

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS

Bruna Lunkes

**COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO: PROJETO PILOTO
LAZOS COM A POLIFEIRA**

Santa Maria, RS

2018

Bruna Lunkes

**COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO: PROJETO PILOTO LAZOS
COM A POLIFEIRA**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM/RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Carlise Porto Schneider Rudnicki

Santa Maria, RS

2018

Bruna Lunkes

**COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO: PROJETO PILOTO LAZOS
COM A POLIFEIRA**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM/RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas**

Aprovado em 06 de dezembro de 2018:

Carlise Porto Schneider Rudnicki, Dra. (UFSM)

(Presidente/Orientadora)

Ada Cristina Machado Silveira, Dra. (UFSM)

Luciana Maria Scarton, Dra. (FAMES)

Santa Maria, RS

2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, os meus pais, Guido e Rita, pelo incentivo, apoio e amor incondicional, sempre.

À minha irmã, Danieli, por sempre ter sido, sempre, meu exemplo de vida.

Ao Cássio, meu namorado, pelo amor, incentivo e cuidados diários durante toda a graduação, o que possibilitou que essa jornada fosse muito mais alegre e tranquila.

Às minhas amigas de infância, Larissa e Marjana, pelos conselhos, palavras de apoio e risadas que fizeram com que mesmo distantes, vocês estivessem sempre perto.

À minha professora, orientadora e amiga Carlise, por todos os ensinamentos e por ter me apresentado um novo olhar sobre a comunicação, que permitiu que me encontrasse e adquirisse verdadeira paixão pela área.

Ao grupo de pesquisa de “Comunicação e Desenvolvimento”, ao Laboratório de Relações Públicas e às pessoas com quem convivi nesses espaços ao longo desses anos. A experiência de uma produção compartilhada foram a melhor experiência da minha formação acadêmica.

Aos agricultores da PoliFeira, pelos momentos vividos em dia de campo, por participarem desse trabalho e disponibilizarem o seu tempo para a construção desse projeto.

A UFSM, pelo crescimento acadêmico e pessoal.

E, por fim, agradeço a todos que fazem parte de minha vida e são essenciais para que cada dia eu me torne uma pessoa melhor.

Obrigada a todos vocês!

EPÍGRAFE

“Estou me deixando mover pelo sentimento de ter um outro pensamento sobre o que é comunicação.”

Adair Caetano Peruzzolo

Santa Maria, 27 de junho de 2005

RESUMO

COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO: PROJETO PILOTO LAZOS COM A POLIFEIRA

AUTORA: Bruna Lunkes

ORIENTADORA: Carlise Schneider Porto Rudnicki

Esse projeto experimental visa, através da experimentação de metodologias comunicacionais, a realização do teste piloto do Lazos tendo como campo de estudo a PoliFeira do Agricultor da UFSM. Por meio desse trabalho, procuramos auxiliar instituições que promovem o desenvolvimento rural, a partir do fornecimento de dados concretos baseados na prática vivenciada, a efetivarem métodos e processos de comunicação mais eficazes e democráticos com os sujeitos rurais. Dessa forma, trabalhamos com os conceitos de Desenvolvimento Territorial (SCHNEIDER, 2010; NAVARRO, 2001; ABRAMOVAY, 2000) e de Comunicação como Encontro (PERUZZOLO, 2006) para então possibilitar a compreensão sobre a perspectiva da Comunicação para o Desenvolvimento que norteia esse trabalho. A metodologia desenvolveu-se, inicialmente, baseada no diagnóstico da realidade dos sujeitos e das demandas comunicacionais dos mesmos, através de dias de campo e da aplicação de questionário. Em seguida, desenvolveu-se um plano de oficinas sobre comunicação, tecnologia e gestão de produtos para os feirantes. Os encontros tiveram como objetivo sensibilizar os atores sociais sobre sua importância para o desenvolvimento do território e promover a criação de redes colaborativas. Dentre os resultados, percebemos um aumento do desejo de comportamentos coletivos e melhorias nos produtos. Dessa forma, tendo como base esse projeto experimental, cremos que ele poderá ser readaptado e replicado em outros países abrangidos pelo Lazos, possibilitando resultados mais positivos e a utilização de recursos públicos de forma mais eficaz.

Palavras-chave: Desenvolvimento Rural. Comunicação. Projeto Lazos.

ABSTRACT

COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT: PILOT PROJECT LAZOS WITH POLIFEIRA

AUTHOR: Bruna Lunkes

ADVISOR: Carlise Schneider Porto Rudnicki

This experimental Project aims at realizing the pilot test of the Lazos, throughout the experiment of the communication methodology, having as a field study the Agriculturist Multiple Fair, of UFSM. Through this work, we seek to help institutions which promote the rural development, from providing concrete data based on the lived experience, to implement methods and processes of communication more effective and democratic with the rural individuals. That way, the concepts of Territorial Development (SCHNEIDER, 2010; NAVARRO, 2001; ABRAMOVAY, 2000) and the Communication as a Meeting (PERUZZOLO, 2006) have been worked, in order to enable the comprehension about the perspective of the Communication for the Development that guides this work. Initially, the methodology was based on the diagnosis of reality of the individuals and the communication demands of them, throughout field days and a questionnaire application. Next, a plan of workshops about communication, technology and product management for the marketers was accomplished. The meetings aimed to sensitize social actors about their importance for the development of the territory and to promote the creation of collaborative network. Among the results, we noticed an increase in the desire for collective behaviors and product improvements. Therefore, based on this experimental Project, we believe it can be readapted and replicated in other countries covered by Lazos, enabling more positive results and the use of public resources in a more effective way.

Keywords: Rural Development. Communication, Lazos Project.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Esquema 1 – Esquema 1 – Projetos da UFSM envolvidos no trabalho.....	22
Fotografia 1 – Imagens dos produtos em dia de feira.....	29
Fotografia 2 – Imagens da comemoração de aniversário de um ano da PoliFeira.....	30
Fotografia 3 – Realização de convite para a Oficina I junto aos técnicos da PoliFeira.....	34
Fotografia 4 – Entrega de convite impresso aos feirantes junto ao convite verbal.....	35
Fotografia 5 – Imagens dos participantes da Oficina I.....	36
Fotografia 6 – Apresentação dos Feirantes para a Professora Luciana Maria Scarton.....	41

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAO	Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura
FAO RLC	Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura para a América Latina e o Caribe
CPD	Centro de Processamento de Dados
COREDE	Conselho Regional de Desenvolvimento
LARP	Laboratório de Relações Públicas
ONU	Organização das Nações Unidas
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
TICs	Tecnologias da Informação e Comunicação
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO	13
2.1 TEORIAS DO DESENVOLVIMENTO RURAL	13
2.2 A COMUNICAÇÃO COMO ENCONTRO	17
2.3 A COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO	19
3. PROJETO EXPERIMENTAL	22
3.1 ENFOQUE EXPERIMENTAL – PROJETO PILOTO COM A POLIFEIRA DO AGRICULTOR	26
3.1.1 Ação I - Aproximação	28
3.1.2 Ação II – As oficinas	32
4. CONCLUSÃO	43

1. INTRODUÇÃO

O projeto Lazos diz respeito à produção de uma metodologia que envolve relações *offline* e uma metodologia que conta com o desenvolvimento de uma plataforma digital colaborativa, cujo propósito é a criação de um espaço que funcione de forma coletiva e que incentive a solução dos problemas e compartilhamentos de informação. O desafio da metodologia, desde o início, se refere à apropriação e empoderamento dos sujeitos envolvidos neste processo.

A partir de relatos de profissionais de comunicação dessas entidades e de estudos resultantes do grupo de pesquisa de “Comunicação e Desenvolvimento” da UFSM sobre essas instituições, identificamos a emergência desse trabalho pela dificuldade no desenvolvimento de pesquisas e da criação de relacionamentos com os públicos afetados pelas ações e políticas de desenvolvimento em diversos contextos. Assim, a proposta do Lazos se ancora na analogia de trabalho com redes e na criação de espaços colaborativos.

Sendo assim, através da criação de um convênio com a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), parte-se da demanda de trabalhar a partir do programa + Algodão, que tem por objetivo a construção e operacionalização de projetos que visem a promoção do cultivo, da qualidade, do algodão na região da América Latina e do Chile. A partir desta iniciativa, o algodão passa a ser mais do que uma cadeia de produção e adquire significados a partir da agregação de valor, tendo em vista sua importância histórica para a região, e gerando resultados no combate à pobreza, através da criação de emprego e de renda. Dessa forma, esse Projeto Experimental refere-se a uma proposta piloto, desenvolvendo essa metodologia no Brasil, a fim de ser replicada nos países da América Latina abrangidos pelo Programa + Algodão.

Portanto, a metodologia proposta, que aqui se refere à especificidade desse trabalho, pretende seguir passos que antecedem a apropriação das TICs, ou ainda, em primeiro lugar, informar, sensibilizar e promover a mobilização social para então instaurar processos capazes de incentivar comportamentos coletivos através das TICs. Por esse motivo, antes do teste da plataforma, compreendemos a necessidade de entender as realidades dos sujeitos envolvidos no processo e sensibilizá-los sobre as temáticas da comunicação, a fim de torná-los mais empoderados e capacitados a atuarem a partir de redes colaborativas.

Assim sendo, o piloto do Lazos está sendo realizado na PoliFeira do Agricultor da UFSM, um projeto de extensão da instituição. A PoliFeira tem como intenção fortalecer os processos das cadeias curtas, o empoderamento social e cultural de pequenos agricultores da agricultura familiar e promover um campo de aprendizado para as mais diversas áreas de conhecimento, através do qual surge a oportunidade para a implementação do Piloto. Dessa forma, esse trabalho englobou o planejamento e a execução de oficinas com agricultores no intuito de fornecer o aprendizado sobre questões relacionadas às temáticas da comunicação, além de mobilizar e sensibilizar os sujeitos a compreenderem seu papel de agência no desenvolvimento dos territórios.

À vista disso, a ideia é auxiliar instituições que promovem o desenvolvimento rural a efetivarem métodos e processos de comunicação mais reconhecidos e apropriados pelos atores sociais em questão. Para isso, propomos o planejamento e a execução de oficinas com os feirantes sobre temáticas da comunicação, gestão e tecnologia da comunicação, bem como a mensuração e os resultados das metodologias aplicadas. Acreditamos na relevância do fornecimento de dados qualificados, os quais poderão servir como base para a elaboração de programas ligados ao desenvolvimento.

Justifica-se a importância desse trabalho pelo reconhecimento da crescente demanda de compreender as práticas e saberes locais para o estímulo de desenvolvimento de políticas públicas com a participação ativa das comunidades e considerando as particularidades de cada território. Ou seja, trabalhar processos comunicacionais que envolvam, de maneira participativa, a promoção dos agricultores como protagonistas de planos e ações de desenvolvimento.

Assim sendo, o segundo capítulo deste trabalho foca-se em falar sobre a parte teórica que dará sustentação a todo projeto experimental desenvolvido. Dessa forma, primeiramente no subcapítulo 2.1, intitulado “Teorias do desenvolvimento rural: a abordagem territorial em questão”, será feita uma contextualização sobre as abordagens do Desenvolvimento Rural, a fim de compreender o motivo pelo qual optamos trabalhar com a perspectiva territorial do desenvolvimento, apresentada por autores como Schneider (2010), Navarro (2001) e Abramovay (2000). Ressaltamos que não cabe a esse capítulo o aprofundamento sobre cada teoria, mas apenas fazer uma contextualização com o propósito de entender o rural como um termo muito mais amplo do que “agrário” ou “agrícola”, através de uma visão que leve em conta toda a heterogeneidade dos processos sociais que envolvem esses territórios.

Exposto isso, o subcapítulo 2.2, “A Comunicação como Encontro”, falará sobre a perspectiva da Comunicação como Encontro (PERUZZOLO, 2006), a qual consideramos apresentar um olhar sobre a comunicação que consiga conversar com as novas abordagens do desenvolvimento rural. A partir da comunicação como encontro, considera-se que a comunicação social, em especial as Relações Públicas, encontram um novo campo e acabam por se tornar fundamentais no processo de desenvolvimento de territórios. Nesse sentido, a área das Relações Públicas pode contribuir nos estudos sobre esse contexto a partir da ênfase nas relações entre os sujeitos rurais através de temas como mobilização social (HENRIQUES e NETO, 2001; MUCCI e MAFFRA, 2016; MAFFRA 2006).

Após a compreensão da comunicação sob o viés do encontro, e do Desenvolvimento Rural sob a abordagem do território, apresentaremos no subcapítulo 2.3, “A Comunicação para o Desenvolvimento”, a compreensão da Comunicação para o Desenvolvimento, que guia toda a parte teórica e prática deste trabalho e do Lazos.

Tendo conhecimento do aporte teórico utilizado para o projeto experimental, descrevemos a metodologia deste trabalho, de forma detalhada, no capítulo 3, “Projeto Experimental”, o qual ocupou-se em descrever passo a passo todas as atividades realizadas e, juntamente, um olhar crítico e avaliativo as mesmas. Dessa forma, inicialmente fizemos uma contextualização do surgimento do Lazos. Em seguida, a partir do enfoque experimental desse trabalho, contextualizamos o surgimento do Projeto Piloto com a PoliFeira do Agricultor. Em seguida, nos ocupamos em descrever de forma detalhada, como se desenvolveu cada etapa do processo metodológico.

Por fim, concluímos o trabalho relacionando o conteúdo teórico, abordado nos parágrafos de desenvolvimento, e o projeto experimental realizado. Dessa forma, nossa expectativa com esse trabalho é que este possa servir como base, tendo uma análise baseada em um trabalho concreto, para a replicação dessa metodologia no + Algodão.

2. COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO

Neste capítulo falaremos sobre as abordagens da comunicação para o desenvolvimento que embasam esse trabalho. Sabendo que os estudos sobre comunicação para o desenvolvimento são relativamente novos e escassos, e que também não existe uma única maneira de abordar a temática, cabe aqui contextualizar o tema a partir de dois vieses pelo qual temos trabalhado: a abordagem de Desenvolvimento Territorial (SCHNEIDER, 2010; NAVARRO, 2001; ABRAMOVAY, 2000) e a Comunicação como Encontro (PERUZZOLO, 2006). Todavia, inicialmente é preciso compreender as antigas teorias do Desenvolvimento Rural para poder compará-las à abordagem territorial, visto que muitas instituições ainda as utilizam. Em seguida, falaremos sobre a perspectiva da Comunicação como Encontro, a qual consideramos ser a melhor abordagem para servir como base aos processos de comunicação e desenvolvimento de estratégias, ferramentas e metodologias em prol do desenvolvimento. Por fim, faremos uma retomada dessas abordagens para explicar como se desenrola a perspectiva da Comunicação para o Desenvolvimento.

2.1 TEORIAS DO DESENVOLVIMENTO RURAL

As teorias sobre desenvolvimento começaram a ter grande repercussão e importância mundial em um contexto pós-guerra. Ao final da Segunda Guerra Mundial diversos países estavam assolados pelo conflito que deixara, além de milhares de mortos, um altíssimo índice de desemprego, alta inflação e crise na produtividade, afetando tanto o meio urbano como o rural. Nesse contexto caótico de países desolados economicamente, surgem instituições com o objetivo de restaurar a estabilidade econômica mundial, aparados no desenvolvimento econômico e o progresso social, como o caso da ONU.

Já na América Latina, os países encontraram nesse contexto uma possibilidade de reconfigurar as suas relações econômicas e políticas internacionais, aparados no sonho do progresso industrial. Dessa forma, durante os anos 1945 e 1975, período tido como nacionalista e ditatorial, sustentou-se um padrão de desenvolvimento simplista, baseando fundamentalmente as teorias do desenvolvimento em um propósito de modernização.

Da mesma forma, nesse período os debates sobre o desenvolvimento rural vieram à tona, devido ao importante papel da agricultura na economia do país. Nesse contexto de intenso

incentivo ao processo de industrialização, viu-se como alternativa para o meio rural a modernização agrícola. Assim, surge o período chamado de “Revolução Verde”, que, como aponta Navarro (2001, p.84),

[...] materializou-se de fato sob um padrão tecnológico o qual, onde foi implantado de forma significativa, rompeu radicalmente com o passado por integrar fortemente as famílias rurais a novas formas de racionalidade produtiva, mercantilizando gradualmente a vida social e, em lento processo histórico, quebrando a relativa autonomia setorial que em outros tempos a agricultura teria experimentado.

Caracteriza-se o desenvolvimento desse período sob a perspectiva do Desenvolvimento Agrícola, que predominou nos anos 1950, tendo seu auge nos anos 1970. Segundo Navarro (2001, p.86) essa teoria estaria se referindo “[...] à base propriamente material da produção agropecuária, suas facetas e evolução – por exemplo, área plantada, produtividade, formatos tecnológicos, economicidade, uso do trabalho como fator de produção, entre outros tantos aspectos produtivos”. Ou seja, basicamente estaria voltada ao bem-estar econômico, promovendo a agricultura através da mecanização da vida rural. Embora nesse período tenha se considerado a importância e o potencial dos pequenos agricultores, as políticas e o enfoque do Estado basicamente beneficiaram a elite agrária¹, dando foco ao aumento da produção e da produtividade através da modernização dos equipamentos agrícolas.

Relativamente ao mesmo período, surge também uma outra visão sobre o desenvolvimento, a qual se propunha basicamente a reestruturar as questões capitalistas e a estrutura agrária do campo. Essa abordagem ficou conhecida como desenvolvimento agrário, através do qual começou a se levar em conta a importância das relações sociais do meio através de reivindicações por políticas de preço e crédito rural para os pequenos agricultores (DELGADO, 2009). Contudo, essa teoria voltou seus esforços para questões muito amplas, tendo o foco basicamente na reforma agrária, deixando de lado problemáticas mais específicas da sociedade.

Por meio das limitações impostas tanto pela teoria agrícola como pela agrária, no início dos anos 1990 começou-se a perceber que as políticas criadas nas décadas anteriores não foram

¹ Como a criação do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR), da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e da Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER);

realmente efetivas em suas propostas e que de fato não eram a melhor alternativa para o contexto social da época. Além disso, esse cenário foi fortemente influenciado pelas “[...] transformações sociais, políticas e econômicas que se operaram no âmbito do Estado, dos atores da sociedade civil e nos enfoques analíticos dos próprios estudiosos e analistas” (SCHNEIDER, 2010, p. 512). Dessa forma, revitalizam-se nesse contexto os debates sobre novas abordagens do desenvolvimento rural, as quais desdobraram-se em políticas do governo não mais direcionadas apenas para a reforma agrária, mas também ao crédito para a agricultura familiar, ao apoio aos territórios e ao estímulo ao empoderamento de mulheres, jovens, idosos e negros (SCHNEIDER, 2010).

Um aspecto relevante ao compreender essa nova abordagem é o papel do Estado nesse período. Percebendo que a ação e a participação do Estado como principal agente planejador do desenvolvimento rural não mais gerava bons resultados, fortalece-se nesse período a descentralização político-administrativa da gestão do desenvolvimento. Como aponta Rückert (2005), a sociedade civil ganha mais importância e influência nesse período através da ação de desenvolvimento local e territorial, pois assim não se levaria em consideração um único modelo padronizado, mas diversos modelos adaptados a cada realidade em questão. Nesse modelo, a gestão do desenvolvimento não mais estava centralizada apenas no Estado, mas subdividia-se o poder em locais geograficamente distantes do poder central, sendo os recursos públicos administrado por atores sociais locais. Tal fato permite que os projetos e políticas de desenvolvimento partam, de fato, de realidades e necessidades existentes em cada contexto, também permitindo que os sujeitos afetados por essas ações participem mais efetivamente dessas propostas.

Todavia, o sucesso da abordagem local ocasionou em novas ressignificações do desenvolvimento, resultando em ações cada vez mais articuladas entre o meio rural e o urbano, criando redes que ultrapassam a concepção geográfica do solo. Nesse âmbito, viu-se a importância de pensar os contextos locais de maneira mais abrangente, focando não mais apenas no meio rural, mas nas redes e vínculos sociais que envolvem esse território. A compreensão sobre essa nova e recente abordagem, segundo Abramovay (2001, p.A3), implica na compreensão que o território é

[...] mais que simples base física para as relações entre indivíduos e empresas, possui um tecido social, uma organização complexa de laços que vão além de seus atributos naturais, dos custos de transportes e de comunicações. Um território representa uma

trama de relações com raízes históricas, configurações políticas e identidades que desempenham um papel pouco conhecido no próprio desenvolvimento econômico.

Ou seja, quando trabalhamos com a abordagem territorial do desenvolvimento não mais falamos de questões geográficas, mas sim no estudo sobre as instituições sociais, as quais “[...] permitem ações cooperativas – que incluem, evidentemente, a conquista de bens públicos como educação, saúde, informação - capazes de enriquecer o tecido social de uma certa localidade” (ABRAMOVAY, 2000, p.2). Nesse sentido é fundamental compreender as instituições como organismos vivos e mutáveis, inseridos como sujeitos ativos no seu entorno. As instituições constroem e também são construídas no ambiente sociocultural, tendo como meio fundante o processo comunicacional. Dessa forma, como aponta Carnielli (2017, p.66) toma-se a instituição como espaço em que, incitados pelo encontro com o outro, os sujeitos oferecem e reconhecem significados.

A partir da abordagem territorial, também se fortalece o processo de cadeias curtas de comercialização produtiva, que em tradução bruta seria a comercialização direta entre produtor e consumidor final. Todavia, esse processo permite uma série de reconfigurações da vida social que é circundada no meio rural. Sendo esse um espaço que pode ser considerado de isolamento, devido comumente a distância das propriedades, a comercialização por meio de cadeias curtas permite uma ressignificação social e econômica aos sujeitos envolvidos, fortalecendo as relações. Isso porque, segundo Moraes (2015, n.p), as vantagens desse processo se concentram em

[...] reduzir as distâncias entre produtores e consumidores finais, e dessa forma, agilizar os processos, melhorar a comunicação entre os atores, facilitar as negociações entre os grupos de interesses, aumentar a diversidade e qualidade na oferta de alimentos, reafirmar a identidade territorial e fomentar o desenvolvimento local, gerando novas oportunidades de mercado.

Dessa forma, as cadeias curtas proporcionam, através das relações entre sujeitos, o compartilhamento, a troca de informações e a criação de laços que vão além do meio rural. Considerando que essas cadeias caracterizam-se pela proximidade do produtor com o consumidor, é possível perceber que elas produzem um grande impacto social, uma vez que

trazem maior proximidade à realidades que antes eram desconhecidas para o consumidor, causando assim uma aproximação e compreensão com os processos de produção.

A partir dessa perspectiva, compreende-se que o processo adquire novos significados, passando a ser considerado a partir da busca de alternativas não só no sentido de redução de custos da produção e valorização do produto, mas também pelo crescimento conjunto de toda a comunidade em rede. Toda essa demanda de diversificação e incremento nos processos produtivos, interfere na forma como os agricultores se inserem nos mercados e no grupo. Processo esse que “[...] consiste em um movimento de virada em busca da valorização de produtos alimentares de qualidade diferenciada por consumidores cada vez mais reflexivos e informados” (SCHNEIDER e FERRARI, 2015, p. 57).

Enfim, devemos considerar que as novas abordagens sobre Desenvolvimento Rural, a territorial mais precisamente, não tratam mais o desenvolvimento como um processo mais econômico. Existe a preocupação com o contexto social em que estão inseridos os sujeitos, que vai além do espaço que coloca o rural em contraponto ao urbano, como é possível perceber através do fortalecimento do processo de cadeias curtas de produção. Há a compreensão que as relações não podem ser delimitadas geograficamente, mas que estas se inserem em territórios demarcados pela criação de redes e relacionamentos. Além disso, considera-se fundamental ao desenvolvimento a consolidação de instituições e organizações sociais, visto que essas são representadas pelo o encontro de sujeitos, espaços e prática de organização, de sentidos do mundo e da atuação desses sujeitos nele.

2.2 A COMUNICAÇÃO COMO ENCONTRO

Como já enunciado, inicialmente cabe fazermos uma contextualização sobre o entendimento da comunicação nesse trabalho. Compreendamos, então, que a comunicação é fundamentada na necessidade vital de sobrevivência da espécie humana, conforme Peruzzolo (2006, p.29), ela é “[...] a força que produz o social, que tem a sua força na impulsão de todo ser vivo”. A partir disso, a abordagem sobre a comunicação nesse trabalho vai muito além das suas antigas teorias, como a teoria crítica ou hipodérmica, onde o sujeito final era tratado como mero receptor, passivo, sem capacidade de discernimento sobre a mensagem. Aqui à trabalharemos conforme a teoria da Comunicação como Encontro, discorrida por Adair Peruzzolo, o qual afirma que comunicar é “[...] estabelecer uma relação entre uma pessoa e

outra para compartilhar uma mesma mensagem que, sendo um conjunto de representações de valores, serve de ponto de passagem para as significações que tocam a ambos” (PERUZZOLO, 2008, p.5). Assim, devemos considerar a comunicação humana como um processo de relação entre os sujeitos, que buscam um ao outro para suprir suas necessidades.

Nesse sentido, a comunicação seria uma relação entre os sujeitos, e a mensagem uma representação, pois no processo de transmissão e recepção, ela recebe um investimento qualitativo de significados de ambos os sujeitos. Ou seja, a mensagem seria um pacote de representações “que serve de ponto de passagem para as significações sociais” (PERUZZOLO, 2006, p.45).

Assim, a comunicação só acontece quando há o encontro entre os sujeitos, quando há a relação e eles interagem (produzem sentidos). Cabe ressaltar aqui como acontecem as construções e disputas de sentidos de mundo, ou seja, percepções sobre os contextos em que se inserem os sujeitos e se esses fazem parte de uma experiência coletiva. A comunicação não acontece nas pessoas, mas entre elas através da proposição do encontro, da interação e da criação de vínculos e laços entre os sujeitos. A partir dessa compreensão, a comunicação, em especial as Relações Públicas, possibilitam o reconhecimento e a configuração das redes sociais dado seu potencial estratégico, tecnológico e metodológico.

Nessa perspectiva, a comunicação se apresenta não apenas através de suas tecnologias, mas primordialmente a partir do processo, da relação entre os sujeitos. Assim como para Peruzzolo (2006, p.110), antes dela “[...] ser um modo de transmitir uma mensagem, ela é uma busca de interações”. Sabendo que a comunicação é um processo social, devemos considerar que as suas ferramentas e tecnologias permitem a compreensão e a efetivação desses processos, possibilitando, assim, a existência do encontro e, conseqüentemente, da relação. Nesse sentido, “a comunicação é a tecnologia e o caminho das relações dos homens entre si e com o mundo. As tecnologias da comunicação ordenam o caráter social (socius) do homem e estruturam a política, as normas éticas e a sua subjetividade” (PERUZZOLO, 2006, p.191). Assim sendo, acreditamos que através da interação entre relações *offline* e *online* seja possível compreender as redes de relacionamento que os sujeitos constroem com o mundo, e assim, as mais diversas realidades que os envolvem.

Sabendo da importância das instituições para o desenvolvimento, sendo esse um processo coletivo, compreendemos que “assim como a organização do ser vivo se faz pelo

sistema nervoso, a organização do sistema social tem sua existência e sobrevivência no e pelo sistema comunicativo” (PERUZZOLO, 2006, p.191).

Nesse sentido, as Relações Públicas, por meio da propriedade sobre o estudo, compreensão e mediação dos relacionamentos entre os sujeitos e instituições, encontram um espaço de fundamental importância no desenvolvimento dos territórios. Consideramos que a partir da área seja possível auxiliar no processo de organização coletiva, principalmente por meio de mecanismos que propiciam a mobilização social. Entende-se que o processo de mobilizar é, portanto,

[...] convocar estas vontades de pessoas que vivem no meio social (e optaram por um sistema político democrático) para que as coisas funcionem bem e para todos; é mostrar o problema, compartilhá-lo, distribuí-lo, para que assim as pessoas se sintam co-responsáveis por ele e passem a agir na tentativa de solucioná-lo. (HENRIQUES, BRAGA e MAFRA, 2002, p. 31).

Nesse sentido, Henriques e Neto (2001, n.p.) apontam que o papel da comunicação, a partir da mobilização, “[...] deve orientar-se para criar e manter vínculos entre as pessoas que estejam dispostas a aderir à(s) causa(s) em questão”. Portanto, as Relações Públicas, a partir de sua dimensão estratégica e política (FARIAS, 2011; SIMÕES, 2008; KUNSCH, 2007), podem instaurar modalidades de comunicação participativa, planejando, com base em aspectos próprios a cada dimensão, ações de mobilização, qualificando as relações com os públicos a partir das modalidades de interação que cada dimensão apresenta. Ainda, compreendendo-se a área como atividade baseada na construção de relacionamentos entre instituições/organizações com diversos públicos, a comunicação para a mobilização social (HENRIQUES, MAFRA E BRAGA, 2002) forma-se na promoção de vínculos entre os públicos e os projetos voltados para o desenvolvimento.

2.3 A COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO

A partir da compreensão da comunicação sob o viés do encontro entre sujeitos e do Desenvolvimento Rural sob a abordagem do território, a comunicação social, em especial as

Relações Públicas, encontra um novo campo de trabalho e se torna elementar na composição do desenvolvimento.

Visto isso, compreendemos neste trabalho que a Comunicação para o Desenvolvimento diz respeito a um processo social baseado nos sujeitos envolvidos, o qual utiliza uma série de tecnologias e metodologias que estimulem o diálogo e a colaboração.

Assim sendo, a comunicação pode efetivar os processos de desenvolvimento rural através do fornecimento e utilização de mecanismos que envolvam os sujeitos rurais, ou seja, através do “[...] desenvolvimento altamente especializado de meios, técnicas e instrumentos de comunicação” (MAFRA, 2007, p.2). O diferencial do papel da comunicação nesse processo não se daria, então, simplesmente pelo uso das tecnologias, mas sim através de todo o conceito estratégico que envolva esse processo (da elaboração até a pós utilização). Dessa forma, o conhecimento e a utilização dos meios e ferramentas, extensora do homem, possibilitam a criação de laços e relações entre os sujeitos através da apropriação propriamente dita, como também pela utilização na compreensão do processo comunicativo.

A Comunicação para o Desenvolvimento nada mais é, então, do que um processo social baseado em metodologias e ferramentas comunicacionais que trabalhem ancoradas no diálogo. Dessa forma, se trata da comunicação sob um viés participativo, que envolva profundamente os sujeitos em questão através do ouvir, do diálogo, de estímulo ao envolvimento com os projetos e também com as organizações. Nesse sentido, a partir do processo de mobilização, compreende-se que

O Planejamento de ação comunicativa deve existir no sentido de permitir a tomada de posições a respeito de questões críticas e estratégicas e de motivar, associar e integrar os diversos públicos através da criação, da manutenção e do fortalecimento dos vínculos de cada público com o projeto instituído”. (HENRIQUES, BRAGA e MAFRA, 2002, p. 35).

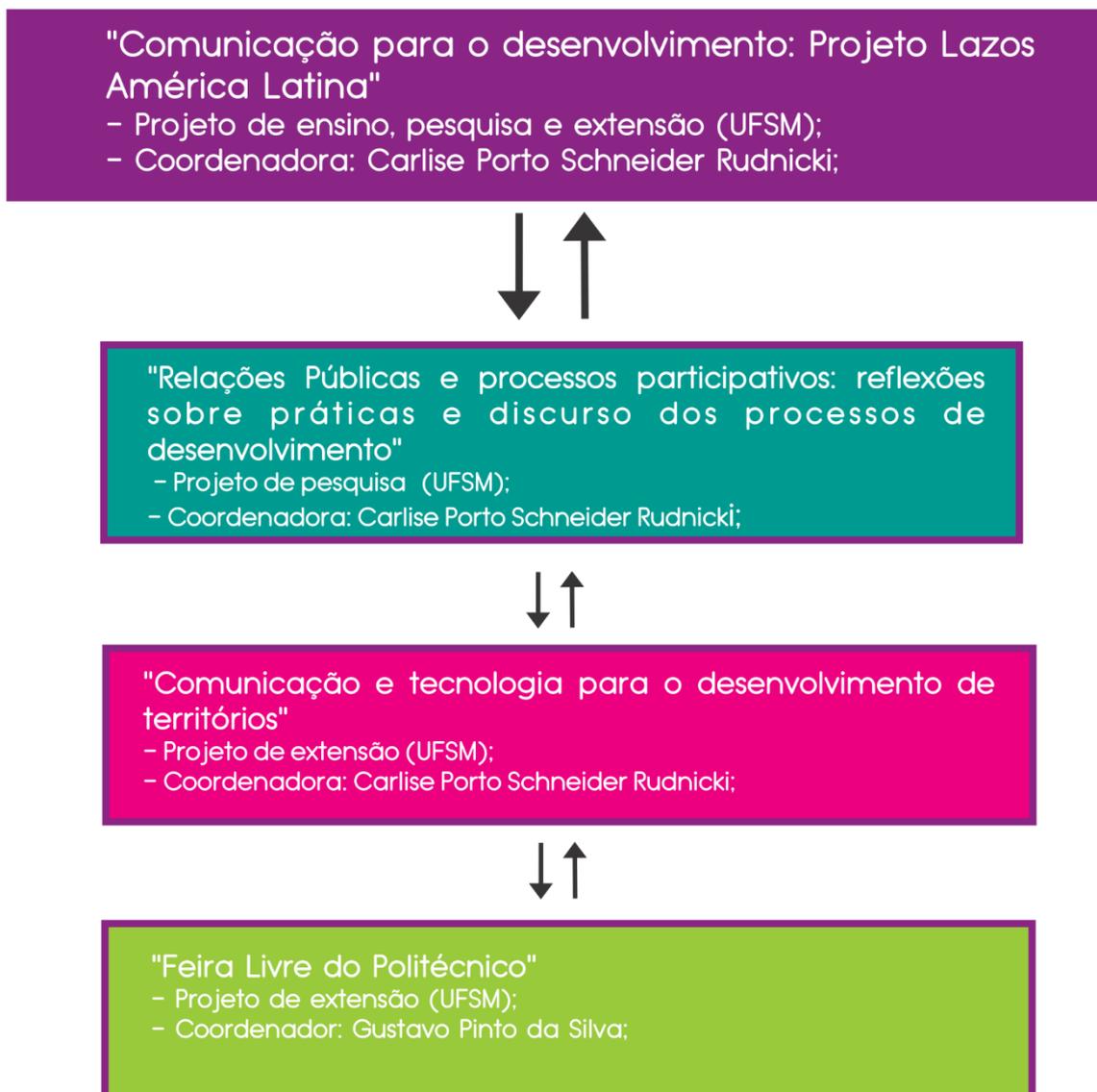
A partir dessa abordagem, compreende-se que o processo consiste, então, em criar relacionamentos verdadeiros e efetivos, que produzam e reproduzam significados em todos os pontos das redes. Assim, a Comunicação para o Desenvolvimento tem o papel amparar instituições promotoras e fomentadoras do desenvolvimento de territórios no planejamento e

execução de políticas públicas e projetos ligados a temáticas, visto seu potencial estratégico e sua versatilidade em trabalhar com ferramentas e compreender os processos de comunicação.

3. PROJETO EXPERIMENTAL

Devido ao grande número de projetos que direta ou indiretamente se envolveram nesse trabalho, criamos um esquema (Esquema 1) a fim de facilitar a leitura e compreensão deste capítulo.

Esquema 1 – Projetos da UFSM envolvidos no trabalho



Fonte: Bruna Lunkes e Carlise Porto Schneider Rudnicki

Dessa forma, para além de um trabalho de conclusão de curso, esse projeto experimental é produto de uma série de estudos provenientes de uma trajetória acadêmica, de aproximadamente dois anos, relacionada às temáticas de comunicação e desenvolvimento. Inicialmente, por meio da participação do grupo de pesquisa “Comunicação e Desenvolvimento” da UFSM, através do qual, durante todo o período da graduação, obtive um encanto genuíno pela área da comunicação e tudo o que havia aprendido fez sentido dentro de mim.

Além disso, aumentando os anseios em trabalhar com a temática, tive a oportunidade de ser bolsista de iniciação científica CNPq – UFSM/2017-2018, através do projeto “Relações Públicas e processos participativos: reflexões sobre práticas e discurso dos processos de desenvolvimento”, a partir do edital N° 008/2017 PROBIC/FAPERGS/UFSM, coordenado pela professora Carlise Porto Schneider Rudnicki, do qual a experiência contribui para esse trabalho. Esse projeto de iniciação científica tem por objetivo a reflexão sobre as práticas de comunicação e de planejamento estratégico do Conselho Regional de Desenvolvimento (COREDE) Central, tendo em vista a importância dessa instituição para o desenvolvimento da região.

A partir de pesquisas oriundas desse período de experiência, diagnosticamos a carência que as instituições de fomento e propulsoras do desenvolvimento têm em compreender as redes de relacionamento e as práticas comunicacionais em regiões rurais, muitas vezes ignorando o papel dos sujeitos envolvidos no processo. Embora muitas denominem que suas práticas sejam alicerçadas no conceito de desenvolvimento territorial, foi possível observarmos que suas ações prevalecem sob o aspecto das antigas teorias do desenvolvimento rural, como a agrícola e agrária.

Além disso, nesse período cria-se uma parceria entre grupo de pesquisa de Comunicação e Desenvolvimento e a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura para América Latina e o Caribe, que já há alguns anos tem trabalhado a partir das perspectivas da Comunicação para o Desenvolvimento, mas encontrava-se com dificuldades para empregar metodologias eficazes. Criada em 1945, a FAO é uma organização especializada da ONU que trabalha, internacionalmente, no combate à fome e à pobreza através da segurança alimentar e do desenvolvimento. Assim, a FAO busca apoiar os países através da formulação e execução de políticas públicas e projetos de assistência técnica nas áreas que envolvam a alimentação e a agricultura. Com mais de 194 estados membros, a FAO trabalha em mais de 130 países em todo o mundo. Na América Latina e no Caribe, apesar de atuar com representantes nacionais

na maioria dos países, conta com escritório sede no Chile, que presta apoio aos demais países membros e que é especificamente o órgão parceiro do Lazos.

Reconhecendo as demandas das instituições que trabalham com o desenvolvimento, como a FAO, surge o projeto “Lazos”, coordenado pela professora Carlise Porto Schneider Rudnicki. Vinculado ao projeto de extensão “Comunicação e tecnologia para o desenvolvimento de territórios”, o Lazos surge a partir do grupo de pesquisa de Comunicação e Desenvolvimento, tendo como parceria a FAO. O Lazos objetiva o desenvolvimento de uma plataforma que proporcione, além do estímulo ao desenvolvimento de uma rede colaborativa, a identificação, mapeamento e análise das práticas comunicacionais em regiões rurais da América Latina, com o propósito de subsidiar instituições e a sociedade civil com informações qualificadas, para a criação de políticas públicas e projetos de desenvolvimento que sejam realmente efetivos.

Nesse sentido, partimos da demanda de trabalhar com a FAO a partir do projeto + Algodão, que tem por objetivo construir ações para garantir a sustentabilidade da produção de algodão latino-americana, visto a importância do algodão na região como uma fonte de geração de emprego e renda, contribuindo para a soberania alimentar dos agricultores familiares da América Latina e do Caribe. Através do + Algodão, considera-se o algodão não apenas como parte de um sistema produtivo, mas também como uma cadeia de transformação de um território, da agregação de valor, do comércio e do consumo. Nesse sentido, conforme descreve a FAO², o projeto trabalha na busca da segurança alimentar, da erradicação da pobreza e da fome, da promoção da igualdade de gênero e da autonomia das mulheres agricultoras, do trabalho digno e do crescimento econômico do território, e da produção e do consumo responsáveis.

Dessa forma, a metodologia se desenvolve, inicialmente, a partir de uma série de webconferências com os países e instituições envolvidos, a fim de compreender todas as dimensões do + Algodão e estruturar um processo metodológico que se ampare na abordagem da comunicação para o desenvolvimento e que possa fornecer os caminhos para suprir as demandas comunicacionais em questão.

Dado o diagnóstico já apresentado das carências comunicacionais e da dificuldade em compreender e efetivar os relacionamentos entre os agricultores, e dos mesmos com as

² Como pode ser visto em seu site: <http://www.fao.org/in-action/programa-brasil-fao/proyectos/setor-algodoeiro/pt/>. Acesso em 01/09/2018;

instituições, compreendemos que a criação de uma plataforma solucionaria uma parte considerável dessa demanda. Essa plataforma, em formato de aplicativo, funcionaria, então, como uma rede social digital de colaboração gerada a partir do projeto + Algodão. Através dela, os agricultores estariam em um espaço digital que possibilitaria a interação com outros participantes do projeto, técnicos agrícolas e instituições ligadas ao desenvolvimento (como a FAO, UFSM e Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA) a fim do compartilhamento e troca de informações. Dessa forma, os agricultores teriam menos dependência física dos técnicos para o auxílio com questões produtivas, sendo que estes poderiam ajudá-los de maneira mais dinâmica, além deles mesmos solucionarem seus anseios através do compartilhamento de conhecimentos entre os produtores. Além disso, através da interação entre agricultores, instituições e técnicos agrícolas, e com o auxílio do programa de análise de dados Software NVivo Plus 12, será possível mapear e analisar como se formam, se comportam e a qualidade das redes de relacionamentos que surgem a partir da interação entre sujeitos e organizações.

Todavia, compreendemos que existem problemas na criação de redes que partem do mundo físico e que, muito provavelmente, se estenderiam ao meio virtual. Entendemos, assim, que não bastaria criar uma plataforma com o propósito de funcionar como uma rede colaborativa se a colaboração se quer existe. Dessa forma, viu-se a necessidade de criar uma série de metodologias, amparadas em oficinas de Comunicação, que estimulassem ao comportamento coletivo através de temáticas que sejam de interesse do grupo, para que, assim, a tecnologia servisse apenas como uma extensão facilitadora do comportamento que já existia.

Além disso, compreendendo que a distância geográfica com os países participantes do + Algodão, questão essa que poderia interferir em um contato mais próximo com os agricultores, percebeu-se a necessidade de desenvolver um projeto piloto de forma local, mais próximo geograficamente. Como o Lazos está sendo desenvolvido dentro da UFSM, ter um público que estivesse mais próximo facilitaria, por exemplo, na tomada de decisão, contato com os sujeitos e avaliações imediatas. Por isso, optou-se por trabalhar o projeto Piloto com a PoliFeira do Agricultor, feira de agricultura familiar desenvolvida dentro da UFSM, que, dentre outros, tem por objetivo servir como campo de estudo para as mais diferentes áreas do conhecimento.

Dessa forma, a partir do grupo de pesquisa de “Comunicação e Desenvolvimento”, o projeto piloto Lazos resultou em dois trabalhos de conclusão de curso, em formato de projetos experimentais, realizados em parceria e que vêm enriquecer ainda mais esse trabalho. O

primeiro se refere à organização de oficinas temáticas com a PoliFeira do Agricultor, o segundo, a criação de um audiovisual retratando o desenvolvimento do projeto Lazos. Em questão, esse projeto experimental trata-se da organização do projeto piloto Lazos, que se baseou na criação, efetivação e análise do piloto, desenvolvido com a PoliFeira do Agricultor, e o qual o processo será descrito a seguir. Embora o processo metodológico de construção da própria plataforma tenha sido construído a partir do grupo de pesquisa “Comunicação para o Desenvolvimento”, devemos ressaltar que sozinhos não teríamos conhecimento técnico suficiente para sua produção, sendo ela, assim, desenvolvida em parceria com outros setores da universidade, como o Centro de Processamento de Dados (CPD). Dessa forma, embora estejamos participando ativamente de sua criação, esse projeto experimental se refere ao desenvolvimento do piloto realizado com a PoliFeira, tendo como foco a sensibilização das temáticas da comunicação e a construção de redes colaborativas, a fim de preparar os feirantes para a utilização da plataforma de maneira a gerar resultados muito mais significativos.

3.1 ENFOQUE EXPERIMENTAL – PROJETO PILOTO COM A POLIFEIRA DO AGRICULTOR

A PoliFeira do Agricultor é um projeto de extensão desenvolvido pelo Colégio Politécnico da UFSM e coordenado pelo Professor Gustavo Pinto da Silva, que visa a construção de uma feira de agricultura familiar. Inaugurada no dia 24 de abril de 2017, ao lado do Planetário da UFSM, a PoliFeira participa desde a criação da feira e a seleção dos participantes, ao amparo no processo de cultivo e venda dos alimentos. Participam desse projeto de extensão feirantes de Santa Maria, sendo a maioria da localidade de Três Barras, Itaara, Ivorá e Restinga Seca. A seleção dos feirantes da PoliFeira foi realizada sob a abertura de edital, no início de 2017, o qual foi reaberto em abril e agosto de 2018, tendo em vista a desistência de alguns feirantes desde o período de criação da feira.

Assim, primeiramente a feira atua como foco na responsabilidade social junto aos agricultores familiares que participam da PoliFeira. Sendo papel da universidade promover a cidadania e aproximar a comunidade da instituição, ao trazer para si projetos que trabalhem e se importem com público muitas vezes esquecido socialmente, contribui para a inclusão social e para a garantia econômica de pequenos agricultores. Além disso, o fortalecimento do processo de cadeias curtas permite que o produtor ressignifique o produto que está sendo comercializado. Um produto que geralmente chega ao consumidor de forma anônima, ao ser vendido de forma

direta pelo produtor, adquire significado e história, aproximando o consumidor verdadeiramente do produto.

Outro aspecto importante que traz significados à PoliFeira é a preocupação com a segurança alimentar a partir do acompanhamento e controle da produção de alimentos sem agrotóxicos. A preocupação com o consumo de alimentos mais saudáveis tem feito com que muitas pessoas se questionem à respeito da origem dos alimentos, fato que tem fortalecido cada vez mais a produção de produtos advindos da agricultura familiar. Assim sendo, a feira é também um espaço de aproximação de interesses entre consumidores e produtores.

A Feira também tem por objetivo, sendo igualmente um projeto de ensino, estimular a formação profissional dos estudantes envolvidos na escola técnica, possibilitando que coloquem em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula a partir do contato com cadeias curtas de produção, processo que geralmente não ganha devida importância comparado a grandes empresas para quais os alunos geralmente são preparados para atuarem. Dessa forma, a feira se torna um espaço de experiência tanto para alunos, como também para servidores e professores.

Além disso, a PoliFeira também trabalha em prol do desenvolvimento do território em que se insere, visto a possibilidade de geração de trabalho e renda para pequenos agricultores como também um espaço de estudo para fortalecimento das práticas de desenvolvimento. Ao se inserir dentro de uma universidade, possibilita ser um objeto de estudo para as mais diferentes áreas do saber, assim como esse projeto experimental, resultado em informações qualificadas que podem servir de base para o desenvolvimento de políticas públicas e ações voltadas ao desenvolvimento.

Dessa forma, compreendendo a PoliFeira também como um espaço de aprendizado acadêmico, optou-se a desenvolver o projeto piloto do Lazos com em parceria com a Feira. Essa parceria mostrou-se sendo um dos grandes diferenciais desse trabalho, pois compreendemos que somente esse espaço, dentro de uma universidade pública, possibilitaria tamanha abertura para a realização do pré-teste das metodologias.

Assim, através da realização do pré-teste das metodologias, foi possível compreender e avaliar esse trabalho em todas as suas nuances, apontando seus erros e acertos, o que possibilitará maior efetividade na execução e planejamento do Lazos no + Algodão.

3.1.1 AÇÃO I - APROXIMAÇÃO

A partir da tomada de decisão da realização do Projeto Piloto com a PoliFeira, entramos em contato com a equipe de coordenação da feira e realizamos algumas reuniões coletivas a fim de conhecer mais a fundo o projeto, seus objetivos e suas demandas. Já nas primeiras reuniões com a equipe de coordenação da PoliFeira, a realidade dos sujeitos inseridos na feira foi apresentada de uma maneira que se transformou completamente ao conhecermos pessoalmente esses sujeitos. O lugar de fala da equipe de coordenação é carregado de sentidos que partem de uma visão advinda de uma formação técnica. Ao ingressarmos na feira, a partir dos dias de campo, compreendemos a verdadeira realidade dos sujeitos, tidas por eles próprios. Dessa forma, foi possível obter um suporte concreto para a criação do projeto, evitando uma base falha de dados que poderiam acarretar uma reação em cadeia de problemas.

Assim sendo, a aproximação com os feirantes através de dias de campo se mostrou imensamente positiva. O contato pessoal com os feirantes permitiu uma série de benefícios durante a realização de todo o projeto experimental. Para não gerar um estranhamento e, por consequência, uma aversão ao grupo, utilizamos como estratégia a inserção na feira a partir da fotografia. Através das fotografias dos produtos, que foram utilizadas como banco de dados para a produção de conteúdos sobre a feira, eles compreenderam que estávamos ali por eles e para eles. As fotografias foram registradas com equipamento próprio da autora desse trabalho, câmera fotográfica Canon Eos Rebel T5i, lentes Ef 50mm F/1.8 Stm e EF-S 18-55mm Is Stm.

Ressaltamos que nesse processo tivemos o apoio da bolsista de comunicação da própria PoliFeira, que já tinha um contato maior com os agricultores e que auxiliou o processo de aproximação. A partir disso, os feirantes começaram a criar afinidade com o grupo, se mostrando mais participativos e, com o passar do tempo, criando um vínculo de amizade. Isso possibilitou uma maior abertura por parte dos feirantes, que conseguiram se expressar seus anseios e necessidades com mais facilidade. Também se mostrou como importante o fato deles estarem no ambiente de seu cotidiano, a própria feira, que permitiu-lhes um maior conforto – nós eramos os sujeitos estranhos naquele ambiente, e não eles.

A proposta do primeiro dia de fotografia, realizado no dia 19 de abril de 2018, era tirarmos fotos de seus produtos (Fotografia 1), permitindo um novo olhar sobre o que vendiam. Optamos por tirar primeiro foto de seus produtos, à fotos deles próprios, para que os mesmo

não ficassem acuados e dificultassem o encontro, visto que o principal objetivo era o contato informal com cada um a fim de estabelecer uma relação de confiança.

Fotografia 1 – Imagens dos produtos em dia de feira



Fonte: Bruna Lunkes

O segundo encontro, realizado a partir da fotografia, aconteceu no dia 26 de abril de 2018, data essa que aconteceu a comemoração de um ano da feira na universidade. Nesse dia já houve um a maior afinidade entre os agricultores e a acadêmica e não houve tanta preocupação em registrar apenas os produtos, mas principalmente as celebrações pelo aniversário da Feira (Fotografia 2). Cabe ressaltar que após esses dois dias em específico, estivemos presentes com frequência na feira como consumidores, fato que possibilitou o aumento do vínculo com estes.

Fotografia 2 – Imagens da comemoração de aniversário de um ano da PoliFeira



Fonte: Bruna Lunkes

Outro fato que colaborou muito para a aproximação aos feirantes foi a parceria desenvolvida com os técnicos agrícola/agropecuário. Ao longo da realização do trabalho, percebemos que os feirantes têm aos técnicos como pessoas de fundamental importância na PoliFeira. Existe um sentimento de profundo respeito, gratidão e também de amparo perante os técnicos. Isso se deve não só pela oportunidade de comercialização que os feirantes tiveram ao participar da Feira, mas por todos os cursos, ensinamentos e acompanhamentos promovidos com o objetivo de auxiliar os feirantes, tanto na compreensão da parte técnica, como na importância social dos sujeitos. Dessa forma, utilizando como estratégia de aproximação, contamos com o suporte dos técnicos na aplicação dos questionários e no convite das oficinas.

Percebendo essa maior abertura com os feirantes, realizamos a aplicação de um questionário semi-estruturado, realizado de forma direta e não disfarçada, com questões sociodemográficas (APÊNDICE A) a fim de compreender mais a fundo os feirantes. Salientamos que a construção do conteúdo foi elaborada em conjunto com o grupo e que não houve uma preocupação demasiada com o método e as respostas do questionário, visto que ele

serviu apenas como complemento para o conhecimento dos sujeitos. Dessa forma, no dia 24 de maio de 2018, dia da aplicação dos questionários, fomos até a feira conversar com cada um presente. As perguntas foram feitas pelos entrevistadores a fim de dinamizar e agilizar o processo. Além disso, dependendo das respostas no momento, iam surgindo ganchos importantes para perguntas que não estavam no papel, mas que eram importantes para o momento. Assim, apresentaremos aqui os diversos contextos identificados que estão presentes na feira e que foram importantes ao se formular esse projeto experimental.

Em média, a feira conta com 17 bancas de produtores (visto que as vezes alguns feirantes deixam de participar e entram outros). Cada banca dificilmente conta apenas com uma única pessoa. Em algumas bancas participam a família toda (homem, mulher e filhos), de outra apenas mulher e marido, de outras, produtor e seu funcionário, entre outros exemplos. Ao mesmo tempo que a feira tem jovens feirantes e produtores, de 23 e 25 anos, conta com pessoas de 60 e 68 anos. Há feirantes que entraram na data de criação da feira, e outros pelo segundo edital aberto, mais de um ano depois. Sobre a escolaridade, existem pessoas com ensino fundamental incompleto e outras com mais de uma pós-graduação. Embora a maior parte dos feirantes resida em Santa Maria, existem participantes de pelo menos mais 4 cidades diferentes. A base de produção é extremamente diversificada, como frutas, hortaliças, cereais e grãos, geleias e compotas, doces, massas, holerículos, lanches prontos, sucos, flores, entre tantos outros. Alguns feirantes têm como foco a venda de apenas um produto, enquanto outros tem uma gama diversificada de produção.

Sobre questões voltadas a aspectos comunicacionais, tanto a ferramentas como processos, nem todos tem acesso a uma rede de internet. Além disso, para muitos, a ferramenta de comunicação mais utilizada é o rádio e a televisão. Os que possuem acesso a internet e ao sistema Adroid, utilizam principalmente como rede social digital o WhatsApp, mas também acessam redes como Facebook e Instagram. Os principais motivos para utilizarem essas redes são para entrar em contato com outras pessoas, diversão, obter informações e compra.

Sobre aspectos mais voltadas ao desenvolvimento, e em consequência a mobilização, vários deles já utilizaram políticas públicas, enquanto outros nem compreendem do que se trata, e as duas realidades, por vezes, acontecem dentro do mesmo núcleo familiar (que a compreender estaria beneficiando a família como um todo). Muitos deles participam de sindicato, cooperativas, festas comunitárias e cursos ou atividades desenvolvidas pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER).

Finalmente, a partir de todos os processos e ferramentas que permitiram a realização de um diagnóstico, percebemos que existem inúmeras diferenças entre os sujeitos do grupo da PoliFeira. Dentre elas, hierárquicas – técnico e professores, e feirantes; de idade – a diferença entre o participante mais novo ao mais velho chega a 45 anos; nível de escolaridade – enquanto alguns são pós-graduados, outros tem apenas ensino fundamental; localidade – existe um grupo de feirantes que mora na mesma localidade, já outros são de outros municípios; apropriação do território – enquanto alguns viveram a vida inteira no meio rural, outros recentemente saíram do meio urbano e foram para o rural; tipos variados de produção; apropriação do uso das TICs – enquanto alguns tem conhecimento bastante avançado sobre redes sociais digitais e tem apropriação de diversos aplicativos, outros não tem acesso à internet; dentre tantos outros elementos. Dessa forma, pontuamos aqui aspectos identificados durante os dias de campo e a partir dos resultados do questionário e que serviram de base para o prosseguimento do processo metodológico do projeto Lazos.

3.1.2 Ação II – As oficinas

A partir da compreensão e análise desses mais diversos contextos em que se inserem os participantes envolvidos na PoliFeira, foi possível montar um plano de oficinas de comunicação que atendessem as demandas comunicacionais internas da PoliFeira e também permitissem a experimentação de uma nova abordagem metodológica que amparasse o fortalecimento das redes colaborativa.

Assim sendo, através de diversas reuniões de planejamento e reunião que aconteceram no Laboratório de Relações Públicas (LARP), espaço utilizado para construção do Lazos, optamos por dividir as oficinas em dois módulos. O primeiro, de forma mais ampla, sobre “Canais e Conteúdos de Comunicação”, com o objetivo maior de sensibilizar os feirantes sobre as temáticas da comunicação, e o segundo, com um caráter mais prático, através do qual eles teriam um contato e gerenciariam as ferramentas da comunicação. Todavia, como veremos a seguir, através de análise realizada coletivamente ao termino do primeiro encontro, surgiram novas demandas, o que fez com que alterássemos a proposta do segundo encontro. Pela manifestação do interesse em aprender mais sobre marketing e identidade, a segunda oficina teve como temática “PoliFeira e o Marketing: fortalecendo marcas, conquistando clientes”.

As oficinas tiveram como base a metodologia dos Grupos de Discussão (THORTON, 2005). Esse método objetiva a coleta de dados “que somente se conseguem com a interação dos

indivíduos no grupo” (THORTON, 2005, p.14). Dessa forma, a metodologia do Grupo de Discussão “é uma técnica que recolhe dados da vida real em um contexto social, é flexível, possui alta validade subjetiva, oferece uma interação importante entre os membros em um período curto, o qual permite resultados relativamente rápidos a um custo razoável” (THORTON, 2005, p.21). Ressaltamos que essa metodologia serviu como base para propor a interação em grupos, de modo a obter respostas que consideramos mais qualificadas. Por esse motivo, também, não convidamos apenas os agricultores, mas estendemos esse convite à toda a sua família e pessoas que eles considerassem importantes, a fim de proporcionar um momento de interações que fosse mais produtivo. Dessa forma, a seguir descreveremos todo o processo de planejamento à execução das duas oficinas, esclarecendo cada etapa desse processo.

Assim sendo, realizamos os convites das oficinas junto aos técnicos da equipe de coordenação da feira, convidando pessoalmente cada feirante (Fotografia 3 e Fotografia 4) através da linguagem oral e entrega de material impresso (APÊNDICE B). O material impresso foi confeccionado pelo grupo, e, como continha itens coloridos, foi impresso em gráfica fora da universidade e custeado pela própria acadêmica. A importância atribuída a entrega de um material visual junto ao convite falado é o aumento da credibilidade e também complemento de conteúdos sobre a proposta apresentada.

Fotografia 3 – Realização de convite para a Oficina I junto aos técnicos da PoliFeira



Fonte: Elisa Dessbesell de Campos, bolsista de comunicação da PoliFeira

Fotografia 4 – Entrega de convite impresso aos feirantes junto ao convite verbal



Fonte: Elisa Dessbesell de Campos, bolsista de comunicação da PoliFeira

Também e reforçamos o convite por diversas vezes através do grupo que possuem no WhatsApp, por telefone e, novamente, pessoalmente. Compreendemos que por terem mais proximidade com os agricultores, visto que desenvolvem esse relacionamento desde o momento em que ingressam na feira, os técnicos foram de fundamental importância para a realização do intermédio entre o grupo e a feira.

Ainda no que diz respeito a realização do convite para a primeira oficina, pudemos perceber que os feirantes tinham uma certa apatia sobre as temáticas da comunicação. Muitos acreditavam que se apoderar da comunicação não dizia a respeito de seu mundo. Como o convite para a participação sempre era estendido as famílias, diversos feirantes falaram que pediriam para os filhos – tidos como os membros mais jovens da família – irem ao encontro. Mesmo ressaltando que a comunicação é um processo que faz parte do cotidiano de todos,

percebemos que na primeira oficina realmente estiveram presentes os membros mais novos da família.

3.1.2.1 Oficina I – Sensibilização

Tendo como temática “Gestão de Canais e Conteúdos de Comunicação”, a Oficina I aconteceu no dia 9 de julho 2018, tendo início as 9h da manhã, no prédio 74B da UFSM (Fotografia 5). Estiveram presentes aproximadamente 17 agricultores com suas famílias, professores do colégio politécnico, mestrandos em extensão rural e alunos de graduação, além dos participantes do grupo de pesquisa de “Comunicação e Desenvolvimento”.

Fotografia 5 – Imagens dos participantes da Oficina I



Fonte: Sabrina Ferreira Gaspar da Silva

A primeira oficina, então, foi ministrada pela professora, e orientadora deste trabalho, Dr^a Carlise Porto Schneider Rudnicki, devido sua experiência em trabalhar com a temática e

com a metodologia de grupos de discussão. Após planejamento prévio em reuniões com o Grupo de Pesquisa e sobre às percepções dos feirantes advindas de dias de campo e entrevista, compreendemos que, a fim de sensibilização sobre as temáticas, deveríamos abordar questões gerais sobre comunicação, mídias, redes sociais e *Fake News* (principalmente devido a importância que essa temática tem obtido nos dias atuais). Também nesse dia buscamos analisar como os feirantes reagiriam às temáticas propostas e como se comportavam como grupo.

Antes de iniciar o encontro, buscamos esperar os feirantes na entrada do prédio e conduzi-los a sala de aula em que aconteceria a atividade para que se achassem com mais facilidade dentro do prédio. Nesse momento, percebemos que o simples fato do encontro se realizar dentro de um prédio da Universidade, em uma sala de aula considerada por muitos como comum, já causou grande impacto para alguns feirantes. Embora o prédio onde aconteceram as oficinas seja muito próximo ao local em que se realiza a feira, a entrada nesse ambiente se mostrou como a abertura para um universo completamente novo a eles. Ao entrarem no prédio, alguns ficaram perplexos com coisas já banalizadas pela maioria das pessoas que frequentam a Universidade, como o fato do elevador “falar”, ou a vista proporcionada pelo quarto andar da sala do encontro. Nesse momento, percebemos o início do sentimento de pertencimento ao espaço público ao que frequentam. Eles não estavam mais apenas ocupando a Universidade com o único vínculo de comercialização de seus produtos, mas como um espaço que também pertence a eles, ao qual tem direito de usufruírem de suas mais diversas estruturas e formas de aquisição de conhecimentos.

No início da oficina todos os integrantes do grupo de pesquisa se apresentaram e, da mesma forma, propomos o mesmo a todos os feirantes, com a intenção que fosse uma situação bem descontraída e informal, esperando que todos interagissem. Esse processo foi bastante demorado, devido a grande quantidade de pessoas presentes. Observamos que, nesse momento, os agricultores estavam tensos e respondiam tudo de forma muito simples e básica, não se aprofundando na apresentação. Esperávamos que os agricultores se descontraíssem e ficassem a vontade como um grupo, o que permitiria que houvesse mais interação durante a explanação do conteúdo, fato esse que não aconteceu. Outro fator que pode ter aumentado ainda mais o desconforto dos feirantes foi o fato de toda a apresentação ter sido filmada, como parte da produção audiovisual. Além disso, nesse dia também estiveram presentes muitas pessoas que não participam da feira (como professores e alunos que não são envolvidos com a PoliFeira) que foram convidadas pela equipe de coordenação da Feira, o que também pode ter aumentado o desconforto em se expressar.

Nesse momento de apresentação, reafirmou-se a diversidade dos feirantes perante os conhecimentos sobre as temáticas da comunicação. Enquanto alguns tinham o interesse de aprender mais sobre conteúdos bastante avançados relacionados ao marketing digital, outros apenas tinham o desejo de se inserir no meio virtual. O mesmo foi possível ser observado durante a explanação da Professora. Enquanto para alguns o conteúdo parecia banalizado, tido como algo evidente, para outros era um universo completamente novo, com uma linguagem difícil e, por vezes, incompreensível. Isso já era esperado devido à grande diversidade do grupo, compreendida através dos dias de campo, principalmente no que diz respeito a aquisição e empoderamento das tecnologias da comunicação. Daí a desafio de planejar uma ficina que dê conta de abarcar conteúdos de modo que sejam compreensíveis por essas mais diversas realidades. Todavia, embora tenha havido essa dificuldade na compreensão de certas temáticas durante as explicações da professora sobre os conteúdos, todos os participantes demonstraram grande interesse nas questões apresentadas, prestando atentamente atenção em todos os temas.

Nesse momento também se ressalta a importância do grupo da feira se ajudar como um todo, onde um poderia ter suprido a carência do outro. Embora houve a percepção que o colega tinha certa dificuldade em compreender determinado conteúdo, em nenhum momento houve a tentativa de auxílio do outro. Isso também pode decorrer do fato que, durante todo o curso, os agricultores tiveram muita dificuldade de interagir, mesmo sendo solicitados o tempo todo pela professora, e mesmo no intervalo, já proposto com a expectativa de aumentar esse contato.

Já pelo contrário, os professores, técnicos e mestrandos presentes, interagiram com mais facilidade com a Professora, por muitas vezes, manifestando seus anseios em nome dos feirantes. Nesse momento, aspectos como a falta de percepção referente a imagem e identidade dos feirantes com a feira, e com a universidade, foram ressaltados. Todavia, embora a partida da fala tenha surgido da equipe de coordenação, ela foi reafirmada pelos feirantes.

No final desse processo, solicitamos aos feirantes que preenchessem uma ficha (APÊNDICE C) sobre alguns assuntos referentes a comunicação, para que pudéssemos compreender suas percepções para estruturar o seguinte encontro. A partir das respostas, foi possível perceber que para os professores, técnicos e alunos, a comunicação é compreendida interligada a interação e relação entre pessoas. Já para os feirantes, é vista muito mais com o sentido envio de informações, muito atreladas as mídias. Sobre o que gostariam de aprender mais nos encontros seguintes, os feirantes se manifestaram, principalmente, com interesse em marketing digital e marketing em geral. Já a equipe de coordenação da feira, tendo olhares do

grupo como um todo, ressaltaram a importância de trabalhar com aspectos ligados a identidade da feira, de olhar para eles mesmos e compreenderem a importância do seu trabalho.

3.1.2.2 Oficina II – A prática

A segunda oficina aconteceu no dia 27 de agosto de 2018, das 8:30 da manhã às 12:30. O evento aconteceu no prédio 74 B da UFSM, e foi ministrado pela professora, Dr^a Luciana Maria Scarton, tendo como temática “PoliFeira e o Marketing: fortalecendo marcas, conquistando clientes”.

Como já anunciado anteriormente, inicialmente havia se pensado como proposta para a segunda oficina um conteúdo muito mais prático, interligado ao empoderamento das ferramentas de comunicação. Todavia, segundo resultados de um breve questionário aplicado ao término da primeira oficina percebemos que a principal demanda dos feirantes estava ligada ao marketing, e da equipe de coordenação, a identidade dos feirantes e também deles perante a feira.

Dessa forma, depois de identificadas as principais demandas do grupo PoliFeira após a primeira oficina, buscamos apontar uma pessoa que pudesse abordar esses temas, mas que também fosse acessível e compreendesse o universo particular dos agricultores. Assim, convidamos para ministrar a segunda oficina a professora Luciana Maria Scarton, devido a sua formação profissional na área de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, especialização em marketing e pós-graduação em Agronegócios. Além disso, outro fator relevante que nos levou a sua escolha é o fato de ser filha de agricultores e ter o conhecimento prático e pessoal nesse meio, o que facilitaria o contato com os feirantes e a identificação por parte deles.

Estiveram presentes nesse encontro feirantes, familiares dos feirantes, técnico responsável e bolsistas da Feira, alunos de mestrado e graduação, professores da Universidade e integrantes do grupo de pesquisa “Comunicação e Desenvolvimento”. A abertura do encontro foi feita pela Professora Dr.^a Ada Cristina Machado Silveira, líder do grupo de pesquisa, que agradeceu a presença de todos, falou da importância da integração entre universidade e comunidade, e também ressaltou a importância dos feirantes para desenvolvimento da região.

Ao início, foi entregue à todos os participantes a apresentação da oficina, feita pela ministrante em formato impresso, para que eles pudessem ficar com o material e fazer observações escritas durante o curso. Também foi entregue um material guia para a atividade

prática. Antes do início da fala da professora, os agricultores preencheram a primeira parte da ficha de atividade, com os dados pessoais de cada um.

Ainda antes do início da fala da ministrante, houve um momento de fala do técnico que integra a equipe de coordenação da feira, dando orientações gerais para os feirantes e agradecendo e ressaltando a importância da oficina para o grupo.

A ministrante iniciou com uma apresentação pessoal e, em seguida, houve uma breve apresentação dos feirantes, tendo o foco da compreensão dos produtos que cada uma comercializa, a fim de utilização para a citação de exemplos que se aproximassem mais de sua realidade (Fotografia 6). Dessa forma, iniciou a explanação do conteúdo falando sobre marketing, explicando seus principais conceitos, como atributos do produto, embalagem, rótulo, serviços de apoio ao produto e marca, trazendo aspectos tanto da parte individual de cada produtor como também da PoliFeira como grupo. Ao final de sua fala, trouxe como *case* da agroindústria de cachaça do seu pai, que despertou bastante interesse nos feirantes, pois eles conseguiram visualizar-se através do outro. Nesse momento, também ressaltou a importância que teve a inclusão desse produtor na associação “Alambiques Gaúchos”, destacando a importância das estratégias coletivas e cooperativas.

Fotografia 6 – Apresentação dos Feirantes para a Professora Luciana Maria Scarton



Fonte: Bruna Lunkes

Metodologicamente, além da parte teórica de conteúdo, planejamos que ao final da fala da Professora a oficina tivesse uma atividade prática (APÊNDICE D), a qual foi distribuída em papel à eles no início do encontro. Com isso, esperávamos possibilitar um momento de interação e integração entre o grupo, visto que percebemos que na primeira oficina não houve nenhum tipo de interação entre os feirantes, mesmo existindo carências que poderiam ser supridas como grupo.

Até dado momento, os feirantes não tinham se sentido confortáveis, devido a todas as questões já citadas anteriormente. Com a proposta da atividade da segunda oficina, observamos diversos benefícios, dos quais a interação entre os grupos mais diversos, que talvez, em momento de feira, nunca interagiriam. Como exemplo, um feirante, que ingressou recentemente na feira, se propôs a ajudar um colega que estava em outro lado da sala, que tão pouco possuía algum tipo de afinidade durante os dias de feira. Da mesma forma, várias pessoas se disponibilizaram a ajudar quem estava com dificuldade e desse modo, percebemos o início da criação de uma rede colaborativa entre os feirantes.

A atividade, mesmo que individual sobre o produto de cada feirante, foi preenchida por alguns em conjunto, trocando ideias e experiências. Também foi demandado suporte da palestrante, dos técnicos e de integrantes do grupo de pesquisa.

Percebemos que houve dificuldade com o entendimento de alguns conceitos, como por exemplo: estratégia coletiva de comercialização e cadeias curtas. Outra dificuldade foi a de enxergar o produto dentro do processo ensinado durante a oficina (Atributos do Produto, Embalagem, Rótulo, Serviços de apoio ao produto e Marca).

Quando por fim, através da atividade, abordamos a questão das políticas públicas, percebemos que muitos não conheciam nenhuma política pública. Nesse momento, uma das feirantes que havia dito que mandaria o filho para as oficinas pelo motivo dela não pertencer ao seu mundo, mostrou-se profunda conhecedora das políticas públicas acessíveis a este grupo (como Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE - e Programa de Aquisição de Alimentos – PAA), informação que os outros participantes desconheciam – dos quais os que mais tem conhecimento sobre redes sociais digitais. Ou seja, sendo a Feira um grupo extremamente diverso, existe a possibilidade, através do relacionamento entre os sujeitos, de um complementar o conhecimento do outro. Percebemos que, embora talvez de maneira muito simplória, a partir das oficinas iniciou-se a criação dessa rede de relacionamentos, através da qual um percebeu que pode ajudar e ser ajudado pelo outro para se tornar completo dentro desse contexto.

Segundo relato da equipe de coordenação da feira, e pelas nossas próprias observações sobre os dias das feiras, essa rede criada perdura até hoje. A partir das oficinas, os feirantes não apenas puderam aprender sobre questões teóricas da comunicação e do marketing, mas principalmente os fizeram refletir sobre sua identidade como sujeitos do desenvolvimento, bem como a importância e os benefícios das redes colaborativas para o desenvolvimento do grupo.

4. CONCLUSÃO

Esse trabalho foi construído coletivamente e nos possibilitou a realização de um pré-teste de metodologias organizadas com o intuito de oferecer suporte a uma plataforma da comunicação. Percebemos que, ao colocar em prática a proposta metodológica, foi possível medir erros e acertos do projeto, permitindo a realização de reajustes para a sua replicação. Consideramos de fundamental importância a oportunidade de trabalhar a partir de projetos instaurados dentro da Universidade. Sendo o espaço da universidade um campo que possibilita o aprendizado e o experimento, o acerto e o erro, ela possibilita que projetos como esse sejam testados e corrigidos. Assim, no momento em que existir a necessidade de investimento de recursos públicos, voltados ao desenvolvimento, existirá maior efetividade, e conseqüente uma destinação mais justa e correta desses recursos.

Ao iniciar esse trabalho, levando em consideração toda a organização complexa de laços que envolvem o território, como aponta a abordagem desenvolvimento de territórios (ABRAMOVAY, 2001), reconhecemos como sendo de fundamental importância o reconhecimento e aproximação com os sujeitos envolvidos. Sabe-se que o problema de muitas instituições que trabalham com o desenvolvimento tem dificuldades em compreender as realidades dos sujeitos com quem se trabalha. Em conseqüência, dificulta-se da mesma forma a participação ativa dos mesmos como parceiros no desenvolvimento dessas propostas, o que acarreta em projetos não eficientes que acabam por desperdiçar investimentos, geralmente, de alto valor. Ao realizarmos a aproximação com os sujeitos, foi possível compreender as suas reais necessidades e demandas sobre os aspectos comunicacionais, os quais procurávamos fornecer com esse projeto.

Outro aspecto que teve importantes reflexos foi o trabalho resultado das oficinas aqui propostas e realizadas. Através das oficinas, trabalhando a partir da perspectiva do encontro (PERUZZOLO, 2006) e da mobilização dos indivíduos (BRAGA e MAFRA, 2002), foi possível perceber a criação de um caminho que ruma a participação colaborativa dos indivíduos. A partir do instante em que eles começaram a perceber que um poderia complementar o conhecimento do outro, momento esse possibilitado principalmente pelas atividades propostas na Oficina II, houve um amadurecimento da proposta da criação uma rede colaborativa. Tendo em vista isso, compreendemos que quando a plataforma, que funcionará como uma rede social, for proposta a utilização, haverá com muito mais naturalidade um comportamento coletivo de

auxílio, visto que este já existe no âmbito pessoal das relações e será apenas replicado ao meio digital.

A primeira oficina, tendo como objetivo a sensibilização tanto dos participantes sobre a temática da comunicação, como do grupo sobre a apropriação dos participantes sobre os conteúdos propostos, serviu para repensar o método proposto, o que nos levou a criação da atividade aplicada na segunda oficina. Reaplicando esse método já será possível pensar em mais atividades que estimulem a cooperação, para que assim, consigamos obter ganhos não apenas na absorção dos conteúdos teóricos sobre comunicação, que também são fundamentais para o uso das ferramentas, mas também nos processos sociais de mobilização entre os sujeitos.

Além disso, durante a realização desse trabalho foi possível salientar a importância do papel das Relações Públicas no que diz respeito ao trabalho com as temáticas do Desenvolvimento Rural, evidenciando a abordagem dos territórios. Tendo vista que essa nova perspectiva do desenvolvimento tem como uma de suas bases a importância dos processos sociais desenvolvidos nesse meio, e em consequência as relações entre os sujeitos, as Relações Públicas beneficiam esse processo tendo em vista sua capacidade e expertise de compreender e gerenciar os relacionamentos. Além disso, apoiados em abordagens como a mobilização social e promoção da cidadania, tem a capacidade de promover o empoderamento dos sujeitos e o incentivo ao movimento de criação de redes de colaboração, permitindo o fortalecimento do processo cadeias curtas.

Ademais, esse trabalho apresentou ser uma experiência muito rica e extremamente significativa para a acadêmica. Primeiramente, pela possibilidade de se encontrar como sujeito dentro do processo, de compreender o seu papel dentro da área de atuação, através de um novo olhar sobre o que é comunicação. Além disso, pela oportunidade de atuar através da prática, permitindo com que fosse possível visualizar todo o conhecimento teórico adquirido durante a graduação. Dessa forma, trabalhar com a temática da comunicação para o desenvolvimento motivou-nos a enxergar a profissão como sendo de extrema importância dentro desse processo, através do qual compreendemos que podemos fazer diferenças realmente efetivas na sociedade. Acreditamos que, atuando através do contato pessoal com as pessoas, escutando e compreendendo suas demandas, podemos melhorar o relacionamento entre eles e as instituições promotoras do desenvolvimento, e assim, proporcionar que as políticas públicas sejam realmente eficazes. Dessa forma, entendemos que através das Relações Públicas podemos trabalhar para promover a qualidade de vida das pessoas.

Acreditamos que, a partir de um olhar crítico sobre um projeto já executado, as metodologias propostas e aplicadas nesse trabalho possam servir como base de conhecimento e inspiração para instituições promotoras do desenvolvimento. Dessa forma, essas instituições poderão compreender os processos de comunicação que envolvem os relacionamentos e se amparar em TICs para efetivarem métodos mais eficazes, e democráticos, de comunicação. Assim sendo, a partir de uma base concreta, que leva em consideração reais necessidades dos sujeitos envolvidos, será possível investir em políticas públicas e programas de desenvolvimento que tenham resultados mais efetivos.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. **O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural.** Revista de Economia Aplicada, São Paulo, v. 4, n. 2, abr./jun.2000
- ABRAMOVAY, R. **Ruralidade e Desenvolvimento Territorial.** Gazeta Mercantil, São Paulo, 15 de abril, 2001. p. A3.
- CARNIELLI, F. Z. **Instituições e interesse público: os processos de comunicação pública como estratégia instituinte.** Organicom, 2017.
- DELGADO, N. G. **Papel e lugar do rural no desenvolvimento nacional.** Brasília: IICA, MDA, 2009.
- FARIAS, L. A. (Org.). **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos.** São Paulo: Summus Editorial, 2011.
- FAVARETO, A. S. **Paradigmas do desenvolvimento rural em questão – do agrário ao territorial.** Tese (Doutorado). São Paulo: FEA/USP/Procam, 2006.
- GOMÉZ, E. S. **Nueva Ruralidad? Um aporte al debate.** Estudos Sociedade e Agricultura. Rio de Janeiro: UFRJ/CPDA, n.17, out/2001, p.5-32.
- HENRIQUES, M. S.; NETO, J. A. **Comunicação e movimentos de mobilização social: estratégias de atuação das organizações do Terceiro Setor na área da comunicação.** XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, Campo Grande, 2001.
- KUNSCH, M. **Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas.** In: UNIrevista. São Paulo, vol. 1, n° 3, jul. 2007.
- MAFRA, R. **Relações Públicas e mobilização social: a construção estratégica de dimensões comunicativas.** In: Congresso Bras. Científico de Com. Organizacional e Relações Públicas, 1., São Paulo, 2007. Anais... GT 5 – Relações Públicas comunitárias, comunicação no terceiro setor e responsabilidade social. São Paulo: USP, 2007.

HENRIQUES, M. S.; MAFRA, R.; BRAGA, C. **O Planejamento da Comunicação para a Mobilização Social:** em busca da co-responsabilidade. In: HENRIQUES, Márcio (org). *Comunicação e Estratégias de Mobilização Social*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2002.

MORAES, F. W. et al. **Vantagens e desvantagens de suprimento através das cadeias curtas de fornecimento:** o caso do restaurante da universidade federal de pelotas-rs. In. 53ª Congresso da SOBER, 2015.

NAVARRO, Z. *Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro*. Estud. av. [online]. 2001, vol. 15, n.43, pp. 83-100.

PERUZZOLO, A. C. **A comunicação, o outro e o devir**. Revista Sociais e Humanas, v. 21, n.1, 2008.

RÜCKERT, A. A. **Reforma do Estado, reestruturações territoriais, desenvolvimento e novas territorialidades**. GEOUSP – Espaço e Tempo, USP, São Paulo, n. 17, p. 79-94, 2005.

SCHNEIDER, S. **A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas**. Sociologias, Porto Alegre, v. 6, n. 11, p. 88-125, jan./jun. 2004.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. **Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar:** o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. Organizações Rurais & Agroindustriais, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.

SIMÕES, R. P. **Relações Públicas:** função política. São Paulo: Summus, 2008.

THORNTON, R. **Grupos de Discussão**. Grupos Focais. Metodologia. Tradução de Luciane D'Ávila de Moura e Leonardo Meira do Nascimento. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2005.

WANDERLEY, M. N. B. **A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas** – o “rural” como espaço singular e ator coletivo. Estudos Sociedade e Agricultura, n.15, out/2000, p.87-145.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO SOBRE DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS, DE COMUNICAÇÃO E SOBRE DESENVOLVIMENTO

QUESTIONÁRIO SOBRE A POLIFEIRA

Objetivo do Questionário: Esse questionário tem como objetivo conhecer melhor quem são os agricultores da PoliFeira e suas famílias para que possamos fazer uma Oficina sobre comunicação e desenvolvimento que atenda seus anseios e carências.

NOME: _____

PERFIL

Itaara

1. Gênero: Feminino Masculino

Ivorá

LGBT Outro

Santa Maria

São João do Polêsine

2. Data de nascimento:

São Gabriel

____/____/____

Outro: _____

3. Estado Civil

5. Quantos filhos você tem?

Solteiro

0 filho

Morando junto

1 filho

União estável

2 filhos

Casado

3 filhos

Divorciado

4 filhos

Viúvo

5 filhos

Mais que 5 filhos

4. Em qual cidade você mora?

Dilermano de Aguiar

6. Qual o seu nível de instrução?

- Sem escolaridade
- Ensino fundamental (1º grau) incompleto
- Ensino fundamental (1º grau) completo
- Ensino médio (2º grau) incompleto
- Ensino médio (2º grau) completo
- Ensino técnico incompleto
- Ensino técnico completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Mestrado ou doutorado
- Não sei informar

7. Quantos pessoas moram com você?

- Uma
- Duas
- Três
- Quatro
- Cinco
- Mais de Cinco

8. Com que base de conhecimentos você trabalha na agricultura? (múltipla escolha)

- Aprendizado familiar

Através do conhecimento de cursos na área

Através de formação acadêmica

Através de conhecimento próprio, autodidata

Outro: _____

9. Que tipos de alimento você produz?

Flores, mudas florestais e plantas medicinais

Frutas

Hortaliças

Lanches

Leite e derivados

Mel e produtos apícolas

Sucos e derivados

Outro: _____

COMUNICAÇÃO

10. Dentre os canais de comunicação a seguir, qual você acessa com mais

frequência:

Internet

Jornal impresso

Rádio

Revista impressa

TV

Nenhum

11. Em sua opinião, qual desses meios de comunicação é o que apresenta

conteúdos mais confiáveis?

Internet

Jornal impresso

Rádio

Revista impressa

TV

Nenhum

12. Em que período você costuma utilizar mais esses meios de comunicação?

Manhã

Tarde

Noite

Madrugada

Não acessa meios de comunicação

13. Você acessa alguma dessas mídias sócias digitais?

Facebook

Twitter

YouTube

Instagram

WhatsApp

Skype

Snapchat

Não acesso

Outra(s): _____

14. Marque os principais motivos para você utilizar as mídias sociais digitais

digitais:

Buscar informações que considero importantes

Comprar produtos

Comprar produtos coletivamente

Contato com amigos/parentes

Diversão

Divulgar alguma informação

Estudos

Ler notícias

Trabalho

Outro: _____

15. Você utiliza aplicativos no celular, tablet ou computador?

- Sim
- Não
- Não sei o que são aplicativos

16. Qual o seu interesse em saber mais sobre a área da comunicação?

- Muito interessado
- Interessado
- Indiferente
- Pouco interessado
- Nada Interessado

PROCESSOS DE ORGANIZAÇÃO SOCIAL

17. Você acessa ou já acessou políticas públicas?

- Sim
- Não
- Não sei

18. Você participa de algum sindicato?

- Sim
- Não
- Não sei

19. Você participa de festas comunitárias?

- Sim
- Não
- Não sei

20. Você é cooperativado?

- Sim
- Não
- Não sei

21. Você já participou de alguma atividade com a EMATER?

- Sim
- Não
- Não sei

22. Você já fez um curso de formação do SENAR?

- Sim
- Não
- Não sei

APÊNDICE B – CONVITE IMPRESSO ENTREGUE AOS FEIRANTES (FRENTE E VERSO)



Quem Somos?

O grupo de pesquisa Comunicação e Desenvolvimento conta com diversas pesquisas das quais resultam dissertações de mestrado, teses de doutorado e monografias de graduação. O grupo atua em atividades de extensão com capacitação de agentes para a mobilização social com base na apropriação das tecnologias de informação e de comunicação (TICs), bem como na radiodifusão comunitária. O nosso grupo é liderado pelas Professoras: Dr^a Ada Cristina Machado Silveira, Dr^a Carlise Porto Schneider Rudnicki e Dr^a Jaqueline Quincozes da Silva Kegler.

Quem Convidamos?

Todos os agricultores da PoliFeira e suas Famílias!

Encontro 1: Abordagem mais abrangente sobre comunicação. Nesse encontro falaremos sobre marketing, tecnologias, cooperativismo, comunicação para o desenvolvimento e políticas públicas.

Encontro 2: Curso prático, em laboratório de informática, sobre produção de conteúdo para redes sociais.

Fale com a gente



projetocomedes@gmail.com



(55) 3220-6156



(55) 9134-8776



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

APÊNDICE C – FORMULÁRIO APLICADO AO TÉRMINO DA OFICINA I

Formulário de dados

Nome:	Idade:
Gênero: Feminino () Masculino () Outro:	Cidade:

1. Você possui TV em casa? Sim () Não ()

2. Se você possui TV em casa, qual é o tipo de acesso? Aberta () a cabo () Outros:

3. Que programas de TV você assiste?

4. Você possui celular? Sim () Não ()

5. Possui acesso a *Internet*: Sim () Não ()

6. Em qual ambiente você tem acesso a *Internet*: Ambiente público () Casa ()
Universidade () Outros? Quais?

7. Se você possui acesso a *Internet*, por qual meio você acessa? Computador/ *notebook* ()
Celular 3G/ 4G () Outro:

8. Você usa redes sociais digitais? Sim () Não ()

9. Se sim, quais você usa: *Facebook* () *Instagram* () *Twitter* () *Youtube* () Outras?
Quais?

10. Qual a sua opinião sobre o que é comunicação?

11. Quais assuntos/ temas você gostaria de aprender mais em outros encontros?

APÊNDICE D – ATIVIDADE PROPOSTA PARA A OFICINA II



OFICINA II - Atividade

Nome: _____

Qual a produção? _____

Qual o principal produto comercializado? _____

O que você não vende, mas que acha importante trabalhar?

Atividade:

1) Escolha um produto _____

2) Porque este produto? _____

3) Que estratégia de divulgação você usaria? Porquê?

4) Que plataforma (*online* e *offline*) você usaria para comercializar o produto? (por exemplo: face a face, Instagram, Facebook)

Quais delas você faz uso pessoal? (por exemplo: Instagram, Facebook)

5) Você conhece/utilizaria estratégias coletivas de comercialização? Quais?



6) Descreva seu produto com base no processo acima

7) Você conhece alguma política pública?

Qual a importância do processo das cadeias curtas para você?
