

JORNALISMO ESPECIALIZADO

NO BRASIL

Teoria, prática e ensino

Marli dos Santos

organizadores

Wilson da Costa Bueno



EDUCAÇÃO
METODISTA



Metodista

Jornalismo agropecuário: do êxodo da grande mídia à sobrevivência no jornal local sob o comando das assessorias

*Ana Maria Dantas de Maio**

INTRODUÇÃO

O jornalismo especializado em agropecuária ou agronegócios – neste artigo tratado abreviadamente de agro – vem passando por profundas transformações no Brasil. Na dimensão da grande imprensa tem seu espaço e seu valor ameaçados com o fechamento de suplementos agrícolas e de jornais especializados e até mesmo com o encerramento de tradicionais programas de TV. Já nos jornais de pequenas e médias cidades¹ há sinais de resistência. Embora não tão frequente como no passado, a editoria sobrevive em sites noticiosos de alguns desses municípios, redutos do chamado jornalismo de proximidade, conforme será detalhado adiante.

* Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e jornalista da Embrapa Pantanal (Corumbá-MS). Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista e graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Estadual de Londrina. E-mail: anamaio@uol.com.br.

¹ Adotamos a classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para as definições de cidades pequenas (de 500 a 100 mil habitantes) e médias (de 100.001 a 500 mil habitantes).

A proposta deste artigo é avaliar as circunstâncias em que esses conteúdos são produzidos, por meio de um mapeamento da autoria deles: seriam os próprios jornalistas de redação os responsáveis pelos textos publicados? Ou os releases, preparados pelas assessorias de comunicação, estariam reinando no mundo agro? Quem, afinal, elabora conteúdos de jornalismo agropecuário propagado por sites de notícias das regiões Centro-Oeste e Sudeste do Brasil? A resposta pode servir de indicador para a tendência do jornalismo agro no país.

AS PISTAS, AS BUSCAS, OS MÉTODOS

O levantamento das autorias dos textos publicados por sites de notícias em suas editorias de agro foi realizado na primeira semana de outubro de 2014. A escolha das regiões Sudeste e Centro-Oeste do país se justifica pela vivência desta autora nessas localidades. Natural do interior paulista e atualmente trabalhando no interior de Mato Grosso do Sul, e tendo atuado diretamente com comunicação do setor agro nas duas localidades, ela ponderou que teria mais afinidade para avaliar realidades já conhecidas.

Como a intenção é identificar uma possível associação entre jornalismo agropecuário e jornalismo de proximidade, foram selecionados veículos de comunicação de cidades pequenas e médias e descartados os jornais de capitais e grandes centros, bem como do Distrito Federal. Com base nesse critério, a escolha dos sites foi intencional – procurando aqueles que tivessem um link direcionando

para o conteúdo agropecuário. Veículos sem essa editoria específica foram desconsiderados.

Foram selecionados dois sites por estado, sempre de cidades diferentes, e analisados os dois textos de agro mais recentes disponibilizados na editoria, independentemente do gênero jornalístico (reportagem, artigo, nota etc). Do Centro-Oeste foram escolhidos veículos de Alta Floresta e Rondonópolis (MT); Dourados e Corumbá (MS); e Jataí e Pires do Rio (GO); no Sudeste, municípios que atenderam aos critérios foram Garça e Assis (SP); Uberaba e Varginha (MG); Resende e Cantagalo (RJ); e Cachoeiro do Itapemirim e Santa Maria de Jetibá (ES). No total, foram avaliados 14 sites e 28 textos.

Como nem todas as reportagens têm autoria identificada, realizou-se uma busca por “pistas” que indicassem as prováveis fontes. Uma delas era a possível replicação do mesmo texto em outros sites e novas investigações de identificação. Com essa técnica, foi possível descobrir, por exemplo, que o artigo “Agora há menos café e mais consumidores”, publicado pelo jornal *Comarca de Garça* sem assinatura no dia 4 de outubro, havia sido escrito por Juan C. Dominguez e publicado originalmente no site *Portafolio*, da Colômbia. Três dias antes de o jornal do interior paulista disponibilizar o texto, o site *Cafepoint* o havia publicado, traduzido por Juliana Sartin, e indicando a origem.

Técnicas de análise de discurso também foram úteis para caracterizar a autoria de alguns textos. Foi o caso, por exemplo, do artigo “O planeta cabe na urna”, de Coriolano Xavier, da Escola Superior

de Propaganda e Marketing (ESPM), publicado pelo jornal *A Tribuna Mato Grosso*, de Rondonópolis. No site, o autor se autoidentifica como membro do Conselho Científico para Agricultura Sustentável (CCAS) e professor do Núcleo de Estudos do Agronegócio da ESPM. No entanto, a análise discursiva permite averiguar que Xavier se considera uma liderança do setor, ao enunciar que “essa é uma iniciativa só nossa, só das lideranças do agro, não tenha dúvidas”. O uso do pronome possessivo “nossa” e a subsequente associação às lideranças do agro denunciam essa autoconstrução da imagem.

Apesar de toda a investigação e cuidados tomados na pesquisa, não é possível atribuir as autorias com total precisão porque os 14 sites não foram contatados para confirmá-las. Apenas uma entrevista semiestruturada foi feita por telefone com a jornalista Renata Baldo, do jornal *Voz da Terra*, de Assis (SP), na tentativa de se certificar das autorias e verificar informações sobre a rotina de produção de notícias agro nesse veículo². No entanto, as técnicas utilizadas nas buscas e a experiência na produção de releases e clippings permitem inferir que as fontes ou autorias identificadas são bastante prováveis.

Complementa a metodologia a pesquisa bibliográfica sobre jornalismo agropecuário e sobre jornalismo de proximidade, a qual permitiu fundamentar teoricamente as constatações do levantamento realizado, bem como atualizar o desenvolvimento recente do noticiário agro em grandes veículos de comunicação.

² A jornalista declarou que estava em férias no período em que as matérias avaliadas foram produzidas, mas disse acreditar que seu substituto tenha elaborado as entrevistas e textos ou, no mínimo, modificado o conteúdo de prováveis releases.

A NOVA REFERÊNCIA DO RURAL

Não é apenas a cobertura jornalística de agropecuária que sofre processo de mudança no Brasil e no mundo. A própria atividade do agronegócio encontra-se em pleno desenvolvimento, alicerçada pela multiplicidade de pesquisas e investimentos em inovações tecnológicas. O novo perfil do mundo agro interfere na economia e na geração de empregos do setor, conforme anuncia Castells (2001, p. 244, grifo do autor) ao descrever a sociedade em rede:

É importante observar que, embora o nível de emprego rural devesse declinar para 2,5% do total de empregos, espera-se que as *profissões* relacionadas à agricultura cresçam. Isso porque, enquanto se estima que haja uma redução de 231 mil trabalhadores rurais, espera-se um aumento de 331 mil empregos para jardineiros e conservadores de áreas verdes: a suplantação do emprego do setor rural pelo emprego em serviços ligados a esse setor na área urbana salienta o quanto as sociedades informacionais assumiram sua condição pós-rural.

O sociólogo explica que “o que mudou não foi o tipo de atividades em que a humanidade está envolvida, mas sua capacidade tecnológica de utilizar, como força produtiva direta, aquilo que caracteriza nossa espécie como uma singularidade biológica: nossa capacidade superior de processar símbolos” (CASTELLS, 2001, p. 110-111).

Quando essa capacidade torna-se imperativa para imprimir a supremacia da sociedade em rede e da sociedade da informação, obtém-se o que

Baudrillard (1991, p. 13) denomina de simulacro, “isto é, nunca mais passível de ser trocado por real, mas trocando-se em si mesmo, num circuito ininterrupto cujas referência e circunferência se encontram em lado nenhum”.

A sociedade contemporânea fundamentada em signos e símbolos atribui, assim, outros significados também para o conceito de rural. Maio (2005, p. 28) afirma que “repensar a ruralidade e rever o campo teórico da comunicação rural foram medidas cruciais, já que o espaço dessa população também sofreu o impacto da revolução tecnológica e da globalização”.

O deslocamento que atinge o viés tradicional da ruralidade é descrito por Fonseca Júnior (2002, p. 105), pesquisador de comunicação rural, que propõe uma revisão paradigmática da concepção de rural pelo seu uso e não pela sua origem,

[...] o que permite a abordagem de temas estreitamente relacionados com a problemática rural, mas até então ignorados por não se enquadrarem nas categorias de análise tradicionais, geralmente a agricultura e o espaço rural. Seguindo essa linha, assuntos tão diversos como a emergência do turismo rural no Pantanal, a nudez de Débora Rodrigues na revista Playboy³ [Figura 1], os dias de campo realizados pela Embrapa e a presença dos zapatistas na Internet⁴ poderiam ser considerados temas de estudo na Comunicação Rural.

³ Débora Rodrigues era militante sem-terra e provocou indignação no movimento pela reforma agrária ao posar nua para a principal revista masculina do país em outubro de 1997.

⁴ Em 1994 entraram em conflito no México o Exército Zapatista de Libertação Nacional, formado por rebeldes camponeses, e o governo. Os camponeses, na maioria indígenas marginalizados, usam a Internet para comunicar suas reivindicações ao mundo.

Dessa forma, o novo paradigma introduz a ruralidade em diferentes editoriais, e o noticiário, que antes se restringia ao agrícola, agora ocupa as páginas de economia, cidades, esportes, política, gastronomia, ciências e outras. No próprio levantamento de autoria realizado para este artigo, foi localizada uma matéria sobre um campeonato de futebol rural amador, no município de Garça (SP): a notícia estava na editoria de agro.



Figura 1: Nova concepção de rural na revista Playboy⁵

As próprias assessorias de comunicação do setor de agonegócios vêm buscando canais alternativos de divulgação. A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), ligada ao Ministério da

⁵ Imagem disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/bytes-de-memoria/historias-secretas-de-playboy-2-contratamos-uma-militante-do-mst-para-posar-nua-e-o-mundo-veio-abaixo/>>. Acesso em: 9 out. 2014.

Agricultura, Pecuária e Abastecimento e uma das principais instituições de pesquisa do país nesse setor, tenta inovar em suas ações de comunicação organizacional, direcionando parte de suas descobertas a editorias especializadas em outras áreas – e não mais confinando o conteúdo aos canais vinculados à agropecuária. Matérias originadas na empresa têm sido divulgadas em revistas como *Piauí*⁶, *Boa Forma*, *Saúde*, *Claudia* e até mesmo *Playboy*, que em sua edição *on-line* de 27 de setembro de 2011 apresentou a organização como responsável por uma triagem em uma grande degustação de vinho.

Além de produzir releases customizados, nota-se que as organizações também estão preocupadas em capacitar o jornalista de redação para cobrir agro. Um projeto desenvolvido pelas unidades da Embrapa no Paraná entre 2008 e 2009 havia atingido no primeiro ano de execução cerca de 1.600 jornalistas e estudantes de jornalismo por meio de seminários itinerantes. De acordo com Nascimento et al. (2009, p. 13), “como os eventos tiveram uma expressiva participação de alunos de graduação é importante ressaltar que a iniciativa possivelmente seja a única oportunidade para conhecerem um pouco mais sobre o universo rural e os impactos para a sociedade urbana”.

Algumas faculdades de jornalismo mantêm disciplinas que buscam aproximar o estudante da temática rural.

⁶ A grafia do nome utiliza “p” minúsculo; a publicação se identifica com o jornalismo literário.

A UFMS [Universidade Federal de Mato Grosso do Sul] oferece a disciplina de jornalismo rural, que todos os anos coloca estudantes em contato com o ambiente rural, mas sempre em propriedades próximas à área urbana. A UFMT [Universidade Federal de Mato Grosso] não optou pela comunicação rural em sua grade curricular, mas oferece a disciplina comunicação global, regional e local, que contempla a realidade próxima. A formação diferenciada desses estudantes para atuarem na cobertura jornalística do Pantanal insere-se, assim, na proposta curricular das duas instituições. (MAIO; SOARES, 2012, p. 161)

A Embrapa Pantanal, localizada em Corumbá (MS), uniu-se em 2010 e 2011 às duas instituições citadas acima em um projeto que buscou capacitar 89 estudantes de comunicação para a cobertura sobre a pecuária praticada na planície pantaneira. Como se pode observar, algumas assessorias de comunicação procuram, na atualidade, suprir ou complementar a formação universitária no campo da ruralidade e da proximidade. Ainda não é possível constatar se essas ações de comunicação organizacional vão exercer influência sobre o jornalismo de proximidade, caracterizado por uma identificação natural com a realidade local.

Ao estudar a mídia comunitária e a mídia local, Peruzzo (2002, p. 53) define o local como “um espaço determinado, um lugar específico de uma região, no qual a pessoa se sente inserida e partilha sentidos. É o espaço que lhe é familiar, que lhe diz respeito mais diretamente, muito embora as demarcações territoriais não lhe sejam determinantes”.

De acordo com a autora, as redações da mídia local promovem a cobertura de um espaço determinado, geralmente “excluído” ou pouco explorado pela grande imprensa. Em geral, assuntos tratados nos grandes meios costumam ter sua repercussão local ou regional publicada na localidade.

O conceito de jornalismo de proximidade desvinculou a ideia de local do território físico, embora, para alguns estudiosos, a dimensão geográfica ainda seja relevante para demarcar essa categoria. É o caso de Dornelles (2010, p. 238), que, ao estudar o localismo em jornais do interior, pondera ser “determinante o papel que a geografia desempenha na definição de informação local”. Já Peruzzo (2005, p. 74) relativiza essa importância, colocando que “dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais [...] e de proximidade de interesses [...] são tão importantes quanto as de base física”.

O conceito de jornalismo de proximidade foi retomado recentemente pelo pesquisador português Carlos Camponez. Para ele, esse movimento se caracteriza por uma forma distinta de posicionar-se perante os acontecimentos.

Impõe-se reconhecer que o jornalismo de proximidade surge intimamente ligado a questões epistemológicas e éticas, que não é possível iludir, relacionadas, nomeadamente, com o estatuto da verdade e da objetividade no jornalismo, com a importância da proximidade como uma forma diferente de olhar o mundo, ou com a função social das notícias. (CAMPONEZ, 2012, p. 43)

Torna-se pertinente aproximar a concepção de jornalismo agropecuário da prática do jornalismo de proximidade, na medida em que a agricultura ainda cultiva laços profundos com a história, a identidade, a cultura e a sociabilidade de inúmeras localidades. Ainda que a urbanização represente um fenômeno irreversível, a produção de alimentos, a gestão da terra e a geração de empregos no campo – ou em função dele – tendem a atrair o interesse de leitores, ouvintes, telespectadores e internautas.

ENFIM, OS (PROVÁVEIS) AUTORES

Um dos retratos mais atuais e completos sobre a prática do jornalismo agropecuário no Brasil foi elaborado por Silva (2005) em sua dissertação de mestrado intitulada “Da conversa na praça ao via satélite: a busca por informação agropecuária”. A pesquisadora avalia os meios de comunicação mais confiáveis, mais utilizados e os preferidos pelos atores de diversas cadeias produtivas do agronegócio e conclui que é na internet que eles costumam procurar conteúdo relacionado às suas atividades⁷.

As respostas consagraram a internet como o mais importante meio para agentes de praticamente todos os setores e segmentos de atuação (produtor rural, profissional da indústria de insumos, da indústria processadora, atacadista dentre outros). Em sentido inverso, o rádio, a TV e jornais regionais são os menos utilizados, inclusive pelos produtores rurais entrevistados. (SILVA, 2006a, p. 14)

⁷ Essa informação justifica o interesse deste estudo pelos veículos *on-line*.

Já no quesito confiança, os informativos especializados aparecem na liderança da preferência desse público, seguidos das relações interpessoais e da própria internet (SILVA, 2006a). A autora também analisou, na época, o desempenho da cobertura agro de jornais de grande circulação. De acordo com Silva (2006b, p. 15),

A baixa classificação atribuída por público segmentado aos conteúdos agro da *Folha* e do *Estadão* pode decorrer do foco abrangente desses jornais, voltado a públicos bastante distintos. Já a *Gazeta* e o *Valor* foram bem avaliados, indicando que os demandantes agropecuários tendem mesmo à busca pelos veículos segmentados. Esses jornais compõem uma evolução razoável dos mercados das grandes *commodities* agropecuárias, privilegiando os produtos de maior expressão econômica. Já os de abordagem geral, em seus cadernos de economia, se restringem às pautas “oficiais” do agro, mas trazem uma diversificação positiva de temas em seus cadernos segmentados.

O estudo de Silva não captou parte das mudanças que se consolidariam posteriormente. O caderno Agrolinha, da *Folha de S.Paulo*, e o Suplemento Agrícola, do jornal *O Estado de S.Paulo*, deixaram de circular em 2002 e 2011, respectivamente. O Agrolinha ainda sobreviveu durante alguns anos como uma página semanal no caderno Dinheiro, mas sucumbiu na reforma editorial implantada em 23 de maio de 2010.

A *Gazeta Mercantil* – veículo especializado em economia que, assim como o *Valor*, ofertava sólida cobertura de noticiário agro – encerrou suas

atividades em maio de 2009. A editoria de agonegócios do *Valor* permanece ativa, com equipe própria e cobertura diária. Entretanto, nem mesmo na televisão, em que alguns programas resistiam incólumes, a editoria dá sinais de continuidade. No dia 8 de outubro de 2014 a Rede Globo anunciou o encerramento das edições diárias do Globo Rural, um dos programas mais antigos da emissora. A edição dominical, que em janeiro de 2105 completa 35 anos de transmissão, será mantida, mas o noticiário agro exibido nas manhãs de segunda a sexta-feira desde o ano 2000 será substituído ainda em 2014 por um novo telejornal. A justificativa da emissora – a maior TV aberta do país – é a guerra de audiência (CASTRO, 2014).

Encerrada essa atualização sobre o jornalismo agro na grande mídia, segue uma breve contextualização da editoria em veículos de menor circulação. Jornais de cidades de médio porte do interior paulista – com mais de 200 mil habitantes em 2014 –, que tradicionalmente cobriam a editoria de agro, desistiram de institucionalizar a especialidade. Esse fenômeno se intensificou entre o final da década de 1990 e os primeiros anos da década de 2000, conforme acompanhamento informal realizado em cidades como São José do Rio Preto, Bauru, Marília, Sorocaba, Jundiaí, Araraquara, Ribeirão Preto e Presidente Prudente, entre outras. Veículos desses municípios seguiram a tendência da grande imprensa de pulverizar as reportagens sobre o mundo rural em outras editorias, razão por que foi problemático localizar links para o noticiário agro no levantamen-

to realizado sobre a autoria dos textos publicados ali e também em sites hospedados em pequenos municípios.

Embora o foco desta pesquisa não seja quantitativo, um dado numérico torna-se relevante para compreender a dimensão atual do jornalismo agro nas regiões estudadas: dos 28 textos analisados, 17 foram provavelmente produzidos por assessorias de comunicação, o que representaria cerca de 60%. Apenas seis teriam sido supostamente elaborados por equipes próprias dos sites de notícias, e os outros cinco teriam origens distintas, como o portal especializado em agronegócios *Notícias Agrícolas*, o *Portal Brasil*, o site empresarial (Friato) e artigos assinados por especialistas e/ou lideranças. As informações obtidas no levantamento são apresentadas nas Tabelas 1 (Região Centro-Oeste) e 2 (Região Sudeste).

A jornalista Renata Baldo, do *Voz da Terra*, diz atuar na cobertura de agro e de outras editorias para a versão impressa do jornal – cujas matérias são disponibilizadas no site por outra profissional⁸. De acordo com ela, é esporádica a publicação de releases na íntegra, situação que só ocorre quando não há condições de investir na produção própria e quando a assessoria é próxima da realidade local, como o sindicato rural e a regional da Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (Apta), descrita como “excelente parceira”.

⁸ A jornalista, formada em 1997 no curso de Comunicação Social da Unimar (Universidade de Marília), prestou as informações em entrevista por telefone na tarde de 8 de outubro de 2014. Ela informou que a redação do jornal *Voz da Terra* conta com quatro jornalistas.

Tabela 1: Matérias e autorias de jornalismo agropecuário na Região Centro-Oeste, out. 2014

Município/UF	População	Veículo	Editoria	Título	Data	Fonte/Autoria provável
Alta Floresta MT	49.877	<i>Diário News</i> www.diarioweb.com.br	Agropecuária	1: Junto com parcerias, Prefeitura realizará "2º Dia de Campo Programa Balde Cheio" 2: Dia de campo será sobre técnicas de irrigação	29.08.14 27.08.14	Assessoria da Prefeitura Redação própria
Rondonópolis MT	211.718	<i>A Tribuna Mato Grosso</i> www.tribunamt.com.br	Agropecuária	1: O planeta cabe na urna (artigo) 2: Movimento Pró-Logística completa cinco anos com conquistas	04.10.14 04.10.14	Coriolano Xavier (ESPM) Assessoria Aprosoja
Dourados MS	210.218	<i>Progresso</i> www.progresso.com.br	Rural (Caderno A)	1: Senar capacita os produtores de MS 2: Agronegócio coloca Ivinhema em alta	05.08.14 17.06.14	Assessoria Famasul Redação própria (repercussão de matéria da <i>Véia</i>)
Corumbá MS	108.010	<i>Corumbá On Line</i> www.corumbaonline.com.br	Agropecuária	1: Sábado tem Feira do Produtor na Praça da Independência 2: Inera apresenta Plano Safra e inicia oferta de crédito para assentados da reforma agrária	26.09.14 16.09.14	Assessoria da Prefeitura <i>Portal Brasil</i> (governo federal)
Jataí GO	94.890	<i>Folha do Sudoeste</i> www.folhadosudoeste.jor.br	Agrofolha	1: Avanço construção de abatedouro de caprinos 2: Custos da produção de soja estão mais altos em Jataí	29.09.14 29.09.14	Redação própria <i>Site Notícias Agrícolas</i>
Pires do Rio GO	30.469	<i>Jornal do Sudeste</i> www.jornaldosudeste.com.br	Agronegócios (Notícias)	1: Embrapa Produtos e Mercado busca parceiros para comercialização do maracujá BRS Pérola do Cerrado 2: A empresa Friato é destaque no país (nota)	25.09.14 09.09.14	Assessoria da Embrapa Site da Friato

Fonte: Produzida pela autora (estimativa de população para 1º de julho de 2014 – IBGE, publicado no DOU de 28/08/2014).

Sempre que a gente recebe um release de uma assessoria a gente tenta fazer uma entrevista local para acrescentar um personagem ou uma visão mais próxima. Por exemplo, se chega um material divulgando a vacinação contra a febre aftosa em todo o país, a gente sempre entrevista o diretor regional do EDA [Escritório de Defesa Agropecuária] para contextualizar. Mas a gente sempre tenta entrevistar produtor rural ou produzir matérias locais, pelo menos uma vez por semana⁹.

O levantamento de autorias mostra também que as assessorias envolvidas na produção de conteúdo agro que abastece o jornalismo de proximidade representam, em geral, prefeituras, governos estaduais e federal, associações de produtores e empresas de pesquisa. No entanto, há espaço para outras fontes, inclusive a assessoria de um deputado estadual, publicada no *Jornal da Região* de Cantagalo (RJ).

Dessa maneira, infere-se que o jornalismo de proximidade, que teria o perfil para acolher o noticiário agro – não apenas pela aproximação geográfica e temática, mas igualmente em função das influências econômicas e sociais que a agropecuária exerce nas regiões estudadas –, prioriza outras especializações ao deixar de produzir material próprio dessa editoria.

Essa preferência pode estar relacionada aos arquétipos e estereótipos da modernização associada à industrialização e ao setor de serviços, e, mais recentemente, ao desenvolvimento das tecnologias de informação, como prenunciava Castells (2001). Ou seja, o uso e a ocupação da terra, bem como a

⁹ Informações obtidas na entrevista por telefone em 8 de outubro de 2014.

Tabela 2: Matérias e autorias de Jornalismo Agropecuário na Região Sudeste, out. 2014

Município/UF	População	Veículo	Editoria	Título	Data	Fonte/Autoria provável
Garça SP	44.506	Comarca de Garça www.jornalcomarca.com.br	Rural (Notícias)	1: Agora há menos café e mais consumidores (artigo)	04.10.14	Juan C. Dominguez (do site <i>Portafólio</i> , da Colômbia)
				2: Futebol Rural – Definido o início da temporada com alteração no sistema de disputa	04.10.14	Redação própria
Assis SP	100.911	Voz da Terra www.vozdaterra.com.br	Agricultura	1: Que tal uma parada para um cafézinho?	1º.10.14	Redação própria
				2: Apra Médio Parapanama apresenta várias novidades aos agricultores na Ficar	1º.10.14	Redação própria
Uberaba MG	318.813	Jornal de Uberaba www.jornaluberaba.com.br	Agronegócios	1: Semana Nacional do Cavallo Campolina em Belo Horizonte	24.09.14	Assessoria da Associação de Criadores do Cavallo
				2: Controle do perçoje castranho da raiz precisa de monitoramento	24.09.14	Assessoria da Fundação MT
Varginha MG	131.269	Jornal Varginha Hoje www.jornalvarginhahoje.com.br	Agricultura e Pecuária	1: Adequação ambiental na cafeicultura: curso tem as inscrições prorrogadas	16.09.14	ADS Comunicação Corporativa
				2: IFSULDEMINAS – Câmpus Machado promove 1ª Semana das Ciências Agrárias	14.09.14	Assessoria do Instituto Federal
Resende RJ	124.316	Jornal Betão-Rio www.jornalbetario.com.br	Rural	1: Treinamento para febre maculosa	12.12.13	Assessoria da Prefeitura
				2: Abre inscrições para curso de Apicultura em Resende	10.10.13	Assessoria da Prefeitura
Cantagalo RJ	19.792	Jornal da Região www.jornaldaregiao.com	Informe Rural (Colunas)	1: Microbacia colhe primeiros resultados do Rio Rural em Carmo	1º.10.14	Assessoria (governo estadual)
				2: Projeto apresentado na Alerj pretende levar celular para área rural	24.09.14	Assessoria de deputado estadual
Cachoeiro do Itapeiririm ES	206.973	AquiES www.aquies.com.br	Agricultura	1: Alunos de Jerônimo Monteiro conhecem o mercado da Ceasa/ES	02.10.14	Assessoria do Ceasa
				2: 3º Prêmio Comilon Especial ultrapassa 350 inscrições	02.10.14	Assessoria da Comilon Brasil
Santa Maria de Jetibá ES	38.290	Nova Notícia www.novanoticia.com.br	Agronegócio	1: Agricultores e artesãs de São Roque do Canaã aprendem a fazer tintas com cores da terra	23.07.14	Assessoria do Incaper
				2: Governo repassa equipamentos a Santa Leopoldina e Santa Maria de Jetibá	21.06.14	Assessoria da Secretaria Estadual de Agricultura

Fonte: Produzida pela autora (Estimativa de população para 1º de julho de 2014 – IBGE, publicado no DOU de 28/08/2014).

produção de alimentos, passaram a ocupar posição secundária no interesse do jornalismo de proximidade – como já havia ocorrido com a grande mídia. A diferença é que alguns veículos resistem e mantêm a cobertura institucionalizada, embora invistam pouco na produção de matérias relacionadas ao tema e na capacitação dos profissionais que cobrem o setor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo agropecuário vem sofrendo expressivas modificações e adaptações neste início de século 21. Uma delas diz respeito à perda de espaço que a editoria registra, especialmente na grande mídia e em jornais de cidades de médio porte. A tendência se ajusta às previsões sociológicas de redução da atividade agrícola tal como era concebida anteriormente à emergência da sociedade em rede.

No entanto, assim como o fenômeno da globalização acaba por valorizar características da localidade, a cobertura jornalística especializada em agro encontra abrigo no chamado jornalismo de proximidade, persistindo em sites noticiosos mantidos em pequenos centros urbanos. O conceito de jornalismo de proximidade está atrelado a questões como as dimensões geográfica e temática, a construção de identidades comuns e o modo diferenciado de posicionamento perante os acontecimentos.

Nesse contexto, sites especializados em agropecuária proliferam na internet, porém os veículos digitais que exploram a cobertura genérica pouco se dedicam à produção de material agro, embora aco-

lham com relativa facilidade aquele que chega pronto às redações. Assim, as assessorias de comunicação passam a figurar como significativas produtoras de conteúdo no cenário contemporâneo do jornalismo agropecuário, especialmente no ambiente digital.

Levantamento de autoria de textos publicados em veículos de comunicação das regiões Sudeste e Centro-Oeste indica a predominância de matérias produzidas por assessorias de imprensa. O estudo mostra também que as editorias de “agronegócio”, “agropecuária” ou “rural” se mostram cada vez mais ausentes dos sites de notícias. O conteúdo ligado ao campo encontra-se disperso em canais como “economia”, “geral” ou “cidades”. Em estados com menor tradição agropecuária, como Rio de Janeiro e Espírito Santo, é incomum encontrar sites noticiosos que disponibilizem links direcionando o internauta para o conteúdo específico de agro.

Diante desse enquadramento, infere-se que o conteúdo de jornalismo agropecuário decresce no quesito imparcialidade – já tão questionável quando se trata da discussão filosófica relacionada à objetividade jornalística – e se aquilata perante os interesses empresariais, políticos, ideológicos e econômicos que se traduzem na produção da comunicação organizacional. O material elaborado pelas assessorias tem sido publicado praticamente na íntegra, disseminando informações consideradas relevantes do ponto de vista da produção, indiferentes pelos canais de distribuição e preocupantes sob a ótica da recepção.

É na prática do jornalismo de proximidade que as notícias agro subsistem como referência

nas relações sociais e comunitárias. Pequenas localidades manifestam maior dependência da dinâmica da agricultura, ao menos daquela concepção mais tradicional vinculada ao agrícola. Esse tipo de cobertura, teoricamente mais comprometido com a questão local, tende a garantir sobrevivência ao jornalismo agropecuário, ainda que os interesses empresariais se sobreponham à essência das raízes rurais daquela população.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. São Paulo: Relógio d'Água, 1991.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distanciamos: linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (Org.). **Ágora Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: LabCom, 2012. p. 35-47. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20121224-agora_ebook.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTRO, Daniel. GLOBO extingue Globo Rural diário e lança jornal às 5h da manhã. **Notícias da TV**. São Paulo, 8 out. 2014. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/globo-extingue-globo-rural-diario-e-lanca-jornal-as-5h-da-manha-5101>>. Acesso em: 9 out. 2014.

DORNELLES, Beatriz. O localismo nos jornais do interior. **Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 237-243, set./dez. 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8191/5880>>. Acesso em: 2 ago. 2014.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Comunicação rural: em busca de novos paradigmas. In: CALLOU, Angelo Brás Fernandes (Org.). **Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento local**. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2002. p. 89-108.

MAIO, Ana Maria Dantas de. **A retórica do campo**: um estudo sobre a comunicação nas cooperativas de café. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, 2005.

MAIO, Ana Maria Dantas de; SOARES, Marcelo Vicente Cancio. A comunicação organizacional e a percepção sobre a sustentabilidade no Pantanal. **Esferas**, ano 1, n. 1, jul./dez. 2012.

NASCIMENTO, Lebna et al. Seminários Itinerantes sobre Comunicação e Agronegócio: contribuição para a melhoria da cobertura jornalística sobre o meio rural no Paraná. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32, 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2486-1.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2014.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. **Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional**, São Bernardo do Campo, v. 6, n. 6, p. 51-78, jan./dez. 2002.

_____. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendência. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, ano 26, n. 43, p. 67-84, 1^o sem. 2005.

SILVA, Ana Paula da. **Da conversa na praça ao via satélite**: a busca por informação agropecuária. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.cepea.esalq.usp.br/pdf/dissertAnaPaula.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2014.

_____. Demanda por informação: meios de comunicação mais utilizados, confiáveis e preferidos por agentes do agro-negócio. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24, 2006a, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0956-1.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2014.

_____. Informações agropecuárias: análise comparativa de conteúdos e funções de jornais de grande circulação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24, 2006. Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0956-2.pdf>. Acesso em: 29 set. 2014.