



Agricultura Social para Idosos

Módulo 3.1 Cooperação e Comunicação no setor

Estrutura do módulo

Introdução

Este módulo fornece competências básicas de comunicação e mostra como construir uma cooperação/parceria bem-sucedida. Isso inclui identificar necessidades, definir a área de cooperação e aquilo que é importante quando se procura uma parceria.

Objetivos de aprendizagem

Depois de passar pelos slides, deverá ter uma ideia clara acerca das etapas que são necessárias para uma boa comunicação e uma cooperação bem-sucedida. Os exemplos deverão dar-lhe oportunidades adicionais para comparar a sua situação, atitude e empreendedorismo específicos com outros agricultores.



Índice

- 1 Princípios básicos da comunicação numa quinta familiar**
- 2 Princípios básicos da cooperação**
- 3 Encontrar parceiros ao longo da cadeia de valor**
- 4 Criação de USP* na agricultura social para idosos**
- 5 Estudos de caso FarmElder**





1 Princípios básicos da comunicação numa quinta familiar

“

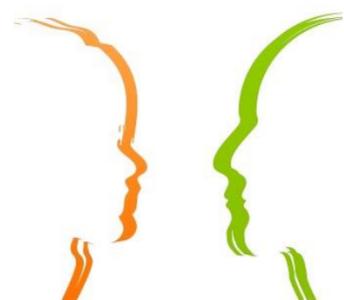
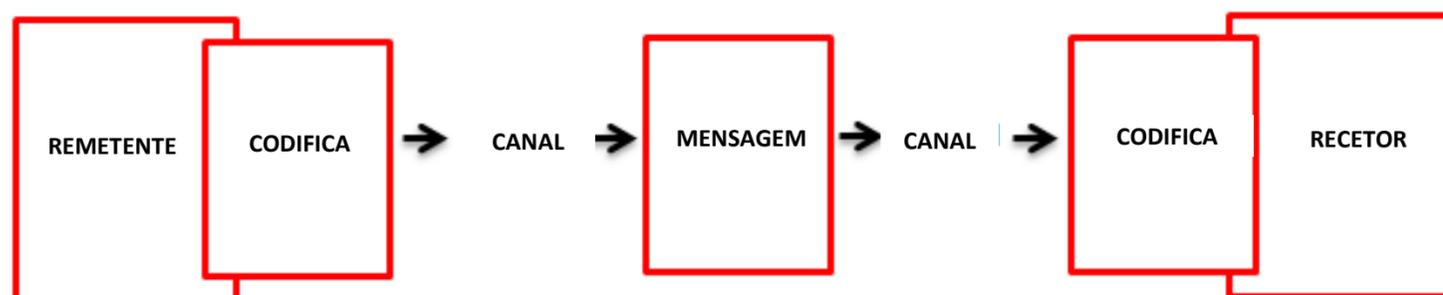
A maioria das conversas são simplesmente monólogos entregues na presença de uma testemunha.

Margaret Miller



A comunicação no negócio familiar

O Modelo de Comunicação



A comunicação, embora essencial, nem sempre é fácil. Diferenças individuais de personalidade, estilos de comunicação, competências e expectativas desempenham um papel importante.

Por vezes, o agricultor considerará melhor deixar os problemas de parte antes de tentar comunicar. Outras vezes, no entanto, os problemas não podem ser deixados de parte, porque a falta de comunicação pode interferir na vida diária.

Afinal, toda a família é uma equipa e isso vale especialmente para as famílias com agricultura familiar. Elas devem comunicar de forma eficaz para gerir eficazmente as suas quintas.

Então, o que é uma comunicação eficaz? A melhor maneira de responder a essa pergunta é quebrar o conceito.

A comunicação eficaz envolve:

- competências interpessoais;
- sintonia com outros;
- escuta ativa.



“

**Quando as pessoas falam,
escutam completamente.**

**Muitas pessoas nunca
escutam.**

Ernest Hemingway



Escutar os outros

Audição vs. Escuta

Ouvir

- Passivo
- Involuntário
- Não requer esforço
- Percepção fisiológica do som

Escutar

- Ativo
- Voluntário
- Requer esforço
- Interpretação intencional do som

Adaptado de Gupta, 2023

Audição

A audição é um ato físico passivo e um processo puramente sensorial pelo qual os sons são percebidos. Não precisamos de nos concentrar para isso. Ouvimos sons e palavras o dia todo, mesmo que não prestemos atenção a eles.

Escuta

Escutar é sobre prestar atenção ativa às palavras e sons que ouvimos, a fim de absorver o seu significado e desenvolver uma resposta emocional.

Escutar é um processo ativo e voluntário que requer múltiplos sentidos. Cabe, portanto, ao ouvinte decidir se quer ou não escutar. Ouvir sem escutar é um exemplo da expressão comum "entra por um ouvido e sai pelo outro".

Escuta ativa

A escuta ativa é uma competência de comunicação que envolve ir além de simplesmente ouvir as palavras que outra pessoa fala, mas também procurar entender o significado e a intenção por detrás delas. Requer ser um participante ativo no processo de comunicação.

(Cuncic, 2022)



Resolução de problemas de conflito

A falta de comunicação eficaz conduz, muitas vezes, a conflitos, que podem prejudicar pessoal e profissionalmente. A fraca comunicação pode criar conflitos de várias formas.

Os conflitos podem surgir na agricultura familiar, principalmente porque esperamos que todos tenham os mesmos valores e objetivos e interpretem os seus papéis da mesma forma. No processo, muitas coisas, frequentemente, não são ditas e ninguém conhece as "regras".

Causas de conflito:

- **Valores/personalidades** - os membros da família são diferentes e alguns hábitos dos outros podem ser irritantes/frustrantes.
- **Metas** - ideias de longo e curto prazo para o futuro podem ser diferentes.
- **Personalidades diferentes** - tímida, assertiva, agressiva, aberta, reservada, amigável, hostil, autoritária. Irmãos e diferentes gerações na mesma família podem ser diferentes.
- **Responsabilidades** - Qual é o trabalho de todos? Quem é responsável pelo quê?
- **Organização** - Quem reporta a quem?
- **Grande esforço** - entre empresa e família para obter recursos?

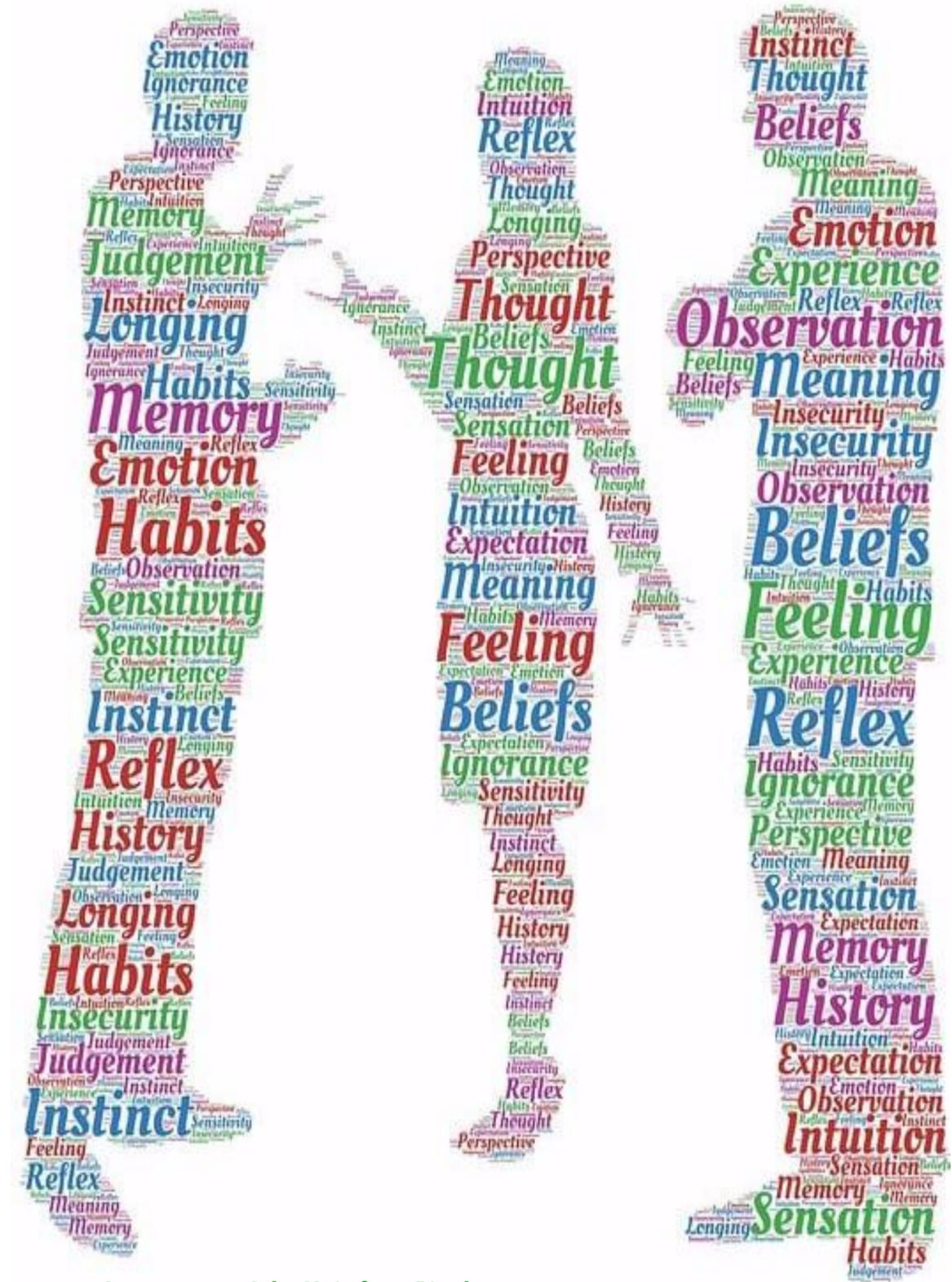


Imagem por [John Hain](#) from [Pixabay](#)



A praça da comunicação

A praça de comunicação é o modelo mais conhecido e atualmente mais utilizado pelo psicólogo alemão especialista em comunicação, Friedemann Schulz von Thun. Este modelo também ficou conhecido como o "modelo de quatro orelhas"

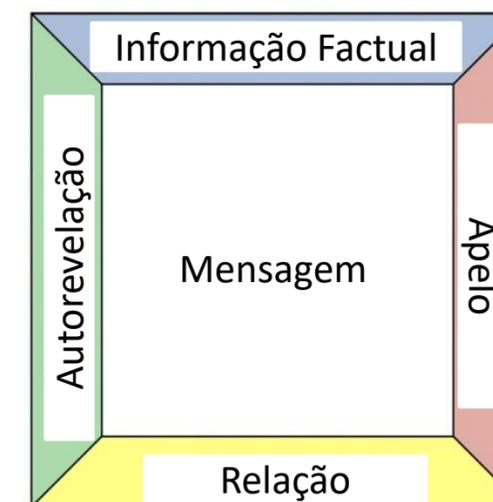
Os quatro níveis de comunicação não são apenas importantes para a comunicação privada, mas em todos os lugares onde as pessoas se encontram para comunicar e trocar ideias.

Quando eu faço uma afirmação enquanto ser humano, esta tem quatro efeitos diferentes. Cada afirmação que faço contém, quer eu queira ou não, quatro mensagens ao mesmo tempo.

- Informação factual (sobre o que eu estou a informar);
- Auto-afirmação (o que eu mostro acerca de mim próprio);
- Indicador de relacionamento (o que penso do outro e como me relaciono com o mesmo);
- Apelo (o que eu quero que o outro faça).



Emissor



Recetor

Adaptado de <https://www.schulz-von-thun.de/die-modelle/das-kommunikationsquadrat>





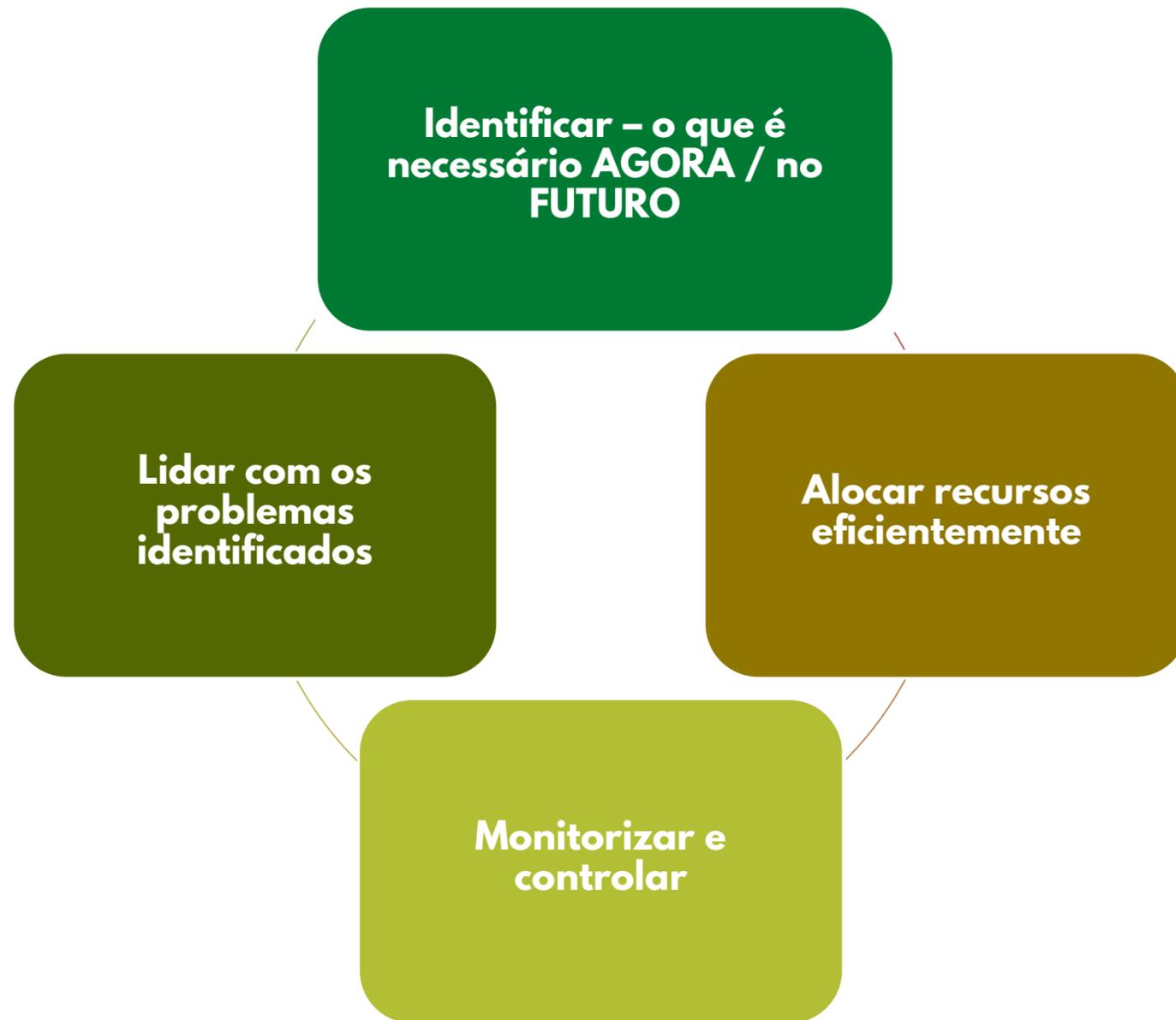
2 Princípios básicos da cooperação

“
Entrando juntos
é um começo.
Mantendo-se juntos
é progresso.
Trabalhando juntos
é sucesso.

Henry Ford



A cooperação como uma opção no seu negócio



Está a considerar uma cooperação/parceria? Em seguida, pergunte a si mesmo pelo menos as 9 perguntas seguintes para esclarecer se necessita de um parceiro.

- 1) Por que preciso de um parceiro?
- 2) Como será a nossa distribuição de propriedade?
- 3) Será que até temos uma visão/meta comum?
- 4) Estou disposto a abrir mão de algum controlo?
- 5) A nossa cooperação/parceria tem hipótese de ser estável?
- 6) Como vamos lidar com um possível conflito?
- 7) Como colegas, familiares e outros parceiros de negócios irão distinguir um parceiro?
- 8) Qual é a nossa estratégia para terminar a cooperação/parceria?
- 9) Qual é o número ideal de parceiros?

Depois de responder a estas questões, deverá ter uma opinião clara acerca da necessidade de parceria.



Está disposto e capaz de partilhar o trabalho?

Sozinhos, podemos fazer tão pouco; juntos podemos fazer tanto.

Helen Keller

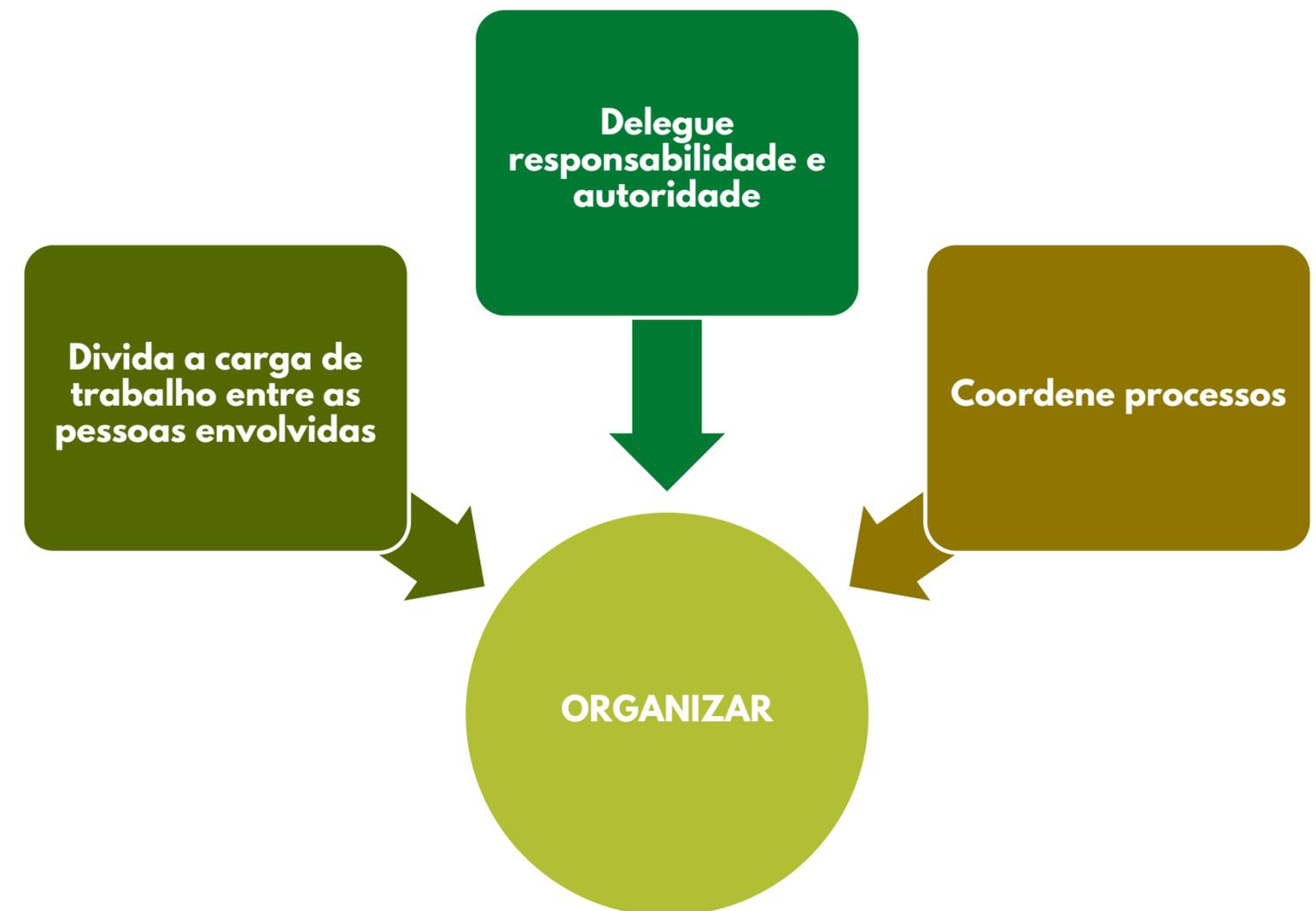
A liderança inclui medidas para:

- motivar os seus funcionários na organização;
- comunicar metas e objetivos dentro da organização;
- resolver conflitos dentro da organização.

Carga de trabalho: Como podemos gerir todo o trabalho que precisa de ser feito?

Equipa: Como podemos agir com sucesso enquanto equipa na nossa quinta?

Partilha de trabalho: Quem fará o quê?



Treino de competências profissionais

Ninguém pode assobiar uma sinfonia. É preciso uma orquestra inteira para tocá-la.

H.E. Luccock



Ser agricultor e empresário de sucesso é um desafio.

Só poderá desfrutar do equilíbrio entre a vida pessoal e profissional se tiver um desempenho de alto nível nas seguintes competências:

- **Competências intelectuais,**
- **Competências técnicas,**
- **Competências interativas,**
- **Competências emocionais e éticas.**

Excelentes parcerias e colaborações dependem de si - como um excelente empreendedor.



3 Encontrar parceiros ao longo da cadeia de valor

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



© Kerry Social Farming



“

**O bom é inimigo do ótimo. É
por isso que tão poucas
coisas se tornam ótimas.**

James C. Collins



Qual é a sua cadeia de valor?



Não importa que negócio procura, existem características básicas de uma cadeia de valor, como por exemplo, na cadeia de valor de Porter.

A cadeia de valor de uma empresa está inserida num fluxo maior de atividades.

Os fornecedores têm uma cadeia de valor (valor a montante) que cria e entrega os insumos adquiridos.

Além disso, muitos produtos passam pela cadeia de valor dos canais (valor do canal) a caminho do cliente/consumidor/comprador.

O produto ou serviço de uma quinta acaba por se tornar parte da cadeia de valor do seu cliente/ consumidor/ comprador.

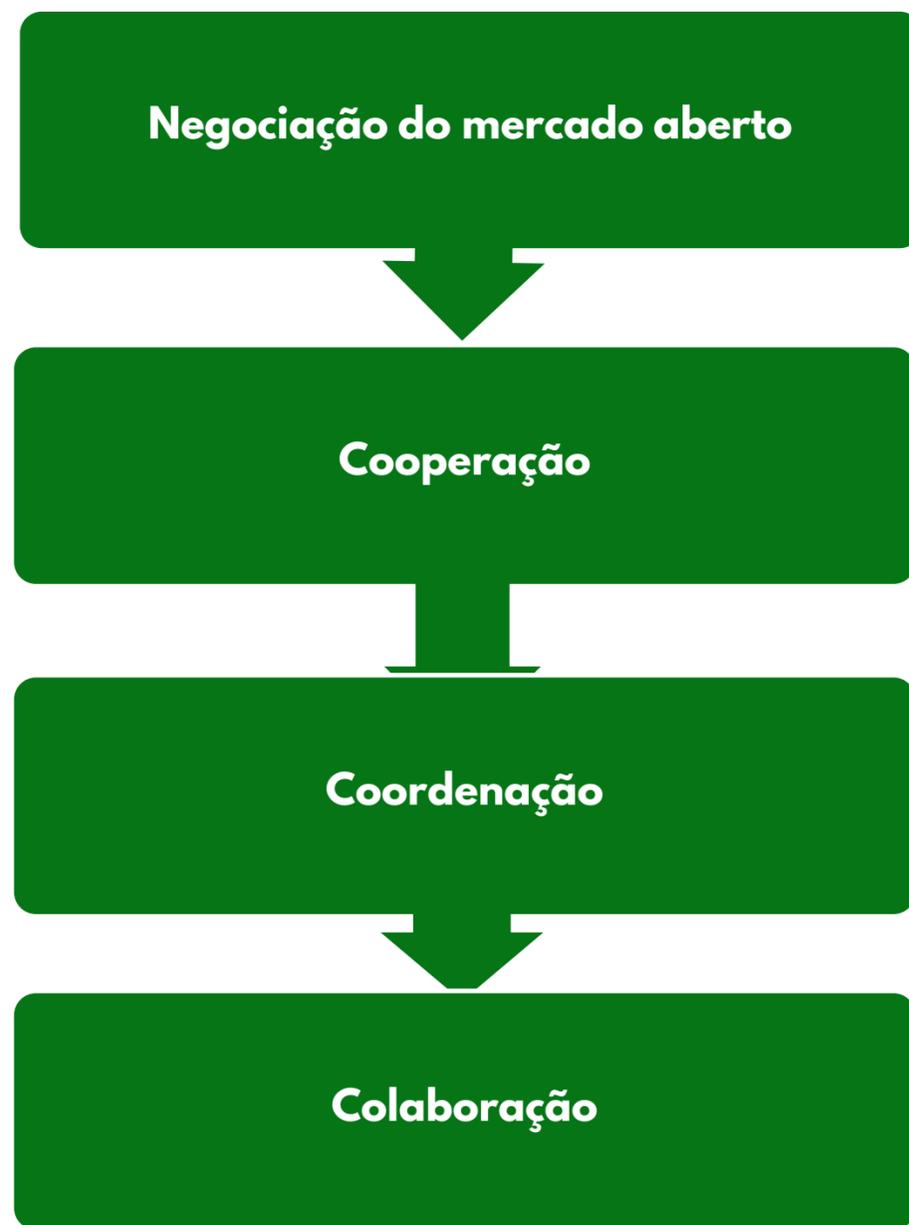
Nesse momento, atinge o interesse do mercado.

As atividades da cadeia de valor podem ser divididas em dois tipos mais amplos: atividades primárias e atividades de suporte.

Fonte: <https://blog.softexpert.com/cadeia-valor/>



Existem vantagens para si e os parceiros?



Adaptado de Spekman/Kamauff/ Myhr, 1998

É importante verificar as possíveis constelações da sua oferta ao mercado.

Especialmente, deve saber e estar ciente de quem vai oferecer as partes específicas do produto e serviço.

Será o próprio ou será este com parceiros relevantes?



A group of five men, likely agricultural workers or volunteers, are standing in the doorway of a wooden barn. They are dressed in various work clothes, including overalls, t-shirts, and caps. The man on the far left wears a grey cap and dark overalls. The second man from the left wears a white t-shirt with a logo that says '50' and a red cap. The third man wears a dark blue polo shirt with '38' and a red cap. The fourth man wears a grey t-shirt and a red and black cap. The man on the far right wears a white t-shirt and blue overalls. They are all smiling and have their arms around each other's shoulders. The background shows the interior of the barn with wooden beams and a wheelchair parked in the distance.

4 Criação de USP na agricultura social para idosos



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

“

**Quando a lavoura começa,
outras artes se seguem. Os
agricultores são, portanto,
os fundadores da
civilização humana.**

Daniel Webster





Potencial para reaproveitar infraestruturas

Existe a possibilidade de um cenário vantajoso.

Muitas quintas nas áreas rurais carecem de uma perspectiva de futuro para o seu negócio original: a produção de alimentos.

Assim, em cada vila ou pequena cidade nas áreas rurais, encontrará quintas ou edifícios agrícolas individuais que têm potencial para serem usados ou convertidos para outros fins.

Simultaneamente, as áreas rurais tendem a perder componentes importantes referentes às infraestruturas da vida quotidiana:

- **Comida;**
- **Saúde, serviços de apoio, médicos;**
- **Habitação;**
- **Educação;**
- **Gastronomia.**

Todos eles estão ligados ao intercâmbio social.



Atender às necessidades das pessoas idosas

Há uma oportunidade para uma situação “ganho-ganho”.

Muitas pessoas não querem viver sozinhas na velhice, mas querem ser autodeterminadas. Quando a sua força diminui, elas podem abrandar, mas ainda podem fazer muitas atividades. Por outro lado, existem muitas quintas pequenas a lutar para sobreviver.

Questões que podem ser feitas sobre os estilos de vida dos idosos e que podem ajudar a conhecê-los melhor:

- Quais são suas perspectivas de tempo?
- Qual é o seu estilo de vida (comer, cozinhar, fazer compras, etc.)?
- Quais são as suas circunstâncias pessoais e mobilidade?
- Como são a habitação, ambiente, serviços e comunicação?
- Que regulamentos existem para serviços destinados a pessoas mais velhas?



Possíveis características únicas (USP) nas quintas para idosos

Ambiente natural

Estar ao ar livre na natureza

Diversidade da paisagem local

Local ativo

Há sempre algo a acontecer

Incorporado no ambiente local e na comunidade

Tem sempre companhia

Interação

Envolvimento com as pessoas e o trabalho

Pessoas vindo e indo

Criação de memórias

Ar fresco

Estar no campo

Ter acesso à natureza e à biodiversidade

Ambiente tranquilo



Faça algo bom e fale acerca disso



5 Estudios de caso FarmElder



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

© Jarrad Ferguson

Como organizar e iniciar uma cooperação?

Os seguintes estudos de caso FarmElder fornecem um retrato das possibilidades de cooperação no que se refere aos serviços residenciais.

Outros serviços são oferecidos além da habitação?

É cooperativo?

É uma oferta nas mãos do agricultor? Ou é uma colaboração entre o agricultor, prestadores de serviços sociais e/ou residentes?

Que tipo de cooperação?

Os residentes ajudam-se?

Os serviços adicionais à habitação são "comprados" ou incluídos como serviços especiais? Tais como:

- **Apoio doméstico**
- **Assistência nas compras**
- **Sistema de chamada de emergência**
- **Serviço de condução e atividades de lazer**
- **Serviços de cuidados**





Um exemplo:

Quinta Mohorko (Eslovénia)

A quinta da família Mohorko mudou do turismo para a agricultura social para idosos.

O proprietário da quinta, Matjaž, adquiriu experiência profissional numa pequena casa rural para idosos na Áustria, onde aprendeu acerca das especificidades do cuidado de idosos.

Ao adaptar as instalações e ao introduzir um serviço para os idosos viverem na quinta, a quinta Mohorko melhorou a sua taxa de ocupação e desenvolveu um conjunto de novos serviços.

Saiba mais acerca da quinta Mohorko nos estudos de caso FarmElder.





Um exemplo:

Comunidade da aldeia SOS Hohenroth (Alemanha)

Na comunidade da aldeia SOS de Hohenroth, na Baviera, vivem e trabalham pessoas com deficiências cognitivas.

Para os mais velhos, um novo “Centro” foi construído em 2021.

Esta casa residencial permite que eles permaneçam no seu ambiente familiar mesmo na velhice, que sejam ativos na agricultura, de acordo com as suas capacidades e participem da vida da comunidade da aldeia.

Saiba mais acerca da comunidade da aldeia SOS nos estudos de caso FarmElder.



“

**Eu preferiria estar na
minha quinta do que ser
imperador do mundo.**

George Washington



Referências

- Cuncic, Arlin (2022): What is active listening? Available at <https://www.verywellmind.com/what-is-active-listening-3024343>**
- Fuller, Kristen (2021): The Difference Between Hearing and Listening. Available at <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/happiness-is-state-mind/202107/the-difference-between-hearing-and-listening>**
- Gupta, Sanjana (2023): What's The Difference Between Hearing and Listening? Available at <https://www.verywellmind.com/hearing-vs-listening-what-s-the-difference-5196734>**
- Spekman R., Kamauff J., Myhr N. (1998) An empirical investigation into supply chain management: a perspective on partnerships, Supply Chain Management, 3 (2), 5367. Retrieved from <https://www.intechopen.com/chapters/18507>**
- Schulz von Thun Institut für Kommunikation. Website: <https://www.schulz-von-thun.de/>**
- Porter, Michael E. (1985): Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York.: Simon and Schuster.**





@farmelder



@farmelder_eu



www.farmelder.eu

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

