

**Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)**



**Ciências da
Comunicação**

Atena
Editora
Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Ciências da Comunicação

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação [recurso eletrônico] / Organizadora
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-204-3

DOI 10.22533/at.ed.043192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O primeiro volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 28 artigos que aproximam as reflexões teóricas da prática cotidiana profissional e trazem importantes contribuições para a área da comunicação.

Dividido em três núcleos temáticos, o livro reúne aportes teóricos sobre os movimentos sociais e ações coletivas e apresenta pesquisas referentes à democratização da comunicação, ao papel do jornalismo alternativo na sociedade e às formas de financiamento da imprensa baseadas em novos modelos de negócio. A obra também traz algumas análises de coberturas jornalísticas, uma pesquisa sobre o interagendamento e contra-agendamento midiático de acordo com os conceitos de Maxell McCombs e Luiz Martins da Silva e reforça a importância da crítica para o jornalismo.

A partir do segundo núcleo temático, o leitor encontrará pesquisas sobre o posicionamento da mulher na sociedade e a sua imagem na mídia. As pesquisas discutem a diversidade na perspectiva do gênero, a formação de estereótipos na comunicação audiovisual, os desafios enfrentados pelos imigrantes e a representação de diferentes culturas pelos meios de comunicação. Por fim, o último núcleo temático reúne pesquisas referentes à comunicação organizacional, às estratégias voltadas aos diferentes públicos e às construções discursivas realizadas pelas organizações.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
MOVIMENTOS SOCIAIS E DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES PARA O DEBATE NO CASO BRASILEIRO	
Carlos Henrique Demarchi	
DOI 10.22533/at.ed.0431925031	
CAPÍTULO 2	12
“O JORNAL BURGUEÊS CONSEGUE FAZER-SE PAGAR PELA PRÓPRIA CLASSE TRABALHADORA QUE ELE COMBATE SEMPRE”: FINANCIAMENTO E INDEPENDÊNCIA DE CLASSE NO JORNALISMO SEGUNDO LÊNIN E GRAMSCI	
Willian Casagrande Fusaro	
Manoel Dourado Bastos	
DOI 10.22533/at.ed.0431925032	
CAPÍTULO 3	21
DA IMPRENSA SINDICAL PARA A IMPRENSA DE MASSA: INTERAGENDAMENTO E CONTRA-AGENDAMENTO	
Alexsandro Teixeira Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.0431925033	
CAPÍTULO 4	33
MÍDIA NINJA: PROCESSO DE PRODUÇÃO DE INFORMAÇÕES AUDIOVISUAIS, POR MEIO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS, SOBRE O CASO MARIELLE FRANCO	
Valéria Noronha de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.0431925034	
CAPÍTULO 5	44
MANIFESTAÇÕES EM MEGAEVENTOS: APONTAMENTOS SOBRE A COBERTURA DO SITE G1 E MÍDIA NINJA DA COPA DO MUNDO 2014	
Milton Julio Faccin	
Marcelo Vinícius Masseno Viana	
DOI 10.22533/at.ed.0431925035	
CAPÍTULO 6	55
ENCHENTES DE 2017 NO RIO GRANDE DO SUL PELOS PORTAIS DE NOTÍCIAS DE TENENTE PORTELA	
Lidia Paula Trentin	
Mônica Cristine Fort	
DOI 10.22533/at.ed.0431925036	
CAPÍTULO 7	67
O MONTE EVEREST EM “NO AR RAREFEITO” – UMA ANÁLISE NA PERSPECTIVA DIALÓGICA	
Taíssa Maria Tavares Guerreiro	
Deivid Santos Vieira	
Isabelle Caroline Rodrigues de Sá	
Kethleen Guerreiro Rebêlo	
Liam Cavalcante Macedo	
Marcos Felipe Rodrigues de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.0431925037	

CAPÍTULO 8	77
“DANÇANDO SOBRE ARQUITETURA” - DESAFIOS ATUAIS DA CRÍTICA DE MÚSICA	
Rafael Machado Saldanha	
DOI 10.22533/at.ed.0431925038	
CAPÍTULO 9	89
ALBERTO DINES E O PAPEL DA CRÍTICA JORNALÍSTICA NA IMPRENSA BRASILEIRA	
Diana de Azeredo	
DOI 10.22533/at.ed.0431925039	
CAPÍTULO 10	103
DILMA ROUSSEFF: O PAPEL DA MULHER NA POLÍTICA BRASILEIRA	
Tylcéia Tyza Ribeiro Xavier	
Sílvia Ramos Bezerra	
DOI 10.22533/at.ed.04319250310	
CAPÍTULO 11	117
JORNALISMO, CULTURA E GÊNERO: UMA ANÁLISE DAS MULHERES NAS CAPAS DA ROLLING STONE BRASIL	
Luiz Henrique Zart	
DOI 10.22533/at.ed.04319250311	
CAPÍTULO 12	131
A PRESENÇA FEMININA NO JORNALISMO ESPORTIVO DA TELEVISÃO ABERTA: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA “JOGO ABERTO”, DA BANDEIRANTES	
Érika Alfaro de Araújo	
Mauro de Souza Ventura	
DOI 10.22533/at.ed.04319250312	
CAPÍTULO 13	146
DIVERSINE, UMA EXPERIÊNCIA ESTÉTICA FÍLMICA PARA PENSAR A DIVERSIDADE NA PERSPECTIVA DO GÊNERO	
Hugo Bueno Badaró	
Thaumaturgo Ferreira de Souza	
Maria Lúcia Tinoco Pacheco	
DOI 10.22533/at.ed.04319250313	
CAPÍTULO 14	155
COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL E FORMAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS: HOMOSSEXUALIDADE NA TELEVISÃO BRASILEIRA	
Pablo de Oliveira Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.04319250314	
CAPÍTULO 15	165
O HOMEM TRANS NA PUBLICIDADE: UMA ANÁLISE DO ANÚNCIO <i>UNLIMITED COURAGE</i> , DA MARCA NIKE	
Nicolau Jordan Girardi	
Adriana Stela Bassini Edral	
DOI 10.22533/at.ed.04319250315	

CAPÍTULO 16	180
VIOLAÇÃO DE DIREITOS LGBTI+ NA CAMPANHA DA RÁDIO JOVEM PAN PARA O DIA INTERNACIONAL DE COMBATE À LGBTIFOBIA	
Adriano Quaresma da Costa Armando Leandro Ribeiro da Silva Esthefany Carolyne Silva da Cruz Karen Isabela Leite Alcântara Matheus Henrique Cardoso Luz Lorena Cruz Esteves Suzana de Cassia Serrão Magalhães	
DOI 10.22533/at.ed.04319250316	
CAPÍTULO 17	192
EVIDÊNCIAS E SILÊNCIAMENTOS NOS DISCURSOS DE LÁGRIMAS CONTRA A POLÍTICA DE TOLERÂNCIA ZERO ANTI-IMIGRAÇÃO DOS USA	
Magali Simone de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.04319250317	
CAPÍTULO 18	208
O IMIGRANTE NO MEIO ACADÊMICO: ESTUDO DE CASO	
Benalva da Silva Vitorio	
DOI 10.22533/at.ed.04319250318	
CAPÍTULO 19	222
UMA DISCUSSÃO SOBRE A DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL NA UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ	
Alcilaine de Macedo Alencar Carolina Fernandes da Silva Mandaji	
DOI 10.22533/at.ed.04319250319	
CAPÍTULO 20	235
A CULTURA DO SOL NASCENTE NAS TERRAS CAPIXABAS	
Rafaela Daima Lima Danielly Veloso Schulthais Andressa Zoi Nathanailides	
DOI 10.22533/at.ed.04319250320	
CAPÍTULO 21	245
A REPRESENTAÇÃO DOS ASIÁTICOS NA TV BRASILEIRA: APONTAMENTOS INICIAIS	
Krystal Urbano Maria Elizabeth Pinto de Melo	
DOI 10.22533/at.ed.04319250321	
CAPÍTULO 22	260
CULTURA ORGANIZACIONAL PROPÍCIA ÀS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL: POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS PARA IDENTIFICAR OS TIPOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL	
Maria José da Costa Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.04319250322	

CAPÍTULO 23	272
COMO O <i>OMBUDSMAN</i> DE DADOS PODE REFORÇAR A MULTIDISCIPLINARIDADE NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL?	
Wallace Chermont Baldo	
DOI 10.22533/at.ed.04319250323	
CAPÍTULO 24	284
COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA EM CLUBES DE FUTEBOL DO BRASIL E DA AMÉRICA LATINA: RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS-ALVO	
Karla Caldas Ehrenberg	
Ary José Rocco Junior	
Carlos Henrique de Souza Padeiro	
DOI 10.22533/at.ed.04319250324	
CAPÍTULO 25	297
OS PÚBLICOS PROJETADOS: CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS NA PROPOSIÇÃO DE EXPERIÊNCIAS PELAS ORGANIZAÇÕES	
Márcio Simeone Henriques	
DOI 10.22533/at.ed.04319250325	
CAPÍTULO 26	308
ACESSIBILIDADE E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: PLANEJAMENTO E PÚBLICOS EM UMA CAMPANHA INCLUSIVA PARA PESSOAS CEGAS E COM BAIXA VISÃO	
Victor Said dos Santos Sousa	
Leonardo Santa Inês Cunha	
Lidiane Santos de Lima Pinheiro	
DOI 10.22533/at.ed.04319250326	
CAPÍTULO 27	322
COMUNICAÇÃO COTIDIANA DOS VALORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: REPRODUZINDO CULTURA NAS REDES SOCIAIS (OU NÃO)	
Maria Augusta de Castro Seixas	
Emmanuel Paiva de Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.04319250327	
CAPÍTULO 28	338
A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA ASSISTÊNCIA TÉCNICA RURAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ESTADO DE RONDÔNIA	
Edna Mendes dos Reis Okabayashi	
Moacir José dos Santos	
Monica Franchi Carniello	
DOI 10.22533/at.ed.04319250328	
SOBRE A ORGANIZADORA	352

A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA ASSISTÊNCIA TÉCNICA RURAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ESTADO DE RONDÔNIA

Edna Mendes dos Reis Okabayashi

Universidade Taubaté

Taubaté, SP.

Moacir José dos Santos

Universidade Taubaté

Taubaté, SP.

Monica Franchi Carniello

Universidade Taubaté

Taubaté, SP.

RESUMO: Esta pesquisa objetiva discutir a comunicação pública no âmbito da Assistência Técnica Rural em Rondônia. A metodologia da pesquisa é configurada como de caráter exploratória e descritiva, composta por análise e diagnóstico das estratégias de comunicação pública no âmbito da EMATER-RO, com vistas ao desenvolvimento regional do estado de Rondônia. O corpus de análise foi composto pelos canais de comunicação pública da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER-RO). Concluiu-se, por ora, que os canais de comunicação existem e são regularmente atualizados com conteúdo informativo, predominando uma visão difusionista, sem promoção do diálogo entre assistentes e assistidos.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública. Assistência e Extensão Rural. Desenvolvimento

Regional.

ABSTRACT: This research aims to discuss public communication in the field of Rural technical assistance in Rondônia. The research methodology is configured as an exploratory and descriptive character, consisting of analysis and diagnosis of public communication strategies within the scope of Emater-RO, with a view to the regional development of the state of Rondônia. The corpus of analysis fell on the public communication channels of the company of technical assistance and Rural extension of the state of Rondônia (Emater-RO). It was concluded, for now, that the communication channels exist and are regularly updated with informative content, predominating a diffusionist view, without promoting the dialogue between assistants and assisted.

KEYWORDS: Public communication. Assistance and Rural extension. Regional development.

1 | INTRODUÇÃO

Ao considerar a comunicação pública como fator primordial para o desenvolvimento regional, esta pesquisa tem como objetivo analisar os modos pelos quais a comunicação pública acontece no âmbito da Empresa de

Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER-RO). As análises sob os modos como é realizada a comunicação pública são necessárias, haja vista que é preciso conhecimento sobre as estruturas estabelecidas a partir da relação entre governo e cidadãos, considerando o fato de que é por meio dos órgãos de comunicação pública que são desencadeados os processos de desenvolvimento da região.

A importância desse estudo consiste no fato de que os debates aqui contidos tratam sobre as funções da comunicação pública para o desenvolvimento regional do Estado de Rondônia, por meio de análises dos processos comunicacionais planejados e executados no âmbito da EMATER – RO, autarquia estadual que mantém relacionamento próximo à população, principalmente ao público da zona rural.

Esta pesquisa situa-se no escopo da relação entre comunicação rural e desenvolvimento, preconizada por José Marques de Melo em seus estudos sobre as perspectivas dos meios de comunicação coletiva utilizados para a informação rural, já nas décadas de 1960 e 1970 (KUNSCH, 2000).

Inicialmente, discutiu-se sobre comunicação pública, a relação entre comunicação pública e informação e também acerca da assistência técnica e extensão rural. Num segundo momento, elucidam-se os caminhos metodológicos percorridos para a realização dessa pesquisa, detalhando os métodos utilizados para o alcance dos objetivos propostos. Em seguida, aparecem os resultados e discussões obtidos com a execução da metodologia. Nessa seção constam os dados colhidos a partir da análise dos canais de comunicação pública da EMATER. Por fim, estão as considerações finais desta pesquisa, apontando as principais observações e sugerindo novas possibilidades de posturas frente à importância da comunicação pública para o desenvolvimento do campo da agricultura e, conseqüentemente, do desenvolvimento regional do estado. Há, ainda, as referências bibliográficas das produções que subsidiaram essa pesquisa.

2 | EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 A Comunicação Pública

O conceito de ‘Comunicação Pública’ está diretamente relacionado à necessidade de legitimação de um processo de comunicação acerca da responsabilidade do Estado e/ou Governo. A comunicação pública é constituída por um processo instaurado na esfera pública entre agentes de um tripé composto por Governo-Estado-Sociedade. Assim, ela funciona como um espaço privilegiado de negociações entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país (BRANDÃO E GUIMARÃES, 2000).

Nessa perspectiva, é possível a consideração de três pontos principais na formação da comunicação pública: objetivos dos emissários; interesse público X

interesse do público e direcionamento ideológico (DUARTE, 2007). Esses aspectos não possuem dependência entre si, havendo, ainda, outros aspectos como as questões de financiamento, controle social, qualidade do conteúdo, autonomia da gestão e etc.

Apesar de o termo ‘Comunicação Pública’ estar empiricamente ligado aos veículos de comunicação do Poder Executivo, ela se refere, também, à esfera da atuação coletiva dos cidadãos em sociedade. Os meios de comunicação pública devem a promoção de diferentes visões informativas e comunicacionais à sociedade, pois, ao atravessarem o véu criado, no imaginário, por uma espécie de ‘visibilidade padrão’, definida pela indústria do entretenimento, ela estimula inovações de linguagem relacionadas às linguagens empregadas pela comunicação comercial. Ao fazer isso, põe em xeque a ideia de que o produto multimídia seja destinado única e tão somente ao consumo individual, à fruição imediata (BUCCI, 2012, p. 13).

Dessa forma, enquanto a comunicação comercial promove o seu próprio lucro, a comunicação pública promove o bem comum e os interesses da sociedade por meio de informações que são pertinentes a ela. Essa diferenciação não é suficiente para a conceituação de comunicação pública, pois existem diversos aspectos para tal. É necessário saber, a priori, que há diversos tipos de comunicação pública, haja vista a existência de diversas emissoras que vão do campo comunitário até o legislativo com base em identidades não-comerciais (INTERVOZES, 2017).

Numa outra definição, a comunicação pública pode ser conceituada também como aquela que recebe recursos públicos para o desenvolvimento e manutenção de suas atividades. A comunicação, nesse caso, é pública, porque todos os serviços geridos pelo Estado são públicos. Nesse sentido, por ser financiada pelo estado, a comunicação pública não pode sofrer influências dos interesses de grupos aliados à administração pública. As empresas que constituem a comunicação pública são públicas porque defendem os interesses do povo e são impessoais. Dessa forma, a comunicação pública é configurada como uma garantia legal, funcionando como um instrumento de acompanhamento das mudanças de comportamento da sociedade, nos dias atuais ainda mais potencializada pelas mídias digitais.

Além da diferenciação entre comunicação pública e comunicação comercial, é necessário o desvelamento acerca da diferenciação entre comunicação pública e comunicação política. A primeira é garantida legalmente, funcionando como instrumento de acompanhamento das mudanças de comportamento da sociedade, potencializada, na atualidade pelas facilidades da era digital (CARNIELLO, et al., 2016). Ela é configurada como um ‘refinamento’ da comunicação governamental, acarretando uma relação participativa que envolve Estado, Governo e Sociedade e que é mantida por um fluxo intenso de intercâmbio de informações. Assim, a comunicação pública exerce função singular no campo da democracia, meio pelo qual divulga e assegura o conhecimento das ações da administração pública (MATOS, 2006, p. 37).

Já a segunda é definida como instrumento de influência e convencimento do público acerca dos aspectos específicos de suas decisões direcionadas aos temas

políticos, por intermédio de estratégias de marketing e com objetivos alcançáveis a curto prazo (MATOS, 1998).

Nos últimos anos, acompanhando a evolução tecnológica pela qual a administração pública passa, a comunicação pública em nosso país tornou-se um mecanismo de comunicação entre o governo e a sociedade, dando repercussão às mudanças políticas, sociais e econômicas do país (MATOS, 2006, p. 29). Exemplo disso, é a constante atividade das instituições públicas em redes sociais, informando, por meio de uma linguagem leve e descontraída, os fatos, as mudanças e campanhas instituições desses órgãos.

Em outros casos de comunicação para o desenvolvimento, há a Lei N° 12.527, de 18 de novembro de 2011, intitulada de Acesso à Informação e a Lei N° 12.741, de 08 de dezembro de 2012, batizada de Lei da Transparência Fiscal, que ratificam o papel da comunicação pública e dão as condições fundamentais para o exercício da democracia e, conseqüentemente, do desenvolvimento da sociedade, haja vista oportunizarem a participação de diversos atores da sociedade, na elaboração, execução e fiscalização das ações da administração pública, realizando, assim, a participação singular da sociedade.

2.2 Assistência Técnica e Extensão Rural em Rondônia

As características da agricultura brasileira relacionam-se ao perfil da colonização da América portuguesa quando a grande propriedade, a monocultura e o trabalho escravo constituíram a base para a produção da riqueza. As transformações históricas que alteraram a sociedade brasileira não ensejaram a redução do predomínio da concentração da posse da terra e a relação estrutural da produção com o mercado externo. Desde o século XVI a exploração do território configurou-se para atender a demanda metropolitana, dinâmica mantida com a emancipação em relação à Portugal, quando o país se manteve integrado ao circuito econômico internacional como fornecedor de produtos primários, com destaque para o café.

Neste cenário, o desenvolvimento da agricultura no Brasil foi permeado por conflitos relacionados ao acesso e à posse da terra decorrentes do modelo produtivo, com o desafio de incrementar a produtividade à medida em que ocorria a integração à economia mundial e a expansão para as regiões com ocupação escassa, como o Centro-Oeste e o Norte. Ainda que seja possível identificar, ao longo da história nacional, conflitos associados à luta por acesso e posse da terra, a explicitação política dessa situação ocorreu entre as décadas de 1950 e 1960, quando emergiram as Ligas Camponesas, com a proposta de organizar os trabalhadores quanto a reivindicação da posse da terra (MARTINS, 1984).

O golpe militar e civil de 1964 teve entre suas pretensões se contrapor à reforma agrária almejada pelas Ligas Camponesas, daí a perseguição às suas principais lideranças e a efetivação de um modelo de colonização das regiões com

reduzida densidade demográfica. Embora denominada como reforma agrária, a ação dos governos do período situado entre 1964 e 1985 relacionava-se à política de segurança nacional mediante a elevação da presença nacional em áreas de fronteira, e simultaneamente, esvaziava os conflitos explicitados com as Ligas Camponesas ao direcionar os trabalhadores sem-terra para as regiões Norte e Centro-Oeste do Brasil (MARTINS, 1984).

Nota-se que, no período da Ditadura Militar, implementaram-se incentivos para associar a atividade agrícola e pecuária ao capital industrial, o que constitui as bases do setor denominado como agronegócio. Entre as consequências desse tipo de política pública para a agricultura é possível identificar a elevação da concentração da propriedade de terra, associada à intenção de modernizar a agricultura mediante o fortalecimento dos complexos agroindustriais (IANNI, 1986).

Entre as consequências das ações da Ditadura Militar para agricultura está o aprofundamento dos conflitos no campo, pois as políticas para o setor no período não enfrentaram a concentração da propriedade da terra, com consequências para os conflitos presentes nas cidades do país mediante o êxodo rural e o crescimento desordenado nas principais áreas urbanas brasileiras. Esse processo contou inclusive com a formação de um contingente de trabalhadores temporários residentes nas áreas urbanas, mas ocupados nas atividades agrícolas, os boias-frias (FERNANDES, 2005).

O desenvolvimento rural brasileiro tem como desafio enfrentar a histórica concentração da propriedade da terra relacionada à preferência consolidada para a exportação da produção, o que implica em condicionar a estrutura produtiva à demanda internacional. Neste cenário, a agricultura familiar e os pequenos produtores constituem alternativa para a produção voltada para o abastecimento do mercado interno. Para cumprir essa função, faz-se necessária a articulação de políticas públicas para o aperfeiçoamento da produção e dos mecanismos de inserção no mercado. Daí a necessidade de políticas públicas voltadas para o campo para atender os produtores com perfil distinto daqueles com acesso à capital e recursos técnicos relacionados aos grandes empreendimentos, historicamente favorecidos por suas vantagens econômicas e políticas, notadamente o acesso à terra e financiamento da produção e respectiva circulação.

A Assistência Técnica e Extensão Rural surgiu da necessidade de produção de matérias-primas em maiores escalas, a partir da Revolução Industrial que concentrou maior contingente humano nas cidades e demandou mais insumos para a indústria de alimentos. Nesse cenário, surgiram, na Europa, pessoas que visitavam as fazendas para disseminar conhecimentos sobre as práticas agrícolas, iniciando a assistência técnica e a extensão rural, instruindo e assistindo os agricultores (FREITAS, 1990).

Em 08 de junho de 1990 foi fundada a Associação Brasileira das Entidades de Assistência Técnica e Extensão Rural (ASBRAER), a partir da reorganização das instituições de extensão rural brasileiras, defendendo os interesses da área com a força de uma instituição governamental constituída e sustentada por seus seguimentos

interessados (ASBRAER, 2011).

Após esse período, a assistência e a extensão tornou-se pauta forte na agenda do desenvolvimento. O sistema de extensão agrícola é um dos mais importantes veículos para a disseminação de conhecimentos e tecnologias, e, portanto, possui claramente um papel importante a desempenhar no setor agrícola e seu desenvolvimento (UMALI, 1997, KIDD et al., 2000, ALLAHYARI, 2009). As mudanças mundiais que acarretaram modificações no ambiente rural obrigando uma profissionalização do setor impulsionaram uma visão mais atualizada, contemplada no documento que fundou as Políticas Nacionais de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER).

Nesse sentido, o Governo Federal, compreendendo a importância da extensão rural e buscando a retomada da credibilidade ao produtor, criou o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), em 2003, órgão responsável pelas atividades de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), objetivando a mudança das práticas de extensão rural convencional, para a adoção de metodologias que colaborem para a democratização da relação entre profissionais e produtores.

No estado de Rondônia, a Empresa Estadual de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER-RO), com autonomia jurídica, administrativa, orçamentária e financeira, integrante da Administração Indireta do Estado de Rondônia, transformada por meio da Emenda Constitucional 084, datada de 24 de abril de 2013 e regularizada por meio da Lei 3.138, de 05 de julho de 2013 e pela Lei 3.308, de 19 de dezembro de 2013, é instituição vinculada à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária, Desenvolvimento e Regularização Fundiária de Rondônia.

No que se refere à natureza jurídica, a EMATER-RO é uma empresa pública, de prestação de serviços públicos, dotada de personalidade jurídica de direito privado, com patrimônio próprio e autonomia jurídica, administrativa, orçamentária e financeira, vinculada à Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Regularização Fundiária (SEAGRI) ou a quem suceder como dispõe as Leis 3.138 de 05 de julho de 2013 e Lei 3.308, de 19 de dezembro de 2013. É administrada pelo Conselho de Administração e pela Diretoria Executiva.

A EMATER-RO tem como papel na sociedade, a prestação de serviços de ATER com excelência, em que as ações são desenvolvidas de modo educativo, participativo, para e com os agricultores familiares (atores do desenvolvimento) e suas organizações, com uma visão holística da propriedade; buscando a integração e complementaridade dos fatores de produção, valendo-se, para isso, das novas metodologias, técnicas e ferramentas participativas, objetivando o desenvolvimento humano, social e econômico sustentável (EMATER, 2018).

Criado em 31 de agosto de 1971, com o nome de Associação de Crédito e Assistência Rural do Território Federal de Rondônia (ACAR-RO), integrante da Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural (ABCAR), com personalidade jurídica de sociedade civil, com fins educativos e sem finalidade lucrativa, surgindo para a promoção da extensão rural no Território Federal de Rondônia.

Nesse mesmo ano, 240 famílias de agricultores de produtos extrativistas, como borracha, castanha e ipecacuanha, de produtos agrícolas, como arroz, milho, feijão e mandioca, produtores na área de avicultura, bovinocultura, produtos florestais entre outros, foram atendidos, de acordo com o Site da EMATER (2018). Ainda com base no sítio eletrônico, o primeiro produtor assistido pela EMATER Rondônia foi o Sr. José Alves Pereira, em 1971, no município de Porto Velho, acerca da cultura da mandioca, produto cultivado pelo agricultor. Atualmente, a EMATER-RO atua nos 52 municípios e distritos rondonienses, por meio de 84 unidades operacionais conforme pode ser visto na figura abaixo.

3 | METODOLOGIA

A presente pesquisa é configurada como de caráter exploratória e descritiva, composta por análise e diagnóstico das estratégias de comunicação pública no âmbito da EMATER-RO, com vistas ao desenvolvimento regional do estado de Rondônia. A identificação da participação da comunicação pública no desenvolvimento do estado é fundamental para ajustes nas práticas comunicativas e/ou criação de novas estratégias de comunicação pública.

Para a pesquisa do problema, foi considerada a hipótese de que a comunicação pública é instrumento ímpar no processo de desenvolvimento regional do estado de Rondônia (RONDÔNIA, 2013). O método científico é a forma encontrada pela sociedade para a legitimação de um conhecimento adquirido empiricamente, isto é, quando um conhecimento é obtido pelo método científico, qualquer pesquisador que repita a investigação, nas mesmas circunstâncias, obterá um resultado semelhante. O processo de investigação teve base no pressuposto teórico e do referencial básico que fundamentou os resultados encontrados durante a pesquisa. Foram realizadas etapas como o levantamento de possíveis fontes teóricas (como artigos, dissertações, teses, publicações em periódicos e revistas eletrônicas), bem como a leitura, reflexão e elaboração do presente trabalho.

A pesquisa possibilitou a leitura de textos e análise bibliográfica que resultou em uma retomada dos registros históricos da colonização do estado e ofereceu uma reflexão sobre os ensinamentos dos teóricos e uma reflexão da prática da comunicação pública no governo do estado de Rondônia. A metodologia é uma preocupação instrumental, que representa o caminho para a ciência tratar a realidade teórica e prática e centra-se, geralmente, no esforço de transmitir uma iniciação aos procedimentos lógicos voltados para questões da causalidade, dos princípios formais da identidade, da dedução e da indução, da objetividade, etc. (DEMO, 1987, p. 45).

A pesquisa tem como objetivo analisar as estratégias de comunicação pública realizadas pela Empresa Estadual de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER-RO), para a verificação dos modos pelos quais a comunicação

pública colabora para o desenvolvimento das práticas agrícolas e, conseqüentemente, das condições necessárias para o desenvolvimento da região. Foram analisados todos os meios de comunicação da Instituição, tais como site eletrônico, portal institucional e demais possibilidades de comunicação pública entre a EMATER-RO e seus assistidos.

4 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 A Comunicação Pública na Assistência Técnica Rural em Rondônia

O ambiente democrático não é uma alternativa para o problema da representação, mas sim o cenário que elucida as ações de comunicação necessárias entre os representantes e representados (BOURDIN, 2001). Nesse sentido, os meios de comunicação são mecanismos ímpares de aproximação entre esses sujeitos tão importantes para o desenvolvimento da sociedade.

As tecnologias da atualidade possibilitam que o cidadão mostre ao mundo todo o local em que vive, realizando a inserção de sua vivência ao contexto mundial (MÉGARD, 2002). A problemática que fomentou as discussões dessa pesquisa surgiu a partir do questionamento: “em que, precisamente, o uso da comunicação contribui para a mudança no desenvolvimento econômico e social?” É comum que sejam encontradas respostas teorizando que a comunicação pública cria ou estabelece o clima para que o desenvolvimento ocorra (SCHRAMM; LERNER, 1973, p. 31).

Por isso, não pode ser diminuída ao mero convencimento estratégico ou ao envio constante de mensagens institucionais das esferas mais altas do governo, para os cidadãos do meio rural. Assim, a comunicação pública deve ser pensada e desenvolvida como o início de um processo de diálogo, negociação e tomada de decisões que envolve Estado, Governo e Sociedade (MATOS, 2006, p. 31).

Acriação dos serviços de extensão rural incentivou o desenvolvimento de uma área de comunicação direcionada à formação e informação da população agrícola, conhecida como comunicação rural (BRANDÃO, 2000, p. 13). O crescimento da extensão e o êxito de seus resultados ocorreram devido às metodologias extensionistas, métodos de comunicação executadas a partir das pesquisas e dos estudos produzidos no âmbito do desenvolvimentismo. Esse modelo de comunicação adotado pela extensão rural ficou popularmente conhecido como difusionismo e seu maior nome é Everett M. Rogers, da Universidade de Stanford, que construiu um grupo de agricultores para a descrição dos modos pelos quais a população rural lidava e reagia às mudanças introduzidas em seu meio (BRANDÃO, 2000, p. 14).

Contrário a esse modelo difusionista de comunicação oral, surgem propostas de uma comunicação mais participativa, que tem como pressuposto básico o fato de considerar, em seus processos comunicacionais, o fato de o público rural possuir características diferentes, de acordo com o grau de escolaridade, região do país

e etnia. No Brasil, esse modelo de comunicação teve como apoiadores Juan Dias Bordenave, que pensava numa educação mais regionalizada e que considerasse a diversidade cultural, de costumes e hábitos das populações, e o educador Paulo Freire, que aplicou seus princípios da “pedagogia do oprimido” à questão extensionista (DUARTE, 2000, p. 24).

A adoção dessa concepção de comunicação participativa oportuniza as iniciativas para a contribuição da autoemancipação dos cidadãos envolvidos. Essa participação se caracteriza como uma estratégia para a ampliação da cidadania, não sendo apenas a mera difusão das mensagens ou facilitação do acesso à informação, mas sim a criação das condições para a efetivação dos processos horizontais de comunicação, partindo das comunidades das pequenas e distantes localidades, até as estruturas municipais, estaduais e nacionais de comunicação (DUARTE, 2000, p. 81).

A relação existente entre comunicação pública e desenvolvimento regional está descrita na história da humanidade. Historicamente, o homem percebeu o poder da comunicação para todos os propósitos, a responsabilidade pela transmissão de uma informação e os canais de comunicação, se apropriando desses para a execução de seus propósitos (DUARTE, 2000, p. 108). No que se refere à comunicação pública na assistência técnica no estado de Rondônia, estão analisados, a seguir, os canais de comunicação da EMATER-RO junto aos seus produtores.

O site eletrônico da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia, a EMATER – RO, foi criado em 2010, podendo ser acessado por meio do endereço eletrônico: <http://www.emater.ro.gov.br/ematerro/>.



Figura 02 – Site da EMATER - RO

Fonte: Site oficial.

O site oficial da EMATER - RO possui abas de conteúdo com informações sobre a história, a constituição e a estrutura da instituição. Há outras abas que mostram informações sobre os projetos prioritários, os relatórios anuais, os serviços prestados e o campo da comunicação institucional desenvolvida aos assistidos.

Na aba ‘Comunicação’ há quatro seções que tratam sobre a comunicação da instituição: 1) Programa de Rádio; 2) TV Emater; 3) Publicações e 4) Notícias Anteriores. O programa de rádio ‘EMATER e o Campo’ é uma produção da Assessoria de Comunicação da EMATER – RO e está no ar há 17 anos, sendo transmitido semanalmente, às 06 horas da manhã pela Rádio Caiari 1430 AM. Com duração

de 01 hora, esse programa tem caráter instrutivo e dissemina notícias relacionadas à agricultura e ao âmbito rural, com execução de músicas sertanejas, participação de autoridades e produtores da região. Há ainda, blocos com pesquisa semanal de preços, previsão do tempo e notícias do campo. O programa EMATER e o Campo fica disponível no site oficial da EMATER, sendo possível ouvir edições atuais e anteriores.



Figura 03 – Programa de Rádio EMATER e o Campo.

Fonte: Site oficial.

A segunda seção, denominada TV EMATER, consiste no Canal de Vídeos no serviço de vídeos YouTube disponível desde 10 de fevereiro de 2015, em que estão hospedados vídeos de divulgação produzidos pela Assessoria de Comunicação da Secretaria de Agricultura (SEAGRI) acerca das ações desenvolvidas pela EMATER, como pode ser visto a seguir.

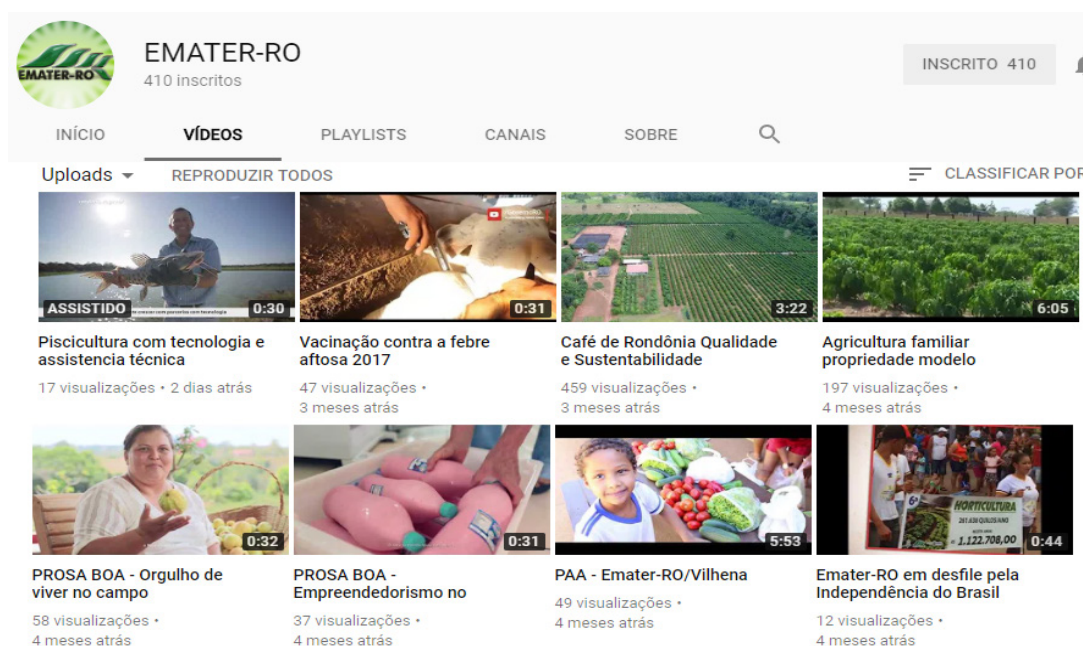


Figura 04 – TV EMATER.

Fonte: Disponível em https://www.youtube.com/channel/UCL1qyY_nNxGVemDvwEPs2jA.

As seções 3) Publicações e 4) Notícias, trazem, como dito, publicações e notícias sobre as temáticas abordadas pela EMATER, visando a informar os seus assistidos. No cenário comunicacional da atualidade, as redes sociais e os instrumentos digitais, se configuram como mecanismos de incentivo à comunicação pública, pois ampliam a eficiência e a eficácia dos serviços de informação, permitindo o acesso às informações até então mais lentas na divulgação e estabelecendo um novo modo de comunicação com os cidadãos (SCHRAMM, 1970).

Nesse sentido, a EMATER – Rondônia também possui redes sociais, como a exemplo da página na rede social Facebook (facebook.com/emater.ro.oficial), em que também são publicadas notícias, vídeos e publicações com relevância para a população do campo.

Cabe tecer considerações sobre a questão das condições de recepção do conteúdo no âmbito da comunicação rural. Segundo a pesquisa TIC domicílios 2017, conduzida pelo Comitê Gestor de Internet no Brasil (GGI), há uma discrepância no percentual de internautas entre as áreas geográficas do país, pois 95% dos usuários de Internet residem em regiões urbanas, enquanto apenas 5% estão situados em zonas rurais (CGI, 2017). Apesar de a comunicação pública ter como premissa atender a todos os segmentos da sociedade, e não apenas a maiorias (nas concepções tanto quantitativa quanto qualitativa do termo), faz-se necessário fazer um contraponto a tal discrepância suportado pelas considerações de Veiga (2007). O autor afirma que “o entendimento do processo de urbanização do Brasil é atrapalhado por uma regra que é única no mundo. O país considera urbana toda sede de município (cidade) e de distrito (vila), sejam quais forem suas características estruturais ou funcionais” (VEIGA, 2007, p. 6). Tal informação permite inferir que entre os 95% dos internautas que habitam em ambiente oficialmente categorizado como urbano, grande parcela deve morar em pequenos municípios cuja economia e estilo de vida se aproximam mais das características da ruralidade. Tal leitura permite inferir que há um alcance significativo do conteúdo da comunicação rural por meio das mídias digitais.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após os debates e as reflexões aqui realizadas, é possível concluir, por ora, que a comunicação pública é um campo rico e cheio de oportunidades para a promoção do desenvolvimento regional do estado. Os canais de comunicação pública da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia, a EMATER – RO são instrumentos para a efetivação da comunicação entre o público do meio rural e os governantes, seja por meio do site, das redes sociais, da TV EMATER e até mesmo do programa de rádio EMATER e o Campo.

Apesar da existência desses canais de comunicação, foi possível analisar que tais informações disponíveis nesses canais de comunicação têm caráter prioritariamente

informativo, em que o Governo informa ao agricultor, sem a existência de um *feedback* do agricultor por meio de ferramentas de comunicação mão dupla em ambiente digital, caracterizando uma comunicação de caráter prioritariamente difusionista, apesar do potencial dos meios. É possível que as interações ocorram por meio de outros canais formais de comunicação da instituição que não foram foco deste estudo.

A comunicação pública insere a centralidade dos processos de comunicação no cidadão, não apenas pela garantia do direito constitucional à informação, mas também pelo direito ao diálogo, do respeito às características e necessidades, de estímulo à participação ativa, racional e responsável.

Dessa forma, em uma perspectiva participativa, a comunicação pública é realizada por profissionais e sujeitos participantes, que se comunicam, de igual para igual, sem que alguém transmita o conhecimento a outro, mas sim, que possam compartilhar conhecimentos técnicos e práticos, para o alcance de produções fortes e rentáveis. Nesse sentido, a identificação da participação da comunicação pública no desenvolvimento regional é fundamental para os ajustes das práticas comunicativas e/ou criação de novas estratégias de comunicação pública.

Por ora, é possível concluir que os canais de comunicação existem e são constantemente utilizados pela EMATER para informar a seus assistidos acerca de temas do interesse. Mas, apesar da existência desses caminhos de comunicação, essa é realizada somente com base numa comunicação difusionista no âmbito das mídias analisadas, em que o estado, por meio da EMATER é o difusor de informações e instruções.

Conclui-se que há potencialidade para a adoção de uma comunicação participativa fazendo uso das mídias digitais, dadas suas características que favorecem instrumentos de interação, em que os agricultores, produtores e demais sujeitos envolvidos nesses processos sejam ouvidos e tratados como fontes de informações práticas por meio das mídias digitais. Dessa forma, serão exploradas as condicionantes para que todos os agentes envolvidos colaborem igualmente para a construção de uma comunicação pública que contribua para o desenvolvimento regional do Estado de Rondônia.

REFERÊNCIAS

ASBRAER. **Associação Brasileira das Entidades de Assistência Técnica e Extensão Rural**. Disponível em: <<http://www.asbraer.org.br>>. Acesso em: 05 jan. 2018.

BOURDIN, A. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2000. p. 1-33.

BRANDÃO, H. P.; GUIMARÃES, T. de A. Gestão de competências e gestão de desempenho. In: WOOD JR. (Org.). **Gestão Empresarial – o fator humano**. São Paulo: Atlas, 2000.

BRASIL. **Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural para a Agricultura Familiar e**

Reforma Agrária – PNATER. Lei nº12.188, de 11 de janeiro de 2010.

BRASIL. Presidência da República. Lei nº 12.188, de 11 de janeiro de 2010. **Institui a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural para a Agricultura Familiar e Reforma Agrária - PNATER e o Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural na Agricultura Familiar e na Reforma Agrária - PRONATER, altera a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e dá outras providências.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12188.htm>. Acesso em 12 jan. de 2018.

BUCCI, E. TV Brasil: pública, estatal ou governamental? **Folha de São Paulo.** São Paulo, 2 set. 2012, p. 2.

CARNIELLO, M. F. ; SANTOS, M. J. dos; GALVÃO JÚNIOR, L. da C.; OLIVEIRA, E. A. Q. de A.. Comunicação para o desenvolvimento: considerações para uma construção de interfaces temáticas. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional G&DR,** v. 12, n. 4 (número especial), p. 3-30, dez/2016, Taubaté, SP, Brasil. Disponível em: < <http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2601/553>> Acesso em: 18 nov. 2018.

COMITÊ GESTOR DE INTERNET NO BRASIL (CGI). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros** [livro eletrônico]: TIC domicílios 2017. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR - São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018. Disponível em: < https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf> Acesso em: 18 nov. 2018.

DEMO, P. **Introdução à metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 1987.

DUARTE, J. Instrumentos de Comunicação Pública. In: _____ (Org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2007. p. 59-71.

DUARTE, J. **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público.** Editora Atlas SA, 2000.

FERNANDES, B. M. Movimentos socioterritoriais e movimentos socioespaciais: contribuição teórica para uma leitura geográfica dos movimentos sociais. **Revista Nera,** Presidente Prudente: Unesp, ano 8, n. 6, p. 14 – 34, jan./jun. 2005.

FREITAS, M. L. **Conceito de extensão rural e perfil do extensionista para o estado do Rio Grande do Norte – um estudo délfico.** 1990. 164 f. Dissertação (Mestrado). CPGER. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 1990.

IANNI, O. **Ditadura e Agricultura.** O desenvolvimento do capitalismo na Amazônia: 1964-1978. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1986.

INTERVOZES. **Direito Humano à Comunicação.** Disponível em: <http://intervozes.org.br/copy_of_destaque-4/>. Acesso em: 20 jan.2018.

KUNSCH, W. L. Comunicação social: teoria e pesquisa trinta anos de uma obra pioneira. **Comunicação & Sociedade.** V. 22, n. 34, 2000. Disponível em: < <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/viewFile/4325/3983>> Acesso em: 18 nov. 2018.

MARTINS, J. S. **A militarização da questão agrária no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1984.

MATOS, H. **Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do Legislativo.** I Seminário de Comunicação Legislativa do Senado Federal, 1998. Disponível em: . Acesso em: 05 ago. 2017.

MATOS, H. **A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32. Anais... Curitiba: Intercom, 2006. Disponível

em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R43060-1.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

MÉGARD, D. Communication publique, médias et démocratie. **Pouvoirs Locaux – les cahiers de la décentralisation**, vol.1, n°52, p.40-44, 2002. Paris.

SCHRAMM, W. **Comunicação de massa e desenvolvimento; o papel da informação nos países em crescimento**. São Paulo: Bloch, 1970.

SCHRAMM, W.; LERNER, D. **Comunicação Pública e mudança nos países em desenvolvimento. Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento**. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

UMALI, D.D, **Public and private agricultural extension: partners or rivals?**, *World Bank Research Observer*, v. 12, n. 2, p. 203-24, 1997. Available at: <http://wbro.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/12/2/203>. 1997. Acesso em: 19 jan. 2018.

VEIGA, J. E. da. **Mudanças nas relações entre espaços rurais e urbanos**. 2007. Disponível em: <http://www.zeeli.pro.br/wp-content/uploads/2012/06/Mudancas_nas_relacoes_entre_espacos.pdf> Acesso em: 19 jan. 2018.

SOBRE A ORGANIZADORA

VANESSA CRISTINA DE ABREU TORRES HRENECHEN Graduada em Comunicação Social/Jornalismo (UEPG); mestre em Crítica de Mídia (UEPG). Tem 10 anos de experiência em assessoria de imprensa. Atualmente é proprietária de agência de publicidade que presta serviços na área de marketing e comunicação empresarial.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-204-3

