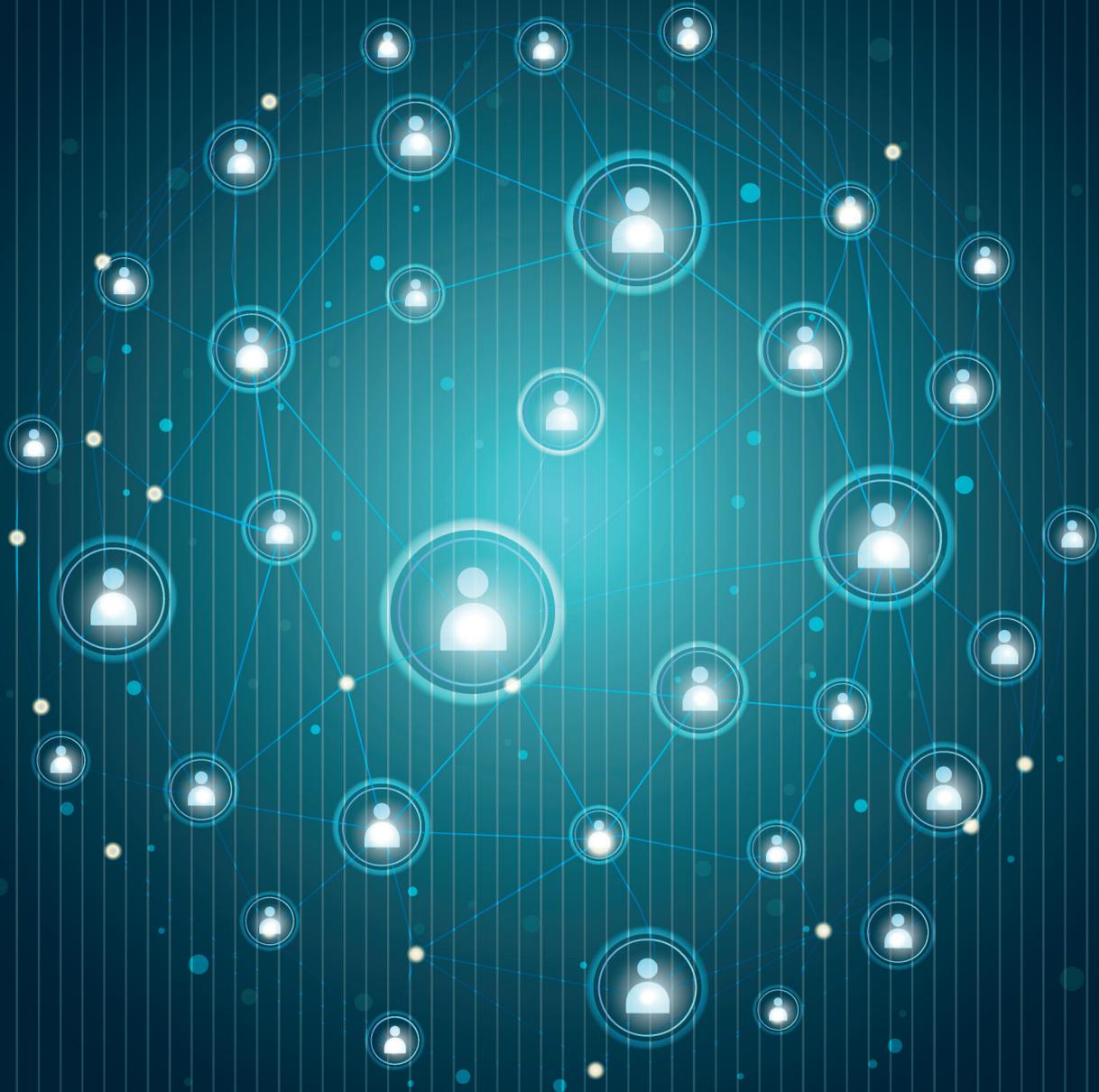


MEXPAR 4.0

METODOLOGIA PARTICIPATIVA DE EXTENSÃO RURAL



ATER DIGITAL CONECTANDO PESSOAS

EMATER
Minas Gerais

AGRICULTURA,
PECUÁRIA E
ABASTECIMENTO



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

MEXPAR 4.0: ATER DIGITAL CONECTANDO PESSOAS

Belo Horizonte – MG
Julho de 2020

SUMÁRIO

Apresentação	4
1. Introdução	6
2. Objetivo	8
3. A Metodologia Participativa de Extensão Rural – Mexpar e as ferramentas digitais: princípios e convergências	9
4. Algumas considerações sobre ferramentas digitais aplicadas à Ater	13
5. Ferramentas digitais aplicadas aos serviços de Ater	15
5.1 Aplicativos multiplataforma de mensagens instantâneas com chamadas de áudio e vídeo	16
5.1.1 Conversa de pessoa a pessoa via WhatsApp: comunicação com outra pessoa da lista de contatos via texto, áudio ou vídeo.	17
5.2 – Comercialização virtual	20
5.3 – Live	22
5.4 – Videoconferência.....	24
5.5 – Vídeo informativo	26
5.6 – Webinar.....	31
6. A comunicação como ferramenta de extensão	35
7. Considerações finais	44
8. Referências bibliográficas	45
9. Ficha Técnica.....	47

APRESENTAÇÃO

Caro colega extensionista:

Vivemos novos tempos na agricultura brasileira e mundial. E as mudanças que impactam o ambiente rural vão muito além de uma passagem dos processos analógicos para o digital. Dizem respeito, também, a mudanças de comportamentos, à reestruturação de processos produtivos e de gestão do negócio.

Nessa nova era do Agro 4.0, é cada vez mais abrangente o emprego de tecnologias que envolvem a agricultura e pecuária de precisão, a automação e a robótica agrícola, além de técnicas de *big data*, e a internet das coisas. E, com isso, vários sistemas de acompanhamento, monitoramento, previsão de safras, dentre outros, estão sendo incorporados de forma rápida ao cotidiano dos agricultores familiares, demais produtores rurais e extensionistas.

Pesquisas recentes realizadas pelo IBGE (2017) evidenciam o quanto a conectividade faz parte do cotidiano dos agricultores familiares, suas formas associativas, demais produtores rurais e outros agentes sociais, em especial pela significativa ampliação do uso de dispositivos móveis no espaço rural, os quais se confirmam como porta de entrada para a incorporação de soluções tecnológicas com rapidez e eficiência.

A Emater-MG, atenta a essas mudanças, tem estimulado a qualificação da sua equipe e orientado a incorporação de ferramentas digitais à Metodologia Participativa de Extensão Rural – Mexpar, como importante estratégia para dar mais agilidade aos processos de comunicação entre os extensionistas e o público da Ater. E, dessa forma, atuar em favor do processo de inclusão digital dos agricultores familiares e suas organizações, assim como dos demais produtores rurais.

Nessa perspectiva, unindo a Mexpar às tecnologias de informação e acolhendo um conjunto de ferramentas e recursos tecnológicos integrados ao agro, queremos assegurar a presença da Emater-MG no campo, de forma conectada

com as demandas atuais que exigem soluções inovadoras. E, desse modo, otimizar o desenvolvimento agropecuário e de bem-estar social nos municípios, oferecendo aos agricultores, às suas famílias, suas formas organizativas e aos demais produtores rurais assistência técnica de qualidade, utilizando tecnologias de comunicação e informação disponíveis e acessíveis.

Acreditamos que essas ferramentas vão adquirir dinamismo e relevância próprias no trabalho de cada um de vocês, quanto maior for a contribuição para o seu aprimoramento e inovação permanente. Por isso convidamos você para ser um experimentador e coautor de estratégias inovadoras de extensão rural.

Contamos com o seu entusiasmo e compromisso, para empreendermos essa aprendizagem permanente. Vamos fazer juntos esse novo caminho!



Gustavo Laterza de Deus
Diretor Presidente



1. INTRODUÇÃO

Este documento se propõe a apresentar e descrever algumas ferramentas digitais aplicáveis ao trabalho de Ater e tem como referência os princípios e valores preconizados na Metodologia Participativa de Extensão Rural – Mexpar, documento elaborado e publicado pela Emater-MG em 2006.

As ferramentas digitais, descritas neste documento, devem ser utilizadas levando em consideração a orientação pedagógica da Mexpar, que enfatiza os processos participativos e compartilhados de experiências, como condição para a apropriação do conhecimento e sua ressignificação na prática social.

A incorporação de ferramentas digitais à Metodologia de Extensão Rural é um caminho sem volta e condição vital para construirmos uma Emater-MG 4.0 e sermos parte de uma extensão rural contemporânea e inovadora.

A grande disponibilidade e a ampla utilização de ferramentas digitais evidenciam o potencial que têm de impulsionar o trabalho com público atendido e parceiros. Contudo é necessário também compreender estas ferramentas como recursos valiosos dentro de um processo pedagógico de Ater.

Sintonizado com as inovações, advindas da transformação digital, do acesso e da conectividade dos agricultores familiares, suas formas de organização e demais produtores rurais, suas famílias e organizações e das múltiplas experiências de colegas da extensão rural no uso de mídias sociais no campo, um grupo de profissionais da Empresa se dedicou a analisar essas transformações e suas possibilidades para o aprimoramento do serviço de Ater. Esse exercício reflexivo e multidisciplinar deu origem ao presente documento.

Ressaltamos que a relevância que algumas ferramentas digitais vêm apresentando na ação extensionista motivou a priorização daquelas que constituíram o foco desse trabalho, quais sejam:

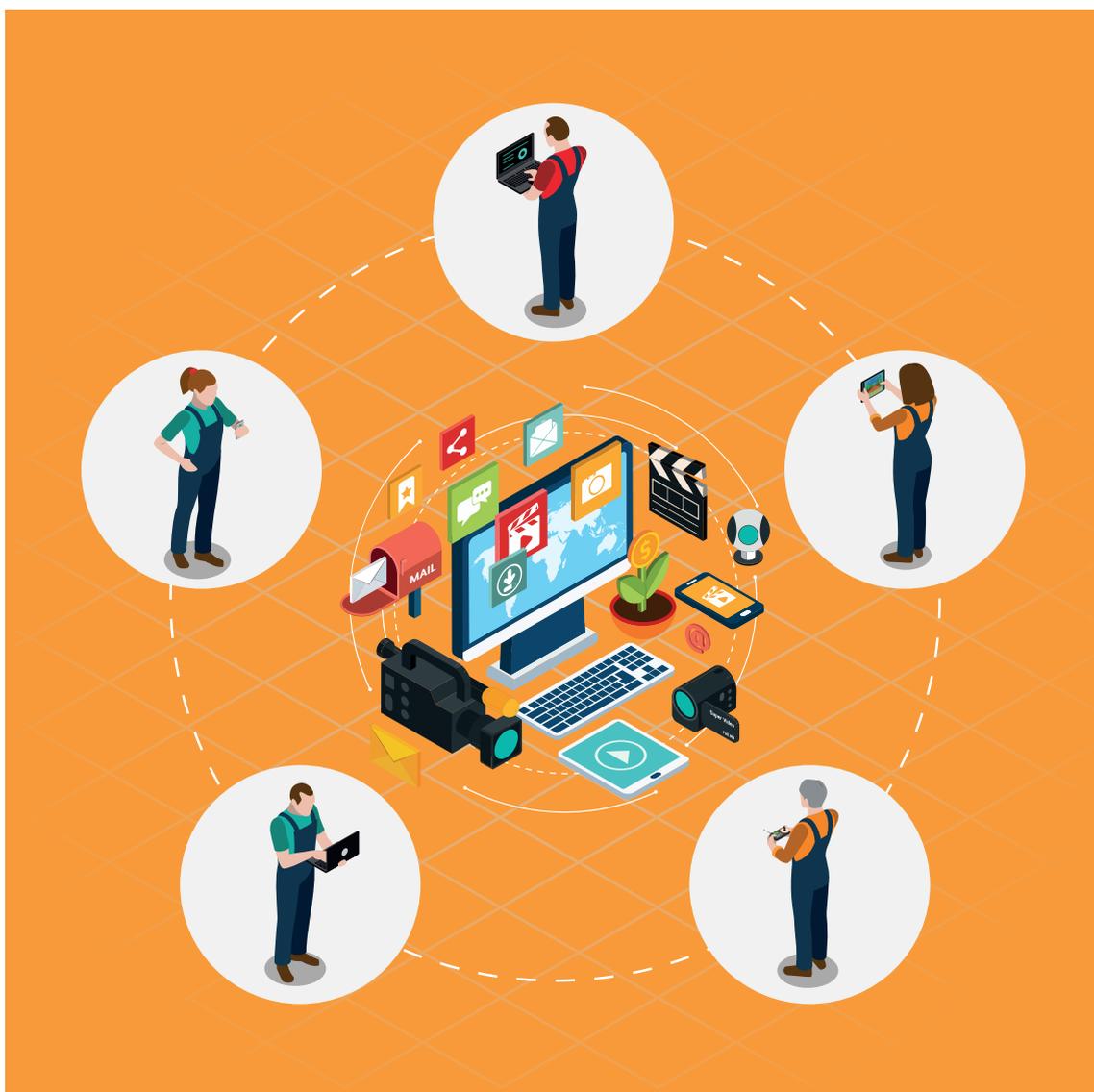
- Multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de áudio e vídeo.
- Ferramentas digitais para comercialização virtual.
- Live.
- Videoconferência.
- Vídeoinformativo.
- Webinar.

O documento **Mexpar 4.0: Ater digital conectando pessoas**, além de sua estreita e complementar relação com a Mexpar, será objeto de constante avaliação e atualização, com vistas a incorporação de outras ferramentas e de suas aplicações na ação extensionista, em função da evolução e da velocidade do surgimento de novas Tecnologias de Informação e Comunicação.



2. OBJETIVO

O objetivo do presente documento é orientar os procedimentos metodológicos para o uso de ferramentas digitais aplicáveis aos serviços de Ater, com vistas a ampliar as formas de interação entre os extensionistas, agricultores familiares, demais produtores rurais e outros atores sociais, reduzindo as distâncias físicas e os custos operacionais, bem como otimizando o tempo e proporcionando mais eficiência ao trabalho.



3. A METODOLOGIA PARTICIPATIVA DE EXTENSÃO RURAL – MEXPAR E AS FERRAMENTAS DIGITAIS: PRINCÍPIOS E CONVERGÊNCIAS

A Metodologia Participativa de Extensão Rural para o Desenvolvimento Sustentável – Mexpar é um referencial de orientação pedagógica e metodológica para a ação extensionista e se tornou um marco para a extensão rural, apresentando uma metodologia contemporânea, enquanto ação educativa não formal, que considera extensionistas e agricultores protagonistas de uma ação transformadora, na qual os extensionistas assumem o papel de mediadores do processo de mudanças, e os agricultores assumem o papel de sujeitos do seu próprio desenvolvimento.

A elaboração da Mexpar teve como ponto partida o olhar atento sobre a experiência de Ater em Minas Gerais e as diferentes formas de abordagem utilizadas pelos extensionistas com os agricultores familiares e suas organizações ao longo da história. A capacidade de reinvenção metodológica esteve presente em todos os momentos à qual se soma um conjunto de valores e atitudes pedagógicas construídas e fortalecidas no cotidiano da extensão rural. O processo de reconstrução metodológica esteve sempre orientado pela necessidade de responder às demandas que são constantes em uma sociedade dinâmica e que exige respostas imediatas.

A CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO E A MEDIAÇÃO DO EXTENSIONISTA

A construção do conhecimento é um processo de elaboração pessoal e se dá por meio de sucessivas interações entre as pessoas e o meio. Cada indivíduo constrói o conhecimento de forma única; entretanto as etapas que perpassam são comuns a todos, ou seja, as informações são associadas a conhecimentos prévios (quem primeiro identificou foi Jean Piaget, 1896 – 1980) e passam a assumir significado e importância a partir das convergências com os seus interesses pessoais. Entretanto essa informação somente torna conhecimento quando esse indivíduo é capaz de sistematizá-lo para si próprio e para os outros, ou seja, quando essa reelaboração se materializa por meio da linguagem – falada ou escrita – Esse é o diferencial que confere aos seres humanos uma competência distinta, capaz de se reconstruir de forma permanente e inovadora. A extensão rural na sua prática educativa encontra-se permanentemente diante desse instigante processo de reelaboração, no qual agricultores familiares, demais produtores rurais, outros atores sociais e extensionistas vivenciam a experiência de aprender, ensinar, socializar, construir e reconstruir conhecimentos. Essa referência de que todos somos aprendizes todo o tempo coloca as pessoas na centralidade da ação. E, nesse sentido, ambos vivenciam a experiência educativa capaz de transformar a realidade.

A Mexpar, na sua concepção pedagógica, assume o pressuposto de que todo o conhecimento é uma produção social e que se encontra, portanto, num constante processo de elaboração e reelaboração, reformulação e validação. Essa afirmação é o que dá sentido à sua própria reinvenção enquanto orientação metodológica, mantendo-se atual e contemporânea. Para colocar-se adiante e se reinventando “no caminhar”, é preciso que o extensionista tenha um olhar curioso e inquieto sobre a realidade, sobre as sinalizações dos agricultores familiares e demais produtores rurais (nem sempre explícitas), nas mudanças do ambiente e dos comportamentos, nas necessidades atuais e, principalmente, se enxergar nesse ambiente como parte do cenário e com desejo (que é pessoal, intransferível) de mudar, de se reinventar.



AGRO 4.0: AS PESSOAS NO CENTRO DA INOVAÇÃO

A dinamização do setor agropecuário tem relação direta com a transformação digital em curso, fator que vem revolucionando o campo. Hoje a agricultura 4.0 está presente em todas as regiões do país, de forma diferenciada, mas em pleno crescimento. O Estado de Minas Gerais, pela expressiva participação do setor agropecuário na economia mineira, constitui espaço propício à aceleração da transformação digital no campo, com a inserção de tecnologias digitais em todas as fases da cadeia de valor, tendo em vista a promoção de vantagens competitivas e benefícios socioambientais.

Ainda que pareça estranho, a tecnologia em si não é o mote da transformação digital. A evolução da tecnologia coloca as pessoas como centro das inovações. São as pessoas que, a partir do conhecimento das tecnologias e de suas possibilidades, as incorporam nos seus empreendimentos.

Atuando nesse contexto de transformação digital, o extensionista é desafiado a conhecer as Tecnologias da Comunicação e Informação – TICs e, também, a atuar, de forma interativa, com acolhimento às diferenças de conhecimento e acessibilidade, particularmente, dos agricultores familiares e suas formas organizativas aos recursos tecnológicos, bem como à adoção de uma postura vigilante em relação à humanização dos serviços. Demanda criatividade para apresentar soluções novas e se reinventar como profissional cotidianamente.



TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO: O DIGITAL E O HUMANO

É fato que, na sociedade contemporânea, os recursos didáticos e metodológicos utilizados na extensão rural estão sendo reelaborados na perspectiva de oferecer respostas mais ágeis. Nem sempre podemos estar presencialmente na comunidade, na propriedade ou na residência dos agricultores familiares ou de demais produtores. Por outro lado, o computador, o telefone celular, a internet e a variedade de recursos digitais não estão mais fora do alcance da população rural, sendo sua expansão e acesso facilitados por diversas políticas públicas que vêm sendo implementadas no país.

Dessa forma podemos dizer que as tecnologias digitais estão presentes no contexto da extensão rural, favorecendo o processo de construção do conhecimento. Um novo saber pedagógico passa a ser exigido dos extensionistas, como condição para compreender esse “novo lugar” em que as ferramentas digitais assumem na ação educativa e, assim, poder integrá-las ao fazer pedagógico da Ater. Faz-se necessário a construção de conexões, numa perspectiva colaborativa, que viabilize novas formas de ensinar e de aprender condizentes com o modelo da sociedade do conhecimento, o qual se caracteriza pelos princípios da diversidade, da integração e da complexidade.

A utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação – TICs no serviço de Ater deve estar alicerçada em três pilares: no processo educativo continuado, inovador e participativo; no agricultor como protagonista e sujeito do seu desenvolvimento e da comunidade em que está inserido e no extensionista no papel de mediador da ação educativa. Essa orientação reforça que a construção do conhecimento permanece como fio condutor das relações entre os extensionistas e agricultores familiares e suas formas associativas, tal como preconiza a Mexpar. Vale ressaltar que a mudança está na forma como essas relações passam a ser estabelecidas, ou seja, o ambiente virtual e as ferramentas digitais, que já estão presentes no cotidiano de agricultores familiares, demais produtores e outros atores sociais passam a ser considerados como espaço de produção do conhecimento, portanto propício a desenvolver novas aprendizagens. O espaço de diálogo, que se dava presencialmente na intimidade da casa e da propriedade rural, dá lugar ao espaço virtual.

4. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE FERRAMENTAS DIGITAIS APLICADAS À ATER

As ferramentas digitais disponíveis são recursos que podem ser utilizados para ampliar e dar mais eficiência à ação extensionista junto aos agricultores familiares, demais produtores rurais e outros atores sociais. Constitui, portanto, instrumento potencializador para trabalhar programas e projetos, oferecendo velocidade, amplo alcance e possibilidade de acompanhamento e monitoramento.

É fato que a conectividade vem avançando no meio rural, criando oportunidades para utilizar as ferramentas digitais, com vistas a ampliar soluções para os beneficiários da Ater, reduzir custos, organizar e gerar dados e informações, tudo isso com a qualidade e a agilidade que os tempos atuais e futuros exigem. A utilização destas ferramentas requer dos extensionistas e demais atores envolvidos o conhecimento dos princípios que orientam o seu uso, dentre os quais destacam-se o da conectividade, da linguagem, da humanização dos processos de comunicação, da socialização de ideias e experiências, do respeito ao outro e da ética, entendendo todo este processo como construção permanente do conhecimento.

O extensionista, ao aplicar a ferramenta, deverá ter a compreensão da sua definição, para que serve, em que momento utilizar os recursos necessários, a que público se destina e suas formas de operacionalização. Portanto orienta-se:



- Ao planejar a atividade, considerar, conforme já preconizado na Mexpar, as três fases do processo de aprendizagem: a Cognitiva (área do conhecimento – formulação de conceitos e tomada de consciência), a Afetiva (predisposição a partir dos interesses) e a Psicomotora (desenvolvimento de habilidades).
- O uso destas ferramentas deve levar em consideração a compreensão da complementaridade de procedimentos, portanto a necessidade de intercalar atendimentos presenciais e virtuais, para que se tenha conhecimento da unidade produtiva, de suas potencialidades, do ecossistema em que está inserida, dos valores socioculturais, da tradição e aptidão do beneficiário/família assistido, dentre outros fatores.
- Utilizar as ferramentas digitais aplicadas a Ater, como forma de inclusão tecnológica, aproximação e estreitamento da relação extensionista, agricultor familiar, demais produtores rurais e outros atores envolvidos, entendendo que nem todos têm acesso a essas ferramentas.
- Deve-se estar atento aos cuidados necessários para que a ação desenvolvida seja, também, um processo de inclusão digital.



5. FERRAMENTAS DIGITAIS APLICADAS AOS SERVIÇOS DE ATER

Prestar assistência técnica e fazer extensão rural veiculando informações, por meio das ferramentas digitais, é também uma excelente oportunidade para divulgar e consolidar a marca Emater-MG. Portanto, na utilização das referidas ferramentas, as recomendações gerais são:

- O nome e a logomarca da Empresa devem ser divulgados de todas as formas possíveis, observando a hierarquia entre as logomarcas.
- Na utilização de vídeo, trajar o uniforme da Empresa, principalmente quando envolver público externo.
- As informações técnicas devem estar em consonância com as Políticas e Diretrizes da Emater-MG para as áreas técnicas.

EMATER
Minas Gerais

AGRICULTURA,
PECUÁRIA E
ABASTECIMENTO



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

A aplicação correta da marca EMATER-MG é fundamental para que a legibilidade e a consistência seja preservada no sistema visual da empresa.

Por isso, abaixo estão ilustradas os usos que NÃO devem ser feitos ao utilizar a marca.

EMATER
Minas Gerais

NÃO ALTERAR A PROPORÇÃO

EMATER
Minas Gerais

NÃO DISTORCER OU ROTACIONAR

EMATER
Minas Gerais

NÃO ALTERAR AS CORES

EMATER

NÃO EXCLUIR ELEMENTOS

5.1 APLICATIVOS MULTIPLATAFORMA DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS COM CHAMADAS DE ÁUDIO E VÍDEO

Definição – Ferramentas de mensagem instantânea que possibilitam a visualização da imagem e a interatividade, em tempo real, com chamadas de áudio e vídeo. Existem vários aplicativos multiplataforma de mensagens instantâneas de chamadas de áudio e vídeo, como: Telegram, SnapChat, Skype e WhatsApp, sendo este último, o mais utilizado.

Objetivo – Possibilitar comunicação direta e em rede, com o uso de mensagens de texto, de vídeo e ou áudio, visando a realização de reuniões, o repasse de informações, bem como a construção compartilhada do saber, e a socialização de conhecimento.

Recursos necessários – Tablet, smartphone, computador e internet.

Aplicação – Em atividades cotidianas da ação extensionista com as famílias de agricultores familiares, demais produtores rurais, outros atores sociais e na relação entre os extensionistas e seus pares no ambiente interno da Empresa.

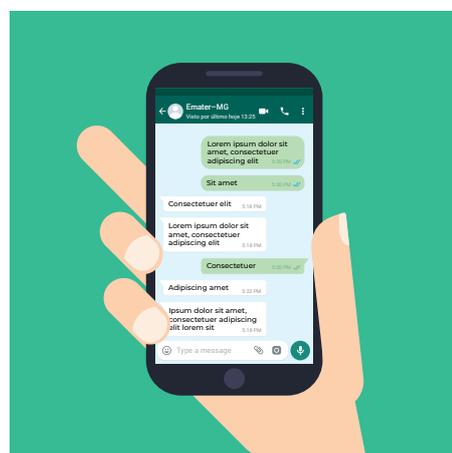


Sendo o WhatsApp o aplicativo para comunicação usualmente mais adotado, as alternativas possivelmente aplicáveis pelo extensionista são:

5.1.1 Conversa de pessoa a pessoa via WhatsApp: comunicação com outra pessoa da lista de contatos via texto, áudio ou vídeo.

Recomendações:

- Observar o momento mais oportuno para se fazer o contato, sempre avaliando o grau de urgência do contato e a necessidade na agilidade de iniciativas ou procedimentos a serem tomados.
- As mensagens devem ser sempre claras e objetivas, mas sempre possibilitando o diálogo; usar frases simples; conferir ortografia e gramática; testar a compreensão do texto com algum colega mais próximo, caso a mensagem tenha de ser enviada também a um grupo maior; usar tópicos/marcadores quando for relacionar ideias.
- Quando se tratar de atendimento técnico específico, registrar as orientações ou recomendações técnicas e providenciar o envio delas, por meio digital ou físico, e o seu arquivamento. Inserir os dados na plataforma digital Deméter, garantindo o registro dos atendimentos virtuais.
- No caso de uma orientação técnica a ser feita e compartilhada para o uso de uma determinada técnica ou apresentação de uma tecnologia, ela deve possuir fundamentação teórica e ser validada, e, sempre que possível, devem ser inseridas fotos ilustrativas ou vídeos explicativos da técnica/tecnologia, de fontes confiáveis.
- Compartilhar conteúdos de fontes confiáveis, verificando a fundamentação e a veracidade dos conteúdos a serem compartilhados.
- As orientações técnicas devem sempre ser focadas nas demandas do agricultor e atender as políticas e diretrizes técnicas, aprovadas pela Emater-MG.



5.1.2 Chamada de vídeo por WhatsApp: comunicação via chamada de vídeo com uma pessoa ou com um grupo de pessoas a partir da lista de contatos, porém com limitação de oito participantes.

Recomendações:

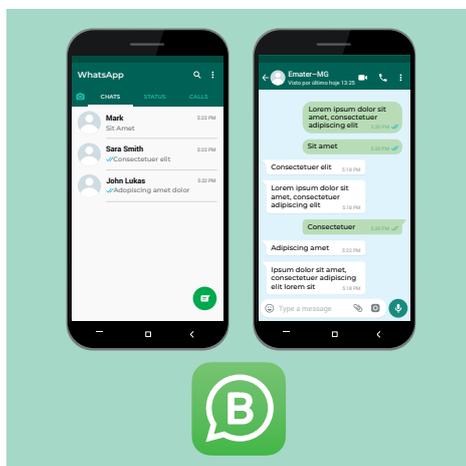
- Iniciar com o cadastramento dos convidados, na lista de contatos do celular.
- Agendar com os convidados com antecedência, informando o tema/ assunto, o horário e a previsão de duração da chamada de vídeo.
- Selecionar os contatos e realizar a chamada de vídeo, conforme número possível de participantes.
- No caso de chamada de vídeo com grupo de pessoas, fazer prevalecer a cultura extensionista da oportunidade de participação com manifestação de todos.
- Caso a chamada de vídeo seja exclusiva para uma pessoa, considerar as recomendações feitas para o caso anterior de conversa pessoa a pessoa.



5.1.3 Grupos no WhatsApp: composição de um grupo de pessoas, comunicando tanto por texto, como por chamadas de áudio e vídeo. Preferencialmente deve ser usado o **WhatsApp Business**, ferramenta similar ao WhatsApp comum, contudo mais apropriado ao uso comercial, pois possui recursos que automatizam, classificam e agilizam o envio e as respostas às mensagens.

Recomendações:

- Definir o tema que deve estar alinhado com atividades que estão em execução ou a serem trabalhadas.
- Preparar conteúdo técnico de real interesse e adequado ao perfil do grupo.
- Observar criteriosamente todas as recomendações anteriores para os casos de grupos formados.
- Além das recomendações estabelecidas, há critérios que devem ser observados:
- Cria-se o grupo a partir do envio de mensagens ou de chamadas.
- Há necessidade de um administrador do grupo, com o papel de adicionar ou remover membros.
- Um grupo, com comunicação só por texto, pode ter até 256 participantes e quantos administradores quiserem.
- Um grupo para comunicação com chamadas de áudio e vídeo tem o limite de oito participantes.
- Os grupos, geralmente, são abertos, o administrador modera, e todos os demais participantes podem enviar mensagens.
- Há grupos que, em sua configuração, somente o administrador publica mensagens, os demais participantes só recebem a informação, não há troca de mensagens.



5.2 – COMERCIALIZAÇÃO VIRTUAL

Definição – Transação comercial feita por meio de mídias eletrônicas e realizada em espaços virtuais com uso de Aplicativos, Marketplace e Canal de vendas, etc.

- As mídias sociais podem ser usadas como estratégia de divulgação para a comercialização de produtos e serviços para o público consumidor, tais como: Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp e WhatsApp Business
- Há plataformas de comercialização que possibilitam a interação completa entre o fornecedor e consumidor e a realização de todo o processo de comercialização, desde a oferta até o pagamento pelo produto. São plataformas de e-commerce, que apresentam maior complexidade de estruturação e gestão e não são objeto deste documento.

Objetivo – Promover canal de vendas direto com os clientes, de forma a propiciar agilidade, facilidade e comodidade em qualquer espaço e tempo, garantindo ao empreendimento/agricultor familiar e demais produtores rurais controle, flexibilidade e mobilidade, além de possibilitar conveniência, avaliações e “feedbacks” dos clientes..

Recursos necessários – Dispositivos mobiles (tablet, smartphone), computador, internet e smart TV.

Procedimentos:

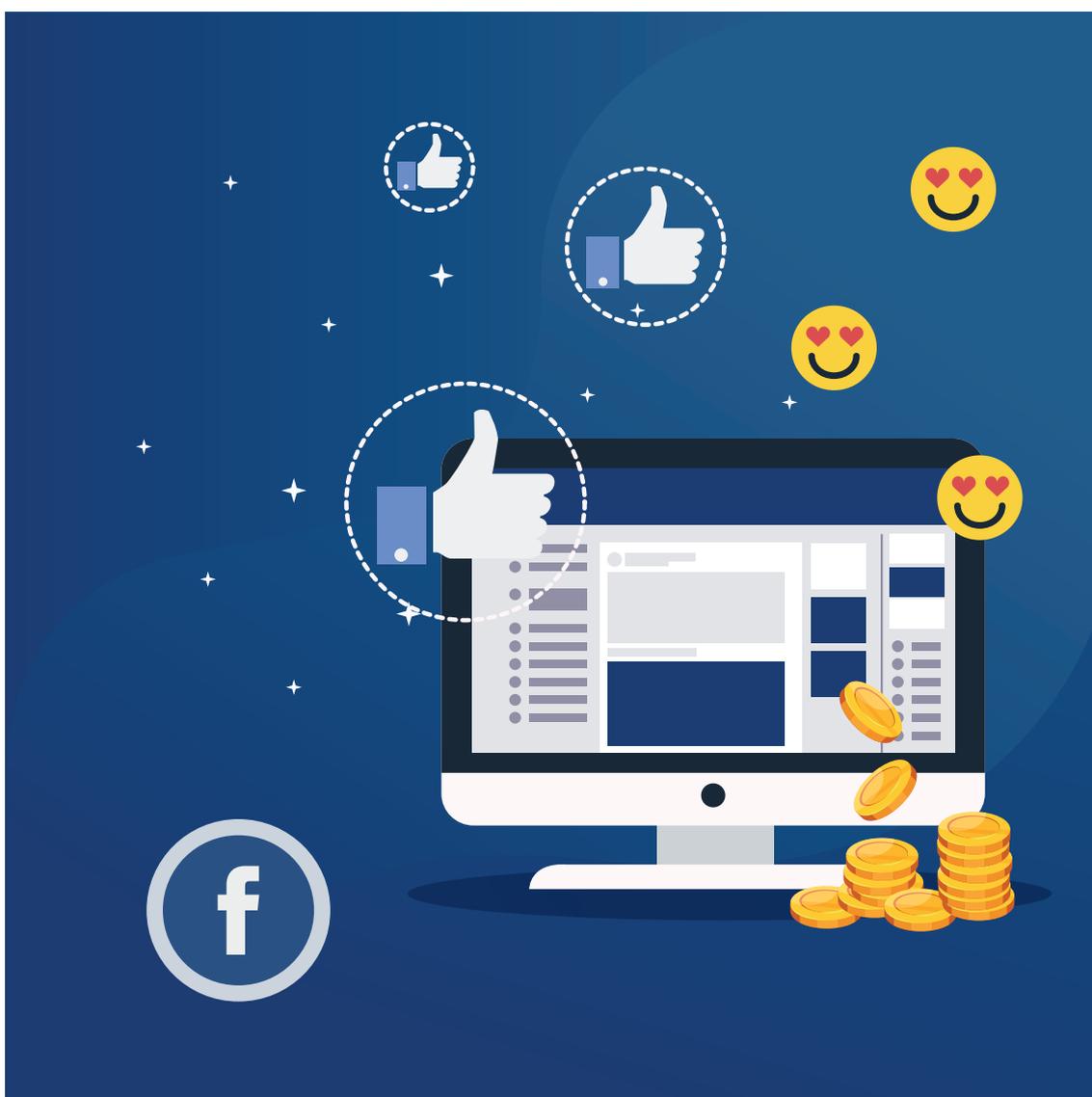
- Identificar empreendimentos de agricultores familiares e demais produtores rurais interessados em se organizarem em grupo ou mesmo individualmente para comercialização de seus produtos em modalidades virtuais.
- Caso se constitua algum grupo de produtores que irá se utilizar das mídias sociais, com a finalidade de se organizarem para a comercialização, por meio de programas amparados em políticas públicas de comercialização e abastecimento, o canal adotado deve também servir para que os produtores sejam orientados quanto às regras do programa.
- Elaborar com os agricultores familiares e demais produtores rurais um portfólio de produtos ou serviços a serem comercializados.
- Definir a área de abrangência pretendida pelo grupo e o mapa de logística.
- Nos empreendimentos coletivos, construir uma matriz de papéis e responsabilidades na produção, logística de entrega e satisfação dos

clientes.

- Construir com os agricultores familiares a produção programada, visando atender as demandas previamente identificadas.
- Planejar e programar as assistências técnicas aos participantes.

As particularidades de algumas plataformas, de uso mais simples e ao alcance de agricultores familiares, estão detalhadas em documento complementar disponível em intranet/Detec/Organização e Mercado.

5.3 – LIVE



Definição – Transmissão ao vivo de vídeo e áudio pela internet, geralmente, feita por redes sociais, como: Instagram, Youtube e Facebook.

Objetivo – Estabelecer um canal ágil de conexão direta de forma interativa, para atender o público com o qual se quer socializar determinadas informações, por meio de apresentação e debate.

Utilização – Apresentar conteúdos que sejam de interesse dos agricultores familiares, suas formas de organização, demais produtores rurais, outros atores sociais, extensionistas e ou do público em geral e que tenham interface com as atividades, os projetos ou programas em execução.

Recursos necessários – Câmera e microfone, smartphone, tablet e internet.

Procedimentos:

- Definir o tema e o conteúdo que devem ser de interesse dos agricultores familiares, demais produtores rurais, extensionistas e ou do público em geral e que estejam inseridos nas atividades, nos projetos e nos programas em execução.
- Os conteúdos devem ser divididos em tópicos, com a definição do tempo que se pretende utilizar em cada um.
- Estabelecer tempo suficiente para trabalhar o conteúdo, porém observar que período muito longo pode dispersar o grupo, desviar a discussão do tema e desestimular novas participações.
- A participação do público se dá via chat ou mensagens enviadas em tempo real.
- Escolher local fechado, impedindo a entrada de ruídos e de pessoas estranhas, com boa iluminação, sem poluição visual.
- Posicionar-se na frente da luz ou claridade. Nunca se posicionar tendo uma janela ou porta ao fundo, pela qual entre claridade em excesso.
- Identificar e definir pessoas para exercer os três papéis na live: apresentador, moderador e auxiliar. Há possibilidades de a live ser realizada com apenas uma pessoa, desde que esta tenha conhecimento e domínio da ferramenta a ser utilizada e do conteúdo a ser abordado.
- O espaço deve estar bem organizado, sem excessos de elementos.
- Evitar roupa listrada ou xadrez; evitar toalhas de mesa com essas características, dentre outras.

- Fazer o anúncio da live nas redes sociais, convidando os agricultores e extensionistas para participarem, bem como outras pessoas interessadas, de forma especial, aquelas com maior afinidade ao tema.
- Observar a linguagem a ser utilizada, que deve ser organizada de forma didática, expressando a mensagem a ser transmitida com qualidade e clareza. A linguagem verbal e a visual devem estar de acordo com o público que se pretende atingir.
- O apresentador, ou o moderador, ou ambos, deverá administrar conflitos que surjam, procurando fazer da live uma oportunidade de informações e esclarecimentos sobre determinado tema, minimizando posicionamentos de confrontos.
- Questões políticas, religiosas ou opiniões sobre temas que não estejam associadas ao conteúdo devem ser evitados.
- As plataformas que permitem a realização de lives possuem, no Menu “Ferramentas”, recurso para apresentação de arquivos, para compartilhar e projetar materiais, organizar-se e certificar-se, com antecedência, sobre a forma de fazê-lo, para não comprometer a produtividade da reunião.
- Como praxe em toda ação extensionista, a live, em seu conjunto de equipamentos, metodologia, participantes e conteúdo, deve ser planejada e cuidadosamente preparada.

5.4 – VIDEOCONFERÊNCIA



Definição – A videoconferência é uma ferramenta de comunicação que permite a realização de reuniões e diálogos entre pessoas que estão presentes em diferentes locais. Essa tecnologia viabiliza a transmissão de imagens e áudios por meio do uso de plataformas específicas.

Objetivo – Realizar reuniões, de forma virtual, com conexão em tempo real, por meio comunicação segura e direta.

Utilização – utilizada para a realização de eventos que envolvem diversas pessoas, com compartilhamento de informações, materiais técnicos e documentos de trabalho.

Recursos necessários – computador (com câmera, áudio e microfone funcionando), smartphone ou tablet e internet.

Tempo estimado – o tempo estimado para a realização está associado à pauta definida. Videoconferências muito longas, que ultrapassem a um período de 4 horas, tendem a ser improdutivas, pois as pessoas se dispersam, e o cansaço acaba por levar à perda de foco.

Procedimentos:

- Preparar a pauta e encaminhar, com antecedência, o convite aos participantes, constando horário de início e do término, link para acesso, dentre outras informações.
- Para assegurar participação qualificada, deve-se recomendar aos participantes que se inteirem da pauta e do assunto, de forma que possam opinar e se posicionar.
- Escolher local livre de poluição visual e sonora, para não comprometer a apresentação do vídeo. Verificar as possibilidades de iluminação, se natural ou artificial.
- Posicionar-se de frente para a luz ou claridade. Nunca se posicionar tendo uma janela ou porta ao fundo, pela qual entre claridade em excesso.
- Orientar os participantes para: colocar o telefone no modo silencioso, evitar conversas paralelas, ativar o microfone somente quando forem falar.
- Prestar atenção às falas, ter postura de ambiente de trabalho e participar de forma ativa.
- Observar a linguagem a ser utilizada, que deve ser organizada de forma didática, expressando a mensagem a ser transmitida com qualidade



e clareza. A linguagem verbal e a visual devem estar de acordo com o público que se pretende atingir.

- No momento final, relembrar os encaminhamentos definidos, se for o caso.
- As plataformas de videoconferência possuem, no Menu “Ferramentas”, recurso para apresentação de arquivos, para compartilhar e projetar materiais, organizar-se e certificar-se, com antecedência, sobre a forma de fazê-lo, para não comprometer a produtividade da reunião.
- Para informações sobre a operacionalização de videoconferências, inclusive para usar o recurso de apresentação de arquivos, pelo **Google Meet** ou pelo **Yealink**, plataforma utilizada pela Emater-MG, o extensionista deve acessar o tutorial no site da Empresa. Para isso deverá acessar: intranet, sistemas e serviços, videoconferência Emater-MG ou http://www.emater.mg.gov.br/portal.do?flagweb=intranet_pgn_videoconferencia
- Existem diversas outras plataformas que podem ser utilizadas para a realização de videoconferências, tais como, Zoom e Microsoft Teams, entre outros. Devem ser escolhidas observando a facilidade de utilização e a segurança que oferecem.

5.5 – VÍDEO INFORMATIVO



Definição – Sistema de gravação e reprodução de imagens e sons, que se realiza por meio de uma mídia de armazenamento.

Objetivo – Transmitir informações, por meio de imagem e som, sobre um tema ou conteúdo, de forma objetiva, que pode ser acessado em qualquer espaço e tempo.

Aplicação – Pode ser amplamente utilizado na prestação de serviços de Ater junto aos agricultores familiares e demais produtores. Pode ser utilizado também em capacitações, reuniões e disponibilizados em diversas mídias sociais.

Recursos necessários – Smartphone, tablet, notebook, câmera e microfone.

Tempo estimado – É variável, de acordo com a complexidade, nível de aprofundamento do tema e objetivo. Para um vídeo informativo, aconselham-se, no máximo, 5 min.

Caso o assunto demande mais tempo, a recomendação é pela produção de vários vídeos informativos sequenciais e distribuídos didaticamente em segmentos de até 5 min, de forma a abranger todo o conteúdo programado.

Procedimentos:

- Inteirar-se das orientações estabelecidas na Deliberação da Diretoria nº 086-01/2013 (ou outra que venha substituí-la), que define a Política Editorial, o Regulamento Interno do Comitê Editorial e as Normas para o Processo de Publicações Técnicas da Emater-MG.
- Definir o tema com foco no conteúdo informativo que queira transmitir.
- Definir o roteiro com as falas, imagens e os recursos visuais que utilizará para transmitir a informação proposta para o vídeo.
- Observar a linguagem a ser utilizada, que deve ser organizada de forma didática, expressando a mensagem a ser transmitida com qualidade e clareza. A linguagem verbal e visual devem estar de acordo com o público que se pretende atingir.
- Escolher local livre de poluição visual e sonora, para não comprometer a apresentação. Verificar as possibilidades de iluminação, se natural ou artificial.
- Posicionar-se de frente para a luz ou claridade. Nunca se posicionar tendo uma janela ou porta ao fundo, pela qual entre claridade em excesso.

- Tendo conhecimento de ferramentas para edição do vídeo, pode-se utilizar destes recursos para inserir legendas e a logomarca da Empresa, tanto na abertura quanto no final. Nas legendas devem constar o nome completo e cargo de técnicos e autoridades. No caso de produtores, na legenda devem constar o nome completo e a profissão (produtor rural ou agricultor). Pode ser interessante, também, agregar uma ficha técnica ao vídeo.

Recomendações para gravações feitas pela câmera do celular:

Verificar a configuração da câmera, para utilizar a resolução padrão, geralmente de 1080 p HD a 30 fps. Não é recomendado utilizar resolução 4K, pois o vídeo ficará muito pesado, de difícil compartilhamento, especialmente pelo próprio celular, nos aplicativos de mensagens.

A gravação deve ser feita da seguinte forma:

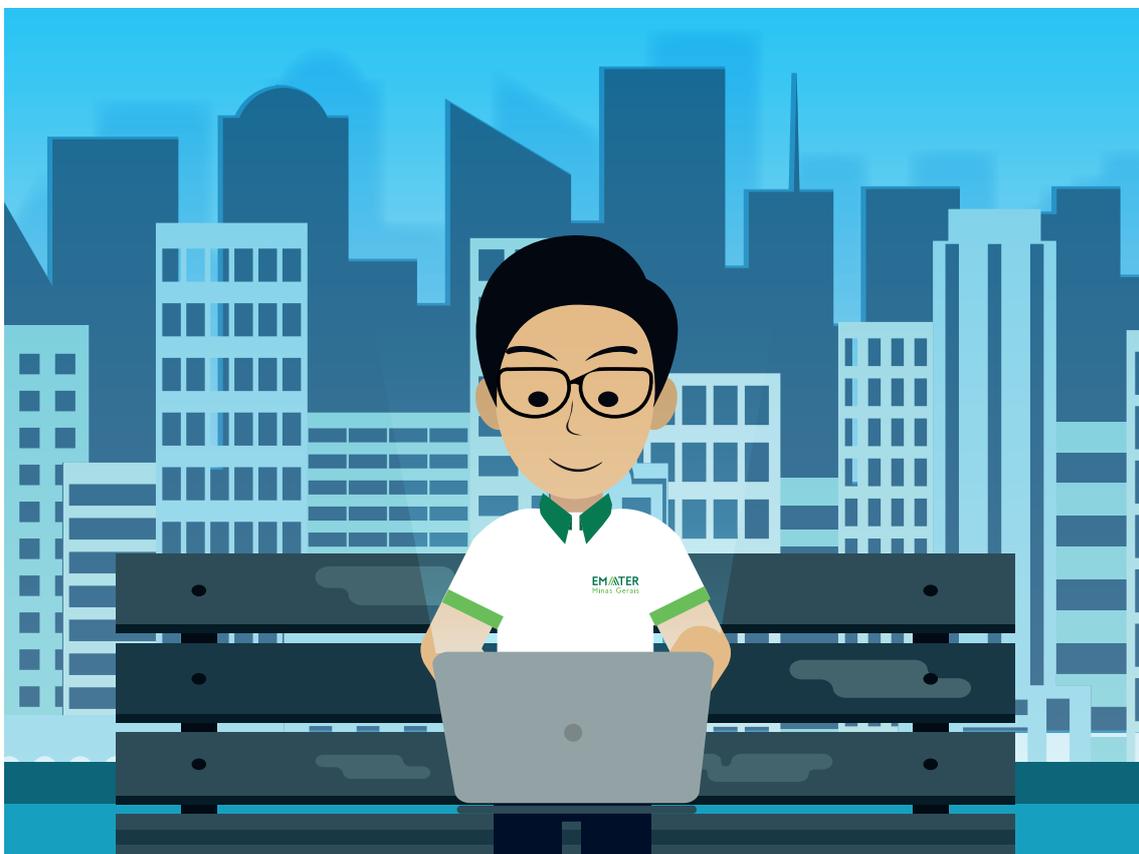
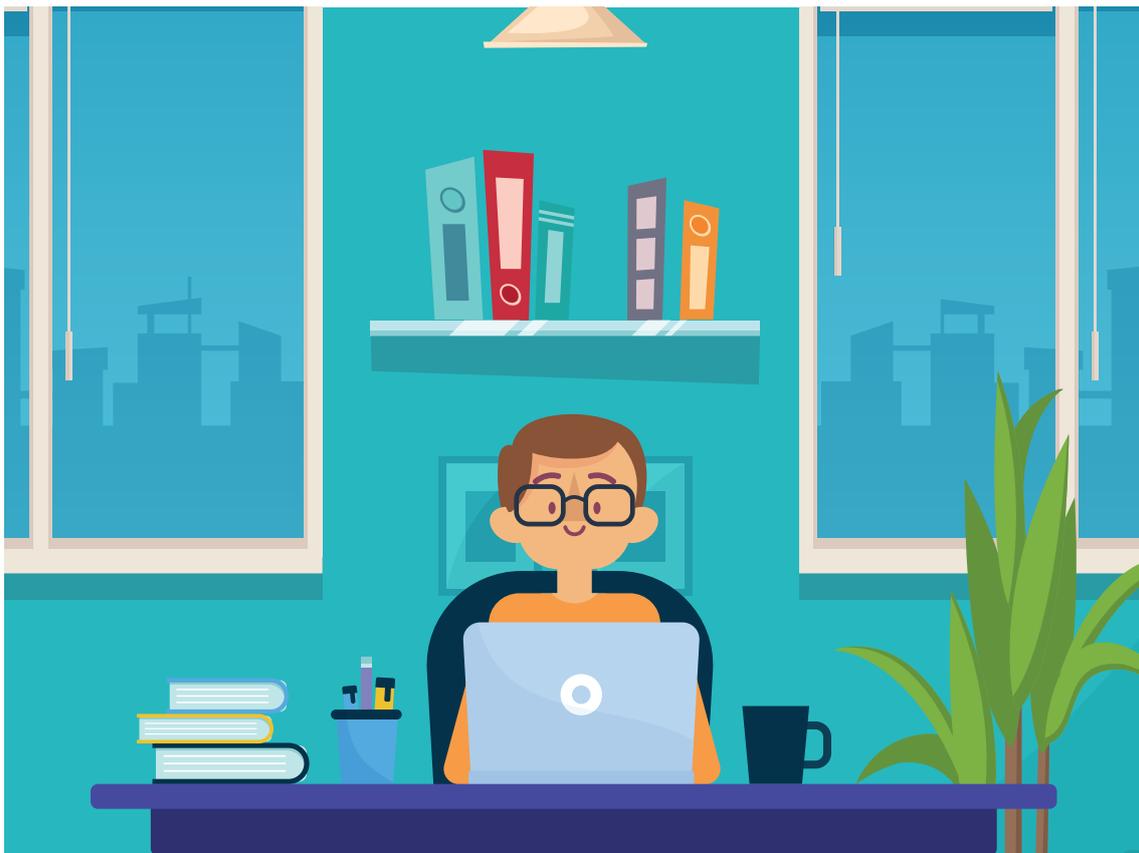
- celular na horizontal;
- celular apoiado em algum lugar ou suporte, para que a imagem não fique tremendo;
- em ambiente silencioso, para que o microfone do celular capture o som com qualidade.

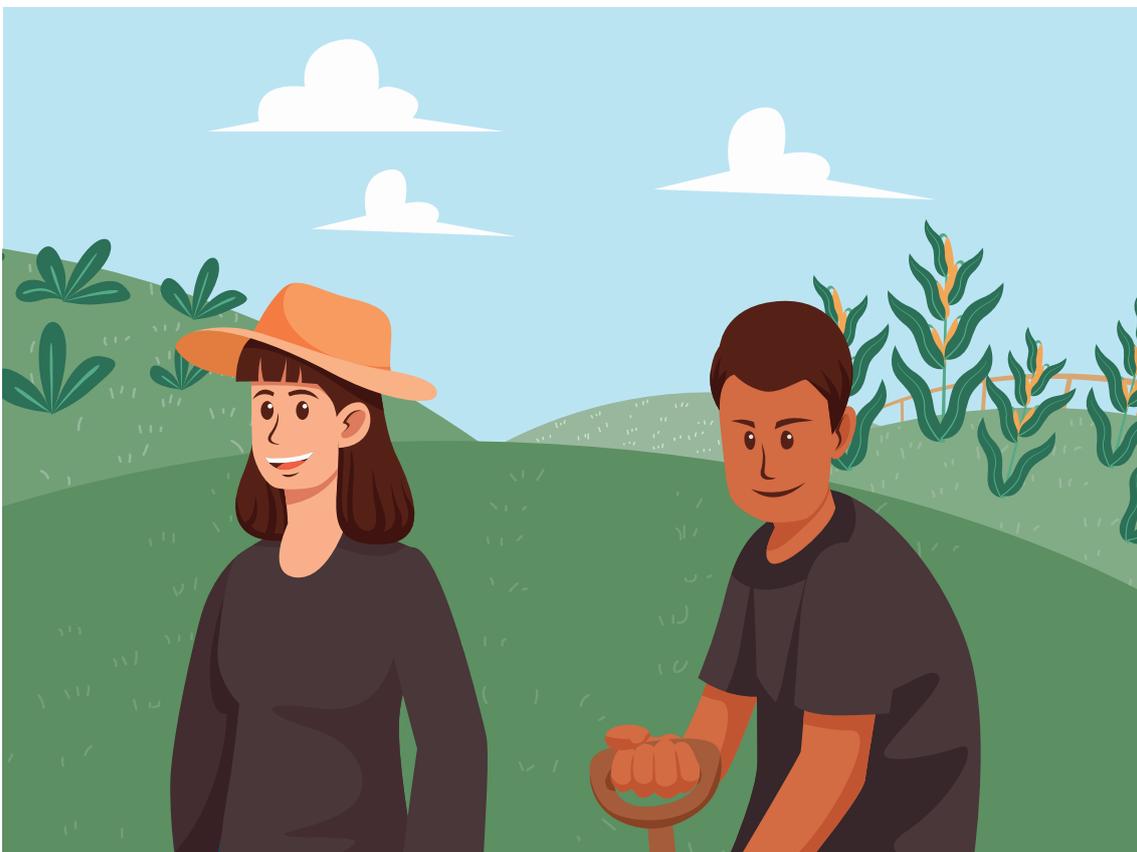
Enquadramento:

- O técnico pode estar centralizado ou na lateral, com um computador, mesa, vaso, ou algo compondo o cenário na outra lateral.
- Não ficar nem de baixo para cima, nem de cima para baixo, sempre na altura da pessoa, para olhar em ângulo reto, sem muito teto também (espaço acima da cabeça). Conforme as imagens abaixo.

5.6 – WEBINAR







Definição – Webinar é uma abreviação de “web based seminar”, ou seja, um seminário realizado pela internet. Ou, ainda, em bom português digital: Webinário.

Objetivo – realização de seminário, palestras ou mesmo aulas on-line, para um público específico, transmitidos tanto ao vivo quanto previamente gravados e disponibilizados para os usuários. A interação dos participantes é limitada ao chat, de modo que eles podem conversar entre si ou enviar perguntas ao palestrante.

Utilização – transmissão de um conteúdo relevante, de impacto, com ferramentas atrativas de apresentação para um público específico, interessado no tema. Muito utilizado também dentro de estratégias de marketing digital.

Observação – Por se tratar de um evento de grande complexidade e que geralmente assume caráter institucional, a recomendação é para que seja planejado e executado com o respaldo da Diretoria Executiva, Departamento Técnico e Assessoria de Comunicação.

Recursos necessários – uma câmera responsável por filmar o seminário on-line



(numa estrutura mais simples, pode ser até mesmo a câmera do computador, celular ou tablete); microfones para captar as falas de maneira clara e sem ruídos (podem ser os dos equipamentos citados anteriormente); equipamentos de iluminação para ajudar a melhorar a qualidade da imagem; uma plataforma de transmissão onde o webinar será exibido e hospedado. Naturalmente se faz necessário o acesso à internet.

Tempo estimado – o tempo estimado para a realização está associado à pauta definida. Webinars muito longos, que ultrapassem um período de 90 minutos, tendem a ser cansativos, e a audiência pode dispersar.

Procedimentos:

- **Escolha o tema:** a escolha do tema é determinante para o desenvolvimento da palestra on-line. Além disso, é muito importante dar atenção ao título atribuído ao evento. Com acesso constante a um alto volume de informações, as pessoas tendem a se interessar apenas por conteúdos com títulos claros, sugestivos e atraentes.
- **Defina a data:** um planejamento bem-feito é essencial ao sucesso de qualquer tipo de abordagem. Quanto antes você definir a data e hora para realizar a transmissão, melhor será a programação. A escolha do horário deve ser, também, bem observada em função do público a ser atingido.
- **Escolha uma plataforma:** outra decisão importante para a realização do seu webinar é a escolha da plataforma. É essencial que ela possibilite uma experiência satisfatória para o usuário, ou seja, realize a transmissão com qualidade, sem a ocorrência de travamentos ou ruídos. Uma das escolhas mais comuns é o YouTube, até pelo fato de a plataforma já ser utilizada pelo público para assistir vídeos. Se a ideia é realizar uma transmissão mais complexa, uma boa opção é a GoToWebinar, uma plataforma criada especialmente para webinários. Ela auxilia o realizador a enviar convites, criar enquetes, responder perguntas e conta até com um modo de ensaio, para evitar imprevistos durante o evento. Outras opções relevantes para a realização do seu webinar são: Facebook, Hangouts, Twitch, Skype, WebinarJam
- **Inscrições:** é preciso que haja inscrição prévia para a participação no webinar. As inscrições podem ser feitas por diferentes plataformas, por exemplo, de uma landing page, ou página de captura. Ela deve contar com um texto chamativo e direto, além de espaços para que o visitante insira seus dados de contato. Em troca de informações, como nome,



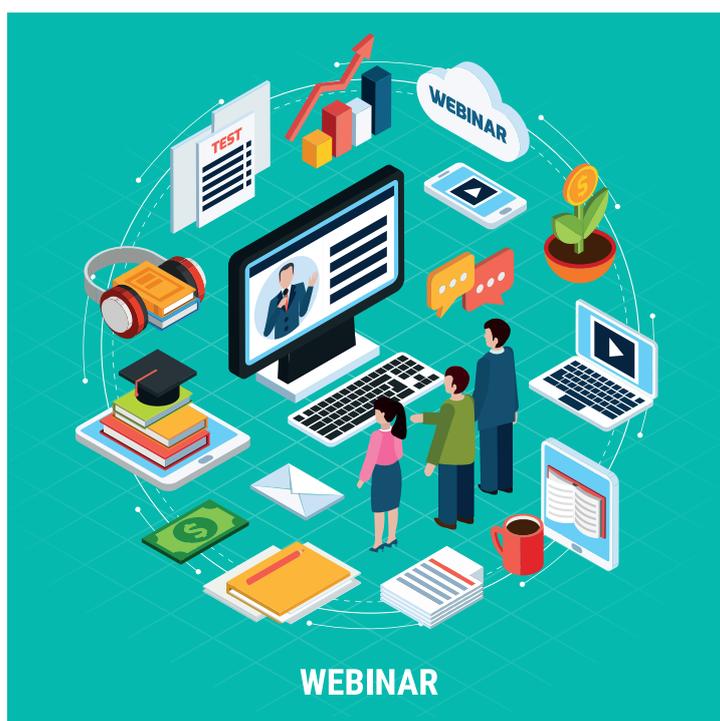
e-mail e número de telefone, as pessoas vão se inscrever para ficar por dentro de tudo o que envolve o evento, desde sua divulgação, até as ações realizadas pela empresa após o fim da transmissão. É importante que na página sejam informados, de maneira clara, o tema do seminário, a data e outros itens relevantes.

- **Planeje a divulgação:** prepare chamadas em todos os canais, convidando o público para participar do webinar. É essencial utilizar as redes sociais para divulgar a data e o horário da transmissão, como, por exemplo, os grupos de WhatsApp. Não se esqueça de sempre deixar um link direcionando o público para a landing page. Se possível, acione parceiros, para que eles colaborem na divulgação do evento.
- **Estruture um roteiro:** por mais que se tenha pleno domínio do assunto a ser tratado, não deixe de fazer um roteiro. A quantidade de detalhes pode variar conforme a necessidade, mas o ideal é que se tenha pelo menos os pontos principais. Dica de estrutura: Introdução e uma história para conquistar a atenção. Relato breve de uma experiência com resultados impactantes, a título de exemplo (5 a 10 minutos); Apresentação principal (25 a 30 minutos); Perguntas e respostas (10 minutos).
- **Prepare uma apresentação visual:** é muito comum usar uma



apresentação de slides durante o webinar. O fato de ter textos e imagens na tela facilita para o próprio organizador e também para o público, que consegue acompanhar e fazer anotações. Opções de plataformas para montar slides: PowerPoint, Keynote (caso você use Mac), Prezi, Google Slides, que pode ser acessado pelo Google Drive. Dicas gerais para apresentação: use fontes de tamanho grande; resuma o conteúdo em frases curtas; ilustre com ícones e imagens e varie as cores ao longo da apresentação.

- **Monte um cronograma:** para evitar imprevistos e seguir corretamente o planejamento, é interessante elaborar um cronograma para servir como norte nas semanas que antecedem o webinar. Defina, por exemplo, um limite para tomar decisões relacionadas ao tema, ao objetivo e à mobilização de parceiros. Separe ao menos duas semanas para trabalhar uma divulgação. Na semana que anteceder o webinar, realize testes para garantir o domínio da plataforma que será utilizada, verificando todas as suas funcionalidades. Além disso, deixe prontos o roteiro e a apresentação visual. Já no dia do evento, faça testes para verificar a qualidade da conexão com a internet e a captação de áudio e imagem. Horas antes do início, envie lembretes ao público, para garantir que todos os interessados participem.



6. A COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE EXTENSÃO

A assistência técnica e a extensão rural (ATER) são serviços fundamentais no processo de desenvolvimento rural e da atividade agropecuária. E, por definição, como descreve Marcus Peixoto, em seu artigo “Extensão Rural no Brasil – Uma abordagem histórica da legislação”, podem ser compreendidos também como formas de comunicação, posto que são instrumentos de transmissão de conhecimento de novas tecnologias, geradas pela pesquisa, e outros saberes.

Aprofundando ainda mais na discussão desses conceitos, Paulo Freire, em “Extensão ou Comunicação?”, chega mesmo a questionar se as atividades que hoje convenciamos chamar de extensão não seriam mais adequadamente um processo de comunicação. Na perspectiva preconizada pela Mexpar, na qual entende-se os agricultores familiares e demais produtores rurais como sujeitos do seu próprio desenvolvimento, o extensionista como um mediador nesse processo dialógico e mútuo de construção do conhecimento, parece-nos uma abordagem interessante, visto que, neste processo, não há meramente transmissão, comunicado de uma técnica ou saber, não há simplesmente extensão de algo pronto, mas construção de conhecimento, considerando os saberes do técnico e da comunidade em que está inserido.



Este processo dialógico, defende Freire, estaria mesmo na base de toda cognição humana. “O mundo humano é, desta forma, um mundo de comunicação. O sujeito pensante não pode pensar sozinho; não pode pensar sem a coparticipação de outros sujeitos no ato de pensar sobre o objeto. Não há um “penso”, mas um “pensamos”. É o “pensamos” que estabelece o “penso”, e não o contrário. Esta coparticipação dos sujeitos no ato de pensar se dá na comunicação”.

Sem esta interação, adverte, “simplesmente, um sujeito estaria (ou está) transformando o outro em paciente de seus comunicados. A comunicação, pelo contrário, implica uma reciprocidade que não pode ser rompida”. Na comunicação, complementa o autor, não há sujeitos passivos. “O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo”.

Outro aspecto fundamental desse processo, além de dialógico, é que os interlocutores devem comungar do mesmo sistema de signos linguísticos. O esforço, adverte Freire, deve ser de “diminuir a distância entre a expressão significativa do técnico e a percepção pelos camponeses em torno do significado”.



A estruturação das assessorias de comunicação (ascoms), dentro das empresas de ATER, soma esforços neste sentido. Uma vez que as técnicas jornalísticas e de comunicação, implementadas pelos profissionais da área, buscam, a todo momento, “nivelar” os códigos, “traduzir” os termos mais herméticos e trazer a mensagem para a compreensão de todos. A prática jornalística é também dialógica, uma vez que tem por técnica e ética dar voz a todos os atores envolvidos no contexto reportado. Esta prática, dentro das ascoms de empresas de assistência técnica e extensão rural públicas, torna-se ainda mais proeminente, por estar inserida no contexto da comunicação pública, que “ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã da comunicação envolvendo temas de interesse coletivo”, conforme defende Jorge Duarte, em Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público.

Aqui é preciso fazer o esclarecimento entre essas duas formas de comunicação a que estamos nos referindo e que são essenciais e estão na gênese da ATER pública. A comunicação interpessoal, que é estabelecida entre técnicos, agricultores familiares, demais produtores rurais e outros atores sociais, na construção do conhecimento e das soluções dos problemas enfrentados. E a comunicação mediada, para a qual, na estruturação das empresas de ATER, recorreu-se às técnicas de assessoria, jornalismo, relações públicas, design, marketing, publicidade, etc. Importante frisar que, em ambos os processos de comunicação, inclusive no que se vale de todo esse pacote de técnicas, é preciso estar em consonância com todo o exposto acima, a serviço do diálogo, do que preconiza a Mexpar, desta forma, as estruturas de comunicação dentro das empresas de ATER, mais que um papel institucional, assumem caráter estratégico, compondo mesmo a própria atividade de extensão/comunicação.

Estrutura da Ascom Emater-MG

Como vimos, para que a extensão/comunicação entre técnicos, agricultores familiares, demais produtores rurais e outros atores sociais se estabeleça, um dos pressupostos básicos é que comunguem dos mesmos códigos linguísticos. Por isso, as técnicas jornalísticas, de artes gráficas, rádio, filme, desde o nascimento da Emater-MG, ainda enquanto ACAR, inaugurada em 1948, já eram aplicadas. Em uma passagem rápida pelo museu que a Empresa mantém, em sua Unidade Central, em Belo Horizonte, é possível ver exemplares antigos de projetores de filmes em película, a evolução para a tecnologia de material magnético videográfico no formato U-Matic; câmeras fotográficas antigas e vários materiais de propagação de conteúdo, contados em histórias em quadrinhos, por exemplo, desenhadas pelos ilustradores da época. Esta

estrutura evoluiu para o que temos hoje, uma Assessoria de Comunicação, que, além de todo trabalho de comunicação interna, relações públicas, assessoria de imprensa, voltados para cultura organizacional, eventos, relacionamento com a imprensa, imagem institucional, ainda cria diversos produtos: programa Minas Rural, podcast Estação Rural, matérias e reportagens para o Site, Redes Sociais, vídeos em animações, trabalhos diversos em artes gráficas para impressão e meios digitais, etc.

Todos esses conteúdos, à medida que se prestam a ser instrumentos de melhoria do diálogo entre técnicos e produtores rurais e a promover o diálogo do campo com toda a sociedade, tornam-se também instrumentos de ATER.

Com o advento da internet, a comunicação digital, temos ainda a amplificação da interatividade, o que torna mais factível a comunicação dialógica, e não apenas unilateral (comunicado), dentro desta comunicação pública, na ATER. A democratização das tecnologias de comunicação, inclusive de produção de conteúdo, com os smartphones equipados com câmeras fotográficas e filmadoras, inaugura outro patamar nessa comunicação dialógica. Com a



possibilidade de os atores envolvidos serem, inclusive, produtores do próprio conteúdo a ser reportado e reproduzido nessas mídias mencionadas.

É ainda importante perceber que ter um trabalho desenvolvido por técnicos, agricultores familiares e demais produtores rurais, conjuntamente, na construção de saberes e soluções, na perspectiva da Mexpar, reportado em uma dessas mídias produzidas pela Ascom, não se reduz ao mero ato de reportar. Mas temos aí a amplificação dos efeitos dialógicos da comunicação mediada. O público que recebe o conteúdo é modificado pela mensagem recebida, assim como o contexto reportado é impactado pela visibilidade alcançada.

Para citar um exemplo simples, no programa Minas Rural veiculado no dia 13 de junho de 2020, foi ao ar uma matéria sobre um trabalho de assistência técnica e extensão rural desenvolvido no município de Aimorés, no Vale do Rio Doce, junto a produtores de arroz IR 841. Uma variedade diferenciada, mais macia e cheirosa, com maior valor agregado, porém já pouco disseminada. Na matéria, foi veiculado, além de vídeo com depoimento do técnico local, relatando a experiência, vídeo gravado pelo próprio produtor, pela câmera do celular, contando também seu trabalho com o arroz. Após o programa ir ao ar, o produtor entrou em contato com a equipe para agradecer, dizer que havia sido a primeira vez que tinha a oportunidade de falar de sua produção e, diante disto, já havia recebido demanda por sementes desta variedade. “A gente ficou muito satisfeito, eu nem esperava de ter essa oportunidade de falar do nosso lugar aqui, nosso arroz. Eu peço desculpa, que a gente nunca tinha falado na televisão assim (...). Foi (sic) tantas pessoas, amigas da gente que ligou pra gente, pessoas que estão até querendo agora semente desse arroz. Veio um rapaz hoje aqui em casa e esse arroz 841, quer semente dele. E como a semente da gente aqui é só uns 200, 300 sacos de arroz, e tem pessoas que plantam mais quantidade, nós vamos dividir isso aqui pra dar pra todas as pessoas. Muito obrigado”. Enviou-nos em áudio de Whatsapp, o produtor Nemias de Oliveira.

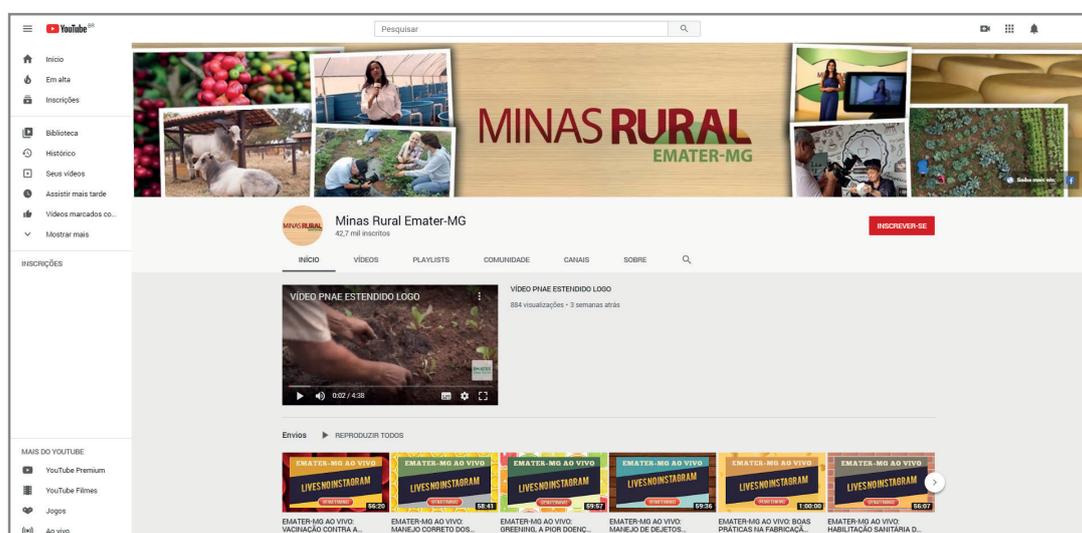
Exemplos são diversos, poderíamos citar vários, como todo o trabalho de resgate da tradição do Queijo Minas Artesanal e da qualificação dessa produção, promovido pelo Programa QMA, e a visibilidade que isso ganhou em toda mídia, local e nacional, também graças ao trabalho da Assessoria de Comunicação, o que corrobora para a agregação de valor do produto e retorna em ganho de renda e melhoria de qualidade de vida para os produtores. O mesmo vale para o processo que se sucedeu com os cafés no Estado, com o Programa Certifica Minas Café e os concursos. Há aí, sempre, uma sinergia entre técnicos, agricultores familiares, demais produtores rurais e Ascom, confluindo numa poderosa estratégia de ATER.

Por isso, é preciso cada vez mais entender todas os processos de comunicação dentro das estruturas de ATER também como a própria ATER. De tal forma que todo o corpo técnico, agricultores e demais atores envolvidos possam construir, dialogicamente, junto com os profissionais da Ascom os conteúdos dessa comunicação.

Abaixo, temos uma breve descrição de alguns produtos da Ascom, para conhecimento e “apropriação” por parte do corpo técnico da Empresa, para esta construção coletiva.

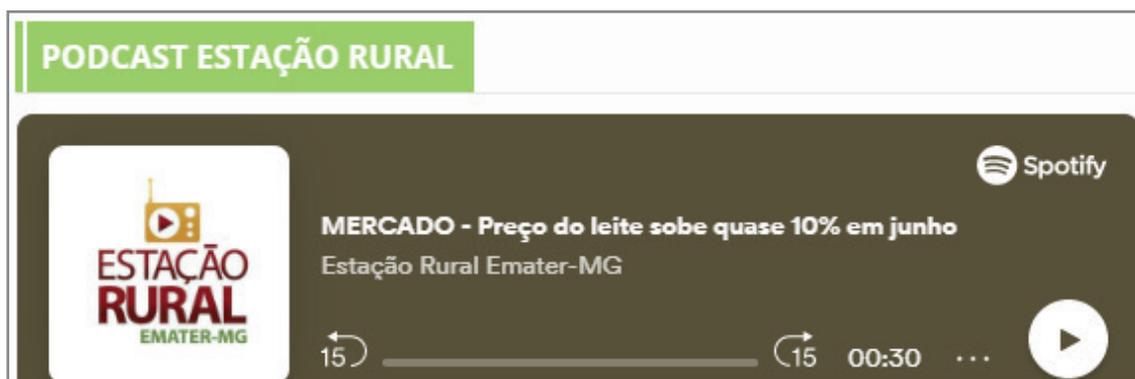
Programa Minas Rural

Veiculado desde 1994, o programa Minas Rural constitui-se no único programa televisivo mineiro com foco nas ações de assistência técnica e extensão rural, voltadas, sobretudo, para o compartilhamento do saber construído, conjuntamente, por extensionistas, produtores rurais, agricultores familiares e organizações representativas do setor agropecuário. Ele contribui para divulgação de tecnologias para o setor, especialmente com o quadro de Dicas Técnicas; para dar visibilidade à produção agropecuária mineira, proporcionando seu fortalecimento; além de prestar o serviço de esclarecer ao produtor as políticas públicas às quais pode ter acesso, por intermédio da Emater-MG. O programa ainda valoriza a cultura gastronômica genuína do Estado, por meio do quadro de receitas, além de prestar informações relevantes para o homem do campo, com o Quadro de Cotações de Produtos Agropecuários e a Agenda de Eventos Agropecuários. Com duração de 30 minutos, dividido em três blocos, com dois intervalos, o Minas Rural é veiculado por diversas emissoras de TV, de alcance estadual e nacional. Possui também um Canal no Youtube, com milhares de inscritos. O endereço é www.youtube.com/ematerminas



Estação Rural

Veiculado diariamente, em forma de podcast, no portal da Emater-MG e nas redes sociais da Empresa, o Estação Rural traz as notícias mais recentes do setor agropecuária, além de dicas técnicas, reportagens, entrevistas e o quadro Tire sua Dúvida, que responde às perguntas enviadas pelos ouvintes. O Estação Rural está disponível para download gratuito pela plataforma Soundcloud e também pode ser ouvido pelo Spotify.



Portal da Emater-MG

O portal www.emater.mg.gov.br é atualizado frequentemente com notícias técnicas, institucionais e experiências bem-sucedidas de agricultores familiares e demais produtores rurais assistidos pelos extensionistas da Empresa. O portal também veicula os programas Minas Rural e Estação Rural, além de disponibilizar para produtor uma Livraria Virtual, com material técnico, agenda de eventos agropecuários, plantão técnico, dentre outros serviços.



Relacionamento com a Imprensa

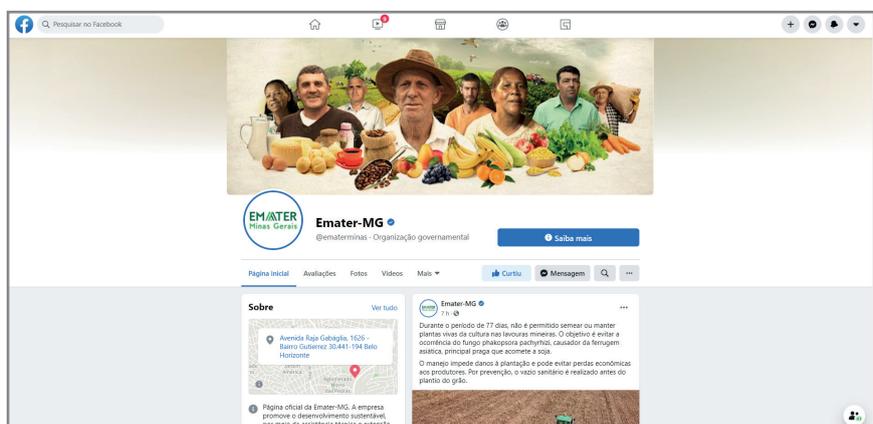
O bom relacionamento com a mídia é fundamental para a divulgação das ações da Emater-MG e, conseqüentemente, valorização do setor agropecuário mineiro. Por meio do núcleo de Imprensa, a Ascom mantém atualizado um amplo mailing com os contatos de jornais, portais, rádios e TVs de todas as regiões de Minas Gerais. Os releases produzidos pelo setor são enviados para esse mailing, pautando a mídia sobre as ações da Emater-MG.

Redes Sociais

Sempre buscando informar o seu público da melhor maneira e de um jeito acessível, a Emater-MG mantém um grande fluxo de informações, por meio de suas redes sociais. Um exemplo é o Facebook da Emater-MG (facebook.com/ematerminas). Por essa ferramenta, são disponibilizados os programas Estação Rural e Minas Rural, as notícias do portal da Empresa e vídeos técnicos, etc. O Facebook da Emater-MG também é uma importante ferramenta de interação com o público, que sempre faz comentários, sugere pautas e envia dúvidas.

Simple e direto, o Instagram da Emater-MG (@ematerminas) traz informações relevantes da Empresa, reproduzindo todos os conteúdos dos programas de rádio e TV, portal, Facebook e Youtube. Além de proporcionar a divulgação de conteúdo em formato específico, interativo, com a realização de games e enquetes, por exemplo, via stories, um dos recursos de maior alcance da plataforma.

A Ascom ainda gerencia uma rede de grupos de WhatsApp, que congregam técnicos de todas as Unidades Regionais, pela qual é possível a comunicação rápida de conteúdos gerados pela Empresa e ainda a absorção de sugestões de pautas, além de redes de transmissão para público externo, interessado em receber, de forma gratuita e periódica, nossos informativos.



Construção coletiva

Em todos os seus canais, a produção de conteúdo é feita de forma colaborativa, recebendo sugestões de pautas, que são enviadas por técnicos da Empresa, produtores rurais, parceiros, etc., sempre alinhados com a política editorial e o planejamento estratégico da Emater-MG. A Ascom está sempre atenta e aberta a todas as sugestões e críticas. O contato com a Ascom pode ser feito pelo e-mail comunicação@emater.mg.gov.br ou pelo WhatsApp (31) 98453 6231.



7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ferramentas digitais aplicadas ao trabalho de Ater são recursos valiosos, e sua utilização deve ser orientada por princípios e práticas educativas, coerentes com as diversas mudanças na sociedade, os quais interferem na maneira como interagimos com o campo, alterando as relações de comunicação entre extensionista, agricultor familiar e demais produtores rurais e outros atores. Ressalta-se que as ferramentas, por si só, não asseguram que o processo seja participativo, inclusivo, democrático, dialógico e promova a relação extensionista e agricultor de forma humanizada.

Antecede à sua utilização, a forma como o extensionista e demais atores envolvidos assumem posturas, valores, crenças e atitudes que criem as condições para o contagiar, motivar, mobilizar e interagir para a cultura da inovação, sem perder de vista o foco da ação extensionista: a busca de soluções inovadoras para o setor agropecuário e em especial para a agricultura familiar.

Importante destacar que as ferramentas digitais aplicadas aos serviços de Ater não se restringem apenas às que foram aqui referidas, pois diante da criação dinâmica e contínua de novos aplicativos e ferramentas, este documento estará em permanente construção/atualização.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BONA, André. Formas de usar o WhatsApp para negócios. <https://andrebona.com.br/5-formas-de-usar-o-whatsapp-para-negocios/>. Acesso em 27/04/2020.
- BACHTIN Mikahail. Como fazer um vídeo informativo – linguagem, <https://www.monkeybusiness.com.br/blog/como-fazer-um-video-informativo-foco-na-linguagem>. Acesso em 07 de abril de 2020.
- CARNEIRO, Mara Lúcia Fernandes. VIDEOCONFERÊNCIA: Ambiente para educação distância. Disponível em: <http://penta.ufrgs.br/pgie/workshop/mara>, acesso em 10/042020.
- DUARTE, Jorge. Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2007.
- ELMA Ruas, et al. Metodologia Participativa de Extensão Rural de Desenvolvimento Rural – MEXPAR. Emater-MG– Belo Horizonte, março/2006.
- Ferramenta de VIDEOCONFERÊNCIA da Emater-MG – Tutorial de videoconferência – http://www.emater.mg.gov.br/portal.do?flagweb=intranet_pgn_videoconferencia.
- FERREIRA Thayse Ana, et al. Uso e apropriação de tecnologias da informação e comunicação (tics) como estratégia para o desenvolvimento de empreendimentos rurais no oeste do Paraná. Revista Orbis Latina, Foz do Iguaçu-PR, Volume 9, nº 2. Páginas 08 a 101. Dezembro de 2019.
- FREIRE, Paulo, Extensão ou comunicação? Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.
- GOGONI Ronaldo – Como fazer live no youtube, transmissão ao vivo. <https://tecnoblog.net/270344/como-fazer-live-no-youtube-transmissao-ao-vivo>, acesso em 07 de abril de 2020.
- PATEL Well. Live no Instagram: O Que é, Como Fazer uma Boa Live e Recursos. <https://neilpatel.com/br/blog/live-no-instagram>, acesso em 06 de abril de 2020.



- PEIXOTO, M. Extensão rural no Brasil: uma abordagem histórica da legislação. Texto de Discussão 48, Brasília, out. 2008. 50 p. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td-48-extensao-rural-no-Brasil-uma-abordagem-historica-da-legislacao>.



9. FICHA TÉCNICA

Romeu Zema Neto

Governador de Estado

Paulo Eduardo Rocha Brant

Vice-governador

Ana Maria Soares Valentini

Secretária de Estado de Agricultura Pecuária e Abastecimento

Gustavo Laterza de Deus

Diretor Presidente

Cláudio Augusto Bortolini

Diretor Administrativo

Feliciano Nogueira de Oliveira

Diretor Técnico

Departamento Técnico

Márcio Maia de Castro

Gerente

Mariza Flores Fernandes

Gerente da Divisão de Programas e Projeto

Flávio Antônio

Gerente da Divisão de Desenvolvimento e Suporte

Coordenação de Metodologia de Extensão Rural

Ademar Moreira Pires
Luciana Maria Rocha Teixeira
Maria Helena Alves da Silva

Assessoria de Comunicação

Aline Louise Moreira

Gerente

Projeto Gráfico e Diagramação

Igor Bottaro

Revisão de Texto

Lizete Guerra Dias
Ruth Navarro

Colaboração

Alinne Freitas Frade Drumond
Aline Louise
Clarissa Ferreira
Maria Auxiliadora T Carvalho

Assessoria em Gestão de Tecnologia da Informação - ASGTI

Marcos Lopes

Gerente

Comitê Editorial

Aline Louise Moreira
Ana Luiza Resende de Oliveira
Antônio Quaresma
Clarissa Ferreira de Souza
Luciana Maria Rocha Teixeira
Márcio Maia de Castro
Márcio Stoduto de Melo
Marciana de Souza Lima
Marcelo Varella de Almeida
Maria Helena Alves da Silva
Samantha Viviane Barbosa
Walter Luis Bianor

Comitê EMATER-MG 4.0

Feliciano Nogueira de Oliveira
Marcos Roberto Lopes
Aline Louise Moreira
Alinne Freitas Frade Drumond
Carlos Alberto de Souza
Clarissa Ferreira de Souza
Cláudio Viana Franca
Elisângela Vieira de Souza
Maria Auxiliadora Tavares Carvalho
Maria Helena Alves da Silva
Mario Fernando P. Tejada Júnior
Mariza Flores Fernandes Peixoto
Péricles Alexandre Squaris Marques
Sérgio Bras Regina
Vicente José Gamarano
Walter Diniz Gusmão Machado



Conectando pessoas, ideias e soluções

Acesse o site da Emater: direcione a câmera do celular para o QR Code ou baixe um leitor na sua loja de aplicativos.

