MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Campo forte, gente que faz o amanhã

MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Informação que aproxima, conhecimento que transforma

Comunicar também é fazer Extensão Rural!



EMDAGRO
EMPRESA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO DE SERGIPE

CONHECIMENTO
NO CAMPO
RESULTADOS
NA VIDA DAS PESSOAS

Campo forte, gente que faz o amanhã

1 O QUE SÃO?

Os **Meios de Comunicação** são recursos utilizados pela Extensão Rural para **levar informações, orientações e conteúdos de interesse a um grande número de agricultores, famílias rurais e outros públicos,** superando as limitações de distância e permitindo ampliar o alcance das ações de ATER.

Podem utilizar meios **impressos, sonoros, audiovisuais e digitais**, de acordo com as características do público e com os objetivos da comunicação.

A ideia central é:

"Levar informação de interesse ao público certo, utilizando o meio e a linguagem mais adequados."





IMPRESSOS

Cartilhas, folders, cartazes, boletins, entre outros.



RÁDIO

Programas, spots, entrevistas, orientações.



TELEVISÃO

Reportagens, entrevistas, programas educativos.



WHATSAPP

Mensagens, áudios, vídeos e listas de transmissão.

REDES SOCIAIS

Divulgação de ações, orientações e conteúdos educativos.



SITES

Notícias, publicações, serviços e informações.



VÍDEOS

Conteúdos educativos, tutoriais e experiências.



OUTROS MEIOS DIGITAIS

Podcasts, aplicativos, newsletters, entre outros.

Campo forte, gente que faz o amanhã

2 PARA QUE SERVEM?

Os **Meios de Comunicação** podem ser utilizados para:

- Divulgar informações técnicas;
- Orientar agricultores;
- Alertar sobre riscos, pragas e doenças;
- Divulgar programas e políticas públicas;
- Mobilizar para atividades de ATER;
- Informar datas e prazos importantes;
- Apresentar práticas e tecnologias;
- Compartilhar experiências de agricultores;
- Divulgar resultados;
- Sensibilizar para determinados temas;
- Complementar ações presenciais;
- Manter comunicação com agricultores e comunidades.

Informação de qualidade fortalece o campo!



Comunicação que aproxima, orienta e transforma realidades no campo.



EMDAGRO
EMPRESA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO DE SERGIPE

CONHECIMENTO
NO CAMPO
RESULTADOS
NA VIDA DAS PESSOAS

Campo forte, gente que faz o amanhã

3 QUAIS MEIOS PODEM SER UTILIZADOS?

3.1 MEIOS IMPRESSOS

- Cartilhas;
- Folders;
- Folhetos;
- Cartazes;
- Boletins;
- Jornais;
- Informativos;
- Outros materiais educativos.



Informação de qualidade sempre ao alcance do produtor!

São especialmente úteis quando o agricultor precisa **consultar novamente a informação depois da atividade.**



Material impresso: conhecimento que permanece!

3.2 RÁDIO

O **rádio** continua sendo um importante meio de comunicação com o público rural.

Pode ser utilizado por meio de:

- Entrevistas;
- Programas;
- Spots;
- Avisos;
- Boletins;
- Participação em programas locais.

A linguagem deve ser **simples, direta e próxima do cotidiano do ouvinte.**



3.3 TELEVISÃO E VÍDEO

Permitem combinar **imagem e som**, facilitando a apresentação de práticas, experiências e resultados.

Podem ser utilizados:

- Entrevistas;
- Reportagens;
- Vídeos educativos;
- Depoimentos;
- Demonstrações;
- Vídeos curtos para divulgação digital.

Sempre que possível, **mostre a prática acontecendo,** em vez de apresentar apenas alguém falando sobre ela.



Campo forte, gente que faz o amanhã

3.4 MEIOS DIGITAIS

Atualmente, os meios digitais ampliaram significativamente as possibilidades de comunicação na Extensão Rural.

Podem incluir:

- WhatsApp;
- Redes sociais;
- Sites institucionais;
- Aplicativos;
- Vídeos;
- Podcasts;
- Mensagens de áudio;
- Cards e informativos digitais.

Conectando informação e oportunidades para o campo!



Informação na palma da mão, mais perto de quem produz!

COMUNICAÇÃO DIGITAL EXIGE PLANEJAMENTO

Esses meios permitem comunicação rápida e grande alcance, mas devem ser utilizados de forma **planejada, responsável e adequada ao público.**

- Planeje
- Escolha o público
- Use linguagem adequada
- Mantenha qualidade
- Respeite os dados

Campo forte, gente que faz o amanhã

3.4.1 WHATSAPP NA EXTENSÃO RURAL

O **WhatsApp** pode ser útil para:

- Mobilizar agricultores;
- Informar datas de atividades;
- Compartilhar orientações;
- Enviar materiais educativos;
- Manter contato com grupos;
- Dar avisos;
- Receber demandas;
- Compartilhar vídeos e áudios curtos.



CUIDADO COM O EXCESSO DE MENSAGENS

Grupos com grande quantidade de conteúdos pouco relevantes tendem a perder sua função. Utilize mensagens **curtas, claras e realmente úteis** para o público.

3.4.2 REDES SOCIAIS

As **redes sociais** podem ampliar a divulgação das ações de ATER e levar informações a públicos que nem sempre participam presencialmente das atividades.

Podem ser utilizadas para:

- Divulgar orientações;
- Apresentar experiências;
- Compartilhar resultados;
- Mobilizar para eventos;
- Valorizar agricultores;
- Divulgar programas e serviços;
- Apresentar práticas e tecnologias.



Mas é importante lembrar:

NÚMERO DE CURTIDAS NÃO É RESULTADO DE ATER

Alcance e engajamento ajudam a avaliar a comunicação, mas é preciso considerar também se a **informação chegou** ao **público de interesse e se foi útil para ele.**

Campo forte, gente que faz o amanhã

4 COMO ESCOLHER O MEIO?

Antes de escolher o canal, pergunte:

- Quem precisa receber essa informação?
- Que meios esse público realmente utiliza?
- Qual é a complexidade do assunto?
- É necessário mostrar alguma prática?
- A informação precisará ser consultada posteriormente?
- É urgente?
- O público terá oportunidade de tirar dúvidas?

PRIMEIRO O PÚBLICO. DEPOIS O MEIO.

Não escolha uma rede social, vídeo ou material impresso apenas porque é fácil produzir ou está disponível.

Escolha o meio que **melhor permita alcançar o público e atingir o objetivo.**

Cada público tem um canal.



Comunicação bem planejada gera resultados no campo!



Campo forte, gente que faz o amanhã

6 VALORIZE A REALIDADE LOCAL

Sempre que possível, utilize:

- Exemplos da região;
- Fotografias reais;
- Experiências de agricultores;
- Depoimentos;
- Situações conhecidas;
- Linguagem próxima do público.

A informação tende a ganhar significado quando o agricultor se reconhece na situação apresentada.



7 COMUNICAÇÃO NÃO SUBSTITUI A ATER PRESENCIAL

Os Meios de Comunicação podem **ampliar, complementar e fortalecer** o trabalho da Extensão Rural, mas nem toda situação pode ser resolvida por um card, vídeo, mensagem ou ligação.

Algumas demandas exigem:

- Visita Técnica;
- Demonstração de Método;
- Oficina;
- Curso;
- Reunião;
- Unidade Demonstrativa;
- Outras formas de acompanhamento.



UM MEIO PODE DESPERTAR O INTERESSE. OUTRO MÉTODO PODE APROFUNDAR O CONHECIMENTO.

Campo forte, gente que faz o amanhã

8 COMBINE DIFERENTES MEIOS

Uma mesma ação pode utilizar diferentes canais.

Por exemplo, uma campanha sobre determinada prática pode combinar:

Mais canais, mais pessoas informadas e mais resultados no campo!

RÁDIO
Desperta a atenção



Informação para um grande número de pessoas.

WHATSAPP
Reforça a mensagem



Agilidade e contato direto com o público.

VÍDEO
Mostra a prática



Imagem e som facilitam o aprendizado.

MATERIAL IMPRESSO
Permite consulta posterior



Informação sempre à mão, para consultar quando precisar.

REUNIÃO OU OFICINA
Permove diálogo e aprofundamento



Troca de experiências e esclarecimento de dúvidas.

VISITA TÉCNICA
Acompanha a aplicação



Orientação no campo e apoio contínuo.

Essa integração aumenta o potencial da comunicação.

9 AVALIE

Não avalie apenas a quantidade de materiais produzidos. Procure saber:

- A informação chegou ao público desejado?
- Foi compreendida?
- Gerou dúvidas ou procura pelos serviços?
- Houve participação nas atividades divulgadas?
- Qual meio funcionou melhor?
- O público considerou a informação útil?
- É necessário aprofundar o assunto?



Avaliar também é comunicar melhor!

Comunicação eficiente fortalece a Extensão Rural!

EMDAGRO
EMPRESA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO DE SERGIPE

CONHECIMENTO NO CAMPO
RESULTADOS NA VIDA DAS PESSOAS

Campo forte, gente que faz o amanhã

10 DICAS PARA O BOM USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

- Defina o objetivo antes de produzir o conteúdo.
- Identifique claramente o público.
- Escolha o meio utilizado pelo público que se pretende alcançar.
- Trabalhe uma mensagem principal.
- Utilize linguagem simples e objetiva.
- Explique termos técnicos quando necessários.
- Evite excesso de informações.
- Utilize exemplos relacionados à realidade local.
- Valorize experiências e depoimentos de agricultores.
- Utilize imagens que ajudem a compreender a mensagem.
- Produza vídeos curtos e objetivos quando destinados aos meios digitais.
- Não sobrecarregue grupos de WhatsApp.
- Mantenha as informações técnicas corretas e atualizadas.
- Informe onde o agricultor pode buscar mais orientações.
- Combine diferentes meios quando necessário.
- Utilize a comunicação para apoiar as atividades presenciais.
- Respeite a privacidade e a autorização para utilização de imagens e depoimentos.
- Avalie se a mensagem chegou ao público desejado.
- Observe quais canais apresentam melhores resultados.
- Utilize as dúvidas recebidas para planejar novas ações de ATER.



COMUNICAÇÃO BEM PLANEJADA: INFORMAÇÃO CERTA, PARA O PÚBLICO CERTO, PELO MEIO ADEQUADO.

EMDAGRO
EMPRESA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO DE SERGIPE

CONHECIMENTO NO CAMPO
RESULTADOS NA VIDA DAS PESSOAS