capilaridade territorial, articulando formação, suporte à permanência e difusão comunitária. No eixo formativo, foram certificados 147 jovens e 45 agentes comunicadores, indicando tanto abrangência na formação de base quanto o fortalecimento de perfis com potencial de multiplicação e organização local. A concessão de 588 bolsas atua como um componente estruturante para garantir adesão e permanência, contribuindo para a efetividade do percurso formativo.

147

**Jovens
Certificados**

Jovens
Comunicadores
formados e
preparados para
transformar suas
comunidades através
da comunicação

45

**Agentes
Certificados**

Agentes
comunicadores das
Agências de Jovens
Comunicadores
capacitados e
atuantes

588

**Bolsas
Concedidas**

Investimento direto no
desenvolvimento
profissional e
educacional dos
participantes

10K

**Pessoas
Alcançadas**

Quase 10 mil pessoas
impactadas através
das listas de
transmissão e canais
de comunicação



Indicadores de Execução do Projeto



Turmas Realizadas
Ciclos completos de formação executados ao longo do ano

8.000 Jornais Impressos

Distribuídos em 4 edições que levaram as histórias dos jovens comunicadores para toda a comunidade

80 Reuniões de Equipe

Encontros regulares garantindo alinhamento, suporte e desenvolvimento contínuo do projeto



Portfólios Elaborados
Trabalhos finais desenvolvidos pelos participantes



Estes números representam não apenas conquistas quantitativas, mas o impacto real na vida de jovens que agora têm voz, visibilidade e ferramentas para comunicar suas histórias e transformar suas realidades.

Formação Jovens Comunicadores

Ao longo de 2025, a formação Jovens Comunicadores atuou diretamente nos territórios de São Gonçalo e Itaboraí, promovendo a formação de jovens em comunicação popular com foco na mobilização social. O processo formativo esteve ancorado em temas estruturantes como transporte, saúde e acesso aos direitos sociais, articulados principalmente às discussões sobre racismo ambiental. Partimos da compreensão de que as mazelas sociais que atravessam esses territórios são resultado do descaso histórico do poder público e de um racismo estrutural que se materializa nas políticas urbanas, ambientais e sociais.

A formação adotou como eixo político pedagógico a noção de juventude como território vivo, pulsante e em constante construção, que não se limita a um recorte demográfico fixo, mas se configura como um espaço social e político de produção de narrativas e incidência em políticas públicas. Nesse sentido, os jovens foram estimulados a produzir conteúdos críticos, enraizados em suas vivências, fortalecendo o protagonismo juvenil e a disputa de narrativas a partir dos próprios territórios.



Agência Jovens Comunicadoras pela Igualdade de Gênero – Jardim Catarina

A Agência Jovens Comunicadoras pela Igualdade de Gênero foi realizada no território do Jardim Catarina, envolvendo a formação de 20 jovens, majoritariamente do público LGBTQIAPN+. O processo formativo teve como objetivo central fortalecer práticas comunicacionais voltadas às questões de gênero, diversidade e direitos humanos, tomando o próprio território como ponto de partida para a construção das narrativas e das ações de comunicação.

Ao longo da formação, as jovens desenvolveram conteúdos comunicacionais que evidenciaram as dinâmicas sociais do Jardim Catarina, destacando tanto as potências quanto os processos de invisibilização vivenciados pela população LGBTQIAPN+ no território. A comunicação produzida buscou denunciar violências simbólicas e estruturais, ao mesmo tempo em que afirmou existências, afetos e estratégias de resistência construídas cotidianamente pelas jovens.



Agência Entre Redes

A Agência Entre Redes teve como principal campo de atuação a participação ativa no Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Niterói (CMDCA), articulando-se também com escolas da rede municipal. A formação inseriu os jovens em espaços institucionais de debate, como fóruns, reuniões e rodas de conversa, possibilitando o contato direto com a política pública voltada à infância e adolescência.

O eixo central da Agência foi a defesa do protagonismo juvenil na formulação, acompanhamento e avaliação das políticas públicas. Ao ocupar esses espaços de decisão, os jovens contribuíram para qualificar o debate público, trazendo suas experiências e leituras sobre as realidades vividas nos territórios, com o objetivo de construir respostas mais eficazes e sensíveis às demandas reais das juventudes.



Agência Territórios Vivos—Jovens Comunicadores Territórios Vivos

A Agência Territórios Vivos, teve como foco jovens pertencentes aos povos e comunidades tradicionais, abrangendo os 28 segmentos reconhecidos no Brasil, em articulação com a Rede PCT. O processo formativo concentrou-se nas discussões socioambientais que atravessam esses territórios historicamente vulnerabilizados, considerando os impactos do racismo ambiental, da violação de direitos e da ausência de políticas públicas específicas. Como produto final, a Agência desenvolveu um jornal que pautou temas relacionados à ancestralidade, territorialidade e meio ambiente, fortalecendo narrativas produzidas a partir dos próprios territórios. O material teve circulação tanto digital quanto presencial, ampliando o alcance das discussões e reafirmando o direito à comunicação como ferramenta estratégica de incidência política e valorização dos saberes tradicionais.



Projeto Olho Vivo—Caramujo

O Projeto Olho Vivo no Caramujo constituiu-se como uma formação em fotografia voltada para jovens de comunidades de Niterói, com centralidade no território do Caramujo. O processo formativo resultou em uma exposição fotográfica que evidenciou as dinâmicas sociais, culturais e econômicas do território, a partir do olhar dos próprios jovens participantes.

A exposição, intitulada Caramujo em Contrastes: Movimentos que Transformam, colocou no centro da narrativa a vida e a potência dos trabalhadores informais, frequentemente invisibilizados pela cidade, apesar de sustentarem seu funcionamento cotidiano. As oficinas e a exposição ocorreram em parceria com o IJCA, parceiro institucional do projeto, reforçando o reconhecimento do Caramujo como território de produção cultural, artística e política na cidade de Niterói.



Exposição Caramujo em Contraste



Projeto Olho Vivo—Jardim Catarina

O Projeto Olho Vivo no Jardim Catarina manteve a mesma metodologia territorial e participativa, formando cerca de 20 jovens em fotografia a cada ciclo. A formação articula o aprendizado técnico da fotografia com aulas de debate e convergência social, nas quais os jovens analisam os principais problemas do território e escolhem coletivamente um tema a ser evidenciado por meio das imagens.

A exposição final, intitulada Jardim Delas: o Jardim de Muitas Catarinas, destacou o protagonismo das mulheres negras que constroem e sustentam as políticas de cuidado, organização comunitária e vida social no território. O trabalho evidenciou o papel fundamental dessas mulheres na produção de soluções locais e na incidência política, reafirmando a fotografia como instrumento de denúncia, valorização e transformação social.



Exposição Jardim Delas



Nossos Jornais



BEMTV-PRODUÇÕES

Em 2025, a Macro Ação Produção (Bem TV Produções) viveu um ano de consolidação do trabalho audiovisual voltado à visibilidade de territórios e juventudes, reforçando o papel estratégico da produção como ferramenta de comunicação, mobilização e permanência no campo profissional.

Ao longo do ano, a equipe concentrou esforços em garantir entregas consistentes, com qualidade técnica e alinhamento institucional, mesmo diante do desafio de gerir um fluxo intenso de demandas e prazos. O principal marco foi o cumprimento do cronograma de produções previstas, mantendo o cuidado desde a concepção até a finalização e entrega dos materiais.

Entre os resultados, destacam-se as 29 entregas realizadas, incluindo 2 programas do Comunidade em Cena, vídeos de apresentação dos jovens do projeto Territórios Vivos e peças para redes sociais (reels temáticos e materiais de divulgação).

No campo da organização do trabalho, a equipe fortaleceu rotinas de acompanhamento: foram 26 reuniões internas e 10 reuniões com parceiros, apoiando articulações para produção, encaminhamentos e sustentabilidade. Além disso, foram realizadas 11 diárias de gravação e elaborados 10 orçamentos, ampliando a capacidade de resposta a demandas institucionais e oportunidades externas.

Também é importante registrar ajustes no cotidiano: com a distância e o fuso horário decorrentes de pesquisa em Moçambique, foi necessária a implementação de um fluxo mais rigoroso de reuniões, buscando garantir melhor acompanhamento dos processos de edição e finalização — um desafio que foi enfrentado e superado com reorganização e persistência.

Como aprendizados e pontos a fortalecer, destaca-se a necessidade de ampliar esforços para captação de clientes e diversificação de formatos para redes, reconhecendo que a concentração na finalização das entregas e as demandas sazonais do ano impactaram essa expansão.



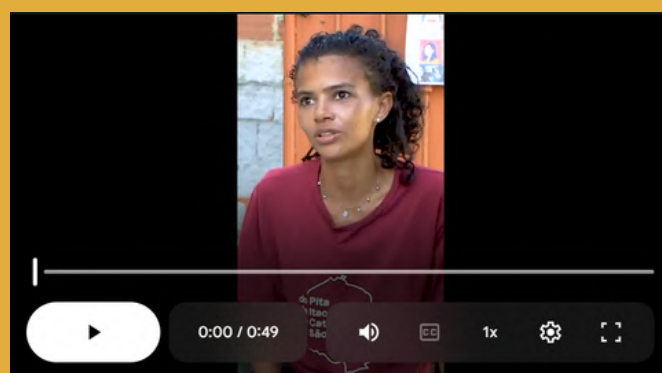
Indicadores quantitativos da BEMTV PRODUÇÕES

Categoria	Item	Quantidade
Entregas audiovisuais	Programas CeC	3
	Vídeos de apresentação (Jovens – Territórios Vivos)	20
	Reels – redes sociais (Jovens Comunicadores)	4
	Reels – Dia da Mulher	1
	Reels – Dia da Mulher Negra e Caribenha	1
	Peça “Prêmio Territórios Vivos”	1
Reuniões	Reuniões de equipe	26
	Total de reuniões com parceiros	10
Diárias de gravação	Olho Vivo	4
	Cobertura da pesquisa	1
	Festival do Rio	1
	Podcast	4
	Aula inaugural Jovens Comunicadores	1
Orçamentos	UFF (Seminário Infância)	5
	Prefeitura Educação	2
	Cobertura audiovisual (Circuito Blue Waves / Tomorrow Blue Economy)	2
	Fundação Banco do Brasil	1

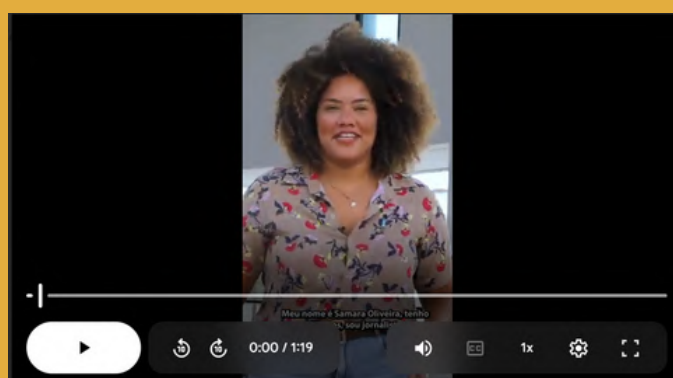
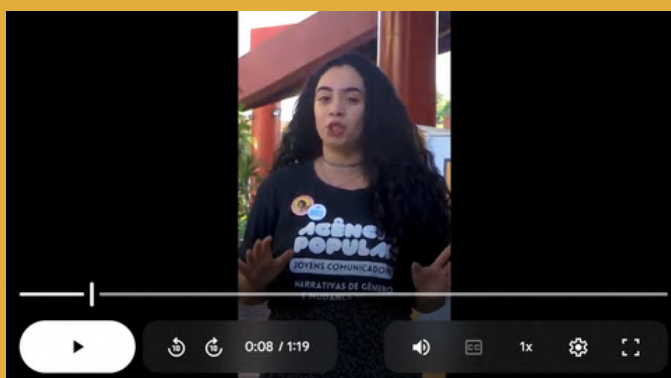
Produções em destaque



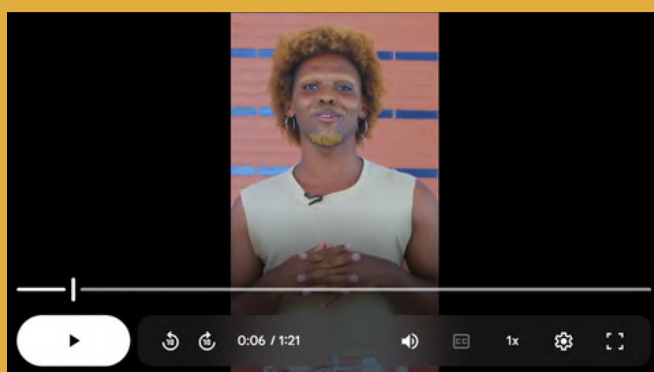
Territórios vivos



Dia da mulher negra e caribenha



Jovens Comunicadores



Jovens Comunicadores

QUE VENHA 2026

Terminamos 2025 felizes com os resultados alcançados e com a potência das entregas construídas ao longo do ano, mas também atentos aos desafios que se colocam no horizonte, já que 2026 será atravessado por acontecimentos de grande impacto público — especialmente as eleições presidenciais, a Copa do Mundo e a intensificação das disputas em torno da defesa da democracia. Esse contexto tende a elevar a polarização e a desinformação, reorganizar a atenção nas redes e ampliar a disputa por narrativas, o que exige ainda mais consistência, planejamento e capacidade de resposta.

Diante disso, ganham centralidade os desafios já identificados em 2025: integrar comunicação, formação e acompanhamento social desde o início das ações, institucionalizar rotinas que garantam regularidade (boletins, presença digital e comunicação institucional) mesmo em períodos de alta demanda, e consolidar uma estratégia de conteúdo capaz de dialogar com pautas “quentes” sem perder densidade crítica, contribuindo para a defesa da democracia. Ao mesmo tempo, a Copa do Mundo traz tanto competição por atenção quanto oportunidade de ampliar alcance, o que reforça a necessidade de diversificar formatos e fortalecer a coautoria com as juventudes, ampliando presença nos encontros e nos territórios. Assim, 2026 se apresenta como um ano em que será fundamental sustentar qualidade, ampliar articulação interna e fortalecer redes de cuidado e monitoria, para que a organização siga incidindo com força num cenário público mais tensionado e decisivo.



