

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS RURAIS  
CURSO DE DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM  
AGRICULTURA FAMILIAR E SUSTENTABILIDADE**

# **MÉTODOS E TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO**

**2º semestre**



## Presidente da República Federativa do Brasil

**Luiz Inácio Lula da Silva**

## Ministério da Educação

**Fernando Haddad**

Ministro do Estado da Educação

**Ronaldo Mota**

Secretário de Educação Superior

**Carlos Eduardo Bielschowsky**

Secretário da Educação a Distância

## Universidade Federal de Santa Maria

**Clóvis Silva Lima**

Reitor

**Felipe Martins Muller**

Vice-Reitor

**João Manoel Espina Rossés**

Chefe de Gabinete do Reitor

**André Luis Kieling Ries**

Pró-Reitor de Administração

**José Francisco Silva Dias**

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis

**João Rodolfo Amaral Flores**

Pró-Reitor de Extensão

**Jorge Luiz da Cunha**

Pró-Reitor de Graduação

**Charles Jacques Prade**

Pró-Reitor de Planejamento

**Helio Leães Hey**

Pró-Reitor de Pós-Graduação e Pesquisa

**João Pillar Pacheco de Campos**

Pró-Reitor de Recursos Humanos

**Fernando Bordin da Rocha**

Diretor do CPD

## Coordenação de Educação a Distância

**Cleuza Maria Maximino Carvalho Alonso**

Coordenadora de EaD

**Roseclea Duarte Medina**

Vice-Coordenadora de EaD

**Roberto Cassol**

Coordenador de Pólos

**José Orion Martins Ribeiro**

Gestão Financeira

## Centro de Ciências Rurais

**Dalvan José Reinert**

Diretor do Centro de Ciências Rurais

**Ricardo Simão Diniz Dalmolin**

Coordenador do Curso de Graduação Tecnológica em  
Agricultura Familiar e Sustentabilidade a Distância

## Elaboração do Conteúdo

**Clayton Hillig**

**José Marcos Froehlich**

Professores pesquisadores/conteudistas

**Equipe Multidisciplinar de Pesquisa e Desenvolvimento em Tecnologias da Informação e Comunicação Aplicadas à Educação - ETIC**

**Carlos Gustavo Matins Hoelzel**

Coordenador da Equipe Multidisciplinar

**Cleuza Maria Maximino Carvalho Alonso**

**Rosiclei Aparecida Cavichioli Laudermann**

**Silvia Helena Lovato do Nascimento**

**Ceres Helena Ziegler Bevilaqua**

**André Krusser Dalmazzo**

**Edgardo Gustavo Fernández**

**Marcos Vinícius Bittencourt de Souza**

Desenvolvimento da Plataforma

**Ligia Motta Reis**

Gestão Administrativa

**Flávia Cirolini Weber**

Gestão do Design

**Evandro Bertol**

Designer

**ETIC - Bolsistas e Colaboradores**

**Orientação Pedagógica**

**Elias Bortolotto**

**Fabrcio Viero de Araujo**

**Gilse A. Morgental Falkembach**

**Leila Maria Araújo Santos**

**Revisão de Português**

**Andréa Ad Reginatto**

**Ceres Helena Ziegler Bevilaqua**

**Máisa Augusta Borin**

**Silvia Helena Lovato do Nascimento**

**Ilustração e Diagramação**

**Camila Rizzatti Marqui**

**Evandro Bertol**

**Flávia Cirolini Weber**

**Helena Ruiz de Souza**

**Lucia Cristina Mazetti Palmeiro**

**Ricardo Antunes Machado**

**Suporte Técnico**

**Adílson Heck**

**Cleber Righi**

## Sumário

### UNIDADE I

PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO DE INOVAÇÕES .....	6
1.1 Abordagens teóricas sobre o processo de comunicação .....	6
1.1.1. O PARADIGMA MATEMÁTICO-INFORMACIONAL.....	6
1.1.2. O PARADIGMA CULTURAL .....	10
1.1.3. NOVOS PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO .....	12
1.2 A comunicação e a realidade rural.....	16
1.3 - Comunicação e difusão de inovações.....	18
1.3.1 - A teoria da difusão e adoção de inovações e sua aplicação .....	22
1.3.2 – Principais métodos e meios na ação comunicativa .....	24
1.4.Potencialidades e limites da ação difusionista na promoção do desenvolvimento rural sustentável.....	31

### UNIDADE II

Técnicas de apresentação oral e organização de eventos .....	38
2.1. Competências do apresentador.....	38
2.1.1 Aspectos Psicológicos:.....	38
2.1.2 Aspectos da linguagem:.....	40
2.1.3 Aspectos didáticos da apresentação de trabalhos .....	43
2.2 Organização de eventos .....	54

### UNIDADE III

Dinâmicas de grupo e relações interpessoais.....	59
3.1 –Propósitos e técnicas de dinâmicas de grupo .....	59
3.2 –Barreiras nas relações intergrupais .....	63
3.3 – Relações humanas interpessoais.....	66

### UNIDADE IV

Novas tecnologias da informação .....	72
4.1 - Evolução recente das tecnologias de informação .....	72
4.2 - Potencialidades e limites das novas tecnologias na promoção do desenvolvimento rural sustentável.....	75

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA.....	81
-------------------------------	----

## APRESENTAÇÃO DA DISCIPLINA

O presente trabalho é um resumo de assunto sobre Métodos e Técnicas em Comunicação, elaborado como caderno didático para a disciplina de mesmo nome do Curso de Graduação Tecnológica em Agricultura Familiar e Sustentabilidade do Centro de Ciências Rurais da Universidade Federal de Santa Maria, e oferecido na modalidade de ensino à distância através da Universidade Aberta do Brasil.

Trata-se, portanto, de um recurso instrucional que busca dinamizar as aulas e fornecer uma fonte direta de consulta para os alunos.

Dessa forma, este trabalho não representa uma síntese da disciplina, mas um dos meios para se chegar a uma síntese durante o curso, e não deve ser utilizado como única fonte de consulta, uma vez que é um recurso, entre outros, para o alcance dos objetivos da disciplina.

A leitura da bibliografia indicada, a participação nas atividades de aula e a realização dos trabalhos, a compilação e organização da informação indicada em aula e neste trabalho é que promoverão a aprendizagem sobre as temáticas propostas.

Ao se compor uma publicação na área de ensino, com cunho didático e pedagógico, privilegiam-se os aspectos instrucionais e a sua utilização instrumental no processo de aprendizagem e, dessa forma, os preceitos técnico-metodológicos, relacionados às publicações dos resultados de pesquisas são flexibilizados e colocados em um plano intermediário que compõe o pano de fundo da produção do conhecimento e não o seu objetivo principal. Assim, a utilização deste trabalho está restrita ao processo de aprendizagem e o seu uso como fonte bibliográfica, para pesquisas e publicações, é desaconselhado, dando-se preferência à consulta nas referências bibliográficas indicadas.

O trabalho apresenta uma compilação das diversas fontes bibliográficas que constituem o programa da disciplina, possui hiatos e lacunas que serão preenchidos através das aulas e dos trabalhos propostos. Uma visão integral da disciplina, que permita uma síntese, só poderá ser obtida com a conjugação de todas as atividades didático-pedagógicas propostas no decorrer da disciplina.

Conforme o plano de ensino da disciplina, dividimos o conteúdo da mesma em quatro unidades. Na **primeira unidade** vamos tratar das **teorias e processos em comunicação**, buscando a passagem do senso comum para uma visão científica da comunicação rural; na **segunda unidade**, apresentaremos as principais ferramentas cognitivas e comportamentais que estão ligadas às **habilidades de quem comunica**. Na **terceira unidade**, abordaremos os aspectos psicossociais ligados à **comunicação grupal e interpessoal** e as técnicas e dinâmicas de grupo daí derivadas. Na **quarta unidade**, discutiremos as **novas mídias e tecnologias da informação**.

## UNIDADE I

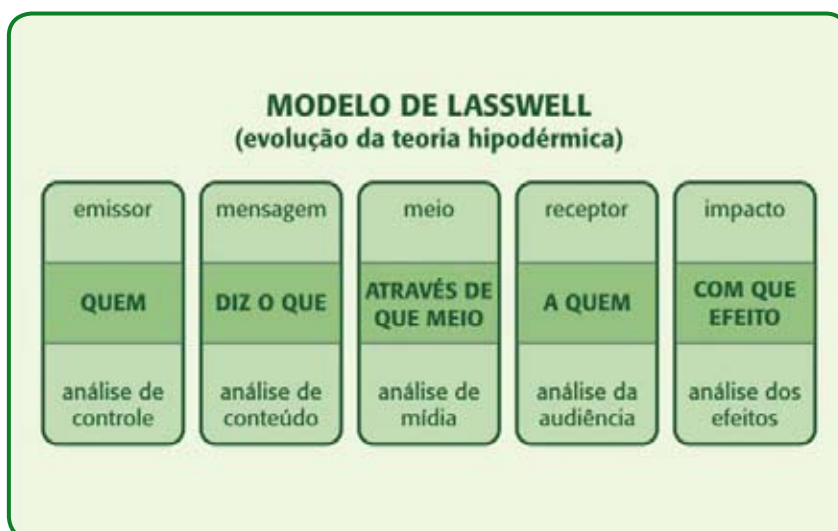
### PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO DE INOVAÇÕES

#### 1.1 Abordagens teóricas sobre o processo de comunicação

##### 1.1.1. O PARADIGMA MATEMÁTICO-INFORMACIONAL

Os ensaios para a construção de um modelo ideal do processo de comunicação demonstram que o emissor, o receptor, a mensagem e o canal são elementos imprescindíveis e matriciais à constituição de qualquer processo, haja vista os exemplos trazidos a este estudo conforme se segue: Fórmula de Comunicação de Lasswell (1948).

Harold Lasswell (1902-1978), psicólogo e investigador nas áreas de política e das ciências sociais é bastante conhecido pelo seu modelo de comunicação: quem diz o quê a quem, por que canal e com que efeito. O primeiro quem controla a mensagem, o segundo quem é a audiência ou receptores, o quê é a matéria comunicada, o canal conduz à análise dos meios, o efeito é a reação do público.



Um dos mais importantes trabalhos de Lasswell foi *Propaganda technique in world war* (1927), em que desenvolve o conceito de propaganda. A propaganda, segundo Lasswell, é a técnica de influenciar a ação humana através da manipulação das representações, como símbolos, por meio de rumores, relatos, imagens e outras formas de comunicação social.

Lasswell estudou particularmente a campanha governamental que fez alterar a opinião pública americana de uma posição anti-guerra para uma de pró-guerra e contra a Alemanha (I Guerra Mundial). Ele via na propaganda um utensílio essencial para a gestão governamental da opinião, isto é, a necessidade de gerar o apoio das massas ao seu governo.

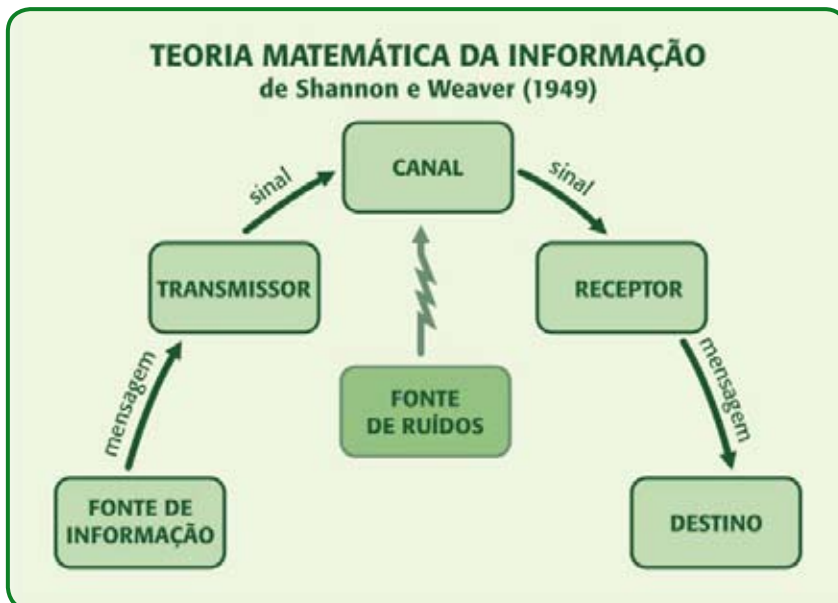
Era o começo da Mass Communication Research, a cargo de Lasswell, e centrada em dois eixos: os efeitos das mensagens dos meios e a análise de conteúdo para descobrir as razões da influência direta total sobre as audiências, então atribuída aos media. A teoria linear da *agulha hipodérmica* – um modelo direto de causa e efeito – procurava trabalhar a forma de melhor influenciar os públicos.

Menos interessado em dividir o ato de comunicação nas várias partes e mais interessado em examinar o todo face ao processo social global, Lasswell considera as três funções do processo de comunicação: 1) *vigilância* sobre o meio ambiente, que revelam ameaças e oportunidades que afetam a comunidade, em termos de valores; 2) *correlação* de forças entre os componentes da sociedade, 3) *transmissão* da herança social.

Em *Comunicação e indústria cultural*, publicado em 1948, tem-se a transição feita da teoria hipodérmica para a dos efeitos limitados. Ele destaca os líderes grupais especializados, que desempenham papéis específicos de vigilância sobre o meio e conduzem estruturas de atenção, proporcionando uma determinada condutibilidade da mensagem. Além disso, as mensagens ocorrem dentro do Estado, mas envolvem mais os canais familiares, a vizinhança, os grupos e os contextos locais, podendo existir a comunicação em dois sentidos.

O estudo de Lasswell traduz as relações de estudos de controle, análises de conteúdo, mídia, audiência e de efeitos, respectivamente, sendo que se critica a omissão do elemento *feedback*, ou seja, o retorno da efetividade ou não do processo, que mais tarde surge em ensaios dos estudos apontados por DeFleur. Esperava-se que a Teoria Matemática de Shannon e Weaver (1949) viesse suprir esta lacuna inicial, mas ao contrário. Partindo da formação básica da fórmula desenvolvida com influência das telecomunicações. Shannon estava preocupado com a solução de problemas de otimização do custo de transmissão dos sinais, mas seu sistema de comunicação e alguns conceitos, como ruído, são úteis para a Ciência da Informação e, por isso, a influenciaram.

Vejamos a Teoria Matemática da Informação de Shannon e Weaver (1949):



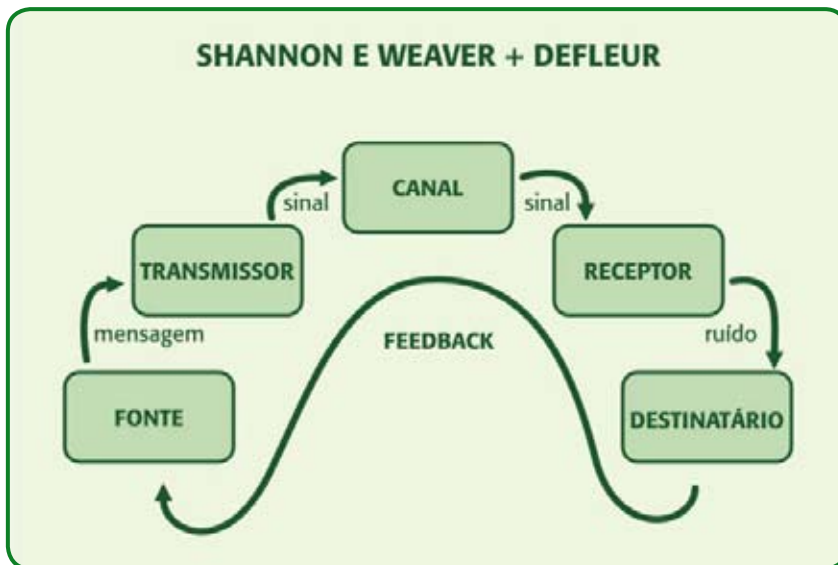
Considerado uma evolução de Shannon e Weaver, no modelo seguinte, desenvolvido por DeFleur, em 1970, o ruído está presente em todas as fases da comunicação e nota-se também que as correspondências de sentidos raramente são perfeitas, ou seja, se existir relação entre dois significados o resultado é comunicação.

Desta forma, as falhas surgem na multiplicidade dos significados e das mensagens, uma vez que a possibilidade de se alcançar o *feedback* pode vir a ser adaptada ou não, somente voltada a audiência, com limitações de fontes em estudos voltados para a comunicação de massa.

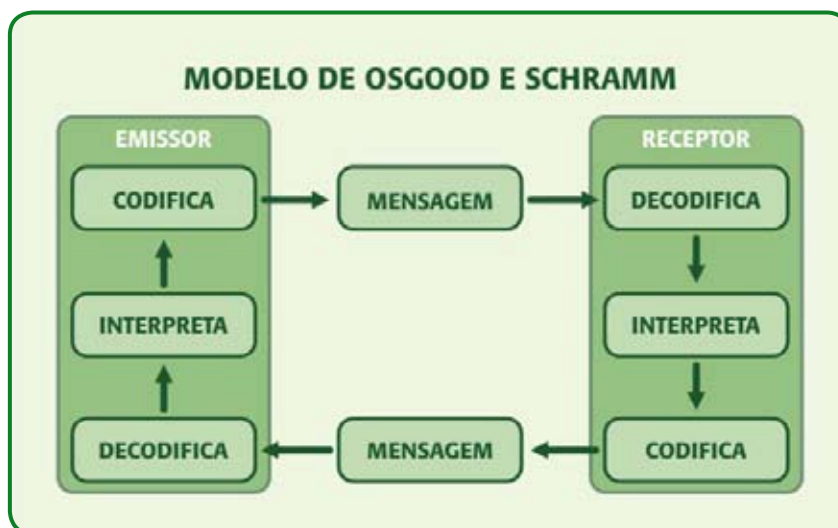
Esta, por sua vez, como sendo essencial para a visibilidade dos resultados, a fim de serem obtidos reconhecimento, compartilhamento e redefinição de conceitos previamente estabelecidos ou não, tende a não solidificar um modelo de comunicação de massa dialógica, negligenciando fatores importantes como o elo da comunicação a ser estabelecido entre os indivíduos (emissores e receptores), bem como deixando de coordenar e gerar vínculos co-responsáveis como se espera.

Com a ineficácia do processo de *feedback* do modelo de DeFleur, ainda encontramos lacunas operacionais à aplicabilidade do processo.





Em Osgood e Schramm apuramos a presença de novos atores ao processo de comunicação, apresentado em 1954. Apesar de apresentar uma representação estática circular, o modelo não aplica a retroalimentação, o emissor é, ao mesmo tempo, decodificador, interpretador e codificador, enquanto o receptor decodifica, interpreta e codifica novamente, encaminhando a mensagem novamente sendo emissor.



Conforme se observa entre os modelos anteriormente lembrados, os principais atores baseiam-se em percursos simples, geralmente estabelecidos em função de uma mensagem a ser direcionada por meio de um canal específico ou não, mas que subtrai de cada agente do processo, ativo ou não, uma determinada função, seja ela dirigida ao emissor ou ao receptor, contanto que ambos os atores participem e se encontrem em forma de ruídos ou retroalimentação de significados.

### 1.1.2. O PARADIGMA CULTURAL

Este paradigma está associado à escola de Frankfurt, também conhecida como “teoria crítica”. Inserindo a comunicação no mundo do capitalismo, os pensadores desta corrente, com várias diferenças, tentaram entender o fenômeno de massas das novas mídias, assim como os seus significados para o devir humano.

O uso do paradigma cultural seduziu inúmeros autores, inclusive os que construíram suas obras, tal como Martin-Barbero, a partir da crítica ao que foi chamado de pessimismo de Adorno e Horkheimer. A idéia de que o fenômeno comunicacional é um fenômeno de cultura data da mesma época da construção do paradigma informacional. Portanto, ambos conviveram e ainda convivem, respondendo, cada um ao seu modo, o que é comunicação.

Em ambos os paradigmas, o contexto de surgimento está inicialmente vinculado aos Estados Unidos, país onde as mídias tecnológicas avançaram mais rapidamente do que em qualquer outro lugar do planeta. A presença dos já citados intelectuais alemães nos EUA é a chave para compreensão do livro intitulado *Dialética do Esclarecimento*. Sem esta presença física, possivelmente a teoria da indústria cultural teria outra formulação. A guerra, a expansão e a universalização dos meios tecnológicos de comunicação de massa tais como a impressão massiva de jornais, revistas e livros, o cinema, o rádio e, por fim, a televisão suscitaram reflexões sobre a intervinculação entre estes e a organização das sociedades contemporâneas.

A obra de McLuhan, apesar de estar mais vinculada ao paradigma informacional, de certo modo respondeu a partir deste, às questões levantadas pelos adeptos da teoria da indústria cultural. O terçar de armas entre estes dois paradigmas percorreu a história das teorias da comunicação da segunda metade do século XX. Paralelamente a este fato, as tecnologias de comunicação cresceram enormemente e configuraram aspectos muito significativos do mundo presente.

A teoria da indústria cultural, pedra de toque dos frankfurtianos, serviu a dois propósitos. Em primeiro lugar, esta visão descortinou o fato de que, no século XX, os padrões comunicacionais humanos haviam se alterado através de meios técnicos, antes inexistentes ou ainda frágeis. Podia-se, pela primeira vez na história humana, falar ao mesmo tempo com um número cada vez maior de pessoas. Era mais fácil uniformizar o pensamento coletivo e isto era facilmente aplicado ao controle social e político. Em segundo lugar, esta visão também analisou em maior profundidade o fato da existência do produto cultural de massa, que significava a possibilidade de lucro através da produção em série, tal como nas fábricas do capitalismo industrial.

Para os autores da teoria crítica, interessados em vencer a barbárie

das mídias, o mais importante não era a comunicação da informação, porque eles abominavam a razão instrumental. A vinculação entre a informação e a idéia de uma razão vazia, sem preocupações humanistas, deve ter sido algo evidente. Para eles a defesa da cultura erudita, do assalto promovido pelas mídias, era essencial. Acreditavam que essa era a única cultura legítima e civilizatória, em uma clara abordagem etnocêntrica do problema das culturas humanas.

Observando-se os fatos ocorridos nos últimos cinqüenta anos pode-se dizer que os adeptos da teoria crítica tinham razão em parte. Se por um lado eram preconceituosos em relação às possibilidades dos novos meios técnicos de comunicação, por outro, estavam certos em apontar o surgimento de um amplo mercado da cultura sem maiores preocupações estéticas e também quanto à qualidade e a procedência ética de seus produtos.

O maior equívoco que cometeram foi o de atribuírem aos novos meios técnicos, organizados como um sistema, a principal responsabilidade por esses fatos. Sabe-se, hoje, que estes mesmos meios podem ser usados em vários sentidos e apropriações, e que a cultura erudita não responde a todas necessidades sociais. Não há verdade absoluta na idéia de que o mundo erudito tenha todas as respostas. Nas culturas e indústrias culturais contemporâneas e de massa é possível encontrar alguns valores positivos. Não são apenas lixos, ou, mesmo quando o são, nestes espaços simbólicos se podem encontrar importantes e significativas representações da realidade material e simbólica.

Vindo do seio da teoria crítica, a obra de Habermas diferenciou-se. O autor reviu os postulados desta corrente, fundando suas observações sobre o que é comunicação, muito mais no estudo do comportamento humano do que exatamente no estudo das culturas. Para Habermas, a comunicação é um agir e este pode ser estratégico, quando é decidido e posto em prática sem qualquer consenso; ou comunicativo, quando se fundamenta no consenso entre as partes envolvidas.

Sem sair completamente do paradigma cultural, Habermas acabou por criar condições para discutir a importância da comunicação como estruturante da vida social e como meio de se resolverem problemas entre os homens. Sua vinculação de origem com a teoria crítica implicou a crença inabalável na razão e na idéia de desvalorizar qualquer ato comunicacional que não proviesse desta.

De certo modo, a práxis dá razão aos dois paradigmas citados. O da informação representa o desenvolvimento cada vez mais efetivo de máquinas e de outros artefatos capazes de substituir o papel direto do homem no processo de transmissão e de alargamento das fronteiras comunicacionais. O cultural relaciona-se à vigilância crítica de intelectuais humanistas, ciosos de suas responsabilidade morais e

em busca da compreensão dos problemas da modernidade. Por mais que tenham se equivocado, os adeptos da teoria crítica contribuíram imensamente para a fundamentação ética do que hoje chamamos de ciências da comunicação.

### **1.1.3. NOVOS PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO**

Obviamente, a farta bibliografia sobre o fenômeno da comunicação contém imensas variações paradigmáticas na resposta ao que seria a comunicação. A pesquisa teórica implica sempre escolhas e estas se referem às preferências e identificações entre sujeitos e idéias. O caminho para a determinação de novos paradigmas no campo das ciências da comunicação relaciona-se às inúmeras possibilidades derivadas dos atos comunicacionais.

Um autor, aqui escolhido, que vem apresentando uma série de novidades paradigmáticas é Philippe Breton.

Em um dos seus últimos livros, *L'Explosion de la Communication à l'aube du XXI siècle*, Breton e Proulx dividem a comunicação em três gêneros: informativo, argumentativo e expressivo.

O primeiro – o informativo – refere-se, em um exemplo, à imprensa e sua pretensão, jamais alcançada, de objetividade e universalidade. Segundo os autores, a comunicação informativa estaria, de fato, reduzida à construção de artefatos que se pretenderiam capazes de descrever, sem interpretar ou dar juízo de valor aos fatos ou aos fenômenos observados.

Noticiar um atentado, informar a cotação de uma moeda, descrever determinado evento seriam exemplos deste gênero. Neste caso, como nos demais, o gênero informativo seria o dominante, não se excluindo a possibilidade de, secundariamente, aparecerem os demais.

Em outro exemplo, a informação estaria nas formulações diretas da conversação, tais como: está frio; faz calor; fulano faleceu ontem: seu enterro é às 15 horas; etc.

O segundo – o argumentativo – seria o mais genérico, estando presente em quase todos os atos comunicacionais. Sobre este, os autores têm um livro específico e menções em vários outros textos, onde teoriza e cita outros autores sobre as chamadas teorias da argumentação. Argumentar, em uma definição breve, seria transportar aos outros idéias que os convenceriam de algo. Tratar-se-ia, portanto, da enunciação, isto é, para um pesquisador argumentar referir-se-ia à valorização do conteúdo dos discursos e da descoberta de suas funções sociais.

O ato de argumentar estaria presente da fala à transmissão televisiva, portando sempre uma mensagem e um juízo de valor sobre determinado problema. Em um jornal, por exemplo, a argumentação estaria mais presente em um artigo de fundo ou em um editorial e,

menos, em uma notícia. Tudo isto sempre em termos e com ressalvas. Dizendo-se, por exemplo, que fará frio hoje estaríamos informando. Se acrescentarmos que 'possivelmente' fará frio hoje, porque estamos no inverno, o tempo está nublado, a previsão meteorológica indicou isto no boletim do tempo e, ainda porque, creio que fará frio hoje e quero convencer aos outros desta minha verdade, estaríamos indo além da informação e chegando à argumentação.

O terceiro – o expressivo – seria o referente ao uso da emoção, do sentimento, tal como nas telenovelas, cancionero popular, programas de auditório, cerimônias de casamento, funerais, festas comemorativas, declarações de amor. Estaria, igualmente, vinculado ao gosto estético, de se considerar bela ou não a obra de arte de qualquer natureza. O grotesco e o sublime podem ser considerados categorias da comunicação expressiva, contando com apropriações muito diferenciadas, de acordo com as crenças dominantes e esposadas pelas sociedades e seus vários segmentos.

A comunicação expressiva, simbolizada pelo uso do grotesco, do sublime, da emoção e do sentimento, é muito usada nos grandes meios técnicos de comunicação de massas. Está, também, muito presente na conversação interpessoal. Habermas chama de comunicação perturbada ou de agir não racional, os atos comunicacionais expressivos baseados na emoção e no sentimento. Estes significariam transportar para os outros mensagens subjetivas, convencendo-os de verdades da vida ou reafirmando certezas pessoais ou de grupo. O cancionero popular mundial, em um exemplo, trata, sobretudo, de temas subjetivos relacionados ao amor, comemorando a conquista, lamentando a perda etc.

Usando-se o senso comum, é possível dizer que a comunicação expressiva trata dos problemas do gosto, do coração e do ideal de beleza, isto é, de tudo que nos afeta subjetivamente.

Nas mídias contemporâneas, não raro a informação é combinada mais freqüentemente com a expressão do que com a argumentação. Veja-se, por exemplo, o noticiário sobre tragédias humanas, recorrente na imprensa escrita, falada e televisada do Brasil. A dramatização midiática da vida cotidiana é muito comum no mesmo país e em muitos outros. Na internet, o uso da comunicação expressiva supera, em alguns momentos chaves de seu funcionamento, o da comunicação informativa, aliás, a principal razão de sua existência.

Será possível a separação destes três gêneros? Será que em todos não acaba existindo algum nível de argumentação? Pensa-se que estas são as dúvidas que se colocam. Por outro lado, não se deve confundir os gêneros citados com o próprio ato comunicacional. Os gêneros são uma abordagem do problema. Como em toda a pesquisa,

as abordagens teóricas não devem ser confundidas com a prática, sob pena de se reinventar o real material e o simbólico. É certo que, de algum modo, acabamos fazendo um pouco disso, mas se deve ter o cuidado de se circunscrever este procedimento ao esforço intelectual para compreender os objetos estudados. O que se pode concluir é que em um mesmo ato comunicacional pode haver elementos argumentativos, expressivos e informacionais.

Portanto, os gêneros seriam encontráveis em cada ato e a situação comunicacional em modos de dominância diferenciados.

Deslocando a discussão em direção aos homens e às mulheres, Breton fala em cinco meios de comunicação de base, que seriam o gesto, a oralidade, a imagem, a escrita e o silêncio. Estes meios poderiam ou não usar suportes físicos não-humanos e a tecnologia para o transporte das mensagens, tais como, a impressão, o rádio e a TV, as gravações em mídias audiovisuais, as redes de computadores etc.

Há um enorme progresso ao se deixar considerar, por exemplo, a TV, como um meio de comunicação humana. Ela passa a ser compreendida como suporte físico e em uma tecnologia específica para o transporte de todos os meios de comunicação humanos. Isto implica a compreensão de sua existência como um objeto social, uma espécie de ferramenta de nosso contexto histórico que serve para transportar à distância o que antes era feito apenas com a presença física de seres e objetos reais. O mesmo raciocínio pode ser aplicado ao uso da internet, ao rádio e aos objetos impressos.

Sendo objetos sociais, psicanaliticamente, diria Zizek, nós os olhamos e eles nos olham e nos vêem como parte da mesma sociedade. Fazem parte da vida, como seres inanimados, mas contêm possibilidades efetivas de comunicar e de entrar em contato com a própria subjetividade. Têm características similares às ferramentas e utensílios que indicam determinada profissão e permitem sua execução. São próteses dos corpos, aumentando a expressão, ação e sentidos.

Mas, a grande novidade paradigmática trazida por Breton é a idéia da *parole*, desenvolvida em seu último livro intitulado *Éloge de la parole*. Neste texto, o autor retoma vários de seus temas anteriores e defende a *parole* como uma espécie de substância da comunicação, criando com clareza um novo paradigma.

É difícil uma tradução precisa do termo, no sentido que é atribuído pelo autor. Literalmente, *parole* quer dizer, em português, palavra. Pode-se também traduzir *parole* por verbo ou parábola, nos sentidos bíblicos destes termos. Para o autor, a *parole* significa a transmissão de mensagens feitas por e entre seres humanos, com ou sem o uso do oral. Ele exemplifica com a 'fala' dos surdos. Eles falariam por meio de sinais codificados em cada cultura. Um surdo francês levaria algum



tempo para entender o idioma dos surdos norte-americanos... Como eles não ouvem, codificam sua língua em sinais (gestos) que podem apresentar muitas diferenças de cultura para cultura. Mas, como eles trabalham com sinais, de modo similar a uma 'escrita' gestual, não têm o som para 'atrapalhar', conseguem facilmente reverter os sinais de uma cultura para outra... Seria como se falássemos com uma escrita gestual.

Sem desqualificar os teóricos que o precederam, Breton, ao eleger o paradigma da *parole* como vetor de compreensão do que é comunicação, colocou novos problemas e novas perspectivas para a pesquisa teórica e aplicada no campo. A comunicação é a transmissão da *parole* e esta é uma construção possível do corpo humano, que a transmitiria e a receberia, salvo engano, por duas formas básicas: a conversação e a leitura.

Entender-se-ia conversação como qualquer troca de mensagens entre pessoas, mediadas ou não por máquinas, usando-se qualquer suporte, habilidade ou sentido. Quando vemos a multidão nas ruas de uma grande cidade ocidental, movida pelo desejo do consumo no momento de uma campanha publicitária de saldos de balanço, fim de estação, liquidação de estoque, fica nítido como a comunicação entre as pessoas é fundamentalmente um problema do corpo.

Elas buscam a semelhança ou a diferença pelas roupas, adereços, pinturas, cabelos e atitudes; falam em suas línguas e acentos natais com seus próximos ou com os vendedores; balançam seus corpos na motricidade de cada grupo sociocultural (gestualidade corporal), desenvolvem expressões faciais altamente indicativas de seus estados emocionais; agitam os braços; olham em determinadas direções ou para lugar nenhum; esbarram uma nas outras; reclamam; olham os cartazes; vêem as etiquetas; são ignoradas ou notadas por alguns; falam aos celulares que não param de tocar; em suma, comunicam-se o tempo todo, com os outros, consigo próprias e, sobretudo, com a ordem social e simbólica onde estão inseridas. Tudo isto, e muito mais, poderia estar na rubrica da conversação e na do uso dos meios de comunicação corporais.

Enquanto a conversação está na ordem da produção ativa e objetiva de sentidos, a leitura está na ordem da subjetivação. Na vida prática, fazem-se as duas coisas ao mesmo tempo, como no exemplo acima. Não há como separar a leitura da conversação e vice-versa. Ambas fazem parte do uso da *parole* como forma de comunicação. Quando se vê TV, se está predominantemente na ordem da leitura. Ver TV, neste sentido, se parece com as outras 'leituras' que fazemos das mensagens recebidas dos meios de comunicação. A conversação que se processa é a de natureza intersubjetiva. Se esta prática é acompa-

nhada da discussão com outros que estão fazendo a mesma coisa, oscila-se o tempo todo entre a conversação e a leitura.

## **1.2 A comunicação e a realidade rural**

As mudanças ocorridas nos universos da comunicação e da gestão empresarial, notadamente a partir da década de 90, têm requerido das organizações, sejam elas privadas ou públicas, a ampliação e o refinamento dos conceitos, o redirecionamento e aprimoramento dos canais de relacionamento com seus públicos e a consolidação da comunicação como insumo estratégico.

No Brasil, o setor agrícola foi o que mais sentiu os impactos do processo de agregação de novos conceitos. Do ponto de vista do uso de ferramentas de tecnologia da informação sempre foi considerado como um dos mais fracos no sistema produtivo brasileiro. Um dos fatores a destacar é o isolamento dos produtores, normalmente distantes dos centros administrativos decisórios.

Os protagonistas principais da comunicação rural são a população rural, o Estado e as empresas relacionadas com agricultura. Em grande medida, o desenvolvimento rural gira ao redor da comunicação, visto que os agricultores necessitam dela para tomar suas decisões de produção e de convivência; o Estado precisa dela para tomar medidas de política agrária, que venham a atender as necessidades e aspirações dos agricultores; as empresas baseiam suas decisões nas informações sobre requisitos de insumos e equipamentos e sobre a disponibilidade de produtos para alimentar a agroindústria. Sob esta ótica, podemos afirmar que a Comunicação Rural é um processo mais amplo do que a Informação Agrícola ou a Extensão Rural, visto que a sociedade rural está composta de grupos, associações, empresas e famílias entre as quais existem numerosos e dinâmicos fluxos de comunicação (BORDENAVE, 1983).

É através dos canais formais e informais das comunidades rurais que se processam fenômenos importantes para o desenvolvimento agrícola e pecuário, como a difusão de inovações tecnológicas e sociais, o surgimento de lideranças, os movimentos cooperativistas e, mais recentemente, a defesa coletiva da ecologia e o movimento participativo do povo rural na vida da nação.

Segundo BORDENAVE (1983), a comunicação no meio rural desenvolveu-se de forma diferente do que ocorre na cidade. Devido à dificuldade de comunicação, os homens do campo nem sempre conseguem articular seus problemas comuns e reivindicar soluções. Nisto estão em desvantagem com a população urbana, melhor dotada de canais de comunicação.

Em relação ao acesso à informações, PINO (Artigo: *Inclusão ou Ex-*



*clusão Digital na Agricultura?*, 2005), afirma que o setor agrícola sofre dois tipos de exclusão: o primeiro refere-se à geração de informação; o segundo, a sua transmissão e utilização, pois o acesso às estatísticas agrícolas cada vez mais é feito de modo eletrônico, utilizando-se computadores conectados à Internet.

Essa tecnologia não está acessível a todos, principalmente nas regiões rurais mais pobres. Pesquisa realizada pela Embrapa Suínos e Aves, que objetivou traçar o perfil do suinocultor e avicultor do Sul do Brasil e os canais por ele utilizados, comprova essa afirmação.

A pesquisa, realizada em 2005, envolveu avicultores e suinocultores avicultores de base familiar, dos três estados do Sul do Brasil: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Segundo a pesquisa, esses produtores são formados, em sua maioria por pessoas do sexo masculino (91,12%) e possuem idade entre 20 e 40 anos (54,07%). O nível de escolaridade predominante é o fundamental, com 67,62% dos entrevistados. A suinocultura é a atividade predominante, com 66,5% da amostragem, sendo que a maioria desses suinocultores trabalha em sistema de integração com empresa privada (54,07%).

A maioria desses produtores possui os meios básicos de acesso às informações como rádio (95,67%), televisão (95,22%), telefone (74,94%), jornais (38,95%), entre outros. A Internet porém, é uma tecnologia de informação que ainda não está disseminada entre este público, ou seja, apenas 10,02% dos produtores entrevistados possuem Internet em suas propriedades.

As ferramentas de comunicação mais utilizadas pelos produtores para recebimento de informações agropecuárias são, preferencialmente, a televisão (93,37%), o rádio (88,29%), palestras (66,43%), dias de campo (58,43%), telefone (52,52%) e cursos (49,53%).

Esse resultado demonstra que o produtor rural ainda está bastante arraigado nas formas tradicionais de repasse de informações. Sendo que o contato visual com o gerador ou transmissor da informação é bastante importante para ele.

Essa forma preferencial de recebimento de informações fica ainda mais clara, quando analisamos que o resultado da pesquisa apontou como principais instituições onde o produtor busca informações, a empresa ao qual está integrado (53,30%) e cooperativas (40,32%). Entre as empresas públicas que fornecem este tipo de informação, a Emater é a instituição que apresentou maiores índices (30,72%). Esse resultado possivelmente está ligado ao fato dessa instituição estar presente em dois dos Estados pesquisados: Paraná e Rio Grande do Sul.

Considerando os resultados desta pesquisa, podemos afirmar que,

apesar da Internet ser a ferramenta de Tecnologia da Informação que mais cresce em termos de utilização pelas empresas públicas e privadas ligadas ao meio agropecuário, ela não é eficiente para atingir os produtores de base familiar no Brasil.

Para esse tipo de público, a televisão e o rádio, são os meios de comunicação mais eficazes, assim como boletins técnicos, palestras e dias de campo.

Quem deseja, ou tem necessidade de desenvolver estratégias de comunicação direta com esse segmento de usuário, deverá utilizar-se destes meios como preferenciais. A Internet ainda não é uma ferramenta eficaz de comunicação com produtores, uma vez que os mesmos não possuem acesso à esta tecnologia.

### **1.3 - Comunicação e difusão de inovações**

#### **INOVAÇÃO: DIFUSÃO E ADOÇÃO**

Inovação é uma idéia, procedimento, produto ou serviço que é percebido por um indivíduo como sendo "novo" e significativamente diferente daquilo que existia antes, sendo que novo para ele e não, necessariamente, para outros.

A experiência mostra que a simples existência de uma inovação, mesmo se considerada "boa", não garante sua adoção maciça pelos potenciais usuários; a inovação pode não ser aceita ou, até, ser superada por outra inovação considerada "menos boa". A idéia determinista de "crie um produto melhor e os consumidores virão" não encontra guarida na prática. Isso vale para todos os setores de atividade, inclusive para o setor educacional, seja em seus aspectos pedagógicos, em seus aspectos administrativos e, especialmente, em seus aspectos tecnológicos que, por natureza, são centrados em inovação.

Aqui, chamaremos de "adoção" o início do uso pleno de uma inovação; a "adoção" é a fase final de um processo de decisão conduzido por um indivíduo ou por uma organização; esse processo começa com o conhecimento da existência da inovação e pode resultar numa "adoção" ou numa "não adoção".

A "adoção" ocorre no plano do ator individual e, normalmente, está associada a um processo de "difusão" que ocorre no plano da sociedade.

Definiremos "difusão" como o processo pelo qual uma inovação vai sendo adotada gradativamente por um setor da sociedade; ele vai da divulgação da existência da inovação até sua adoção por usuários e ocorre ao longo de um certo tempo.

O estudo da "adoção" e da "difusão" na área da tecnologia e leva em conta tanto fatores tecnológicos quanto fatores sociais.

## **ADOÇÃO**

Há muitas teorias e modelos de difusão e adoção, mas os mais acatados ainda são aqueles desenvolvidos por Rogers.

### **Critérios**

Para Rogers, a probabilidade de adoção é maior quando a inovação:

- oferece significativa vantagem em relação à situação atual.
- não é demasiado complexa
- apresenta resultados observáveis pelos envolvidos e por outros.
- é compatível com as práticas e valores vigentes.
- pode ser experimentada, podendo ,então, não ser adotada.

A literatura sugere um item adicional:

- conta com apoio para sua adoção (tempo, pessoal, recursos financeiros, apoio político etc.).

### **Etapas do Processo**

Rogers define 5 etapas do processo de adoção:

- conhecimento da existência e compreensão das funções
- desenvolvimento de uma atitude favorável
- avaliação e decisão
- colocação em uso experimental
- adoção sustentada

### **Indivíduos como Adotadores:**

Para Rogers, algumas pessoas têm características que os levam a adotar inovações antes que os demais; ele chama esse pequeno grupo de "inovadores". Depois dos "inovadores", vêm os "adotadores iniciais", a "maioria inicial", a "maioria tardia" e os retardatários.

Importante lembrar que nem sempre os "inovadores" ajudam a difusão da inovação; sua atitude face ao novo, à tecnologia, ao risco e outros pode fazer com que eles sejam percebidos como "diferentes" e, assim, seu segmento social ou organização pode entender que as decisões que eles tomam nem sempre sejam as melhores para os membros tidos como "normais".

### **Adoção e Sistemas Sociais:**

O processo decisório envolvido na adoção de uma inovação por um Sistema Social é influenciada por diversos aspectos de sua cultura como capacidade de absorção, estrutura de poder e outros.

Capacidade de absorção é a capacidade que o sistema tem de identificar, assimilar, adaptar e utilizar o conhecimento existente em

seu meio externo. Parte desse conhecimento é o estoque de oportunidades tecnológicas gerado por fornecedores, concorrentes, clientes, universidades, centros de pesquisa etc. O tratamento dispensado a esse estoque pela cultura da comunidade determina a trajetória tecnológica que ela vai seguir.

A decisão quanto à adoção é afetada pela estrutura de poder existente e pela percepção das alterações que a inovação poderá provocar nessa estrutura o que faz dela um processo político no qual são negociados novos papéis, nova distribuição de recursos e outros possíveis acordos entre atores. Desnecessário, aqui, lembrar que as instituições de ensino não ficam alheias a essa realidade.

É difícil imaginar um processo de adoção de inovação que seja bem sucedido sem uma firme liderança. Duas figuras extremas ganham destaque nesse quadro: aquela do agente de mudança e aquela da autoridade impositiva. O agente de mudança, graças a sua imagem interna, consegue mobilizar o coletivo em favor da mudança enquanto a autoridade impositiva determina a adoção a partir do poder de que está investido. Em qualquer caso, não deve ser esquecida a zona de liberdade de execução de que dispõe cada operador final, o que pode comprometer a continuidade do processo de adoção. Assim, o perfil ideal de líder seria alguém com elevado nível hierárquico que se envolvesse a fundo no processo, dando apoio à inovação e causando a participação dos vários escalões afetados.

Na outra direção, um equívoco freqüente é a referência a uma possível "resistência à mudança" latente pela qual pessoas seriam contra a mudança por ser ela uma mudança. Ninguém é contra uma mudança que o beneficia; as pessoas são contra as mudanças que geram perdas ou criam insegurança. Por isso, qualquer processo de mudança deve incluir negociações quanto a perdas e informações capazes de reduzir incertezas para diminuir o número de envolvidos que se sentem fora de sua zona de conforto.

## **DIFUSÃO**

Além de se preocupar com a adoção, Rogers desenvolveu teorias sobre difusão da inovação que se apóiam nos conceitos de:

- características da inovação
- canais de comunicação
- tempo
- estrutura social

### **Características da Inovação.**

Os principais características de uma inovação que influenciam sua adoção são:

- percepção de sua vantagem relativa em relação àquilo que ela substitui
- sua compatibilidade com as necessidades, experiências e valores existentes
- maior ou menor dificuldade de sua compreensão e uso
- possibilidade de testá-la ou experimentá-la antes de adotá-la
- visibilidade e mensurabilidade de resultados

Assim, é da máxima importância que sejam claramente mostradas as vantagens que a inovação tem sobre o que está em uso e que isso seja feito do ponto dos vários atores envolvidos.

Discussão, análise, informação e treinamento devem buscar o aumento da aderência da inovação aos valores e práticas correntes bem como a redução do grau da complexidade percebida e, com isso, facilitar a compreensão e o uso da inovação

Existe, aqui, uma questão teórica curiosa: oferecer modelos e apoiar usos seria, para alguns, uma forma de cercear a autonomia do indivíduo no uso da inovação. Isso é uma posição extremada já que a experiência mostra que, sem modelos e sem apoio, o indivíduo não usa ou leva um tempo enorme para adotar a inovação. Os fatos mostram que é depois do domínio do uso que vem a fase da busca de novos usos e criação de novos modelos.

### **Canais de Comunicação**

A existência e o uso da inovação têm que chegar ao conhecimento dos potenciais usuários. Uma constatação interessante, nesse processo, é aquela de que a mídia de massa é o canal mais importante para fazer a informação inicial chegar ao público-alvo e que a comunicação interpessoal tem peso maior na fase de avaliação.

De outra parte, a comunicação inicial tende a influenciar mais o grupo de inovadores (2 a 3% do total), fato que deve orientar seu desenho.

### **Tempo**

Mesmo grandes idéias e produtos levam tempo para serem amplamente aceitos e adotados por um segmento da sociedade, o que é característico de toda a mudança social. É raro ver-se uma "massa crítica" de uso surgir rapidamente.

O número de indivíduos ou organizações que adotam uma inovação cresce ao longo do tempo segundo uma curva em forma de S: um período de crescimento lento e gradual é seguido por período de crescimento rápido ao qual se segue uma fase de estabilização que, possivelmente, terminará em declínio.

Note-se que a velocidade de adoção é influenciada pelas características da inovação e pelas características do público-alvo, seja ele pessoa física ou organização (estrutura, tamanho, centralização de poder).

Quem está dentro do processo tem problemas de avaliação em relação ao tempo: de forma geral, a curto prazo, as coisas acontecem mais devagar do que se espera e, a longo prazo, o futuro chega mais depressa do que o previsto.

### **Sistema Social**

As características estruturais dos sistemas sociais que compõem um setor de atividade influenciam fortemente a difusão da inovação. As reações serão diferentes segundo a força de lideranças setoriais, canais de comunicação específicos e interações entre os membros.

### **1.3.1 - A teoria da difusão e adoção de inovações e sua aplicação**

#### **EXTENSÃO RURAL**

- Bases teóricas: teorias de mudança social e de desenvolvimento;
- **Teoria do equilíbrio:** Considera-se que um sistema está em equilíbrio quando as partes que o compõe são compatíveis entre si;
- **Teoria funcionalista-inovadora:** Até 1968. Diz que “a adoção de uma inovação é um processo mental através do qual o indivíduo após ter o primeiro contato, passa para a adoção final de uma inovação”. Base: características psicológicas do indivíduo.
- **Teoria do capital humano:** ABCAR (1965). “As mudanças são visualizadas dentro de uma ótica econômica, quer dizer, se deve capacitar o trabalhador para obter uma resposta, um melhor processo de produção e conseqüentemente, alcançar-se o desenvolvimento”. Base: Modificar atitudes e valores do indivíduo. Trabalha o psicossocial;
- **Teoria produtivista-humanista** :EMBRATER (1975). Transfere-se tecnologia e capacidade gerencial aos grandes e médios produtores. Base: Caráter dualista: produtivista e educador.

#### **Modelo de inovação tecnológica:**

Promover a modernização e o desenvolvimento através da inovação tecnológica.

Características:

- Aumento da produção e da produtividade;
- O extensionista é agente de mudança (ensino e "venda");
- Enfoque: o produto;
- Ausência de trabalho associativo ou grupal;
- Recomendações individualizadas (a propriedade);
- O técnico não exerce influência sobre o "pacote";
- Pesquisa acima da extensão;
- Indicadores: nº de agricultores que adotaram tecnologias;

### Teoria Difusionista;

Cientistas e técnicos → Conhecimento → Informação e tecnologia  
→ produtores

Aumento da produção e produtividade agrícola por via da transformação tecnológica.

- Erradicação de costumes e valores tradicionais;
- Controle social;
- Mediação do Estado;
- Princípio de Comunicação: Emissão – transmissão de mensagem – recepção
- Práticas de marketing e propaganda



Papel do extensionista: - Fomento  
- Educação  
- "Manuseio" adequado dos meios  
de comunicação

### **1.3.2 – Principais métodos e meios na ação comunicativa**

#### **MÉTODOS DE COMUNICAÇÃO EM ATIVIDADES DE EXTENSÃO RURAL**

A extensão rural, em seus vários anos de existência, tem desenvolvido e utilizado uma série de métodos, visando atingir seus objetivos. O extensionista, ao desenvolver um programa, deve utilizar a metodologia em função do objetivo que pretende atingir, do público que irá trabalhar e do assunto que pretende transmitir.

Por vezes, observa-se que um técnico confia plenamente em um método, utilizando-o excessivamente. Este é um erro básico, pois o método é apenas uma ferramenta, utilizada para alcançar um fim desejado.

O método que deveremos empregar deve ser selecionado não somente em função da facilidade com que ele possa ser aplicado pelos extensionistas, mas, como já citamos anteriormente, pela sua adequação ao público, aos objetivos e à mensagem que desejamos transmitir.

Podemos dizer que não há um único, ou melhor, método para transmitir uma mensagem. Existem sim, vários métodos que apresentam vantagens e desvantagens. A combinação destes é, na realidade, o melhor processo a ser utilizado pela extensão rural, pois sendo os métodos bem conduzidos e combinados, proporcionará uma melhor e mais eficiente difusão da tecnologia.

#### **Classificação dos Métodos**

Antes de classificarmos os métodos, devemos definir primeiro o que é metodologia. Metodologia é o estudo e a sistematização dos métodos adaptáveis ao trabalho de extensão rural. Existem diversos critérios para classificar os métodos utilizados pelo extensionista. Destacamos dois deles.

Quanto ao número de pessoas alcançadas:

- individuais
- grupais
- e massais

Quanto ao uso dos métodos:

- simples
- complexos



### **Quanto ao Número de Pessoas Alcançadas**

**Métodos Individuais:** objetivam atender as pessoas individualmente.

A metodologia individual, embora atinja um número bastante reduzido de pessoas, é importante para o extensionista no conhecimento que deve adquirir da comunidade e na confiança que poderá ganhar dos líderes e do público rural, além de ser de grande eficiência no aprendizado.

Os métodos individuais também permitem, através de troca de idéias com produtores, conhecer as condições das populações rurais e das próprias comunidades. Devemos, entretanto, lembrar que os métodos individuais apresentam custos bastante elevados, por isto seu uso deve ser bastante objetivo.

Entre os métodos individuais destacam-se:

#### **Visita:**

- Formal: Visa comunicar ações, convites para reuniões, realização de uma tarefa, assistência técnica, assessoria, ou sensibilização de lideranças e dirigentes.

Deve ser programada com antecedência, prevendo objetivos e assuntos a serem tratados.

- Informal: Visitas de acompanhamento, observação e convívio social.

**Contato:** Pode ser realizado pessoalmente, por telefone ou material impresso. Destina-se a uma comunicação breve e de caráter informal.

**Comunicação:** Deve ser realizada preferencialmente em impressos e destina-se à convites oficiais, convocações, comunicados relevantes e tramites burocráticos.

**Métodos grupais:** são aqueles que visam atingir as pessoas em grupo.

Os métodos grupais proporcionam a troca de idéias entre os extensionistas e o público. Ou seja, através de perguntas e respostas formam-se as opiniões sobre os assuntos discutidos ou apresentados.

A vantagem dos métodos grupais é atingir-se, de uma única vez, um número maior de pessoas, sem que a relação produtor-extensionista sofra entraves.

Os métodos grupais também facilitam a descoberta das lideranças comunitárias, a organização dos produtores e o desenvolvimento das pessoas através de discussões, demonstrações e informações. Possi-

bilitam a troca de experiências, permitem variações de ensinamentos e são os que proporcionam menores custos:

Destacam-se entre os métodos grupais, os seguintes:

- Conferência
- Convenção ou encontro
- Curso
- Dia de campo ou dia especial
- Excursão
- Fórum
- Painei
- Palestra ou preleção
- Reunião prática
- Reunião técnica
- Seminário
- Simpósio

**Reuniões:**

Cinco tipos:

- Reuniões de organização
- Reuniões de planificação
- Reuniões de capacitação
- Reuniões de interesse especial
- Reuniões de comunidade

**Para aumentar a eficácia das reuniões:**

- Planejar a reunião: Programar o tipo de reunião junto aos participantes, nomear coordenador, escolher os convidados, local, dividir as funções.

- Divulgar a reunião: Com antecedência, comunicar o tema, data e hora, local e público convidado, objetivo, programa. O anúncio em periódicos, rádio e cartazes é eficaz.

**Recomendações:**

- Quantidade de público: Adequar ao nível de informação ou decisão

- Personalidade do público: experiência, nível educacional, informações anteriores.

- Meios disponíveis: formação de comissões, palestras, recursos audiovisuais, material impresso.

- Conforto para os participantes

- Programação do tempo: As reuniões devem ser curtas e objetivos, recomenda-se um tempo médio de 1 hora.

**Demonstrações:**

Demonstração de métodos: Ensina-se passo a passo como realizar uma tarefa.

Para aumentar a eficácia da demonstração:

- Definir o objetivo: Ação, condição e critério. Comprovar se a prática é realmente importante, se a população pode segui-la, se existem os equipamentos para conseguir o seu emprego.

- Reunir toda a informação sobre a prática em questão.

- Envolver os participantes na organização e planejamento da demonstração.

- Reunir todo o material necessário

- Planificar a demonstração passo a passo

- Realizar a prática duas ou três vezes antes da demonstração

- Durante a demonstração explicá-la passo a passo

- Fazer com que os participantes realizem as tarefas

- Resumir a importância da prática, suas fases, suas limitações e o equipamento necessário, se possível distribuir material que mostre o procedimento passo a passo

A demonstração de método geralmente antecede a demonstração de resultados

**Demonstração de resultados:**

Indica o que acontece com a adoção de uma prática.

Compara-se uma área com e outra sem a utilização da prática.

**Vantagens da demonstração de resultados:**

- Proporciona uma prova local

- É eficaz para expor um tema novo

- O participante vê o resultado por si mesmo

- Proporciona uma boa fonte de informação para outras ações como reuniões, programas de rádio, novos temas.

- Atinge uma elevada porcentagem da população

- Ajuda a formar dirigentes locais

- Outorga confiança ao extensionista e ao trabalho de extensão

**Para aumentar a eficácia da demonstração de resultados:**

- Definir os objetivos

- Reunir toda a informação necessária

- Envolver dirigentes locais

- Elaborar um plano de trabalho, indicando cada fase e quem se encarregará de cada uma dela.

- Escolher lugares centrais e de fácil acesso

- Visitar os demonstradores, verificar se estão familiarizados com novos métodos, e reunir registros e medidas de resultados.
- Divulgar a demonstração e sensibilizar lideranças
- Visitar e promover reuniões freqüentes na unidade de demonstração
- Levar registros e comparar os resultados com as práticas locais
- Planejar demonstrações complementares

#### **Viagens e excursões:**

Recomendações:

- Definir os objetivos
- Traçar um plano detalhado com sucessão do temas, os locais a serem visitados, cronograma das paradas, guias e hospedagem, transporte, alimentação.
- Percorrer o percurso para verificar o tempo e possíveis obstáculos
- Durante a excursão manter o grupo unido e conduzir o deslocamento, evitar a dispersão, proporcionar comodidade, com sombra e água, se houver necessidade prever alimentação.

#### **Dia de campo:**

Envolve um tema ou método específico e deve seguir as recomendações das viagens e excursões.

#### **Técnicas de dinamização**

São técnicas utilizadas com o fim de dinamizar a participação do público em ações grupais. Cabe ao extensionista assessorar e orientar ao público ao uso da técnica escolhida, procurando envolver todos os participantes do método grupal que está sendo utilizado.

Estas técnicas especiais são chamadas técnicas de dinamização.

São elas:

- Dramatização
- Grupo de cochicho
- Mesa redonda
- Phillips 66 ou fracionamento
- Tempestade de idéias

#### **Métodos massais**

Visam atingir pessoas em massa, isto é, um número indeterminado de pessoas.

Não permitem o contato direto entre o extensionista e seu público, mas apresentam um custo unitário bastante baixo pelo grande número de pessoas atingidas e pela rapidez com que as mensagens

chegam até ao público.

Prestam-se para estimular interesses, criar ansiedade e atrair a atenção.

Destacam-se como métodos massais:

- Rádio
- Televisão
- Jornal
- Carta circular
- Campanha
- Folheto
- Exposição educativa
- Cartaz
- Volante
- Folder

De uma forma geral, os métodos de comunicação à massa servem para formar opinião pública e, até certo ponto, transmitir conhecimentos e técnicas simples e breves. Os de comunicação a grupo prestam-se tanto para ensinar conhecimentos e técnicas de certa complexidade, quanto para formar opinião. E os de comunicação individual, tendo-se em vista o aproveitamento útil do tempo do educador, aplicam-se apenas para o ensinamento de conhecimento e técnicas de maior complexidade.

Verifica-se, portanto, duas escalas de valores: uma decrescente e outra crescente, que simbolizam as vantagens e limitações dos métodos individual, de grupo e de massa. Como o problema do ensino é tanto de ordem qualitativa como quantitativa, é necessário que o extensionista se preocupe com a seleção e o emprego racional dos métodos de acordo com as suas características peculiares.

### **Quanto ao Uso dos Métodos**

#### **Métodos simples**

São aqueles que podem ser usados isoladamente, sejam individuais, grupais ou massais.

#### **Métodos complexos**

São aqueles cuja utilização exige a combinação de outros métodos:

Os principais métodos complexos são:

- Campanha
- Concurso
- Demonstração de resultados
- Ensaio

- Exposição
- Propriedade demonstrativa
- Semana especial
- Unidades demonstrativas
- Unidades de observação

### **AVALIAÇÃO DOS MÉTODOS**

Qualquer atividade desenvolvida pelo extensionista deve ser constantemente avaliada, visando o aprimoramento das ações do dia-a-dia.

No uso dos métodos esta avaliação deve ocorrer sempre, para que as mensagens atinjam o público da melhor forma, permitindo o aprimoramento do uso da metodologia. Esta não é uma avaliação rígida, mas sim uma auto-avaliação por parte de cada técnico, onde ele procurará determinar os pontos fortes e fracos no uso do método e, em função destes últimos, aperfeiçoar a sua ação.

Para que esta avaliação possa realmente surtir efeito, é fundamental o bom conhecimento de cada método, bem como a conscientização, por parte dos extensionsitas, de que cada vez mais devemos aprimorar nossa atividade junto ao público trabalhado. A metodologia é um dos veículos principais para este aprimoramento.

Esta auto-avaliação poderá conter as seguintes perguntas, independente do método utilizado:

- 1- O objetivo a que me propus foi atingido?**
- 2- As pessoas, previamente avisadas, estavam presentes?**
- 3- Procurei observar os progressos havidos em relação ao último contato mantido?**
- 4- Senti dificuldade para explicar algum assunto?**
- 5- Será necessário complementar o assunto tratado, utilizando outro método?**
- 6- O método utilizado foi o mais adequado?**

Existem métodos grupais que exigem auto-avaliação mais específica e onde podemos fazer as seguintes perguntas:

- 1- O tamanho do grupo era o ideal**
- 2- Os horários foram cumpridos?**
- 3- Os custos havidos justificaram-se pelo interesse despertado?**
- 4- O público participou ativamente durante o uso do Método?**
- 5- Houve tempo para a discussão dos assuntos?**
- 6- O roteiro do ensino estava claro?**

## 7- Fiz um bom uso de audiovisuais?

### TERMOS:

**Simpósio:** Reunião de especialistas para discutir vários assuntos relacionados entre si ou vários aspectos de um só assunto. Coleção de opiniões sobre um só assunto.

**Seminário:** Reunião de estudos sobre determinados assuntos com técnica diversa da que se emprega em congressos ou conferências, especialmente caracterizada por debates sobre matéria constante de texto escrito.

Aula de debates sobre textos previamente estudados pelos alunos.

**Colóquio:** Conversação ou palestra entre duas ou mais pessoas.

**Conferência:** Confrontação; Conversação; Colóquio. Reunião de pessoas para discutirem um assunto. Discurso ou preleção em público sobre assunto literário ou científico.

**Congresso:** Reunião de pessoas competentes para discutirem alguma matéria.

**Foro/Fórum:** Lugar onde se faz reuniões públicas e/ou debates públicos.

**Palestra:** Conferência ou discussão sobre tema científico ou literário.

**Painel:** Tipo de reunião para debates de certos assuntos.

## 1.4. Potencialidades e limites da ação difusionista na promoção do desenvolvimento rural sustentável.

### COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO RURAL

A maior parte dos enfoques dados à Educação e à Comunicação toma como base as duas áreas como campos de conhecimento distintos, cada qual com seu próprio referencial e instrumental.

Paulo Freire se referiu explicitamente à comunicação em um trabalho escrito em 1968 para o Instituto de Capacitação e Investigação em Reforma Agrária (ICIRA), no Chile. Freire buscava formular uma crítica às atividades de extensão desenvolvidas pelos agrônomos assim como oferecer um texto-base para a discussão em um grupo disciplinar composto por especialistas ligados ao programa de Reforma Agrária. O ensaio, intitulado Extensão ou Comunicação, constitui uma crítica radical à tradição difusionista seguida pelos estudos de comunicação norte-americanos que, na época, tinham grande penetração na América Latina, sobre a rubrica geral de comunicação e desen-

volvimento. Freire argumenta que a concepção extensionista implica transmissão, transferência, invasão e não comunicação, compreendida como "co-participação de sujeitos no ato de conhecer".

Não é por acaso que Extensão ou Comunicação tenha se constituído em uma das primeiras obras freireanas a alcançar popularidade entre professores e pesquisadores da comunicação, principalmente entre aqueles dedicados ao ensino da comunicação rural. As críticas formuladas por Freire abrem perspectiva para o questionamento do caráter difusionista que vinha pautando a inserção da comunicação rural como disciplina nos currículos de faculdades de comunicação de universidades brasileiras entre os anos 70 e 80. Posteriormente, esse e outros escritos de Paulo Freire, como *Pedagogia do Oprimido* e *Educação como Prática da Liberdade*, vão assumindo relevância para os estudos de comunicação de uma forma mais abrangente.

A concepção freireana de educação é a principal inspiradora de experiências de comunicação alternativa e popular que se desenvolvem no meio urbano vinculadas a movimentos sociais, sindicais e a comunidades eclesiais de base nas décadas de 70 e 80. São as leituras de Freire que abrem caminho para uma outra compreensão do fenômeno da comunicação no âmbito da Igreja Católica no início dos anos 70. Motivados por mudanças propostas pelo Concílio do Vaticano II e pela Conferência de Medellín da Colômbia, especialmente os setores mais progressistas da Igreja, passam a valorizar a utilização dos meios não massivos na evangelização, opção reafirmada, posteriormente, pela III Conferência Episcopal realizada em Puebla, no México.

A necessidade da integração entre comunicação e educação foi defendida por Juan E. Díaz Bordenave, na década de sessenta. Destaca-se um livro do autor sob título *Educação Rural no Terceiro Mundo*, publicado em 1981, quando faz apologia à educação comunicação e enfatiza que são muitos os comunicadores que não percebem que estão educando quando comunicam e há educadores que não sabem comunicar. Faz analogia da necessidade desta integração, comparando esta união com a inseparabilidade de um velho matrimônio camponês.

Bordenave foi, no Brasil, um dos precursores da integração da educação com a comunicação, mas, além disso, trouxe grande contribuição teórica para a construção de uma nova área multidisciplinar no campo da comunicação que foi a Comunicação Rural. Ao focar a combinação dos objetivos da comunicação rural e da Educação Rural, Bordenave chamou a esse entrosamento de comunicação-educação rural.

Atualmente, na América Latina, e em alguns países da Europa, já se consolida a linha de pesquisa e um novo campo epistemológico



evidencia, a importante integração da comunicação/educação. Contribuições teóricas e práticas nesta área foram dadas por Celestin Freinet, Martin Barbero, Guillermo Orozco Gómez, Mário Kaplún e pelos brasileiros como Paulo Freire, Ismar de Oliveira Soares, Adilson Citelli, entre outros.

Ainda não foi possível uma plena integração das duas áreas. De um lado a educação ainda não aproveitou plenamente os conhecimentos da comunicação; por outro lado, para os profissionais da comunicação, cuja atividade vincula-se ao objetivo de informar e de formar opinião, a função educativa não tem sido preocupação de primeira ordem.

Henry Giroux (1983), por sua vez estabelece a relação da educação com a comunicação, ressaltando que em meio à diversidade da produção teórica de um período de 50 anos, a Escola de Frankfurt forneceu valioso insight para o estudo das relações entre teoria e sociedade. Ao fazer isso, estabeleceu o fundamento de um arcabouço dialético que torna possível a compreensão das mediações existentes entre as instituições e as atividades da vida diária, de um lado, e as forças determinantes e lógicas que modelam a totalidade social mais ampla.

No pensamento comunicacional, dialógico e interacionista de Paulo Freire, encontramos que educação é comunicação, é diálogo na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados. Não sendo possível compreender a relação educação e comunicação fora do princípio cognoscitivo e comunicativo. Na publicação do livro *Comunicação ou Extensão?*, na década de setenta, referido no começo deste texto, Freire focaliza os processos comunicacionais que se inserem no agir pedagógico libertador. Fazendo reflexões sobre o trabalho dos extensionistas rurais chamou a atenção do modelo comunicacional subjacente ao modelo pedagógico da ação destes profissionais. Destaca o autor a importância da comunicação na construção do conhecimento que colabora para a autonomia do educando.

Outro enfoque teórico encontra-se no referencial da Escola de Frankfurt e mais precisamente de um membro desta escola foi possível associar idéias que relacionam educação e comunicação. Nas idéias da Ação Comunicativa, de Habermas, neste aporte teórico, podemos destacar que quando os seguintes argumentos: quanto o sujeito se comunica com outro, pela mediação da linguagem, visando ao entendimento mútuo, cada sujeito utiliza-se de pretensões de validade com relação a três tipos de proposição: a) a que se refere ao mundo objetivo das coisas; b) ao mundo social c) ao mundo subjetivo das vivências e emoções.

Na exposição do modelo de comunicação de Habermas, fazemos

a relação com o que ocorre na ação pedagógica, citada por Paulo Freire. O sujeito de Habermas pode ser visto como o professor, o extensionista ou como o aluno, o agricultor, pois em ambos ocorre fenômeno análogo. Quando o educador, o extensionista, organiza mentalmente o que vai ensinar ao aluno, relaciona o material com o mundo objetivo das coisas, ao mundo social e ao mundo subjetivo das vivências e emoções.

Citado por Habermas, o valor da subjetividade vem à baila a ponto de poder se afirmar que esta passa a incorporar a relação dos sujeitos cognoscentes na perspectiva de diálogo, de discursos e interdiscursos, cuja heterogeneidade permite a incorporação de diferentes vozes sociais.

Aponta Manoel Correia (1989) que a complexidade e problemática da vida do campo é bem diferente da vida urbana. Justificando esta afirmativa ele observou a existência de relações sociais peculiares e também relações de trabalho bastante diversificadas.

Todas estas colocações podem ser transportadas para se questionar ainda mais a peculiaridade da educação rural, trazendo à tona a questão da especificidade da área. Manter a identidade e conviver com o universalismo que permeia a sociedade contemporânea numa relação dialética do local com o global, da socialização ou da humanização.

Por outro lado, sobre aprendizagem, os diferentes mecanismos cognitivos que são acionados para que alcancemos a desejada aprendizagem significativa. Os conteúdos e as metodologias para este público devem trazer a articulação de um projeto pedagógico específico e a concepção de sociedade que se deseja construir. Educação aqui, enquanto complexidade e promotora do processo dialético de objetividade e complexidade, se configura como negociação, onde o ideal seria articular a formação para um saber técnico, mas com vistas ao coletivo e para uma ação política de intervenção na realidade, visando à formação do agricultor enquanto cidadão.

O agir educativo baseado no conhecimento do público, e no respeito ao saber trazido por este público, de sua lógica cultural e de produção, conhecimentos trazidos, ecossistemas e identidades locais pode trazer muito mais possibilidades para a promoção de uma aprendizagem efetiva. Como princípio básico estes elementos estruturantes colaboram cognitivamente para que de fato haja um alcance democrático na oportunidade de acesso ao saber e que todas as pessoas sejam atendidas com metodologias adequadas, o que facilitará que de fato aprendam ou que de verdade haja mudança conceitual e significativa.

Parece certo que a educação escolar e a educação que ocorre em

outras práticas sociais fora da escola, têm sido predominantemente apresentada de forma dicotômica. Ou seja, de forma desvinculada: saber escolar e vida. Também de maneira fragmentada onde o saber não é visto em função de um cotidiano ou de uma identidade do grupo assistido.

Algumas iniciativas formativas já unificam este mundo predominantemente direcionado para uma aprendizagem tecnicista e mecânica.

Se por um lado está em pauta a reivindicação de que as atividades de extensão rural tenham bem presente a preocupação com a ação educativa, do outro lado já é premissa básica que os cursos que formam professores para a educação no campo que tenham a perspectiva de uma prática pedagógica que não se limite ao espaço de sala de aula. A idéia é a promoção da formação de um educador para pensar e agir sobre a educação para além dos muros da escola. E mais do que isso que consiga trazer o público não matriculado regularmente na escola, principalmente os agricultores familiares para participarem de um projeto de escola como centro do desenvolvimento local.

As atividades propostas na formação de educadores devem ser coerentes com o pensamento de Paulo Freire quando sustenta que: "A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados".

Outra linha teórica a ser pensada para uma proposta de educação comunicativa e a partir da cultura local, vem de Driver e sua equipe da Universidade de Leeds, Inglaterra (Driver 1986). Baseada nos estudos cognitivistas deste grupo, podemos observar as seguintes recomendações, mesmo que tenha sido originalmente criadas para a didática escolar, podem também nortear as metodologias de intervenção na extensão rural para o desenvolvimento local, são elas:

- a) Identificar as idéias das pessoas e dos grupos sociais e suas próprias perspectivas sobre desenvolvimento e melhoria de vida.
- b) Colocar em questão as referidas idéias mediante contra-exemplo e questionamentos.
- c) Negociação de significados para introdução de novos conceitos e novas possibilidades.
- d) Utilização das novas idéias em outros contextos. O saber em processo de reelaboração.

Tanto Paulo Freire, como Driver, trouxeram grande contribuição para modo de pensar contemporâneo para uma educação que seja significativa. Estas idéias devem ser aprofundadas para torná-las sempre coerentes com o objetivo de gerar a participação, o diálogo e a

valorização da cultura local experienciada. Mesmo porque a cultura local, se não sofresse a intervenção da cultura estranha ao local, já seria considerada significativa e suficientemente útil para a sobrevivência daqueles que naquele contexto vivem.

Ainda do campo teórico da educação, outras referências podem servir de embasamento para as perspectivas de uma didática para o desenvolvimento local. São pertinentes, para associar educação cognitivista, extensão rural, educação rural e desenvolvimento local, outros teóricos como: David Ausubel (1980) com o conceito de aprendizagem significativa; Edgar Morin (1996) com as idéias da Teoria da Complexidade. Para a base das escolhas de estratégias didáticas e metodologias apropriadas para grupos com culturas peculiares, podemos seguir a inspiração das abordagens etnometodológicas. Tais metodologias servem para atendimentos de grupos etnicamente definidos ou com cultura local definida em suas peculiaridades sociais e de interesses baseados nos aspectos de relevância situacional. A participação e o diálogo devem ser igualmente relevantes para práticas educativas com estes diferentes públicos.

Sugestões de roteiro a partir de uma abordagem contemporânea e que vise uma ação educativa na extensão rural para o desenvolvimento local:

1- Adota como princípio que a educação é comunicação na medida em que é o encontro de sujeitos cognoscentes mediatizados pelo mundo cultural de cada sujeito e de um contexto geral mais abrangente (Freire, 1977).

2- Identificar e considerar as idéias das pessoas e dos grupos sociais e suas próprias perspectivas de melhoria de vida e projetos coletivos (Gil Pérez D. & Carvalho, A. M. P. 2000).

3- Valorizar as idéias e ao mesmo tempo colocar em questão as referidas idéias mediante contra-exemplo e questionamentos e na possibilidade de mediação.

4- Negociação de significados para introdução de novos conceitos e novas possibilidades (Gil Pérez D. & Carvalho, A. M. P. 2000).

5- Utilização das novas idéias em outros contextos. O saber em processo de reelaboração (Gil Pérez D. & Carvalho, A. M. P. 2000).

6- Reconhecer o papel do mediador de processos educativos situando-o como autor, co-autor, co-criador e sujeito no processo de gestão do desenvolvimento local significativo (Lima, 2002)

7- Estudar os recursos e as metodologias em experiências onde predomine a busca a parceria, participação e a aprendizagem que seja significativa.

8- Estudar e construir alternativas de uso e reflexão. e valorização da didática que surja a partir do perfil de cada profissional e do uso de

elementos com a peculiaridade local.

Assim, devemos pensar na construção de novas estratégias para uma prática Extensionista com vistas ao projeto de desenvolvimento local sem perder de vista a complexidade educativa e do agir comunicacional, para isso devemos investir com conteúdos significativos na possibilidade de formação de mediadores para projetos educativos.

## UNIDADE II

### Técnicas de apresentação oral e organização de eventos

#### 2.1. Competências do apresentador

##### 2.1.1 Aspectos Psicológicos:

Influência do comunicador na mudança de atitude:

É importante que se forneçam incentivos a fim de que uma pessoa mude de atitude. A atitude desejada deve ser provocada através de incentivos e reforçada para que se incorpore ao repertório comportamental da pessoa.

A comunicação persuasiva deve revestir-se de incentivos capazes de gratificar o receptor da comunicação facilitando a sua adoção.

Credibilidade e competência do comunicador:

- ALTA Credibilidade = mais mudança
- BAIXA credibilidade - com o passar do tempo = mais influência.

**Influência da forma de apresentação da comunicação no fenômeno de mudança de atitude:** a comunicação persuasiva pode ser apresentada de várias formas:

a) argumentos mais importantes em 1º lugar e os menos em 2º lugar:

Técnica da ordem climática – os menos importantes em 1º.

Audiência pouco motivada – mais eficaz argumentos principais antes dos secundários - despertar o interesse para o material.

Audiência sintonizada – ordem dos argumentos em direção ao clímax é mais eficiente.

b) argumentação seguida de conclusão e argumentação deixando a condição implícita.

- A apresentação da conclusão por parte do comunicador torna o objetivo da comunicação mais claro e inequívoco. Por outro lado têm o inconveniente de poder despertar na audiência certos sentimentos negativos em direção ao comunicador.

- Alguns autores verificaram – apresentação da conclusão é mais eficiente quando a audiência é pouco sofisticada intelectual e educacionalmente.

Com audiência sofisticada – a apresentação é no máximo tão eficaz quanto a não apresentação e às vezes pior.

c) apresentação de argumentos exclusivamente a favor do que se pretende ou inclusão também dos argumentos contrários ao que se pretende com a comunicação persuasiva.

Ou seja, comunicação:

- Unilateral – apresenta apenas os argumentos pró e contra um tema.

- Bilateral – apresenta ambos os lados da controvérsia.

Também depende do tipo de audiência:

- Sofisticada – a comunicação Bilateral é mais eficaz.

- Menor nível intelectual – contrário.

Outro fator que interfere no tipo de comunicação é o fato da audiência ser ou não submetida à outra propaganda posteriormente.

Se a audiência é a favor da comunicação apresentador – forma unilateral é mais eficaz que a bilateral.

A bilateral será mais eficaz que a unilateral quando a audiência é exposta futuramente à contra propaganda.

d) apresentação de uma posição muito distante da originariamente mantida pelo receptor da comunicação e apresentação de uma posição apenas um pouco diferente da sustentada pelo receptor:

Ou seja, a quantidade de mudança tentada.

- Comunicador ALTA credibilidade = quanto mais mudança tentada mais a conseguida.

- Comunicador BAIXA credibilidade = contrário.

Depende da posição de aceitação ou rejeição da audiência.

e) apelo a argumentos da natureza emocional ou apresentação apenas de argumentos racionais:

Uma comunicação de natureza emocional pode despertar mais atenção ao conteúdo da comunicação, pode motivar mais em entender a essência da comunicação e pode facilitar a aceitação das conclusões.

Tipo de audiência também interfere – quando a audiência é menos sofisticada – Argumentos emocionais surtem melhores resultados.

f) apelo a argumentos suscitadores de modo ou exclusão deste tipo de argumentação.

#### **Influência do tipo de audiência**

a) Personalidade do receptor da comunicação persuasiva:

- auto-estima – quanto maior auto-estima menos suscetível de influência.

- autoritarismo – pessoas autoritárias são altamente influenciáveis por comunicadores de prestígio.

- isolamento social – conduz a uma maior dependência de aprovação por parte dos outros – maior suscetibilidade à influência.

- maior ou menor riqueza de fantasias – pessoas mais propensas a fantasias são mais persuasíveis.

- sexo – pessoas do sexo feminino são pouco mais persuasíveis.

- tipo de orientação vital – pessoas com valores mais compatíveis com adaptação e conformidade são mais persuasíveis. Do que aquelas que valorizam a independência e padrões pessoais.

b) Filiação a grupos sociais e suscetibilidade à influência:

- Quanto mais identificado com um grupo o receptor da comunicação está, menos influenciado ele é por uma comunicação contrária às normas do grupo.

### **2.1.2 Aspectos da linguagem:**

Na abordagem funcional o Conceito de Comunicação está relacionado com o de GRUPO, de ASSOCIAÇÃO, de SOCIEDADE – Para a existência de um sistema social ou de grupo social ou de grupo é essencial A COMUNICAÇÃO.

A comunicação não se dá apenas pela fala, somos capazes de transmitir nossos sentimentos por gestos, expressões fisionômicas, por sinais ou outras reações.

A comunicação serve para que as pessoas se relacionem entre si, transformando-se mutuamente e a realidade que os rodeia. As pessoas compartilham experiências, idéias e sentimentos – influenciam-se mutuamente e modificam a realidade onde estão inseridas

#### **Funções da Comunicação:**

Função Instrumental – satisfazer necessidades materiais ou espirituais.

Função Informativa – apresentar nova informação.

Função Regulatória– controlar o comportamento de outros.

Função Interacional – relacionar-se com outras pessoas.

Função de Expressão Pessoal – identificar e expressar o “eu”.

Função Explicativa– explorar o mundo dentro e fora da pessoa.

Função Imaginativa– criar um mundo próprio de fantasia e beleza.

#### **Elementos da Comunicação**

Uma REALIDADE – na qual a comunicação se realiza

INERLOCUTORES - Pessoas que partilham alguma coisa – conhecimentos, emoções.



A MENSAGEM ou CONTEÚDOS que são coisas que se deseja compartilhar .

FORMA como a mensagem se apresenta: as palavras, os gestos, olhares, movimentos do corpo.

As FORMAS que representam as idéias e as emoções – Signos

Conjuntos organizados de Signos – Códigos

Os MEIOS que os interlocutores utilizam para levar suas palavras ou seus gestos ou seus gestos às outras pessoas

### **Fases do Processo**

A Pulsação Vital: na dinâmica interna da pessoa se encontram : pensamentos, lembranças, novas sensações e percepções, desejos e necessidades.

Interação: a pessoa necessita entrar em interação com o meio ambiente (físico e social)

Seleção: a pessoa seleciona alguns elementos que deseja compartilhar com outras pessoas. Provocada por estímulos que vêm de fora – ou pela decisão da própria pessoa de refletir sobre alguns elementos

Percepção: a pessoa percebe os estímulos externos e “sente” a realidade que o rodeia– Visão, Paladar, Tato, Olfato, Audição.

A Decodificação: a pessoa tem que determinar o que os signos representam – a que que código pertencem.

A Interpretação: compreender não apenas o que cada palavra significa – o que a MENSAGEM inteira pretende dizer.

A Incorporação: mensagem interpretada de maneira que a pessoa não se considera ameaçada – sistema de idéias, valores e sentimentos. A mensagem é incorporada ao Repertório ou Acervo.

A Reação: resultados da incorporação na dinâmica mental do receptor.

### **Processo Comunicação Rural**

1- O COMUNICADOR: Dá origem a iniciativa: o impulso físico e intelectual para por em prática o processo da Comunicação e mantê-lo em atividade

2- O OBJETIVO: O Objetivo ou Meta é o que o Comunicador espera obter com a Comunicação.

Freqüentemente os objetivos não estão definidos claramente, isso dificulta a comunicação ou a torna impossível.

Somente estabelecendo os objetivos, o comunicador pode preparar com eficiência um plano para assegurar o êxito comunicação.

3- O PÚBLICO: Conjunto de pessoas que deve receber e compre-

ender a idéia que o comunicador deseja transmitir.

**Interferências ou Barreiras**

Qualquer coisa que impeça a MENSAGEM de chegar ao PÚBLICO previsto

- Temor , Desconfiança, Inabilidade de captar a idéia ou impedimento.

- O fracasso pode ocorrer quando a idéia transmitida contrária aos costumes crenças do lugar.

- O comunicador parece desinformado, sem interesse, sem sinceridade, sem respeito

**Bons Comunicadores:**

- Antecipam e Previnem se possível a interferência
- Procuram meios para superar os obstáculos.
- Devem prevenir o perigo da interferência e planejar outra alternativa de solução ao problema.

- A atitude diante de seu público influi com freqüência transmissão de idéias.

4- A MENSAGEM: No processo de comunicação é a parte que – se é recebida e aceita pelo público – permitirá ao comunicador alcançar seu objetivo.

- Vários aspectos podem se apresentar no caminho que conduz ao objetivo.

Usualmente é mais eficaz concentrar o esforço em uma só Mensagem do que tratar dos diferentes aspectos do problema ao mesmo tempo.

Fracasso da comunicação pode ser – Multiplicidade das

5- O MEIO: A mensagem deve ser transmitida através de um CANAL– significa o meio que se usa para levar a mensagem ao seu público.

- Uma combinação de meios - aumenta as probabilidades de que a mensagem tenha repercussão.

- A combinação exerce maior influência em cada indivíduo.

- Devido as diferenças entre as pessoas – um meio pode ser válido onde outro falha.

6- O MÉTODO: Modo como o Extensionista transmite sua Mensagem através de um Meio – É o que realmente o público vê, ouve ou faz.

- Modos nos quais poderia ser transmitida a mensagem à mesma reunião de grupo.

### 2.1.3 Aspectos didáticos da apresentação de trabalhos

#### **AS TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS E SEU PAPEL NA AÇÃO COMUNICATIVA**

As tecnologias educacionais têm sido cada dia mais introduzidas no sistema de ensino, embora se saiba que essa não é uma realidade para a maioria da população.

Analizando o emprego das tecnologias educacionais sob a ótica da teoria do agir comunicativo, as observações aqui descritas procuram retratar da maneira mais fidedigna as situações observadas.

Tomando como base o conceito de tecnologias educacionais de Sancho (2001) (SANCHO, J. M. (org.). **Para uma tecnologia educacional**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2001.), que as considera como forma de transmissão de um saber fazer que transforma os indivíduos e o mundo. Para a autora, a simples geração de materiais e equipamentos não pode ser chamada de tecnologia educacional. Isso significa que, da mesma forma que os materiais e equipamentos devem ser constantemente avaliados, as formas de ensino, consideradas também as TEs, devem ser adequadas à realidade. Sendo assim, não basta a utilização de equipamentos e o emprego de técnicas de ensino se não houver, entre docentes e alunos, habilidade para usá-los, e comprometimento com a função social que cada um dos atores tem a desempenhar. Essa é a principal contribuição das tecnologias educacionais mediadas pelo agir comunicativo: gerar no docente e no discente a capacidade de comunicar-se e de assumir posturas críticas em relação ao uso desses meios em sala de aula, buscando novas estratégias educacionais. Desta forma, as tecnologias educacionais deixam de ser apenas instrumentos para transmissão de informações. Por meio do agir comunicativo, podem propiciar a busca de novas descobertas, estimulando a curiosidade discente, despertando sua atenção para novas descobertas.

Se visualizadas em parceria às didáticas e aos métodos de ensino adotados para a construção do conhecimento, as tecnologias educacionais podem favorecer a relação intersubjetiva docente–aluno, como propõe o agir comunicativo. Esse, no uso das TEs, favorece uma relação de confiança entre docente e aluno, a fim de que os pressupostos do agir comunicativo - verdade, veracidade e normatividade - sejam aplicados.

A fim de facilitar a compreensão da análise a partir dos dados, as tecnologias educacionais foram classificadas como utilizáveis e aplicáveis, sendo possível, desta forma, uma divisão didática das mesmas.

**1. Tecnologia educacional utilizável** – equipamentos e materiais empregados no processo educacional de maneira integrada à TE aplicável.

**2. Tecnologia educacional aplicável** – aplicação de teorias e metodologias de ensino ao processo educacional, complementadas pela TE utilizável e permeadas pela ação comunicativa, visando à construção do conhecimento.

#### **Classificação das tecnologias educacionais**

<b>Tecnologia educacional utilizável</b>	<b>Tecnologia educacional aplicável</b>
Retroprojektor – Transparência	Aula expositiva
Quadro de giz	Leitura de texto em sala de aula
<i>Datashow</i>	Apresentação em grupos
Modelos anatômicos	Discussão em grupo
Fotos	Atividades lúdicas
Filme	Estudo dirigido
	Colagem

#### **Tecnologia educacional utilizável**

Quanto a tecnologia educacional utilizável, a mais empregada atualmente é o retroprojektor, seguido do quadro de giz, datashow, entre outros.

#### **Retroprojektor**

Conforme Sancho (2001, p.131), o uso do retroprojektor proporciona a divulgação dos conhecimentos por fonte visual e auditiva. Para a autora, esse tipo de tecnologia exige a utilização de síntese, ou seja, a capacidade de transmitir uma mensagem com interação. Quando isso não ocorre, a apresentação pode “limitar-se a ser uma palestra ilustrada com imagens, amenizada com música de fundo”.

A manutenção do material utilizado é essencial, uma vez que, dependendo da metodologia adotada pelo docente, a tecnologia pode ser essencial para a interação professor e alunos. Cita-se como exemplo um filme a ser analisado e transparências com temas para discussão, entre outros.

Para Sancho (2001), o retroprojektor deixa de ser aproveitado em muitas escolas, embora seja um recurso que oferece ótimos resultados. Apresenta como vantagens o fato de permitir que o professor permaneça de frente para os alunos, podendo ser utilizado em local iluminado e permitir o reaproveitamento das transparências. Suas limitações referem-se à elaboração das transparências, nas quais não se devem utilizar fontes reduzidas ou sinais indecifráveis.

### **Quadro de giz**

Em segundo lugar entre as tecnologias educacionais utilizáveis aparece o quadro de giz. De acordo com Sancho (2001), esse é o meio mais acessível, mais econômico, mais fácil de usar. Como inconveniente, aponta o fato de o docente permanecer de costas para os alunos enquanto faz anotações. No entanto, é funcional para demonstrar, por exemplo, duas linhas de estudo paralelas e para expor conhecimentos que devem ser divididos com os discentes.

### **Computador – *Datashow***

Quanto ao uso do *datashow*, Godoy (2000) (GODOY, A . S. Revendo a aula expositiva. In: Didática do ensino superior: Técnicas e tendências. São Paulo: Pioneira, 2000.) alerta para o fato de que a tecnologia não substitui o professor e não deve ser pensada como única estratégia a ser utilizada. No uso dessas tecnologias educacionais, a idéia central é responsabilizar o aluno por sua aprendizagem, enquanto o professor desempenha o papel de orientador do processo de aprendizagem e não apenas transmissor de informações. A palavra escrita ocupa um lugar de destaque na relação professor–aluno, um vez que se torna meio de comunicação entre eles. O docente orienta o aluno, especifica as etapas a serem cumpridas e os objetivos desejados, avaliando continuamente o desempenho do aluno.

Todavia, Godoy (2000) alerta para o fato de que o computador pode ser utilizado para além de um recurso audiovisual, pois auxilia docentes e alunos em seu aprendizado. Cita como exemplos o uso dessa ferramenta para resolução de simulações e casos que necessitem de trabalho individual ou em grupo, além de ser importante meio de comunicação entre docentes e discentes. Porém, o autor revela algumas limitações quanto ao uso dessa tecnologia, tais como a dificuldade para aquisição. Acrescento a isso, ainda, o perigo do uso do computador como uma tecnologia para repasse de informações desprovidas de reflexão,

Tanto no caso do *datashow* como do retroprojetor, a pouca interferência do docente na utilização dessa TE prejudica o aprendizado, pois os conteúdos, ao invés de serem discutidos e aprofundados, são repassados de forma rápida. A interação entre os ocupantes da sala de aula não ocorre, pois o clima de expectativa não permite. O agir comunicativo mostrou-se distante de ser uma realidade, afinal a comunicação acaba ocorrendo entre os alunos dos grupos, distantes da realidade de trabalho em que a capacidade de comunicação e o entendimento multidisciplinar seria imprescindível.

### **Modelos anatômicos, fotos e filme**

A utilização dos modelos anatômicos, fotos e filmes, possibilitou aprofundar o assunto tratado, assim como a ação comunicativa, de forma bem conduzida pelo docente, pois despertou o interesse e a discussão em sala. Libâneo (1994) afirma que a utilização de modelos para a demonstração, filmes e fotos para ilustração, são meios de representar a realidade, enriquecer a matéria, desenvolvendo a concentração e observação. Bordenave e Pereira (2004, p. 247), complementam dizendo que o uso de “modelos imitativos da realidade, embora simplificados, são muito úteis para estudar as relações entre seus componentes”.

Sancho (2001, p. 140) complementa a idéia ao explicar que o uso de vídeo (filme) é flexível e versátil, permitindo utilizar aparelhos de televisão e exibir em sala iluminada. As dimensões reduzidas da tela são um inconveniente e a projeção em telas gigantes força a escurecer a sala.

Para Sancho (2001, p. 136), deve-se considerar como ideal um ensino usando diversos meios, um ensino no qual todos os meios deveriam ter oportunidade, desde os mais modestos até os mais elaborados: desde o quadro, os mapas e as transparências de retroprojektor até as antenas de satélite de televisão. Ali deveriam ter oportunidade, também, todas as linguagens: desde a palavra falada e escrita até as imagens e sons, passando pelas linguagens matemáticas, gestuais e simbólicas.

### **Tecnologia educacional aplicável**

#### **Aula expositiva**

A aula expositiva ou exposição oral continua sendo uma das tecnologias educacionais aplicáveis mais apreciadas pelos docentes.

É uma exposição do conteúdo, com a participação ativa dos estudantes, cujo conhecimento prévio deve ser considerado e pode ser tomado como ponto de partida. O professor leva os estudantes a questionarem, interpretarem e discutirem o objeto de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade. Deve favorecer análise crítica, resultando na produção de novos conhecimentos. Propõe a superação da passividade e imobilidade intelectual dos estudantes (ANASTASIOU E ALVES, 2004, p.79)

A aula expositiva recebe, segundo Libâneo (1994), muitas críticas pelo fato de não considerar a participação dos alunos. Segundo o autor, esse tipo de tecnologia é válido desde que o professor consiga mobilizar internamente seus alunos para concentrarem-se e pensar. Sua função é explicar o conteúdo quando este é desconhecido ou quando

as idéias dos alunos são insuficientes ou imprecisas. O professor estimula sentimentos, instiga a curiosidade, relata um acontecimento, descreve com vivacidade uma situação real ou faz uma leitura de um texto.

Libâneo (1994, p. 162) alerta que a exposição do professor pode conjugar-se com a exposição do aluno (...). A exposição de relatos ou conhecimentos adquiridos ou de experiências vividas é um exercício útil para desenvolver a relação entre o pensamento e a linguagem, a coordenação de idéias e a sistematização de conhecimentos.

Segundo Libâneo (1994), a aula dialogada ou conversação didática não consiste somente em resposta dos alunos às perguntas do professor. Esse tipo de aula tem um grande valor didático, pois desenvolve nos alunos as habilidades de expressar opiniões, contar experiências, discutir, discordar, escutar, interpretar, além de levá-los a adquirir novos conhecimentos.

Em alguns casos, observa-se que a aula expositiva envolve mais os alunos do que as apresentações de grupo. Quando docente mostra-se acessível aos alunos, preocupa-se com o entendimento destes sobre o assunto.

Godoy (2000) colabora com o tema sobre aula expositiva, apresentando alguns propósitos para sua realização, tais como apresentação de novos assuntos, despertar a motivação, apresentar o programa de ensino, esclarecimento de conceitos e princípios, revisar uma seqüência de aprendizagem ou narrar experiências de cunho pessoal.

A apresentação de uma situação problema, na qual o professor os orienta para uma busca conjunta da solução, é imprescindível para a aula teórica. Para isso, as descobertas dos alunos precisam ser organizadas para serem discutidas, como o uso de imagens que retratem a realidade e estimule a discussão. A partir disso, levantam-se pontos-chave analisados por docente e alunos, sob a luz das teorias e pesquisas existentes sobre o assunto, com o objetivo de buscar soluções para os problemas relacionados (Bordenave e Pereira, 2004).

Como vantagens e limitações da aula expositiva, Godoy (2000) lembra que esse tipo de aula permite a transmissão de muitas informações em espaço curto de tempo; favorece a síntese da explicação sobre um novo campo de conhecimento; é necessária quando existem muitos livros ou poucos sobre o assunto. Quanto às limitações, o autor refere a pouca participação dos alunos, em decorrência da comunicação unilateral; não permitir considerar os diferentes tipos de aprendizagem dos alunos; não considerar o fato de que muitos não possuem conhecimentos prévios; não favorecer o desenvolvimento de análise, síntese e julgamento; pode criar o hábito de os alunos estudarem apenas pelas anotações de classe, não utilizando a bibliografia



indicada.

A cordialidade e o respeito são essenciais na aula dialogada, bem como a possibilidade de questionamento dos alunos, sem que o docente perca “o fio da meada”, durante as intervenções. O docente encaminha as reflexões para processos de crítica e significado (Anastasiou e Alves, 2004). Seguido da aula expositiva, a leitura de textos em sala de aula aparece como a tecnologia educacional aplicável mais utilizada.

### **Leitura de texto**

Quanto a este item, é importante esclarecer que a leitura de um texto não se trata apenas de uma ação mecânica, desarticulada de qualquer objetivo. É preciso atentar para o que recomenda Bagnato (1999, p. 87) “Ao mesmo tempo estudar implica outra forma de ‘ler’. Trata-se de ‘contra-ler’, no sentido de saber questionar o autor, interpretar seus argumentos centrais e refazê-los com mão própria, compreender seu contexto e suas bases teóricas metodológicas, passar por dentro do livro e não pelas orelhas”.

A capacidade de interpretar o texto e sintetizá-lo pode ser desenvolvida pelo hábito de leitura. Se exercitada com orientação e persistência, essa capacidade pode mobilizar o aluno a buscar eficientemente soluções para futuros problemas profissionais.

Segundo Anastasiou e Alves (2004, p. 80), quando o hábito de leitura não estiver interiorizado, ficará mais fácil mobilizar o estudante para textos que se refiram à realidade, em especial ao campo de trabalho futuro. Esses textos iniciais podem ser acrescidos de outros com mais especificidades de linguagem, conteúdos e complexidade da área em estudo.

Ao que parece, os alunos não estão acostumados a realizar leituras, da mesma forma que os docentes não estão acostumados a utilizar leitura para provocar crítica e reflexão. Basta perceber que são raras as observações, nas quais o docente solicita leitura prévia e cobra a interpretação desta.

O texto é um pretexto para ir além, exercitar a dúvida e o diálogo crítico com as diversas leituras, no debate desenvolver os argumentos, mas também a habilidade de ouvir o diferente, o novo; vivenciar experiências concretas com o espírito de um cuidadoso desbravador que observa, que pondera, que toma decisões, que avalia, que refaz, quantas vezes for necessário, estabelecer relações entre a teoria e a prática, saber o significado e a fundamentação daquilo que aprendem, objetivando contextualizar e compreender o significado político e social da formação que estão recebendo, assumindo posturas em relação a este contexto. Garantir espaço para a pesquisa, conhecendo e intervindo



na realidade das instituições de saúde, buscar desenvolver trabalhos partilhados, coletivos na perspectiva da interdisciplinaridade, para dar conta da complexidade e da grande produção de conhecimento, como também, no caso da saúde, prestar uma assistência integral aos indivíduos (BAGNATO, 1999, p.21).

As observações demonstram que, para favorecer a troca de idéias e a curiosidade do grupo, a leitura de texto deve ser cuidadosamente preparada pelo docente, pois esse é um importante recurso para desenvolver a habilidade de crítica e argumentação.

### **Trabalhos e apresentações em grupo**

Este tipo de trabalho consiste na divisão dos alunos em grupos para desenvolver um tema ou temas diferentes. Segundo Libâneo (1994), deve ser usado eventualmente e não será bem sucedido se não houver uma ligação entre preparação, organização e comunicação do conteúdo para a classe. Como sua finalidade é obter a cooperação dos alunos entre si, é preciso que eles estejam familiarizados com o tema, o que exige que a atividade seja precedida de uma exposição dialogada.

Cada grupo deverá contar com um coordenador e as carteiras devem ser arrumadas previamente para evitar a perda de tempo. Ao término do trabalho, um aluno de cada grupo informa à classe os resultados e passa-se, então, a uma conversação dirigida pelo docente. O trabalho em grupo deve desenvolver a capacidade de trabalho coletivo, verbalização, defesa dos pontos de vista e ajuda entre os membros do grupo (Libâneo, 1994).

A observação revela que o bom visual do material utilizado, seja transparência, slide, fotos, gravuras ou mesmo textos, quando utilizados na apresentação dos grupos, podem auxiliar na compreensão do tema, uma vez que desperta o interesse pelo assunto.

Godoy e Cunha (2000) alertam que os trabalhos em grupo devem ser utilizados: para o progresso pedagógico; pela motivação intrínseca; por despertarem a iniciativa dos alunos sobre o que devem aprender. Segundo os autores, nos trabalhos em grupo docentes e alunos trabalham num esforço comum cuja finalidade é a formação, deixando de lado a simples informação; o propósito é a aprendizagem adquirida por meio de debate. Quanto ao docente, seu papel durante o uso dessa tecnologia é indispensável, uma vez que norteará o grupo, permitindo e encorajando perguntas e idéias, mesmo que estas não estejam corretas. Se adotar o sistema de círculo durante as apresentações, deve variar o lugar e estar atento aos alunos próximos de si, os quais podem ficar encabulados. O docente deve transmitir segurança aos grupos de tal modo que estes se sintam à vontade para

contribuir durante a aula. Além disso, é preciso que o docente seja capaz de explicar, questionar, ouvir, responder, resumir e fechar a aula, certificando-se dos progressos alcançados.

Os primeiros grupos a se apresentarem são mais prejudicados pois, nesses casos, era possível observar que poucos ouvem suas experiências. Aqueles que ainda vão se apresentar, passam o tempo todo relendo o que será dito. Em alguns casos, o tempo é curto para que tantos grupos possam se apresentar e menor ainda para que sejam realizados questionamentos ou emitidas opiniões. Não é observada a preocupação com a cópia pois, ao que parece, a preocupação maior é com a apresentação. Talvez seja a hora de rever essa prática e repensar o uso de tecnologias (metodologias) que, conforme se observa, não colaboram com a construção do conhecimento.

Para inovar a prática pedagógica tradicional, Bagnato (1999, p. 22) sugere alguns caminhos, tais como: "trabalhar com a exposição dialogada, com a exposição provocativa, com a problematização do conhecimento, de situações, de estudo de casos, assumindo o compromisso de trabalhar com a inclusão de todos os sujeitos educativos neste processo."

O trabalho com grupos de apresentação pode ser útil, desde que o aluno seja orientado para usar o recurso, bem como tenha cuidado para evitar o excesso de informações durante a apresentação. "Quantidade não é qualidade", portanto não basta planejar a aula, definir o assunto e as tecnologias que serão utilizadas.

Para Anastasiou e Alves (2004), o que caracteriza os trabalhos em grupo é o desenvolvimento inter e intrapessoal, além de objetivos compartilhados, sendo um desafio a conquista da autonomia pelo aluno. O trabalho em grupo permite o autoconhecimento do aluno, de divergências, de adquirir habilidades para sua profissão tendo a universidade como um local de ensaio para erros e acertos.

É preciso perseverança para desenvolver nos alunos um espírito de trabalho em grupo, capaz de buscar resposta a questões levantadas pela curiosidade de cada um, alguns em maior intensidade, outros em menor. Mas, o que importa é a capacidade de construir o conhecimento.

É preciso rever o trabalho realizado em grupo pelo docente. Chama a atenção que os alunos não respondem os questionamentos do docente, nem quando estes são feitos diretamente a alunos específicos. O aluno simplesmente dizia "Eu não sei" e então o docente dá a resposta. Não cabe responsabilizar o docente pelo comportamento dos alunos, pois há que se considerar as características de cada um, embora a dificuldade de interação entre docentes e alunos, em algumas situações, é evidente, pelo comportamento adotado por eles, no

qual o professor fala e o aluno apenas ouve.

A meta nos trabalhos em grupo, segundo Bordenave e Pereira (2004), é favorecer a discussão na qual o papel do professor é orientar o grupo para que alcance suas conclusões, por meio de perguntas, avaliando o desempenho do grupo e vencendo resistências de participação.

Será possível construir o conhecimento? Afinal, este é um momento de exercício profissional, um momento quando se aprenderá que o saber não é limitado, mas que este é construído na troca de opiniões e experiências.

Há a necessidade de reavaliar a utilização das apresentações em grupo pelo docente, pois trata-se de instrumentalizar o aluno, capacitá-lo para aproveitar da melhor maneira possível essa tecnologia, tirar proveito de um momento rico para seu aprimoramento.

É interessante notar que as tentativas mais comuns de “inovar” a didática em sala de aula vão até certo ponto, que é ponto certo: não mexer no formato instrucional. Por exemplo, alguns professores percebem que é mister ler; mandam, então, os alunos “ficharem” livros, reduzindo-se isto, quase sempre, a reproduzir pedaços desconexos. Outros imaginam que é mister melhorar a aula: apelam para subterfúgios variados, eletrônicos, elétricos, sem perceber que estão “incensando defunto”. Há quem também valorize o trabalho de grupo, porque é importante saber trabalhar em equipe. Por conta disso, já fazem tudo em grupo, até mesmo avaliação, evitando que os alunos leiam e elaborem individualmente, como se o “coletivo” detivesse algum poder mágico de aprendizagem (BAGNATO, 1999, p. 86).

Como não há um compartilhar de experiências, o conhecimento acaba não sendo construído, pois fica restrito àquele desenvolvido pelos grupos. A dificuldade dos alunos parece localizar-se no momento de expor idéias e de participar ativamente das discussões com o docente. No caso da coleta de dados em campo prático, isso favorece a autonomia na construção do conhecimento, bem como a reflexão para responder às questões direcionadas pelo docente a cada grupo durante as apresentações, pois faz com que o aluno relacione as informações com a teoria, refletindo sobre elas.

A dificuldade dos alunos parece estar no momento de expor suas idéias e participar ativamente das discussões com o docente. Para Habermas (1989), a relação entre os grupos (sociedade) e a tecnologia possibilita refazer espaços de comunicação para buscar novas formas de linguagens e descobertas. Sendo assim, o docente é um dos responsáveis pela formação de um profissional crítico capaz de refletir sobre a importância do conhecimento para a transformação da realidade social.

É possível perceber quão carente de reflexão é a maioria dos alunos, ficando expostos ao risco da alienação. Esse é um dos maiores desafios para a educação: a capacidade de construir o saber ao invés de repeti-lo.

Manter a atenção e interesse dos discentes pelo tema abordado é um desafio ao docente na condução das aulas, seja qual for a tecnologia adotada. Dessa forma frisa-se que somente a escolha da tecnologia educacional não garante a ação comunicativa, é preciso também empenho a fim de propiciar a interação entre alunos e docentes no processo de construção do conhecimento.

### **Jogos, colagens e estudo dirigido**

O uso de jogos e colagens pelo docente ainda não constitui uma prática freqüente. Para Morais (1994, p. 61), "A adoção de características lúdicas no relacionamento em sala de aula também encontra resistência. Talvez a principal delas seja a crença equivocada de que o brinquedo, o jogo, trazem em si "elementos perturbadores da ordem", levando a atitudes de indisciplina."

O docente pode unir em sua aula várias TEs, tornando a aula dinâmica e interessante. Utilizando-se do quadro de giz e da aula expositiva, além do trabalho em grupo, o docente aproveita aspectos novos surgidos nos grupos para aprofundar o tema, e a ação do profissional. A partir de um jogo, no qual o aluno era incentivado a fechar os olhos e imaginar situações descritas pelo docente, envolve-os no processo de construção do conhecimento e torna a aula atrativa para a maioria dos alunos presentes.

Segundo Bordenave e Pereira (2004, p. 252), "os estudantes que hoje se preparam para o futuro devem ser iniciados em todas estas novas sendas do pensamento, para o qual os professores devem ser "reciclados" e atualizados".

Essa situação revela que a conduta do docente e o clima amistoso são fundamentais no processo de construção do conhecimento, independentemente da TE utilizada ou do assunto abordado. O tempo não fica ocioso, o que contribui para o bom aproveitamento da aula.

No início das atividades de colagem, o docente deve orientar os grupos e determinar um tempo para sua realização. O docente fornece folhas, cola e revistas. Registra no quadro o que deve ser discutido no grupo. Durante os trabalhos, circula entre os alunos e esclarece dúvidas, controlando o tempo determinado. Os alunos mostram-se envolvidos nas discussões sobre o tema e confecção do material solicitado. Passado o tempo estabelecido o docente pede ao representante de cada grupo que fale sobre sua confecção. Após o término das apresentações o docente resgata os objetivos e finalidade do trabalho. Inici,

então, a aula expositiva dialogada, utilizando o material confeccionado pelos grupos, para fazer analogia entre a teoria e prática.

O estudo dirigido é uma prática na qual os alunos possuem um roteiro estabelecido previamente pelo professor. Pode partir de uma leitura de um texto selecionado, na qual deverá utilizar sua criatividade na interpretação e extrapolação de seu conteúdo. As vantagens do estudo dirigido podem ser citadas como um desafio à capacidade de análise do aluno, a organização de idéias na síntese final, além do desenvolvimento da observação e da consciência crítica. As questões realizadas no estudo dirigido devem ser claras, para o exercício do raciocínio e da imaginação. O tempo estabelecido para responder aos questionamentos e concluir o trabalho, auxiliar no desenvolvimento da organização (Bordenave e Pereira, 2004).

Embora interessados no assunto, os alunos não estão acostumados a expressar opiniões e idéias. Apesar disso e do pouco espaço destinado à sua participação, os alunos mostraram-se dispostos a buscar o conhecimento, ultrapassando o que fora exposto em sala de aula nos poucos momentos em que tiveram oportunidade.

#### **USO DE RECURSOS INSTRUCIONAIS:**

##### **a. Álbum Seriado**

É construído a partir do cartaz. A diferença está em que o álbum seriado é completo de vários cartazes, em série.

##### **b. Retroprojektor**

É um recurso audiovisual tradicionalmente utilizado em aulas, palestras, reuniões, convenções, etc. Um dos únicos recursos que permite um contato face-a-face com o grupo o tempo todo.

##### **c. Filme**

É necessário que o tema do filme esteja inserido no contexto do programa do evento, reunião ou apresentação.

##### **d. Flip-Chart**

Utilizado para registrar as idéias básicas do conteúdo a ser apresentado como: roteiros, conceitos, etc., bem como registrar as verbalizações emergentes do grupo.

##### **e. Tarjetas Coloridas**

Tiras de cartolina colorida que contém itens, conceitos ou tópicos essenciais sobre o conteúdo. O facilitador fixa-as em painel a medida que apresenta o tema.

#### **VITALIZADORES**

Os vitalizadores consistem em vivências de técnicas, exercícios estruturados, simulações ou jogos de curta duração e são também chamados de "quebra-gelo" ou "aquecimento".

São aplicados como vivências iniciais em diferentes programas para se obter um clima de descontração grupal; como preparação do grupo para as atividades subseqüentes; para ambientar os participantes; para elevar a motivação do grupo, promovendo mais ação ou relaxamento, de acordo com os objetivos propostos.

#### **CONSIDERAÇÕES NA ESCOLHA DE UM VITALIZADOR**

O facilitador deve estar atento para:

- a. A fase em que o grupo se encontra (inclusão, controle, abertura);
- b. O "encaixe" do vitalizador na programação, isto é, a técnica tem de estar em consonância com a abordagem subseqüente;
- c. As condições existentes ( espaço físico, a idade dos participantes, o vestuário do grupo, características culturais, etc.).

É importante ter sempre à mão um vitalizador "opcional" para o caso de vários participantes já conhecerem a atividade. Para tal, o facilitador deverá identificar, logo de início, quem já vivenciou a técnica. Esses poderão ser observadores ou participar normalmente, contanto que não revelem a chave aos demais.

Os vitalizadores são excelentes recursos para elevar o ânimo do grupo ou obter relaxamento quando o clima estiver 'muito quente. Cabe ao facilitador estar sensibilizado para identificar esses momentos mesmo em meio à programação. Para isso, é recomendável familiarizar-se com vários vitalizadores e aplicá-los em grupos experimentais para se sentir seguro quando da atuação nos grupos.

## **2.2 Organização de eventos**

### **EVENTOS**

Diferentes tipos de Eventos podem ser programados para a comunicação. A escolha deverá recair naquele(s) evento(s) que por suas características mais se adapte(m) às necessidades de capacitação do público-sujeito em cada caso e momento.

Repare-se que é possível montar um evento que contenha as características de duas tipologias ao mesmo tempo (seminário-oficina-curso-oficina, etc.).

Abaixo são identificadas algumas tipologias de Eventos de Capacitação passíveis de se adequarem a esse Componente:

#### **Oficinas**

Define-se a idéia de oficina na medida em que esta é um lugar onde, como diz o dicionário, se exerce um ofício, onde se verificam

transformações e se fazem consertos. Isto é, a idéia de oficina relaciona-se mais diretamente à noção de trabalho, de ofício, de atividade concreta, de fazer para mexer e transformar objetos concretos, históricos.

As oficinas são eventos que buscam resgatar os elementos da realidade vivenciada (experiência acumulada historicamente e a realidade presente), e a partir dela construir novos conceitos e práticas. A Oficina se caracteriza por um espaço de trabalho onde se conjugam a teoria e a prática, a reflexão e o fazer, tendo como resultados a capacitação (novas práticas, comportamentos, habilidades) e "produtos" (diagnósticos, planos, qualidade dos processos e produtos) úteis aos sujeitos envolvidos no processo de capacitação.

As Oficinas são os eventos que, pela sua importância, emprestam sua lógica à Metodologia GESPAR, que é a de gerar no território um "ambiente de oficina".

### **Seminários**

São eventos destinados a discussão e aprofundamento de determinados temas, por exemplo: Cadeia Produtiva dos Lácteos, Economia Solidária, Dinâmica de grupos, etc.

Normalmente conta com a participação de convidados que são especialistas no tema ou com experiência vivencial no assunto.

### **Cursos**

Os Cursos são eventos clássicos em processos de capacitação, com forte carga de conteúdos conceituais.

Os Cursos em geral são focados num tema ou vários temas conexos. contemplam uma série de atividades pedagógicas integradas, como momentos temáticos, trabalhos de grupo, palestras, aulas práticas, etc.

### **Treinamentos**

Os Treinamentos, como o próprio nome sugere, são eventos de capacitação que buscam tornar os participantes aptos e capazes para determinadas tarefas ou atividades. Têm um forte caráter instrumentalizador.

### **Jornadas**

O termo Jornada é definido como "caminho que se faz em um dia" ou "duração do trabalho diário". No contexto da capacitação, quer se expressar a idéia de eventos modulados em blocos (jornadas), com um cunho prático muito forte, onde o aprendizado se dará a partir da realização de tarefas práticas e da experiência dos participantes.



### **Fóruns**

São espaços de discussão de determinados grupos ou segmentos (Agentes de Desenvolvimento Local, Redes de Organizações, Fórum das Instituições parceiras, etc.), que têm um caráter permanente, mas com encontros sistemáticos de curta duração.

São espaços autônomos, onde os participantes são os próprios responsáveis pela coordenação do processo.

### **Reuniões**

São eventos voltados para discussão e encaminhamentos a respeito de assuntos variados. Por exemplo: reunião dos facilitadores para programação de atividades, reunião da equipe local para avaliação do processo, reunião da equipe de assistência técnica para definição do calendário agrícola, etc.

### **Encontros**

Os Encontros são Eventos que reúnem diversos grupos de participantes destinados a promover intercâmbios, discutir temas e apresentar propostas de interesse comum.

### **Painéis**

Destinam-se à exposição de determinados temas, seguida de debate entre os apresentadores (painelistas) e o público participante.

O quadro a seguir apresenta de maneira esquemática as características de cada tipologia de eventos.

<b>TIPO DE EVENTO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>OFICINAS</b>	Predomina carga horária prática Média duração (em torno de 3 dias)
<b>SEMINÁRIOS</b>	Predomina carga horária teórica Média duração (em torno de 3 dias)
<b>CURSOS</b>	Predomina carga horária teórica Longa duração
<b>TREINAMENTOS</b>	Predomina carga horária Longa duração
<b>JORNADAS</b>	Em campo, predomina carga horária prática Curta duração (normalmente 1 dia)
<b>FÓRUNS</b>	Encontros sistemáticos com foco de interesse definido Caráter permanente com eventos de curta duração
<b>REUNIÕES</b>	Discussão e encaminhamentos de assuntos variados Curta duração
<b>ENCONTROS</b>	Intercâmbios, discussões e apresentação de propostas Média duração
<b>PAINÉIS</b>	Caráter expositivo e debate posterior Curta duração



### **REGRAS BÁSICAS PARA PREPARAÇÃO DE UM EVENTO**

1. Estabeleça mecanismo para controlar o medo de falar para grupos de pessoas;

**a) Pense:** você não está sozinho. Grandes personalidades sofrem do mesmo mal;

**b) Lembre-se:** quem vai ouvir tem expectativas positivas;

**c) Tenha certeza:** com a experiência seu medo será menor;

**d) Afirme para si mesmo:** os ouvintes estão ali para ver meu sucesso e não meu fracasso;

**e) Concentre-se no QUE** vai dizer e não **COMO** dizer;

**f) Use válvulas de escape para o nervosismo:** caminhe, tome água, faça alguma piada quando der uma gafe, etc.

2. Defina o Tema seguindo as orientações abaixo:

a) Pesquise a clientela:

- O que já sabem?
- Quais suas expectativas?
- Qual a atitude da clientela frente a você?
- Qual a função de cada um?
- Qual o nível de cultura da clientela?
- São homens? Mulheres? É mista?
- Qual o número de pessoas?

b) Trace os objetivos e defina a logística:

- Finalidade;
- Local;
- Recursos necessários;
- Época de realização e carga-horária.

3. Colete idéias e informações sobre o assunto:

a) Use informações - particulares - para:

- Provar suas idéias;
- Esclarecer seus propósitos;
- Tornar claros os pontos essenciais do assunto.

b) Use grande variedade de informações:

- Exemplos;
- Citações;
- Estatísticas;
- História;
- Definições;
- Comparações;
- Contrastes;
- Meios auxiliares (audiovisuais).

4. Organize seu material da seguinte forma:

a) Prepare uma introdução ao assunto visando:

- Captar a atenção;
- Explicar os objetivos do evento.

b) Decida como vai ser o desenvolvimento de suas ações:

- Pontos principais;
- Ordenação lógica;
- Mecanismo de participação da clientela.

c) Defina a forma de encerrar as atividades do dia, que poderá ser através de vários mecanismos, dentre eles:

- Recapitulação do dia;
- Preparação para o tema subsequente;
- Elaboração de uma tarefa extra horário para o dia seguinte.

d) Siga, de modo geral, estas indicações para a duração diária das atividades:

- 10% do tempo para a introdução do tema e aclimatização do grupo (neste momento você poderá utilizar uma técnica simples para apresentação da clientela ou uma técnica quebra-gelo);
- 80% do tempo para o desenvolvimento das ações;
- 10% para a conclusão.

## UNIDADE III

### Dinâmicas de grupo e relações interpessoais

#### 3.1 – Propósitos e técnicas de dinâmicas de grupo

##### A CONCEPÇÃO PEDAGÓGICA APLICADA AO DESENVOLVIMENTO LOCAL

A concepção pedagógica aplicada ao desenvolvimento local se estrutura sobre a prática, sobre o fazer, sobre uma aprendizagem ativa, na qual as informações e os conteúdos conceituais e metodológicos se originam na realidade concreta do território, das comunidades e das organizações apoiadas. Assim, a aprendizagem é gerada a partir da **reflexão social de dados e informações da realidade**, visando a sua transformação.

A estratégia está focada no "processo de desenvolvimento local" e não no "processo de apoio", pois este está em função daquele. Dar importância a esta diferenciação significa (re)definir a postura dos atores locais e instituições envolvidos, bem como dos facilitadores, e poder ampliar significativamente as possibilidades de alcance dos resultados propostos.

##### A Lógica do Ambiente-Oficina

A lógica da ação é de "gerar" no território um "ambiente de oficina", que facilite a concentração dos interesses dos atores no território, fortalecendo a Gestão Participativa como elemento central de modelos de desenvolvimento mais sustentáveis.

**Ambiente** – Porque busca gerar/criar/ampliar no território um "ambiente" de trabalho, propiciando a formação e articulação de grupos de interesse e a concertação destes na definição dos rumos do processo de desenvolvimento, bem como uma articulação institucional capaz de gerar entorno inovador, dotado das condições básicas para o desenvolvimento. Busca criar, portanto, uma ambiência socioinstitucional promotora e coordenadora do desenvolvimento.

**Oficina** – Porque a estratégia pedagógica utilizada busca resgatar os elementos da realidade vivenciada (experiência acumulada historicamente e a realidade presente), e a partir dela construir novos conceitos e práticas. A oficina, como veremos mais adiante, se caracteriza por um espaço de trabalho onde se conjugam a teoria e a prática, a reflexão e o fazer, tendo como resultados a "capacitação" (novas práticas/comportamentos/habilidades) e "produtos" (diagnósticos/planos/qualidade dos processos e resultados) úteis aos sujeitos en-

volvidos no processo de capacitação.

**Capacitação** – Porque envolve seres humanos, enquanto sujeitos sócio-históricos, protagonistas do seu desenvolvimento, num processo de educação que busca mudar comportamentos, práticas e formar conhecimentos úteis, tornando o ser/sociedade apto a responder, julgar e agir diante dos desafios contemporâneos provocando mudanças no mundo que o faz e o cerca. Sendo o desenvolvimento resultado da ação de homens e mulheres sobre o território, a capacitação é vista como instrumento de mudança social, pois ao provocar mudanças nas estruturas mentais desencadeará mudanças no mundo do trabalho, das organizações e das relações sociais.

Superando as concepções mais correntes que apontam para a hegemonia do Estado ou do mercado na condução do desenvolvimento, ao incorporar a lógica de um Ambiente-Oficina, traz implícita uma concepção que estimula a sociedade civil organizada a surgir com mais protagonismo e, em "articulação" com o estado e o mercado, numa relação de co-responsabilidade, construir um modelo de desenvolvimento mais sustentável.

### **Metodologia de Oficina**

Esta concepção pedagógica transforma os eventos de capacitação em oficinas. As oficinas não são para os participantes um laboratório, na medida em que este conceito pode dar a conotação de um espaço onde há variáveis que vão sendo manipuladas para experimentação. Nas oficinas não se utilizam informações de caráter experimental, mas desenvolvem-se atividades e utilizam-se informações estreitamente ligadas à prática cotidiana e à realidade concreta. Também não é uma simulação, na medida em que não se opera com dados e informações. Imaginemos: não se trata de simular, mas de elaborar e produzir um diagnóstico, um plano de ação de uma comunidade ou organização concreta.

Define-se a idéia de oficina na medida em que esta é um lugar onde, como diz o dicionário, se **exerce um ofício, onde se verificam transformações e se fazem consertos**. Isto é, a idéia de oficina relaciona-se mais diretamente à noção de trabalho, de ofício, de atividade concreta de fazer para mexer e transformar objetos concretos, históricos.

Esta proposta metodológica contempla o caráter interdisciplinar, interinstitucional e intersetorial dos participantes, desde que se concebe como resgate de uma realidade a ser transformada e que se apresenta complexa e heterogênea.

### **O PAPEL DO FACILITADOR**

O facilitador não é aquele que "sabe tudo" que prefere uma conferência seguida da outra, admitindo uma certa participação por parte do grupo. Sua tarefa é **criar um ambiente e condições de trabalho** que facilita o processo de aprendizagem e de conscientização de cada participante internamente. Os meios utilizados para atingir esta finalidade são o desenvolvimento adequado dos exercícios especialmente desenhados, uma certa dinâmica grupal e uma atitude específica do facilitador frente ao grupo.

A atitude do facilitador frente ao grupo é de suma importância e condiciona direta ou indiretamente o "padrão" de interação entre os participantes. Este deve buscar uma integração de todos os membros do grupo. Por suposto, isto não significa fazer participar a todos com a mesma intensidade, senão estabelecer um ambiente amistoso, de igualdade e respeito mútuo que estimula a cada participante a comprometer-se ao ritmo de sua própria personalidade.

**A função do facilitador não é corrigir ou julgar comentários, opiniões e atitudes, mas extrair de cada contribuição algo valioso para o grupo e o tema que se está trabalhando.**

Quais as funções básicas do responsável pela condução de uma experiência de aprendizagem estruturada?

O facilitador deve ser capaz de estimular a curiosidade e interesse do grupo, ao mesmo tempo em que coloca as pessoas à vontade, com uma conduta caracterizada pelo calor humano e camaradagem.

Entretanto, a conduta do facilitador deve **refletir segurança e inspirar confiança**, já que as pessoas necessitam perceber o condutor do processo como alguém que realmente sabe o que está fazendo e onde espera chegar.

### **GUIA PRÁTICO PARA A FACILITAÇÃO DE GRUPOS**

- Não há nada errado em se sentir nervoso antes do início de uma sessão. Isso é normal, às vezes até o ajuda a conseguir uma boa atuação.

- Não há regras de como se conduzir uma sessão, nem sobre o que dizer e o que fazer. Há procedimentos que são recomendados e que podem servir de ponto de partida. Os facilitadores deverão lidar com procedimentos básicos até sentirem-se realmente à vontade. Experimente. Busque coisas que o façam sentir-se bem e que pareçam causar o mesmo efeito no grupo.

- Tenha confiança em que as pessoas corresponderão, participarão e cooperarão. A maioria das pessoas vai às sessões de cursos, porque querem aprender algo ou porque têm interesse.

- Toda regra tem exceções. Algumas pessoas não estão com von-

tade de estar naquele encontro. Não estão convencidas de que as informações tenham algum valor. Podem até tentar usar o encontro para provar isto (elas têm uma "agenda escondida", ou seja, outro propósito). Busque o apoio e a ajuda da maioria. Geralmente, a maioria ficará do seu lado.

- Toda exceção tem exceções. Às vezes você terá um grupo com uma maioria de descontentes. Sua tarefa será a de conduzir o grupo para uma perspectiva positiva. As vezes, até mesmo as melhores técnicas não funcionam, e você tem de confiar apenas em engenhosidade, serenidade e bom senso. Se isto não der certo, não se censure. Simplesmente há momentos em que não se pode mudar as pessoas, pelo motivo de elas próprias não quererem as mudanças.

- Siga sua própria linha. Quando você estiver aprendendo acerca de métodos, pense a respeito de seu próprio estilo e sua própria maneira de abordagem. Todos os instrutores tentam desenvolver seus próprios estilos pessoais, baseados em abordagens de que eles gostam e que lhes caem bem.

- Não espere o pior. Quando você começar a planejar um encontro, terá que antecipar os problemas. Mas não precisa estragar o seu plano com considerações do tipo "Mas se...". Você não pode antecipar o comportamento humano, nem programar os sentimentos humanos. Não importa quantas considerações deste tipo você fizer, sempre haverá algum grupo que fará algo totalmente inesperado.

- Seja flexível. "O homem propõe. Deus dispõe". É importante planejar o programa cuidadosamente. Entretanto, é preciso que você seja sensível com relação às necessidades e aos anseios do grupo. Esteja preparado para atividades alternativas e até mesmo para uma possível mudança do ritmo do programa.

- Seja bom consigo mesmo. A maioria dos instrutores dedicados acaba se tornando fanáticos torcedores de seu próprio trabalho. Adoram falar sobre ele, porque gostam dele. Se você achar que "tem de" fazer uma sessão, considere isso uma oportunidade, e não algo que deverá ser tolerado. E quando você conseguir dar o melhor de si, se auto-parabenize. Se o programa não for perfeito, tente imaginar o que deu errado (Será que foi o grupo ou o assunto abordado?), de modo que, da próxima vez, você estará preparado.

- Torne-se um observador de pessoas. Uma boa maneira de se aprender a respeito de como as pessoas agem em grupo é observá-las em outras situações: no trabalho, em reuniões e outras ocasiões.

- Observe a você mesmo. Quando você próprio for um participante de um programa, certifique-se de que coisas o líder faz que você aprova, o que o incomoda e o que faz as outras pessoas reagirem positivamente. Você pode ler algo sobre tecnologia de treinamentos e

dinâmica de grupos para adquirir sensibilidade com relação a processos grupais. Mas a melhor maneira de se construir as suas "habilidades humanas" é trabalhar junto com os outros e observá-los.

### **3.2 – Barreiras nas relações intergrupais**

#### **AS FASES DE UM GRUPO**

Quando um grupo se estabelece, voluntária ou contingencialmente, cada participante traz consigo necessidades interpessoais específicas até mesmo identificadas.

É recomendável, nesse sentido, que o facilitador de grupos inicie seu trabalho através de um contato com todos os participantes, incluindo a pessoa que está à frente do programa, isto é, quem solicitou a criação daquele grupo em atividade.

Assim, logo no encontro inicial, o facilitador deve proporcionar espaço para que os participantes discutam entre si - e com o facilitador - a validade do trabalho, seus objetivos, quem participa do grupo e porque participa. Esse contato é fundamental, pois dissipa dúvidas, elimina ou reduz sensivelmente as fantasias de perseguição, cria confiança, o que propicia condições de interação, com ganhos profundos nos experimentos emocionais, efetivos e operacionais.

Como participante de um grupo, cada um de nós experimenta necessidades específicas, ainda que em graus diversos. Essas necessidades são identificadas como sendo de **inclusão, controle e abertura**.

#### **INCLUSÃO**

Nesta fase, todo membro novo experimenta a necessidade de se sentir aceito, considerado, integrado, apreciado e valorizado totalmente por aqueles aos quais se junta.

No início de qualquer processo grupal, geralmente há um clima de ansiedade. Os integrantes não sabem o que se espera deles e intimamente se questionam:

- Como serei aceito?
- Quem me aceitará?
- Quem me rejeitará?

O facilitador, por sua vez, preocupa-se com questões referentes a:

- Como será o grupo?
- O grupo será capaz de lidar de forma assertiva com as questões surgidas durante as vivências?

• Conseguirá estabelecer um clima de confiança que favoreça discussões?

É nessa etapa que as pessoas se dão conta se vieram ou não para o "grupo certo". Perscrutam o estilo de vida uns dos outros, o modo de falar e de vestir: questões ligadas ao medo de se revelarem, de reagir frente a uma situação nova, se serão rejeitadas ou não. Enfim, o medo de errar. Fomos educados para acertar sempre e nossa tendência é "não admitir erros".

Essa, portanto, é uma fase muito importante para se estabelecer confiança e o sentimento de pertencer. Em todo grupo onde se estabelece confiança, há um crescimento de estima e confiança pessoal. A escolha das técnicas de apresentação são relevantes e funcionam como uma ponte entre o "**chegar**" e o "**estar incluído**", quebrando a barreira do medo de errar.

• As vivências de integração, proporcionadas no início dos eventos, fornecem ao facilitador dados como:

- perfil do grupo (valores, idéias, expectativas, preferências);
- atitudes e comportamentos individuais produtivos e improdutivos para o trabalho em que poderão ser trabalhados e/ou reforçados no programa;
- indicadores de desempenho específico, flexibilidade, comunicação, iniciativa, criatividade, liderança, etc.

### **CONTROLE**

Aqui o foco do participante dirige-se para a influência, o processo de tomada de decisão entre os membros do grupo, as áreas de poder e autoridade.

Nessa etapa, os participantes já estabeleceram um clima de confiança e passam a adotar comportamentos e atitudes diversos, tais como: pedir ou dar explicações, emitir opiniões, expressar idéias, dar feedback, tentar liderar, cobrar horários, preocupar-se com pontualidade, criar normas, estabelecer limites, etc.

O participante necessita definir, para si mesmo, quais suas responsabilidades no grupo e, também, as de cada um do grupo do qual ele faz parte. Seus questionamentos, para consigo mesmo, são:

- Este grupo está sob controle de quem?
- Quem tem autoridade sobre quem? Em que? Por quê?
- Como são feitas as decisões?
- Que poder tenho eu neste grupo?

### **Condições Favoráveis**

Cabe ao facilitador, a partir de agora, criar condições favoráveis à manutenção de um clima grupal harmonioso e com base na confiança.

Essas condições passam por:

1. Um ambiente que favoreça a participação. Para tal, ele atua



com discrição, deixando o maior espaço possível para as contribuições dos participantes.

2. Condução das atividades de tal forma que possibilite a auto-descoberta e a expressão de necessidades reais. **LEMBRE-SE:** as pessoas interessam-se pelo que há de mais importante no mundo: elas mesmas. O programa, portanto, tem de estar adequado às necessidades e interesse dos participantes.

3. Incentivo às idéias, aos sentimentos e aos pontos de vista de cada um, mesmo que divergentes, demonstrando que todas as contribuições são importantes e apreciadas.

4. Encorajamento a novas tentativas, já que nas atividades vivenciais (jogos, simulações, exercícios estruturados, etc.) o erro acontece a quase todo momento.

5. Processar todas as vivências, oportunizando a expressão dos sentimentos, comentários e discussões sobre falhas e acertos, análises, discussões e conclusões, obtendo lições para o seu dia-a-dia.

#### **ABERTURA**

Uma vez satisfeitas, a inclusão e o controle, os participantes de um grupo sentem a necessidade de experimentar a aproximação com as outras pessoas do grupo, através da amizade e da emoção.

Em toda dinâmica de grupo, os participantes querem, em graus diversos, obter provas de serem totalmente valorizados pelo grupo, não apenas pelo que tem, mas pelo que são.

Aquí aparecem questionamentos íntimos tais como:

- Quem gosta de mim?
- A quem eu considero mais?
- Quais as normas utilizadas pelo grupo para expressar afeição e amizade?

Podem surgir atitudes e comportamentos tanto assertivos como imaturos. Cabe ao facilitador oferecer vivências apropriadas ao momento do grupo, que permitam a expressão da afetividade e o *feedback*.

Se o grupo passou pelas fases anteriores de forma produtiva e num clima de confiança, provavelmente chegará ao final no mesmo clima.

Podemos perceber que os membros de um grupo satisfazem suas próprias necessidades de abertura e as dos outros, quando:

- procuram chegar mais cedo para as reuniões, com o objetivo de conhecer melhor uns aos outros;
- expressam verbalmente o que sentem em relação aos outros (*feedback* amor-verdade);
- apóiam verbalmente o trabalho dos outros, aplaudindo aquilo de

que gostam ou expressando sua apreciação por escrito.

### **CONCLUSÃO**

O comportamento assertivo de um grupo nas três fases descritas, pode ser assegurado em função das atividades oferecidas pelo facilitador.

A escolha das técnicas e exercícios é fundamental para o alcance dos objetivos que se pretende alcançar.

## **3.3 – Relações humanas interpessoais**

### **PSICOLOGIA SOCIAL**

A psicologia social estuda as manifestações comportamentais suscitadas pela interação de uma pessoa com outras pessoas, ou pela mera expectativa de tal interação. Três elementos analisados pela psicologia social são importantes na comunicação: A percepção social, a interdependência e a atitude.

#### **1. Percepção Social**

O processo perceptivo envolve uma série de variáveis que se intertêm entre o momento da estimulação sensorial e a tomada de consciência daquilo que foi responsável pela estimulação sensorial.

Fatores que influem no processo perceptivo:

##### **a) Seletividade Perceptiva:**

Nossos órgãos sensoriais são atingidos por uma variedade de estímulos. Mas só percebemos um subconjunto dos estímulos.

Nas interações humanas a seletividade perceptiva se evidencia numa série de situações.

Ex: percepção de características negativas – pessoas que não gostamos.  
aspectos favoráveis – pessoas que nos agradam.

- “fechar os olhos” aos defeitos dos amigos
- comportamento preconceituoso

##### **b) Experiência prévia e conseqüente disposição para responder:**

Nossas experiências passadas facilitam a percepção de estímulos que anteriormente – entrado em contato.

- palavras conhecidas – mais percebidas
- palavras desconhecidas – menos percebidas

Uso: Utilização em “propaganda” - situações de influência em geral

Estímulos conhecidos são mais facilmente comunicáveis e determinadas disposições a responder podem ser aproveitadas para maior eficácia de uma comunicação persuasiva.

Ex: homem do campo – adotar técnica – com utilização de estímulos Ihe são familiares – facilmente percebíveis.

**c) Condicionamento:**

- recompensar o sujeito quando perceber o vaso branco ou punir quando na situação enxergar o contrário gera o condicionamento – tendência de enxergar vaso branco.

Ex: problemas de comunicação – pessoas de culturas diferentes ou ambientes educacionais - condicionamento anterior que tiveram = percepções distintas.

**d) Fatores Contemporâneos ao fenômeno Perceptivo:**

Certas condições contemporâneas predisõem o organismo a emitir determinadas respostas.

- Fome, pobreza, sede, cansaço podem interferir na percepção do estímulo sensorial.

Ex: um empregado ansioso e com medo de ser despedido vê em comportamentos irrelevantes de seu chefe – sinais de descontentamento e possível demissão.

**2- Dependência e Interdependência:**

- **Dependência Comportamental:** Situações em que o comportamento de uma pessoa é influenciado pelo outro ou de outros – sem influenciar o comportamento destes- Muito raro.

Ex: uma pessoa exercer influência sobre o comportamento de outros sem ser influenciado. Nem mesmo expressões faciais indicadoras de reação ou comportamento.

- **Interdependência:** envolve comportamento recíproco, interação individual.

**- Dependência Social:**

**a) Facilitação Social:**

Influencia sofrida por uma agente quando em presença de outras pessoas. A

presença de outras influencia o comportamento de uma pessoa.

- interferência no Processo de Aprendizagem

Dependência na presença de uma audiência:

- A pessoa é influenciada em seu comportamento pela presença  
- audiência

- Esta influência é no sentido de facilitar a emissão de respostas aprendidas.

- Esta influência é no sentido de dificultar a aprendizagem de novas respostas.

- Características individuais interagem com a variável situacional (presença de outras pessoas) motivando diferentemente as pessoas.

**b) Imitação:**

Dois tipos característicos:

1) imitação de um modelo porque os resultados são atraentes

2) imitação de um modelo a qual se tem maior identificação

**c) Poder Social**

Seis bases fundamentais de poder:

- Poder de informação:

Quando A exerce poder sobre B através de um conteúdo da informação e não pelas características de B. A informação exerce influência.

Ex: Vendedor – vantagens de comprar a mercadoria que é oferecida. Argumentação.

- Poder de coerção:

Quando A exerce influência sobre B através da aplicação de castigos ou punição em B.

Ex: chefe de seção – aplica castigos

- Acaba o poder quando deixa de ser chefe -

- Poder de recompensa:

Quando A exerce poder sobre B – função da capacidade de recompensar.

Ex: pai sobre o filho – através de recompensas - Proporcional.

- Poder legítimo:

Quando o poder é exercido através de tradições, crenças, valores, normas sociais.

Ex: grupo de escoteiros. Poder é dependente da percepção de legitimidade do influenciador.

- Poder de Referência:

Quando A exerce influência sobre B – virtude que B tem como referência A, seja positiva ou negativa.

Ex: os casos de identificação - B emite comportamentos semelhantes espontaneamente ou porque assim deseja (referência).

- Poder de conhecimento:

A tem poder de conhecimento sobre B, então B segue as prescrições de A por aceitar o conhecimento que A tem.

Ex: médico.

**Conseqüências do exercício dos vários tipos de poder:**

- Internalização da influência independentemente do influenciador (poder de informação).

- Internalização da influência dependente do influenciador (poder legítimo; de conhecimento e de referência).

- Dependência apenas pública do agente influenciador sem qualquer internalização da influência exercida (recompensa e coerção).

Ex: Educador – melhor o poder de informação ou de referência dependendo do caso.

Para conduzir à internalização do comportamento desejado.

**3- Atitude**

As atitudes do indivíduo constituem de bons preditores do comportamento.

1ª - O conhecimento das atitudes de uma pessoa em relação a determinados objetos permite que se façam inferências acerca de seu comportamento.

2ª - As atitudes sociais desempenham funções específicas para cada um de nós, ajudando-nos a formar uma idéia mais estável da realidade em que vivemos.

3ª - As atitudes são a base de uma série de situações sociais importantes como as relações de amizade e de conflito.

**Conceito:**

Uma organização duradoura de crenças e cognição em geral, dotada de carga afetiva pró ou contra um objeto social definido, que predispõe a uma ação coerente com as cognições e afetos relativos a esse objeto.

São integradas por três componentes:

- Componente cognitivo:

Para que se tenha uma atitude em relação a um objeto é necessário que se tenha alguma representação cognitiva desse objeto.

Ex: crenças e componentes cognitivos (conhecimento, maneira encarar)

Pessoas com comportamento preconceituoso.

- Componente afetivo:

Definido como sentimento pró ou contra um determinado objeto

social é o único característico das atitudes sociais (para alguns autores).

O componente mais nitidamente característico das atitudes é o afetivo.

As atitudes diferem, por exemplo, das crenças e opiniões, que embora muitas vezes se integrem numa atitude suscitando em afeto positivo ou negativo em relação a um objeto predispondo a ação, não necessariamente impregnadas de conotação afetiva.

Ex: existência de vida fora da terra...

- Componente comportamental:

As atitudes possuem em componente ativo, instigador de comportamentos coerentes com as cognições e os afetos relativos aos objetos atitudinais.

As atitudes humanas são propiciadoras de um estado de prontidão que se, ativado por uma motivação específica, resultará num determinado comportamento.

As atitudes contem - um elemento cognitivo (o objeto tal como conhecida) um elemento afetivo (o objeto como alvo de sentimento pró ou contra), um elemento comportamental (a combinação de cognição e afeto como instigador de comportamentos dadas determinadas situações).

#### **Atitudes x Comportamento:**

As atitudes envolvem o que as pessoas pensam, sentem, e como elas gostariam de se comportar em relação a um objeto atitudinal.

O comportamento não é apenas determinado pela que as pessoas gostariam de fazer mas também pelo que elas pensam que devem fazer isto é, normas sociais, pelo que eles geralmente têm feito, isto é, hábitos, e pelas conseqüências esperadas de seu comportamento.

#### **Atitudes e Valores:**

Valores são categorias gerais dotadas também de componentes cognitivos, afetivos e predisponentes de comportamentos, diferindo das atitudes por sua generalidade.

\* Uns poucos valores podem determinar uma infinidade de atitudes.

Ex: valor religião – atitudes em direção à Deus, Igreja, religião.

Escala padronizada: classificação das pessoas de acordo com os valores...

- Teoria – ênfase em aspectos racionais, críticos, empíricos e busca da verdade.

- Estética – ênfase em harmonia, beleza de formas, simetria.

**Atitudes e Outros Processos Psicológicos:**

a) Atitudes e Percepção:

As atitudes sociais constituem-se como um dos processos psicológicos capazes de distorcer a correspondência entre o estímulo distante e o percepto.

O fato de possuímos determinadas atitudes influencia na nossa maneira de perceber a realidade.

Quanto mais ambíguo for o estímulo, maior será o papel desempenhado pelas atitudes do percebido em sua representação cognitiva.

b) Atitudes e Motivação:

As atitudes constituem elemento indispensável à compreensão do fenômeno psicológico da motivação.

c) Atitudes e Aprendizagem:

As atitudes desempenham papel relevante também no processo de aprendizagem.

Ex: em material coerente com as atitudes de uma pessoa deve ser mais facilmente aprendido que em outro que com elas entre em choque.

**Mudança de Atitude:**

As atitudes são integradas pelos componentes cognitivo, afetivo e comportamental. Uma informação, uma nova experiência ou um novo comportamento emitido em cumprimento a normas sociais, ou outro tipo de agente pode criar um estado de inconsistência, entre os três componentes - resultando numa mudança de atitude.

Ex: rádio e televisão importantes meios de divulgação e penetração.

## UNIDADE IV

### Novas tecnologias da informação

#### 4.1 - Evolução recente das tecnologias de informação

##### **AS NOVAS RURALIDADES: DESENVOLVIMENTO LOCAL E COMUNICAÇÃO RURAL.**

As novas ruralidades podem ser explicadas a partir da constatação de que o mundo, nesses últimos vinte anos, vem passando por transformações sociais, econômicas, políticas e ambientais e de reordenamentos espaciais, cuja origem pode ser encontrada no acelerado processo de desenvolvimento do capitalismo, devido à superação das distâncias físicas/geográficas promovidas pela velocidade dos meios de transportes, construções de rodovias, complexos industriais e turísticos e pela sofisticação dos meios de comunicação e novas tecnologias de equipamentos, implementos e insumos agrícolas.

Conseqüências desse processo, denominado globalização, é a quebra das barreiras espaciais que faz com que o capital ocupe espaços onde a oferta de mão-de-obra, recursos naturais, infra-estrutura, subsídios tenham um menor custo, transformando esses lugares em mercados potenciais para seus produtos.

São nestes lugares – o local – que vão se refletir o caráter intenso da aceleração das mudanças e suas interconexões, porque alteram as culturas locais reorganizando todo o espaço.

Essa é uma das explicações da dissolução da dicotomia entre campo/cidade, rural/urbano. Nesses novos espaços criados, o capital também penetra reordenando, transformando e criando novos espaços e outras relações sociais de produção. Ou seja, o espaço é destruído e homogeneizado no mesmo processo pela velocidade do tempo que trabalha a serviço do capitalismo. (HARVEY, 1989).

Segundo José Graziano da Silva (1997.) essas novas alterações contemporâneas da organização industrial, devido às novas tecnologias trazidas pela industrialização e modernização, também chegaram ao campo promovendo mudanças nas relações sociais e de trabalho. As mudanças trouxeram novos paradigmas que “pressionam novos modos de regulação por parte do Estado que incluem as políticas ambientais de planejamento do uso do solo e da água, de bem-estar social, de desenvolvimento rural etc.”.

Esse autor coloca em discussão que o meio rural brasileiro não mais se caracteriza apenas como agrícola devido às novas tecnologias



de comunicação, transportes, equipamentos, implementos e insumos agrícolas que transformaram as relações sociais e o cotidiano das populações rurais. Para o autor, essa nova fase de modernização do campo, mais excludente que as fases anteriores, torna estratégico a criação de empregos não-agrícolas nas áreas rurais, para impedir o êxodo rural e melhorar a qualidade de vida das populações locais.

O meio rural brasileiro modificou-se ao longo dos últimos vinte anos do ponto de vista espacial e da organização da atividade econômica, o que gerou também uma nova dinâmica populacional. Diante desse novo cenário, Graziano da Silva (1997) defende o termo novo rural para caracterizar o atual espaço agrário no Brasil e afirma que é estratégica a criação de empregos não-agrícolas em áreas rurais, não apenas para impedir o êxodo rural como também para melhorar o padrão de vida dessas populações, por considerar que a modernidade também acabou no campo. Para ele, as novas tecnologias de comunicação e transportes não só acabaram com o isolamento do campo, mas provocaram, também, uma grande alteração no cotidiano e no imaginário das pessoas do campo.

O autor ainda aponta que diversas são as atividades não-agrícolas encontradas no campo. Entre elas destacam-se as agroindústrias, turismo, comércio, indústria, construção de moradia, atividades lúdicas nos sítios de recreios, preservação do meio ambiente, artesanato, as quais poderiam receber incentivos para se desenvolverem, transformando-se em formas de desenvolvimento local.

Pesquisadores identificaram que 25% da população nordestina, que vive no meio rural, está envolvida com atividades consideradas não-agrícolas, e que estas são atividades que exigem baixa qualificação profissional e nível educacional. Assim, orientam que as políticas públicas devam privilegiar, não só as atividades não-agrícolas, mas também os aspectos referentes à educação e qualificação profissional como forma de se promover a melhoria da qualidade de vida dessa população. (CAMPANHOLA, GRAZIANO DA SILVA, 2000).

Dentre as novas políticas que surgem, está a proposta de desenvolvimento local com a criação e implantação de comitês, conselhos ou comissões, responsáveis pela elaboração e gestão de projetos de desenvolvimento municipal, que visam reduzir a pobreza das áreas rurais e promover a inclusão dessas populações no processo produtivo, através da geração de emprego e renda para a melhoria da qualidade de vida.

Os aspectos positivos deste novo modelo poderiam ser objeto de novas políticas públicas, pois com a crise agrícola essas novas atividades rurais ganham importância por propiciarem novas oportunidades para uma população, que já não se pode chamar de agricultores ou

pecuaristas e que, muitas vezes, nem são produtores familiares, uma vez que a maioria dos membros da família está ocupada em outras atividades não-agrícolas e/ou urbanas. O Estado brasileiro nos últimos anos vem passando por um processo reestruturador, se afastando do Estado provedor e se aproximando, cada vez mais, do Estado regulador, facilitador e fiscalizador conforme orienta a política do Banco Mundial.

Esse novo paradigma faz com que o Estado brasileiro redirecione suas orientações no que tange à forma de regulação, obrigando-o a incluir políticas específicas como “as políticas ambientais e de planejamento do uso do solo e da água, de bem-estar social, de desenvolvimento rural etc.

Assim, as propostas das políticas públicas para o meio rural trazem, em alguns casos, essa orientação de descentralização. As populações do meio rural são estimuladas a se organizarem para, em conjunto com a Administração Municipal, participarem das ações que visam promover o desenvolvimento local.

Isto vem ao encontro do que Clayton Campanhola e José Graziano da Silva (2000) afirmam, quando dizem que o local se torna “uma arena”. Neste espaço vem à tona os conflitos, as diferenças e as disputas que existem entre os grupos sociais. Mas são espaços que permitem ao mesmo tempo, “a construção de novas relações sociais que assumem como premissa que os interesses comuns sejam respeitados, discutidos e compartilhados”.

Para esses autores (2000), o desenvolvimento local deve ser um processo que deve partir do local com a efetiva participação popular, privilegiando as necessidades sociais e culturais da população e voltado para a conquista da cidadania, mas que esteja de acordo com a realidade local. Considerando não só o aspecto da busca para se inserir no mercado, mas também privilegiando o uso e a conservação dos recursos naturais. Por outro lado, os autores também reconhecem, que em determinados casos as políticas públicas – crédito, investimento, educação etc. – devam ainda se processar de forma invertida, ou seja, de “cima para baixo”.

Em suas análises, afirmam que a setorização das políticas públicas no Brasil não consideram, por ocasião das suas formulações, as conseqüências no processo de desenvolvimento local. Na sua formulação, as políticas públicas deveriam privilegiar a “orientação intersetorial”. Para esses autores estas políticas que visam extinguir a pobreza do meio rural, podem ser consideradas mais como programas isolados do que realmente como políticas. (CAMPANHOLA e GRAZIANO DA SILVA, 2000).

Antes de ser proposto políticas setorizadas, as políticas públicas

deveriam proporcionar condições mínimas de sobrevivência e qualidade de vida às populações pobres. Para isso, procurariam viabilizar nos municípios pobres a infra-estrutura necessária como os serviços de educação, saúde, saneamento básico, moradia, segurança, renda mínima etc. (CAMPANHOLA e GRAZIANO DA SILVA, 2000).

Diante desse novo cenário em que se configura o espaço agrário, Campanhola e Graziano da Silva (2000) defendem que a pesquisa e a extensão rural deveriam se adequar a esse novo momento. Para isso, devem redirecionar seus objetivos para além da agropecuária e se concentrarem na família rural.

Com este redirecionamento, os extensionistas deverão passar a atuar em conjunto com outros profissionais de diversas áreas do conhecimento, na busca da melhoria da qualidade de vida e da conquista da cidadania das populações do meio rural. Dessa forma, o extensionista deixaria de ser o agente transmissor/instrutor de inovações tecnológicas e passaria a atuar como “agente de mudança, facilitador ou animador” que tem como objetivo promover o “desenvolvimento econômico daquela localidade”. (CAMPANHOLA e GRAZIANO DA SILVA, 2000).

#### **4.2 - Potencialidades e limites das novas tecnologias na promoção do desenvolvimento rural sustentável**

As estratégias governamentais e não governamentais de comunicação para o desenvolvimento rural no Brasil têm se voltado majoritariamente para o contato face a face com as populações rurais, ainda que experiências com programas de rádio, utilização de vídeo e televisão, entre outros veículos, tenham obtido destaque, seja no terreno da Difusão de Inovações, seja na comunicação horizontal ou participativa. Entretanto, diante do avanço das tecnologias eletrônicas e informatizadas e de seu potencial educativo, bem como das modificações que estão sendo operadas no meio rural brasileiro, onde o agrário não é mais sinônimo de agricultor, parece necessário rever não apenas as estratégias de Comunicação Rural utilizadas por essas organizações, mas também o papel da Educação (informal) nesse processo.

Experiências educacionais ancoradas nas novas tecnologias de comunicação e informação (Internet, teleconferência, educação a distância etc.) vêm revelando, em algumas universidades brasileiras, e também no ensino fundamental, aspectos positivos na formação profissional, a qual, muitas vezes, independe do contato face a face entre professores e alunos.

Pensar a Comunicação Rural aliada às novas tecnologias interativas nos remete, quase que necessariamente, às experiências que vêm

sendo desenvolvidas atualmente no âmbito da educação a distância, seus avanços, limites e desafios pedagógicos. A Comunicação Rural - ela mesma educativa, se partirmos do pressuposto paulofreiriano de que educação é diálogo, é reflexão crítica sobre a realidade -, vem postulando nessas duas últimas décadas o caráter horizontal, participativo e educacional da sua ação no espaço agrário latino-americano. Nesse sentido, partimos do texto *"Aprender e ensinar através da videoconferência: percepções e estratégias de alunos e professores num ambiente tecnológico interativo"*, de Dulce Márcia Cruz (1998.), para refletir sobre as possibilidades de uma Comunicação Rural a distância através da interatividade tecnológica.

As experiências de educação a distância vêm se desenvolvendo, segundo Cruz, à medida que as tecnologias vão se modificando. Pelo menos quatro gerações de ensino a distância foram identificadas, segundo ela, por Miller (apud Peacock). A primeira geração diz respeito aos cursos por correspondência e por televisão (em rede aberta). Traz como exemplo o Telecurso de segundo grau e Telecurso 2000. Nestes dois últimos casos, diz ela, não há iteratividade entre "professores" e "alunos": "...a recepção é aberta, sem controle dos telespectadores..."

A segunda geração permanece com a recepção em rede aberta de TV, mas tem como novidade o controle dos telespectadores (interatividade) através de telepostos ou fax. Para Dulce Cruz trata-se de uma possibilidade de interação à luz do que ocorre em sala de aula.

Já na terceira geração, a interatividade adquire melhor qualidade na medida em que o controle sobre o tempo, o lugar e o ritmo de estudo pode ser estabelecido pelo aluno de forma assíncrona. Ou seja, os alunos (ou professor) em cursos via Internet (típicos dessa geração), nos quais são usados conferência computadorizada, e-mail, correio por voz etc., respondem (interagem) com o professor e seus colegas na hora, no lugar e no ritmo que quiserem. Segundo a autora, Miller chama a essa geração de "comunidade de aprendizes".

A quarta e última geração é, para Miller, diz ela, uma espécie de antecipação do que acontecerá "quando os estudantes ganharem acesso direto às bases de dados, vídeo e texto, etc." Tratar-se-á de uma "comunidade de estudiosos", cujas características são, além do controle sobre o tempo, o lugar e o ritmo de estudo, como na terceira geração, a comunicação livre entre colegas e professores e o controle sobre os conteúdos a serem estudados.

Cabe ainda, para uma discussão mais adiante, descrever a geração intermediária - entre a terceira e a quarta geração -, proposta por Dulce Cruz, que ela chama de "tele-aprendizado". Ou seja, trata-se de uma geração

"que permite interatividade em tempo real de imagem, som e dados, refletindo um processo em que

a 'distância' propriamente dita do ensino, deixa de existir como fator fundamental. A instituição ainda controla o tempo e o local dos encontros, mas a confluência de meios de comunicação tradicionais (correios, telefone, fax), eletrônicos assíncronos (Internet, e-mail, conferência computadorizada, etc.) e síncronos (videoconferência, audioconferência, audiográficos) permite uma ampla possibilidade de acesso a professores e alunos, seja de modo individual seja de modo coletivo."

Frente a essas fases de educação a distância descritas por Cruz, é de se perguntar em quais delas a Comunicação Rural, enquanto educação informal, se encontra e que resultados obteve em sua ação no meio rural brasileiro. Pelo que se conhece dos trabalhos desenvolvidos pela Extensão Rural/Comunicação Rural através das organizações governamentais e não governamentais, podemos dizer que essa atividade no meio rural brasileiro vivenciou, e ainda vivencia, de maneira simultânea, as duas primeiras gerações, acima mencionadas.

Como já observamos, a Comunicação Rural tradicionalmente se caracterizou por uma comunicação face a face entre extensionistas (organizações) e agricultores e seus familiares (população rural). Seja na perspectiva da Difusão de Inovações, vertical, persuasiva, seja na perspectiva horizontal ou participativa. São famosos os "dias de campo", as demonstrações, os clubes de jovens, as reuniões, a assistência técnica, as visitas, as celebrações, as CEB (Comunidades Eclesiais de Base), os diagnósticos participativos, a pesquisa-ação, os mutirões, entre outras estratégias de comunicação realizadas por extensionistas governamentais e não governamentais e por laicos e religiosos da Igreja Católica. Portanto, havia, e ainda há, uma interatividade presencial na Comunicação Rural. O que não significa dizer que exista, necessariamente, uma comunicação horizontal nessa interatividade. Os processos verticais de comunicação na Extensão Rural, sobretudo governamental, são por demais conhecidos, cujos resultados foram nefastos para as populações rurais em vários aspectos da sua vida sócio-econômica e política.

É importante retermos essa observação, na medida em que hoje se discute o lugar do receptor nos processos de educação intermediados pelas altas tecnologias de comunicação e informação. Diz Dulce Cruz: "As novas tecnologias da comunicação criam novas relações culturais e desafiam antigos e modernos educadores. Não basta que as escolas sejam instrumentalizadas com computadores e equipamentos de última geração para que se mudem os paradigmas e as concepções de ensino." A autora se refere particularmente à educação bancária criticada por Paulo Freire, que poderá se repetir numa versão *hi-tech*.

No caso da Extensão Rural, essa experiência nos revelou que ampliar e difundir os meios de comunicação, particularmente de massa, tão propalados como saída para o desenvolvimento latino-americano, não surtiram os efeitos desejados.

Fato é que, as ações extensionistas presenciais foram e ainda são, no Brasil, permeadas por comunicação a distância, considerando, principalmente, as experiências com rádio e TV. São exemplares as peças radiofônicas voltadas para o meio rural com ensinamentos e informações sobre assuntos ligados à vida no campo. A interatividade, nesse caso, se estabelece quando os ouvintes enviam cartas à produção do programa. Também estão consolidadas as experiências com rádios comunitárias, com interação permanente com o público ouvinte, na medida em que a comunidade tem ascendência sobre a programação da rádio. Mas, em ambos os casos, não poderemos, talvez, falar de educação, no sentido de que não há, ao que tudo indica, ensinamentos em seqüência veiculados a distância, nem um acompanhamento “institucional” sobre os conteúdos “ministrados”. Noutras palavras, não há na proposta uma preocupação com a gestão educacional. As programações radiofônicas sobre aspectos técnicos da vida no campo são, quando muito, meros reforços às informações levadas pelos extensionistas no contato presencial com os agricultores e suas famílias.

No caso da TV, a interatividade parece se configurar de maneira ainda mais precária. A programação televisiva com temáticas específicas para o meio rural é em canal aberto, do tipo Globo Rural, da Rede Globo de Televisão, veiculado em cadeia nacional. Programas de estilo similar, de alcance regional ou local, são também bastante difundidos no país. A interação dos telespectadores com a produção desses programas é ocasional e ocorre via correios, fone, fax e e-mail. Assim, da mesma forma que as peças radiofônicas, as programações televisivas que se ocupam de “assuntos rurais” parecem não possuir uma proposta educativa no sentido acima referido.

Esses aspectos são, à primeira vista, desestimuladores para uma proposta de Comunicação Rural a distância a partir das novas tecnologias interativas, considerando que as experiências de Comunicação Rural se encontram ainda presas às antigas gerações de comunicação/educação a distância. Somam-se a isso, o rudimentar acesso das populações rurais (em várias regiões brasileiras) às novas tecnologias de comunicação e informação; o alto índice de analfabetismo do meio em questão; a inexistência de eletrificação em várias comunidades rurais do país; os riscos de uma repetição vertical, autoritária, de Comunicação Rural que, apesar do avanço teórico em sentido contrário, ainda “faz escola” em instituições públicas brasileiras. Mas, sobretudo, os desafios pedagógicos sobre o processo de conhecimento numa si-



tuação, como escreve Dulce Cruz, em que “a interação via instrumentos tecnológicos, não são mais pessoas concretas que se comunicam através de seus sentidos, podendo não só olhar e ouvir, mas também cheirar e tocar o outro. As tecnologias exigem que estes fenômenos exteriores passem a necessitar cada vez mais de processos internos.” Ou seja, de signos internalizados, isto é, representações mentais do que compreendemos, por exemplo, por professor, extensionista, aluno, agricultor, pescador, sala de aula, livro, trator, terra, água, planta etc. Nesse sentido, é de se perguntar se a Comunicação Rural está teoricamente estruturada para enfrentar tamanho desafio? Com certeza, não!

Entretanto, a proposta de se discutir Comunicação Rural a distância em um formato de interatividade tecnológica parte de pelo menos três aspectos colocados na atualidade, os quais, ao nosso ver, não podem mais ser ignorados. Em primeiro lugar, do ponto de vista teórico, a Comunicação Rural já acordou para os novos tempos, no sentido de que vivemos em uma sociedade estruturada pelas tecnologias de comunicação e informação, e estas, de alguma forma, estão transformando o modo de vida no campo. Alguns pesquisadores da Comunicação Rural vêm se dedicando a uma corrente de estudo intitulada de Comunicação Rural e Era Tecnológica, cujo objetivo é repensar conceitos e estruturas teóricas dessa especialidade da Teoria da Comunicação, a partir dos impactos das novas tecnologias de comunicação e informação no espaço agrário.

Em segundo lugar, a eletrificação rural no Brasil vem ampliando sua rede de serviço. Portanto, a inexistência desse serviço em várias regiões do país não pode mais ser apontada, com a mesma ênfase do passado, como um dos impedimentos básicos às populações pobres terem acesso às novas tecnologias de telecomunicação. Esse aspecto abre um leque de possibilidades de consumo (material e simbólico) para as populações rurais, seja para o trabalho (agrícola ou não), seja para o lazer.

E, finalmente, por que é inegável o potencial educativo das novas tecnologias de comunicação e informação, na medida em que permite às populações economicamente desfavorecidas terem maior acesso ao conhecimento, particularmente através das tecnologias interativas no ensino a distância.

É nesse sentido que uma proposta de Comunicação Rural a distância ampliaria substancialmente o acesso dessa população ao conhecimento produzido na Universidade, possibilitando vários níveis de formação. Desde a formação para o trabalho até ao nível superior - portanto extrapolando os limites da Comunicação Rural - passando por treinamentos e acesso individualizado às informações. Uma pro-

posta nessa direção poderia ser preparada na perspectiva da “teleaprendizagem”, sugerida por Dulce Cruz, como já abordamos. Ou seja, cursos estruturados através de aulas por videoconferência, nos quais as tecnologias tradicionais de comunicação não são abandonadas. Podendo ser realizados também num formato semipresencial.

Uma proposta dessa natureza exige, evidentemente, enfrentar vários desafios, alguns deles já apontados. Além da exigência de todo um aparato tecnológico e sua adequação ao projeto, há que se preparar profissionais na Universidade capazes de lidar com esse formato de Comunicação Rural/Educação a distância. Existe uma espécie de crença de que basta montar um “laboratório” de teleconferência para que o professor realize sua “performance” a bom termo, com resultados positivos no terreno do ensino-aprendizagem. Sabemos que a montagem de um curso a distância com uso de interatividade tecnológica exige no mínimo a participação de trinta profissionais habilitados. Por outro lado, sinalizamos as dificuldades que deverão ser enfrentadas no âmbito pedagógico e comunicacional quando o ensino deixa de ser presencial para se tornar virtual.

Portanto, quando nos propomos discutir uma Comunicação Rural a distância, estamos pensando, sim, na tecnologia a ser empregada e nas habilidades dos professores, mas, sobretudo, na comunicação, particularmente no que diz respeito ao receptor. Se ainda estamos em fase de iniciação da pesquisa empírica nos estudos de recepção pela via das “mediações culturais”, desenvolvidas principalmente por Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez, que diremos dos estudos de comunicação e novas tecnologias que ainda tateiam, por assim dizer, os seus aportes teóricos e metodológicos. Concordamos com Maria Leoneire da Costa Oliveria quando diz que “para além das novas tecnologias estão as táticas que os receptores desenvolvem visando adequar-se ou não a este novo meio de comunicação.” São essas táticas, talvez, o nosso maior desafio.



## **BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA**

ANASTASIOU, L.G.C & ALVES, L.P. (Org). Processos de ensinagem na universidade. **Pressupostos para as estratégias de trabalho em aula**. 3 ed. Joinville, SC: UNIVILLE, 2004.

BAGNATO, M. H. **Formação crítica dos professores da área de Enfermagem**. Texto e Contexto Enfermagem. v. 8, n. 1, jan./abr. 1999, p.31-42

BORDENAVE, J. D. **O que é comunicação**. 23ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 1999.

BORDENAVE, J. D. **O que é comunicação rural?**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BORDENAVE, J. D.; CARVALHO, H. M. de **Comunicação e Planejamento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

BORDENAVE, J.D. & PEREIRA, A.M. **Estratégias de ensino aprendizagem**. 25ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

BUARQUE, S. C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável: Metodologias de planejamento**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

CAMPANHOLA, Clayton. GRAZIANO DA SILVA, José. (Org.). Diretrizes de políticas públicas para o novo rural brasileiro: incorporando a noção de desenvolvimento local. In: O novo rural brasileiro: políticas públicas. São Paulo: EMBRAPA, 2000

CRUZ, Dulce Márcia. *Aprender e ensinar através da videoconferência: percepções e estratégias de alunos e professores num ambiente tecnológico interativo*. Anais do I Congresso Internacional sobre Comunicação e Educação. São Paulo, 1998. CD-Rom.),

FASE. **Como organizar um seminário**. Rio de Janeiro: FASE-ASPTA, 1989.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação ?** 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

FRITZEN, Silvino José. **Relações humanas interpessoais: nas convivências grupais e comunitárias**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1992. 147 p.

FRITZEN, Silvino José. **Exercícios práticos de dinâmicas de grupo**. 20.

ed. Petrópolis: Vozes, 1994. v.1. 85 p. Coleção em 2v.

FONSECA, M. T. L. Da. **A extensão rural no Brasil**, um projeto educativo para o capital. São Paulo: Loyola, 1985.

FROELICH, J. M.; DIESEL, V.(Orgs.). **Espaço Rural e Desenvolvimento Regional**. Ijuí: EDUNIJUÍ, 2004.

FROLDI, A. S. e O'Neal, H. F. **Comunicação verbal** – um guia prático para você falar em público. São Paulo: Pioneira, 2000.

GODOY, A. S. Revendo a aula expositiva. In: **Didática do ensino superior: Técnicas e tendências**. São Paulo: Pioneira, 2000.

GRAZIANO DA SILVA, J. **O novo rural brasileiro**. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v. 7. p. 43-81, maio 1997.)

GUIJT, I. **Monitoramento participativo: conceitos e ferramentas práticas para a agricultura sustentável**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 1999.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. 3. ed. São Paulo: Loyola: 1989.).

KRAPPIZ, U; ULLRICH, G. J.; SOUZA, J. P. de. **Enfoque participativo para o trabalho em grupos: conceitos básicos e um estudo de caso**. Recife: ASSOCENE, 1988.

LIBÂNEO, J.C. **Didática**. São Paulo: Cortez, 1994.

OLINGER, G. **Métodos de Extensão Rural**. Florianópolis: EPAGRI, 2001.

PEIXOTO, B. **Redação na vida profissional**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

POLITO, R. **Vença o medo de falar em público**. Rio de Janeiro: Saraiva, 1999.

QUEDA, O. **A Extensão Rural no Brasil: da anunciação ao milagre da modernização agrícola**. 1987. 201f. Tese (Livre Docência) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” – Universidade de São Paulo, Piracicaba, SP.

QUESADA, G. **Comunicação e comunidade: mitos da mudança social**. São Paulo: Loyola, 1980.

ROGERS, E. M. **Elementos del cambio social en America Latina**: Difu-

sion de innovaciones. Bogotá: Ediciones Tercer Mundo, 1966.

STOCK, S. **Fale sem medo**. Porto Alegre: AGE, 2001.

VELA, Jesús Andrés. **Técnicas e práticas das relações**: a experiência vivencial da dinâmica de grupos. São Paulo: Loyola, 1975. 295 p.