

Um olhar sobre o jornalismo rural Tocantins: estratégias de comunicação no agronegócio adotadas por veículos regionais especializados no agronegócio¹

Fernanda Alves de Mendonça²
Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

RESUMO

O presente artigo aborda o jornalismo rural no Tocantins e as estratégias adotadas pelos veículos de comunicação mais relevantes do estado, sendo os sites Norte Agropecuário, Tocantins Rural, Piscishow & Avisuleite e o Canal Engenho, especializado em produção de conteúdo audiovisual para empresas e com vistas a alimentar o próprio site e mídias sociais. A pergunta que norteou este estudo é: Quais as estratégias de comunicação, os veículos jornalísticos especializados no segmento rural no Tocantins adotam para comunicar com seu público? Em sua maioria com foco no agronegócio e a cadeia produtiva envolto desse segmento econômico. Durante o desenvolvimento desse estudo e a própria seleção dos entrevistados, a pesquisadora buscou a percepção de um entrevistado com sede em Araguaína, justamente pelo fato da economia da cidade ser fortemente atrelada ao agronegócio. Porém, apesar da insistência da pesquisadora, a pessoa responsável pelo veículo de comunicação não concretizou sua participação. A comunicação, em especial o jornalismo rural, também intitulado de jornalismo especializado em agronegócios, ou simplesmente jornalismo agro, possui um importante papel no desenvolvimento do agronegócio no Brasil. A comunicação rural, inicialmente voltada para a divulgação de informações mais técnicas entre especialistas da área e segmentada a quem de fato vivenciava o agronegócio, atualmente, aborda a temática de forma mais ampla, com linguagem mais acessível aos mais diversos públicos, mas ainda mantendo a tecnicidade, a depender do assunto. Diversos setores atuam na cadeia do agronegócio brasileiro, e a comunicação sempre esteve lado a lado, acompanhando e influenciando o crescimento do segmento em todo o Brasil com a divulgação de notícias e aproximando a população em geral da temática. Mas apesar dessa

¹ Trabalho apresentado na DT01 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 2 a 4 de junho de 2022.

² Mestranda do Curso de Comunicação e Sociedade - UFT, email: fernandauft@gmail.com.

importante contribuição, também é responsável por narrativas negativas, não que apenas os fatos positivos devam ser retratados pela imprensa, pois o jornalismo deve ser pautado pela “divulgação da informação precisa e correta”, conforme descrito no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007). Também fazem parte dos objetivos específicos identificar se existem gargalos enfrentados por esses veículos de comunicação, e identificar as tendências de comunicação do jornalismo rural. Os procedimentos metodológicos adotados para o alcance dos objetivos fundamentaram-se no estudo qualitativo por meio por meio da realização de quatro entrevistas semiestruturadas, enviadas e respondidas via e-mail, do dia 14 de outubro de 2021 a 15 de novembro de 2021. Foram realizadas as seguintes perguntas: 1) Como é estruturada a comunicação adotada por sua empresa na divulgação das notícias e estratégias sobre jornalismo rural/comunicação rural? 2) Na sua empresa existem profissionais da comunicação com especialização em jornalismo rural? 3) Como é feita a seleção das notícias em relação à origem (locais, nacionais ou internacionais)? 4) Como é feita a checagem das informações sobre o meio rural? 5) Na sua opinião, da forma como tem sido feito, o jornalismo rural no Tocantins contribui para o desenvolvimento do setor? 6) Na sua opinião, existem dificuldades na execução do jornalismo rural no Tocantins? Se sim, cite quais? 7) Na sua opinião, o que precisa melhorar para o fortalecimento do jornalismo rural no Tocantins? 8) Na sua opinião, quais as principais pautas do jornalismo rural no Tocantins? 9) Você acredita que o agronegócio é considerado vilão? Se sim, mudar essa visão da população, pode fortalecer o setor? 10) Na sua opinião, quais as tendências da comunicação rural/jornalismo rural? Com a adoção de perguntas abertas, a autora buscou, de fato, captar a dinâmica de trabalho desses veículos, e demonstrar a forma como desenvolvem suas atividades. Ana Lúcia Novelli (2005) considera que as questões abertas permitem conhecer profundamente e de forma espontânea a opinião do entrevistado. Em seus estudos pioneiros sobre a comunicação rural, Bordenave (1988) abordou importantes questões sobre o tema, como a própria definição desse tipo de comunicação, o porquê de ela existir, a relação entre a história da agricultura e a comunicação, a transferência de tecnologia, meios e mensagens na comunicação rural, dentre outros aspectos. Na mesma linha de pensamento sobre a função da comunicação rural, em especial do jornalismo, de informar o produtor, mas trazendo um pensamento mais atual, Ferreira e Silva (2012) defendem que o jornalismo especializado tem aprimorado suas técnicas, e o jornalismo

rural ocupa hoje, “um espaço repleto de oportunidades em vários meios de comunicação, visa principalmente atualizar o produtor rural e o leitor em geral da importância deste setor para o rumo econômico e social do país” (FERREIRA; SILVA, 2012, p.1). Foi possível identificar as estratégias de comunicação que os veículos locais especializados em agronegócio adotam para fazer jornalismo rural e local no Tocantins. Apesar das redações desses veículos estarem localizadas na capital Palmas, a abrangência proporcionada pela internet ultrapassa as fronteiras e permite que leitores de todo o mundo possam acompanhar as notícias do agronegócio no Tocantins. Por meio do estudo, chegou-se aos seguintes resultados: a falta de mão de obra especializada é um grande gargalo a ser vencido. Os profissionais que apostam no jornalismo especializado estão se reinventando e focando suas atividades na internet. Como a tendência cada vez mais crescente da produção de podcasts. E com tanta informação acessível na palma da mão, o jornalismo especializado se mostra uma ótima alternativa para quem não deseja ser bombardeado por tantas notícias. A continuidade da produção de notícias vindas das assessorias de órgãos públicos continua sendo uma grande aliada. E isso não deve mudar, pois representa uma importante fonte de informação. Uma alternativa para suprir a demanda por mão de obra especializada, é oportunizar regionalmente cursos de especialização voltados para o jornalismo rural e incluir na formação os profissionais que já atuam na área. Sem dúvida, a abordagem das narrativas humanizadas no jornalismo é uma fórmula que sempre vai funcionar, mas sem que isso vire sensacionalismo. E isso não deve ser centrado apenas nas conquistas positivas proporcionadas pelo agronegócio, mas deve mostrar os exemplos ruins e servir de alerta para a sociedade, como é um dos papéis do jornalismo. Por fim, este estudo possibilitou uma reflexão sobre o atual cenário da comunicação regional voltada ao agronegócio e as tendências do mercado, contribuições importantes para o meio acadêmico repensar os currículos dos cursos de comunicação, e as empresas traçarem suas estratégias a partir do que o cenário indica para o futuro.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo rural; agronegócio; jornalismo especializado; Tocantins.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Massilon J. **Fundamentos de Agronegócio**. 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.
- BLOEDORN, Betânia; CORREA, Vera Elisabeth Damasceno. **Comunicação e Agronegócio: um olhar sobre a comunicação junto aos produtores rurais da cooperativa de crédito Sicoob e Ecocredi**. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/ricom/article/view/1389>. Acesso em: 19 set. 2021.
- BORDENAVE, J.E.D. **O que é comunicação rural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- CARVALHO, Carmen. **Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado**. V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo: 2007.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 12 out. 2021.
- FERREIRA, Lenise Conceição Alves; SILVA, Ana Carolina de Araújo. **Jornalismo no Agronegócio: o campo em notícia**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1496-1.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.
- FRANÇA, Vera. **Jornalismo e Vida Social: a história amena de um jornal mineiro**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- GIL, Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª edição. São Paulo, 2008.
- LIMA, Neuracy Viana Cruz. **Desenvolvimento no Estado do Tocantins na perspectiva da imprensa** [livro eletrônico]. Maringá: Uniedusul, 2021.
- NOVELLI, Ana Lúcia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 164-179.
- PIMENTA, Caroline Petian. **Jornalismo e Divulgação Científica: Uma análise de reportagens sobre ciência e tecnologia em um programa rural da televisão brasileira**, São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/petian-carolinejornalismo-divulgacao-cientifica.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.
- ROCHA, Liana Vidigal; SOARES, Sérgio Ricardo; ARAÚJO, Valmir Teixeira. **Abrangências Locais no Jornalismo Online do Tocantins**. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2866/1597. Acesso em: 22 dez. 2021.
- ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. Coleção primeiros passos. Editora Brasiliense, 1980
- TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.
- UOL. **PIB do agronegócio cresce 10,8% em 9 meses e é quase 1/3 do PIB nacional**. Disponível em: encurtador.com.br/loJZ5. Acesso em: 14 dez. 2021.