

**XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã /
Mídia Cidadã**

Tema central:

**Comunicação Cidadã: gênero, raça, diversidade e redes
colaborativas no contexto da pandemia**

22 a 24 de junho de 2021, online

Iniciativa e Realização

Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular,
Comunitária e Cidadã - **ABPCom**

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – **UNESP**

Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design – **FAAC**

Departamento de Comunicação Social – **DCSO**

RELATOS DE EXPERIÊNCIA

Nossa Prosa é toda realizada de maneira remota, cada um na sua casa¹

Wanessa Marinho, Lílian Moura, Rodrigo Teixeira;

Universidade Federal de Viçosa (UFV),

Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA-ZM).

Resumo Expandido

O Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA-ZM) é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, fundada em 1987 por um grupo de estudantes e recém formados na Universidade Federal de Viçosa (UFV), em parceria com famílias agricultoras ligadas a sindicatos de trabalhadores rurais e da agricultura familiar, e com profissionais liberais – que se uniram, a partir de uma visão mais politizada da questão ambiental, para debater criticamente a “modernização” da agricultura, além de buscar fortalecer econômica e politicamente a agricultura familiar, e enfrentar as condições impostas pelo modelo de desenvolvimento da época (e que ainda persiste priorizando a agricultura intensiva e o agronegócio).

¹ Trabalho apresentado no GT 5 – Comunicação Cidadã: gênero, raça, diversidade e redes colaborativas em tempos de pandemia da XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2020-2021, de 22 a 24 de junho de 2021, na modalidade online – realizada ABPCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã e UNESP – Universidade Estadual Paulista / FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Departamento de Comunicação social.

O momento histórico de criação do CTA foi marcado por reflexões promovidas pelas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e pela Comissão Pastoral da Terra (CPT), o que inspirou a organização a ter como princípio a construção coletiva do conhecimento e o protagonismo das famílias agricultoras. Atualmente, com um trabalho organizado através de programas e projetos, o CTA oferece assessoria para grupos e organizações ligados à agroecologia e à agricultura familiar na Zona da Mata mineira, e promove atividades relacionadas ao manejo agroecológico, auto-organização dos agricultores e agricultoras, economia feminista, empoderamento das mulheres rurais, comunicação e cultura popular, certificação orgânica, produção e comercialização.

“Sem Feminismo não há Agroecologia” é um dos grandes lemas da organização. Embora as mulheres agricultoras tenham duplas, triplas jornadas no conjunto de atividades que fazem parte do que é considerado agricultura familiar no Brasil e, na maioria dos casos, sejam responsáveis pela segurança e soberania alimentar das famílias, pela manutenção da biodiversidade e pela preservação das águas e das matas, historicamente elas não são protagonistas de programas de políticas públicas de apoio à agricultura. Com o trabalho do CTA, principalmente através do Programa Mulheres e Agroecologia, as agricultoras da região têm sido incentivadas a desenvolver a sua autoestima, autonomia e atuação nos espaços de tomadas de decisão. Entretanto, desde o início da pandemia causada pela Covid-19, a equipe técnica da organização tem evitado a realização de atividades presenciais e aglomerações para não correr o risco de levar o vírus para as comunidades rurais. Nesse período, a comunicação online se tornou fundamental para que o CTA conseguisse manter um diálogo aberto e constante com a sociedade e com suas parceiras e parceiros da agricultura familiar. Buscando seguir na construção do conhecimento coletivo, o setor de comunicação do CTA idealizou (e vem realizando desde julho de 2020) um projeto de produção semanal de podcasts, intitulado “Nossa Prosa”. E, mesmo com a grande dificuldade do distanciamento social, prioriza que as famílias agricultoras, principalmente as mulheres, tenham protagonismo, compartilhando seus conhecimentos, experiências e histórias.

O trabalho é desenvolvido por duas jornalistas da organização e é todo realizado de forma remota. Com o contato feito via whatsapp entre as jornalistas e com as fontes, é utilizado o recurso de gravação de áudios para envio das respostas que compõem os roteiros da Nossa Prosa. Em todos os episódios, que tem duração de 15 a 40 minutos, busca-se a participação de agricultoras (es), técnicas (es) e pesquisadoras/professoras (es), promovendo a “agroecologia como ciência, prática e movimento”, que é a missão do CTA. Existe ainda o cuidado de que sempre participem mulheres e pessoas negras. Nesse sentido, o tema do episódio de lançamento da Nossa Prosa foi “Mulheres Negras e Agroecologia”, abordando a questão do racismo estrutural no país e reforçando a mensagem de que “Se tem Racismo não tem Agroecologia”.

Planejamento e Produção

A ideia da produção de podcasts surge a partir da necessidade de continuar o diálogo, a construção coletiva do conhecimento e a circulação de informações junto com as famílias agricultoras em um contexto de distanciamento social e interrupção das atividades presenciais, devido à pandemia de Covid-19. Se por um lado a equipe técnica do CTA-ZM não poderia correr o risco de ser vetor do vírus nas comunidades rurais, por outro, a comunicação com as famílias agricultoras continuava sendo um ponto fundamental do desenvolvimento do trabalho da organização. Considerando o hábito que muitas famílias da zona rural mantêm de ouvir programas de rádio, e a dificuldade de acesso à internet, já que boa parte do público não tem rede wifi de internet em casa e precisa utilizar dados móveis no celular, o podcast representaria um produto de comunicação de acesso mais fácil que vídeos, por exemplo.

O trabalho teve início em junho de 2020 com a integração da jornalista Lílian Moura ao setor de comunicação do CTA. Ela, que já havia feito estágio na instituição no período de 2014 a 2015, foi especialmente convidada para a realização do projeto devido à sua experiência e interesse no rádio-jornalismo. Este primeiro mês foi dedicado a ouvir outros projetos de podcast como inspiração, definir o formato, nome, temas a serem abordados e metodologia de produção, já que seria um trabalho totalmente desenvolvido de forma remota. “Fique em casa, mas não fique em silêncio” era o objetivo do setor de comunicação nesse contexto.

A proposta a princípio era criar dois tipos de podcast, o primeiro com contação de histórias e voltado para o público infantil atendido pelos projetos de arte-educação ambiental e agroecologia do CTA (projetos Curupira e Conviver); e o segundo com temas relacionados ao movimento agroecológico, voltado para as famílias agricultoras, mas com o propósito de alcançar também o público em geral (pessoas urbanas, inclusive) com os anúncios e denúncias da agroecologia.

Entre as sugestões de nome para o podcast surgiram: “Ciência, Movimento e Prática”; “Conexão Agroecologia”; “Saberes Plurais”; “Agroecologia Podcast”; “Movimento Agroecológico” e “Nossa Prosa”. Este último foi o escolhido por fazer referência a outros materiais de comunicação que já são produzidos pelo CTA há mais de 15 anos, os boletins informativos “Nossa Roça”. Nesse mesmo sentido, o podcast para o público infantil foi nomeado “Prosinha”.

Nossa Prosa

Definido o nome, ficou acordado que o Nossa Prosa teria duração de 15 a 40 minutos. Na divisão de tarefas ficou definido que o podcast seria roteirizado, editado e apresentado/mediado por Lílian. Enquanto Wanessa Marinho, que coordena o setor de comunicação do CTA, ficaria responsável pela definição e recorte dos temas, indicação das fontes e revisão do roteiro e edição. Cada episódio teria entre 2 e 4 fontes, com prioridade para a participação de mulheres e de pessoas negras, e com atenção para seleção de fontes que pudessem representar a ciência (professores ou pesquisadores), a prática (agricultores familiares, pessoas do povo etc.) e o movimento (militantes de movimentos sociais), já que a missão da instituição é promover a agroecologia como ciência, prática e movimento, como já foi dito anteriormente.

A partir dessas definições iniciais, em julho de 2020, iniciou-se a construção da identidade visual junto com o artista gráfico Rodrigo Teixeira que, desde 2016, já desenvolve as artes visuais dos produtos de comunicação do CTA. No briefing ficou definido que o título Nossa Prosa deveria ter uma imagem que remetesse à utilizada no boletim Nossa Roça, com estilo das formas gráficas e das cores semelhantes às utilizadas nesta assinatura. Nesse processo, preservou-se a forma caligráfica mais livre das letras, para transmitir fluidez e a sensação de “feito a mão”.

A forma que contorna e preenche o logotipo de ambos *podcasts* buscou representar a forma gráfica de um balão de diálogo; uma solução iconográfica que referencia diretamente a sua intenção. Ainda para a composição das peças de comunicação do Nossa Prosa e Prosinha, foi escolhida uma tipografia auxiliar com acabamentos irregulares, tons de verde e aplicação de formas fluidas para transmitir movimento. Elementos figurativos ligados ao conteúdo radiográfico, como o microfone e a representação de ondas sonoras, também ajudaram compor o layout das peças do Nossa Prosa. E, considerando que a participação das pessoas é fundamental nesse projeto, também priorizou-se a presença de uma mulher negra e de um rapaz branco, ambos com fones de ouvido, já que entendemos que o celular é o meio principal para se ouvir o podcast.

Quase um ano depois, a percepção é que fizemos boas escolhas para a criação da identidade visual, mas uma falha que notamos mais recentemente, ao produzirmos uma série especial sobre a pandemia, é que os personagens deveriam estar de máscara. Contudo, embora a máscara não apareça no card de divulgação, ela é presença constante na assinatura do podcast quando Lílian afirma: “O nosso podcast é todo realizado de forma remota, cada um na sua casa. Esperamos que você também se mantenha seguro em casa e se precisar muito sair, use máscara!” Também é presença constante a

vinheta de abertura², gentilmente gravada por uma amiga jornalista, Fernanda Miquilino, que anuncia: “Tá na hora da Nossa Prosa”. Uma voz feminina foi deliberadamente escolhida para a vinheta porque esse é um programa idealizado e liderado por mulheres.

Durante o processo de produção do podcast, o contato com as fontes é feito via *whatsapp*. Após o envio das perguntas “em texto” relacionadas ao tema do episódio, as fontes têm um prazo de dois ou três dias para enviar as suas respostas em áudio³. Lílian escreve o roteiro a partir das respostas das fontes, e a proposta é que tenha uma linguagem mais coloquial, que funcione não apenas como um diálogo entre ela e os participantes, mas também com os ouvintes. Na prática, o diálogo entre os participantes é criado através da edição, já que eles só têm acesso às respostas uns dos outros depois que o podcast está finalizado.

A gravação do áudio de apresentação/mediação é realizada via celular com o aplicativo ASR. A edição dos episódios é realizada em um notebook, com a utilização do *Audacity*, um software de edição de áudio. Após a edição e a revisão final, o arquivo no formato mp3 é enviado para Zeca Moura, que colabora com a montagem do card de divulgação, inserindo o título e número do episódio, como também adicionando um espectro de som para gerar um efeito de animação quando o podcast for divulgado via Instagram, no formato mp4, como se fosse um arquivo de vídeo. Se o episódio tiver uma duração menor que 15 minutos, é divulgado completo via IGTV. Caso contrário, publicamos uma chamada de um minuto e anunciamos que o link para o podcast está na “bio”. Nesse caso, o link leva para a plataforma *Soundcloud*, onde já fizemos o upload do episódio. A partir do link do *Soundcloud*, também divulgamos via *Spotify* e *Facebook*. No *Soundcloud*, o arquivo mp3 é publicado separadamente da imagem do card, que não tem o efeito de espectro de áudio. Os episódios também são divulgados via grupos de *whatsapp* onde estão o público e parceiros do CTA.

Em relação à periodicidade, entre julho e dezembro, o Nossa Prosa foi publicado nas sextas-feiras à tarde, a cada duas semanas e de modo intercalado com o Prosinha. Naquele momento não sabíamos que a pandemia duraria mais de um ano e a proposta inicial era que os podcasts fossem produzidos

² Nos primeiros episódios utilizamos na abertura uma trilha sonora intitulada “Josefina”, que encontramos na biblioteca do Youtube (espaço que reúne músicas livres de direitos autorais). Um mês depois descobrimos que o podcast produzido pela Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) tinha a mesma identidade sonora na vinheta e decidimos trocar para manter uma identidade própria, que seja reconhecida desde os primeiros segundos do episódio.

³ A princípio tentamos indicar a utilização do aplicativo de áudio *Lexis* para melhorar a qualidade do som, mas logo percebemos pouca adesão das pessoas para baixar o aplicativo, quer seja por falta de espaço no celular ou por considerarem mais fácil gravar via áudio do *whatsapp*.

e divulgados apenas até o final do mês de setembro, quando acreditávamos que poderíamos iniciar o retorno das atividades presenciais. Entretanto, com a continuidade da pandemia e da necessidade de distanciamento social, o Nossa Prosa continua até o momento, mas agora com episódios semanais. Já em relação ao Prosinha, encerramos a produção em dezembro, ao completarmos 10 episódios.

Prosinha

Desde o início, a proposta para o podcast Prosinha é que tivesse uma duração menor, entre 4 e 8 minutos e, além da apresentação de Lílian, houvesse a participação especial de convidados para contar as histórias “infantis”. Ao todo foram produzidos 10 episódios de Prosinha entre julho e dezembro de 2020 e, ao contrário da ideia inicial, avançamos com uma convidada fixa, Verônica Bonfim (atriz, cantora e militante negra, que integrou a equipe técnica do CTA 15 anos atrás). A partir dessa parceria, no decorrer do processo ficou definido que a maioria dos episódios seriam relacionados com temas da negritude, pautados e apresentados por Lílian ou Verônica. Assim como a Nossa Prosa, a Prosinha também tem uma vinheta de abertura específica, com a voz de uma criança de 9 anos (irmã da jornalista Fernanda Miqulino) que diz: “Tá na hora da Prosinha”. Para a assinatura utilizamos o mesmo texto nos dois podcasts.

Em relação à construção visual do Prosinha, optou-se por utilizar cores diferentes nas formas das letras, para que o logotipo ficasse mais divertido e alegre. E pensando na presença de pessoas na identidade visual, na Prosinha a ideia foi representar a cena de crianças desenhando e explorando toda a sua criatividade - uma solução que encontramos para celebrar a rica imaginação das crianças; a curiosidade e diversão, mas também para deixar a peça mais atraente e alinhada com a temática infantil.

Palavras-chave: Podcast; Pandemia; Agroecologia; Comunicação Popular; Participação Social.

Referências bibliográficas

LOPES, L. **Podcast:** guia básico. Nova Iguaçu: Marsupial, 2015.

Bezerra SG, Ramos JC, Mattos JLS, Caporal FR. **Oficinas de Produção de Podcast:** Capacitando Agentes Multiplicadores para apoio ao Campesinato; 2016.