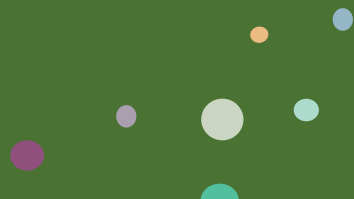




PROPOSTAS PARA COMUNICAÇÃO AGROECOLÓGICA

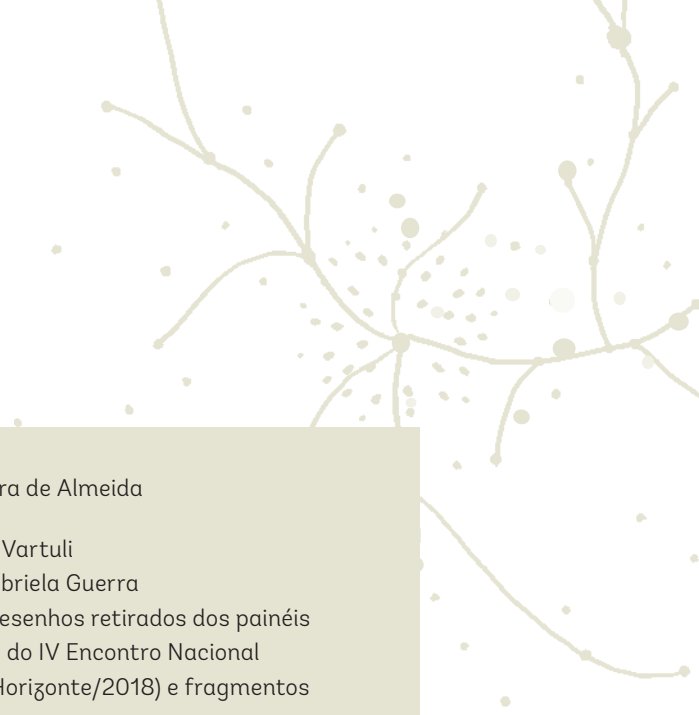


PROPOSTAS PARA COMUNICAÇÃO AGROECOLÓGICA

Marcelo Oliveira de Almeida



Belo Horizonte / MG
2020



Autoria: Marcelo Oliveira de Almeida

Projeto Gráfico: Sylvia Vartuli

Ilustração da capa: Gabriela Guerra

Ilustrações do miolo: desenhos retirados dos painéis de facilitações gráficas do IV Encontro Nacional de Agroecologia (Belo Horizonte/2018) e fragmentos da ilustração da capa.

Apoio: Articulação Nacional de Agroecologia (ANA)

Este livro foi produzido em conjunto com a dissertação de mestrado de Marcelo Oliveira de Almeida, orientado pela profa. Verona Campos Segantini, no Programa de Pós-graduação PROMESTRE da Faculdade de Educação (FaE) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

A447p Almeida, Marcelo Oliveira de, 1977-
Propostas para comunicação agroecológica / Marcelo
Oliveira de Almeida. - Belo Horizonte : UFMG/FaE, 2020.
54 p. : il., color.

ISBN: 978-65-00-01168-5
Inclui Bibliografia

1. Ecologia agrícola. 2. Comunicação. 3. Comunicação na
agricultura. 4. Comunicação na ciência. 5. Comunicação --
Aspectos sociais.

I. Título. II. Universidade Federal de Minas Gerais,
Faculdade de Educação.

CDD- 630.2745



DIREITO À COMUNICAÇÃO 7

Por que interessa à sociedade discutir comunicação?

Comunicação popular

Todas/os somos comunicadoras/es

Guias de comunicação popular

Por que interessa ao movimento agroecológico discutir comunicação?



DIRETRIZES PARA COMUNICAÇÃO AGROECOLÓGICA 19

Referência nas práticas sociais

Protagonismo de quem faz

Diálogo de saberes

Construção coletiva

Centralidade feminista

Ousadia das juventudes

Diálogos e Convergências

INICIATIVAS DE COMUNICAÇÃO AGROECOLÓGICA 36

Jornal/ Boletim Informativo

Vídeo

Rádio

Site

Redes Sociais

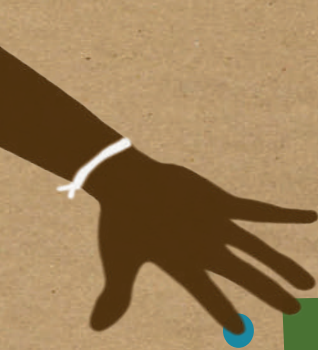
Cartilhas

Cobertura Colaborativa

Jornalismo Popular

Exposição





APRE SEN TA ÇÃO

A ideia para fazer este livro veio da percepção coletiva de diversas pessoas do movimento agroecológico sobre a importância em discutir e qualificar a comunicação desenvolvida no contexto da agroecologia. Ao longo dos últimos anos, comunicadoras e comunicadores da agroecologia têm avançado no entendimento do caráter popular das práticas comunicativas, da sua conexão com diferentes culturas e da necessidade em não se perder de vista a perspectiva da comunicação enquanto um direito. Esse documento foi construído a partir dos debates realizados por essas/es comunicadoras/es, principalmente nos âmbitos do Coletivo de Comunicação e Cultura da Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) e dos movimentos e organizações sociais que atuam na promoção da agroecologia na Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH).

No que diz respeito à sua estrutura, o livro está dividido em três partes:

- 
1. breve reflexão sobre o direito à comunicação e por que interessa à sociedade e ao movimento agroecológico discutir e dar centralidade à temática;
 2. sete diretrizes para inspirar e orientar a realização das práticas de comunicação relacionadas à agroecologia; e
 3. algumas iniciativas que nos mostram como é possível construir novos paradigmas para uma comunicação e sistemas alimentares mais justos e democráticos.
- 



A nossa intenção é que esse documento auxilie as organizações do movimento agroecológico a definirem ou aprimorem suas estratégias de comunicação. Nesse sentido, imaginamos que ele possa ser utilizado tanto por quem já está inserido nas ações de agroecologia (mas não tem se dedicado a discutir a comunicação), como por quem possui habilidade técnica e desenvolve ferramentas de comunicação (mas não tem muito conhecimento sobre a agroecologia).

É bem possível que para muitas/os comunicadoras/es que já estão inseridas/os em processos comunicativos essas diretrizes não representem muita novidade. Esperamos que, nesses casos, nosso exercício sirva como inspiração para as práticas que já realizam e, também, como um convite para seguirmos juntas/os no fortalecimento da comunicação agroecológica.

No nosso entendimento, qualquer aspecto relacionado à consolidação da agroecologia em um território traz seus próprios desafios. Por isso, ressaltamos que para acionar o potencial transformador da comunicação é necessário um olhar atento e específico sobre essa temática. As propostas aqui apresentadas com certeza não são as únicas, não são exclusivas da comunicação da agroecologia e evoluirão à medida que forem interpretadas e adaptadas. Entretanto, desejamos que consigam, desde já, contribuir com os importantes processos de comunicação e de construção da agroecologia que estão em curso.



“A COMUNICAÇÃO DE
HOJE É A HISTÓRIA
DE AMANHÃ”





DIREITO À COMUNICAÇÃO



Por que interessa à sociedade discutir comunicação?



A comunicação tem um papel central na construção de uma sociedade democrática e na conquista e defesa de direitos. Por meio de um sistema de comunicação livre, plural e independente, é possível circular um maior número de informações qualificadas, confrontar pontos de vista e disputar modos de viver. Ao contribuir para a constituição desse ambiente público e democrático, a comunicação favorece também que a população se aproprie de assuntos estratégicos e defina coletivamente os rumos do país.

Mas infelizmente não é este o cenário que predomina no Brasil. Mesmo o artigo 220 da Constituição Federal determinando que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”, constata-se que os veículos de maior audiência no Brasil pertencem a poucas empresas de comunicação.¹

DESMONTAR ESTRUTURAS
DE PODER NO CAMPO POLÍTICO
DA COMUNICAÇÃO

A concentração de propriedade e de audiência nas mãos de poucas famílias da elite socioeconômica brasileira influencia nos princípios democráticos da prática comunicacional, comprometendo a qualidade da informação divulgada. Nestes meios, a participação ativa da sociedade civil é praticamente inexistente e o tratamento dado aos fatos e aos debates é, na maioria das vezes, tendencioso ou omissivo, uma vez que boa parte das empresas se orienta por interesses políticos, econômicos ou religiosos. A concentração dos meios dá a essas empresas de comunicação um poder desproporcional na formação da opinião pública, já que a mídia comercial ainda é um importante meio de informação, entretenimento e difusão da cultura, com forte influência sobre o cotidiano das pessoas.



Não é por acaso que, diante dessa realidade, alguns movimentos e organizações da sociedade civil, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), se articularam para por em prática estratégias e ações que busquem efetivar o **direito à comunicação** no Brasil.

A intenção é, entre outras propostas, ampliar o debate público sobre as diversas temáticas relacionadas à comunicação, como:

- a distribuição de concessão para emissoras de rádio e TV;
- o acesso e uso da internet;
- o combate às *fake news* (notícias falsas) e à invasão de privacidade;
- os efeitos da alta concentração de audiência e de propriedades da mídia comercial;
- a segurança da informação no ambiente digital; e
- a falta de medidas eficazes de controle e de regulamentação da Constituição Federal no que diz respeito ao sistema de mídia no Brasil.

Mas apesar da sua relevância, o tema da comunicação não tem centralidade e apropriação coletiva no conjunto das organizações populares no Brasil, a exemplo do que acontece com assuntos referentes à reforma agrária, direito à cidade, importância do Sistema Único de Saúde, soberania e segurança alimentar e nutricional, entre outros.² Assim, ainda há um longo caminho a percorrer para que pautas como a democratização dos meios e o direito à comunicação ganhem força social e sejam de fato compreendidas e inseridas na agenda de luta dos movimentos sociais.



Comunicação popular

Por outro lado, principalmente a partir da década de 1980, cresceu no Brasil o número de práticas comunicacionais utilizadas por diversas instituições da sociedade civil e movimentos populares engajados em processos de mobilização e reivindicação por direitos e justiça social.



São instrumentos ligados à luta do povo que se caracterizam como uma das formas de exercer o direito à comunicação. Essas iniciativas, de modo geral, têm sido compreendidas pelo termo **comunicação popular** e são meios de manifestação política, artística e cultural, desenvolvidos com a finalidade de informar, mobilizar, denunciar, fomentar debates, formar, construir novos conhecimentos e confrontar pontos de vista.³

Outros termos também são encontrados no Brasil para conceituar as ferramentas e formas de expressão popular: comunicação comunitária, alternativa, participativa, horizontal, independente, dialógica, livre e radical. Apesar de esses conceitos poderem apresentar algumas especificidades, de modo geral, possuem um mesmo sentido político. Ou seja, são iniciativas de comunicação desenvolvidas no contexto de mobilização e participação política em lutas contra desigualdades e injustiças sociais.⁴

Muitos desses instrumentos surgiram principalmente da necessidade das organizações em comunicar com suas bases e ativistas. Mas também temos que lembrar das diversas iniciativas que há muitos anos são resistências à imprensa comercial e buscam fazer a disputa de ideias na sociedade, como as imprensas sindical, anarquista, socialista e alternativa.⁵



FORTALECER VEÍCULOS
DE COMUNICAÇÃO
CONTRA-HEGEMÔNICOS

Todas/os somos comunicadoras/es

Paulo Freire escreveu, em 1968, que o que caracteriza a comunicação é que ela é diálogo, assim como o **diálogo é comunicativo**. Nessa perspectiva, a comunicação acontece onde há sujeitos interagindo de forma dialógica e horizontal, refletindo juntos sobre a realidade da qual fazem parte para melhor compreendê-la, explicá-la e transformá-la.⁶ Esse entendimento sobre o que é comunicação nos ajuda a perceber que uma pessoa não precisa ter formação na área para ser comunicador/a e que a comunicação não se restringe à produção de instrumentos. Ou seja, temos que ter a convicção de que todas/os somos comunicadoras/es e de que a comunicação é todo o processo do qual as ferramentas são apenas uma parte.

E se todas as pessoas são comunicadoras, todas têm algo a dizer. Quando falamos sobre a necessidade de desenvolver novos instrumentos de comunicação popular ou fortalecer os que já existem, não é para “dar voz” às mulheres, às juventudes, às/aos negras/os, aos povos do campo, das águas, das florestas e das cidades. Estes sujeitos sempre tiveram vozes e sempre as usaram para resistir aos sistemas opressores capitalista, patriarcal, racista e colonizador que tentam silenciá-las. Trata-se, portanto, de fazer com que essas vozes circulem, se amplifiquem e sejam ouvidas.

É importante, no entanto, que mais pessoas se entendam como comunicadoras e se apropriem da relevância em refletir e qualificar suas práticas comunicativas. Nesse sentido, deve-se ressaltar o potencial transformador dos **processos de formação** em comunicação, principalmente quando são pensados como espaços de troca e desenvolvidos de forma colaborativa. Os diferentes saberes e olhares favorecem a aprendizagem coletiva e o surgimento de novas ferramentas e linguagens, frutos das conexões entre comunicação, cultura e educação.

Os processos educativos em comunicação popular ainda geram debates e reflexões que podem contribuir não apenas na capacitação técnica para uso das ferramentas, mas também na formação política. Para aprimorar a comunicação que fazemos com nossos pares, bem como para ampliar as disputas de narrativas com quem está fora da nossa “bolha”, precisamos ganhar força social. Precisamos que mais pessoas, organizações e movimentos discutam e gerem conhecimentos relacionados à comunicação popular e à sua centralidade na luta por justiça social no Brasil.

Guias de comunicação popular

Primeiramente, é preciso dizer que não há uma receita de comunicação popular. As iniciativas podem ser desenvolvidas em diferentes contextos e, em cada um deles, haverá um instrumento ou conjunto de ações que seja mais adequado. “Quem comunica? / o quê? / para quem? / com qual finalidade? / em qual meio? / com qual linguagem? / com quais recursos?” Essas são algumas questões que podemos nos fazer ao planejar nossa iniciativa de comunicação. O que não podemos perder de vista é que quanto maior o nosso cuidado, planejamento e dedicação, maior será a chance de alcançarmos os nossos objetivos.

“Como narrar a Agroecologia para o território e além dele?”

A seguir, listamos alguns materiais que podem auxiliar os processos de estudo e aprendizagem sobre o direito e a democratização da mídia, entre outros assuntos relacionados à comunicação popular. Também estão presentes nessas publicações tutoriais com dicas para a elaboração de um plano de comunicação; para a produção de jornais impressos, programas de rádio e vídeos; e para o uso das redes sociais.

Guia de Comunicação Popular

Este guia de comunicação popular está dividido em três partes. Em “Comunicação e suas tretas” você encontra uma discussão, bem direta, sobre o contexto comunicacional brasileiro. Esta seção fala sobre as dinâmicas de poder, concentração midiática, mas também de diversidade e alternativas. Na segunda parte, “Faça você mesmo!”, três tutoriais dão dicas sobre jornalismo comunitário, produção de vídeos e uso estratégico das redes sociais para montar uma campanha digital. Por fim, em “Continue pesquisando”, você encontra referências para se aprofundar mais nos temas abordados. *(Trechos da cartilha)*

Operação Amazônia Nativa (OPAN) e Rede Juruena Vivo. Projeto Berço das Águas III. 2019

<https://amazonianativa.org.br/guia-de-comunicacao-popular/>



Comunicação e Direitos Humanos

Esta cartilha pretende ser uma contribuição nesse longo caminho necessário para se criar um debate público sobre a comunicação em nosso país. Há textos que relacionam o tema com a democracia, projeto de sociedade, concentração dos meios de comunicação, a discussão das fake news, o poder das grandes empresas e a necessidade de democratização da comunicação. Ainda, outros sobre comunicação dos trabalhadores, direitos humanos e agitação e propaganda. Há, também, um roteiro de oficinas para serem livremente replicadas e adaptadas para as mais diversas realidades. Deixamos o convite para que sejam apropriadas, para reflexão e criação coletiva que esperamos que surjam a partir das provocações deste projeto. *(Trechos da cartilha)*

Associação Henfil Educação e Comunicação. 2018

<https://intervozes.org.br/publicacoes/cartilha-comunicacao-e-direitos-humanos/>

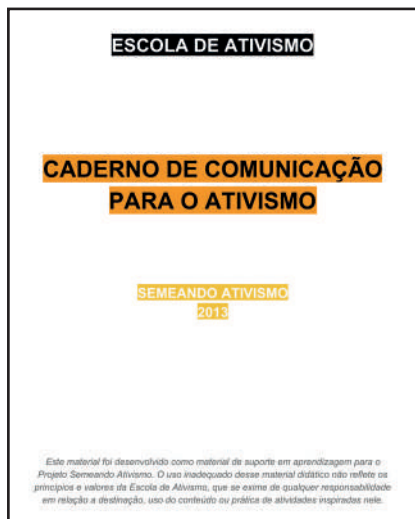


Comunicação Popular no Semiárido: um caminho para o fortalecimento da denúncia, da resistência e da luta por mais qualidade de vida

Esperamos que esta publicação possa inspirar mulheres, homens, jovens, indígenas, quilombolas, suas comunidades e/ou suas organizações a pensarem a comunicação de uma outra forma, e a comunicar de um outro jeito: o seu jeito! Isso é o que chamamos de comunicação popular! Afinal, não há como falar em convivência com o Semiárido sem valorizar essa comunicação que acontece no lugar de viver, produzir e re-produzir das famílias dessa região. *(Trecho da cartilha)*

Articulação Semiárido Brasileiro (ASA). 2018

https://www.asabrasil.org.br/acervo/publicacoes?artigo_id=11006



Caderno de Comunicação para o Ativismo

É comum que a comunicação de uma causa só atinja um grupo pequeno de pessoas já engajadas nela ou em outras causas similares. Dizemos que, de tão pequeno, esse grupo cabe em uma Kombi. É preciso aprender a tocar quem não está na nossa Kombi. Faz parte do planejamento de uma campanha pensar o público-alvo, qual conceito criativo será definido a partir do estudo do universo referencial desse público, qual o tipo de mensagem que levará a campanha a interagir com quem vai apoiá-la, unir forças, pressionar para a mudança pretendida etc. Envolver as pessoas na causa, na maioria das vezes, implica “falar para fora da kombi”. Para isso, é preciso ativar os valores pessoais a partir da construção de histórias que pode ser mais envolventes, com um roteiro baseado nas jornadas do herói, ou mais informativos, baseados em narrativas jornalísticas. Dependendo do objetivo, é necessário comunicar com grupos específicos e, para cada grupo, escolhemos os canais mais adequados. Tendo sempre em mente que cada canal e cada público exigem uma linguagem específica, que podem ser exploradas com o uso de memes. Uma ação direta, por exemplo, será sempre uma ação de comunicação. E seu planejamento precisa considerar todos esses fatores. *(Trechos do material)*

Escola de Ativismo. Projeto Semeando Ativismo. 2013

<https://goo.gl/c5eTb3>



Caderno de metodologias: inspirações e experimentações na construção do conhecimento agroecológico

As práticas de comunicação interconectam os processos que movem a nossa vida em sociedade. Portanto são utilizadas tanto para apresentar propostas de emancipação da classe popular, quanto para perpetuar a concepção de mundo daqueles que detém o poder econômico e político. A movimentação de métodos e ferramentas comunicativas e a visibilização do debate sobre comunicação como um direito fundamental na luta pela agroecologia floresceu jardins em vários cantos do país. Aprendemos na caminhada com agroecologia, que não basta realizar as atividades. Para que a agroecologia cresça e floresça, aproximando novas e novos parceiros, é preciso que façamos registros criativos e coloridos que garantam a memória do processo vivido e o diálogo com a sociedade. Seja qual for a atividade que você vá realizar (mutirão, oficina, feira, caravana ou uma troca de sementes) é fundamental mobilizar pessoas específicas para cuidar dos processos de comunicação. É importantíssimo manter o radar sempre aberto e ligado para pessoas que topam pensar, sentir e construir a comunicação como arte, intervenção cultural, denúncia e anúncio. Envolver a juventude e as mulheres nos cuidados da comunicação. Identificar coletivos e canais populares de comunicação (já experimentou chamar o Brasil de Fato, os Coletivos da ASA e tantos outros próximos à vocês para uma atividade?). Vale lembrar que a comunicação popular é um grande processo educativo e formativo humanizador! (*Trechos do texto sobre Comunicação Popular*)

Associação Brasileira de Agroecologia. 2017

<https://aba-agroecologia.org.br/caderno-de-metodologias/>

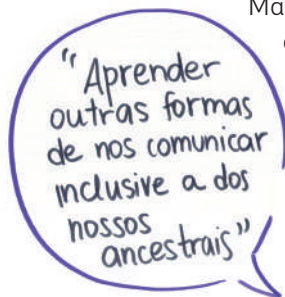
Por que interessa ao movimento agroecológico discutir comunicação?

O sistema convencional de agricultura que passou a ser dominante nas últimas décadas, também chamado de agronegócio, acarretou severos impactos socioambientais. Entre as práticas difundidas por esse sistema, estão: o uso intensivo de produtos sintéticos, como agrotóxicos e fertilizantes químicos; a utilização de muita água para irrigação; e o plantio de monoculturas (produção agrícola de uma única espécie vegetal) em grandes áreas.

A lista dos efeitos negativos causados pelo agronegócio não é pequena. Além do aumento dos custos de produção e da dependência das/os agricultoras/es às indústrias de tecnologias e insumos, este modelo de agricultura é responsável por diversos casos de intoxicação humana e de contaminação ambiental; maior presença de resíduos químicos nos alimentos produzidos; perda da biodiversidade; empobrecimento da capacidade produtiva dos solos; e emissão de gases de efeito estufa, que contribuem para a alteração dos padrões climáticos.



A demanda por grandes extensões de terra e a mecanização dos processos de plantio e colheita intensificou o avanço da agricultura industrial para áreas de vegetação nativa e territórios historicamente ocupados pelos povos do campo, das florestas e das águas. Esse fenômeno expulsou estes sujeitos de suas terras, provocando o êxodo rural e consolidando a concentração fundiária no Brasil.



Mas também existem outras propostas de agricultura bem diferentes, como a **agroecologia**, que se baseia na aplicação dos princípios da ecologia para o estudo e o manejo de agroecossistemas. Nesses casos, a produção agrícola não é uma questão apenas técnica, mas uma prática social que busca aliar o cultivo de alimentos sem venenos à conservação e ao cuidado com a natureza.

Na agroecologia, os saberes e conhecimentos populares e tradicionais, em diálogo com o conhecimento científico e acadêmico, estão orientados para o estabelecimento de sistemas alimentares sustentáveis, e não pela lógica do lucro.

A agricultura na mídia comercial

Quando o assunto é agricultura, o que usualmente vemos na mídia comercial é um grande aparato atuando a favor do agronegócio. A imagem espetacularizada do setor é construída por meio da divulgação das grandes plantações em monocultura, dos parques industriais para beneficiamento dos alimentos, das gigantescas máquinas e sistemas de irrigação. Tentam criar um imaginário de que o agronegócio é um modelo de sucesso imprescindível à economia do país e às populações do campo e da cidade.

A campanha “Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é tudo”, concebida pelas gerências de Marketing e de Comunicação da Rede Globo, é um bom exemplo para mostrar a identificação das empresas de comunicação com o agronegócio brasileiro. Pensado estrategicamente, esse conjunto de ações midiáticas oculta as contradições do modelo industrial agrícola e procura consolidar a hegemonia do agronegócio nas dimensões econômica, política e ideológica.⁷



Como se não bastasse difundir os valores e princípios do agronegócio, a narrativa predominante da mídia comercial colabora para criminalizar e difundir uma perspectiva negativa dos movimentos que lutam por direitos e outros paradigmas de agricultura

É por essas e outras que interessa ao movimento agroecológico discutir comunicação. O olhar estratégico para essa temática é fundamental a um movimento que tem propostas para a democratização dos sistemas alimentares baseadas em práticas cotidianas dos povos do campo, das águas, das florestas e das cidades. Ao mesmo tempo, o movimento agroecológico se propõe a denunciar com veemência os impactos do regime neoliberal sobre o Estado Democrático de Direito; a apropriação dos bens comuns pelas empresas do agronegócio; e o aumento da violência e das violações de direitos que colocam em risco a biodiversidade e atacam os diferentes modos de vida nas comunidades e territórios.⁸

Temos muito a dizer sobre alimentação, saúde, agricultura, economia, política, comunicação, cultura, biodiversidade, mudança climática, agrotóxicos, transgênicos, educação, cidade... Perspectivas sobre assuntos que não aparecem na mídia comercial e que não podemos deixar de disputar. Precisamos encontrar maneiras de revelar as contradições do agronegócio e as condições desiguais de poder existentes no processo de soluções de controvérsias relacionadas aos sistemas alimentares.



DIRETRIZES
PARA COMUNICAÇÃO
AGROECOLÓGICA



Antes de apresentar as diretrizes para uma comunicação agroecológica é preciso reforçar três aspectos. Primeiro, que a comunicação agroecológica é **popular**. Assume-se, assim, que não estamos tratando de uma comunicação politicamente neutra. A comunicação popular agroecológica situa-se no campo dos processos e práticas comunicativas desenvolvidas pelos sujeitos coletivos mobilizados na luta por direitos e justiça social.

Segundo, que a comunicação é um **direito**. Nessa perspectiva, as iniciativas de comunicação agroecológica devem se orientar pela compreensão de que o nosso direito não se restringe a escolher o que queremos conhecer, ver e ouvir. Todas as pessoas têm o direito de falar, de transmitir informações e ideias, de se expressar e decidir o que quer mostrar. A comunicação popular agroecológica faz parte, portanto, de um movimento que enfrenta as diferentes formas de concentração de poder, tanto midiática quanto digital.

Terceiro, que a comunicação e a **cultura popular** estão integradas à agroecologia. A diversidade da agroecologia está conectada às diferenças culturais presentes nos territórios brasileiros. As comidas, as poesias, as músicas, as regas, as danças, as espiritualidades, os sotaques são expressões dos povos que nos apontam formas distintas de viver e de se relacionar com as pessoas e com os lugares.

Os processos de comunicação e cultura também são formas de construção de conhecimentos e devem ser assumidos politicamente como eixos de luta.⁹ Assim como a agroecologia é mais do que o cultivo de alimentos sem veneno, a cultura não se restringe a entretenimento e a comunicação não diz respeito apenas às ferramentas de registro e divulgação. Ao compreender a comunicação e a cultura como direitos e bens comuns, a democratização da comunicação e o respeito e fomento à



diversidade cultural passam a ser percebidas como centrais na efetivação da democracia.

As ferramentas de comunicação, quando têm como princípio as perspectivas e culturas das/os camponesas/es, dos povos e comunidades tradicionais e indígenas, possibilitam a elaboração de narrativas divergentes daquelas presentes de forma hegemônica na mídia comercial. A bem da verdade, é possível dizer que as práticas agroecológicas e as iniciativas de comunicação e cultura popular podem se fortalecer mutuamente e operarem articuladas na definição de novos paradigmas relacionados aos direitos à alimentação, à cultura e à comunicação.

As diretrizes apresentadas a seguir resultaram de um exercício de identificação e sistematização de alguns aspectos que orientam as iniciativas de comunicação popular diretamente relacionadas à agroecologia. A nossa intenção é, com isso, definir um conjunto de ideias ou abordagens que possa qualificar as estratégias de comunicação do movimento.

Assim, para cada proposta, apresentamos uma breve contextualização e algumas dicas e sugestões de como as ideias podem ser expressas nas práticas de comunicação, além de exemplos colhidos em iniciativas já realizadas por organizações do movimento agroecológico.



1. Referência nas práticas sociais

As práticas sociais que acontecem nas diversas regiões do Brasil são os principais elementos para a construção da agroecologia no país. Essas iniciativas alimentam as análises e decisões das redes e articulações da sociedade civil, ao mesmo tempo em que orientam os processos de reivindicação e elaboração de políticas para promoção da agroecologia.



As ações são desenvolvidas no campo e na cidade, de forma familiar ou comunitária, em propriedades públicas, privadas, ocupações ou assentamentos. São experiências de produção de alimentos saudáveis, agroindustrialização familiar, feiras, cestas de produtos e diversas outras estratégias de comercialização que aproximam quem produz e quem consome. Têm ainda as várias iniciativas de formação, articulação em redes, auto-organização das mulheres e das juventudes, entre muitas outras.

sugestões:



- Comunicar o que é específico em cada território e em cada sistema produtivo é uma forma de mostrar que a produção agroecológica é resultado de experimentações e do uso de diferentes técnicas e relações sociais que aliam o cultivo de alimentos à conservação e ao cuidado com a biodiversidade. O que dá certo em um lugar, por exemplo, uma variedade de semente de milho crioulo, pode não dar certo em outro, devido às diferenças no clima ou solo.
- Importante anunciar as conquistas que resultam da construção da agroecologia: o fomento da biodiversidade; a conservação do solo e da água; a geração de saúde; as transformações das condições de vida material e de bem-estar social; a constituição de atores coletivos e redes; as estratégias e formas de gestão coletiva de bens comuns (água, terra, biodiversidade, conhecimento, comunicação...); o fortalecimento dos processos de auto-organização das mulheres e dos jovens; o reconhecimento de direitos territoriais de camponesas/es, indígenas e povos e comunidades tradicionais; entre outros tantos avanços que podem ser identificados em cada local.



- Apresentar os benefícios e efeitos positivos das práticas também contribui para mostrar como a agroecologia favorece a superação de grandes problemas enfrentados atualmente na sociedade, como as mudanças climáticas, as intoxicações e contaminações por agrotóxicos, os desmatamentos e a perda da biodiversidade. Por outro lado, denunciar os conflitos presentes em cada território é essencial na comunicação agroecológica. É importante dizer o que está em jogo, descrever os problemas e nomear quem está por trás deles (ex. agronegócio, mineradoras, grandes obras, empresas do setor energético, órgãos de proteção ambiental, especulação imobiliária etc.).

- Divulgar as iniciativas locais e regionais, seus erros e acertos, seus avanços e desafios, pode contribuir para o desenvolvimento de outras experiências, ao mesmo tempo em que mostra à sociedade a relevância em apoiar a agroecologia.



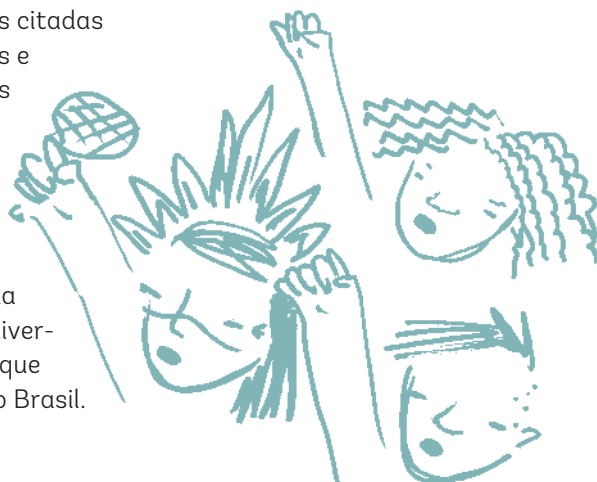
Juvecílio Vieira Trindade e Teresinha de Souza Trindade moram há dez anos com a filha Joana na comunidade do Funil, em Simonésia (MG). Na propriedade de 1,2 ha é possível encontrar uma expressiva variedade de cultivos, como: café, milho, feijão, amendoim, arroz, mandioca, cana, abacaxi, banana, caju, laranja, mexerica, limão, manga, abacate, ameixa, graviola, conde, acerola e pêssgo. O casal também possui uma horta e cria galinhas e porcos. Para Teresinha, estar no meio de tanta diversidade, utilizando princípios ecológicos nos cultivos e na propriedade, é a forma que eles encontraram para viverem com mais satisfação. “Na verdade, a gente não sabe viver de outro jeito. Quando descobrimos o que é a agroecologia, é como se 90% da vida da gente já estivesse resolvida”, acredita a agricultora. Juvecílio concorda com Teresinha, e complementa: “A questão da diversificação é dar condições de vida para tudo e para todos; para o ser humano, para os animais e para os vegetais. Respeitando a natureza, respeitando as criações”.

Trecho do **Informativo Agroecologia no Leste de Minas**, n. 15, junho de 2017. Publicado pela Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas e Rede Agroecológica do Leste de Minas.

2. Protagonismo de quem faz

Povos indígenas, quilombolas, agricultoras/es familiares, camponesas/es, extrativistas, pescadoras/es artesanais, faxinalenses, agricultoras/es urbanas/es, geraizeiras/os, sertanejas/os, vazeiras/os, quebradeiras de coco, caatingueiras/os, criadoras/es em fundos e fechos de pasto, seringueiras/os, representantes de comunidades ribeirinhas, de povos tradicionais de matriz africana e povos de terreiro.

As identidades socioculturais citadas acima são das trabalhadoras e trabalhadores do campo, das florestas, das águas e das cidades que estiveram presentes no IV Encontro Nacional de Agroecologia, realizado em Belo Horizonte no ano 2018. Essa lista é uma pequena representação da diversidade de sujeitas e sujeitos que constroem a agroecologia no Brasil.



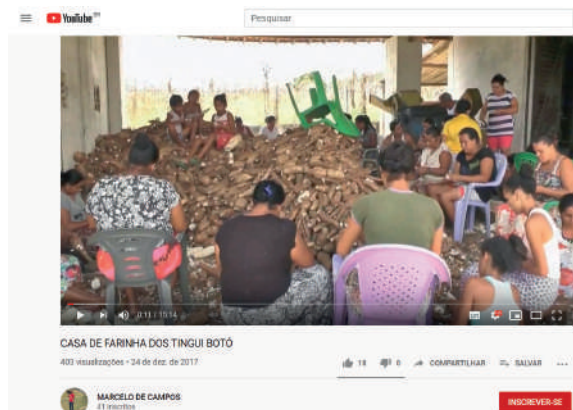
sugestões:

- Identificar e nomear as pessoas e sujeitos coletivos, suas histórias e suas conquistas são formas de reconhecer o protagonismo de quem faz agroecologia e de valorizar o trabalho daqueles que colocam comida sem veneno na mesa das/os brasileiras/os.
- Comunicar os desafios encontrados por essas pessoas é também uma maneira de visibilizar as violências e injustiças que criminalizam saberes e práticas tradicionais, inviabilizam a produção agroecológica de alimentos e, muitas vezes, impedem que esses sujeitos exerçam seus direitos à terra e ao território.

- Fortalecer as ações e instrumentos de comunicação popular desenvolvidos pelos povos do campo, das águas, das florestas e das cidades, bem como pelas mulheres e juventudes, é outra forma de amplificar as vozes, percepções, saberes, expressões culturais e lutas daquelas/es que são recorrentemente atacados.

A mandioca foi domesticada por nós povos indígenas há séculos. É uma fruta bruta que foi domesticada pelos povos indígenas para sustentação. A mandioca tem o nome na origem Tupi, do tronco Tupi. Existe uma lenda de nós povos indígenas que fala como a mandioca surgiu. Fala sobre Mani, que era uma indígena de uma tribo Tubi, que faleceu. E quando essa índia faleceu, onde os anciões enterraram o corpo de Mani nasceu uma planta. E essa planta tinha uma raiz clara e tão branca quanto a pele de Mani. E daí um pajé foi e colocou no nome de mani – mandioca. A mandioca é muito importante para nós povos indígenas não só para a questão da alimentação, da nutrição. Mas a mandioca também tem um lado espiritual. Alguns povos do Brasil usam a mandioca para fazer o caxiri. O caxiri é uma bebida tradicional que os pajés e os xamãs, os anciões, usam essa bebida para transcender e chegar a um estágio avançado de se comunicar com os espíritos, para poder fazer seus trabalhos de cura. Então, além da alimentação, a mandioca tem uma finalidade espiritual.

Trecho do filme ***Casa de Farinha dos Tinguí Botó***, realizado pelo Núcleo de Cinema Guerreiros Tinguí Botó. | www.youtube.com/watch?v=30rlgpDo0uk



3. Diálogo de saberes

O conhecimento agroecológico é construído a partir do diálogo de saberes (populares, tradicionais, ancestrais, científicos). Mas o que isso quer dizer? Significa que a agroecologia é resultado de processos que reconhecem e promovem a integração de diferentes tipos de conhecimentos comprometidos com questões sociais, ambientais, políticas e econômicas. Nesses processos, as práticas culturais ancestrais e os conhecimentos tradicionais, por exemplo, não são vistos como objetos de estudo de uma pesquisa científica.

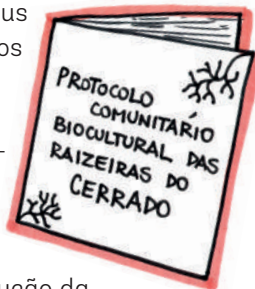
**ESSE CONHECIMENTO
NÃO TEM DONOS,
TEM HERDEIROS.**



Essa perspectiva não se refere, no entanto, à ideia de que o que precisamos é simplesmente resgatar a tradição. Os sistemas de produção agroecológica resultam justamente da combinação de conhecimentos tradicionais e científicos. O que se percebe é a confluência de novos sentidos e valores em processos que levam a novos paradigmas de construção do conhecimento.¹⁰

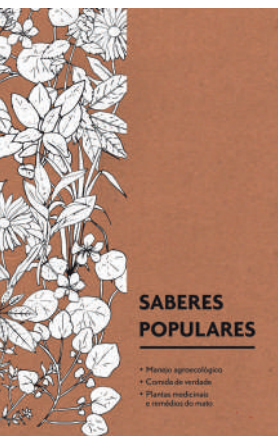
O diálogo de saberes refuta ainda a compreensão usual de assistência técnica e difusão do conhecimento científico, onde o técnico “repasa” seus conhecimentos e ensina ao/à agricultor/a como fazer agricultura. Diferentemente disso, os processos de aprendizagem são compreendidos como momentos onde as pessoas lançam mão dos seus conhecimentos para encontrarem, juntas, respostas aos desafios que surgem localmente.

A crescente aproximação e inserção de indígenas, quilombolas e muitos outros povos e comunidades tradicionais na promoção da agroecologia reafirma a essência de um movimento que busca constantemente se prevenir contra as tentativas de cooptação do conceito e redução da agroecologia a um pacote de técnicas de produção orgânica compatível com os interesses e valores do agronegócio.



sugestões:

- Ao definir a iniciativa e o conteúdo da comunicação, é importante que a perspectiva do diálogo de saberes seja priorizada em relação às abordagens que hierarquizam e relegam os conhecimentos tradicionais e ancestrais à condição de objetos de estudo.
- Nos textos, deve-se evitar afirmações que colocam a “comprovação científica” como única forma de legitimar a agroecologia, sob o risco de favorecer o apagamento dos diferentes conhecimentos presentes no diálogo de saberes.
- Ressalta-se o cuidado para não colocar cientistas, pesquisadoras/es e técnicas/os como as/os peritas/os e especialistas que assumem o papel de educar, informar ou comunicar ao público “leigo”. Importante lembrar ainda que as pessoas que constroem a agroecologia nos territórios devem ser também as/os protagonistas e referências dos processos comunicativos.
- Apresentar as metodologias adotadas nas atividades de formação é uma forma de comunicar os valores e princípios envolvidos na construção da agroecologia. Os mutirões, as trocas de saberes, os encontros de agrobiodiversidade, os intercâmbios de experiências, entre outras iniciativas, são momentos ricos onde as/os agricultoras/es compartilham seus conhecimentos para gerarem novos saberes.



Esta publicação traz receitas que resgatam alguns dos princípios do manejo agroecológico, que consiste em utilizar o que estiver disponível, reciclar e reutilizar materiais, aproveitar os recursos naturais (sol, chuva, biodiversidade), sempre em equilíbrio e compreendendo o solo como um organismo vivo. A agroecologia, no entanto, não é um conjunto de técnicas, mas um processo de construção social, onde cria-se e faz-se junto, experimentando em grupo e refletindo sobre as práticas, avanços e dificuldades. Nesse sentido, o diálogo entre o conhecimento popular e o científico está presente em cada uma das receitas compartilhadas na cartilha.

Trechos da cartilha **Saberes Populares**, 2016. Publicada pela Rede de Intercâmbio e pelo Grupo AUÊ! / UFMG. | https://aueufmg.files.wordpress.com/2016/09/saberes-populares_aue.pdf

4. Construção coletiva

Fortalecer as redes de comunicadores é fundamental!

A agroecologia é construída coletivamente em todo o Brasil e em vários lugares do mundo. As práticas agroecológicas desenvolvidas em áreas rurais ou urbanas se conectam em redes locais, estaduais, regionais e nacional, e seguem juntas fortalecendo um movimento formado por expressiva diversidade. A determinação da Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) de se fortalecer enquanto uma rede de redes expressa bem essa dimensão de construção coletiva e solidária presente no movimento agroecológico.

Reuniões, encontros, ações de incidência política, participação articulada em comissões e conselhos relacionados à implementação de políticas públicas são exemplos de iniciativas promovidas coletivamente. A atuação em rede fortalece cada prática local de agroecologia e, por consequência, as articulações territoriais, estaduais e regionais.

**FORTALECER
REDES DE
AGROECOLOGIA**

sugestões:

- Mostrar as iniciativas coletivas que existem no território, bem como a diversidade de sujeitos e organizações que integram as redes e articulações, tem grande potência comunicativa, pois torna visível as várias pessoas que acreditam, apoiam e constroem a agroecologia. São associações, cooperativas, redes, fóruns, sindicatos, coletivos informais, grupos de consumidoras/es e pessoas voluntárias envolvidas nas ações.
- Comunicar que tais interações entre pessoas e organizações acontecem em diferentes âmbitos (local, territorial, regional, estadual, nacional) também demonstra a força do movimento e ajuda a perceber que não estamos sozinhas/os nessa luta por um mundo melhor.

- Destacar o aspecto da solidariedade presente nas ações coletivas, como nos mutirões e nas casas de sementes, ajuda a demonstrar como as pessoas e organizações se ajudam e aplicam os princípios da agroecologia de acordo com suas realidades.
- A dimensão da coletividade é inspiradora para o desenvolvimento das práticas comunicativas. Planejar uma atividade, pensar uma ferramenta, produzir conteúdos de forma colaborativa e em rede têm grande força nos processos de comunicação. As iniciativas coletivas favorecem, por exemplo, a identificação de desejos e habilidades entre as pessoas participantes que poderão assumir diferentes tarefas: registro fotográfico, audiovisual, escrita, entrevista, publicação nas redes sociais, entre outras.

Durante os dias 25 e 27 de março de 2014 aconteceu a 1ª Caravana Agroecológica e Cultural da Bahia, que reuniu cerca de 200 agricultores e agricultoras familiares, representantes de movimentos e organizações sociais de diversos municípios baianos na cidade de Conceição de Coité – BA. O processo de construção da Caravana, realizado pela Articulação de Agroecologia da Bahia (AABA), apresentou cinco etapas distintas: planejamento, articulação, mobilização, realização e sistematização para divulgação dos resultados. A função das caravanas é engajar a participação de agricultoras e agricultores na experimentação e construção social da Agroecologia. Os objetivos principais são: mostrar o que está sendo realizado no campo da Agroecologia; identificar os principais conflitos da comunidade a serem resolvidos; e informar a importância da Agroecologia.



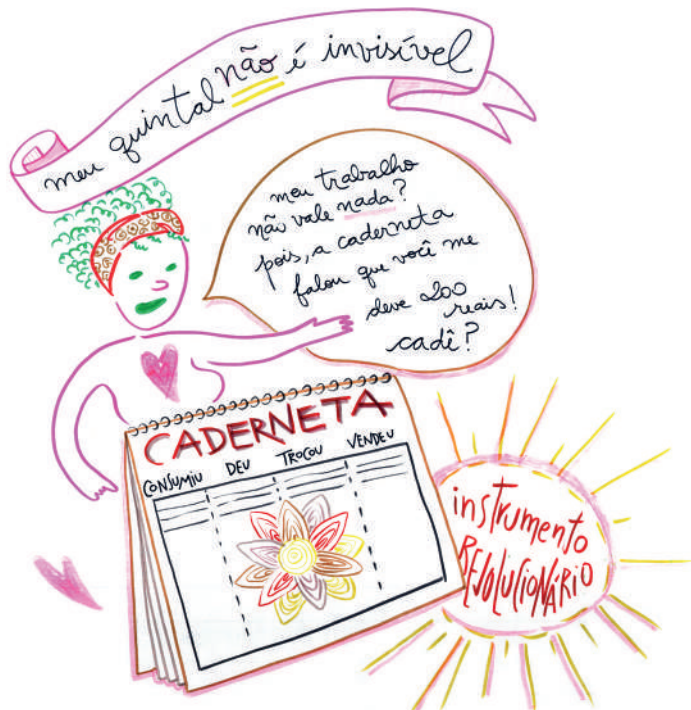
Trechos da cartilha **Caravana Agroecológica e Cultural da Bahia**. Publicada pela Articulação de Agroecologia da Bahia e pelo Instituto de Permacultura da Bahia.

<https://fase.org.br/pt/acervo/documentos/cartilha-da-caravana-agroecologica-e-cultural-da-bahia/>

5. Centralidade feminista

O protagonismo feminino na construção e memória da agroecologia no Brasil se manifesta de várias formas: no papel desempenhado pelas mulheres no manejo sustentável dos agroecossistemas, na preservação dos bens comuns, na garantia da saúde e da soberania alimentar e no trabalho de sustentabilidade da vida.

Conforme ressalta o Grupo de Trabalho Mulheres da Articulação Nacional de Agroecologia (GT Mulheres da ANA), não é possível fazer agroecologia sem considerar suas vidas, experiências e trabalhos produtivos e reprodutivos. Não é possível fazer agroecologia sem reconhecer a contribuição histórica das mulheres e sem fortalecer um processo de auto-organização feminista que tem suas nascentes nas lutas travadas cotidianamente nos territórios da agroecologia, em enfrentamento às diferentes manifestações das desigualdades de gênero que perpassam as realidades familiares, comunitárias, institucionais e sociais de toda ordem.¹¹



sugestões:

- Por meio da comunicação, é possível dar visibilidade às manifestações das desigualdades de gênero e às lutas contra o patriarcado e o machismo, bem como ressaltar as crescentes conquistas dos movimentos feministas e os diversos trabalhos desenvolvidos pelas mulheres em suas famílias, comunidades, organizações sociais, redes, articulações, conselhos e demais espaços públicos.
- Nos conteúdos e ações de comunicação, deve-se redobrar a atenção para não reforçar o lugar comumente assumido pelo homem de “porta-voz” da família e das organizações sociais. É importante ter o cuidado para que, nas ferramentas de comunicação, a abordagem do texto, as entrevistas e a escolha das imagens e vídeos reconheçam e valorizem os trabalhos das mulheres.

Rompendo com a naturalização das desigualdades, de norte a sul do país, há mulheres que protagonizam a construção de uma agricultura sem venenos e sem exploração de seus corpos, vidas e trabalhos. “Outras Marias” que seguem organizadas na transformação das injustiças a que são submetidas dentro e fora de casa. As quatro lideranças da Zona da Mata mineira, retratadas neste documentário, ecoam a voz de mulheres rurais com semelhantes enfrentamentos e que têm seguido juntas em busca de sua autonomia pessoal, econômica e política, demonstrando que Sem Feminismo não há Agroecologia!



Apresentação do filme **Outras Marias**. Iniciativa do projeto Mulheres e Agroecologia em Rede. Produção de Formosa Filmes.

<https://www.youtube.com/watch?v=nEgSbsE4bVU>

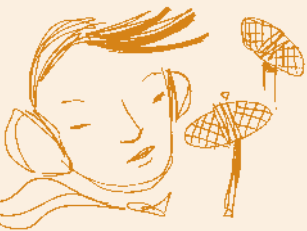
6. Ousadia das juventudes

A inserção das/os jovens na agroecologia acontece em diversos momentos, seja nas atividades de produção, beneficiamento e comercialização dos alimentos, seja nos processos organizativos em suas comunidades. Mas apesar do crescente reconhecimento das juventudes como sujeitos políticos fundamentais à agroecologia, ainda é necessário garantir formas de ampliar a sua participação no movimento agroecológico.



Ao usar o termo juventudes no plural, demarca-se a compreensão de que a condição juvenil não diz respeito a um grupo homogêneo definido por um recorte etário. As diferentes juventudes são constituídas a partir das suas vivências em contextos diversos. É dessa diversidade que emergem percepções e pontos de vista próprios sobre a realidade, assim como estratégias de luta para enfrentamento das adversidades vivenciadas.

As/os jovens trazem novos olhares para pautas antigas e apresentam as novas pautas que surgem em suas realidades. E o que as juventudes reforçam hoje é que as lutas da agroecologia não estão restritas à produção ou comercialização de alimentos saudáveis. As resistências alcançam as dimensões afetivas e dos corpos, das identidades, das condições de existência enquanto sujeitos e do combate a todas as formas de violências.¹²



sugestões:

- É importante comunicar as diferentes pautas levantadas pelas juventudes, assim como as diversas ações promovidas por elas que reforçam a renovação da agroecologia e o rejuvenescimento das agriculturas. As juventudes inseridas na agroecologia são as mesmas que inovam nas formas de mobilização e protagonizam ações pela garantia de direitos, como à educação contextualizada e à livre orientação sexual e identidades de gênero. As juventudes anunciam também a urgência do rompimento da falsa dicotomia entre campo e cidade, e apontam que só a unidade entre as resistências produzirá um novo paradigma para os sistemas alimentares.¹³
- As iniciativas de formação em comunicação popular, com a participação de representantes de organizações da agricultura familiar, povos indígenas e comunidades tradicionais, são extremamente importantes para a construção da agroecologia. Deve-se, no entanto, ressaltar como a inserção das/os jovens nesses processos é estratégica, pois favorece que a comunicação agroecológica expresse as narrativas e resistências das juventudes, com os saberes, afetos, ousadia e criatividade que lhes são característicos.

Juventudes de várias partes do Bico do Papagaio participam de reunião realizada nesta sexta-feira, 8, na sub-sede do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Buriti. Uma das ideias do encontro foi organizar a juventude, reconhecer e valorizar suas ações nas comunidades. Eles já desenvolvem algumas ações em suas comunidades como o Jovens em Comunicação, apicultura, Sistemas Agroflorestais (SAFs) e o grupo de artesanato Pindova. Essas atividades se dividem em 8 municípios da região: Axixá, Sítio Novo, São Miguel, Praia Norte, Augustinópolis, Buriti, Araguaatins e Esperantina. “Depois que passei a fazer apicultura mudei minha relação com a natureza. Tenho uma visão diferente, antes só queria ir para cidade, mas hoje percebo que o jovem do campo tem condições de viver com contiguidade no campo”, diz Matheus dos Santos Filho, morador da comunidade Santa Cruz, setor sede de Buriti, e estudante da Escola Família Agrícola do Bico do Papagaio Padre Josimo (EFABIP).

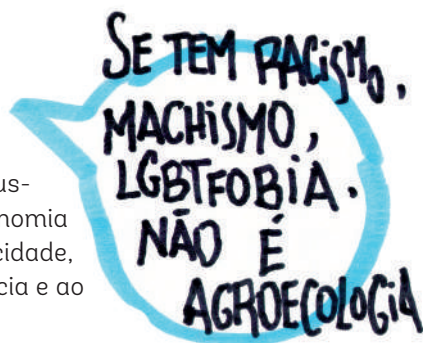


7. Diálogos e Convergências

Os territórios da agroecologia são os mesmos locais onde acontecem diversas ações de enfrentamento aos efeitos do capitalismo, do patriarcado, do racismo e do colonialismo – sistemas de opressão e dominação que operam de forma conjugada na nossa sociedade atual e que produzem diferentes formas de subalternização de corpos, saberes, modos de vida e de produção.

É nos territórios onde povos do campo, das águas, das florestas e das cidades resistem a tantas violências e preconceitos, ao mesmo tempo em que promovem cotidianamente iniciativas voltadas à construção de uma sociedade justa e igualitária.

As ações do movimento agroecológico em confluência com os movimentos antirracismo, antimachismo e em defesa das juventudes, das pessoas LGBTI+, da justiça ambiental, da saúde coletiva, da economia solidária, da reforma agrária, do direito à cidade, entre outros, convergem rumo à Democracia e ao Bem Viver.

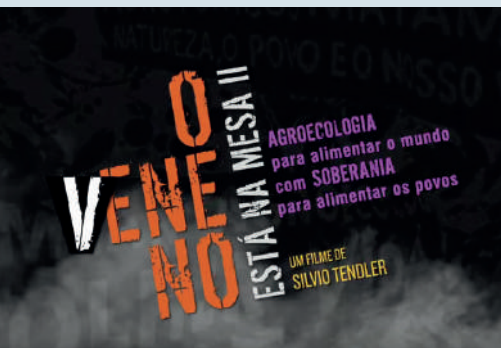


Destacamos aqui dois apontamentos atuais, feitos principalmente pelos coletivos das juventudes e das mulheres do movimento agroecológico, que podem ser resumidos nos seguintes lemas: “Se tem racismo não há agroecologia” e “Com LGBTI+fobia não há agroecologia”. Essas bandeiras mostram a necessidade da comunicação popular provocar processos que não apenas promovam a convergência da agroecologia com as temáticas de outros movimentos, mas que também contribuam para atualizar os valores, princípios e práticas do próprio movimento agroecológico.

Essas pautas precisam ser enfrentadas com urgência, principalmente diante do avanço do conservadorismo e de seu impacto nas vidas das pessoas, especialmente na vida de mulheres negras e das juventudes lésbica, gay, bissexual, travesti, transexual e intersexual.

sugestões:

- As iniciativas de comunicação são ferramentas potentes para evidenciar as diferentes lutas que se constituem nos territórios. Possuem também a capacidade de promover o diálogo entre os movimentos, identificando e visibilizando, por um lado, o que dá unidade ao campo popular e, por outro lado, o que os diferenciam das lógicas dominantes e opressoras da sociedade.
- A realização de ações coletivas, como as Caravanas Agroecológicas e Culturais¹⁴, torna possível uma análise conjunta sobre a realidade do território, a partir das perspectivas das diferentes pessoas que estão participando da atividade. As visitas permitem conhecer as práticas agroecológicas, seus benefícios à família e à comunidade, assim como os desafios e as ações locais que ameaçam a sua continuidade (mineração, agronegócio, hidroelétrica, órgãos de proteção ambiental, vigilância sanitária etc.). A inserção de comunicadoras/es populares nessas ações contribui para que apareça nos debates questões como o direito à comunicação e a importância dos processos comunicativo nos quais os sujeitos coletivos são os protagonistas.



Além de não conter agrotóxicos, o alimento agroecológico também não porta em si injustiças. Ele não porta expropriação da terra, ele não porta trabalho infantil, ele não porta violência contra a mulher, ele não porta contaminação ambiental, dos rios, dos solos, dos açudes, contaminação das pessoas e contaminação dos alimentos.

Trecho da entrevista de Raquel Rigotto, retirado do filme **O veneno está na mesa - 2**. Iniciativa da Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida.

<https://contraosagrototoxicos.org/o-veneno-esta-na-mesa/>



INICIATIVAS
DE COMUNICAÇÃO
AGROECOLÓGICA

A cluster of colorful dots in various sizes and colors (purple, orange, teal, white, blue, pink) located on the right side of the title area.

No campo agroecológico, são inúmeros os contextos nos quais a comunicação acontece. Onde tem reunião, curso, oficina, caravana, feira, intercâmbio para trocas de experiências e saberes, tem comunicação. Também não podemos nos esquecer das potentes iniciativas de comunicação popular, em diferentes formas, linguagens e meios, que as organizações da sociedade civil lançam mão para fortalecer as narrativas do movimento agroecológico referentes aos sistemas alimentares que querem e estão construindo.

É difícil listar todas elas, mas para exemplificar, podemos dizer que vemos a comunicação sendo realizada por meio de peças teatrais, cordéis, músicas, poesias, vídeos, jornais, revistas, rádios, cartilhas, redes sociais, instalações gráficas, instalações artístico-pedagógicas, passeatas, banquetes públicos, bloco de carnaval, cinema de rua... e por aí vai.

As iniciativas listadas a seguir são um pequeno pedaço do universo dos instrumentos e linguagens de comunicação relacionados à agroecologia. Mas possuem uma grande relevância no enfrentamento à concentração da mídia e ao agronegócio, bem como na construção de paradigmas para uma comunicação e um sistema alimentar mais democráticos.

Para apresentar cada iniciativa de comunicação, procuramos, quando possível, trazer a descrição presente no próprio material, com a intenção de evidenciar o contexto de elaboração do instrumento e os objetivos de quem produziu. As iniciativas estão divididas nas seguintes categorias: jornal/boletim Informativo; vídeo; rádio; site; redes sociais; cartilhas; cobertura colaborativa; jornalismo popular; e museu.



Jornal / Boletim Informativo

Agroecologia no Leste de Minas

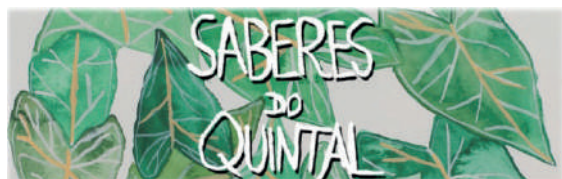
<http://redemg.org.br/>



O informativo Agroecologia no Leste de Minas é uma publicação da Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas em parceria com a Rede Agroecológica do Leste de Minas. O objetivo do informativo é fortalecer o movimento por uma agricultura mais saudável, ecológica e socialmente justa. Para isso, são apresentadas histórias de agricultores e agricultoras familiares que praticam a agroecologia no Leste de Minas, assim como oportunidades e experiências que possam servir de inspiração.

Saberes do Quintal

<http://uemg.br/component/content/article/211-proex/jornal/2245-jornal-saberes-do-quintal?Itemid=437>



O jornal Saberes do Quintal é produzido desde 2016 pela equipe do Kaipora – Laboratório de Estudos Bioculturais, que fica na Unidade Ibirité da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG), com a finalidade de divulgar práticas e saberes tradicionais associadas aos quintais. O jornal é composto por quatro seções: (i) um pequeno texto com a temática dos quintais – trechos de poesias ou transcrições de depoimentos de moradores locais sobre seus quintais; (ii) “está na época” – indicação sobre a sazonalidade de frutas, legumes e hortaliças; (iii) receitas – indicação de receitas tradicionais de alimentos, manejo de hortas ou uso de plantas para o cuidado com a saúde; e (iv) “para refletir” – com o intuito de destacar informações sobre soberania alimentar

e saberes tradicionais. Em geral, as dicas e as receitas são fornecidas pelos mestres populares que participam do Ciclo de Encontros, uma das ações propostas pelo projeto Saberes do Quintal. Os jornais são publicados em mídia digital e impressa, com finalidade educativa. Os jornais impressos são afixados, preferencialmente, em locais públicos como escolas, postos de saúde, igrejas, comércios em geral, entre outros. Desde 2018 são afixados também em coletivos urbanos de Ibirité (RMBH).

O Candeeiro

<https://www.asabrasil.org.br/acervo/o-candeeiro>



Com o início do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2), no ano de 2007, a Articulação Semiárido Brasileiro (ASA) passou a realizar e publicar a sistematização de experiências de agricultores e agricultoras do Semiárido em formato do boletim impresso O Candeeiro. Desde o ano de 2012, a ASA passou a contar com a sistematização de experiências também em formato de banner em lona, o que abriu mais possibilidades e formas de partilha das histórias do Semiárido. Os comunicadores e as comunicadoras da ASA constroem O Candeeiro de forma participativa com os próprios agricultores e agricultoras, em uma dinâmica que proporciona a reflexão sobre suas práticas agroecológicas; de comercialização; de organização; de luta pela água, terra e território; de convivência com o Semiárido, entre muitas outras. Os exemplares dos boletins impressos e os banners são entregues aos próprios agricultores e agricultoras que os partilham em suas comunidades, em associações, nos sindicatos, em eventos, nos intercâmbios, em feiras e onde mais desejarem. Cada experiência sistematizada em texto é publicada com mil exemplares impressos, em um boletim que pode ser de duas ou quatro páginas, com fotos, ou em formato de banner, com um exemplar, também contendo textos e fotos.*

* Artigo sobre experiência de comunicação da ASA é apresentado no X Congresso Brasileiro de Agroecologia – https://www.asabrasil.org.br/noticias?artigo_id=10335

Vídeo

Cultivando Saberes

<https://cultivandosaberes.wordpress.com/>



Série de seis documentários curta-metragem, que retratam experiências de vida de agricultores urbanos e familiares da região metropolitana de Belo Horizonte. Tais experiências, realizadas em quintais, hortas comunitárias e assentamentos de reforma agrária propiciam o desenvolvimento, resgate e troca de saberes entre diversos atores sociais, durante as práticas de produção, comercialização e consumo dos alimentos e produtos agroecológicos. A direção dos documentários é de Davi Fuzari e Laura Barroso.

As várias formas de construir a Agroecologia: Rumo ao IV ENA (5'06")

<https://www.youtube.com/watch?v=rV27VY5qGsQ>



Nós construímos a agroecologia no trabalho com as plantas medicinais, protegendo as nascentes, guardando sementes crioulas, buscando formas alternativas de resistência à mineração, construindo relações saudáveis, fortalecendo nossas tradições na cidade, na aldeia, nas florestas e no campo. Nós construímos a agroecologia como parte de um projeto feminista, popular, anti racista que luta pela emancipação das mulheres, pela socialização do trabalho doméstico, contra a violência. Nós construímos a agroecologia com tecnologias sociais, com gestão de

resíduos e com o cuidado com a terra e com as pessoas. Existem muitas formas de construir a agroecologia e chegou o momento de celebrar o encontro delas: IV Encontro Nacional de Agroecologia acontece de 31 de maio a 3 de junho de 2018, em Belo Horizonte (MG). Este foi um vídeo de divulgação e convite para o IV ENA, muito utilizado no processo de mobilização das/os agricultoras/es.

Programa Curta Agroecologia

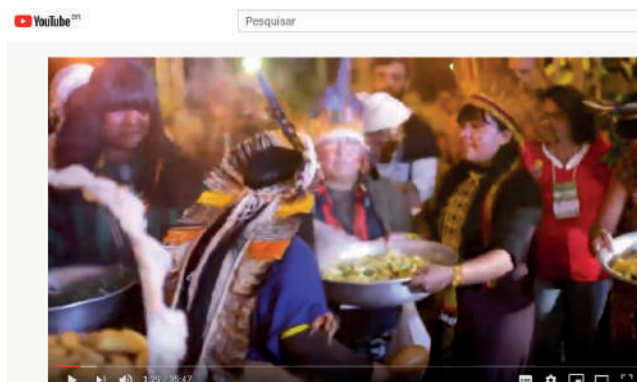
<https://www.canalsaude.fiocruz.br/programas/programaAberto/curta-agroecologia>



Curta Agroecologia é um programa do Canal Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) produzido em parceria com a Articulação Nacional de Agroecologia (ANA). O programa divulga *documentários de experiências bem-sucedidas em agroecologia e agricultura familiar desenvolvidas de forma autônoma por grupos populares em territórios rurais.*

Semeando Vida – Práticas Integrativas e Complementares em Saúde (35'47")

<https://www.youtube.com/watch?v=HMq5P5Z-89U>

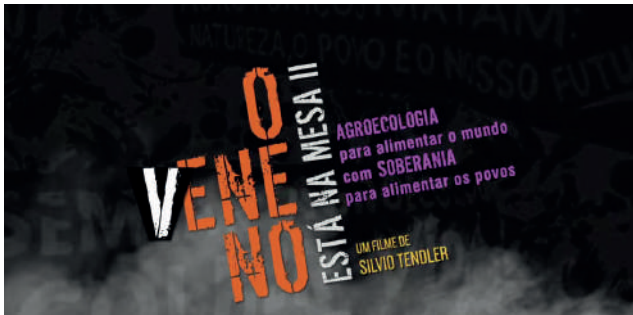


O vídeo Semeando Vida – Práticas Integrativas e Complementares em Saúde (Pics) foi produzido durante o IV Encontro Nacional de Agroecologia (ENA), realizado entre os dias 31 de maio e 3 de junho de 2018, em Belo Horizonte / MG, quando mulheres de diversos movimentos sociais, profissionais de saúde, benzedoras, parteiras, raizeiras e pesquisadoras/es se reuniram e

refletiram sobre o que é saúde e a importância das práticas integrativas em todas as dimensões do cuidado. O material faz parte do projeto “Movimentos Sociais Femininos e a Resposta à Síndrome do Zika Vírus”, uma parceria entre Fundação João Pinheiro (FJP), Instituto René Rachou (Fiocruz Minas) e University of York (Reino Unido). A direção do vídeo é de Carina Aparecida.

O Veneno está na mesa 2 (70 min)

<https://contraosagrototoxicos.org/o-veneno-esta-na-mesa/>



Após impactar o Brasil mostrando as perversas consequências do uso de agrotóxicos em *O Veneno está na Mesa*, o diretor Sílvio Tendler apresenta no segundo filme uma nova perspectiva. *O Veneno Está Na Mesa 2* atualiza e avança na abordagem do modelo agrícola nacional atual e de suas consequências para a saúde pública.

O filme apresenta experiências agroecológicas empreendidas em todo o Brasil, mostrando a existência de alternativas viáveis de produção de alimentos saudáveis, que respeitam a natureza, os trabalhadores rurais e os consumidores. Com este documentário, vem a certeza de que o país precisa tomar um posicionamento diante do dilema que se apresenta: Em qual mundo queremos viver? O mundo envenenado do agronegócio ou da liberdade e da diversidade agroecológica?

Rádio

Riquezas da Caatinga

<https://www.asabrasil.org.br/radio-asa/riquezas-da-caatinga>



Desde 2005, a Articulação do Semiárido (ASA) produz e disponibiliza edições do Riquezas da Caatinga. O objetivo do programa é divulgar com a proposta política da convivência com o Semiárido. O Riquezas da Caatinga é disponibilizado mensalmente para rádios parceiras, organizações da ASA e instituições parceiras em todo o país. Esses produtos de áudio valorizam a sabedoria das famílias

camponesas, debatem e defendem políticas públicas para o Semiárido e apresentam as belezas e singularidades dos biomas da Caatinga e do Cerrado.

Semente Boa!

<https://www.megafono.host/podcast/semente-boia>



Semente Boa é um podcast feito através de uma parceria do MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra com um projeto de extensão da UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora. Esse podcast tem por objetivo: explicar o que é e como funciona o Movimento, mostrar quem são as pessoas que o constroem e contar suas histórias. Mas não paramos por aí. Também abordaremos assuntos que estão diretamente ligados à luta pela terra, como agroecologia e reforma agrária.

Site

Jovens em Comunicação – compromisso com a informação do campo no Bico do Papagaio

<https://jovensemcomunicacao.wordpress.com/>



Este blog foi criado a partir da oficina de comunicação popular Jovens em Comunicação, promovida pela Alternativas para a Pequena Agricultura no Tocantins (APA-TO). Os participantes éramos nós, jovens de seis comunidades camponesas da região conhecida

como Bico do Papagaio, no extremo norte do estado do Tocantins: Canaã, Mulatos, Olho D'Água, Ouro Verde, Santa Juliana e São Félix. A formação aconteceu em alternância, com módulos presenciais e atividades nas comunidades. Durante seis encontros, discutimos sobre comunicação, aprendemos a fazer textos, fotografias e vídeos, e voltamos às nossas casas para colocar a mão na massa, com a produção de reportagens escritas e audiovisuais sobre nossas realidades. O objetivo é divulgar as experiências agroecológicas que estão gerando renda e alimentos saudáveis, e que não conseguem espaço na grande mídia. Todo o material produzido você encontra neste blog, que tem compromisso com a informação do campo no Bico do Papagaio. Nós enfrentamos os preconceitos dos meios de comunicação pautados pelos valores urbanos – também propagados pelas nossas escolas –, para nos tornarmos correspondentes. Assim, com orgulho, vamos lançar ao mundo o campo que produz vida: a nossa realidade a partir da nossa própria visão. Se gostar, convidamos você a ajudar a espalhar essa semente!

Campanha Permanente contra os Agrotóxicos e Pela Vida

<https://contraosagrototoxicos.org/>

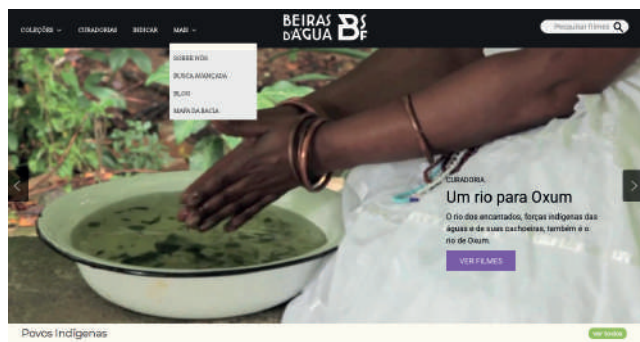


O site da Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida funciona como uma “prateleira” de informações relacionadas ao tema “agrotóxico”. Além de notícias atualizadas, há um conjunto de materiais de comunicação “para baixar”, como apresentações, artigos, cartilhas, cartazes, panfletos, livros

e filmes. A Campanha tem o objetivo de sensibilizar a população brasileira para os riscos que os agrotóxicos representam e, a partir daí, tomar medidas para frear seu uso no Brasil. Hoje já existem provas concretas dos males causados pelos agrotóxicos tanto para quem o utiliza na plantação, quanto para quem o consome em alimentos contaminados. Ao mesmo tempo, milhares de agricultores pelo Brasil já adotam a agroecologia e produzem alimentos saudáveis com produtividade suficiente para alimentar a população. A Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida luta por outro modelo de desenvolvimento agrário. Por uma agricultura baseada na agroecologia ao invés dos agrotóxicos e transgênicos, que acredita no campesinato e não no agronegócio, que considera a vida mais importante do que o lucro das empresas.

Beiras D'Água

<https://beirasdagua.org.br/>



O Beiras é um acervo colaborativo de conteúdo audiovisual conectado pelas águas do Rio São Francisco. São filmes feitos nas beiras dos rios, riachos e veredas que compõem a Rede Hidrográfica do Velho Chico. Um território que abrange cinco estados, 521 municípios e três biomas conectados por águas que atravessam cinco regiões metropolitanas e uma grande

diversidade de comunidades tradicionais, camponesas e povos indígenas. O Beiras é sobre as águas, sobre o semiárido, sobre memórias, sobre as pessoas e sobre suas realidades. É sobre populações tradicionais, produção comunitária, movimentos sociais e instituições. O acervo do Beiras é uma ferramenta de sistematização e organização do saber produzido neste território. Facilita o diálogo entre iniciativas populares, ONGs, pesquisadores e instituições, apoiando assim o fortalecimento e a defesa das pautas sociais e políticas que permeiam o ecossistema. O projeto Beiras D'Água é uma realização da Cooperativa EITA e do Laboratório de Saúde, Ambiente e Trabalho (Lasat) do Instituto Aggeu Magalhães (IAM/Fiocruz-PE).

Redes Sociais

Comissão de Jovens Multiplicadores e Multiplicadoras da Agroecologia

<https://www.facebook.com/cjmapejuv/>



A Comissão de Jovens Multiplicadores/as da Agroecologia (CJMA) tem atuação em Pernambuco, nas regiões da Mata Sul, Agreste Setentrional e Sertão do Pajeú. A CJMA é estratégica, pois é um espaço pleno de formação, mobilização, articulação, incidência e auto-organização das juventudes em seus territórios. O desenvolvimento das ações de formação, comunicação e desenvolvimento agroecológico tem contribuído com o protagonismo político dessa geração, criando condições sustentáveis e estimulando a permanência das juventudes no campo, com mais dignidade e mais oportunidades.*

*<https://transforma.fbb.org.br/tecnologia-social/jovens-multiplicadores-em-agroecologia-uma-metodologia-transformadora>

Movimento de Mulheres Camponesas (MMC)

<https://www.facebook.com/mmcnacional/>

<http://www.mmcbrazil.com.br/site/>



O Movimento de Mulheres Camponesas (MMC) é um movimento social popular organizado em dezoito estados brasileiros, que representa as mulheres trabalhadoras do meio rural. Resistimos no campo às consequências econômicas, políticas, sociais e culturais do projeto capitalista e patriarcal que intensifica a exploração de trabalhadoras e trabalhadores, aumentando a violência e a discriminação contra as mulheres. Há mais de vinte anos construímos um Movimento autônomo, democrático, popular, feminista e de classe, na perspectiva socialista. Nesse período, nos organizamos, lutamos e conquistamos o reconhecimento da profissão de trabalhadora rural, o salário maternidade, a aposentadoria da mulher da roça aos 55 anos, entre outros. Continuamos

lutando por saúde de qualidade, pela construção de novas relações sociais e de gênero, por políticas públicas que atendam aos interesses das camponesas e camponeses e pelo fim de todas as formas de violência e opressão.

Associação Cultural dos Realizadores Indígenas (ASCURI)

<https://ascuri.org/>



Nós, da Associação Cultural dos Realizadores Indígenas (ASCURI), somos um grupo de jovens realizadores/produtores culturais indígenas de Mato Grosso do Sul (Brasil) que busca, por meio da linguagem cinematográfica e das novas tecnologias de comunicação, desenvolver estratégias de formação, resistência e fortalecimento do jeito de ser indígena tradicional. A ASCURI atualmente se estabelece como uma alternativa pensada por realizadores indígenas Terena, Kaiowá e Quechúa frente ao modo predominante de se pensar e de se fazer cinema na América Latina. A partir de nossa experiência, acreditamos que novas mídias devam ser usadas em prol dos nossos direitos originários e da garantia de nossa participação ativa em temas que nos dizem respeito, tais como a gestão de nossos territórios, sua conservação ambiental, o uso de seus recursos naturais, e o desenvolvimento de políticas de segurança alimentar.

Ororubá Filmes

<https://www.facebook.com/OrorubaFilmes/>



“Utilizando o que tem de moderno, para fortalecer o que tem de ancestral.” Este é o lema da Ororubá Filmes, um coletivo de jovens indígenas que compreende a comunicação como estratégia de registrar e fortalecer os acontecimentos do povo Xukuru do Ororubá (Pernambuco). Na página no facebook da Ororubá Filmes é possível assistir transmissões ao vivo de atividades do povo Xukuru e várias produções audiovisuais realizadas pelas/os jovens.

Cartilhas

Caravana Agroecológica e Cultural da Bahia

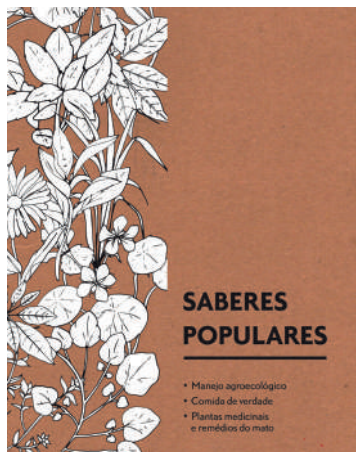
<https://fase.org.br/pt/acervo/documentos/cartilha-da-caravana-agroecologica-e-cultural-da-bahia/>



Esta cartilha, editada pela Articulação de Agroecologia da Bahia (AABA), tem como objetivo apresentar a metodologia da Caravana Agroecológica e Cultural da Bahia, que ocorreu na cidade de Conceição de Coité / BA, nos dias 25 e 27 de março de 2014, com a participação de cerca de 200 agricultores e agricultoras familiares, representantes de movimentos e organizações sociais de diversos municípios baianos. Os objetivos principais da Caravana são: mostrar o que está sendo realizado no campo da Agroecologia; identificar os principais conflitos da comunidade a serem resolvidos; e informar a importância da Agroecologia. A AABA é uma articulação que reúne organizações e movimentos que se identificam com a construção e fortalecimento do campo agroecológico, de forma a promover o diálogo e o intercâmbio de experiências entre atores que estão elaborando e experimentando alternativas de produção, comercialização, organização comunitária e gestão de recursos naturais.

Saberes Populares

https://aueufmg.files.wordpress.com/2016/09/saberes-populares_aue.pdf



Esta cartilha é um trabalho de sistematização de conhecimentos construídos e compartilhados pela interação entre agricultores/as, técnicos/as, estudantes, professores/as, pesquisadores/as, interessados/as, militantes e artistas. São conceitos, práticas e receitas desenvolvidas e difundidas por todos/as os elos que compõem essa corrente e que, cotidianamente, contribuem para a consolidação da agroecologia na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Este produto representa a própria riqueza que a cidade nos fornece: a possibilidade da troca entre os diferentes. A conclusão deste trabalho foi possível através da parceria entre a Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas (REDE) e o Grupo de Estudos em Agricultura Urbana – AUÊ!, grupo de pesquisa e extensão universitária da Universidade Federal de Minas Gerais.

Cobertura Colaborativa

Comissão de Comunicação e Cultura do
IV Encontro Nacional de Agroecologia

<http://enagroecologia.org.br/>



O IV Encontro Nacional de Agroecologia (IV ENA) aconteceu entre os dias 31 de maio e 3 de junho de 2018, em Belo Horizonte. Mas a decisão sobre a sua realização se deu na Plenária Nacional da Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), no mês de abril de 2017. Desde a plenária, várias iniciativas de comunicação ocorreram tanto no contexto do processo preparatório do IV ENA como nos dias do evento e nos meses seguintes. A Comissão de Comunicação e Cultura foi uma das primeiras a se formar e a iniciar o processo de construção para o IV ENA. Ainda em 2017 foi realizado um Encontro Ampliado com a presença de comunicadoras/es de instituições da agroecologia de Minas Gerais e de outros estados e de movimentos e coletivos de comunicação popular de Belo Horizonte. Esse Encontro foi de extrema importância para criar um sentido coletivo da tarefa e para ampliar o entendimento do fazer da comunicação popular que seria construído rumo ao IV ENA. Desde o início da organização do IV ENA, foi colocada a perspectiva de trabalhar as dimensões da comunicação e da cultura em uma mesma supercomissão. A intenção ao realizar essa conexão foi abandonar a visão de que as fortalezas populares relacionadas à cultura são apenas ferramentas, momentos de lazer e entretenimento. A cobertura colaborativa do IV ENA teve a participação 79 comunicadoras/es (49 mulheres e 30 homens) que produziram um rico acervo textual, audiovisual e fotográfico.*

*** Sentir, Pensar e Agir: o processo preparatório do IV Encontro Nacional de Agroecologia**
(caderno 2 da coleção das Memórias do IV ENA), 2019.

Exemplos de ações e ferramentas de comunicação utilizadas no contexto do IV ENA

- **Antes do evento:** posts no facebook da ANA, elaboração de matérias para o site da ANA, produção de vídeos, formação de um Bloco de Carnaval, sessão de filmes de agroecologia...
- **Durante o IV ENA:** posts e transmissões ao vivo no facebook, matérias no site da ANA, informativos para o Whatsapp, rádio poste, assessoria de imprensa, facilitações gráficas, apresentações artístico-político-culturais, produção de vídeos, registro fotográfico, instalações artístico-pedagógicas...
- **Depois do Encontro:** posts no facebook, matérias para o site da ANA, produção de vídeos, compartilhamento de fotos...

YouTube da ANA: www.youtube.com/channel/UCJAtJb86gN1NyFPpewZXRCw

Flickr da ANA: www.flickr.com/photos/135192960@N07/albums

Facebook da ANA: www.facebook.com/articulacaonacionaldeagroecologia/

Site da ANA: www.agroecologia.org.br/

Site do ENA: <http://enagroecologia.org.br/>



Painel de facilitação gráfica da Plenária de Abertura do IV ENA (Repentistas do Desenho)



Jornalismo Popular

Os veículos de jornalismo popular são ferramentas estratégicas para a construção de uma visão de mundo contrária àquela imposta pela imprensa comercial. No jornalismo popular, as informações e debates de interesse público e coletivo se mantêm como foco mesmo quando a abordagem parte de histórias de vida de pessoas. Nessa perspectiva, não é difícil perceber a colaboração mútua dessa mídia com a agroecologia. Apesar de não serem canais de comunicação popular relacionados diretamente à agroecologia, achamos importante trazer os exemplos a seguir. Procuramos destacar, por um lado, a relevância de conhecer, fortalecer e nos informar por estes veículos e, por outro lado, a importância de termos sempre em mente as parcerias que podemos fazer com a mídias populares.

Brasil de Fato

<https://www.brasildefato.com.br/>



O Brasil de Fato (BdF) é um site de notícias e uma radioagência, além de possuir jornais regionais no Rio de Janeiro, em Minas Gerais, em São Paulo, no Paraná e em Pernambuco. Lançado em 25 de janeiro de 2003, o BdF circulou por mais de dez anos com uma versão impressa nacional. Por entenderem que, na luta por uma sociedade justa e fraterna, a democratização dos meios de comunicação é fundamental, movimentos populares criaram o Brasil de Fato para contribuir no debate de ideias e na análise dos fatos do ponto de vista da necessidade de mudanças sociais em nosso país. Plural e diversificado, o BdF reúne jornalistas, articulistas e movimentos populares do Brasil e do mundo. Além do site, da Radioagência e das edições impressas, o Brasil de Fato circula pelas redes sociais, por Facebook, Twitter, Youtube, Flickr e SoundCloud.

Mídia Ninja

<http://midianinja.org/>

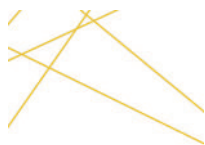


Somos uma rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir das novas tecnologias e de uma lógica colaborativa de trabalho. Entendemos a comunicação democrática como um direito humano e defendemos o interesse público, a diversidade cultural e o direito à informação, visibilizando pautas de comunicação, causas identitárias, cultura, meio ambiente, juventude e outras que dialogam com os desafios do século XXI. A Mídia NINJA foi fundada em 2013 e ganhou notoriedade durante as manifestações de junho que reuniram milhões nas ruas do Brasil. À ocasião realizou coberturas ao vivo de dentro dos protestos, com múltiplos pontos de vista invisíveis na mídia tradicional. Em 2016 foi uma das principais iniciativas de resistência na luta pelo fortalecimento da democracia em meio a instabilidade política. Hoje a rede engaja mais de 2 milhões de apoiadores e cerca de 500 pessoas diretamente envolvidas com o suporte de casas coletivas pelo Brasil.

Exposição

Labirinto dos Agrotóxicos

<https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/processaber/>



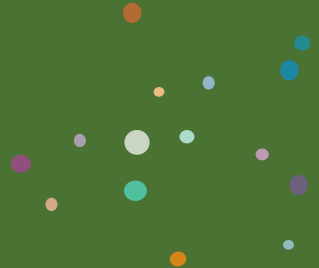
A POPULAÇÃO ESTÁ AUMENTANDO MUITO!
O QUE VOCÊ FAZIA PARA MANTER TODOS
BEM ALIMENTADOS?



O Labirinto dos Agrotóxicos é um módulo da exposição temporária Processaber realizada no Espaço do Conhecimento UFMG em 2016. A estrutura do labirinto é pensada para criar histórias e narrativas referente às controvérsias científicas. Esse aparato expositivo apresenta um problema inicial e oferece um percurso com uma série de bifurcações para ser percorrido pelo visitante, a partir das suas escolhas. A cada passagem, são colocadas questões e o visitante segue para um beco sem saída ou uma saída precipitada do labirinto. Versátil e de fácil construção, o Labirinto pode ser montado em vários lugares, independente de museus ou exposições, com a possibilidade de abordar diferentes temas controversos.



REFERÊNCIAS



1. BANDEIRA, Olívia. Concentração da comunicação e os riscos à democracia no Brasil. In: ASSOCIAÇÃO HENFIL EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO. **Comunicação e Direitos Humanos**. Belo Horizonte: Associação Henfil, 2018. p. 34-41. Disponível em: <<https://intervozes.org.br/publicacoes/cartilha-comunicacao-e-direitos-humanos/>>.
2. TAVARES, Joana. Comunicação e Projeto Popular para o Brasil. In: ASSOCIAÇÃO HENFIL EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO. **Comunicação e Direitos Humanos**. Belo Horizonte: Associação Henfil, 2018. p. 16-24. Disponível em: <<https://intervozes.org.br/publicacoes/cartilha-comunicacao-e-direitos-humanos/>>.
3. PERUZZO, Cicilia Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaboraões no setor. **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v.12, n.2, maio-agosto 2009, p.46-61. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/download/947/887>.
4. PERUZZO, 2009. Ver o item 3.
5. TAVARES, 2018. Ver o item 2.
6. FREIRE, Paulo. **Comunicação ou extensão?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
7. CHÃ, Ana Manoela. **Agronegócio e indústria cultural**: estratégias das empresas para a construção da hegemonia. São Paulo: Expressão Popular, 2018. 207 p.
8. ABA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGROECOLOGIA. **Carta Sergipana do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia (XI CBA)**. Sergipe: ABA, 2019. 7p. Disponível em: <https://aba-agroecologia.org.br/wp-content/uploads/2019/11/XI-CBA-Agroecologia_Carta-Sergipana.pdf>.
9. ANA – ARTICULAÇÃO NACIONAL DE AGROECOLOGIA. **Carta política do IV Encontro Nacional de Agroecologia (IV ENA)**: agroecologia e democracia unindo campo e cidade. Rio de Janeiro: ANA, 2018. 47p. Disponível em: <http://enagroecologia.org.br/files/2019/03/carta_politica_web.pdf>.
10. TOLEDO, Victor M. A Agroecologia é uma Revolução Epistemológica. **Revista Agriculturas**: experiências em agroecologia, Rio de Janeiro, v.13, n. 1, p. 42-45, 2016. Entrevista concedida a Diana Quiroz.
11. ANA – Articulação Nacional de Agroecologia. **Memórias do IV Encontro Nacional de Agroecologia**: agroecologia e democracia unindo campo e cidade. Rio de Janeiro: ANA, 2020.
12. ANA, 2020. Ver o item 11.
13. ANA, 2018. Ver o item 9.
14. ABA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGROECOLOGIA. **Caderno de Metodologias**. André Biazoti, Natália Almeida, Patrícia Tavares (organização). Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2017. p. 57-60. Disponível em: <<https://aba-agroecologia.org.br/caderno-de-metodologia/>>.



FaE
Faculdade de Educação

UF *m* **G**

Apoio:



ARTICULAÇÃO
NACIONAL DE
AGROECOLOGIA

ISBN: 978-65-00-01168-5



9 786500 011685