

Abordagem do Jornalismo Rural nas Universidades de Campo Grande – MS: Visão dos acadêmicos do último ano do curso sobre o tema ¹

Maria Luiza CÁCERES²
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, MS

RESUMO

O presente artigo é parte de uma dissertação de mestrado que visa analisar a abordagem da comunicação e do jornalismo rural nas universidades de Campo Grande. Uma parte da pesquisa tem enfoque nos acadêmicos que cursaram o último ano de jornalismo no ano de 2017. Ao todo foram entrevistados quinze acadêmicos das três universidades: UFMS, UCDB e Uniderp. Os acadêmicos responderam ao questionário, contendo nove perguntas, enviado via e-mail. Para este artigo foram descartadas três perguntas, pois dentro do contexto definido para a produção deste material, as questões eram irrelevantes. O objetivo foi analisar a abordagem do jornalismo rural nos cursos de Jornalismo e principalmente a visão dos acadêmicos sobre o tema. Ao tratar do agronegócio o artigo pontua brevemente questões econômicas, históricas e culturais do Estado que são voltadas ao meio rural e agrícola. A possibilidade de inserção do acadêmico no mercado de trabalho local por meio de oportunidades ligadas ao segmento rural também é fato relevante e tratado no decorrer do artigo.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino em Jornalismo. Jornalismo Rural. Agronegócio. Mato Grosso do Sul.

INTRODUÇÃO

As atividades rurais e agrícolas têm papel importante no desenvolvimento e manutenção da sociedade atual. Todo esse sistema criado e gerado pelas atividades agrícolas foi denominado na década de 1950, de “agronegócio”. Os professores de Harvard, Jonh Davis e Ray Goldberg fizeram a constatação de que as atividades rurais e aquelas ligadas a ela não poderiam viver isoladas. Construíram uma metodologia para o estudo da cadeia agroalimentar e criaram o termo “*agribusiness*”, traduzido para o português, por Megido e Xavier, como “agronegócio”.

¹ Trabalho apresentado na DT 6 - Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 13 a 15 de junho de 2018.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPGCOM / UFMS) – malucaceres@hotmail.com

Segundo Megido e Xavier (2003) o agronegócio é um sistema integrado. Uma cadeia de negócios, pesquisa, estudos, ciências, tecnologia, informação, desde a origem vegetal e animal até os produtos finais com valor agregado. Agronegócio é a prática agrícola desde a produção e distribuição de insumos, as novas tecnologias agrícolas, a produção, o armazenamento, o transporte, até o processamento dos produtos agrícolas e seus derivados. O conceito do agronegócio já é antigo. No ano de 1957, dois pesquisadores americanos, Jonh Davis e Ray Goldberg, o definem como a soma total das operações de produção e distribuição de suprimentos, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, do processamento e da distribuição dos produtos agrícolas e dos itens produzidos a partir deles (ARAÚJO, 2007).

Estes perceberam que não se podia mais analisar a economia com base em setores isolados, como nos modelos tradicionais, induzindo ao início da estruturação da cadeia do agronegócio. Jonh Davis e Ray Goldberg construíram uma metodologia para o estudo da cadeia agroalimentar e criaram o termo “*agribusiness*”, traduzido para o português, por Megido e Xavier, como “agronegócio”.

O termo *agribusiness* atravessou praticamente toda a década de 1980 sem tradução para o português e foi adotado de forma generalizada, inclusive por alguns jornais, que mais tarde trocaram o nome de cadernos agropecuários para *agribusiness*. Não eram raras as discussões sobre a utilização do termo em inglês ou a tradução literalmente para o português para agronegócios, ou ainda os termos complexo agroindustrial, cadeias agroeconômicas e sistema agroindustrial. Todos com a intenção de um mesmo significado. (ARAÚJO, 2007, p.17).

Com o sucesso da cadeia produtiva do agronegócio outros conceitos mais amplos e detalhados foram criados, porém neste trabalho, que tem por objetivo analisar o jornalismo rural na universidade, estes conceitos não serão contemplados. O jornalismo rural tem movimentado o mercado da comunicação e buscado, cada vez mais, profissionais que entendam de um assunto específico e transmitam informação de uma maneira clara e objetiva, tanto para um público que se interessa por um tema definido, quanto para o público em geral.

AGRONEGÓCIO E O JORNALISMO RURAL EM CAMPO GRANDE

A agropecuária foi, e ainda é, um elemento de fundamental importância para a economia estadual, pois ela impulsiona o setor industrial e de serviços. A agricultura se baseia nos cultivos de arroz, café, trigo, milho, feijão, mandioca, algodão, amendoim, cana-de-açúcar e, principalmente, soja, produto do qual o estado é um dos maiores produtores do Brasil. Na pecuária, Mato Grosso do Sul detém o quarto maior rebanho bovino do País, com 20.927,902 cabeças conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (2016). Mato Grosso do Sul também possui significativas jazidas de ferro, manganês, calcário, mármore e estanho, com destaque para o maciço de Urucum, em que há uma expressiva jazida de minério de ferro e manganês.

O impressionante crescimento do agronegócio sul-mato-grossense teve início nos anos 80, e aumenta sua importância a cada ano, confirmando o estado como um importante fornecedor de alimentos, ocupando o 2º lugar na produção de carne bovina, 4º na produção de milho e cana-de-açúcar e 5º na produção de soja em grão. A pauta exportadora do agronegócio apresenta mudanças, tanto na participação dos principais produtos como no incremento de produtos novos. O desempenho do Mato Grosso do Sul no mercado externo tem influência direta do agronegócio. A participação do setor no saldo da balança comercial contribui para amenizar os altos valores registrados nas importações dos outros setores da economia. No ano de 2016 o agronegócio gerou um superávit de US\$ 3,6 bilhões, enquanto que os demais setores da economia sul-mato-grossense deixaram um déficit superior a US\$ 1,8 bilhão.

O Estado vem apresentando um intenso processo de industrialização. Assim como na maioria dos estados do Brasil, Mato Grosso do Sul concede incentivos fiscais para a instalação de indústrias. Os principais segmentos são o alimentício, têxtil, siderúrgico e químico, que estão instalados em quatro grandes polos industriais: Campo Grande onde se destacam os frigoríficos, curtumes, laticínios e indústrias de móveis; Dourados apresenta indústrias de farelo, álcool, açúcar e têxtil; Corumbá, grande polo industrial de minérios e calcário, cimento e os estaleiros; Três Lagoas que está se diversificando a cada ano, porém, os maiores destaques são as cerâmicas, curtumes, laticínios, bebidas e o já mencionado forte setor da indústria de papel e celulose.

Diante de todos os fatores citados e principalmente a participação positiva do agronegócio nos contextos histórico, social e cultural de Mato Grosso do Sul é importante destacar o mercado de trabalho significativo para jornalistas que considerem a possibilidade de atuar em empresas e instituições ligadas ao agronegócio. Ao se falar

do mercado de trabalho voltado ao meio rural em Mato Grosso do Sul é imprescindível citar a importância e destaque nacional do Canal do Boi, criado em 1995, pelo produtor rural José Cláudio Godoy. Foi primeiro canal de TV voltado para leilões de pecuária no mundo. Inicialmente foi montado um esquema de produção e transmissão para colocar a programação no ar por duas horas, três vezes por semana.

Primeiramente firmou-se contrato com a Embratel (Empresa Brasileira de Comunicações), no qual foi comprado o direito de transmissão por duas horas, três vezes por semana, no horário das 20 às 22 horas (horário de Brasília). Depois, definiu-se que a transmissão seria gerada de uma estância, (Estância Santa Maria), que fica distante 15 quilômetros do centro da cidade. Nessa estância havia um recinto de leilão tradicional e uma infraestrutura razoável para a montagem dos equipamentos. (BORGATO, 2001, p. 79)

De acordo com informações do *site* Portal da Mídia³, além do SBA, Campo Grande possui mais sete emissoras de televisão são elas: Rede Brasil de Televisão, TV Morena, SBT MS, TVE, TV MS Record, TV Guanandi e TV Imaculada Conceição. O mapeamento dos veículos existentes em Mato Grosso do Sul possibilita uma visão mais ampla sobre as possibilidades de atuação do jornalista no mercado de trabalho. Em Campo Grande estão catalogados dezoito jornais impressos, quinze emissoras de rádio, seis rádios comunitárias e quarenta e seis *sites*.

Dentre esses veículos é importante destacar que não são todos que possuem programas ou editorias voltadas ao segmento rural, porém a maioria destina parte de sua programação e espaço para tratar de agronegócio e assuntos voltados ao meio rural. Outra área que se destaca quando se trata de oportunidade no mercado de trabalho, é a assessoria de imprensa de instituições e empresas do agro. Senar, Famasul, Embrapa, Sindicato Rural, Aprosoja, são algumas das instituições que empregam jornalistas para trabalharem no setor de comunicação. Outra possibilidade de atuação do jornalista no segmento rural é na assessoria de empresas leiloeiras, empresas de implementos rurais, medicamentos que possuem equipes destinadas à comunicação.

O segmento de esportes rurais também acaba por empregar jornalistas, fotógrafos e cinegrafistas, visto que Mato Grosso do Sul hoje é destaque nacional

³ O Portal de Mídia é uma das ações do projeto de pesquisa “Perfil da Pequena Imprensa de Mato Grosso do Sul”, desenvolvido pelo grupo de pesquisa “Mídia, Identidade e Regionalidade” vinculado ao curso de Graduação e Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

quando o assunto é esporte no meio rural. As provas equestres de laço comprido, três tambores, apartação, *team roping*, *team penning*, *ranch sorting*, além dos rodeios geram notícias e informações diariamente para os veículos segmentados. Mesmo com todas essas possibilidades do mercado de trabalho voltado ao meio rural, muitos acadêmicos desconhecem essas chances visto que a universidade não os desperta muitas vezes para o trabalho nessa área.

O ENSINO DE JORNALISMO RURAL

A formação acadêmica no Mato Grosso do Sul é um tema ainda pouco discutido nas Instituições de Ensino Superior. O jornalismo, como uma das habilitações da Comunicação, merece uma formação adequada que contemple aspectos filosóficos, teóricos, culturais e específicos envolvidos nessa formação do profissional. A importância do profissional do jornalismo, formação e as Diretrizes Curriculares estabelecidas para a formação representam focos teóricos estudados nesta pesquisa. O estudo apresenta um breve histórico sobre o Ensino de Jornalismo no Brasil e no Estado e análises das estruturas curriculares dos três cursos de Jornalismo pesquisados.

Em Mato Grosso do Sul é preciso pensar na agricultura e pecuária como partes importantes na sobrevivência e desenvolvimento local, onde a participação desses setores é representada por grandes volumes de diversos produtos comercializados interna e externamente. Cabe aos jornalistas e à imprensa abranger o meio rural com mídia apropriada e profissionais capacitados, apoiando assim o seu desenvolvimento.

Cabe às Universidades diminuir a lacuna na comunicação com o homem do campo. Segundo Braga e Carvalho (2009) o jornalismo não pode ser esquecer que mesmo nos “confins do sertão” vivem brasileiros com os mesmos direitos daqueles que vivem nas cidades. Os autores citam que mesmo com tantos fatores positivos que contribuem para o bom desempenho dos produtos agrícolas produzidos no Brasil, ainda é possível notar a ausência de jornalismo neste segmento. Marques de Melo (2009) cita que “a literatura sobre o fenômeno jornalístico tem incorporado obras que trazem inquietação, desalento e incerteza sobre o futuro da profissão.”

Por esta e outras lacunas é que os jovens diplomados encontram resistências para o ingresso no mercado de trabalho, desconhecendo que são, em grande maioria, das especificidades do relato jornalístico e de sua aderência a um sistema que os diferencia por gêneros,

formatos e tipos, determinados pelos antigos e novíssimos suportes (MARQUES DE MELO, 2009, p.2).

As mudanças na formação do profissional que busque trabalhar com o agronegócio e meio rural devem ser efetivas pois, esse forte setor necessita de profissionais que conheçam a realidade rural, o seu significado, e que de alguma forma consigam transmitir com clareza as mensagens para este público tão específico.

Estimulado por essa conjuntura favorável à economia rural, que moderniza intensamente, e que o mercado nacional de *mass media* ou de comunicação empresarial tem aumentado sua participação em programas, veículos ou mensagens dirigidos ao campo. Necessita, portanto, o mercado internacional de pessoal qualificado para exercer atividades profissionais nesse segmento da vida nacional e carece de conhecimento científico para obter um desempenho eficaz, contribuindo assim para transformar o sistema produtivo, aumentar a sua rentabilidade e lograr melhor eficiência operacional (MARQUES DE MELO, 1993, p.78).

O excesso de informações e veículos que muitas vezes passam longe de conseguir transmitir a mensagem e dialogar com o produtor pode ser resultado da falta de atenção dada à comunicação rural dentro das universidades de Campo Grande – MS. A discussão sobre comunicação rural é uma necessidade que a revolução tecnológica exige, juntamente com capacitação dos profissionais envolvidos com o meio rural.

METODOLOGIA

A pesquisa de observação direta extensiva teve como universo os profissionais que atuam no mercado de trabalho voltado para o meio rural e os acadêmicos de três Universidades de Campo Grande – MS: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Universidade Católica Dom Bosco e Universidade Anhanguera Uniderp. De acordo com Marconi e Lakatos (2017, p.219), a “observação direta extensiva realiza-se através do questionário, do formulário, de medidas de opinião e atitudes”. Ainda seguindo os preceitos de Marconi e Lakatos, o questionário foi utilizado como principal instrumento de coleta de dados.

Questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Em geral, o pesquisador

envia o questionário ao informante, pelo correio ou por um portador (hoje se pode fazer por *e-mail*); depois de preenchido o pesquisado devolve-o da mesma forma que o recebeu (se for usado *e-mail*, maiores chances de retorno, sobretudo pela praticidade). (MARCONI e LAKATOS, 2017, p.219).

Participaram da pesquisa quinze acadêmicos que cursaram o último ano do curso de jornalismo, que aceitaram voluntariamente participar da pesquisa. O questionário foi feito em uma plataforma *on-line*, onde foi criado um *link* e este foi enviado aos acadêmicos via aplicativo de mensagens. Neste momento houve a participação de acadêmicos e representantes das turmas que tinham o contato telefônico de seus colegas de sala.

A proposta da pesquisa foi discutir a abordagem e a importância do jornalismo rural dentro das universidades, conhecer a visão dos participantes sobre o tema e também as consequências da possível falta de preparação dos jornalistas para lidarem com a comunicação e o jornalismo rural. A pesquisa teve abordagem quali-quantitativa, visto que a coleta de dados por meio dos questionários foi composta de perguntas abertas e fechadas.

Para os acadêmicos foi preparado um questionário semiestruturado com nove perguntas, sendo: três perguntas fechadas e as demais com espaço para que os acadêmicos pudessem emitir com liberdade suas opiniões sobre o tema. O questionário foi disponibilizado para todos os alunos do último ano das três Universidades pesquisadas, porém, a participação dos acadêmicos foi voluntária. Ao todo 15 acadêmicos responderam ao questionário, número bastante relevante para pesquisa considerando que aqueles que participaram trouxeram contribuições espontâneas extremamente importantes para o desenvolvimento deste trabalho. Este tipo de procedimento de coleta de dados, a amostragem, se tornou relevante considerando a voluntariedade dos participantes.

O universo total que teve acesso ao questionário foi de 65 acadêmicos (100%), sendo 15 participantes (23%) o suficiente para compor a amostragem necessária. De acordo com Marconi e Lakatos (2017, p.177), a amostragem é um conjunto significativo de informações, considerando que nem sempre há possibilidade de pesquisar todos os indivíduos. O método da amostragem consiste em: “obter um juízo sobre o total (universo), mediante a compilação e o exame de apenas uma parte, a amostra,

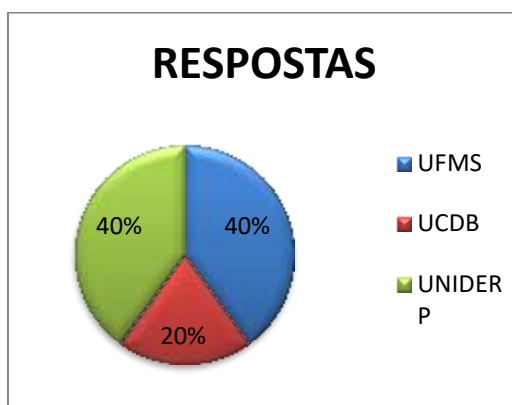
selecionada por procedimentos científicos”. A amostragem é um subconjunto do universo.

A amostragem probabilística baseia-se na escolha aleatória dos pesquisados, significando o aleatório que a seleção se faz de forma que cada membro da população tenha a mesma probabilidade de ser escolhido. Essa maneira permite a utilização de tratamento estatístico, que possibilita compensar erros amostrais e outros aspectos relevantes para a representatividade e significância da amostra. (MARCONI e LAKATOS, 2017, p.244).

A seguir seguem as perguntas, a justificativa para cada uma delas e a análise das respostas dadas pelos acadêmicos. Os gráficos foram produzidos com a intenção de ilustrar parte do que foi respondido. Algumas perguntas não possuem o gráfico considerando o tipo do questionamento e a possibilidade das respostas discursivas.

Pergunta 1 - Em qual Universidade cursa a graduação em Comunicação Social / Jornalismo?

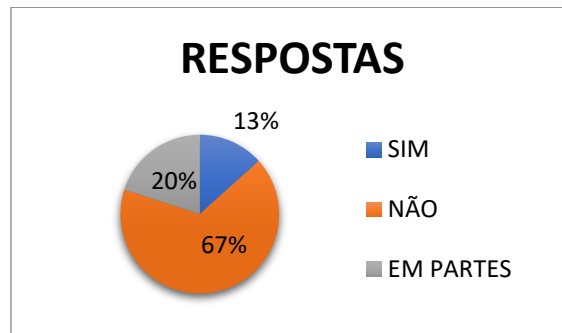
A primeira pergunta foi um filtro, utilizada para saber a quantidade de acadêmicos participantes de cada Universidade. Ao todo foram 15 participantes: Seis da Universidade Feral de Mato Grosso do Sul (40%), Seis da Universidade Anhanguera Uniderp (40%) e três da Universidade Católica Dom Bosco (20%). Conforme gráfico:



Percebeu-se uma participação menor dos alunos da Universidade Católica Dom Bosco, onde apenas 3 acadêmicos responderam. A participação dos alunos da UFMS e Uniderp foi numericamente igual, seis acadêmicos de cada Universidade.

Pergunta 2 - Antes de iniciar a graduação em jornalismo, você tinha algum interesse no meio rural ou agronegócio? Comente.

Esta questão foi elaborada com a intenção de conhecer o perfil dos estudantes e a proximidade de cada um deles com a área rural. Dez acadêmicos (67%) disseram que nunca tiveram contato com o tema, três (20%) responderam que em partes tinham contato com o tema. Apenas dois acadêmicos (13%) responderam que “sim”.



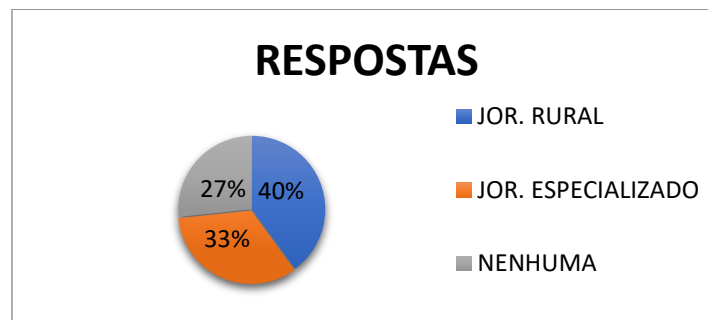
Na análise das respostas onde os acadêmicos responderam não ter interesse com o meio rural, foi possível destacar os seguintes comentários: “*Não, inclusive achava desnecessário*”; “*Sempre foi algo distante da minha realidade*”; “*Muito pouco comentado em sala de aula, só fui me interessar quando surgiu a oportunidade de estágio*”; “*Nunca tive interesse, apesar de ser uma das principais áreas do jornalismo no Estado*”; “*Sempre quis atuar em assessoria de imprensa, mas, nunca tinha pensado em meio rural ou agronegócio*”. A pesquisa apontou que o tema não era de interesse da maior parte dos acadêmicos participantes.

Dos 20% que responderam que tinham alguma proximidade, mas não se interessavam muito com o tema as seguintes respostas foram mais relevantes: “*Meu pai é produtor rural*”; “*Seria algo familiar, mas não era a minha preferência*”; “*Até comecei um curso de Técnico em Agropecuária, mas logo vi que não era minha praia*”. Percebeu-se que a questão familiar teria influência assim como a “popularidade” dos temas rurais dentro do Estado. Dos participantes que responderam “sim”, ambos disseram que sempre gostaram do meio e até cogitaram a possibilidade de cursar Medicina Veterinária e Zootecnia.

Pergunta 3 - Durante a graduação teve acesso à disciplinas voltadas ao segmento rural? Quais?

O objetivo desta pergunta era saber se o acadêmicos tiveram algum acesso à conteúdos ligados ao meio rural e agrícola durante a graduação. Seis participantes

(40%) disseram ter cursado a disciplina Jornalismo Rural. Cinco (33%), tiveram a disciplina Jornalismo Especializado e quatro acadêmicos (27%) disseram que não tiveram acesso às disciplinas voltadas para o segmento.



Dentro das respostas obtidas revelou-se que dos quinze participantes, apenas seis tiveram a disciplina de Jornalismo Rural, onde o tema foi abordado durante todo um semestre letivo. Os que cursaram Jornalismo Especializado tiveram o tema rural abordado em apenas uma ou duas aulas durante todo semestre. Quatro acadêmicos responderam que não tiveram contato com o tema de maneira alguma, sem aulas ou palestras direcionadas ao tema. Percebeu-se que em alguns casos o fato de ter cursado a disciplina Jornalismo Rural, foi a primeira forma de contato com o tema.

Pergunta 4 - Em sua opinião, qual a função do jornalismo rural?

Assim como a questão anterior, esta pergunta teve como objetivo descobrir o grau de conhecimento dos acadêmicos. As respostas revelaram que de maneira geral na visão dos acadêmicos o jornalismo rural é “*levar notícias*”. Esse “levar notícias” seria tanto mostrar para o meio urbano o que acontece no meio rural, como fazer com que os atores envolvidos no meio rural sejam informados sobre as notícias do segmento. A questão econômica foi citada em grande parte das respostas, assim como a necessidade de mostrar para a população em geral o que se passa no meio rural. “*Mostrar a importância do rural*”, “*Esse segmento do jornalismo é extremamente importante para fazer girar a economia*”, “*Função de manter o homem do campo bem informado*”, “*Mostrar como o agro está inserido em tudo*”.

Pergunta 5 - Por cursar a graduação em um Estado onde o campo - agronegócio, agricultura familiar, indústria - é um os grandes responsáveis pelo

desenvolvimento econômico, social e cultural acredita que uma disciplina voltada para o segmento rural seria importante dentro da graduação?

Esta pergunta tinha como objetivo saber se na opinião dos acadêmicos, cursar uma disciplina voltada para o meio rural seria relevante. Os acadêmicos foram unânimes em responder “*Sim*”.



Esta questão mostrou a relevância em se abordar o rural dentro de sala de aula considerando as características sociais, culturais e econômicas de Mato Grosso do Sul. A unanimidade nas respostas reforçou a hipótese da necessidade de abordar a comunicação e o jornalismo rural em sala de aula. Não havia espaço para comentários.

Pergunta 6 - Em sua opinião, as universidades preparam os acadêmicos, futuros profissionais, para atuarem no mercado voltado para o segmento rural em Campo Grande - MS?

Esta questão foi ao cerne do questionamento deste trabalho, a formação dos acadêmicos que poderão atuar no mercado voltado ao meio rural.



A questão revelou que quase 90% dos participantes acredita que a Universidade não prepara adequadamente o profissional para atuar no mercado de trabalho voltado ao segmento rural. Apenas dois acadêmicos (13%) acreditam que a Universidade capacita

o profissional para atuar no mercado de trabalho. Nesta questão também não havia espaço para comentários.

ANÁLISES E DISCUSSÕES

A participação dos acadêmicos da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e da Universidade Uniderp Anhanguera foi numericamente maior que a Universidade Católica Dom Bosco, considerando que as duas Universidades citadas primeiro tiveram uma palestra referente à comunicação e ao jornalismo rural no Estado com a autora dessa pesquisa. Essa proximidade pode ter influenciado na maior participação dos acadêmicos. Outro fato relevante é que os alunos da UFMS tiveram, durante o sétimo semestre do curso, a disciplina de Jornalismo Rural, onde a autora desta pesquisa participou como palestrante convidada em uma das aulas. Na segunda questão ficou nítida a falta de interesse ou proximidade com o meio rural e agronegócio. Dos quinze participantes, dez disseram nunca ter tido interesse pela área. O que mais chamou a atenção foi que o interesse na área para alguns foi “despertado” a partir do momento em que os acadêmicos viram a oportunidade de atuar no mercado de trabalho. Este fato fortaleceu ainda mais uma das hipóteses deste trabalho, onde as possibilidades de atuar no mercado local voltado para o segmento rural são consideráveis.

Constatou-se que menos da metade dos participantes teve acesso à disciplina jornalismo rural. Destaca-se que os seis acadêmicos que responderam “sim” são todos da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, aja vista que é a única a possuir ainda em sua grade a disciplina citada. É importante notar que quatro acadêmicos (27%) disseram nunca ter tido acesso ao tema dentro da sala de aula. Isso pode ser resultado da pouca abordagem do tema dentro da disciplina de jornalismo especializado. Se o aluno que cursa esta disciplina falta uma aula, por exemplo, ele deixa de ter acesso ao tema discutido em sala naquele determinado dia.

Ao analisar as respostas da quarta questão foi possível identificar algumas diferenças entre as respostas dos alunos que cursaram a disciplina de jornalismo rural, o que cursaram jornalismo especializado e os que disseram não ter tido acesso ao tema durante a graduação. Esse cruzamento de dados entre as perguntas 3 e 4 mostrou que mesmo aqueles que disseram não terem tido acesso, de alguma forma definiram na visão deles o que seria comunicação rural. Dentre os alunos que cursaram a disciplina uma resposta foi bastante relevante e mostrou a amplitude e complexidade do tema. “A

comunicação rural permite divulgar e estabelecer a interlocução entre pesquisadores técnicos, administradores e economistas de instituições universitárias e de órgãos públicos estaduais e federais junto as diversas categorias de trabalhadores rurais. Além disso, deve-se levar em conta o interesse do público (com adequação de linguagens, de formatos e veículos) para informar desde o grande produtor até o médio e pequeno agricultor familiar”. As respostas trouxeram à tona a questões econômicas principalmente referentes ao agronegócio. “É uma comunicação voltada para todos, já que na minha visão, o “rural” ou agronegócio move várias camadas da sociedade, move a economia, a moda, a alimentação, saúde, entre outros setores. A comunicação rural tem um papel importante em levar as notícias sobre o assunto para o Brasil e até mundo, já que somos fonte de exportação”. Ficou claro que para os acadêmicos a comunicação rural se refere à divulgação dos números do agronegócio e, além disso, fazer a interlocução entre o meio rural e o urbano. “Comunicação rural é fazer com que a área rural também seja presente nas mídias e mostrar a importância dela”.

Quando questionados sobre jornalismo rural ficou evidente que para os acadêmicos essa prática serve para divulgar, informar, levar notícias e mostrar o setor rural para a sociedade em geral. Foram citadas novamente as questões econômicas, relativas à geração de empregos e potencial produtivo do setor. Isso mostra que para os participantes da pesquisa o jornalismo rural trata especificamente do agronegócio. Em nenhum das questões foram citadas questões referentes à agricultura familiar, campesinato, trabalhadores sem terra, indígenas, pesquisas tecnológicas, entre tantos outros assuntos que merecem destaque. Ficou claro também que no entendimento dos acadêmicos o jornalismo rural é basicamente falar economicamente sobre o agronegócio. Não houve diferenciação entre as respostas dos acadêmicos que cursaram ou não a disciplina.

Ao analisar a pergunta 6, onde 100% dos participantes disseram ser importante ter uma disciplina dentro da graduação voltada para o segmento rural, foi possível confirmar a necessidade de se falar de comunicação e jornalismo rural dentro da sala de aula. A visão equivocada e distorcida que parte da sociedade tem do meio rural poderia ser melhor trabalhada na universidade, considerando a heterogeneidade que o envolve o meio rural, tanto econômica quanto social e culturalmente.

A pergunta sete revelou que 87% dos participantes, ou seja 13 dos 15 acadêmicos que participaram da pesquisa, acredita que a universidade não prepara o

futuro profissional para atuar no mercado de trabalho. Esse fato fortalece ainda mais esta pesquisa que visou discutir a importância de se tratar a comunicação e o jornalismo rural na universidade. Considerando a amplitude do tema e as oportunidades no mercado de trabalho, ter esse resultado mostra que o acadêmico sai da universidade sem ter, mesmo que breve, o conhecimento da área.

Ao comparar as respostas das questões anteriores com a pergunta número oito, ficou evidente que para todos os acadêmicos, se falar em meio rural, significa falar de agronegócio e seu potencial econômico. Esta questão justificou ainda mais a necessidade de se falar nesta dissertação das forças e produtividade do campo. Os comentários feitos pelos acadêmicos demonstram a necessidade de uma abordagem diferente e eficiente da comunicação e do jornalismo rural dentro da universidade, considerando a importância do agronegócio, mas também mostrar a realidade do campo. Ao final das análises foi possível identificar um comentário bastante rico e que congrega as necessidades e parte da realidade quando se trata de falar de meio rural. *“Uma das áreas mais importantes da nossa sociedade não recebe investimentos e preparo da maneira que deveria. Por ser um setor tão importante, que afeta diretamente e diariamente nossas vidas, deveria oferecer para as pessoas/profissionais um leque maior de capacitação. Algumas instituições realizam esse trabalho, porém, são poucas as pessoas que tem acesso a essa formação. Acredito que o jornalismo rural possa ganhar mais força e espaço para que a sociedade entenda como funciona esse sistema e porque ele atinge cotidianamente em nossas vidas. E levar para as pessoas os conhecimentos e histórias fantásticas que o agro tem. Levar reflexão para as pessoas, levantar situações precárias que muitas vezes o setor enfrenta e precisa de um apoio. Além disso, incentivar projetos, incentivar novas possibilidades de inovação no campo, etc”.*

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, M. J. **Fundamentos do agronegócio**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- CARVALHO, Geraldo Bueno. **Jornalismo Rural na Comunicação Social do Vale do Paraíba, estado de São Paulo**. Dissertação de Mestrado defendida em 2001. Disponível em: <http://www.novos cursos.ufv.br/posgrad/ufv/posextensaorural/www/wpcontent/uploads/2012/02/Geraldo-Bueno-de-Carvalho.pdf> Acesso em jan. 2015
- Dados Produção Agropecuária no Brasil** - Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/mapa_site/mapa_site.php#economia Acesso em 10 de mai. de 2016.

MARQUES DE MELO, J. **O espaço da comunicação rural nas escolas de comunicação social.** In: In: BRAGA, G. M.; KUNSCH, M. M. K. (Orgs). “Comunicação Rural: Discurso e Prática”. 11º Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – 1988. Viçosa/MG: Editora Universitária, 1993, p. 73-78.

MEGIDO, J. L. XAVIER, C. **Marketing e Agribusiness.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.
Notícias - **MEC homologa diretrizes curriculares nacionais de Jornalismo.** Publicada em 13 de setembro de 2013. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/sbpjour/2013/09/13/mec-homologa-diretrizes-curriculares-nacionais-de-jornalismo/>. Acesso em 26 de junho de 2016

Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação (Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009) Disponível em: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf. Acesso em 26 de junho de 2016.
