FERRAMENTAS DIGITAIS COMO ESTRATÉGIA DE INCLUSÃO E AUTONOMIA NO MEIO RURAL PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS

Tecnologia e Produção

Coordenadora da atividade: Maria Salete Marcon Gomes VAZ

Marcelle Fatel MURAKI[1]; Guilherme DANELIV, Sarah Letícia Moreira GABRIEL, Emili Everz GOLOMBIÉSKI, Maria Salete Marcon Gomes VAZ.

Tecnologias no Campo e Capacitação de Pequenos e Médios Produtores Rurais

Resumo: Este artigo apresenta a ação extensionista "Tecnologias no Campo e Capacitação de Pequenos e Médios Produtores Rurais", que busca promover a inclusão digital de agricultores em Guamiranga-PR. O objetivo é fortalecer a autonomia dos produtores, capacitando-os no uso de ferramentas de venda como WhatsApp Business e Instagram para otimizar a comercialização e reduzir a dependência de intermediários. A metodologia baseia-se na pesquisa-ação, com diagnóstico local e oficinas teórico-práticas, além de suporte contínuo. Como resultados preliminares, a oficina de WhatsApp Business contou com a participação de 60 produtores, evidenciando alto interesse e um aumento na autoconfiança para o uso da ferramenta em seus negócios. A iniciativa demonstra ser uma experiência de aprendizado mútuo, que empodera os agricultores e fortalece a economia local. As perspectivas futuras incluem a expansão do projeto para outros municípios e o aprimoramento da metodologia com novos materiais de apoio.

Palavras-chave: Inclusão digital. Agricultura familiar. Ferramentas digitais de venda.

INTRODUÇÃO

O crescimento das cidades e a valorização dos espaços urbanos têm gerado um contraste cada vez mais evidente com o meio rural. Na Região Sul do Brasil, 88,24% da população reside atualmente em áreas urbanas (IBGE, 2024). Assim, enquanto os centros urbanos se modernizam, muitos agricultores de pequeno e médio porte convivem com a falta de infraestrutura, limitações no acesso a tecnologias e dificuldades econômicas que reduzem sua capacidade de competir. Conforme destacam Santos et al. (2025), em estudo sobre a adoção da agricultura digital na América Latina, as principais barreiras enfrentadas pelos pequenos produtores incluem baixa literacia digital, custos elevados de implementação,

[1] Apresentadora

conectividade limitada e resistência cultural às inovações tecnológicas, fatores que restringem o aproveitamento das oportunidades da transformação digital no campo.

Diante desse cenário, torna-se evidente a necessidade de iniciativas que aproximem os pequenos e médios produtores rurais das tecnologias digitais aplicadas à agricultura. A ação extensionista proposta, Tecnologias no Campo e Capacitação de Pequenos e Médios Produtores Rurais, vinculada ao Programa Universidade Sem Fronteiras, busca suprir essas lacunas, oferecendo capacitação prática, suporte técnico e ferramentas digitais acessíveis, adaptadas à realidade local. O público-alvo inclui agricultores familiares de Guamiranga–PR, município selecionado devido ao seu perfil agrícola e ao baixo Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH = 0,669) (IBGE, 2025), que apresentam pouca familiaridade com recursos tecnológicos, mas desempenham papel central na produção regional e na segurança alimentar.

Uma das frentes de capacitação do projeto destaca-se pelo uso de ferramentas digitais de venda, como Instagram e WhatsApp Business. Essas plataformas oferecem meios acessíveis e eficientes para que os produtores divulguem seus produtos, se comuniquem com clientes e realizem vendas diretas, alinhando-se a estratégias que impulsionam a renda no campo ao conectar produtores e tecnologia. Segundo o Sebrae/PR (2025), o uso de plataformas digitais tem se mostrado uma estratégia eficaz para pequenos produtores ampliarem sua participação no mercado, permitindo a divulgação direta de produtos, a aproximação com consumidores e a redução de intermediários. Ao integrar essas ferramentas ao cotidiano da produção, o projeto não apenas moderniza as práticas comerciais, mas também promove a autonomia dos produtores, fortalecendo sua capacidade de competir no mercado e contribuindo para a sustentabilidade da comunidade rural. Neste estudo, será demonstrado como a capacitação em ferramentas digitais de venda foi implementada na referida ação extensionista.



OBJETIVOS

O objetivo geral foi promover a inclusão digital e fortalecer a autonomia de pequenos e médios produtores rurais de Guamiranga–PR, contribuindo para a sustentabilidade econômica e o desenvolvimento social da comunidade.

Os objetivos específicos são os que seguem:

- Ensinar o uso de ferramentas digitais de comercialização (Instagram e WhatsApp Business) para gestão autônoma das vendas.
- Diminuir a dependência de intermediários, favorecendo a negociação direta entre produtores e consumidores.
- Otimizar a divulgação de produtos e o gerenciamento de pedidos por meio de recursos digitais.
- Fortalecer a comunicação direta com os clientes, ampliando a confiança e a fidelização.
- Contribuir para o aumento da eficiência comercial e da renda dos produtores.
- Estimular a competitividade sustentável da agricultura local, valorizando práticas inovadoras e inclusivas.

METODOLOGIA

A abordagem metodológica do projeto fundamenta-se nos princípios da pesquisa-ação com ênfase qualitativa, o que se baseia em um diálogo constante e na colaboração com a comunidade. Essa escolha permite não apenas compreender as necessidades reais dos agricultores de Guamiranga–PR, mas também ajustar as estratégias de ação de forma dinâmica, construindo soluções práticas e aplicáveis em um processo de aprendizado mútuo entre a equipe do projeto e os produtores.

A operacionalização iniciou-se com uma etapa de diagnóstico, na qual a coordenação do projeto realiza visitas ao município para mapear o cenário da produção local e identificar as lacunas tecnológicas. Com base nesse levantamento contínuo, a equipe discente conduz pesquisas para definir as ferramentas digitais de maior aplicabilidade para vendas diretas, tendo selecionado o WhatsApp Business e o Instagram como foco prioritário. A mobilização e inscrição do público-alvo são

realizadas em parceria com a Secretaria de Agricultura municipal, garantindo ampla participação dos produtores familiares. Todo o material de suporte, incluindo apresentações e vídeos, é cuidadosamente elaborado com uma linguagem simples e acessível, visando a máxima compreensão e engajamento.

A fase de capacitação está sendo concretizada por meio de oficinas teórico-práticas. Cada oficina é realizada na sede da prefeitura, com duração de três horas, e estruturada para que os participantes apliquem os conceitos diretamente em seus smartphones, contando com o suporte individualizado da equipe. O foco dos encontros é capacitar os produtores para a gestão autônoma de seus canais de venda, explorando as funcionalidades comerciais das plataformas digitais. Para garantir a continuidade do aprendizado, é implementada uma etapa de suporte contínuo, que inclui a criação de um grupo no WhatsApp para esclarecimento de dúvidas e a realização de sessões de reforço online. A avaliação do processo ocorre de forma contínua e formativa, por meio do acompanhamento direto no grupo de suporte, o que permite monitorar a evolução dos participantes e oferecer orientações personalizadas

RESULTADOS

Embora ainda em andamento, a ação extensionista já apresenta resultados preliminares relevantes. A principal atividade realizada foi a oficina de capacitação em WhatsApp Business, que contou com a participação ativa de aproximadamente 60 produtores rurais de Guamiranga–PR. A elevada adesão à iniciativa não apenas validou a metodologia de pesquisa-ação adotada, como também evidenciou o forte interesse da comunidade em apropriar-se de ferramentas digitais para a comercialização de seus produtos.

Entre os resultados diretos, destaca-se a criação de um canal permanente de comunicação com os participantes por meio de um grupo no WhatsApp, que funciona como espaço de suporte técnico, esclarecimento de dúvidas e troca de experiências entre os produtores.

De forma qualitativa, observou-se um aumento significativo na autoconfiança dos agricultores em utilizar a ferramenta no contexto de seus negócios, especialmente na criação de catálogos digitais e no atendimento direto aos clientes. Esse avanço demonstra o potencial

da iniciativa para transformar práticas de comercialização e fortalecer a autonomia dos pequenos produtores.

A Figura 1 ilustra a dinâmica da oficina, evidenciando a interação entre a equipe do projeto e os participantes, bem como o caráter colaborativo da atividade.

Figura 1 – Oficina de capacitação em WhatsApp Business realizada com produtores rurais de Guamiranga–PR.



Fonte: Os autores.

Esse registro simboliza não apenas a adesão dos produtores, mas também o fortalecimento do vínculo entre a universidade e a comunidade rural de Guamiranga.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão Tecnologias no Campo e Capacitação de Pequenos e Médios Produtores Rurais tem se consolidado como uma experiência de aprendizado mútuo entre a equipe acadêmica e a comunidade de Guamiranga–PR. Mais do que ensinar o uso de ferramentas digitais, a iniciativa promove o empoderamento dos agricultores, oferecendo

meios para ampliar sua autonomia, sustentabilidade econômica e inserção competitiva no mercado.

As perspectivas futuras incluem a conclusão das oficinas voltadas ao uso do Instagram e o suporte contínuo à comunidade atendida. A médio prazo, planeja-se expandir a ação para outros municípios da região, além de aperfeiçoar a metodologia com a produção de materiais de apoio impressos e a criação de módulos de capacitação em diferentes níveis de complexidade, garantindo maior alcance e impacto social.

APOIO

Os autores agradecem o apoio financeiro e a concessão de bolsas do Fundo Paraná, no âmbito do Programa Universidade Sem Fronteiras (USF) da SETI, fundamentais para execução das atividades.

REFERÊNCIAS

SANTOS, J. A. et al. Drivers and Barriers to Digital Agriculture Adoption: A Mixed-Methods Analysis of Challenges and Opportunities in Latin America. *Sustainability*, v. 17, n. 8, p. 3676, 2025. DOI: https://doi.org/10.3390/su17083676

SEBRAE. *Relatório de Inteligência: Canais digitais de venda na agricultura familiar.* Curitiba: SEBRAE/PR, 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo 2022: 87% da população brasileira vive em áreas urbanas. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – Guamiranga/PR. Rio de Janeiro: IBGE, 2025.