

# OS ÓRGÃOS DE ATER PÚBLICOS CONVERSAM COM AGRICULTORES IDOSOS NAS SUAS MÍDIAS SOCIAIS?

Mariana de Carvalho Araújo<sup>1</sup> , Luís Fernando Soares Zuin<sup>2</sup> 

## RESUMO

Com a chegada da pandemia da Covid-19 as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) começaram a ser utilizadas com maior frequência pelas instituições de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER). Atualmente, um dos principais recursos para a comunicação e divulgação de notícias junto aos agricultores são as redes sociais e aplicativos de mensagens eletrônicas. Este artigo se propõe a identificar e analisar temas, conteúdos e frequência os idosos são abordados nas redes sociais dos órgãos públicos brasileiros, que realizam serviços de ATER. Para atingir esse objetivo foi realizado um estudo de caso dos perfis dessas instituições nas mídias digitais Facebook, Twitter e Youtube. A partir dessa análise foi possível perceber que os órgãos de ATER do país ainda exploram pouco os temas e conteúdos relacionados aos idosos, possuindo poucas atividades direcionadas para esse público nessas mídias. Por isso, conclui-se que é necessário que essas instituições aumentem os seus esforços para abranger também nos seus serviços os idosos.

**Palavras-chave:** Assistência Técnica, Extensão Rural, Agricultor, Idoso, Redes Sociais.

## DO PUBLIC ATER AGENCIES TALK TO ELDERLY FARMERS ON THEIR SOCIAL MEDIA?

## ABSTRACT

With the arrival of the Covid-19 pandemic, Information and Communication Technologies (ICT) began to be widely used by Technical Assistance and Rural Extension institutions (ATER). Social networks become one of the main resources for communication and dissemination of news with farmers. This article aims to identify and analyze the topics addressed about the elderly in the social networks of these institutions. For this, we will make a case study on the profiles of some ATERs in the Facebook, Twitter and Youtube. From this analysis, it was possible to perceive that the ATER bodies in the country still little explore topics related to the elderly and have few activities aimed at this audience. Therefore, it is necessary to increase the efforts of these institutions to cover the various audiences in the rural territory.

**Keywords:** Technical Assistance, Rural Extension, Farmer, Elderly, Social networks.

<sup>1</sup> Universidade Federal de São Carlos (UFScar)

<sup>2</sup> Universidade de São Paulo (USP)

Autor Correspondente: Mariana de Carvalho Araújo  
E-mail: mariana.carvalho@estudante.ufscar.br

Recebido em 07 de Fevereiro de 2023 | Aceito em 29 de Junho de 2023.

## 1. INTRODUÇÃO

Neste momento histórico, as redes sociais estão desempenhando um papel importante de meio de comunicação entre agricultores e extensionistas rurais. O início do uso massivo dessa forma de comunicação ocorreu devido à pandemia do Novo Coronavírus, que chegou ao Brasil em março de 2020 (Resende, 2022). Até 2020, os órgãos de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) prestavam serviços educacionais aos agricultores majoritariamente em encontros presenciais. Essas reuniões costumavam ocorrer nos estabelecimentos rurais ou em escritórios regionais espalhados por todo o território nacional. Todavia, por conta da pandemia da Covid-19 algumas interações presenciais tiveram que se adequar a uma nova realidade. Com a ajuda de aplicativos de mensagens instantâneas (Whatsapp e Telegram), de reuniões (Google Meet e Stream Yard), plataformas de vídeo (Youtube) e redes sociais (Facebook e Instagram) várias formas de interações passaram a ser realizadas remotamente. Por meio desses caminhos comunicativos foi possível continuar prestando os serviços de ATER de diferentes formas (texto, áudio ou vídeo). Vale ressaltar, aconteceram algumas atividades presenciais, como reuniões, durante períodos mais flexíveis da pandemia, porém essas interações eram realizadas com um número de integrantes reduzido e obedeciam ao distanciamento social para diminuir a transmissão do vírus (Associação Brasileira das Entidades Estaduais Assistência Técnica e Extensão Rural [ASBRAER] 2020; Ressutti, 2020; World Health Organization [WHO], 2021).

Historicamente, os serviços de ATER sempre foram deficitários no que se refere a amplitude do atendimento a contingente total de produtores rurais brasileiros (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2019a). Uma das respostas a este cenário foi a criação do Programa ATER Digital pelo governo federal. Esse programa consolidou uma tendência que já havia iniciado de inserção das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) na prestação dos serviços de assistência técnica e extensão rural. O programa tem o intuito de abranger mais agricultores, pois em algumas regiões os produtores rurais que recebem esse auxílio ainda são reduzidos. A região nordeste, por exemplo, possui apenas 7,3% dos seus agricultores beneficiários da ATER (Brasil, 2020). Entretanto, neste documento pode ser observado um olhar predominante produtivista e tecnicista, que pode levar a um distanciamento do desenvolvimento de uma produção agropecuária sustentável.

Há um conjunto de pesquisas (Farias, 2013; J. A. Moreira et al., 2020; Ruthes, 2018) que já relataram os benefícios do uso das TDIC nos processos educativos de diversos públicos, podendo ser uma comunicação rápida com múltiplas formas de interação e que possui flexibilidade no tempo do aprendizado para o interlocutor. Vale ressaltar que, segundo Costa e outros (2015) enquanto as TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) englobariam tecnologias novas e antigas (televisão, rádio, etc.), as TDIC abrangem o grupo de dispositivos digitais em que se pode navegar pela internet, como os celulares de última geração (smartphones), computadores, tablets, entre outros. Conforme Moreira e Horta (2020) a inclusão de diferentes ambientes interacionais (presenciais e virtuais) diminuem as barreiras físicas da sala de aula, pois com as ferramentas digitais os educandos podem estudar nas suas residências. Todavia, os territórios rurais ainda apresentam vários obstáculos que podem impedir o desenvolvimento da educação digital, combinação do ensino presencial e remoto (J. A. Moreira & Schlemmer, 2020).

No Brasil, atualmente, somente 20% dos domicílios rurais possuem computador e 71% acessam a internet em suas residências. O preço elevado dos planos de internet ainda é o principal motivo para a ausência deste serviço nas propriedades rurais. Ao longo dos anos as áreas rurais estão superando suas limitações de conectividade. Em 2021, os domicílios localizados nessas áreas que possuíam internet aumentaram 20% a sua cobertura, com um total de 73% (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [NIC.br], 2022). O fato do perfil do agricultor rural também pode ser uma limitação, pois grande parcela desse grupo possui mais de 45 anos e escolaridade baixa, 15,45% deles nunca frequentaram a escola, resultando na taxa de analfabetismo de 22,6% entre os homens e 24,8% das mulheres (IBGE, 2019a). Essas limitações

podem ser minimizadas de alguma forma, por exemplo, com o aumento da conectividade por banda larga móvel no campo. O telefone móvel é o dispositivo mais usado para o acesso à internet no campo, sendo que 91% dos domicílios rurais possuem pelo menos um celular (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação [CETIC.BR]; NIC.BR, 2022). Referente a educação, os programas de Educação de Jovens e Adultos (EJA) podem ser uma alternativa para os agricultores terminarem seus estudos, com o auxílio dessa forma de comunicação. O EJA é um programa educacional que ajuda os indivíduos a concluir o ensino fundamental/médio fora da idade prevista em lei e em menos tempo (Haddad & DI PIERRO, 2007). Além disso, há algum tempo várias instituições do EJA que já estimulam seus educandos a fazerem o uso das TIDCs e TICs (Ruthes, 2018; Santos et al., 2017).

Ações educacionais em ambientes interacionais digitais conta com diversos benefícios para as instituições de ensino, como diminuição de gastos com estrutura física e maior abrangência de indivíduos (A. C. O. Silva et al., 2020), e para os indivíduos de forma geral, pois mostra outras formas de se comunicar, educar e trabalhar remotamente. Por exemplo, pela web é possível que um agricultor possa divulgar e comercializar seus produtos sem sair de casa (Gregolin et al., 2017). A existência de perfis das ATERs em redes sociais voltados para o segmento agropecuário ajudam os produtores rurais a se manter informados sobre novas tecnologias produtivas e competitivos para o mercado. As redes sociais já são usadas por esse público, como na comunicação (família e amigos), comercialização de produtos, agendamento de serviços variados, pesquisa de preços, entre outros (Godoy et al., 2020). E é por este motivo que nesse artigo será estudado como o produtor rural, em especial o idoso, é abordado nos perfis desses órgãos públicos brasileiros. Para isso buscou-se coletar nas redes sociais (Facebook, Twitter e Youtube) qual frequência e quais são as principais temáticas levantadas por essas instituições. Analisar essas redes sociais é fundamental, pois nos permite refletir sobre a importância desse sujeito para as instituições.

## 2. ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL

Há indícios que a Extensão Rural se originou no Brasil por volta do século XIX, porém as atividades de assistência técnica e extensão rural só teve início em 1948 com a criação da Associação de Crédito e Assistência Rural (ACAR) no estado de Minas Gerais. Nessa época o modelo brasileiro sofreu influências do modelo de extensão rural empregado nos Estados Unidos da América (EUA) (da Fonseca, 1985; de Mendonça, 2010). Entretanto, houve mudanças até chegar na ATER nos moldes de hoje.

Conforme a lei da Política Nacional da Assistência Técnica e Extensão Rural (PNATER), nº 12.188, de 11 de janeiro de 2010, artigo 2º, inciso I, a ATER seria definida como uma instituição que presta “serviço de educação não formal, de caráter continuado, no meio rural, que promove processos de gestão, produção, beneficiamento e comercialização das atividades e dos serviços agropecuários e não agropecuários, inclusive das atividades agroextrativistas, florestais e artesanais” (Brasil, 2010).

Quem presta esse serviço são os técnicos extensionistas que possuem formações que variam entre a área agropecuária e social. Ao longo dos anos esses serviços eram prestados usando diferentes metodologias de ensino. Nos anos iniciais a ATER foi essencialmente difusionista e tecnicista, em que o objetivo central dos órgãos eram a difusão de novas tecnologias (Estevão et al., 2013). Porém, atualmente já se sabe que essa metodologia não é indicada, pois um dos problemas que pode acarretar é a invasão cultural por não considerar cultura, saberes, crenças e realidade dos seus educandos (Freire, 2010; J. Moreira, 2022). Por isso, a metodologia educacional incentivada para o uso junto ao público rural no desenvolvimento das atividades de ATER é a dialógica. Nesta metodologia é considerado o contexto no qual o educando está inserido e as relações que ele estabelece com os elementos que o cercam, para que assim ambos, educador e educando, possam aprender juntos em processos de ensino-aprendizagem (V. B. da Silva et al., 2021; Zuin et al., 2011).

As metodologias participativas, como a dialógica, marcam uma nova fase na ATER brasileira, por isso foram consideradas na construção da PNATER, em 2004, e hoje fazem parte dos princípios dessa política, no artigo 3º da lei 12.188 (Brasil, 2010). Todavia, ainda é preciso avançar nesse debate, pois na época atual ainda é comum os técnicos usarem persuasão para convencer os produtores rurais a adotarem novas tecnologias, o que não é aconselhável (Sastoque & Restrepo, 2021; Zuin et al., 2011).

### 3. ATER DIGITAL

Como mencionado anteriormente, com a pandemia da Covid-19 os órgãos de ATER intensificaram o uso das TDICs e consolidaram essa prática com o Programa de ATER Digital (Brasil, 2020). Alguns dos planos de ação dessa política são o de capacitar extensionistas rurais para o uso das TDICs, modernizar as infraestruturas tecnológicas dos órgãos de ATER, desenvolver plataformas para o aperfeiçoamento das atividades agropecuárias, entre outros. Todas essas ações buscam desencadear benefícios para o público atendido por essas instituições, como o aumento na abrangência dos beneficiários, rapidez no atendimento e no acesso às informações, entre outros aspectos ligados a vida do produtor rural (Brasil, 2020).

Segundo o MEXPAR 4.0, desenvolvido pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG), as ferramentas digitais procuram facilitar a comunicação, vendas e capacitação dos agricultores, por meio de aplicativos de mensagens instantâneas (WhatsApp e Telegram), redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram), plataformas de vídeo (YouTube), entre outros (2020). Cada aplicativo e plataforma são usadas para diferentes finalidades, sendo:

- Aplicativos de mensagens instantâneas: o WhatsApp e o Telegram podem ser utilizados na comunicação entre agricultor e extensionista, para receber assistência técnica (dar avisos, tirar dúvidas e compartilhar de material educacional) e para a comercialização dos produtos. Os contatos podem ser feitos por mensagem de texto, áudio e videochamadas;
- Redes Sociais: o Facebook, Instagram e Twitter, podem ser utilizadas como ferramentas de divulgação dos produtos agrícolas e materiais educacionais, como vídeos informativos;
- Plataformas de vídeo: o YouTube, por exemplo, é uma plataforma em que é possível transmitir e armazenar vídeos para compartilhamento, empregado para a realização de transmissões ao vivo, capacitações e seminários (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais [EMATER-MG], 2020).

### 4. MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia de coleta de informações empregada nesse artigo foi o estudo de caso. Buscou-se analisar as mídias digitais Facebook, Twitter e Youtube dos órgãos de ATER do país com o intuito de descobrir como o público idoso é citado. Esse grupo foi escolhido pelo fato de uma parcela considerável de agricultores estarem na terceira idade, cerca de 23% dos produtores rurais possuem 65 anos ou mais (IBGE, 2019b). Já o Facebook foi selecionado por ser a segunda plataforma mais navegada por agricultores com 67% do total de usuários, ficando atrás somente do WhatsApp com 96% em 2017 (Associação Brasileira Marketing Rural e Agronegócio [ABMRA], 2017). De acordo com a 8ª Pesquisa Hábitos Do Produtor Rural ABMRA (2022), esse ano a relevância do Facebook entre seus usuários triplicou. Além de ser bastante utilizada por agricultores essas redes sociais também são amplamente empregadas pelas instituições de ATER, com o Instagram e Twitter. Vale ressaltar que, ao analisar as redes sociais Facebook e Instagram notou-se que suas publicações tendem a ser similares, na maioria das vezes as postagens parecem ter sido somente

replicadas, porém não existe uma regra para que isso aconteça. A EMATER-PI (Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural do Piauí) é um exemplo de órgão que segue esse padrão nas publicações, pois acredita-se que dessa forma os seguidores das diferentes redes sociais terão acesso as mesmas informações. Já o Twitter e o Youtube foram escolhidos por serem mídias populares entre os órgãos e de fácil consulta, seja no próprio site ou em terceiros. O Twitter, por exemplo, não havia a opção de pesquisa em suas postagens para ajudar a automatizar a busca, por isso para efetuar as consultas no Twitter foi utilizado o site Nitter (<http://nitter.net>), um site alternativo que possui a opção “Search” para procurar as palavras-chaves das publicações realizadas no Twitter.

Foram incluídas somente instituições que possuíam perfis próprios dos órgãos, ou seja, foram desconsiderados as ATERs que tinham perfis em conjunto com os governos dos Estados, pois não teria como identificar se a autoria da postagem seria da ATER ou do governo do estado. O período que essas publicações foram estudadas foi do início de novembro de 2021 até o final de novembro de 2022, um ano, e abrangeu todos os órgãos públicos nacionais de ATER que fizeram o uso dessas mídias digitais. O processo de busca dos perfis ocorreu no site institucional das 27 entidades de ATER no qual foi observado se havia alguma sinalização ou ícone de direcionamento para o Facebook, Twitter e Youtube.

Ao encontrar a página oficial das instituições foi feita a busca no próprio perfil por meio de palavras-chave na opção “Pesquisar” ou “Search”, que costuma ficar localizado no canto superior direito dos perfis. Este recurso procura o conteúdo das publicações e os comentários de acordo com as palavras-chaves utilizadas. Para detectar as publicações relacionadas aos idosos foi empregado esta palavra-chave com variações de gênero e número (idoso, idosos, idosa e idosas) e seus sinônimos, como terceira idade e melhor idade.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção contém os dados coletados no Facebook, Twitter e Youtube das ATERs que utilizam essas plataformas. A Tabela 1 possui as seguintes informações: nome, estado e região, e se eles possuem ou não website, Facebook, Twitter e Youtube e o número total de publicações encontradas que abordavam as pessoas idosas.

Ao iniciar a pesquisa das 27 instituições, que representam os 26 estados brasileiros e o Distrito Federal, pode-se perceber que a maioria das ATERs utilizam todas as plataformas estudadas, especialmente o site, pois é nele que consta os editais e informações sobre os órgãos. Apenas a IATER não possui um site institucional, nesse caso as suas notícias são publicadas por meio do site do governo de Roraima ou no Facebook e Instagram da IATER. Somente três órgãos usam apenas uma mídia das quatro que estão sendo analisadas, que são: IATER-RO, EMATER-AC e EMDRAGO-SE. Após acessar os perfis das instituições verificou-se que somente cinco ATERs fizeram alguma publicação que incluem de alguma forma a pessoa idosa, que foram: EMATER-DF, IDAM, EMATER-RS, INCAPER, IDR-Paraná e EPAGRI.

Tabela 1: Perfil das instituições de ATER no Brasil

Nome	Estado	Região	Website	Facebook	Twitter	Youtube	Total de Publicações
EMATER AC	Acre	Norte	Sim	Não	Não	Não	-
EMATER DF	Distrito Federal	Centro-Oeste	Sim	Sim (2)	Sim (1)	Sim	3
EMATER GO	Goiás	Centro-Oeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
EMPAER MT	Mato Grosso	Centro-Oeste	Sim	Sim	Não	Sim	0
AGRAER MS	Mato Grosso do Sul	Centro-Oeste	Sim	Não	Não	Sim	-
RURALTINS	Tocantins	Centro-Oeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
EMATER AL	Alagoas	Nordeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
BAHIATER	Bahia	Nordeste	Sim	Sim	Não	Sim	0
EMATER CE	Ceará	Nordeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
AGERP MA	Maranhão	Nordeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
EMPAER PB	Paraíba	Nordeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
IPA	Pernambuco	Nordeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
EMATER PI	Piauí	Nordeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
EMATER RN	Rio Grande do Norte	Nordeste	Sim	Não	Não	Sim	0
EMDAGRO	Sergipe	Nordeste	Sim	Não	Não	Não	-
RURAP	Amapá	Norte	Sim	Sim	Sim	Não	0
IDAM	Amazonas	Norte	Sim	Sim (1)	Não	Sim	1
EMATER PA	Pará	Norte	Sim	Sim	Sim	Não	0
EMATER RO	Rondônia	Norte	Sim	Sim	Sim	Sim	0
IATER	Roraima	Norte	Não	Sim	Não	Não	0
INCAPER	Espírito Santo	Sudeste	Sim	Sim	Sim	Sim (2)	2
EMATER MG	Minas Gerais	Sudeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
EMATER RJ	Rio de Janeiro	Sudeste	Sim	Sim	Não	Não	0
CATI	São Paulo	Sudeste	Sim	Sim	Sim	Sim	0
IDR-Paraná	Paraná	Sul	Sim	Sim	Não	Sim (3)	3
EMATER RS	Rio Grande do Sul	Sul	Sim	Sim (2)	Sim	Sim (2)	4
EPAGRI	Santa Catarina	Sul	Sim	Sim (1)	Sim	Sim	1

Fonte: Elaborado pela autora.

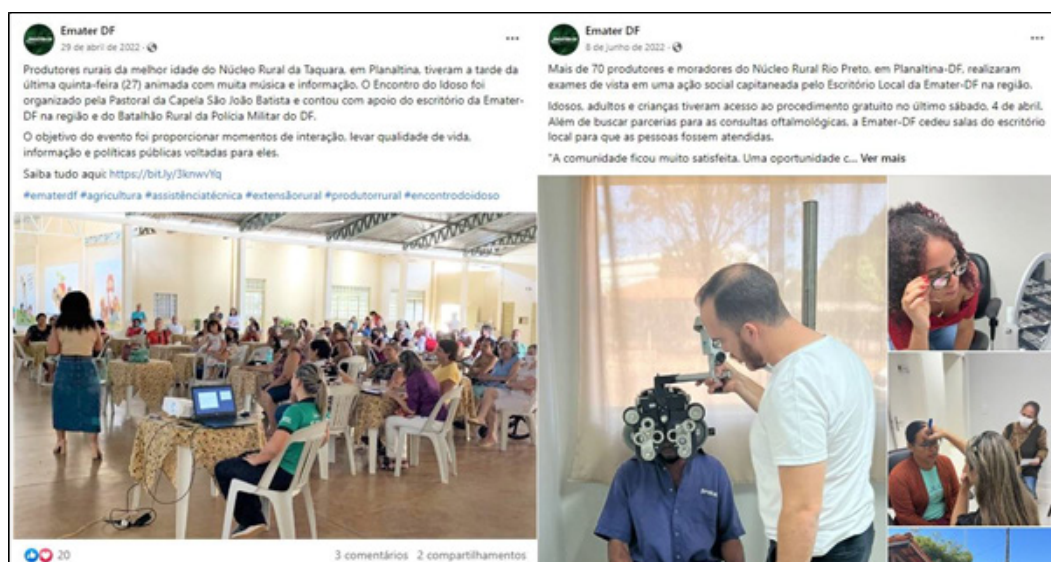
As três primeiras publicações analisadas foi a da EMATER-DF que possui três publicações, duas no Facebook e uma no Twitter que se enquadra nos critérios deste estudo. A Figura 1 mostra duas publicações feitas em 29 de abril e 8 de junho de 2022 no Facebook. Duas publicações foram sobre um Encontro de Idosos realizado em parceria da EMATER-DF e pastoral da região. O intuito do encontro foi o de propiciar lazer e informação sobre saúde mental e políticas públicas aos produtores idosos. A terceira publicação foi sobre uma ação social que disponibilizou consultas oftalmológicas para produtores e residentes de Platina-DF. Neste caso, o Facebook e Twitter serviram para divulgação de notícias, em alguns casos as instituições colocam o link do site para seus seguidores terem acesso à matéria na íntegra, como foi o caso do Encontro dos Idosos. Na Figura 2 optou-se por colocar apenas as publicações do Facebook, pois a publicação do Twitter fala sobre



o mesmo evento abordado pelo Facebook de maneira resumida.

A quarta publicação foi feita pelo IDAM-AM em 6 de maio de 2022 no Facebook, ver Figura 2. A publicação anunciava uma parceria com entidades que atende a população idosa que visava disponibilizar cursos técnicos de hortaliças para essas pessoas com mais de 60 anos para capacitar esses indivíduos. As três próximas publicações foram realizadas pelo INCAPER no Youtube em novembro. Os vídeos eram sobre o 2º Simpósio INCAPER Pesquisa. Nesses vídeos o idoso era apenas mencionado, pois nesta plataforma de vídeos a busca é feita tanto nos títulos quanto no conteúdo dos vídeos. Logo, o idoso não era o foco desses vídeos, ele foi apenas citado durante a apresentação dos trabalhos desse simpósio. A mesma coisa ocorre com as três postagens do IDR-PR que aconteceram no Youtube entre maio e setembro de 2020, duas citações foram feitas para pessoas com mais idade em um vídeo de comemoração pelos “40 anos da Extensão Rural e Assistência Técnica para o leite no sudoeste do Paraná” e o outro vídeo sobre a “Legislação para atividade de turismo rural na agricultura familiar”.

Figura 1: Publicação sobre idosos da EMATER-DF



Fonte: Adaptação de <https://www.facebook.com/emater.df>

As quatro publicações foram realizadas pela EMATER-RS, sendo duas publicadas no Facebook e duas no Youtube. A primeira publicação do Facebook dessa instituição foi em fevereiro sobre a um evento chamado de “Jogos Rurais Quatro Irmãos”, em que famílias de nove comunidades se confraternizavam. Este evento era destinado ao público em geral (crianças, jovens, adultos e idosos). A segunda postagem foi em junho e se referia a uma capacitação de cultivo de plantas que eram ofertadas em conjunto com o CRAS (Centro de Referência em Assistência Social). Ambas as postagens estão na Figura 3. Já os vídeos do Youtube que havia se referido rapidamente ao idoso foram publicados entre agosto e novembro, com os títulos “Agroindústria em Sto Antônio da Patrulha: da lavoura de cana-de-açúcar até o melado – RG Rural” e “Rio Grande Rural 1246 - edição completa (13/11/2022)”.

Ao total, foram 14 publicações que citaram a pessoa idosa, seja como ator principal ou secundário. As temáticas abordadas pelas ATERs sobre a população idosa variaram entre saúde, lazer e capacitação. Fundamentado nos dados coletados neste estudo, nota-se que apesar de ser uma parcela significativa do público-alvo da ATER as menções as pessoas da terceira idade ainda está sendo realizada insuficientemente, visto que apenas na EPAGRI Vídeos, um dos canais do Youtube da instituição, há mais de 360 vídeos. Esse dado é em alguma medida conflitante com os princípios da PNATER (Política Nacional de Assistência Técnica e Exten-

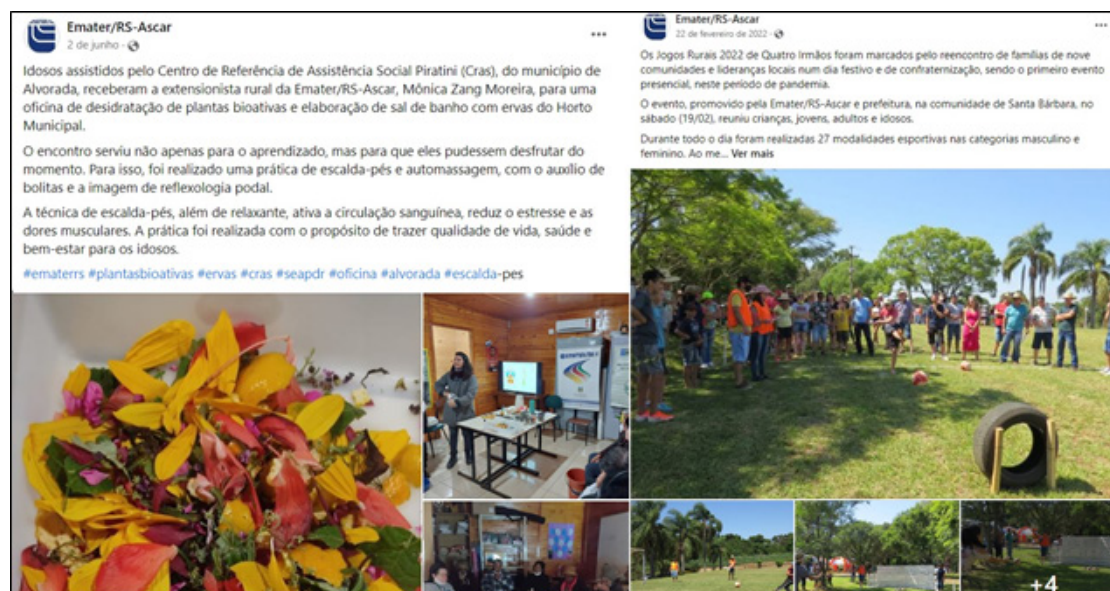
são Rural para a Agricultura Familiar e Reforma Agrária). Pois, segundo o artigo 3o e inciso V da lei 12.188, a PNATER tem como princípio a equidade racial, étnica, geracional e de gênero (Brasil, 2010). Mas não há como saber se a equidade é realmente praticada, pois ela não é mostrada frequentemente nos diferentes ambientes interacionais que a ATER atua.

Figura 2: Publicação sobre idosos da IDAM



Fonte: <https://www.facebook.com/idam.govam>

Figura 3: Publicação sobre idosos da EMATER-RS



Fonte: Adaptado de <https://www.facebook.com/EmaterRS>

A última publicação foi da EPAGRI em 7 dezembro de 2021 no Facebook. A postagem era de comemoração dos 30 anos da EPAGRI e descrevia a programação dos próximos dias. De acordo com a postagem, no dia 30/11 estava previsto a entrega de doações que foram arrecadados pelos profissionais da EPAGRI para uma instituição de apoio ao idoso.



Como a ATER se trata de um serviço educacionais ofertado para um público majoritariamente entre a meia-idade e terceira idade ela deve ter em mente a Educação de Jovens e Adultos (EJA) ao desenvolver essas atividades. Pois, assim como a EJA os órgãos de ATER também necessitam ter um espaço plural para abranger os produtores rurais de diferentes idades. A EJA tem como alguns dos seus princípios o material educacional personalizado e conteúdo voltado para as reais necessidades e exigências do seu público (Soares, 2011). Esse ponto foi pouco visto no Facebook das ATER, reduzindo as chances dos beneficiários desse serviço se sentirem totalmente contemplados e representados por esse conteúdo.

Os órgãos de ATER devem modificar sua conduta nessas redes para englobar diferentes sujeitos, especialmente o produtor rural idoso. Pois, ainda que haja obstáculos em relação ao acesso à internet e a familiaridade do produtor com as tecnologias digitais (Victorio et al., 2021) as mídias digitais são amplamente utilizadas entre os produtores rurais para se informar (ABMRA, 2021) e conforme a pesquisa TIC Domicílios 2021, cerca de 48% da população com mais de 60 anos utiliza a internet (NIC.BR, 2022). Ao usar públicos e temáticas mais diversas em suas redes sociais as instituições de ATER mostram ser um órgão dialógico, democrático e participativo, que o mesmo deve e se propõe a ser.

Vale ressaltar que, essa pesquisa possui suas limitações, já que não foi analisado a totalidade das mídias digitais pertencentes aos órgãos de ATER. Por outro lado, o estudo permitiu que fosse observado que o conteúdo postado nas redes sociais possui semelhanças e mostram indícios que essa falta de pluralidade de sujeitos também ocorra em outros meios, como o Instagram, porém mais pesquisas precisam ser realizadas sobre o assunto.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

O intuito desta pesquisa foi o de identificar e analisar quais eram as temáticas abordadas acerca do idoso e qual a frequência dessas publicações no Facebook, Twitter e Youtube das ATERs do Brasil. Com base no estudo de caso feito é possível perceber que poucos órgãos tiveram a preocupação de incluir de alguma forma o idoso na rede social estudada, especialmente no Twitter e Youtube. Somente cinco instituições haviam postado algo que abrangia a terceira idade. Além de poucas instituições o número de publicações também foi reduzido, pois em um período de um ano havia apenas 14 postagens que mencionavam esse grupo no meio de centenas que não falavam sobre esse grupo.

O campo brasileiro é diverso, por isso a Assistência Técnica e Extensão Rural necessita em seus serviços abranger toda essa pluralidade de idade, gênero, cultivos, entre outros, pois cada um deles possuem anseios e objetivos diferentes. Por exemplo, o propósito de um jovem agricultor difere de um agricultor idoso, o idoso costuma estar mais preocupado com temas como previdência social, serviços de saúde, entre outros, enquanto para os jovens essa realidade ainda está distante. A comunicação dialógica é uma metodologia que pode ser aplicada pelo extensionista com o propósito de conhecer o contexto que essas pessoas estão inseridas e seu anseios. A partir daí, é possível fazer o planejamento das ações comunicacionais e educacionais da ATER orientado nos dados e informações coletadas.

Os resultados da pesquisa permitem considerar a importância da representatividade e inclusão digital de diversos sujeitos. Simultaneamente, o estudo também mostra que o Programa ATER Digital, idealizado pelo governo federal em 2020, é relativamente novo e ainda se encontra em fase de expansão em alguns estados e que os territórios rurais estão gradualmente se adaptando e avançando tecnologicamente.

## AGRADECIMENTOS

---

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## REFERÊNCIAS

---

- Agência Estadual de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural do Maranhão (AGERP-MA). (2022). Agerp-MA | Facebook. <https://www.facebook.com/AgerpMA>
- Associação Brasileira das Entidades Estaduais Assistência Técnica e Extensão Rural (ASBRAER), Associação dos Servidores e Funcionários do Comércio do Brasil (ASCOM), & Silva, J. (2020, abril 17). Com pandemia, Ater Pública prioriza atendimentos à distância. <http://www.asbraer.org.br/index.php/rede-de-noticias/item/6212-com-pandemia-ater-publica-prioriza-atendimentos-a-distancia>
- Associação Brasileira Marketing Rural e Agronegócio (ABMRA). (2017). 7a PESQUISA HÁBITOS DO PRODUTOR RURAL. ABMRA.
- Associação Brasileira Marketing Rural e Agronegócio (ABMRA). (2021). 8a PESQUISA HÁBITOS DO PRODUTOR RURAL. <https://abmra.org.br/project/8-pesquisa-abmra/>