

## **Seminário Regional das Agroindústrias como espaço para visibilidade e consolidação da imagem das agroindústrias da região do Médio Alto Uruguai<sup>1</sup>**

Marília ZABOT<sup>2</sup>  
Rafael FOLETTO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria Campus Frederico Westphalen

### **RESUMO**

Considerando que agroindústrias familiares são uma alternativa para os pequenos produtores e a sua importância para o desenvolvimento da região do Médio Alto Uruguai, entidades perceberam que deveriam envolver todos os atores sociais de atuação regional a fim de fortalecer as agroindústrias familiares da região. Assim, no dia 21/06/2018 ocorreu em Pinhal/RS, o Seminário Regional de Agroindústrias: Formalização e Comercialização. Ao longo do evento, objetivando verificar se este constitui um espaço para visibilidade e consolidação da imagem das agroindústrias da região, uma entrevista foi aplicada aos gestores diversas entidades da área. Ao analisar as entrevistas, foi possível perceber os gestores consideraram o seminário muito importante para a consolidação da imagem e maior visibilidade do setor com a participação da presença da imprensa e diversos municípios participantes.

**Palavras-chave:** Visibilidade, imagem, desenvolvimento regional, agroindústrias.

### **INTRODUÇÃO**

As agroindústrias familiares são uma alternativa para os pequenos produtores realizarem suas atividades e comercializarem parte de seus produtos, os quais não são consumidos em sua propriedade. Atividade bastante comum e relevante na região do Médio Alto Uruguai do estado do Rio Grande do Sul. A comercialização dos produtos proporciona, para essas famílias, a possibilidade de inclusão social através do incremento de renda, propagação cultural, no sentido de os produtores permanecerem

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Relações Públicas da Universidade. Engenheira Agrônoma pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Email: mariliazabot@gmail.

<sup>3</sup> Professor Doutor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen. Email: rafaletto@gmail.com.

realizando suas atividades no campo, e uma melhoria na qualidade de vida (PREZOTTO, 2002).

De acordo com o Plano Estratégico de Desenvolvimento da Região do Médio Alto Uruguai 2015-2030 (2017), no ano de 2015 existiam 86 agroindústrias na região. Esta é região do Estado do Rio Grande do Sul que possui o maior número de pequenas propriedades. Uma das explicações possíveis para este dado é pelo fato da região apresentar um excelente microclima, o que amplia as alternativas de produção e de negócios, gerando bons resultados.

Agroindústria é conceituada, pela Lei Estadual 13.921 de 17/01/2012 regulamentada pelo decreto estadual 49.341 de 05/07/2012, como um empreendimento de propriedade ou posse de agricultor(es) familiar(es) sob gestão individual ou coletiva, localizado em área rural ou urbana, com a finalidade de beneficiar e ou transformar matérias primas provenientes de explorações agrícolas, pecuárias, pesqueiras, aquícolas, extrativistas e florestais, abrangendo desde os processos simples até os mais complexos, como operações físicas, químicas e/ou biológicas.

A atuação de agroindústrias não constitui um processo que se inicia atualmente, por isso não podem ser consideradas meras experiências, mas sim o acúmulo de um processo histórico que se inicia com a chegada dos imigrantes/migrantes para essa grande região. Logo, outra explicação para isso é de que, na abrangência do Corede do Médio Alto Uruguai (CODEMAU), ao norte do Estado do Rio Grande do Sul, predominam etnias europeias, as quais, de acordo com Albarelo et al. (2014), trouxeram de seus países de origem, as práticas de transformação do excedente de matéria prima da produção agrícola em alimentos coloniais para melhorar a qualidade, aumentar a durabilidade e imprimir características próprias aos produtos.

Levando em conta a importância cultural, social e mercadológica dessa atividade e do setor de agroindústrias como um todo para região, as entidades e atores que têm sua atividade em torno dessa, e o momento em que o setor atravessa, de burocratização, foi planejado e executado, por diversas entidades, o Seminário Regional de Agroindústrias: Formalização e Comercialização.

Desta forma, o objetivo deste trabalho é identificar o evento como um espaço para consolidação da imagem e visibilidade do setor das agroindústrias na região

do Médio Alto Uruguai. Kastenholz (2002) entende que a complexidade do conceito de imagem leva a diferentes tipos de abordagens, no âmbito deste trabalho, analisaremos seu espaço e da visibilidade na realização do Seminário Regional de Agroindústrias.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### *2.1 Visibilidade e imagem das organizações*

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação surgiram novas formas de interação entre os indivíduos e dos indivíduos com o meio. Uma das formas de comunicação possíveis, que também pode ser uma ação estratégica de comunicação, é a promoção de eventos, que propicia uma visibilidade direcionada e proposital, conceituada por Thompson (2002) como a nova visibilidade, que pode trazer, principalmente, implicações sociais e políticas para a sociedade.

É fato que a visibilidade também contempla os setores produtivos, tais como o da agroindústria, no qual se encontram os interesses do mercado financeiro e do comércio, que assim como a esfera pública, necessita de uma boa imagem perante a sociedade. Thompson (2008) ainda afirma que conquistar visibilidade, além de ser uma ação comunicativa, é conseguir reconhecimento no âmbito público, o que é fundamental para um setor que necessita de fortalecimento para viabilizar sua atividade e promover a comercialização, como o setor agroindustrial regional.

A imagem das organizações, por sua vez, desempenha um papel essencial no comportamento dos seus públicos internos e externos, no nível das suas motivações, preferências, tomadas de decisões e entendimento e pode, muitas vezes, ser um elemento mais assertivo para o sucesso do setor do que suas próprias características ou características de seus produtos.

Para Launo (1993), é necessário ter uma comunicação qualitativa para atrair e manter os públicos, é preciso, além de criar, manter uma boa imagem. Para a autora, a imagem é composta dos seguintes elementos: experiências, valores, sentimentos, preconceitos, atitude, observações, crenças e informação. Na mesma linha, Damascena (2002) afirma que imagem representa a soma de crenças, atitudes, impressões, que uma pessoa ou grupo tem de um objeto. Pode-se considerar como objeto uma empresa, um

produto, uma marca, um lugar, uma personalidade ou, neste caso, o setor de agroindústrias.

Para tanto, as empresas precisam se inteirar sobre a imagem que possuem perante seus públicos estratégicos, identificar as forças ou fraquezas e empreender ações coniventes com as necessidades. Segundo Tobias (2001), a imagem é solidificada por meio do contato direto. Uma forma pertinente de estabelecer contato direto com o público é a realização de eventos, como o Seminário Regional de Agroindústrias está para o setor na região do Médio Alto Uruguai.

Santos (2004) propõe que por meio dos eventos, os tempos histórico e natural são incorporados ao espaço geográfico. De uma forma resumida, os eventos apresentam como principais características: a) o fato de serem uma experiência única; b) de demonstrarem os princípios do planejamento e da gestão; c) de apresentarem grande complexidade a nível das tarefas e recursos necessários, d) de sua importância não poder ser julgada apenas pelo seu alcance (local, regional) ou pelos números envolvidos (orçamento, participantes), mas sim pela combinação desses fatores, momento em que os impactos ao nível da criação de uma imagem associada ao evento têm grande relevância.

### *2.3 Seminário Regional de Agroindústrias: Formalização e Comercialização*

Considerando a relevância da cadeia das agroindústrias para o desenvolvimento da região do Médio Alto Uruguai, entidades perceberam que se fazia necessário promover uma ação que implicasse no envolvimento de todos os atores sociais de atuação regional, no que concerne ao setor agroindustrial, com o objetivo de fortalecer as agroindústrias familiares da região. Desta forma foi idealizado o evento que aconteceu no dia 21 de junho de 2018, na sede da Fundaluz (Fundação de Educação, Treinamento e Recreação do Grupo Creluz), em Pinhal/RS, o Seminário Regional de Agroindústrias: Formalização e Comercialização.

Os trabalhos iniciaram pela parte da manhã, com café e espaços sobre o Resgate Histórico das Agroindústrias e apresentação do Diagnóstico da realidade atual das agroindústrias nos municípios e a importância das cadeias curtas. A metodologia de trabalho pela parte da tarde constituiu na divisão dos participantes em quatro grupos,

tendo, para cada mesa, um mediador, um facilitador, um relator e o tempo de 30 minutos por mesa para que os participantes pudessem discutir os temas.

Para dar sequência aos encaminhamentos, foi marcada uma reunião para avaliação do Seminário de Agroindústrias visando à aprovação de uma Carta Compromisso contendo as demandas, prioridades e necessidades das agroindústrias do Arranjo Produtivo Local Agroindústria Familiar e Diversidade.

O Seminário contou com a participação de aproximadamente 250 pessoas, de 32 municípios e 11 entidades. A programação do evento abrangeu o resgate histórico do processo de agroindustrialização na região, reflexão sobre a situação atual das agroindústrias, além de mesas itinerantes que discutiram questões ambientais e sanitárias, os serviços de inspeção em âmbito municipal, estadual e federal (Serviço de Inspeção Municipal - SIM, Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte - SUSAF e Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal - SISBI) e equivalências para os produtos de origem animal, bem como, as questões ambientais e sanitárias, os serviços e registros na vigilância sanitária para produtos de origem vegetal, além de tributação e mercado (mercado institucional, convencional, feiras, vendas diretas, *e-commerce* e outras).

### **3 Procedimentos Metodológicos**

O estudo teve uma fase quantitativa e outra qualitativa de caráter exploratório-descritivo.

Primeiramente, a parte quantitativa foi realizada pela análise e discussão dos dados que foram obtidos através de gráficos gerados a partir da tabulação das informações fornecidas pelos participantes no momento da inscrição.

A parte qualitativa se deu pela abordagem dos gestores das principais entidades presentes, que foram os informantes, que responderam às entrevistas. Para a coleta de dados foi utilizado um roteiro com dois blocos de questões, um para identificação do entrevistado e outro com questões voltadas ao tema da pesquisa. Esta técnica qualitativa foi utilizada devido à maior facilidade de obter dados mais precisos com a presença do

entrevistador, como argumenta Babbie (1999), ao explicar que a entrevista reduz a incidência de perguntas sem resposta e evita confusões com as perguntas do roteiro.

No bloco de identificação, buscou-se conhecer os gestores através da:

- a) entidade a que pertence;
- b) tempo no cargo de gestão;
- c) experiência em outros cargos de gestão.

No segundo bloco, as perguntas abertas que orientaram a entrevista foram:

a) Você acredita que o Seminário Regional de Agroindústrias pode ser um espaço que promove a consolidação da imagem das agroindústrias?

b) Você acredita que o Seminário Regional de Agroindústrias pode ser um espaço que dá visibilidade para as agroindústrias?

Assim, no decorrer do Seminário Regional de Agroindústrias: Formalização e Comercialização foram entrevistados os representantes das seguintes entidades:

- a) ADMAU (Agência de Desenvolvimento do Médio Alto Uruguai);
- b) Creluz (Cooperativa de Distribuição e Geração de Energia - Pinhal/RS);
- c) SENAR-RS (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural);
- d) AMZOP (Associação dos Municípios da Zona de Produção Rio Grande do Sul);
- e) EMATER-RS (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural);
- f) COREDE/CODEMAU (Conselho Regional de Desenvolvimento do Médio e Alto Uruguai);
- g) CISP (Consórcio Intermunicipal de Inclusão Social e Produtiva) e Sicredi Alto Uruguai RS/SC.

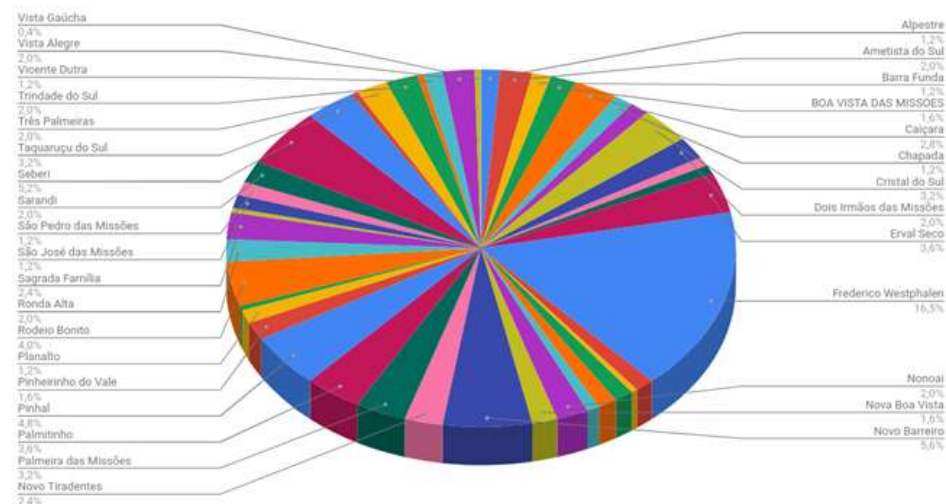
O tempo das entrevistas foi de aproximadamente 10 minutos de duração cada, variando de acordo com o interesse e o volume de informações que cada um dos informantes apresentou.

Posteriormente os dados foram analisados à luz da literatura selecionada, seguido da construção do presente trabalho.

#### 4 Resultados e Discussão

Os dados obtidos através dos formulários de inscrição de participação no evento permitem uma análise quantitativa no que diz respeito à abrangência e ao alcance da ação. Em termos de alcance geográfico, segundo os dados, o Seminário Regional de Agroindústrias: Formalização e Comercialização contou com participantes de 32 municípios. O município de Frederico Westphalen teve a maior cota de participação, com 16,5%, o que pode ser explicado pelo fato de ser sede de várias entidades participantes. Logo atrás, em segundo e terceiro lugar estão os municípios de Novo Barreiro (5,6%) e Seberi (5,2%), também cidades do noroeste do estado do Rio Grande do Sul com grande apelo agroindustrial, verificável na Figura 1.

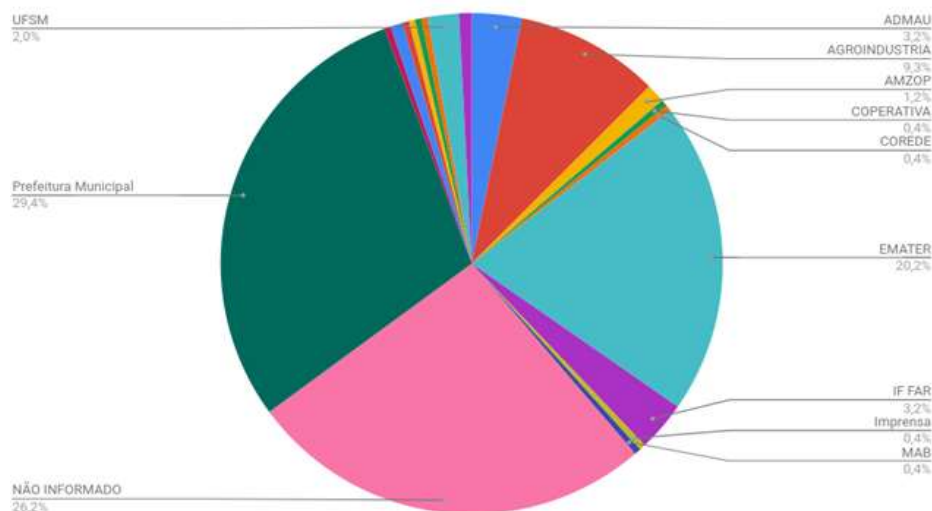
**Figura 1. Participantes do Seminário de Agroindústrias por municípios.**



Fonte: Próprios autores (2018).

Em termos de abrangência, o evento teve a participação de diversas entidades, além das agroindústrias, prefeituras municipais e cooperativas presentes. A presença de entidades reconhecidas no setor são fundamentais para endossar a realização do evento e consolidar a imagem do setor na região. Os representantes de prefeituras municipais somaram 29,4% do público presente, a Emater e as agroindústrias também se fizeram presentes em grande número, 20,2% e 9,3% respectivamente, de acordo com a Figura 2.

**Figura 2. Participantes do Seminário de Agroindústrias por instituição.**



Fonte: Próprios Autores (2018).

Analisando os dados obtidos através do primeiro bloco de questões da entrevista, foi possível perceber que quatro, dos oito gestores entrevistados, conforme mostra a Tabela 1, estão no cargo há mais de 10 anos e, os que estão no cargo há menos tempo, assim como os demais, já estiveram em outros cargos de gestão.

**Tabela 1. Dados de identificação dos gestores obtidos através do primeiro bloco de questões das entrevistas.**

Gestor	Entidade	Tempo de gestão	Outras experiências
A	ADMAU	5 anos	Cooperlucas, Creativemídia, Extensão Empresarial na UPF, Rádio Comunitária de Caiçara, Secretário do Desenvolvimento de Caiçara
B	CRELUZ	27 anos	Professor de Administração da URI e comunicador
C	CISP	2 anos	Presidente do Consórcio CISP, Prefeito de Sagrada Família, Secretário da Agricultura e de Obras.
D	COREDE/ CODEMAU	16 anos	Coordenadora da Unidade de Cooperativismo, Coordenadora na ADMAU
E	SENAR	14 anos	
F	SICREDI	11 anos	Sindicatos, Consórcios
G	AMZOP	1 ano	Prefeito, Vereador e Secretário Municipal de Liberato Salzano
H	COREDE/ Rio da Várzea	1 ano	Coordenador Regional da Secretaria Estadual da Agricultura, Vereador de Palmeira das Missões, Presidente da Câmara Júnior e Professor na UPF

Fonte: Próprios autores (2018).



O segundo bloco de questões iniciou com o questionamento sobre a visão dos gestores sobre o Seminário Regional de Agroindústrias como um espaço que promove a consolidação da imagem das agroindústrias. Os gestores E, F e G apontaram que o evento auxiliou na gestão da imagem e credibilidade do setor, já que mobilizou os atores e demandou um planejamento estratégico que dificilmente seria elaborado sem a realização do evento. Os gestores B, D e H acreditam que através das trocas, que aconteceram por ocasião do seminário, foi possível fortalecer os elos da cadeia, mostrar as potencialidades das agroindústrias e construir uma identidade regional, o que, na opinião deles, trouxe resultados positivos para a imagem do setor. Para os gestores A e C, este evento é o único caminho para a criação de uma imagem para as agroindústrias da região e, ainda pontuaram, que esta imagem não foi construída como empresas individuais e sim de forma coletiva.

Quando questionados sobre a visibilidade que o Seminário Regional pode proporcionar para as agroindústrias, os gestores G e H afirmaram que, neste momento em que há uma grande burocratização das atividades de produção e comercialização das agroindústrias, o evento, através da visibilidade, colaborou na viabilização e fortalecimento das empresas. Os gestores A e B destacaram positivamente a presença da cobertura da imprensa, através de jornais e emissoras de rádio da região, como determinantes para que o evento e o setor, de forma coletiva, se fizessem vistos em inúmeros municípios da própria região e no estado. Enquanto os gestores D, E e F, além de concordarem com o fato de o evento ser um espaço que propicia visibilidade para o setor, sugeriram que fossem criados outros meios mais, com o objetivo de despertar, nos atores regionais e público em geral, um momento de discussões e entendimento acerca da temática de negócios, mercado e comercialização dos produtos agroindustriais.

## **5 Conclusões**

O Seminário Regional de Agroindústrias atingiu números representativos de presença de público e alcance de municípios da região do Médio Alto Uruguai.

Ao analisar as entrevistas, foi possível perceber que os gestores consideraram o seminário fundamental para a consolidação da imagem das agroindústrias, do setor de

uma maneira coletiva. Já que o evento demandou planejamento estratégico, mobilizou, gerou credibilidade, fortaleceu a relação entre os atores e entidades envolvidos e gerou expectativas positivas em relação ao segmento da atividade.

Em relação ao espaço de visibilidade do setor com a realização do evento, os gestores afirmaram essa premissa, considerando a presença da imprensa e de representantes de dezenas de municípios, bem como, a possibilidade de reflexão coletiva e discussão em tempos de burocratização. Também foi possível identificar claramente uma demanda, por parte dos gestores das entidades, de mais espaço na programação do evento para a temática comercial das agroindústrias.

## **Referências**

ALBARELO, E. P.; DINIZ, J. L. P.; RITTERBUCH, M. A.; BONFANTI, N. e GALLI, T. Plano de desenvolvimento: arranjo produtivo local, agroindústria familiar e diversidade do Médio Alto Uruguai. - Frederico Wstohalen, RS: Ed. URI 2014.

DAMASCENA, C. Análise de imagem organizacional para universidades. Congresso Latino-Americano de Escolas de Administração. Porto Alegre, 2002.

KASTENHOLZ, E. An investigation of destination images, their determinants and role in tourist behavior and implications on destination marketing, empirically analyzed for the rural tourism market of north Portugal. Universidade de Aveiro, 2002.

LAUNO, R. Knowledge Marketing. Lean Management of quality products. FID New Bulletin 43 (11/12) 262-266, 1993.

PREZOTTO, Leomar L. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. Revista de ciências humanas. Florianópolis: EDUFSC: 2002.

SANTOS, Ângela Moulin Simões Penalva. O Município como Agente das Políticas Públicas: A Perspectiva das Cidades Médias. In IX Encontro Nacional de Economia Política, Uberlândia/MG, 2004.

THOMPSON, John B. O escândalo político: poder e visibilidade na era mídia. Vozes, Petrópolis, RJ, 2002.



---

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. In: Matrizes, revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Ano 1, n.2 (jan-jun 2008) – São Paulo: ECA/USP: 2008.