



XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

de 08 a 10 de outubro 2025
Universidade Federal do Tocantins

COMUNICAÇÃO POPULAR COMO ARMA DE COMBATE: RELATOS DA 8ª FESTA CAMPONESA EM RONDÔNIA¹

Evelyn Iris Leite Morales Conde – Universidade Federal de Rondônia (Unir)

Érica Anne dos Santos Oliveira – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp)

Alex Sandro Possamai da Silva – Universidade Federal de Rondônia (Unir)

RESUMO

Este trabalho apresenta o processo de comunicação da 8ª Festa Camponesa, realizada entre 27 e 29 de junho de 2025, em Jaru, Rondônia. O objetivo é demonstrar a ação do coletivo de comunicação da festa, apreendido como “arma de combate” (Moraes, 2022), para expressão da cultura popular e dos movimentos sociais na maior festa do campesinato da região. A metodologia abrange revisão de literatura e exposição descritiva do conteúdo referente ao trabalho coletivo de 18 comunicadoras/es populares, educadoras/es, jornalistas e estudantes da Universidade Federal de Rondônia, resultando na produção e publicação de 142 peças comunicacionais, entre *cards* gráficos, fotos, vídeos e transmissões ao vivo.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação popular; movimentos sociais; Festa Camponesa; Rondônia.

INTRODUÇÃO

A Festa Camponesa é uma expressão cultural, política e comunicativa dos movimentos sociais que compõem a Via Campesina, movimento social internacional que reúne organizações camponesas e de trabalhadores rurais de diversos países, com o objetivo de promover a soberania alimentar e a agricultura sustentável. Em Rondônia, é realizada desde 2008, com as demais edições em 2009, 2011, 2013, 2016, 2019, 2023 e 2025, ou seja, com oito edições.

O evento abrange seminário, com discussões sobre a conjuntura política local, regional, nacional e internacional; rodas de conversa, com temas relevantes ao campesinato rondoniense; e oficinas práticas sobre técnicas diversas, desde a conservação e o armazenamento de sementes, produção alimentar, até estratégias de comunicação popular. Outros dois momentos se destacam na Festa: a troca de sementes crioulas e mudas e o Café Camponês, momento de partilha da diversidade de alimentos saudáveis com as/os consumidoras/es urbanas/os.

¹ Trabalho apresentado no GT1 – Meios e Processos de Comunicação para Cidadania da XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2025, realizada de 08 a 10 de outubro de 2025, na Universidade Federal do Tocantins, Palmas-TO.

Em torno da experiência comunicacional da Festa Camponesa é que surge este relato, com objetivo de demonstrar a ação do coletivo de comunicação na materialização de pautas como “arma de combate” (Moraes, 2022), para expressão da cultura e lutas dos movimentos sociais do campo, água e florestas do estado.

A metodologia do trabalho abrange revisão de literatura em Moraes (2022), Peruzzo (2009), Freire (1997, 2006), com e exposição descritiva do conteúdo referente ao trabalho coletivo e co-participativo de 18 comunicadoras/es populares, educadoras/es de movimentos sociais estaduais e nacionais; jornalistas e estudantes da Universidade Federal de Rondônia (Unir), que produziram nos períodos pré, durante e pós-festa 142 peças comunicacionais, entre *cards* gráficos, fotos, vídeos e transmissões ao vivo, apreendidos como possibilidades de estímulo ao conhecimento e debate público sobre a cultura dos grupos, coletivos e movimentos sociais no que se refere à soberania alimentar, reforma agrária popular, agroecologia, justiça social, sendo, em síntese, como destacou o tema da 8ª edição, uma festa por Ecologia Integral e Justiça Climática, por Terra, Território e Soberania Popular na Amazônia!

APREENSÕES SOBRE COMUNICAÇÃO POPULAR

Os movimentos sociais populares, conforme Peruzzo (2009, p. 35), “são articulações da sociedade civil constituídas por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos, mas que ainda não são efetivados na prática”. Eles se institucionalizam e se organizam para sua consolidação e legitimação na sociedade. E, no que se refere à comunicação, que contribuiu para o avanço da cidadania ao ser reconhecida como direito humano, estes movimentos trilharam caminhos paralelos à grande mídia, de forma autônoma, como estratégia necessária para reverberar as dinâmicas de mobilização e organização popular.

E o jornalismo engajado é um aliado nesta forma de comunicação. As palavras de Moraes são certas ao destacar que o “jornalismo pode ajudar a redesenhar a face violenta de um país que insiste no recalque”, pois revelam que se pode constuir conscientemente a história, com a produção e reprodução de conteúdo sabendo a quem atingir, facilitando o acesso à informação e repercutindo as vozes de quem não está na mídia tradicional, hegemônica. A pauta, ou seja, a forma como se pensa e organiza um assunto e inicia o processo da narrativa de um fato, acontecimento e seus desdobramentos e viéses, é uma arma de combate, como define a autora, pois é na pauta que se pode realizar “uma série de desumanizações, de falsas equivalências, de apagamentos de uns e hipervisibilidade de outros, entre outras operações, também com ela [a pauta] podemos desarticular tais processos e instaurar novas práticas” (Moraes, 2022, p. 242-243). As pautas materializadas na comunicação da Festa Camponesa foram instrumentos para outros veículos de comunicação, inclusive hegemônicos locais, que reveberaram diferentes narrativas, para além do tradicional.

Nesta reverberação encontram-se anúncios e denúncias (Freire, 1997) de quem vive os processos de apagamento, invisibilização, desumanização e mentiras de uma comunicação que desinforma, deforma e mata. Por isso a comunicação popular se revela como importante arma de combate, pois é feita por e com sujeitos que colaboram para construção de suas pautas, da produção sobre suas lutas e defesa dos territórios, na perspectiva de sujeitos pensantes em co-participação com outros sujeitos, num solidário, consciente e potente “pensamos” (Freire, 2006, p. 66). É assim que se apreende esta comunicação, pois não há sujeito isolado no mundo e muito menos comunicação neutra.

PRODUÇÃO COMUNICACIONAL COLETIVA NA 8ª FESTA CAMPONESA

O coletivo de comunicação foi composto por representantes de movimentos sociais e organizações populares de Rondônia e nacionais, além da participação de estudantes e docente da Universidade Federal de Rondônia (Unir), representados pelo Grupo de Pesquisa e Extensão Rádio Educação Cidadania (REC). No total, 18 comunicadoras/es fizeram parte do coletivo permanente da comunicação de Festa Camponesa, com publicações nas redes sociais Instagram @festacamponesa e Facebook /festacamponesa, e em colaboração com perfis dos movimentos sociais organizadores do evento em 2025.

A produção realizada antes da Festa, no período de 31 de março a 26 de junho, resultou na divulgação de 5 carrosseis de fotografias, 25 *cards* com memórias das edições anteriores, frases de impacto de personalidades locais, e com *releases* divulgados nos perfis Xepa Ativismo e Casa Ninja Amazônia; 27 vídeos/*reels* e uma transmissão ao vivo nas redes sociais do evento; num total de 58 publicações.

No durante a Festa, nos dias 27, 28 e 29 de junho, foram feitas 44 publicações totais, sendo 12 corrosseis de fotografias, 5 *cards* gráficos únicos ou em carrossel, com produções nacionais do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), Comissão Pastoral da Terra (CPT); 22 vídeos/*reels* e 5 transmissões ao vivo.

Após o evento, houve mobilização de 30 de junho e 17 de julho, com 40 publicações, sendo 22 vídeos, entre estes, reportagens, depoimentos de quem vivenciou a Festa e momentos marcantes do evento; 8 *cards* com publicações de matérias repercutidas em pefis nacionais e locais; e 10 carrosseis com fotografias de diferentes contextos. A contabilização total da comunicação foi de 142 publicações.

CONSIDERAÇÕES POSSÍVEIS

Para além dos números, a experiência da Festa Camponesa revela como a comunicação popular, realizada de forma co-participativa e coletiva, de modo organizado, pode fortalecer vínculos territoriais e disputar narrativas, com a voz, cores e face do povo, com pautas próprias como arma de

combate à desinformação sobre os movimentos sociais e coletivos populares. E, como nos lembra Freire, para que se recupere a palavra e que todas e todos ajam como cidadãs/ãos ativos/os.

Esta ação comunicativa reforça a necessidade de fortalecer os processos formativos em comunicação popular e consolidar redes colaborativas entre organizações sociais, universidades e meios comunitários, como bem se desenvolveu nesta 8ª Festa Camponesa. Avante!

REFERÊNCIAS

FESTA CAMPONESA. **Instagram @festacamponesa**. Disponível em: <https://www.instagram.com/festacamponesa/>. Acesso em 18 jul. 2025.

FREIRE, P.. Denúncia, anúncio, profecia, utopia e sonho. Brasil, Senado Federal, 1997. Disponível em: <https://acervo.paulofreire.org/items/fc8a7ad8-c695-4fd4-9a99-cbe111805a75>. Acesso em: 18 jul. 2025.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?**. 13.ed. São Paulo: Editora Paz e terra, 2006.

MORAES, F. **A pauta é uma arma de combate**: subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza. 1 ed. Porto Alegre: Arquipélago, 2022.

PERUZZO, C. M. K. Movimentos sociais, cidadania e o direito à Comunicação. In: Revista Fronteira: estudos midiáticos. **Revista Fronteiras** - Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 11, n. 1, p. 33-43, jan./abr. 2009.