

**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

**Satélites Auto-falantes: Série de podcasts sobre experiências de comunicação
popular no Distrito Federal e Entorno¹**

Autoras

Talita de Souza

Mariana Ferreira Lopes

Estudante de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB)

Professora colaboradora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB)

Resumo Expandido

Questões introdutórias

O presente relato de experiência contempla a produção de uma série de cinco podcasts sobre iniciativas de comunicação popular, alternativa e comunitária (CPAC), de acordo com o conceito construído por Cicília Peruzzo (2009), localizadas no Distrito Federal e Entorno. Trata-se do trabalho de conclusão de curso (TCC) defendido na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), apresentado em maio de 2021, cujo objetivo maior é construir pontes entre a

¹ Trabalho apresentado no **GT4 Práticas Profissionais e Formação Cidadã em Comunicação** 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.

comunidade acadêmica – especialmente estudantes, pesquisadores e professores de Comunicação – e as experiências de CPAC em um diálogo entre universidade e sociedade, a fim de que outras vozes sejam escutadas e vivências potencializadas para além dos campi.

Os desdobramentos da disciplina Comunicação Comunitária nos cursos de Comunicação Social podem ser concentrados em duas grandes vertentes, a saber: 1) a formação do estudante de Comunicação e o entendimento de seu compromisso social como profissional e, 2) a contribuição efetiva do uso do conhecimento mobilizado no curso para dialogar e potencializar iniciativas populares – e, ainda, adquirir mais conhecimento, oriundo do saber popular das comunidades, em um movimento constante de ação e reflexão. Ambas motivaram a escolha da temática do trabalho aqui relatado.

As iniciativas

Antes de tratar do processo de escolha dos entrevistados, faz-se importante registrar as características do território que abriga tais iniciativas: o Distrito Federal e o Entorno. A localidade faz parte da Região Centro-Oeste brasileira e abriga a capital do país, Brasília. Em 1964, o Distrito Federal dividiu o território em oito Regiões Administrativas (RAs), para “facilitar a administração dessas localidades” (DISTRITO FEDERAL, 2012, p. 20). Em pouco tempo, devido à expansão do território, o número de RAs aumentou: em 1989, 12 RAs; em 2000, 19 RAs; em 2012, 31 RAs; e, atualmente, 33 RAs², sendo cada região gerenciada por um administrador nomeado pelo governador.

O Distrito Federal é uma área de 5.789,16km² no Planalto Central brasileiro, localizado no centro-leste do Estado de Goiás. As divisas são com os seguintes municípios goianos: Planaltina de Goiás, Padre Bernardo, Formosa, Luziânia, Cristalina, Santo Antônio do Descoberto, Cidade Ocidental, Valparaíso e Novo Gama, Formosa, Alexânia e Águas Lindas.

A este conjunto de territórios que compõem as fronteiras do Distrito Federal dá-se o nome de Entorno ou Área Metropolitana de Brasília (AMB). Juntos ao Distrito Federal, eles formam a Região Integrada do Distrito Federal e Entorno (RIDE).

No fim de fevereiro e início de março de 2021, teve início a busca e definição dos entrevistados. A definição das iniciativas foi orientada por quatro critérios, com base nas definições de comunicação popular definidas pelos teóricos estudados, quais sejam: produzir comunicação para a comunidade; ser parte da comunidade em que atua com a comunicação ou ter pessoas da comunidade envolvidas no processo; fazer o trabalho sem fins lucrativos; e promover educação, formação, cultura, publicizar direitos e mobilizar pessoas para um objetivo comum, permanente ou temporário.

² <https://segov.df.gov.br/category/administracoes-regionais/>

É importante ressaltar que os autores utilizados na discussão teórica serviram de base não somente para o mapeamento e a escolha das iniciativas, mas também como norte para trazer, pelas perguntas da entrevista, o maior número de exemplos práticos sobre como a atuação das iniciativas propiciavam a democracia da informação e a promoção da diversidade cultural, além de educar, mobilizar socialmente e buscar direitos – uma atuação que tem a autoemancipação humana e a contribuição para a melhoria de vida como finalidade (PERUZZO, 2009). Outro critério importante foi a disponibilidade. Com o prazo curto de produção, os entrevistados que não puderam participar deram a vez para quem estava disponível no prazo de produção – duas semanas. Também foram priorizadas iniciativas que fossem representadas por mulheres.

O *Comitê Estrutural Saudável & Sustentável* atendia aos requisitos e ainda apresentava um bônus: atuação focada na pandemia da COVID-19. Sua representante, Flora, tinha disponibilidade para participação no tempo proposto e se mostrou aberta e empolgada com a possibilidade de tratar do projeto. A história faz parte do segundo episódio – o primeiro de entrevistas após o episódio de introdução. A iniciativa foi criada no início da pandemia, em 2020, por moradoras e alunas do curso de Especialização em Governança Territorial para o Desenvolvimento Saudável e Sustentável, promovido pela Fiocruz Brasília e o Instituto Federal de Brasília (IFB). Ali têm-se sete mulheres na liderança do projeto que, com recursos de um edital da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), organizaram um movimento de educação, comunicação e cuidado aos moradores da Cidade Estrutural.

O terceiro episódio tratou das experiências do projeto *Mulheres Poderosas*. O grupo é composto por cerca de 15 a 20 mulheres que são vizinhas e que decidiram, por ideia de um missionário que visitou o local, se reunirem para trocar experiências. As rodas de conversa se fortaleceram e cresceram, virando debates sobre temas sensíveis, tais como: maternidade, direitos, economia, empoderamento e educação. Ali, tem-se a oferta de cursos gratuitos de capacitação para propiciar independência financeira para as mulheres.

O quarto episódio tratou da experiência do *Coletivo Nós por Nós*, da Cidade Ocidental, Goiás, criado para conscientizar as mulheres acerca de direitos e a violência de gênero, além de sensibilizar vários setores da localidade para a pauta. É um ótimo exemplo de como a comunicação popular digital também pode mobilizar. Além disso, a líder Thayene foi aluna da FAC-UnB no curso de Comunicação Organizacional, confeccionando um TCC sobre o Coletivo. A entrevista é um meio de apresentar, na prática, como a formação pode conversar, auxiliar ou construir iniciativas de comunicação popular.

Por fim, o quinto episódio é sobre o projeto *Comunicação Comunitária (COMCOM)* da UnB. Convidei a professora Milena dos Santos Marra, do projeto, para falar da importância da Universidade dialogar com essas experiências, além de explicar o funcionamento do mesmo e quais os

impactos ali produzidos na formação do estudante de Comunicação. A docente foi bolsista do projeto enquanto aluna da UnB, ao passo que a experiência como estudante e professora se mostraram ricas e de encontro com o objetivo do produto de falar e aproximar os estudantes da referida temática. Nesse ínterim, acredito que o episódio em questão poderá incentivar muitos alunos a participarem da disciplina e viverem a experiência.

Produção da série

Ao todo, foram pouco mais de três meses de trabalho, desde as primeiras leituras – na segunda quinzena de janeiro de 2021 – até a publicação do produto nas plataformas de *streaming* – na segunda quinzena de abril de 2021. A primeira etapa compreendeu a revisão bibliográfica, cujo enfoque foram dados e estudos que tratavam da questão dos desertos de notícias, do direito à comunicação, da comunicação popular, alternativa e comunitária, da imprensa alternativa, e da saúde, pandemia e comunicação popular.

Com o avanço dos estudos, que permitiram um maior compreensão das temáticas e do objetivo da série, iniciou-se o desenho do projeto editorial dos podcasts. De antemão, optou-se por experimentar novos formatos, a fim de preservar a participação dos entrevistados e tentar envolver o estudante que ouvisse o podcast. Para isso, foi definido que o papel da pesquisadora, enquanto interlocutora, seria apenas o de direcionar perguntas para que o ouvinte conhecesse, quase sem mediação, a iniciativa apresentada. Nesse ínterim, os roteiros foram sendo desenvolvidos a partir de perguntas geradoras, estando abertos para a abordagem de outras questões a partir da fala do entrevistado no momento da gravação.

No momento do planejamento editorial do produto e da criação dos roteiros, notou-se que era necessário uma introdução sobre o assunto do episódio e do podcast em si. Logo, o estilo narrativo foi o caminho encontrado para dialogar diretamente com os ouvintes, de forma leve e construindo uma história antes de chegar até a entrevista em si. Assim, quem ouvir o episódio chegará à mesa da conversa sabendo sobre o que vai ouvir, mas atento para descobrir o que ainda não sabe.

As entrevistas se deram entre os dias 22 e 27 de março de 2021, via aplicativo Zoom, que separa, automaticamente, a gravação em faixas diferentes de áudio e vídeo. Além disso, aquele aplicativo era o mais familiar para os entrevistados.

Gravar os podcasts em tempos de pandemia e distanciamento social mostrou-se desafiador, sobretudo pela infraestrutura e pela questão do acesso à internet. Por exemplo, o episódio # 3, com a representante do *Mulheres Poderosas*, Valquíria Dias, apresentou um som muito baixo. A entrevistada não tinha fones de ouvido e o único local de gravação disponível em sua casa era entre o portão e a porta da casa. No entanto, entendeu-se que este episódio deveria permanecer na série pela riqueza da experiência, que permaneceu e criou outras formas de atuação sem quase nenhum aparato externo ou conhecimento acadêmico

Após as gravações, teve início a segunda etapa da produção: a da escrita e gravação das narrações introdutórias de cada episódio. Para tanto, os trechos foram criados em um formato de fala criativa (KAPLÚN, 2017), que tem como objetivo mudar o objeto da fala para expor um tema de modo que chame a atenção do ouvinte. Aqui, a preocupação não está apenas em falar sobre o assunto, mas envolver o ouvinte no enredo. Também é utilizada a fala testemunhal – outro gênero apontado por Kaplún (2017), que é o uso da fala em primeira pessoa para expressar a própria experiência. Assim, o potencial de conexão com o ouvinte é maior.

Antes de iniciar a montagem e edição dos episódios, foi decidido o nome do programa. A busca era por uma marca que fizesse sentido para os estudantes do Distrito Federal, ao passo que também representassem a comunicação popular. Após algumas tentativas, chegou-se em *Satélites Auto-falantes*. O termo “satélites” ficou conhecido no Distrito Federal por ser uma das primeiras nomenclaturas para as cidades situadas fora do Plano Piloto – região que abrange grande parte das iniciativas de comunicação entrevistadas. Além disso, a expressão “auto-falante” é um trocadilho com a palavra “alto-falante”, ou seja, a troca da letra “L” pela letra “U” transforma o auto em uma concepção pessoal, com foco nos sujeitos, que são as satélites, que falam *de per si* para os pares e para quem quer que as ouçam.

Após a escolha do nome, foi elaborada a identidade visual do *podcast* em paralelo à edição dos episódios. A identidade é composta por uma ilustração do planeta Terra com foco no Brasil. O quadrado, que representa o Distrito Federal, está em destaque e, acima dele, tem-se uma luz que conecta o quadrado com o satélite que, por sua vez, está ligado ao nome do programa, dito por um alto-falante.

De volta aos episódios, foram necessários alguns cortes para tirar erros de conexão que tornaram a fala incompreensível, além de recortar a fala inicial e a final. Como a narração antecede a conversa, optou-se por iniciar com as entrevistadas se apresentando e depois respondendo às perguntas.

Também foram utilizadas trilhas da biblioteca de sons do *Youtube*, livres de direitos autorais, para compor os episódios. As faixas não são músicas, mas apenas sons compostos para estes fins. As trilhas foram utilizadas para separar os tempos, dar uma pausa entre perguntas e ofertar ritmo na narração. Por fim, os episódios foram hospedados na plataforma Anchor, própria do Spotify. O *site* distribuiu os episódios automaticamente para a plataforma Spotify³, e criou um *site* gratuito⁴ próprio para o *podcast*, para aqueles que não possuem serviços de *streaming* ouvirem os

³ <https://open.spotify.com/show/6uMf2tBG6q5ifCs3ob2x3y>

⁴ <https://anchor.fm/satelites-auto-falantes>

episódios sem fazer o *download* ou o *login* em alguma plataforma. A série também foi cadastrada na Deezer⁵, outra grande plataforma de streaming.

Resultados

Os episódios produzidos foram:

1. Satélites que informam, comunicam e falam por si mesmos: o objetivo é apresentar a proposta da série. Tempo:

2. Comunicação popular da Estrutural na guerra contra a Covid-19: episódio sobre o Comitê Estrutural Comitê Estrutural Saudável & Sustentável, na Cidade Estrutural, criado no início da pandemia com o papel de equipar e informar a comunidade contra o novo coronavírus. Juntas, elas traduziram as informações técnicas que muitas vezes não eram inteligíveis para a comunidade e criaram uma rede de apoio neste tempo.

3. A comunicação que empodera mães e mulheres locais: episódio sobre a iniciativa *Mulheres Poderosas* e sobre como a comunicação popular, mesmo a analógica, pode mudar histórias de mulheres e famílias inteiras.

4. De estudante de comunicação à comunicadora popular: traz a experiência do Coletivo Nós por nós, iniciativa criada por 13 mulheres para combater a violência de gênero na Cidade Ocidental.

5. Nós, a universidade e a comunicação popular: apresenta o Programa de Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Os objetivo de produzir uma série de podcast para registrar as ações de comunicadores do Distrito Federal e do Entorno, com intuito de construir pontes entre a comunidade acadêmica e comunicadores populares, foi cumprido em um primeiro passo que foi produção da série em si. Uma etapa posterior compreende a divulgação desse material para estudantes, a começar pela própria Faculdade de Comunicação da UnB, e que inclui a socialização desta experiências em espaços como a Conferência Mídia Cidadã.

Como planejado, as iniciativas contaram suas atuações e demonstraram como democratizam a informação, promovem diversidade cultural, educam, mobilizam socialmente, buscam direitos e combatem a pandemia de COVID-19. A partir das entrevistas, foi possível identificar

⁵ <https://deezer.com/show/2609832>

como os projetos trouxeram o fortalecimento do direito à comunicação,, a partir da equipe que promoveu o início de cada projeto, construindo conteúdos necessários e encontrando meios para tal, chegando até o livre espaço para outras pessoas da comunidade sugerirem pautas ou mesmo se tornarem comunicadores.

Também foi possível conhecer o efeito do envolvimento com as iniciativas que, por vezes, é o de indivíduos atingidos pela iniciativa se tornarem multiplicadores. Outras discussões do presente estudo foram exemplificadas pelas experiências, como, por exemplo, cada iniciativa supriu a cobertura local de suas localidades sobre os temas que se propuseram a falar e amplificou a pluralidade de vozes que tratavam sobre os assuntos – um passo importante e denso no fortalecimento da democracia do país.

Por fim, acredita-se que as experiências de comunicação popular retratadas no produto e na análise do presente estudo propiciam uma reflexão sobre as práticas jornalísticas a partir dos estudantes de Comunicação. Ora, se a comunicação hegemônica pode perpetuar um poder que promove desigualdades, não é admissível que o comunicador atue em tais espaços sem, ao menos, refletir qual sua responsabilidade como “ser de compromisso” (FREIRE, 1989 *apud* MIANI, 2014, p. 07) e as alternativas propostas para contribuir para a mudança social no Brasil, seja na posição de popularizar a temática entre amigos ou em artigos acadêmicos, seja envolvido no treinamento de líderes comunitários ou criando meios em suas comunidades junto a outros que anseiam este meio de expressão – que resultará em mudanças significativas.

Palavras-chave: Comunicação popular, alternativa e comunitária; podcasts; Distrito Federal

Referências bibliográficas:

DISTRITO FEDERAL. Secretaria de Estado do Planejamento e Orçamento. Companhia de Planejamento do Distrito Federal. **Distrito Federal em síntese:** informações socioeconômicas e geográficas. Brasília: CODEPLAN, 2012.

KAPLÚN, M. **Produção de programas de rádio:** do roteiro à direção. Org. da trad. de Eduardo Meditsch e Juliana Gobbi Betti. São Paulo: Intercom, Florianópolis: Insular, 2017.

MIANI, R. A. Comunicação Comunitária: uma disciplina de formação sociopolítica e de intervenção social. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 265-282, jan./jun. 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/interc/v37n1/a13v37n1.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2021.

PERUZZO, C. M. K. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.