

Eixo Temático: Educação e formação agroecológica

Pluralizando a Notícia Agroecológica: a extensão universitária como espaço de construção interdisciplinar da formação e da informação

Joseph Anderson Sousa Oliveira; João Victor Martins de Oliveira; Valéria Silva

Universidade Federal do Piauí

oliveirajoseph1@gmail.com; jvxy13@hotmail.com; valeriasilvathe@gmail.com

Resumo

Relato de experiência que objetiva descrever o processo de construção e operacionalização de uma proposta de comunicação que têm lugar na Feira de Base Agroecológica-Cultural da Universidade Federal do Piauí - UFPI. A experiência desenvolve-se desde maio/2017 até o presente momento, em Teresina-Piauí-Brasil. Destaca-se o fazer comunicação em uma equipe interdisciplinar, horizontal, a qual também idealiza conjuntamente cada edição da Feira em suas diversas expressões. Cabe à Comunicação toda a divulgação e programação cultural. Também viabiliza potencializar a informação a respeito das comunidades envolvidas, do Projeto Feira, da agroecologia, soberania /segurança alimentar, sustentabilidade, das trocas de conhecimento entre agricultore/as, artesão/ãs, consumidore/as, comunidade acadêmica e teresinense. Como principal resultado tem-se alcançado a democratização da informação e a formação profissional do jornalista mais voltada para a interação direta com as necessidades das populações.

Palavras-chave: Agroecologia; interdisciplinaridade; construção democrática.

Descrição da experiência

Para oferecer estofo teórico ao presente relato, explicitamos brevemente o entendimento tomado de interdisciplinaridade. Conforme Japiassu, “à interdisciplinaridade faz-se mister a intercomunicação entre as disciplinas, de modo que resulte uma modificação entre elas, através de diálogo compreensível” (*as cited in Alves, 2004, p. 141*), ou ainda como compreende Demo quando afirma que a tarefa da interdisciplinaridade é “[...] horizontalizar a verticalização, para que a visão complexa seja também profunda, e verticalizar a horizontalização, para que a visão profunda seja também complexa” (*as cited in Alves, 2004, p. 142*). A interdisciplinaridade, portanto, diz respeito à busca da integração de vários conhecimentos, através de um objeto, por uma ou várias disciplinas ao mesmo tempo. Materialmente pode se expressar em esforços empreendidos por pessoas, filiadas à áreas de conhecimento diferentes para, juntas opinar, trabalhar e desenvolver uma ação a partir de uma visão complexa.

Pensando questão similar, Domingues (2005) avança no entendimento, elencando aspectos qualificadores da transdisciplinaridade: “a) Aproximação de diferentes disciplinas para a solução de problemas específicos; b) Diversidade de metodologias; “ (Domingues, 2005, p. 22). A partir dos enfoques exarados, passaremos a olhar o objeto em descrição e análise.

A Feira UFPI, como é mais conhecida na cidade, origina-se de um trabalho interinstitucional que objetivou transformar a produção horticultora convencional de 10 (dez) comunidades rurais em produção orgânica, no município de Teresina. Juntas, 12 instituições conseguiram avançar inclusive na formalização de uma Comissão Municipal de Agroecologia e Produção Orgânica-CMAPO. Logo que as cinco pioneiras (de 10 comunidades) se destacaram na produção, tanto qualitativa quanto quantitativa, foi iniciada uma primeira experiência de Feira no centro de Teresina, para depois a UFPI iniciar um projeto de extensão, buscando usar o espaço da universidade para viabilizar a comercialização de agroecológicos e chamar atenção para o problema dos agrotóxicos, entre outros objetivos. Também na Feira UFPI estão presentes trabalhos artesanais referenciados na cultura local, confeccionados com matérias-primas diversas, além de ambientar apresentações culturais e rodas de conversa em todas as edições realizadas até aqui.

Na equipe formada o caráter multidisciplinar se faz pela presença de estudantes de artes visuais, ciências da natureza, comunicação social, economia e serviço social, além das docentes com formação na área de Sociologia e Serviço Social. São duas professoras e nove estudantes, sendo seis bolsistas, os discentes de Comunicação têm a função de, lidando com um público diversificado, fazer a comunicação do Projeto e construir soluções diversas para pautar a Feira UFPI no cotidiano da cidade. É nesse ambiente de contato plural com a comunidade acadêmica, artesã/as, agricultora/es e a população teresinense como um todo, que diversifica o leque de experiências, valorizando o conhecimento acadêmico, o conhecimento ancestral e diversas outras formas de conhecimento. Para isso, requer levar em conta não só os princípios da agroecologia, mas também a colaboração da equipe e a necessidade de gerar informação acessível a todo/as. Assim, a proposta em curso opera uma comunicação horizontal, que tem a dimensão colaborativa, a democratização da informação e do conhecimento como principais alicerces.

Toda a produção é discutida inicialmente em equipe e na fase de acabamento volta a ser apresentada ao grupo, o qual opina e colabora com a construção de peças finais, buscando sintonizar a produção comunicacional com as demandas de fora do grupo e as ideias da equipe. Este fazer deixa o coletivo mais confortável para o diálogo interno e, especialmente, com o externo ao trabalho realizado.

Resultados e discussão:

A proposta de comunicação desenhada realça o uso majoritário da internet, para viabilizar a divulgação do modo de pensar da Feira UFPI e fazer uso prático das escolhas sócio-políticas que a orientam. Para isso, opera com maior volume de contínuas postagens nas mídias sociais - Facebook, Instagram, Youtube e WhatsApp - alcançando por volta de 2293 pessoas. Para compartilhar a produção de vídeos, fotos e cartazes também lança mão de recursos midiáticos digitais, como informados. Além disso, ferramentas convencionais de comunicação também são usadas, pautando as edições da Feira UFPI em jornais, rádios e redes locais de televisão, além do uso de material impresso, como flyer, distribuído com a meta de divulgar o calendário da Feira UFPI na cidade.



Foto 1: Página do Instagram da Feira UFPI. Foto 2: Página do Facebook da Feira UFPI.



Foto 3: Flyer de divulgação da Feira UFPI.

Analisando no delineamento encontrado nas redes sociais da feira UFPI, com base no Gráfico 1 abaixo, nota-se que o maior número de seguidores é do perfil no Instagram, validando a escolha de manter esta mídia em cotidiano funcionamento e colocando-a como um resultado interessante do trabalho de comunicação por este meio.

Com o pico em junho de 2017 no alcance das publicações no Facebook, a linha dos seguidores continuou crescente, como é possível constatar no Gráfico 2. Trata-se também de resultado interessante advindo do trabalho realizado e evidenciando a validade de uso desta mídia para o trabalho de divulgação da Feira UFPI.

Gráfico 1: Alcance de perfis nas redes sociais em 2018

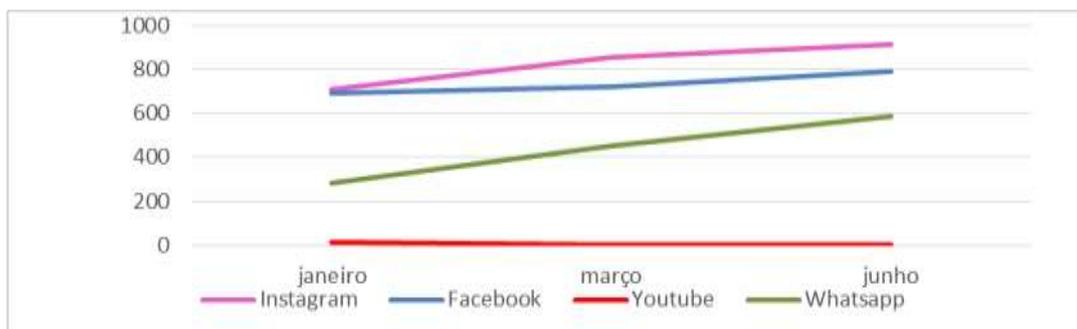
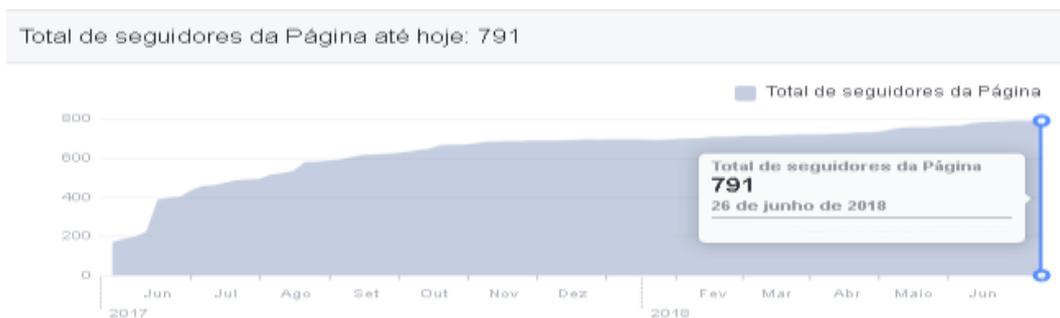


Gráfico 2: Seguidores da página do Facebook



Quanto ao Whats App, sabemos que o seu alcance, via compartilhamento do público com sua própria rede de pessoas, se torna bem maior do que o especificado, tendo em vista a dificuldade em mapear fidedignamente o percurso das mensagens compartilhadas. Assim, muito embora reconheçamos a positividade deste trabalho, não encontramos meio de objetivar claramente sua avaliação.

Na plataforma do Youtube, como trabalho iniciado há pouco tempo, o alcance da população ainda está por crescer, sendo um dos focos da atenção da equipe para os próximos meses.



Foto 4: Canal no Youtube da Feira UFPI.

Quinzenalmente a equipe cumpre o calendário de produzir e divulgar o cartaz e a programação da Feira, bem como produzir material em tempo real, durante o acontecimento da mesma, para divulgação instantânea, buscando suscitar o interesse naquelas pessoas que ainda não participam do evento. No último ano de trabalho foram produzidos 30 cartazes, 11 vídeos e uma infinidade de posts para o aplicativo WhatsApp, versando sobre a Feira e sobre os temas diversos que interessam a Agroecologia, como a prática de uma agricultura que vise o respeito ao meio ambiente, aos seres vivos; uma agricultura ecológica que não exponha a terra a maiores impactos humanos; que proteja os animais e as pessoas dos venenos, não deixando de fora os aspectos da diversidade, feminismo e a questão étnico-racial, muito expressivas no Brasil contemporâneo.



Foto 5: Cartaz da Feira UFPI

No cotidiano, a equipe de comunicação ainda toma para si o trabalho de assessoria de imprensa, auxiliando o grupo naquilo que a mesma necessita para que a presença da Feira UFPI, em quaisquer dos meios de comunicação, possa se fazer no sentido de render uma boa repercussão no cenário do município. Por último, a equipe alimenta e gerencia um banco de imagens, o qual é acionado sempre que há necessidade, interna ou externa à equipe, de fotografias da Feira.

A orientação multidisciplinar do trabalho realizado, articulada à agroecologia, gerou um importante resultado qualitativo, que é a percepção do alunado sobre o fazer da comunicação e seu papel sócio-político. Aqui, o pensamento rompe com a linearidade, ampliando a dimensão e alcançando a importância das diversas áreas do saber. A reflexão sobre o que foi produzido foi essencial neste processo, ao analisar e discutir o material da emissão de informações a partir de vários olhares. Partilhar de ideias opostas ao fluxo comunicacional padrão floresce a convergência de uma produção comunicacional com aspecto social, como reflete Castells (2009, pp. 24-25) quando diz da importância de se saber “por que, como e quem constrói e exerce as relações de poder mediante a gestão dos processos de comunicação e de que forma os atores sociais que buscam a transformação social podem modificar essas relações influenciando na mente coletiva”. A participação no projeto de extensão em tela proporcionou aos estudantes de Comunicação e Artes Visuais vivenciar a relação obrigatória entre a teoria e a experiência viva do ofício jornalístico e informativo, num meio social dado, e com a finalidade de ajudar a formar opinião, no sentido afirmado por Kunsch: “A comunicação precisa ser considerada como processo social básico e como um fenômeno. O poder que ela e a mídia exercem na sociedade é uma realidade incontestável.” (Kunsch, 2017, p.4). Os trabalhos realizados – desde o planejamento, até a avaliação de atividades realizadas - colocou os discentes na posição de emissores da informação, produzindo e ampliando aspectos e o conhecimento de assuntos como: soberania alimentar, pensamento sustentável na produção agrícola, respeito às especificidades culturais de cada lugar, a valorização da arte e artesanato local, a presença da mulher no campo, dentre outros. Permitiu ainda despertar um olhar atento do Comunicador para romper a invisibilidade da concentração de renda e terra, marginalização social, destruição da biodiversidade causada pelo agronegócio, assim como outras dimensões da agroecologia.

Num contexto social de comunicação de massa, cúmplice da monocultura e que oblitera os danos causados pelo contato e consumo de agrotóxicos e insumos agrícolas, a experiência proporcionou um pensamento crítico, esclarecido e esclarecedor sobre a agricultura convencional, “Afinal, durante os últimos 50 anos, o ensino, a pesquisa e extensão agrícolas e, principalmente a mídia, não trataram de outro assunto na agricultura, que não fosse o panegírico da agricultura industrial, onde a devoção à ‘revolução verde’ foi uma constante” (Machado, 2014, p.39). A experiência permitiu aos alunos a crítica embasada a tal construto, recolocando-se de modo mais autônomo no cenário midiático.

Referências bibliográficas:

ALVES, R. F.; BRASILEIRO, M. C. E.; BRITO, S. M. O. Interdisciplinaridade: um conceito em construção. In. *Episteme*, Porto Alegre: n. 19, p. 139-148, jul./dez. 2004.

CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

DOMINGUES, Ivan. Em busca do método. In:_____. (Org.) *Conhecimento e transdisciplinaridade II: aspectos metodológicos*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

MACHADO, L.C.P. *Dialética da agroecologia*. São Paulo: Expressão popular, 2014.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação intercultural e cidadania em tempos de globalização. In: *A internacionalização das comunidades lusófonas e ibero-americanas de ciências sociais e humanas: o caso das ciências da comunicação*[S.l: s.n.], 2017