

Diagnóstico da Representação da Mulher na Mídia no Território da Cidadania - Região Centro do Rio Grande do Sul¹

Juliana dos Santos GRAEBNER²
Ariele Righi da SILVA³
Raíssa CORDOVA⁴
Jaqueline Quincozes da Silva KEGLER⁵

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

Este trabalho⁶ objetiva apresentar as ações realizadas e resultados alcançados através do projeto de Pesquisa e Extensão TICs e Relações de Gênero: Diagnóstico da representação da mulher na mídia em território da cidadania. A pesquisa analisa a representação da mulher rural em produtos midiáticos estruturados pelas TICs e mídias gerenciadas por instituições do Território da Cidadania da Região Central do Rio Grande do Sul. Os conceitos operacionais da pesquisa são: relações de gênero; representação da mulher; TICs (mídias); desenvolvimento territorial. A metodologia da pesquisa é qualitativa com articulação das técnicas: pesquisa bibliográfica e documental, entrevista, observação não participante, entrevista e análise crítica interpretativa dos dados.

Palavras-chave: relações de gênero; representação; mulher rural; TICs; desenvolvimento territorial.

Introdução

Este trabalho visa contribuir para o desenvolvimento científico e territorial a partir da articulação de três temáticas principais: TICs (tecnologias de informação e comunicação), relações de gênero na construção da representação da mulher rural; e estratégias comunicacionais midiáticas institucionais do território.

O estudo atende os princípios e objetivos do II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, em especial ao tema prioritário VIII - *Cultura, comunicação e mídia igualitárias, democráticas e não discriminatórias* e aos seus objetivos de “contribuir para a construção de uma cultura igualitária, democrática e não reprodutora de estereótipos de gênero, raça/etnia, orientação sexual e geração” (BRASIL, 2008, p. 27); além de “construir mecanismos de monitoramento e controle social dos conteúdos veiculados nos espaços de

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – Área Comunicação, Espaço e Cidadania.

² Acadêmica de Comunicação Social – Relações Públicas Bolsista – PIBIC- 2015.

³ Acadêmica de Comunicação Social – Relações Públicas. Bolsista FIPE ARD 2015 – CCSH-UFSM.

⁴ Acadêmica de Comunicação Social – Relações Públicas.

⁵ Orientadora. Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM

⁶ Este artigo é parte de um trabalho mais amplo intitulado *TICs e Relações de Gênero: Diagnóstico da Representação da Mulher na Mídia no Território da Cidadania - Região Centro do Rio Grande do Sul*, que conta com auxílio do CNPq.

mídia e comunicação, assegurando participação ativa, constante e capilarizada da sociedade” geração” (BRASIL, 2008, p. 27).

O contexto investigado situa-se na região central do Rio Grande do Sul e define-se como área prioritária de políticas públicas, pois é um território da cidadania. A partir do “Plano territorial de desenvolvimento rural sustentável - Guia para o Planejamento” (2005) temos que território é:

Um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, compreendendo cidades e campos caracterizados por critérios multidimensionais, tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial (MDA, 2005, p.11-12).

No documento, ressalta-se que a vantagem da abordagem territorial é dada pela combinação de proximidade social (favorece a solidariedade e a cooperação) com a diversidade de atores sociais (articulação dos serviços públicos, organizando melhor o acesso ao mercado interno, chegando até ao compartilhamento de uma identidade própria, que fornece uma sólida base para a coesão social e territorial, verdadeiros alicerces para o capital social). O Território da Região Central do RS é composto por trinta e quatro municípios, dentro deste Território delimitado institucionalmente, há a região denominada por atores sociais locais como *Quarta Colônia*.

O objetivo geral do estudo é analisar a representação da mulher rural a partir das estratégias comunicacionais midiáticas impulsionadas pelas TICs e mídias gerenciadas por instituições do Território da Cidadania da Região Central do Rio Grande do Sul. Os objetivos específicos são: a) levantar e mapear as instituições envolvidas diretamente no processo de desenvolvimento territorial Território da Cidadania Região Central do Rio Grande do Sul; b) levantar e mapear as TICs gerenciadas pelas instituições identificadas; c) levantar e mapear as estratégias comunicacionais promovidas por estas instituições através das TICs; d) identificar as relações de gênero no processo de produção dos conteúdos para TICs e mídias; e) identificar as representações da mulher nas estratégias comunicacionais institucionais e midiáticas; f) compreender as representações da mulher rural e do seu papel frente às características de desenvolvimento territorial da Região Central do RS.

Os objetivos são estruturados a partir da articulação dos temas: relações de gênero e representação da mulher rural, tecnologias de informação e comunicação (TICs) e mídias, e ações institucionais em prol do desenvolvimento territorial. Destas temáticas, extraímos

eixos teóricos amplos: 1) representação da mulher rural, que comporta empiricamente as relações de gênero na construção da representação midiática; 2) estratégias comunicacionais, que comporta empiricamente todas as TICs, mídias e conteúdos midiáticos das instituições estudadas; 3) desenvolvimento territorial: que comporta as dinâmicas e ações em prol do desenvolvimento qualitativo do território, em especial neste estudo as relativas às políticas e reconhecimento da mulher pelas instituições municipais que fomentam o desenvolvimento do território.

O estudo foi desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica, clippings e entrevistas sobre os temas, os quais foram apresentadas na problemática inicial, ou seja, há uma relação constante e cíclica entre a representação da mulher, a comunicação (TICs) e o desenvolvimento territorial.

1. Representação da mulher, TICs e papéis no desenvolvimento territorial

De acordo com Morigi (2004) as representações sociais assumem um caráter dinâmico e se encontram tanto nas mentes das pessoas quanto nos meios. Isto denota uma mudança, condicionada pela ambiência midiaticizada (SODRÉ, 2002), da produção e da circulação das formas simbólicas que carregam elementos representativos dos seus referentes.

Através da análise das estratégias comunicacionais institucionais, estimuladas e estruturadas em TICs e mídias, compreendemos o papel da mulher e sua representação em cenários específicos. Na atualidade os meios de comunicação assumem progressivamente um papel que vai além de veiculação de informações, pois, no processo de comunicação o ato de comunicar é muito mais do que circular informações para um determinado grupo, ela é responsável pela produção dos sentidos sociais, nos levando ao estudo da teoria das representações.

Conforme Morigi (2004) as representações sociais assumem um caráter dinâmico e podem ser concebidos como fenômenos específicos relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar – um modo que cria tanto realidade quanto senso comum. Assim, TICs e mídias produzem sentidos através de suas estratégias e conteúdos, e passam a constituir uma instância das relações sociais à medida que transformam a ordem da vida cotidiana, criando novos valores, novas formas de interação e também de exercícios do poder que podem transparecer as relações de gênero que os estruturam.

As representações sociais disseminadas através de TICs e mídias tendem a constituir realidades e servir como auxílio para a formação da opinião pública. Através das TICs e mídias institucionais constrói-se uma representação da mulher que pode ser referência para os públicos na definição de políticas de desenvolvimento territorial, bem como, no reconhecimento e atribuição do seu papel na sociedade.

A evolução tecnológica contribuiu para a transformação das maneiras de produção e circulação das formas simbólicas, ocorrendo uma produção de diversas formas de representação. Assim, através das TICs e mídias, é possível compreender como se configura a dinâmica da produção e criação de sentido, o qual pode sustentar relações de gênero, bem como a constituição e disseminação de formas simbólicas derivadas deste simbólico que passam a constituir o sentido da mulher no seu território.

A relevância da representação da mulher no cenário contemporâneo ancora-se em sua relação com o processo de construção identitária. De acordo com Silveira (2001), o processo de representação trata da ação de concreção das identidades nas indústrias culturais, o que implica necessariamente em produzir significado.

A análise da representação se configura através da “elucidação dos padrões de significação e a explicação interpretativa dos significados incorporados às formas simbólicas” (THOMPSON, 1995, p. 176). As formas institucionalizadas de produção transmissão e recepção simbólica a que nos referimos neste estudo tratam-se das TICs e mídias institucionais do território.

A representação dada pela mídia local pode demonstrar como a mulher rural é reconhecida no território, tanto nas relações familiares como nas relações produtivas. De acordo com Karem Karam (2004), em famílias tradicionais o papel da mulher é representativo, pois possuem iniciativas que intervêm na comercialização e no cenário produtivo da propriedade rural. Entretanto, com o desenvolvimento econômico da propriedade há uma tendência ao afastamento da mulher da atividade. Em geral, “atividades educacionais, formativas e informativas ainda se ressentem de uma visão restrita quanto ao potencial feminino” (SILVEIRA, KEGLER, 2010) e, em complemento, passam a construir uma representação da mulher além das suas habilidades e vontades.

Hoje, a mídia, constitui o principal regime de representação da atualidade, porém os sentidos são múltiplos e multiformes e integram as expressões do cotidiano do território, as mais variadas instituições planejam e gerenciam estratégias comunicacionais através das suas próprias TICs e mídias, o que constitui uma comunicação territorial mais próxima do

saber fazer local. Os territórios são permeados por redes de comunicação social, sendo que a mediação social tecnologicamente estabelecida, altera costumes, crenças, percepções e também formas de representar (SODRÉ, 2002, p. 24). No momento em que a apropriação das TICs e mídias pelas instituições localizadas em territórios predominantemente rurais no Rio Grande do Sul passam a serem usadas, estes meios acionam sentidos de desenvolvimento e representações sociais acerca dos mais variados atores e organizações sociais.

A mulher exerce papel preponderante como um elo significativo na formação dos vínculos familiares, especialmente na agricultura, e dos laços sociais do meio rural em geral (SILVEIRA, KEGLER, 2010), o que leva a uma reconstrução da sua representação, geralmente ligada aos afazeres domésticos, e distante de processos decisórios. É imprescindível conhecer os sentidos atribuídos às mulheres no cenário contemporâneo dos territórios em que há possibilidades tecnológicas e comunicativas para uma autorepresentação territorial. A partir da representação, poderemos reconhecer aspectos sociais que podem incidir sobre o êxodo das jovens mulheres, por exemplo, que é uma realidade na agricultura familiar ao lado da masculinização e envelhecimento. (CAMARANO e ABRAMOVAY, 1999).

Diante do que foi citado, ilustramos na figura abaixo a interpretação teórica que indica a relação constante e cíclica entre a representação da mulher, a comunicação e o desenvolvimento territorial, sendo esta relação que embasa a nossa problemática de pesquisa.



Figura 1 - Recursividade entre representação da mulher, TICs e desenvolvimento territorial (KEGLER, 2012)

Consideramos que as relações institucionais são permeadas por relações de gênero que constroem representações em geral, logo, tendem a construir a representação da mulher no território. Quando abordamos o desenvolvimento territorial estamos nos referindo a uma forma de *desenvolver-se* mais ampla, para além do quesito econômico e comportando fatores ambientais, humanos, sociais, culturais e simbólicos.

2. Descrição e análise dos resultados

No quadro a seguir, descrevemos os passos da metodologia seguida e a síntese dos resultados encontrados:

Atividade	Técnicas	Síntese dos resultados
1º) Levantamento dados demográficos dos municípios do Território	Pesquisa em sites municipais e análise das pesquisas IBGE (2010 e 2013)	Dos 34 municípios, 15 possuem população inferior a 10 mil habitantes, o que os caracterizam como municípios rurais; 7 possuem até 20 mil habitantes. Os municípios com maior população são Cachoeira do Sul com aproximadamente 86 mil e Santa Maria com aproximadamente 270 mil.
2º) Mapeamento das Mídias tradicionais dos municípios do Território: Jornal, Rádio e televisão	Primeiramente foram feitos levantamento de jornais, rádios e emissoras de tv municipais através de sites de busca (google) e redes sociais (facebook e twitter); posteriormente foram enviados questionários por email para as instituições municipais solicitando as mídias institucionais e mídias tradicionais dos municípios. Quando não obtivemos retorno, entramos em contato por telefone.	7 municípios possuem jornais locais; há transmissão radiofônica em todas as cidades, mas nem todas possuem sede de Rádio; há 4 Emissoras de TVs no Território.
3º) Mapeamento das Mídias institucionais dos municípios do Território: Prefeituras, Câmaras de Vereadores, Sindicato Rural e Sindicato dos Trabalhados Rurais	Primeiramente foram feitos levantamento de jornais, rádios e emissoras de tv municipais através de sites de busca (google) e redes sociais (facebook e twitter); posteriormente foram enviados questionários por email para as instituições municipais solicitando as mídias institucionais e mídias tradicionais dos municípios. Quando não obtivemos retorno, entramos em contato por telefone.	A partir deste ponto, foi estipulado o monitoramento de 64 sites: 26 sites de Prefeituras, 12 sites de Câmaras, 2 Sindicatos (um STR e um Sindicato Rural), 5 sites de jornais e 7 sites de rádios, além de 12 redes sociais.
4º) Monitoramento - Clipping	Feito através dos sites, redes sociais e dos jornais impressos. Na clipagem digital consta título da publicação, tema, data, hora,	O clipping encerrou com 105 matérias para a análise. Destas, 25 abordam diretamente o tema “mulher rural”. As demais abordam “desenvolvimento

	comentários, <i>print</i> da matéria no site e o link. Na clipagem do material impresso foi escrito qual o veículo a que pertence, página que a matéria está presente, o tema, se apresenta imagem ou não e o título.	rural” e “agricultura familiar”, temas que circundam o objeto investigado.
5º) Identificação das cidades e instituições para amostra de entrevistas e observação	Critérios: - existência de mídias tradicionais e institucionais - atualização frequente das mídias mapeadas e monitoradas - matérias representativas para o estudo das relações de gênero, representação e TICs	Com base no levantamento através da internet, do retorno recebido dos emails e ligações telefônicas descrevemos os dados e estipulamos os municípios e os canais de mídia nos quais foram desenvolvidas as entrevistas e a observação não participante.
6º) Realização de entrevistas e observação não participante	A partir dos critérios estabelecidos foram selecionados nove municípios para serem realizadas as entrevistas e observação não participante, com representantes de mídia e mídias institucionais.	Foram visitados nove municípios: Cachoeira do Sul, na qual foram feitas cinco entrevistas; Faxinal do Soturno, duas entrevistas; Restinga Seca, três entrevistas; São Sepé, cinco entrevistas; Jaguari, três entrevistas; Santiago, três entrevistas; Tupanciretã, quatro entrevistas; Agudo, três entrevistas; e São Pedro do Sul, uma entrevista.

Quadro 1: Síntese das atividades realizadas e dos resultados obtidos (2015)

2.1 Levantamento e monitoramento das mídias tradicionais

Consideramos como mídias tradicionais os veículos de imprensa independentes institucionalmente. Estes veículos são representados em nosso estudo pelas rádios, emissoras de televisão e jornais impressos, que configuram, como pressupõe Rodrigues (1999) o *campo dos media*, tendo a finalidade de legitimar os demais campos sociais.

Assim, o mapeamento das mídias tradicionais dos trinta e quatro municípios do Território da Cidadania da Região Centro do Rio Grande do Sul foi realizado através de pesquisa no site de busca *Google*, nas mídias sociais (*twitter e facebook*) pelo nome do município. Após, realizamos contato via email com instituições dos trinta e quatro municípios questionando sobre a existência de mídias tradicionais e institucionais na cidade e, por último, contato via telefone com algumas cidades que não haviam retornado os e-mails e estas ligações não tiveram retorno. A seguir, a figura 1 demonstra a comparação entre a quantidade de veículos de mídia tradicional nos municípios do Território da Cidadania Centro do RS.

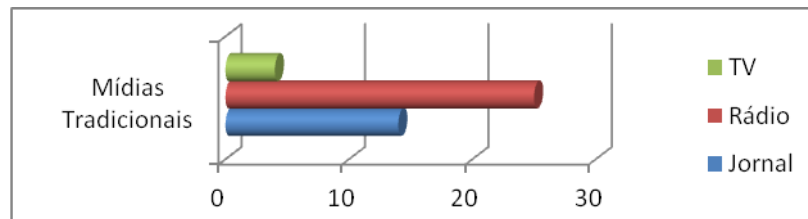


Figura 1: Comparação veículos tradicionais mapeados no Território da Cidadania Região Centro do RS, 2014.

O rádio continua sendo o veículo de comunicação mais rápido e de maior circulação de informações, pois há 16 cidades com sede de Rádios, além de difusão generalizada de sua transmissão no Território, em entrevista relatamos que muitas pessoas não acreditam em determinado fato se este não saiu na rádio. A televisão é a que possui menor relevância em termos de construção identitária e de representação dos grupos do próprio território, pois, além de serem em canal fechado três das TVs existentes a RBS, que é transmitida em canal aberto, não é transmitida por antenas parabólicas, as quais existem em muitos municípios, em especial na área rural.

Em contrapartida, podemos inserir a discussão a internet, seja como uma mídia integradora das demais ou mesmo como suporte para impulsionar a visibilidade dos veículos tradicionais, pois apenas 3 dos mapeados não possuem divulgação própria através dos seus sites ou mídias digitais. Ao todo, foram encontrados 48 *canais* na internet de divulgação midiática tradicional.

2.2 Levantamento das mídias institucionais

Constatamos um baixo uso pelas instituições das redes sociais: dentre as trinta e quatro cidades foi constatado 1 (um) *Blog*, 1 (um) *Twitter* e 5 (cinco) perfis no *Facebook*. Sobre o uso de sites, após levantamento foi concluído que de todas as cidades analisadas, 17,65% delas possuem sites das três instituições principais da amostra: Prefeitura, Câmara de Vereadores e Sindicato Rural. Destacamos, ainda, que 64,70% possuem apenas sites da Prefeitura e da Câmara de Vereadores e que 17,65% possuem somente site da Prefeitura. Foram monitorados os sites que com atualização periódica, ou seja, ao menos semanal.

2.3 Entrevistas, observação *in loco*

Para aprofundar o conhecimento sobre a representação da mulher e a relação com TICs e mídias do território, as técnicas de pesquisa escolhidas foram a observação não participante e a entrevista. A observação foi composta por entrevistas e por um tipo

específico de observação, denominado neste estudo como *não participante*, desenvolvidas por bolsistas, voluntários e membros do participantes do projeto. Esta observação é denominada por Lakatos e Marconi como o “contato com a comunidade, grupo ou realidade estudada, mas sem integrar-se a ela”, ou seja, o pesquisador “presencia o fato, mas não participa dele; não se deixa envolver pelas situações” (2010, p.176). Já a realização das entrevistas, tem como objetivo confrontar as respostas obtidas e os dados levantados.

Foram observadas instituições, e o gerenciamento das suas TICs, e empresas de mídia de seis cidades do Território: Cachoeira do Sul, na qual foram feitas quatro entrevistas; Faxinal do Soturno, duas entrevistas; Restinga Seca, três entrevistas; São Sepé, cinco entrevistas; Jaguari, três entrevistas; Tupanciretã, quatro entrevistas; São Pedro, uma entrevista; Santiago, três entrevistas, Agudo, três entrevistas.

Inicialmente foi elaborada a análise do clipping e após, a análise das entrevistas. Há cidades em que apenas o clipping foi analisado. Entretanto há casos como Jaguari, em que a entrevista foi considerada fundamental, mesmo que as matérias não tenham abordado diretamente o tema “Mulher e rural”, pois a atualização das TICs e seu gerenciamento, se mostraram dinâmicas e rotineiras, o que não foi comum nos demais municípios. Por fim, há municípios com clipping analisado e também entrevistas realizadas, o que possibilitou o cruzamento dos resultados e constatação de que nem sempre há relação entre a opinião do entrevistado com o que é publicado sobre mulher e sobre rural. A partir de um recorte das 34 cidades analisadas e das 9 nas quais foram feitas entrevistas destacamos neste relato o caso do município de São Sepé, onde identificamos a *mulher* como líder local.

2.4 A Representação da Mulher na mídia de São Sepé-RS e na percepção dos produtores de conteúdo midiático

O município de São Sepé no qual foram feitas e analisadas cinco entrevistas juntamente com os clippings das matérias, notamos que a mulher tem destaque e vem aos poucos assumindo papéis que há muito tempo era de cunho masculino. Também notamos que a mulher sepeense, recebe incentivo para continuar no meio rural dando continuidade ao seu trabalho e ao desenvolvimento da comunidade na qual faz parte.

No site do Jornal A Palavra, do dia 01 de novembro de 2013, foi divulgado o programa “Com licença, vou a luta” realizado pelo Sindicato Rural de São Sepé, com o propósito de despertar o espírito empreendedor e de liderança nas mulheres, contribuindo para a renda familiar, construindo a autoconfiança com reflexos na qualidade de vida.

Em entrevista a representante do Jornal A Palavra, destaca o seguinte momento:

“No município de São Sepé a mulher e o homem já estão praticamente no mesmo patamar, a mulher está cada vez mais competente, se destacando pelo seu trabalho, não por ser mulher, mas sim por correr atrás e se dedicar aos seus objetivos. No jornal sempre procuramos divulgar a mulher de forma coerente com a função que ela desempenha, e no município ela está inserida em diversas tarefas, juntamente com homens nas grandes e pequenas produções, onde a mídia tem sido canal com grande importância para a disseminação de conteúdos e informações” (ENTREVISTADO A – Mídia São Sepé)

Sobre liderança, papel que nos chama a atenção neste caso, o município conta com uma figura engajada em diversos programas ligados a liderança da mulher rural no Sindicato dos Trabalhadores Rurais de São Sepé. Da entrevista realizada com representante sindical deste município, destacamos o seguinte ponto:

“No ano de 2008 foi formada a comissão municipal de mulheres e a partir desse momento passamos a sair em diversas associações nas comunidades rurais, que totalizaram 26. São feitas reuniões na qual discutimos diversos temas relevantes para as mulheres, como saúde da mulher e autoestima. Dentro do Sindicato as mulheres sempre são evidenciadas, onde buscamos auxílio com programas de saúde, grupos de liderança e no ano de 2015 iremos a Brasília na Marcha das Margaridas, lutar por igualdade e qualidade de vida no meio rural.” (ENTREVISTADO B – STR São Sepé)

Ao compararmos os clippings com as entrevistas realizadas, temos a noção de que diversos pontos relatados em fala estão presentes nas matérias escritas, o que exalta que as mulheres do município. As quais são retratadas de forma coerente pela mídia local a partir do papel que desempenham na comunidade na qual são atuantes.

Considerações finais

A partir das pesquisas realizadas, consideramos que a mulher participa das práticas produtivas, juntamente com os homens, mas ainda não aparece representada midiaticamente frente a tomadas de decisões ou integrante ativa das práticas sociais rurais. Através da análise crítica dos conteúdos midiáticos coletados, podemos concluir que o papel representado e desempenhado pela mulher rural no contexto do desenvolvimento dos territórios é de suma importância e deve ser enfatizado de maneira coerente com as atividades por elas exercidas.

Enfim, podemos afirmar que as TICs e mídias dos territórios estudados contribuem para o desenvolvimento social tendo em vista que o objetivo deste trabalho é valorizar as pesquisas realizadas e estimular a elaboração e divulgação crítica de novos conhecimentos no campo dos estudos das relações de gênero, principalmente em territórios predominantemente rurais. Destacando que os canais de mídia desses locais ainda cometem falhas ao abordar as questões de gênero, mas relatando que a grande maioria dos municípios possui políticas públicas voltadas para mulheres rurais.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres**, 2008. Disponível em <<http://www.observatoriodegenero.gov.br/eixo/politicas-publicas/pnpm/comite-de-monitoramento-do-ii-pnpm>>. Acesso em 12/11/2012.
- CAMARANO, Ana Amélia; ABRAMOVAY, Ricardo. *Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil: panorama dos últimos cinquenta anos*. Rio de Janeiro: IPEA, 1999. Série Textos para discussão.
- KARAM, Karem Follador. A mulher na agricultura orgânica e em novas ruralidades, *Revista de Estudos Feministas*, vol.12 n.1, Florianópolis. Jan./Apr. 2004.
- KEGLER, J. Q. S. **Identidade territorial e midiaticização**: os sentidos identitários acionados pelas festividades da Quarta Colônia/RS / por Jaqueline Quincozes da Silva Kegler. Tese (doutorado) . Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Rurais, Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, RS, 2011
- LAKATOS, E. M.; MARCONI M.A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MORIGI, Valdir José. Representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. **Revista Eletrônica e-compós**: <http://www.compos.org.br/e-compos>. Edição 1, Dezembro de 2004.
- POLÍTICA NACIONAL DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Estratégias da Comunicação. Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990. _____. Experiência, modernidade e campo dos media. .
- SILVEIRA, A. C. ; KEGLER, Jaqueline Quincozes da Silva . TICs e relações afetivo-produtivas na agricultura familiar. In: XIX Encontro de GPs da Intercom, 2009, Curitiba. Anais do XXXIII Congresso da Intercom. Curitiba: Positivo - Intercom, 2009.
- SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.