

# Que informação para a nova vulgarização?

José Filipe Fonseca

Seminário sobre os novos sistemas de vulgarização

Iemberém, 24 – 26 Novembro 2009

---

# Objectivos da informação

1. Compreender e “dominar” o contexto da vulgarização, incl. o desenvolvimento agrícola
2. Melhorar conhecimentos
3. Tomar decisões

---

# Cadeia do conhecimento

Uma cadeia de valor acrescentado

Dado → informação → conhecimento →  
*Expertise* → utilização

---

# Tipos de conhecimento

- Conhecimento tácito
- Conhecimento explícito

---

# Quem precisa de informação e para quê?

1. Os agricultores, os transformadores de produtos agrícolas, etc. para inovarem e melhorarem as suas actividades económicas
2. Os vulgarizadores para identificarem as necessidades dos agricultores, produzirem materiais de vulgarização e transmitirem mensagens

---

## Quem precisa de informação (Cont.)

3. Os técnicos de comunicação para definir os meios melhor adaptados ao público alvo e aos tipos de mensagens
4. Os responsáveis para definir prioridades, planificarem e gerirem, e mobilizarem recursos

---

5. Todos, para:

- ❑ se adaptarem às novas necessidades
- ❑ estarem a par dos novos conceitos, técnicas e experiências de vulgarização
- ❑ minimizarem os problemas e explorarem as oportunidades

---

# A cadeia da informação

Produção → Difusão → Utilização → Impacto

---

# **Produção do conteúdo**

Sem conteúdo não há impacto!

Ao lado das metodologias, o grande desafio actual e do futuro!

---

# Produção do conteúdo

Ter em conta:

- as necessidades e as características dos grupos-alvo
- as prioridades e os objectivos específicos da vulgarização: informar, sensibilizar ou formar?
- os canais de comunicação a utilizar

---

## **Produção do conteúdo (Cont.)**

Fontes de informação:

agricultores, pesquisa, centros de documentação, bibliotecas, Internet, redes, colegas, dentro e fora do país...

---

## **Produção do conteúdo (Cont.)**

Terminologia, estilo, exemplos, ilustrações, etc. adaptados aos grupos-alvo e aos meios a utilizar

---

# Medias

- Convencionais e modernos ou novos
- Baseados ou não no computador
- Dependentes ou não das telecomunicações

---

## **Medias** (Cont.)

- Medias impressos: textos, cartazes, fotografias, etc
- Medias audio: radio, “chatterbox”
- Medias visuais: TVs, videos, fotografias

---

## **Medias (Cont)**

- Medias electrónicos : e-mails, Web, CD-ROMs, DVDs, telemóveis, fotografías
- Multi-medias

---

## **Medias (Cont.)**

- Face-a-face: encontros, seminários, visitas de estudo, djumbai
- Teatro

---

# Serviços de informação

- ❑ Centros de informação, bibliotecas, centros de leitura, videotecas, fototecas etc.
- ❑ Serviço questões-respostas
- ❑ Difusão selectiva da informação
- ❑ Seminários, encontros, visitas de estudo

---

## **Serviços de informação** (Cont.)

- Redes de partilha de informações
- Plataformas electrónicas de partilha da informação
- Espaços de socialização da Internet
- Telecentros