



COMUNICAÇÃO POPULAR E ATUAÇÃO EM REDE:

**EXPERIÊNCIAS DOS
SINDICATOS,
FEDERAÇÕES E CONTAG**



DIRETORIA



Aristides Veras dos Santos
Presidente



Alair Luiz dos Santos
Secretário de
Política Agrária



Carlos Augusto Santos Silva
Secretário de Formação
e Organização Sindical



Alberto Ercílio Broch
Vice-presidente e Secretário
de Relações Internacionais



Vânia Marques Pinto
Secretária de Política
Agrícola



Maria José Morais Costa
Secretária de Mulheres
Trabalhadoras Rurais



Thaisa Daiane Silva
Secretária-Geral



Sandra Paula Bonetti
Secretária de
Meio Ambiente



Mônica Bufon
Secretária de Jovens
Trabalhadores(as) Rurais



Juraci Moreira Souto
Secretário de Finanças
Administração



Edjane Rodrigues Silva
Secretária de
Políticas Sociais



Antonio Oliveira
Secretário de
Trabalhadores(as)
Rurais da Terceira Idade

APRESENTAÇÃO

*“Não há saber mais ou saber menos: há saberes diferentes.”
(Paulo Freire)*

Essa frase de Paulo Freire, descreve bem a essência da Comunicação Popular. Ela é feita de vários saberes, de várias vivências, de várias realidades, de vários pontos de vista. É uma comunicação feita a partir dos saberes populares.

A CONTAG, ao longo dos anos, foi construindo essa trajetória de olhar para a sua realidade, para a realidade dos trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares e ver a direção que deveria seguir para comunicar melhor e avaliar quais estratégias que deveriam ser tomadas para que essa comunicação chegasse à base. Mas, não adianta só chegar até as pessoas que vivem no meio rural brasileiro e

ter apenas o propósito de informar. A Comunicação do Sistema Confederativo (STTRs, FETAGs e CONTAG) precisa ir para além disso: precisa formar e transformar a vida dos povos do campo, da floresta e das águas. Precisa ter propósito e envolver as pessoas!

Essa cartilha tem os objetivos de apresentar alguns conceitos, alguns diferenciais e princípios da Comunicação Popular e Sindical em relação a outros formatos de Comunicação; também visa apresentar experiências já trabalhadas pela CONTAG, Federações e Sindicatos nesse sentido; além de ser uma inspiração para as organizações, estados e municípios que ainda não conseguiram



avancar nessa discussão. Que possamos fazer esse caminho coletivamente, com compromisso e avançar nessa comunicação popular e sindical, com a identidade rural, com propósito, afeto e que impulse o nosso poder de mobilização dos trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares.

Fazer Comunicação Sindical e Popular é um ato político e revolucionário!

Aristides Veras dos Santos
Presidente da CONTAG
Gestão 2017-2021 / Gestão 2021-2025

SUMÁRIO

6



A história da Comunicação do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais

Política de Comunicação da CONTAG



10

13



Comunicação como ferramenta de fortalecimento do Projeto Alternativo de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário (PADRSS)

Comunicação como ferramenta de fortalecimento da sustentabilidade político-financeira do MSTTR

Campanha Nacional de Sindicalização Sindicato de Portas Abertas



16

19



O que é Comunicação Popular e qual a sua importância?

Comunicação
com identidade
rural

24



Experiências
Nacionais de
Comunicação
Popular

28



29



Rede Nacional de
Comunicadores
e Comunicadoras
Populares

Rede de Jovens
Comunicadores
e Comunicadoras
Populares

32



35



Rede de
Comunicadoras
Populares
Feministas

Experiências
dos estados

38



A HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO DO MOVIMENTO SINDICAL DE TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS



A Confederação Nacional dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares (CONTAG) coordena o Sistema Confederativo composto por 27 Federações estaduais e aproximadamente 4 mil Sindicatos de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais. A CONTAG trabalha há décadas a sua comunicação e entende que ela é a alma da ação sindical.

Uma das primeiras iniciativas de Comunicação da CONTAG foi a criação do periódico “O Trabalhador Rural”, em 1969. Ao longo da sua trajetória, recebeu várias denominações: como jornal e boletim, por exemplo. Foi um dos principais instrumentos de motivação, mobilização e consolidação de uma política sindical nacional. E os principais temas abordados eram os relacionados ao Sindicalismo,

lutas do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (MSTTR), noções de Planejamento, Administração Sindical, como fazer reuniões, elaboração de projetos, o papel dos dirigentes, entre outros. Ou seja, além de informar, a comunicação contribuía também com a formação das pessoas.

A CONTAG sempre teve a consciência de ter, no seu quadro de funcionários ou de parceiros, profissionais especializados em comunicação, melhorando as relações da organização com a mídia e também na formação de lideranças em técnicas de comunicação.

Nessas primeiras décadas de fundação da CONTAG também foi elaborado um manual de utilização do logo da CONTAG. Essa marca também passou por mudanças e esse trabalho de

aperfeiçoamento da identidade visual da Confederação continua até os dias de hoje.

E o rádio não ficaria de fora das primeiras iniciativas em comunicação da CONTAG. Primeiro houve um investimento nos spots radiofônicos sobre saúde preventiva, erradicação do trabalho infantil, sustentabilidade, entre outros.

Essa experiência e a reafirmação do rádio como um dos principais veículos de comunicação de alcance junto aos trabalhadores e trabalhadoras rurais levou à criação do programa A Voz da CONTAG, que foi ao ar pela primeira vez em 1º de Maio de 1993, no Dia do Trabalhador e da Trabalhadora, a partir de uma importante parceria com a Oboré.

Muitas lideranças receberam capacitação para o trabalho com rádio e



receberam gravadores para ajudarem na consolidação deste importante programa. A Voz da CONTAG é considerada a mais duradoura experiência de rádio no movimento sindical brasileiro, e uma das mais importantes neste meio. Além de divulgar o programa nos seus principais veículos de comunicação, como o portal de notícias e as redes sociais, agora o programa também está nas principais plataformas de podcasts. A Voz da CONTAG também é retransmitida em diversas rádios comerciais e comunitárias pelo país.

Depois do programa A Voz da CONTAG, várias Federações e Sindicatos filiados também criaram e mantêm até hoje os seus programas de rádio, ampliando a voz dos trabalhadores e trabalhadoras rurais Brasil a fora.

A Voz da CONTAG já foi vencedora de dois prêmios importantes por conta das suas pautas relevantes: o Prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos e o Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo.

Voltando ao jornal impresso, “O Trabalhador Rural” passou por uma mudança e tornou-se o “Jornal da CONTAG”, com formato diferente e nova proposta. Anos depois, ficou menor,

em formato de revista. Com a necessidade de reduzir gastos com os Correios para envio do jornal em todo o País e que as notícias chegassem mais rapidamente à base, finalizou a era do jornal impresso e adotou-se a estratégia do boletim on-line, o “Comunica CONTAG”, com envio semanal por e-mail, pelos grupos e lista de transmissão e também acessível no Portal.

Depois de alguns anos, com as avaliações periódicas sobre as estratégias e meios de comunicação que davam mais resultado e precisavam ser priorizados, optou-se por acabar com o boletim on-line e investir mais nas redes sociais, especialmente o Instagram, o Facebook e, mais recentemente, o TikTok. No período da pandemia houve uma grande quantidade de Lives. E o programa de rádio A Voz da CONTAG passou por uma grande reformulação, assim como o Portal da CONTAG.

Também é importante destacar que a Comunicação e os meios trabalhados pela CONTAG são importantes instrumentos de registro da história da Confederação e do MSTTR, ou seja, Comunicação é Memória! Precisamos zelar pelos registros audiovisuais, impressos, documentos, entre outros. Os registros atuais são a nossa história amanhã.



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA CONTAG

Depois de todo esse resgate sobre o processo da comunicação dentro da CONTAG, os meios trabalhados e as transformações ocorridas ao longo dessas seis décadas, é importante falar de Política de Comunicação.

Mas, afinal, o que é uma Política de Comunicação?

A Política de Comunicação da CONTAG, por exemplo, estabelece princípios, diretrizes e responsabilidades no âmbito de abrangência da comunicação e busca a construção de uma comunicação sindical, popular, democrática e participativa no movimento sindical, contribuindo para seus objetivos estratégicos expressos no Projeto Alternativo de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário, o PADRSS, em especial para o fortalecimento da estrutura e ação sindical.

E, ao longo de várias décadas de atuação da CONTAG, a sua política de comunicação passou por atualizações.

E por que uma política de comunicação precisa ser atualizada?

A conjuntura de um país muda ao longo dos anos, seja por mudança de governo, mudança de Diretoria na entidade sindical, por avanços tecnológicos, por prioridades da sua base representada, então, as diretrizes da comunicação precisam ser ajustadas de acordo com o contexto em que vivemos. E na CONTAG não seria diferente. O que mudou foi a forma de atualizá-la. Nos últimos anos, essas atualizações estão sendo feitas de forma coletiva, escutando os estados e comunicadores e comunicadoras que atuam no movimento sindical.

POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO DA CONTAG

Janeiro/2021



Foi a partir dessa escuta e da experiência da Escola Nacional de Formação da CONTAG (ENFOC), com a Rede de Educadores e Educadoras Populares, que foi definida, por meio da Política de Comunicação da CONTAG, a criação da Rede de Comunicadores e Comunicadoras Populares.

E reafirmou o seu caráter popular, de unidade, engajamento, mobilização, articulação e conscientização e, ao mesmo tempo, vem buscando o seu dinamismo de reação frente à atual conjuntura e aos desafios postos para a organização.

E qual o objetivo de uma Rede de Comunicadores e Comunicadoras Populares? Entre vários objetivos, destacamos:

- Colaborar na implementação da Política de Comunicação da CONTAG;
- Mobilizar e dialogar com a base, na produção e divulgação das notícias e ações do Movimento Sindical, entre outros;
- Garantir as especificidades das regiões, estados e municípios na comunicação do movimento sindical, ou seja, que as pessoas se vejam nos materiais produzidos.

**“FAZER COMUNICAÇÃO
SINDICAL E POPULAR
É UM ATO POLÍTICO E
REVOLUCIONÁRIO!”**
**Política de Comunicação
da CONTAG**

Além de trabalhar os diversos meios de comunicação que estão disponíveis hoje, a Comunicação da CONTAG também investe em formação de comunicadores e comunicadoras populares, seja para aprimorar as técnicas de redes sociais, produção de vídeos, podcasts, fotografia e de oratória, por exemplo.

E visando se integrar a uma pauta mais abrangente da comunicação, a CONTAG também passou a integrar o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), o Centro de Estudos da Mídia Alternativa “Barão de Itararé” a Coalizão de Direitos na Rede. De fato, a comunicação deixa de ser um meio para ser uma política, um eixo estratégico e importante nessa missão de mobilizar os trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares.

E essa trajetória feita sobre a Comunicação da CONTAG é bem parecida com a história de várias Federações e Sindicatos que também investem na comunicação ao longo dos anos, assim como de várias organizações parceiras do campo, da floresta e das águas.

COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE FORTALECIMENTO DO PROJETO ALTERNATIVO DE DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL E SOLIDÁRIO (PADRSS)

O Projeto Alternativo de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário (PADRSS) é o projeto político construído pela CONTAG, Federações e Sindicatos que tem, desde a sua origem, como um dos seus eixos centrais a luta por melhoria das condições de vida das populações do campo, da floresta e das águas.

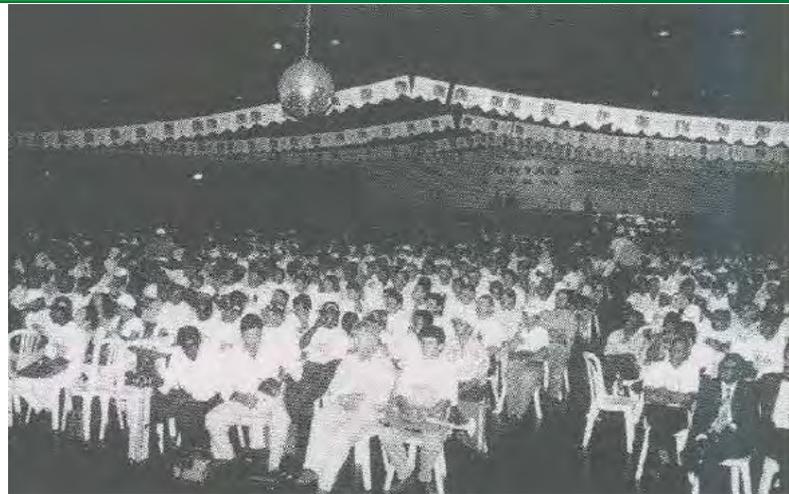
É importante destacar que as nossas lutas históricas têm buscado a valorização do espaço rural como um local privilegiado de transformação e implementação de políticas de inclusão social com profundas repercussões sobre o conjunto da sociedade brasileira. Foi com esse espírito que a CONTAG, ao longo de sua história, empunhou as bandeiras da luta pela reforma agrária, por uma política diferenciada para a agricultura familiar e pelos direitos dos assalariados e assalariadas rurais.

Foi com essa visão e com esse desejo que os delegados e delegadas do 6º Congresso Nacional de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais, realizado em 1995, iniciaram o debate e afirmaram a necessidade de formular um Projeto Alternativo de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário (PADRSS). Já o 7º Congresso Nacional de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais, realizado em 1998, aprovou os pontos centrais que deveriam nortear a construção e implementação do PADRSS.

O movimento sindical entende que o desenvolvimento brasileiro deve incluir crescimento econômico, justiça, participação social e preservação ambiental. Este desenvolvimento deve privilegiar o ser humano na sua integralidade, possibilitando a construção da cidadania. Neste caso, as questões econômicas têm que estar articuladas às questões sociais, culturais, políticas, ambientais e às relações sociais de gênero, geração, raça e etnia.

Um dos esforços do movimento sindical do campo em construir um projeto de desenvolvimento é a esperança de uma vida melhor para os sujeitos que vivem no meio rural. Portanto, é fundamental criar políticas públicas e programas voltados para a distribuição de renda. O MSTTR também entende que não há desenvolvimento no meio rural sem educação, saúde, garantias previdenciárias, salários dignos, erradicação do trabalho infantil e escravo, respeito à autodeterminação dos povos indígenas e preservação do meio ambiente.

E como a comunicação se encaixa como uma ferramenta de fortalecimento do Projeto Alternativo de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário? A comunicação é estratégica na



disputa de narrativas, na defesa das nossas bandeiras de luta, na reafirmação política da luta do movimento sindical. Então, precisamos produzir materiais, falar nos programas de TV e nas rádios, formular os nossos discursos, dialogar com a sociedade, ou seja, estar nos mais diversos espaços para defender o nosso projeto de sociedade.

A comunicação é fundamental para pautar os grandes temas, as grandes bandeiras do nosso projeto político. As nossas pautas precisam ter como foco a discussão do bem-estar e a valorização dos sujeitos do campo, da floresta e das águas. Reafirmar a realização da reforma agrária de forma ampla, massiva, de qualidade e participativa; reafirmar a agricultura familiar como a base estruturadora do desenvolvimento rural sustentável e solidário; o fortalecimento das políticas públicas; pautar a preservação e conservação ambiental. Além disso, afirmar a soberania alimentar como o direito e o dever dos povos e das nações e também defender a soberania territorial; reconhecer o espaço rural em sua diversidade ambiental, cultural, política e econômica, entre outros pontos fundamentais do PADRSS.

Ou seja, a nossa comunicação precisa ter propósito. Ela precisa dar visibilidade às nossas propostas, ao nosso projeto e demarcar a posição dos trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares.

**“TEMOS UMA HISTÓRIA
A CONTAR QUE NÃO
É APENAS CONTRA
ALGUMA COISA, MAS É
POR ALGUMA COISA.”**

Barack Obama

COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE FORTALECIMENTO DA SUSTENTABILIDADE POLÍTICO-FINANCEIRA DO MSTTR

Pimeiramente, é fundamental destacar que o debate sobre a Sustentabilidade Político-Financeira vem tomando corpo ao longo dos últimos anos, em especial com os ataques que o movimento sindical sofreu depois do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, com os dois governos do período de 2016 a 2022. Com o fim da obrigatoriedade da contribuição sindical e com a necessidade de não ficar dependente do Convênio INSS/CONTAG, a CONTAG, Federações e Sindicatos, promoveram muitos debates sobre o tema e foram definindo estratégias para superar esses desafios e dificuldades.

Já tínhamos um debate acumulado sobre o Plano Sustentar, com definições e estratégias políticas para consolidar a sustentabilidade político-financeira do movimento sindical. O Plano Sustentar está estruturado em três eixos articulados entre si: a Gestão Administrativa e Financeira, Formação e Comunicação.

É importante destacar o papel de cada eixo e como estes se articulam. As ações estratégicas para

Campanha Nacional de Sindicalização

Sindicato de Portas Abertas



a Gestão Administrativa e Financeira contribuirão para uma gestão democrática, transparente e participativa fortalecendo as estratégias de arrecadação; a Formação e seus Processos Formativos possibilitarão qualificar a ação político-sindical, potencializando a construção de alternativas de enfrentamento e transformação social; e a Comunicação promoverá o diálogo e potencializará a mobilização entre a base e as entidades. A articulação destes três eixos reforça e potencializa as ações estratégicas definidas para cada um deles, permitindo, assim, a implementação e desenvolvimento do *Plano Sustentar*.

A prestação de serviços e convênios para a categoria foi um dos pontos mais convergentes dessa construção, bem como a realização de uma Campanha Nacional de Sindicalização permanente, que demos o nome de “Sindicato de Portas Abertas”, focando especialmente no trabalho de base, na consolidação da sustentabilidade político-financeira, na regularização das entidades sindicais, na sindicalização de mulheres e jovens, no fortalecimento da nossa Política de Comu-

nicação, na criação de novas formas de arrecadação, entre outras estratégias.

É trazendo mais para a comunicação, temos buscado fortalecer a nossa política, elaborar materiais sobre as nossas lutas, conquistas, sobre os direitos dos associados e associadas, dar visibilidade ao papel do movimento sindical, melhorar o nosso marketing e as nossas estratégias.

No entanto, fazer comunicação sozinho é muito difícil e, sem dinheiro, fica ainda pior. Então, é urgente consolidarmos a estratégia de atuação em rede, fortalecer a nossa Rede Nacional de Comunicadores e Comunicadoras Populares. Além disso, precisamos ter o nosso Sindicato na base, investindo em trabalho nas comunidades rurais, dialogando e estreitando a relação com os trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares para reforçar o nosso papel de representação dos sujeitos no campo, na floresta e nas águas. A nossa comunicação precisa chegar até a base. E não pode ser qualquer comunicação. Precisa ser uma comunicação popular, com a identidade rural, com propósito, com afeto e mobilizadora da nossa categoria.

O QUE É COMUNICAÇÃO POPULAR E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA?

Antes de destacar a importância da Comunicação Popular para a formação de sujeitos coletivos e mobilizadora da categoria, precisamos reafirmar que a comunicação é um direito humano fundamental garantido pela Constituição Federal e indispensável para o desenvolvimento sustentável, justo e equitativo do País, sendo um dos elementos centrais para a consolidação do nosso projeto político, o Projeto Alternativo de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário. Mesmo sendo um direito fundamental, ele não é assegurado para todas as pessoas. O maior número de excluídos está no meio rural. Segundo o Censo Agropecuário

de 2017, cerca de 70% das propriedades rurais não têm acesso à internet.

Mas, voltando a falar da importância da comunicação, ela é uma ferramenta estratégica para divulgar e fortalecer os interesses da categoria, bem como fazer a disputa de narrativas, de ideias, de pensamentos e intenções políticas, envolvendo abordagens econômicas e sociais.

Adentrando ao tema da comunicação popular, podemos dizer que é um instrumento crítico para estimular a nossa imaginação política e a mobilização coletiva de forças progressistas, pois transformar a comunicação é uma demanda urgente.

**“TODA
COMUNICAÇÃO
DEVE LEVAR À
MUDANÇA.”**

**ARISTÓTELES,
FILÓSOFO GREGO**

Nos últimos dez anos, o crescimento de candidatos e candidatas de extrema direita e, inclusive, fascistas, ou seja, de práticas antidemocráticas, autoritárias e negacionistas, ficou evidente e transformou o cenário político em diversos países, entre eles, o Brasil. Nesse cenário, narrativas únicas, muitas delas baseadas em notícias falsas, as chamadas *fake news*, se estabelecem como verdades. Vozes são silenciadas ou ignoradas, a classe trabalhadora está sendo impedida de manifestar os seus interesses na esfera pública. A comunicação popular, nesse contexto, ganha um lugar de destaque no debate sobre a construção de uma sociedade democrática que compreenda o direito à comunicação como dimensão dos direitos humanos, que permita a li-

berdade de expressão de múltiplas vozes, assim como de múltiplas leituras da realidade.

Toda sociedade se constrói no espaço da comunicação e, nesse espaço, o poder se constrói e atua sobre o corpo social. A elite, para manter o seu poder, sempre se privilegiou com a utilização dos meios de comunicação e o controle do Estado para legitimar o processo de dominação e marginalização de setores da sociedade ao longo da história. A mídia tradicional brasileira se estabeleceu a partir de elites da comunicação controladas por famílias. Esse domínio de poucas famílias sobre os meios de comunicação no Brasil é histórico. O alto índice de concentração midiática faz com que a diversidade de ideias e opiniões seja





pequena, o que reforça o poder de poucos grupos disseminarem suas visões de mundo, se estabelecendo aí uma disputa ideológica.

Nos últimos anos também temos enfrentado os efeitos da guerra midiática/ideológica, principalmente com o combate à desinformação, dentre elas as notícias falsas, que têm gerado retrocessos, a exemplo da aprovação de reformas, eleição de projetos ultraliberais, do teto de gastos, risco à soberania nacional, aumento da fome, da pobreza, do desemprego, comprometeu o enfrentamento à pandemia de Covid-19, desvalorização do salário mínimo, privatizações, entre outras medidas que estamos na luta para reverter.

Pensando nesse cenário, a comunicação sindical e popular, além de informar, deve contribuir para a formação política dos sujeitos que constituem a base do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (MSTTR). Bem como, tem o papel contribuir com essa concepção que se coloca na perspectiva da educação popular, em que os sujeitos da ação educa-

tiva são incentivados a pensar a transformação da sua realidade. É importante para o movimento formar seus próprios comunicadores e comunicadoras para efetivar essa concepção de comunicação, adotando essa prática educativa com ênfase no processo de reflexão.

Além de pensar nesse cenário político e de disputa de narrativas, temos outro desafio que é a luta pela democratização da comunicação. No meio rural brasileiro, ainda não foi universalizado o acesso à internet e muito menos internet de qualidade. A comunicação popular também precisa fortalecer essa luta pela democratização da comunicação como forma de evitar o monopólio nas concessões públicas de TV, rádio, telefonia e internet, que permite a utilização de novos instrumentos de comunicação, a exemplo das plataformas digitais. Embora os meios de comunicação sejam utilizados para contestação da narrativa hegemônica, essa disputa de narrativas não se dá de forma igualitária, pois a concentração

da propriedade e o monopólio das concessões públicas se colocam como primeiro obstáculo à projeção de outras vozes pelos meios de comunicação. Daí porque a comunicação popular se torna tão mais necessária, principalmente pela sua capacidade de visibilizar uma multiplicidade de vozes silenciadas, expressa em narrativas próprias.

A comunicação popular também é fundamental para que a nossa voz, as narrativas da agricultura familiar ecoem em todos os cantos; para que a nossa base, composta pelos trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares, receba as nossas notícias, principalmente sobre a atuação da CONTAG, Federações e Sindicatos filiados na sua representação. Precisamos compreender que a comunicação é uma ferramenta fundamental na mobilização e fortalecimento da nossa luta.

E é nesse sentido que a CONTAG tem buscado fortalecer a sua política de comunicação, reafirmando o seu caráter popular, de unidade, engajamento, mobilização, articulação e conscientização e, ao mesmo tempo, renovando o seu dinamismo de reação frente à atual conjuntura e aos desafios postos para a nossa Confederação. *Fazer Comunicação Sindical e Popular é um ato político e revolucionário!*

COMUNICAÇÃO COM IDENTIDADE RURAL



Talvez vocês já tenham experiência de trabalhar com comunicação, de produzir conteúdo, de fazer uma comunicação com afeto, uma comunicação não violenta, mas, a sua comunicação tem a identidade do rural?

Antes de entrarmos no detalhamento da identidade rural, vamos falar porque precisamos ter esse cuidado de colocar a identidade de alguns públicos ao produzir um conteúdo impresso e audiovisual, por exemplo.

Imagine usar uma linguagem jurídica, imagens de homens de terno para dialogar com trabalhadores e trabalhadoras rurais, e vice-versa.

Imagine usar uma linguagem e imagens religiosas para dialogar com pessoas com crenças divergentes ou até mesmo sem ter uma crença religiosa.

Podemos também dar outro exemplo: usar linguagem machista e imagens só de homens em materiais voltados a mulheres.

Imaginou? Pois é, mesmo com a necessidade de furarmos bolhas, de dialogarmos com outros públicos, precisamos ter esses cuidados ao planejar a nossa comunicação. Qual é o

nosso público, qual o nosso objetivo com esses materiais que serão produzidos? Essas e outras perguntas devem ser feitas ao planejar uma campanha ou apenas um vídeo para as redes sociais. Até um discurso num evento precisa ser voltado ao público que está participando.

O primeiro elemento desta identidade é a linguagem. Precisamos ter uma linguagem simples, de fácil entendimento, sem usar palavras difíceis. A comunicação precisa ser clara e objetiva. Se for produzir texto, não se alongue. Prefira textos curtos e use mais imagens. Vamos evitar gírias e palavras estrangeiras.

Uma coisa muito importante é adotar algumas expressões típicas do pessoal do campo. E isso pode variar para cada estado ou região. Na CONTAG, devemos ter essa visão macro da comunicação, olhando para o país. Mas, quem faz a comunicação da sua Federação, do seu Sindicato ou tem uma atuação mais forte na sua comunidade, pode trazer para a sua identidade expressões que gerem conexão com o seu público.

Por exemplo: se for gravar um vídeo sobre o cultivo da mandioca, nacionalmente, esse termo [mandioca] é o mais

**“FELIZ AQUELE
QUE APRENDE
O QUE ENSINA E
TRANSFERE O
QUE SABE.”**

CORA CORALINA

usado, mas tem lugar que as pessoas conhecem mais por aipim ou por macaxeira. E esse exemplo serve para várias questões, pode ser para um tipo de alimento, um tipo de dança, de música, o jeito de executar um serviço, como panhar ou colher café, chamar a moçada, a gurizada, e outras expressões que marcam uma identidade. Quanto mais o seu público se conectar e entender a sua linguagem, melhor. Você já prende a atenção, gera conexão e a sua mensagem será melhor compreendida.

Outra questão importante ao planejar a sua comunicação é ter noção sobre quais são os meios de comunicação mais utilizados pelo seu público? Se possível, faça um mapeamento. Se você quer dialogar com uma comunidade que não tenha sinal de internet, as redes sociais não vão surtir o efeito esperado. Faça uso do rádio e/ou de ma-

teriais impressos, por exemplo. Infelizmente, ainda temos um grande número de famílias no meio rural sem acesso à internet.

Se for um público de jovens e adolescentes, se aproprie das redes sociais, com vídeos curtos, bem criativos. Para um público mais maduro, invista no rádio. É claro, depende muito de região para região e se o seu público tem acesso a esses meios. Faça essa pesquisa. E lembre-se, não é uma receita de bolo. É preciso pesquisar e adotar a estratégia de tentativa, erro e acerto para ver o que mais funciona no seu caso.

Depois de descobrir os principais meios que atingem mais o seu público, leve em consideração a sua rotina de trabalho e de vida, que são bem diferentes entre o campo e a cidade. Essas estatísticas na internet de melhor dia e horário para postar pode não refletir na realidade dos trabalhadores e tra-

balhadoras rurais. Normalmente, escutam rádio na lida da roça e acessam as redes sociais bem cedinho, no horário do almoço e ao final da tarde, mas depende muito das atividades desenvolvidas, se tem acesso à internet no campo, por exemplo. Então, precisa testar os diversos dias e horários ao longo da semana para ver as métricas de engajamento. A partir das métricas você também vai perceber o tipo de conteúdo que mais vai agradar.

Na comunicação para os trabalhadores e trabalhadoras rurais também devemos levar em consideração as diferenças culturais. Essas diferenças não mudam apenas de estado, de região, mas também da cultura rural e urbana. Tem muita tradição que é desconhecida das pessoas da cidade e são muito valorizadas por quem é do campo. Use isso, vai agregar valor ao seu conteúdo, traz o afeto, o sentimento de pertencimento e cria uma identidade.

Também precisamos valorizar os nossos símbolos. Pode ser a bandeira do Sindicato, da Federação e da CONTAG, o boné, a enxada, as sementes, os alimentos, alguma vestimenta, algumas cores, enfim, o que expressa o nosso sentimento, a nossa luta, a nossa realidade. Na CONTAG, por exemplo, cos-

tumamos trabalhar com cores da nossa paleta do logo, mas a juventude rural tem outra paleta, com mais cores, que usamos muito no Festival Nacional da Juventude Rural, no Programa Jovem Saber e nos cursos Inovar. As mulheres trabalhadoras rurais usam muito o lilás e o roxo, bem como as margaridas e o símbolo também de Margarida Alves. Tudo isso faz parte da identidade, transmite valores e ideias.

Uma das coisas que dialogamos muito na Rede Nacional de Comunicadores e Comunicadoras Populares é garantir essas especificidades regionais do jeito de fazer a comunicação local. Por exemplo: a CONTAG produz um vídeo sobre um determinado assunto. Se ao olhar aquele vídeo você perceber que aquela linguagem não está muito clara para a sua comunidade e/ou seu município, grave um novo vídeo transmitindo a mesma mensagem da forma que entender ser melhor para o seu público. O que importa é não deixar de comunicar. Comunicação é conexão e a comunicação popular tem isso na sua essência. É uma comunicação horizontal, não é uma via de mão única. Ela vai e volta de forma democrática, emancipadora, valorizando as identidades e diversidade.

EXPERIÊNCIAS NACIONAIS DE COMUNICAÇÃO POPULAR



REDE NACIONAL DE COMUNICADORES E COMUNICADORAS POPULARES

A Política Nacional de Comunicação da CONTAG tem como perspectiva a comunicação sindical e popular, e é definida pelo seu caráter informativo, formativo, de organização e de mobilização dos trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares em favor de suas pautas e/ou reivindicações.

Além disso, o documento traz algumas diretrizes, entre elas está a importância de a Comunicação da CONTAG contribuir na formação de sujeitos comprometidos com sua realidade, tendo em vista a construção de sua cidadania; reforçar e ampliar a atuação Rede Nacional de Comunicadores e Comunicadoras Populares do MSTTR, envolvendo a base sindical e reconhecendo os sujeitos da base como partícipes ativos no processo de construção da comunicação, tornando-se divulgadores, porta-vozes e críticos/as de sua própria

produção; e fortalecer, aprimorar e ampliar os canais de comunicação interna da CONTAG, assim como impulsionar formas alternativas de comunicação já em curso nos espaços sindicais para favorecer o debate, possibilitar uma comunicação interna dinâmica e crítica.

Diante desse desafio, vamos apresentar a experiência da realização das Oficinas Nacionais de Comunicação Popular e Tecnologias da Informação, atividades presenciais, que integram a estratégia de avaliação, planejamento, formação e capacitação do processo iniciado em 2018 de discussão sobre as tecnologias da informação e comunicação e atuação em redes envolvendo dirigentes, assessores/as de comunicação, comunicadores/as e educadores/as populares, e que também contaram com o apoio do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar).

Na época, o processo contou com uma atividade nacional e cinco regionais, realizadas de junho de 2018 a fevereiro de 2019. Em 2023, realizamos também com o apoio do Senar dois Encontros Nacionais de Avaliação do Processo de Multiplicação Criativa em Comunicação Popular e Tecnologias da Informação – atividades virtuais, por meio da Plataforma Zoom, e uma Oficina Nacional presencial, no mês de dezembro.

Agora, no atual projeto, em 2024, fortalecemos esse processo e realizamos mais uma Oficina Nacional, reunindo 103 pessoas nos dias 23, 24 e 25 de abril, no auditório Margarida Maria Alves, no CESIR/CONTAG, em Brasília/DF, sendo trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares, dirigentes, lideranças sindicais e funcionários/as e assessores/as das Federações que trabalham na comunicação, profissionais do Setor de Comunicação da CONTAG e uma instrutora contratada. A atividade foi coordenada pela Presidência da CONTAG, que é responsável pelo Setor de Comunicação.

O objetivo geral desta oficina foi capacitar lideranças e educadores/as populares sobre o uso das tecnologias da informação nos processos de comunicação popular e construir estratégias de atuação em redes.

Além disso, a atividade também visava ampliar a compreensão sobre a comunicação popular e uso das tecnologias da informação; formar os educadores/as e comunicadores/as populares para o uso das tecnologias da informação; fortalecer a Rede de Comunicadores e Comunicadoras Populares; construir estratégias de atuação em rede; conhecer e mapear as experiências de comunicação popular desenvolvidas no País.

A Rede Nacional de Comunicadores e Comunicadoras Populares foi fortalecida ao longo desse itinerário e segue unida e atuante nas principais ações promovidas pelo Sistema Confederativo, a exemplo do Grito da Terra Brasil, Marcha das Margaridas, Festival Nacional da Juventude Rural, Congresso da CONTAG, Oficinas de Base, produção de conteúdos para as redes sociais, entreadjuada no atendimento às demandas de imprensa, entre outras.



REDE DE JOVENS COMUNICADORES E COMUNICADORAS POPULARES

A Rede de Jovens Comunicadores e Comunicadoras Populares é formada pela juventude rural que integra o Sistema Confederativo da CONTAG, seja como sindicalizado, que esteja na assessoria ou como dirigente dos nossos Sindicatos, Federações e da própria Confederação.

Como a juventude sempre demonstrou muito interesse pelo tema da Comunicação, buscando se capacitar sobre redes sociais, produção de vídeos, oratória, podcasts, entre outras áreas da comunicação, a Secretaria de Jovens da Confederação buscou manter uma parceria com o Setor de Comunicação da CONTAG e com a Repórter Brasil para a construção de vários momentos formativos.

E a aceitação foi tão boa de todas as partes que houve a decisão de dedicar boa parte da programação dos Festivais Regionais a essas oficinas de comunicação popular. Também foi nesse espaço dos Festivais Regionais que a juventude começou a se indicar para as Comissões do 4º Festival Nacional da Juventude Rural. Uma dessas comissões era a de comunicação.

Até então, essa comissão iria contribuir com a elaboração do Plano de Comunicação e trabalhar nos materiais antes e duran-

te o Festival, juntamente com o Setor de Comunicação da CONTAG.

Logo após os Festivais Regionais, foram iniciadas as reuniões quinzenais pela plataforma Zoom. E foi uma experiência fantástica de construção coletiva e colaborativa e também de formação. A Comunicação do Festival teve a cara e a essência da juventude. Foi feita pela, para e com a juventude. Realmente uma experiência de comunicação popular!

E a experiência foi tão boa, tão exitosa que, ao finalizar o Festival, a própria juventude demonstrou interesse de continuar contribuindo com a comunicação do movimento sindical. Então, em diálogo entre a Secretaria de Jovens e o Setor de Comunicação da CONTAG, foi definida a continuidade desse trabalho conjunto e foi criada



a Rede de Jovens Comunicadores e Comunicadoras Populares. Essa rede continua até hoje e sempre crescendo, com a chegada de mais e mais jovens!

Do Festival para cá já foram trabalhados vários projetos, como na co-

municação da Marcha das Margaridas, produção para o mês do meio ambiente apresentando todos os biomas, para o Grito da Terra Brasil e também com a produção de conteúdo para as postagens semanais para as redes sociais da



CONTAG. Nessas postagens semanais são destacadas conquistas da nossa luta, temas importantes como a sucessão rural, produção de alimentos saudáveis, participação política, sindicalização, entre outros.

Também é importante dizer que os/as jovens que compõem a Rede estão se integrando às ações da Rede Nacional de Comunicadores e Comunicadoras Populares da CONTAG, participando ativamente das formações, contribuindo na produção de materiais e de multiplicação das postagens para que a comunicação, de fato, chegue até os trabalhadores rurais agricultores e agricultoras familiares. E também estão contribuindo com a Comunicação das nossas Federações e dos Sindicatos filiados.

É importante valorizar o trabalho da Rede de Comunicadores e Comunicadoras Populares, principalmente as redes formadas pelos sujeitos do campo, da floresta e das águas. As pessoas precisam se ver e se sentir representadas nos materiais, nos textos, nos vídeos. É fundamental criarmos esse sentimento de pertencimento nas pessoas. Comunicação Popular é isso!

REDE DE COMUNICADORAS POPULARES FEMINISTAS



Já sabemos que a comunicação popular é feita para o povo, pelo povo e com o povo. E, dessa forma, passamos a entender que a comunicação para as mulheres também precisa ser feita com mulheres. Foi daí que a Secretaria de Mulheres, de Jovens, de Formação e o Setor de Comunicação da CONTAG criaram o projeto do Curso “Comunicar o nosso mundo para semear as Margaridas: Práticas e Estratégias de Comunicação para a Juventude Feminina”.

O objetivo era formar as mulheres agricultoras familiares e lideranças de organizações parceiras como comunicadoras populares e construir a Comunicação da Marcha das Margaridas 2023. Foi feito um módulo presencial e outros virtuais. Além de construirmos de forma coletiva os conceitos de comunicação popular feminista, de debatermos outros temas da comunicação popular e do feminismo, tivemos momentos riquíssimos de formação e qualificação no uso das redes sociais, produção de cards, de vídeos, de fotografia, de escrita criativa, entre outras ferramentas estratégicas.

Todo esse conhecimento culminou na produção semanal de vários materiais sobre a pauta feminista, desde projetos

em tramitação, datas comemorativas, reafirmação de lutas históricas das mulheres, bem como na construção coletiva do Plano de Comunicação da Marcha das Margaridas e de toda a produção que se deu antes e durante a realização da maior ação política das mulheres do campo, da floresta e das águas.

E foi esse um dos grandes diferenciais da Marcha das Margaridas 2023. Foi uma comunicação feita para as mulheres, com as mulheres e protagonizada pelas mulheres. E não menos importante, com a identidade de comunicação popular feminista. Foi nítida essa atuação em rede, de autoformação de militantes, de pensar a comunicação como um processo mais amplo de incidência política e de diálogo com a sociedade.

A comunicação popular feminista tem essa essência de “nós por nós”; de visibilidade de pautas históricas das mulheres e tendo como fonte as próprias mulheres, a valorização dos saberes ancestrais e da agroecologia. Também é uma comunicação que acolhe, que liberta, que resiste e que transforma.

Boa parte das comunicadoras populares feministas desta rede potente contribuiu diretamente na comunicação antes, durante e depois da Marcha. Assim como foi no Festival da Juventude, a Comunicação da Marcha também foi organizada por subequipes. Algumas comunicadoras ficaram responsáveis pelos vídeos, pelas fotos, pelo programa de rádio, pela assessoria de imprensa, pela transmissão ao vivo, entre outras. Mesmo divididas em subequipes, foi um trabalho totalmente integrado, coeso e com o propósito de fortalecer a luta pela reconstrução do Brasil e pelo bem viver.

A Secretaria de Mulheres, juntamente com o Setor de Comunicação, com as Secretarias de Jovens e de Formação, está neste trabalho de manter o funcionamento da Rede, animando as comunicadoras a continuarem a comunicar as ações com a perspectiva feminista.



EXPERIÊNCIAS DOS ESTADOS



Beber da fonte da Escola Nacional de Formação da CONTAG (ENFOC), com os processos formativos e com a atuação em rede, trouxe mudanças para além do fazer a comunicação da CONTAG cotidianamente. Ao abraçarmos e seguirmos os princípios de Paulo Freire em defesa de uma educação emancipadora, fundamentada no diálogo, na transformação social, na participação dos sujeitos, vimos que o seu legado ultrapassa a educação popular.

Paulo Freire considerava que a comunicação é uma relação social e que o ato educativo só acontece por meio do diálogo. “Educação sem comunicação não transforma”, e disse ainda, “O diálogo cria base para colaboração.”

Estamos nesse caminho de autoformação e construção coletiva e ajuda mútua. Nas páginas a seguir, você vai conhecer algumas experiências e também vai perceber que passos importantes estão sendo dados e precisam ser conhecidos e valorizados.

**“A COMUNICAÇÃO
POPULAR
PRESSUPÕE
ORGANIZAÇÃO
POPULAR. OU SEJA,
FEITO PELO POVO,
COM O POVO E
PARA O POVO.”**

CLÁUDIA SANTIAGO

ALAGOAS

PODCAST “CONEXÕES RURAIS”

Jairo Silva (Ascom FETAG/AL)



O podcast “Conexões Rurais” é realizado pelo Coletivo Estadual de Jovens Trabalhadores/as Rurais da FETAG ALAGOAS (CEJTTR/AL) no formato de vídeo gravado na plataforma *StreamYard* pela internet com todos os participantes no formato *on-line*. A primeira proposta previa a gravação de forma presencial e em estúdio, porém esta opção foi preterida devido a questões geográficas e financeiras.

O projeto, que está em pleno desenvolvimento, é coordenado por Elizabete Barboza (secretária de Jovens da FETAG/AL) em conjunto com o Coletivo Estadual de Jovens Trabalhadores/as Rurais da FETAG/AL (CEJTTR/AL) sob a supervisão da Presidência da FETAG/AL. Sua abrangência é estadual, territorial e nacional.

A ideia de criar o podcast “Conexões Rurais” surgiu nas reuniões da CEJTTR/AL, a partir da participa-

ção desses/as jovens no Festival Regional da Juventude Rural (novembro de 2022) vivenciando experiências de *comunicação e oralidade*, *teatro do oprimido*, *podcast e audiovisual*. Isso despertou o desejo em divulgar nas plataformas digitais ações desenvolvidas pelo movimento sindical e pela juventude rural. No diálogo na CEJTTR/AL e com Givaldo Teles (presidente da FETAG/AL), a secretária de Jovens da Federação colocou no planejamento a construção, o desenvolvimento e a realização do podcast que envolvesse a juventude rural.

Percebemos que o podcast permite que a juventude se expresse livremente, explorando sua criatividade e construindo sua própria identidade. “O podcast conexões rurais impactou a minha vida, pois participar da construção do projeto e executá-lo foi divertido e pedagógico. No processo, nunca imaginei que estaria como entrevistador, e isso me deu forças para hoje estar no programa ‘Alô Notícias’ da Rádio de Pão de Açúcar FM”, aponta Jailson Ferreira, vice-presidente do STTR de Pão de Açúcar.

Uma das principais dificuldades encontradas é a ausência de um ambiente físico adequado, com equipamentos que melhorem a qualidade da gravação dos episódios. A distância geográfica também afeta, pois cada um está num município bus-

cando adaptar-se para a gravação, seja no sindicato ou em sua residência, junto com a precariedade da internet na zona rural.

A participação da juventude na equipe de produção tem potencializado a realização de episódios que dialogam com a realidade local e com o movimento sindical rural, construindo saberes e formatos inovadores. A criação dos quadros “*colheita de saberes*”, “*raízes do campo*” e o divertido “*tem essa não*”, ampliam o diálogo e mostram que, com espaço e liberdade de criação, a juventude rural é capaz de produzir conteúdo de qualidade com criatividade.

A participação dos/as jovens rurais, tanto na construção coletiva quanto na equipe de produção tem os impulsionado a ocupar espaços de comunicação, como programas de rádio local e também de internet. A produção de conteúdo dos sindicatos nas diversas mídias, a partir de jovens do projeto, também adquire novo patamar de interação e qualidade audiovisual.

Com a produção desta 1ª temporada do podcast “Conexões Rurais”, divulgamos as lutas protagonizadas pelo movimento sindical rural em Alagoas, dando visibilidade ao protagonismo da juventude rural que é apoiada pela FETAG/AL.

**DEPOIMENTO:
“GRAÇAS AO
MOVIMENTO
SINDICAL E À
COMUNICAÇÃO
POPULAR,
ME TORNEI UMA
PESSOA MAIS
COMUNICATIVA E
ESPONTÂNEA”**

Para compreender o surgimento da comunicação popular em minha vida, primeiro temos que compreender a minha participação no movimento sindical. Em 1997, após participações frequentes em movimentos e encontros promovidos pela Igreja Católica, a exemplo de grupos de jovens, catequese e outros, fui convidado a participar do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais no município de Guanambi/BA, tendo como pontapé inicial o 1º Congresso Estadual de Jovens Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais do Brasil, realizado pela FETAG-BA.

Sempre participativo, continuei na luta em busca de conhecimentos, mesmo enfrentando diversos obstáculos, como exemplo as dificuldades em deslocamento até a sede do município, tendo em vista que a minha humilde residência era de difícil acesso e sem recursos para transporte e ainda contava com baixa escolaridade. Por diversas vezes fui à sede do município à pé, percorrendo uma distância de 28km, por falta de oportunidade de acessar um transporte. Porém, mesmo com essas dificuldades, continuei firme na luta em busca de conhecimentos e melhoria de vida no campo.

Já em março de 2004, a Diretoria do Sindicato decidiu iniciar um programa de rádio denominado “Domingo Rural”, indo ao ar todos os domingos, de 7h00 às 8h00, em uma emissora comercial AM, a Rádio Cultura de Guanambi/BA. Inicialmente, os apresentadores do programa foram Bete Lima, funcionária do Sindicato, e Cosme Nascimento, que há décadas é assessor da FETAG-BA. No mesmo ano, Cosme Nascimento Pereira foi indicado, pelo Partido Comunista do Brasil (PcdoB), a concorrer a uma vaga na Câmara Municipal de Vereadores, tendo que se afastar do programa recém-criado. Foi a partir daí que a comunicação popular entrou na vida de Tony Santana, surgindo no rádio inesperadamente, sendo convidado a apresentar o programa com Bete Lima aos domingos. Passado o processo eleitoral, após avaliação da Diretoria e também de Cosme Nascimento, foi definida minha continuidade na apresentação do programa.

Além de apresentador, passei a dominar a sonoplastia, assumindo totalmente o programa juntamente com Bete. Após quatro anos de existência do programa, a Rádio Cultura suspendeu a programação e imediatamente iniciamos na Rádio Alvorada AM, permanecendo o mesmo



nome e formato. Na Rádio Alvorada, ampliei a oportunidade na comunicação ocupando outros espaços na grade de programação e com maior audiência no campo. Posteriormente veio a migração do AM para FM e o programa continuou e continua firme e forte. A partir de 2018 o programa passou a ser produzido e apresentado por Tony Santana e Luis Alves (também diretor do Sindicato).

O programa Domingo Rural é uma potente ferramenta de diálogo do Sindicato com a sua base há 21 anos, levando informações para a população de Guanambi e Região em especial ao homem e mulher do campo. Todos os domingos temos uma hora de informações ao vivo aos agricultores e agricultoras familiares e também, dentro da programação, reproduzimos todos os domingos o programa A Voz da CONTAG, compartilhando os fatos relevantes do movimento sindical no País.

As principais mudanças que destaco nesta experiência são a necessidade de voltar à escola depois de 14 anos. Devido à falta de acesso à educação no campo, o retorno ocorreu no ano de 2000 e, a partir daí, e com muita dedicação, hoje já sou especialista em Educação do Campo pela UNEB Campus VII Guanambi/BA.

Graças ao movimento sindical e à comunicação popular, me tornei uma pessoa mais comunicativa e espontânea. Além do programa do Sindicato, Domingo Rural, há mais de 10 anos tenho horário na grade de programação da rádio Alvorada FM. Atualmente, também estou com o programa Prosa Popular, voltado para a participação do nosso povo. Destaco também que, devido a essa trajetória, tive a oportunidade de participar de diversas formações na área de comunicação popular promovidas pela FETAG-BA e pela CONTAG. A comunicação popular tem proporcionado um diálogo direto com a base, através do rádio, mobilizando para atividades presenciais.

Por fim, a comunicação popular surgiu através das atividades presenciais que participo constantemente dentro do movimento sindical e social. A cada dia, as atividades nos proporcionam conhecimento, que é fundamental para o desenvolvimento de nossas comunidades. Além disso, o rádio, através dos programas, é uma ferramenta que mantém a população informada mesmo diante dos avanços da internet que vivemos na atualidade.

Texto: Tony Santana

DO SERTÃO PARA AS REDES SOCIAIS: JOVEM AGRICULTOR FAMILIAR DE QUIXERAMOBIM CONQUISTA A INTERNET COM O COTIDIANO NO CAMPO



O sertão cearense é conhecido por sua força, beleza e resistência. É de lá, mais precisamente de Quixeramobim, que surgiu João Igor Alves Fernandes, um jovem agricultor familiar de 26 anos que vem conquistando corações e telas por todo o Brasil e o mundo. Com mais de um milhão e 700 mil seguidores nas redes sociais e milhões de visualizações em vídeos, Igor Fernandes se tornou um fenômeno ao compartilhar com simplicidade e carisma o seu dia a dia no campo.



A trajetória de Igor como criador de conteúdo não começou da noite para o dia. Ainda na adolescência, ele passou a gravar e editar vídeos de humor de um amigo para o YouTube. Apesar da iniciativa, a pouca repercussão fez com que o amigo desistisse. Foi apenas em 2019, após ser

convidado para uma entrevista com a jornalista Fátima Bernardes, na TV Globo, que Igor Fernandes se encantou com os bastidores da televisão e despertou o desejo de também estar diante das câmeras.

No entanto, faltava a ele uma direção criativa até que, inspirado por três jovens do Cariri Cearense que mostravam a vida na roça, percebeu que o simples também encanta. “Era o que eu já vivia, o meu dia a dia. Vi que as pessoas gostavam de ver isso também, muita gente gosta de acompanhar o simples, não só coisas luxuosas”, conta Igor. A partir daí, decidiu mostrar sua realidade, e não demorou para viralizar.

O seu primeiro vídeo foi um divisor de águas: gravou toda a jornada que fazia do sítio até a cidade apenas para pagar um boleto. A autenticidade e a forma

leve com que narrou a situação conquistaram milhares de internautas. No YouTube, o crescimento era lento, mas foi ao migrar para Instagram e TikTok que seus conteúdos decolaram. “O alcance cresceu muito rápido”, relembra.

Com um processo criativo descomplicado, Igor Fernandes se destaca pela espontaneidade. “Busco ser o mais básico e natural possível. Abro o celular e vou gravando. Depois faço a narração das cenas”, explica. Essa forma leve e verdadeira de comunicar fez com que seu conteúdo se tornasse não só popular, mas também referência para quem busca representar o Brasil rural nas redes.

Mais do que ser um influenciador digital genérico, o jovem defende e dá visibilidade à agricultura familiar, que considera essencial para o desenvolvimento

sustentável. Ele ressalta o papel dessa prática na preservação da biodiversidade, na geração de empregos e na garantia de alimentos frescos para a população local. “A gente tem um cuidado maior com o uso da terra e dos recursos naturais”, afirma.

Entre os desafios enfrentados pelos agricultores e agricultoras familiares, Igor destaca a necessidade de mais cursos práticos sobre técnicas de cultivo, acesso a equipamentos modernos e políticas que valorizem e incentivem práticas sustentáveis. “Campanhas que conscientizem sobre a importância do agricultor e preços justos para os nossos produtos ajudariam muito”, defende.

Através das redes, ele participa de uma intensa troca de experiências. Seu público vai muito além do Ceará e, com isso, aprende diariamente com histórias e saberes de outras regiões do Brasil. “É muito bom, a internet nos conecta com o mundo”, diz com entusiasmo. Para além da internet, também realiza troca de experiências de forma presencial, participando dos eventos de juventude organizados pelo movimento sindical rural, como foi o caso do 5º Festival da Juventude Rural da Fetraece, realizado em 2024.

Entre os muitos vídeos postados, o favorito de Igor é um verdadeiro épico do sertão digital: encontrou ovos no mato, que não sabia do que era, colocou para uma galinha chocar, e os seguidores acompanharam diariamente até nascer um pato, a quem ele deu o nome de Affu, mas ao crescer na verdade era uma fêmea. “Esse vídeo teve mais de 13 milhões de visualizações. Curtidas, foram mais de um milhão. Ganhei um prêmio da página Razões para Acreditar e a Affu está aqui comigo até hoje”, conta, com orgulho e afeto.



Apesar do sucesso, Igor Fernandes mantém os pés no chão. Sonha em viajar, conhecer novas culturas e levar seu olhar sensível do sertão para além das fronteiras, mas sem abrir mão de suas raízes. “Quero continuar no meu sítio, com a vida tranquila, perto da família e fazendo meus conteúdos”, resume o jovem que, com simplicidade, transformou o cotidiano rural em uma poderosa ferramenta de conexão e inspiração.

Texto: Janes P. Souza

ESPÍRITO SANTO

QUANDO A VOZ DO CAMPO GANHA FREQUÊNCIA: A REVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO POPULAR E SINDICAL EM SÃO MATEUS

Do rádio ao livro: como um Sindicato reinventou sua relação com os agricultores e agricultoras familiares, construindo pontes de escuta, participação e transformação social.

Numa época em que a comunicação se concentra nas grandes cidades e plataformas digitais, uma experiência de comunicação popular poderosa vem transformando a forma como os trabalhadores e trabalhadoras rurais se enxergam, se expressam e se organizam. Desde 2009, o Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR) de São Mateus, no Espírito Santo, em parceria com a rádio comunitária Líder FM, vem escrevendo uma nova história de protagonismo no campo com o programa “Sindicato Informativo”. A ação se expandiu em 2018 com a criação de uma mini biblioteca na sub-sede rural do Sindicato, promovendo o acesso à leitura e à formação crítica. O resultado? Uma base mais consciente, participativa e conectada com os seus direitos e sua identidade.

A potência da escuta: o início de uma transformação

Durante muito tempo, o STR enfrentou o desafio de manter uma comunicação eficiente com os trabalhadores e trabalhadoras da agricultura familiar espalhados em comunidades distantes, algumas a mais de 70 km da sede urbana. A informação demorava a chegar — quando chegava — e o sentimento de pertencimento se perdia no silêncio das roças.

A resposta veio do próprio território: a rádio comunitária Líder FM, situada na comunidade de Nestor Gomes, zona rural de São Mateus. Assim nasceu o programa “Sindicato Informativo”, apresentado ao vivo às sextas-feiras, às 5h30 da manhã, por Alterino Cerqueira, diretor de Administração e Finanças do STR, e Alessandro Gimenes, conselheiro fiscal. O horário não é acaso — é quando o campo desperta e o rádio acompanha o primeiro café da manhã do dia.

“Esse programa não é só voz. É identidade, é ferramenta de luta. A gente fala das conquistas, mas também escuta as demandas. A comunidade participa, liga, opina. Não tem mais distância entre o sindicato e o trabalhador”, destaca Alterino Cerqueira, diretor de Administração e Finanças do STR.

A prática que educa: leitura no Sindicato, saberes no campo

Com o avanço da comunicação popular, uma nova ideia emergiu: transformar a recepção da sub-sede rural do STR num espaço de formação. Em 2018, a presidente do Sindicato, Samara Salvador, junto à diretoria e equipe de comunicação, criou a mini biblioteca rural.



Thaysa Batista

O acervo mistura livros técnicos do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (MSTTR), obras doadas por universidades e escolas, e clássicos da literatura popular. É um espaço simples, mas de grande impacto.

“É bonito ver o agricultor sair do atendimento e parar pra folhear um livro. A leitura tem acendido curiosidades, sonhos, e muitos passaram a levar livros pra casa. Essa biblioteca é pequena, mas planta sementes grandes”, ressaltou Samara Salvador, presidente do STR de São Mateus.



Transformações concretas: a palavra que empodera

A experiência de comunicação popular mudou vidas, como relata Alterino Cerqueira, conhecido como Neguim: “Antes, a gente corria atrás das pessoas. Agora, elas vêm até o sindicato porque confiam na gente. O rádio levou a nossa palavra pra longe, e a biblioteca aproximou o saber. Eu vejo gente que nunca falou em público, hoje dando opinião no ar.”

Samara também destaca a mudança na juventude rural: “Tem jovens que nos escutam toda semana e querem se

envolver. A biblioteca é o primeiro contato de muitos com livros que falam da nossa realidade. Isso tem potencial revolucionário.”

Conclusão: da palavra à ação, da escuta à transformação

O projeto de comunicação popular do STR de São Mateus é mais que uma iniciativa de mídia: é uma estratégia de empoderamento e pertencimento. É a prova de que, quando o campo tem voz, ele floresce em consciência e organização.

A trajetória do “Sindicato Informativo” e da mini biblioteca é um exemplo real de como a comunicação pode ser um instrumento de mudança social profunda, especialmente quando nasce das necessidades e sonhos do povo.

Que esta experiência inspire outros sindicatos e organizações populares a olharem para a base não como público-alvo, mas como sujeitos de direito, de fala e de saber. A comunicação popular não é alternativa — é essência da luta por dignidade.

Texto: Yohann Doná Telles

NAS ONDAS DO RÁDIO

Programa A Voz do Sindicalismo - Mari

Quando o STTR de Mari foi fundado, em 1962, as/os seus dirigentes consideraram importante divulgar para os associados/as e a população em geral as ações que realizavam em prol da agricultura familiar. E, assim, surgiu o programa A Voz do Sindicalismo, que, atualmente, vai ao ar pela rádio comunitária Araçá FM, durante 1 hora. Atualmente, é apresentado pelo vice-presidente do STTR Assis Firmino, e conta com audiência participativa, que interage com o apresentador e contribui para que esta experiência de comunicação popular em Mari seja exitosa.

“Nosso programa no rádio faz parte da comunicação popular porque a informação chega até o trabalhador/a rural com a sua linguagem, interagindo com a população e divulgando o que o Sindicato faz, o que a nossa Federação e Confederação fazem, na defesa dos direitos e da política dos agricultores familiares da Paraíba e do Brasil”, avaliou Raquel Barbosa, tesoureira do STTR.

Através do programa, as agricultoras/es familiares começaram a participar das atividades do Sindicato, assistindo de perto o que a sua diretoria estava fazendo e quais são os direitos que têm e que foram conseguidos após anos de luta. “Nossa luta ficou em evidência a partir de Margarida Maria Alves, que morreu defendendo a nossa classe e a quem sempre lembro no programa ou nas atividades que participo. O rádio sempre foi um meio importante para se comunicar e, por isso, a gente optou em ter nosso programa na rádio comunitária, porque o trabalhador/a rural ainda escuta muito o rádio aqui na cidade e nossa experiência tem dado certo”, afirma Raquel.

Programa Palavra e Ação na Agricultura Familiar - Queimadas

A iniciativa em organizar um programa de rádio para divulgar as ações do STTR em Queimadas surgiu em fevereiro de 2017, quando as agricultoras familiares Maria Anunciada Flor, Ana



Paula Cândido e Adailma Ezequiel viram a necessidade em se comunicar com o povo e o público local, especialmente, os camponeses/as que não podiam estar presentes nas atividades realizadas pelo Sindicato. Através do programa, os agricultores/as começaram a conhecer mais as ações do STTR. “Queríamos que o nosso Sindicato passasse a ser mais visto e a sociedade o visse como uma entidade que luta pelos interesses da categoria de uma forma geral, entendendo que temos um projeto político em disputa e precisamos fortalecer o entendimento sobre isso com a

nossa base, assim como trazer ao público todas as bandeiras de luta, conquistadas pelo MSTTR até os dias atuais”, disse Maria Anunciada Flor, presidente do STTR de Queimadas.

Anunciada conta que encontrou dificuldades por falta de tempo para dar continuidade ao programa, pois tinha também que dar conta da direção do STTR. Era preciso organizar os conteúdos, as músicas que iam ser tocadas durante o programa, de acordo com a pauta, organizar spots, as vinhetas, entre outros.

“A nossa comunicação popular vai mais além do que planejamos, pois, além de chegar às pessoas no município, é compartilhado nas redes sociais, fazendo com que o nosso conteúdo chegue a outros lugares pelo Brasil afora”, completou.

Segundo Anunciada, a gestão municipal participa do programa Palavra e Ação na Agricultura Familiar, informando sobre as políticas públicas para o setor. Para as famílias agricultoras de Queimadas, o momento de ouvir o programa é sagrado. Além de ter um programa próprio, elas também participam de outros nas cidades vizinhas. Anunciada percebe que as pessoas têm se transformado a partir do conheci-

mento adquirido com a comunicação popular que elas fazem no rádio, ficando mais politizadas e se tornando protagonistas em sua comunidade. Esse programa de Queimadas dá voz, promove a participação e a inclusão das pessoas.

A Voz do Homem e da Mulher do Campo - Lagoa de Dentro

Em Lagoa de Dentro, a experiência de comunicação popular surgiu em 1998, tendo à frente o agricultor familiar Everaldo Tavares. Na época, a gestão do STTR tinha como presidenta Maria Alves Tavares. O programa recebeu o nome de A Voz do Homem e da Mulher do Campo, e era transmitido pela rádio Difusora, com sistema instalado na sede do Sindicato, com informações direcionadas para o público feirante, com objetivo de orientar e informar o homem e a mulher do campo sobre seus direitos.

O programa era apresentado aos domingos das 6h às 8h. Quando o município foi contemplado com a concessão de uma rádio comunitária, o programa passou a ser apresentado aos sábados das 11h às 13h. Atualmente, vai ao ar às quartas-feiras, das 11h às 12h, sendo transmitido também



pelo Facebook da rádio. Além de informar sobre os direitos do agricultor/a familiar e das ações do Sindicato na cidade e região, o programa tem um quadro que leva informações sobre a cultura nordestina.

“Com as redes sociais, conseguimos interagir de forma mundial com nossos ouvintes, levando a informação sobre a agricultura familiar mais longe”, destacou Everaldo.

PARANÁ

**FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES RURAIS
AGRICULTORES FAMILIARES DO ESTADO DO PARANÁ**



PARANÁ REALIZA DEZ FORMAÇÕES EM COMUNICAÇÃO POPULAR E FORTALECE SUA REDE DE COMUNICADORES POPULARES

Cerca de 200 pessoas, entre líderes sindicais, colaboradores dos Sindicatos, agricultores e agricultoras familiares do Paraná, passaram pelas formações.

Em quase um ano de um projeto desenvolvido junto às suas dez regionais sindicais, a Federação dos Trabalhadores Rurais Agricultores Familiares do Estado do Paraná (FETAEP) trouxe para a sede, em Curitiba, aproximadamente 200 pessoas, entre líderes sindicais, colaboradores dos Sindicatos, agricultores e agricultoras familiares do Paraná com o objetivo de estimular suas narrativas e sua comunicação mais livre, mais leve e mais autêntica. O projeto da nova diretoria da Federação, comandada pelo presidente Alexandre Leal dos Santos, era conectar voz e vez de quem está no campo, de quem vive a agricultura familiar e o sindicalismo na prática, para dar seus recados – que são muitos – de forma acessível, prática e verdadeira.

O primeiro ano do curso de Formação em Comunicação Popular, tocado pelas jornalistas e assessoras de comunicação da FETAEP Larissa Jedyn e Renata Souza, teve como objetivo apresentar o conceito da comunicação popular, mostrar a prática das redes sociais, com oficina de escrita, de fotografia, de produção de vídeos e de design, colocando sempre o campo como protagonista, com seus valores, sua identidade, sua linguagem. Incluir, aproximar, acolher, trocar e comemorar foram ações bem mais praticadas do que simplesmente corrigir, ensinar, mudar.

A inclusão, aliás, foi a tônica mais forte e transformadora dos encontros. Jovens e idosos, homens e mulheres, sindicalistas, funcionários e agricultores, gente com muita ou pouca instrução, tí-

midos e falantes, de Norte ao Sul do estado, todos participaram das atividades, enfrentando as dificuldades tecnológicas e as barreiras emocionais - colaborando e incentivando os colegas e, sobretudo, comemorando cada resultado.

Estimulados e acolhidos

A cada Formação realizada, relatos foram colhidos e mensagens avaliativas coletadas. Ao analisá-las, a FETAEP pode afirmar que, em 2024, a sua rede de comunicação popular vem crescendo; que aos poucos as redes sociais vêm sendo mais frequentadas, em especial o Instagram; que os aplicativos de design já viraram rotina e que escrever, falar em público e gravar vídeos já não são mais “bichos-de-sete-cabeças”.



Assim como as limitações, que antes pareciam intransponíveis, vêm sendo superadas. Como o caso de uma colaboradora que contou, às lágrimas, que não falava em público por causa de uma professora que a criticou, quando criança, por seu gracioso “coeio vermelho”, ao se referir ao coelho vermelho da lição de escola. Ou do rapaz tímido, que a princípio se recusava a gravar o vídeo. Com superação, apresentou sua gravação arrancando lágrimas do grupo, depois de o pai revelar o transtorno do espectro autista do menino. O grupo acolheu essas e outras tantas situações, de quem veio para aprender e para ensinar. Afinal, todos temos o que dar e o que receber.

Os planos para 2025? Bom, a ideia é a realização de um grande encontro entre os participantes das dez turmas de Comunicação Popular para reforçar os laços dessa rede, além de levar este curso para as Regionais, visando atingir mais pessoas. Outra proposta é trabalhar para colocar em prática uma nova formação, dessa vez de Comunicação Assertiva voltada para jovens e mulheres, com encontros em Curitiba e também nas regionais sindicais. O resultado a gente conta na próxima edição da cartilha!

Texto: Larissa Jedyn e Renata Souza

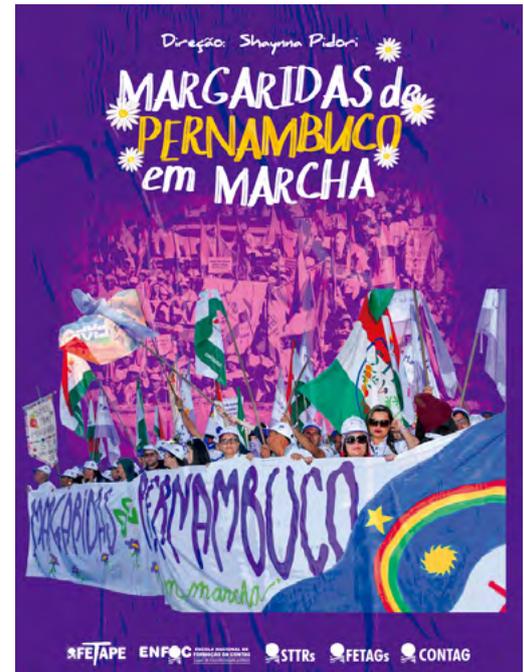
MARGARIDAS DE PERNAMBUCO EM MARCHA

Em 2019, mais de cem mil mulheres marcharam em Brasília em protesto ao governo federal e, pela primeira vez na história da Marcha das Margaridas, não entregam ao Itamaraty suas pautas. Esta grande mobilização de massa entende que é impossível estabelecer diálogo com um governo autoritário, neofascista, negacionista científico, a favor do porte de armas, que rejeita os direitos humanos e incentiva a violência contra os movimentos sociais e à política de esquerda.

Diante deste cenário, a Comissão Estadual de Mulheres da Federação

de Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares de Pernambuco (FETAPE) sente a necessidade de visibilizar para outros setores da sociedade o posicionamento político das Margaridas e documentar o processo preparatório da Marcha a partir da perspectiva do movimento sindical rural pernambucano. Em parceria com a Escola Nacional de Formação da CONTAG (ENFOC), FETAPE e a documentarista Shaynna Pidori realizam a série “Margaridas de Pernambuco em Marcha”.

A série, que é composta de um documentário de 25 minutos e três curtas com 6 minutos de duração



cada (disponível no canal do YouTube da FETAPE), foi construída com metodologia audiovisual participativa, cuja abordagem valoriza a perspectiva do grupo, envolvendo as pessoas documentadas no processo de escolhas de estilo estético, formato e condução da narrativa. A Comissão Estadual de Mulheres também selecionou três mulheres que representassem três vivências no movimento sindical. Dona Arlinda Lima, com mais de 40 anos de vida e prática sindical, é uma das referências na luta pelos direitos das mulheres. A agricultora familiar agroecológica, sertaneja e líder sindical, Cícera Nunes, a primeira mulher a chegar à Presidência da FETAPE e Vanessa Alves, do município de Caetés, jovem agricultora e técnica em Agroecologia,

sócia do STR de Caetés, que iria pela primeira vez à Marcha das Margaridas, em agosto de 2019.

Os curtas da série circularam por mais de trinta festivais no Brasil, América Latina e Espanha e levou a mensagem das Margaridas a outros territórios, ganharam premiações como a 4ª Mostra Cine Diversidade com o curta “Margarida, Presente!” por meio do voto popular.



Comunicar e Semear a Agroecologia nas escolas e comunidades

Em 2016, em Glória do Goitá, Mata Sul de Pernambuco, estudantes do curso técnico em Agroecologia da ONG Serta criaram o Saec, um coletivo de jovens técnicos em agroecologia e educadores populares. Passados oitos anos, o grupo se mantém firme na missão de “Semear a Agroecologia nas escolas e comunidades”, e se expandiu para a Mata Norte e o Agreste pernambucano.

O Saec percebeu que para levar a Agroecologia à juventude rural é necessário também fazer Comunicação Popular. Por isso, integrou-se à Comissão de Jovens Multiplicadores/as da Agroecologia (CJMA), comprometendo-se com a Comunicação,



alimentando o Instagram da CJMA e produzindo reportagens para o site da ONG Centro Sabiá.

“Tudo o que publicamos é feito com planejamento e cuidado, visando transmitir informações sobre Agroecologia e mudanças climáticas,

evitando termos técnicos, respeitando a nossa linguagem de agricultor”, conta Vitor Diego Pereira da Silva, um dos fundadores do Saec.

Um dos seus maiores resultados é o engajamento das pessoas na causa ambiental a partir de suas publicações. Convenceram muitos a adotarem o cultivo de alimentos orgânicos e a se tornarem autossustentáveis. A maior dificuldade do coletivo é a falta de bons celulares, microfones e aplicativos de edição, que são caros.

Texto: Shayna Pidori



RÁDIO COMUNITÁRIA LIBERDADE FM COM O PROGRAMA EU E VOCÊ NO SERTÃO E O CARDOSO NA TV

A experiência do programa na rádio comunitária Liberdade FM com o programa EU E VOCÊ NO SERTÃO, do companheiro Cardoso, surgiu no ano de 1996. Com o passar do tempo e surgindo novas oportunidades de se comunicar com os agricultores e agricultoras familiares do Polo Sindical Canto do Buriti, foi criado o programa CARDOSO NA TV em 2022. O intuito era fortalecer a luta do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais e dos Sindicatos nos municípios/ comunidades/ polo sindical, reafirmado as bandeiras de lutas e a importância do MSTTR, repassando informações verdadeiras para os trabalhadores e trabalhadoras rurais da região do Polo Sindical de Canto do Buriti, composto por nove municípios.

Mesmo encontrando dificuldades com informações contraditórias, falta de entrega do conteúdo pelas plataformas e de compartilhamento, as duas experiências alavancaram com uma ascensão crescente, pois abordavam os clamores dos nossos homens e das mulheres que vivem no campo, dando visibilidade e notoriedade aos seus desafios.



Dentre as necessidades divulgadas pelas duas experiências do companheiro Cardoso, destaca-se a conquista do poço na Comunidade Pedras Zona Rural do município de Canto do Buriti, comunidade esta que ao longo de muitos anos vinha sofrendo com a falta de água, que chegava somente duas vezes por semana, dificultando tanto o abastecimento humano e animal.

A comunidade, após a criação do programa CARDOSO NA TV, buscou neste espaço avançar numa solução para a falta de água na comunidade. Após uma visita do companheiro Cardoso juntamente com o Sindicato conseguiram viabilizar o poço tubular que oferta 20 mil litros de água por hora para a comunidade, que beneficia mais de 30 famílias, sem pagar taxa de água para consumo.

A comunicação popular abordada pelo companheiro Cardoso foi fundamental para os benefícios conquistados para o polo sin-

dical, pois retrata de forma popular e real as necessidades e anseios que os nossos agricultores e agricultoras familiares necessitam, como também aborda uma produção orgânica e sustentável ofertada nos municípios que contemplam a região.

Texto: Iure Anderson e Josiel Junior

Geisamara Campos



SEMINÁRIO ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO

Ketlen Barbosa

A FETARN apresenta como experiência exitosa “O Seminário Estadual de Comunicação” que tem o intuito de oferecer o conhecimento necessário para que os sujeitos que compõem a nossa base possam se tornar agentes mobilizadores das ações do Movimento Sindical, na perspectiva da educação e da comunicação popular.

O **Seminário Estadual de Comunicação** acontece anualmente, a segunda edição em 2024, foi realizada em três dias, onde o **primeiro dia** trabalhou a abertura política com a participação dos envolvidos no processo de articulação, mobilização e realização da atividade. O **segundo dia** trabalhou as atribuições



da formação sindical, da educação e da comunicação popular, orientada pela Política Nacional de Comunicação da CONTAG. Ainda no segundo dia organizaram o público para participar das oficinas de qualificação em redes sociais, produção de vídeos, elaboração de textos e comunicação artística - grafiteagem. O **terceiro dia** do Seminário focou nos encaminhamentos e definições sobre as discussões realizadas nos dias anteriores.

Além disso, o Seminário significa um espaço importante de divulgação e intercâmbio das ações de comunicação promovidas por nosso público, onde são socializadas as experiências desenvolvidas pelos Sindicatos, entre elas os programas de rádio e as interações e conteúdos criados para as redes sociais.

A expectativa é que a partir da atividade realizada possamos construir ações voltadas para a comunicação que tragam impactos relevantes para todo o conjunto do Movimento Sindical, conscientizando os sujeitos sobre a importância da Comunicação como ferramenta estratégica de gestão e de seu papel no processo de fortalecimento e preservação da imagem.

A partir da realização do Seminário foi criada a **Rede Estadual de Comunicadores e Comunicadoras** e o **Coletivo**



Ketlen Barbosa

de Comunicação da FETARN, por entender que a comunicação é um meio de emancipação dos sujeitos, visando criar estratégias para promover suas ações e atividades, para que a sociedade entenda a sua importância e necessidade.

Portanto, conseguimos promover um encontro que desse oportunidade às pessoas de refletir sobre a relevância da comunicação como ferramenta estratégica que investe no ser humano e potencializa a ação sindical. Bem como, desenvolver uma formação crítica para elaborar ações, por meio da educação para a comunicação, entendendo que a Comunicação Sindical e Popular faz parte dos processos formativos.

Texto: Ketlen Barbosa

FETAG-RS EM CONEXÃO

O projeto “FETAG-RS em Conexão” surgiu da necessidade de aproximar a Federação aos agricultores e agricultoras familiares do Rio Grande do Sul. A iniciativa busca criar um espaço de diálogo onde os agricultores e agricultoras possam compartilhar suas realidades, apresentar suas

propriedades e expressar seus anseios, fortalecendo assim a relação entre a Federação e seu público de interesse.

A ação consiste em, durante dois dias do mês, a Federação visitar famílias agricultoras, em um roteiro organizado pela Regional Sindical selecionada e o Sindicato escolhido

FETAG-RS



internamente, para ir às propriedades e ouvir os agricultores e agricultoras. Durante os dois dias, o projeto reúne também as autoridades municipais, como prefeitos, câmara de vereadores, Emater, entidades empresariais para dialogar sobre as dificuldades enfrentadas pelos agricultores/as do município. Ao final da reunião com as entidades, é instituído o Comitê Municipal da Década da Agricultura Familiar.

O projeto cria uma grande oportunidade para aproximar os agricultores/as familiares da FETAG-RS e dar destaque às práticas inovadoras e positivas. Com essa aproximação, é possível compartilhar conhecimentos, integrar novas tecnologias e processos, e promover uma união maior entre a Federação e os Sindicatos regionais.

As principais dificuldades na implementação do projeto incluem organizar as visitas, alinhar as ações entre a FETAG-RS e os Sindicatos locais, e garantir a participação das famílias agricultoras e das autoridades locais. Além disso, como cada uma das 23 regionais têm realidades diferentes, é um desafio adaptar o projeto às necessidades de cada região.

No entanto, o projeto já vem gerando mudanças e vem transformando a vida das pessoas. Afinal, a experiência ajuda a melhorar a comunicação entre os agricultores/as, Sindicatos e a FETAG-RS, resultando em avanços nas produções e na gestão das propriedades familiares. Criar espaços para diálogo e reconhecer as boas práticas nas propriedades pode motivar os

agricultores e agricultoras a adotarem soluções mais sustentáveis, melhorando sua qualidade de vida e trabalho.

Os resultados incluem a criação de uma rede de apoio mais próxima entre a FETAG-RS, os Sindicatos e os agricultores/as, além de fortalecer a agricultura familiar como uma parte importante do desenvolvimento rural. As visitas e a criação dos Comitês Gestores Municipais também ajudam a garantir ações locais para o crescimento da agricultura familiar.

Para a Federação, o diferencial do projeto está na sua abordagem, que envolve diretamente os agricultores/as em todas as etapas, valorizando suas experiências e conhecimentos. Ao focar na agricultura familiar e no desenvolvimento das pequenas proprie-

dades, o projeto atende às reais necessidades dos trabalhadores e trabalhadoras rurais e se destaca como popular, pois dá voz e protagonismo às famílias do campo.

“A visita da FETAG-RS e do Sindicato dos Trabalhadores Rurais na nossa propriedade foi muito importante, pois tivemos a oportunidade de mostrar como funciona o processo produtivo do alho negro e do cogumelo, que são di-

ferentes do habitual. Foi de grande valia receber o projeto e estaremos sempre de portas abertas para recebê-los, pois é gratificante receber a visita de pessoas que valorizam a agricultura familiar”, destacou o agricultor Felipe Costa, de Monte Belo/RS.

Texto: Ketruiin Jardela

FETAG-RS



VOZES QUE ECOAM DO CAMPO, DAS FLORESTAS E DAS ÁGUAS NO 23º FESTIVAL ESTADUAL DA JUVENTUDE RURAL EM RONDÔNIA

Durante o 23º Festival Estadual da Juventude Rural, realizado em Rondônia, a juventude do campo, das florestas e das águas viveu uma experiência marcante de fortalecimento da sua identidade e expressão coletiva por meio da comunicação popular. Ministrada pela equipe da Rádio, Educação e Comunicação (REC), a oficina proporcionou não apenas formação técnica, mas também um espaço potente de escuta, troca e empoderamento.

A oficina, integrada à programação do Festival Estadual da Juventude Rural, como uma das atividades chaves, foi marcada por uma abordagem pedagógica horizontal, onde jovens agricultores e agricultoras familiares compartilharam suas vivências e refletiram sobre o papel da comunicação como ferramenta de resistência, denúncia, valorização de suas culturas e comercialização de suas produções. Através de dinâmicas práticas, os mesmos aprenderam a construir suas próprias narrativas, utilizando-se dos recursos disponíveis em seus celulares, criando vídeos curtos e cards para semear nas redes sociais a potencialidades da agricultura familiar em suas diversas produções do dia a dia.

Para o secretário de jovens da Federação e o coordenador geral do Festival, Wilians Santana, “este momento proporcio-



nou à juventude a chance de aprimorar o domínio sobre os meios de comunicação, para que possam assim construir, a partir do local onde vivem, narrativas que contrapõem o cresci-

mento desenfreado da monocultura em Rondônia e mostrem quem de fato está por trás da economia local, da produção diversificada e do fortalecimento do combate à fome.”

A equipe do REC trouxe para o centro do debate a importância da comunicação popular como instrumento de transformação social, em que a juventude rural não apenas consome informação, mas produz conteúdo a partir de seus territórios, saberes e lutas. Em um cenário de crescentes ameaças aos direitos no campo, a comunicação se mostra essencial para a organização de base, a agroecologia, a soberania alimentar e a preservação ambiental – sendo, hoje, uma das principais ferramentas de luta para se construir um campo vivo e com gente.

“Se antes o poder da expressão para muitas pessoas ficava apenas nas mãos dos donos do capital, atualmente, as redes sociais se tornaram trincheiras de relevantes batalhas de todo



tipo de narrativas. Conhecer estratégias de uso e crítica dos meios é necessário. No caso da produção de conteúdo, é importante estar atento ao modo, o que e para quem comunicar. Na oficina, dialogamos sobre técnicas de captação e edição audiovisual, para que a companheirada use o celular para divulgação de suas lutas e produções de modo consciente e assertivo”, destacou Evelyn Morales, coordenadora do grupo REC.

A parte prática da oficina, que aconteceu na feirinha dos agricultores e agricultoras durante o Festival, resultou em pro-

duções criativas que expressaram os sonhos, expectativas e muita diversidade de produção da agricultura familiar, desde a produção de café especial, ao artesanato feito de retalhos ou madeira, até o chocolate artesanal, ou sabonetes caseiros, realizados através da extração de óleos e essências produzidos na própria propriedade de uma das participantes da feira. Além disso, gerou um sentimento coletivo de pertencimento e de que suas vozes importam – e podem (e devem) ser ouvidas.

A experiência no Festival reafirmou que comunicar é um ato político, mostrando para o Movimento Sindical dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais que a comunicação direta com os agricultores e agricultoras familiares é a mola propulsora que pode alavancar o fortalecimento da luta coletiva, pois através da criação de materiais dinâmicos, como vídeos curtos, cards informativos, entre outros materiais produzidos de forma integrada com os agricultores e agricultoras familiares, esses sujeitos passam a se sentir valorizados e pertencentes ao processo de luta por uma agricultura familiar fortalecida e valorizada.

Texto: Wilians Santana

PROGRAMA CAMPO E CIDADE: “UM NOVO JEITO DE ENXERGAR A VIDA”

Arquivo Pessoal



A experiência de comunicação popular apresentada por Santa Catarina é o Programa Campo e Cidade: “Um novo jeito de enxergar a vida”, iniciativa realizada no município de Campos Novos, na Comunidade Taipinhas. Quem coordena o programa é Neide Furlan, com a parceria com a Rádio Maria Rosa e Rádio Coroadó.

Para Neide Furlan, a comunicação popular vai além de simplesmente informar; trata-se de respeitar os costumes, as culturas e a história de cada comunidade. Ela acredita que um olhar atento é essencial para comunicar de forma clara e assertiva. Quando feita

corretamente, essa comunicação pode transformar vidas e empoderar a voz do povo dentro da comunidade.

Inspirada pela diversidade de povos, de caboclos aos descendentes dos primeiros europeus no Brasil, Neide buscou maneiras de contribuir para uma comunicação que fizesse sentido para todos. Foi dessa visão que nasceram os programas de rádio em emissoras comunitárias.

Com o desejo de alcançar tanto o campo quanto os centros urbanos, Neide criou o Programa Campo e Cidade. Em cada edição de 60 minutos, ela aborda os resultados do Movimento Sindical na Agricultura Familiar catarinense, além de temas como saúde alternativa, reaproveitamento de alimentos e cuidados com o meio ambiente.

Ela também abre espaço no programa para compartilhar experiências de vida de pessoas que migraram do campo para a cidade. Essa iniciativa transforma a maneira de pensar e amplia a visão sobre diferentes realidades. Sair das plantações e morar na cidade ou permanecer no campo produzindo junto com a família? Essa é uma pergunta que muitos buscam responder, e cuja resposta

pode mudar perspectivas e fortalecer a sucessão rural em Santa Catarina.

Neide mostra que a comunicação popular é um caminho para unir e fortalecer as pessoas, respeitando suas histórias e promovendo conhecimento. “Precisamos falar a linguagem do povo, ou seja, aquilo que ele quer e precisa ouvir”, comenta Neide.

Inicialmente, Neide produzia o programa com base em demandas já conhecidas, mas enfrentou dificuldades para manter uma produção constante. Foi então que ela decidiu abrir espaço e dar voz aos ouvintes, permitindo que sugerissem temas de seu interesse. Neide reforça que é fundamental dar esse espaço à comunidade para comunicar de forma eficaz o que é relevante em cada região.

A capacidade do Programa Campo e Cidade de abordar temas que vão desde o movimento sindical na agricultura familiar até saúde, reaproveitamento de alimentos, meio ambiente e estilos de vida, demonstra seu caráter educativo e transformador. Isso mostra o papel estratégico da comunicação popular em criar conexões entre as pessoas,

suas realidades e o conhecimento necessário para um desenvolvimento real da agricultura familiar.

O trabalho de Neide é um exemplo inspirador de como a comunicação popular, quando bem direcionada, pode ser um poderoso instrumento de transformação social, levando informação relevante de forma simples e acessível, e, ao mesmo tempo, valorizando a riqueza cultural de cada comunidade. Neide ajuda ainda a fortalecer as famílias do campo e revelar as conquistas do Movimento Sindical.

O Programa Campo e Cidade pode ser caracterizado como um importante exemplo de comunicação popular, pois dá voz à comunidade, respeita a cultura local e integra o campo e a cidade, dois espaços vivos que precisam coexistir em harmonia.

Além disso, o programa visa fortalecer a sucessão rural e destacar os resultados do movimento sindical, com o objetivo final de promover a transformação social e o empoderamento das comunidades. Nesse contexto, a comunicação popular é reconhecida como um agente de mudança, e o Campo e Cidade se alinha a essa perspectiva.

Texto: Luiz Fernando Dresch

Arquivo Pessoal





EXPEDIENTE

Publicação da Presidência / Comunicação da CONTAG

Projeto Editorial, produção de textos e revisão: Verônica Tozzi

Projeto Gráfico e Diagramação: Lunna Fabris

Gráfica: Cidade Gráfica

Tiragem: 5 mil exemplares

