

**UNIVERSIDADE PAULISTA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**A VIDA DO CAMPO NA TV:**  
**uma análise dos programas Globo Rural**  
**e Jornal Terraviva**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de mestre em Comunicação.

**FERNANDO ALBINO LEME**

**São Paulo**  
**2015**

**UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**A VIDA DO CAMPO NA TV:**  
**uma análise dos programas Globo Rural**  
**e Jornal Terraviva**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Fernanda Mauricio da Silva

**FERNANDO ALBINO LEME**

**São Paulo**  
**2015**

Leme, Fernando Albino.

A vida do campo na TV : uma análise dos programas globo rural e jornal terraviva / Fernando Albino Leme. - 2015.

149 f. : il. color. + DVD.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2015.

Área de Concentração: Configuração de Linguagens e Produtos Audiovisuais na Cultura Midiática.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Fernanda Mauricio da Silva.

1. Homem do campo. 2. Agricultura. 3. Agronegócio.  
4. Jornalismo. 5. Telejornalismo. I. Silva, Fernanda Mauricio da (orientadora). II. Título.

**FERNANDO ALBINO LEME**

**A VIDA DO CAMPO NA TV:  
uma análise dos programas Globo Rural  
e Jornal Terraviva**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de mestre em Comunicação.

Aprovado em: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Professora Doutora Fernanda Mauricio da Silva  
UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP

---

Professora Doutora Carla Reis Longhi  
UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP

---

Professora Doutora Iluska Maria da Silva Coutinho  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esta dissertação à minha esposa Léa Alves Maria Leme e à minha filha Maria Fernanda Alves Leme, que compreenderam as várias horas que deixei de ficar ao lado delas. Vocês são as minhas maiores fontes de motivação.

Também dedico este trabalho a todos os homens e mulheres do campo que fazem da terra o modo de vida, local de experiências e representações.

## AGRADECIMENTOS

Começo meus agradecimentos por Deus, que me deu saúde, força e me guiou até aqui. A meus pais, Amadeu Albino Leme e Nilce de Lúcia Augusto Leme, pela educação, dedicação e oportunidades que me proporcionaram nas várias fases de minha vida, cada qual do seu modo. A minha irmã Camila, que sempre torceu e vibrou com minhas conquistas.

A minha amiga e professora Maria Auxiliadora que foi e sempre será meu espelho profissional. A minha amiga e diretora Márcia Avanza que me incentivou, ajudou e acompanhou de perto o meu progresso na carreira acadêmica.

A minha amiga e gerente de jornalismo do Canal Terraviva, Lilian Dias, que me apoiou totalmente no desenvolvimento de meu projeto e que por muitas vezes sentou para ouvir minhas angústias neste caminho. A meus compadres, Pedro Paulo e Mairê Miranda, pessoas que são parte da minha família. Estes acompanharam de perto o desenvolvimento deste projeto de vida.

A meus familiares e amigos que contribuíram demais para essa conquista. Me ajudaram quando eu mais precisei, ao comprar minha rifa para poder custear os meus estudos.

Aos professores da UNIP que direta ou indiretamente deram suas contribuições intelectuais para a construção desta dissertação. A meus companheiros do mestrado, Chistina Montuori e Thiago Sugano, pelos momentos divididos juntos. Vocês tornaram mais leves meu trabalho. Foi bom poder contar com vocês!

Quero fazer um agradecimento especial ao meu grande amigo Vicente Darde. A amizade é o sentido mais amplo do relacionamento humano e esta amizade foi um enorme presente que ganhei. Durante estes dois anos de estudo, um amigo que contribuiu com sua experiência ao fazer observações para a melhoria de minha dissertação. Obrigado por dividir comigo as angústias, alegrias e ouvir minhas bobagens.

A minha querida orientadora, professora Fernanda Mauricio da Silva, por ter acreditado em mim e em meu projeto de pesquisa. Com sua voz mansa e tranquila ajudou a construir e transformar uma ideia numa dissertação de Mestrado. Serei eternamente grato por ter me dado a oportunidade de ingressar no mundo da pesquisa acadêmica.

E a minha família, que foi o suporte e responsável por eu concluir este projeto de vida. Léa e Maria Fernanda, minhas fortalezas. Palavras sempre faltarão para descrever o que fizeram por mim. Minha vida são vocês. Fontes de minha inspiração e razão para alcançar voos cada vez mais altos. Sempre serei grato!

*A vida do campo e da cidade é móvel e presente: move-se ao longo do tempo, através da história de uma família e um povo; move-se em sentimentos e ideais, através de uma rede de relacionamentos e decisões.*

**Raymond Williams**

## RESUMO

O homem do campo sempre teve uma importância na história econômica, social, política e cultural de um país. Desde a chegada dos portugueses ao Brasil, com a exploração da terra, o homem do campo foi o grande responsável pela produção de alimentos. Inicialmente a produção era para subsistência, depois se transformou em moeda de troca e comércio de alimentos com outros países.

A atuação do Estado modificou a estrutura agrária, que se tornou um elemento crítico nos conflitos em torno da propriedade da terra. A política agrícola foi estimulada pela adoção de investimentos tecnológicos, além dos incentivos nas relações de crédito na agricultura com mecanismos de seguro de preço e seguro do crédito à produção.

A relevância cada vez maior da produção agrícola e pecuária para a economia brasileira fez com que grupos de comunicação no país resolvessem investir em conteúdo especializado voltado aos produtores rurais.

Emissoras de televisão segmentadas em agronegócio geram visibilidade ao trabalho no campo e ajudam no crescimento desse setor com um conteúdo jornalístico mais especializado. A TV possui um lugar importante nas identidades culturais, unificando a sociedade ao oferecer referências nacionais da realidade cotidiana.

O objetivo deste trabalho foi estudar a vida do campo nos telejornais especializados em agronegócio para compreendermos os valores hegemônicos produzidos e reproduzidos pelo jornalismo especializado em agronegócio. Quem são e como aparecem esses homens do campo na telinha?

O corpus desta pesquisa compreendeu três programas jornalísticos que tratam do setor rural. São eles: Globo Rural, da TV Globo (versão diária e semanal) e Jornal Terraviva (Canal Terraviva, do Grupo Bandeirantes de Comunicação). Esta escolha se deve ao fato dos programas serem segmentados ao público específico de nossa análise: o homem que vive no campo, que trabalha com a produção agropecuária.

**Palavras-Chave** 1. Homem do Campo. 2. Agricultura. 3. Agronegócio. 4. Jornalismo. 5. Telejornalismo.

## ABSTRACT

The man from the country had always a role in economic history, social, political and cultural life of the country. Since the arrival of the Portuguese in Brazil , with the exploitation of the land, the farmer was largely responsible for the production of food. Initially production was for subsistence and then turned into a swap model and trade with other countries.

The state action modified the agrarian structure and became a critical element in conflicts over land ownership. Agricultural policy was encouraged by the adoption of technological packages in addition to the incentives in credit relations in agriculture with price insurance mechanisms and production credit insurance.

The increasing importance of crop and livestock production for the Brazilian economy has made communication groups in the country solve invest in specialized content aimed at farmers.

Targeted television stations in agribusiness generate visibility to work in the field and help in the growth of this sector with a more specialized journalistic content. The TV has an important place in the cultural identities, unifying society by offering national references of everyday reality.

The objective of this work was to study the life of the field in the specialized news programs in agribusiness to understand the hegemonic values produced and reproduced by specialized journalism in agribusiness. Who are these men as they appear and the field on the small screen?

The corpus of this research comprises three news programs that address the rural sector. They are: Globo Rura , TV Globo (daily and weekly version) and Journal Terraviva (Terraviva Channel, the Bandeirantes Communication Group) . This choice is because the programs are targeted to specific audience of our analysis: the man who lives in the field, working with agricultural production.

**Keywords:** 1. Country man. 2. Agriculture. 3. Agribusiness. 4. Journalism. 5. Television news.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagens das reportagens exibidas no Globo Rural dominical .....	74
Figura 2: Teasers dos repórteres .....	74
Figura 3: Vinheta do Globo Rural Dominical .....	75
Figura 4: Apresentadores: Helen Martins e Nelson Araújo .....	76
Figura 5: Apresentadores Priscila Brandão e Vico Iasi .....	76
Figura 6: Nota lida pelo apresentador .....	77
Figura 7: Cabeça lida pelo apresentador Vico Iasi sobre carta de telespectador .....	78
Figura 8: Imagens que ilustram a reportagem .....	79
Figura 9: Imagens que ilustram a reportagem .....	79
Figura 10: Apresentadores lêem nota pé .....	80
Figura 11: Apresentadora lendo a carta de telespectador .....	80
Figura 12: Repórter apresentando o tema .....	81
Figura 13: Imagens que ilustram a matéria .....	81
Figura 14: Banners dos eventos .....	83
Figura 15: Lapada com notícias da semana .....	84
Figura 16: Cotações .....	86
Figura 17: Imagens que ilustram a reportagem .....	87
Figura 18: Imagens que ilustram a reportagem .....	88
Figura 19: Imagens que ilustram a reportagem .....	91
Figura 20: Apresentadores no último bloco .....	92
Figura 21: Repórter e entrevistado em quadro .....	93
Figura 22: Imagens que compõem a vinheta do Globo Rural .....	96

Figura 23: Vestuário da apresentadora Ana Paula Campos .....	97
Figura 24: Teasers com os principais assuntos do programa .....	98
Figura 25: Interação entre apresentadoras .....	99
Figura 26: Arte para tela da cotação do boi .....	99
Figura 27: Arte do Mapa de Localização do Município.....	100
Figura 28: Arte do GC com tarja marrom para identificar profissionais .....	100
Figura 29: Cabeça da reportagem lida pela apresentadora Ana Paula Campos.....	101
Figura 30: Imagens exibidas na reportagem .....	101
Figura 31: Passagem do repórter Eli Franqui.....	102
Figura 32: Imagens de cobertura do off .....	102
Figura 33: Imagens de cobertura do off .....	103
Figura 34: Sonora produtor de cebola.....	103
Figura 35: Apresentadora lendo uma nota pelada .....	104
Figura 36: Cabeça lida pela apresentadora .....	104
Figura 37: Imagens de cobertura do off .....	105
Figura 38: Sonora agricultora .....	106
Figura 39: Apresentadora chamando a Reportagem .....	106
Figura 40: Repórter na passagem.....	107
Figura 41: Sonora com o entrevistado .....	107
Figura 42: Apresentadora lendo a cabeça da matéria.....	108
Figura 43: Imagens que ilustram a situação na pequena propriedade.....	108
Figura 44: Sonora com produtor.....	109
Figura 45: Imagens retratam a procissão e a missão em homenagem ao vaqueiro ...	109

Figura 46: Passagem da repórter.....	109
Figura 47: Entrevista com vaqueiro.....	110
Figura 48: Apresentadora substituta, Andrea Godoy .....	112
Figura 49: Cenário do Jornal Terraviva .....	113
Figura 50: Vinheta do Jornal Terraviva .....	113
Figura 51: Apresentadora e editora-chefe do Jornal Terraviva .....	114
Figura 52: Repórter e apresentadora do Jornal Terraviva, Andrea Godoy.....	114
Figura 53: Apresentadora e Comentarista na bancada do Jornal Terraviva .....	115
Figura 54: Comentarista, Silmar César Müller.....	115
Figura 55: Apresentadora e Comentarista dividem a tela .....	116
Figura 56: Comentarista, Sidnei Maschio.....	116
Figura 57: Gráfico da cotação do milho.....	117
Figura 58: Gráfico da cotação do milho.....	118
Figura 59: Laura Ferreira, meteorologista .....	119
Figura 60: Vinheta Giro Brasil .....	120
Figura 61: Cibelly Favero, jornalista – Band/SC.....	121
Figura 62: Maria Fernanda Pauli, Band News Tv.....	121
Figura 63: Portal de notícias do Canal Terraviva .....	122
Figura 64: Cabeça da reportagem lida pela apresentadora Andrea Godoy .....	124
Figura 65: Cabeça da reportagem lida pela apresentadora Andrea Godoy .....	124
Figura 66: Imagem utilizada para cobertura do off do repórter Ricardo Mignone .....	125
Figura 67: Imagens utilizadas para cobertura do off do repórter Ricardo Mignone .....	125
Figura 68: Cabeça da reportagem lida pela apresentadora Andrea Godoy .....	126

Figura 69: Imagens utilizadas para cobertura do off do repórter Tobias Ferraz .....	127
Figura 70: Imagens utilizadas para cobertura do off do repórter Ricardo Mignone .....	128
Figura 71: Imagens utilizadas para cobertura do off da repórter Rita Mendes .....	129
Figura 72: Sonora com o catador Marques Simões .....	130
Figura 73: Imagens utilizadas para cobertura do off da repórter Daiany Andrade .....	130
Figura 74: Sonora com o produtor Cláudio Goes .....	131
Figura 75: Imagens utilizadas para cobertura do off da repórter Daiany Andrade .....	131
Figura 76: Sonora com a produtora Ana Lidia .....	131

## SUMÁRIO

<b>1 Introdução</b> .....	<b>12</b>
2 Reflexões Sobre o Campo e a Cidade: o impacto da Revolução Industrial .....	16
2.1 O Campo e a Cidade na América Latina: o ideal de modernização.....	25
3 As Pequenas Propriedades Rurais e Os Conflitos de Terra no Brasil .....	39
3.1 Uma Reflexão Sobre a Reforma Agrária no País .....	41
4 Jornalismo, Responsabilidade Social e Agronegócio .....	47
4.1 Jornalismo Segmentado: a especialização da informação .....	55
4.2 Os Telejornais Voltados ao Agronegócio: Globo Rural e Canal Terraviva .....	61
5 Análise dos Programas Globo Rural e Jornal Terraviva .....	68
5.1 Metodologia Trabalhada .....	68
5.2 Análise do Programa Globo Rural – Dominical, TV Globo.....	73
5.2.1 Aspectos Gerais do Programa Globo Rural – Dominical, TV Globo .....	73
5.3 Análise do Programa Globo Rural – Diário, TV Globo .....	94
5.3.1 Aspectos gerais do programa Globo Rural - diário, TV Globo .....	95
5.4 Análise do Jornal Terraviva, Canal Terraviva .....	111
5.4.1 Aspectos Gerais do Jornal Terraviva, Canal Terraviva .....	112
6 Considerações Finais .....	133
Bibliografia.....	137
Anexo A: Termos Técnicos do Telejornalismo.....	142

## 1 INTRODUÇÃO

Durante todo o processo histórico mundial, o agricultor e a vida no campo sempre tiveram grande importância econômica, política e cultural de um país. Grandes mudanças sociais no campo aconteceram com surgimento da industrialização e da urbanização. A atuação do Estado modificou a estrutura agrária no Brasil. Essas alterações acentuaram de certa forma a vida no campo. Porém, o processo de urbanização do Brasil também acarretou em uma desvalorização da importância da atividade rural no século XX, considerada primária, e muitas vezes representada como atrasada perante o desenvolvimento das regiões metropolitanas do país. Historicamente, a imagem do homem do campo foi construída a partir das dificuldades encontradas nas áreas rurais, como o acesso à educação, dificultando a formação escolar desses trabalhadores. A vida simples, sem o apelo ao consumismo estimulado pelo modo capitalista, muitas vezes foi tratada como um antônimo ao progresso.

No entanto, muitos fatores têm contribuído para uma mudança no olhar sobre o campo, mostrando principalmente a força econômica e política do setor agropecuário. Entre eles, a criação de programas e emissoras de televisão especializadas no assunto.

Diante dessa mudança de paradigma, buscamos compreender como são construídos, na mídia televisiva especializada no meio rural, esses homens e mulheres que vivem no campo e produzem alimentos para o Brasil e o mundo? Como, então, esses veículos caracterizam o produtor rural e quem são as fontes que representam o homem do campo?

Faz-se necessário compreender como o conteúdo especializado dos programas televisivos é repassado por meio textual e visual para esse público segmentado e quais as estratégias discursivas utilizadas por esses veículos para construir os discursos sobre a agricultura e pecuária no Brasil. Em outras palavras, o que nos perguntamos é: como a vida do campo é produzida pelos telejornais especializados em agronegócio? Entendemos, assim, que é fundamental identificar e analisar como o homem do campo é construído por estes programas segmentados para compreendermos os valores hegemônicos produzidos e reproduzidos pelo jornalismo especializado em agronegócio.

O *corpus* desta pesquisa compreende três programas jornalísticos que tratam do setor rural. São eles: Globo Rural, da TV Globo (versão diária e semanal) e Jornal

Terraviva (Canal Terraviva, do Grupo Bandeirantes de Comunicação). Esta escolha se deve ao fato dos programas serem direcionados ao público de nossa análise: o homem que vive no campo e que trabalha e depende da produção agropecuária.

Como referencial teórico, a pesquisa partirá dos Estudos Culturais, utilizando conceitos criados e/ou aprofundados pelos seguintes autores: Raymond Williams, Martín-Barbero, Renato Ortiz e Stuart Hall – autores que compartilham investigações que tratam das preocupações que abrangem as relações entre cultura, história e sociedade, analisando principalmente o impacto cultural dos meios massivos e identificando seu papel central na direção da sociedade.

Para tratarmos da história da transformação do campo e suas rupturas no Brasil, no capítulo 2 buscamos autores que retratam e contextualizam a importância desse setor na economia. Vamos mostrar como o homem do campo foi e continua sendo importante para o crescimento do país. Abordaremos também os tensionamentos na produção das culturas entre os pequenos e grandes produtores rurais. Para isso vamos trabalhar com autores como Celso Furtado, Caio Prado Júnior, Milton Braga Furtado e Antonio Cândido.

Aprofundamo-nos no desenvolvimento da atividade agropecuária no Brasil no Capítulo 3, problematizando as mudanças ocasionadas pela divisão de terras a partir da reforma Agrária, e os consequentes conflitos no campo.

No capítulo 4, abordamos os fundamentos do Jornalismo, indispensáveis para refletirmos sobre a construção e reprodução do homem do campo pelos telejornais. Por isso, enfatizamos o poder e a responsabilidade do campo jornalístico na sociedade, e de que forma nasceu e cresceu o interesse dos veículos de comunicação por esse tema. Buscamos esses referenciais em autores como: Marialva Barbosa, Michael Schudson, Nelson Traquina e Manuel Carlos Chaparro.

Para a realização desta pesquisa, recorreremos à proposta metodológica de Análise Textual de Francisco Casetti e Federico di Chio, que repassa os principais modos de analisar a televisão, um veículo tecnológico que produz informação e espetáculo, em um contexto de realidade econômica, social e cultural. É possível, através da análise textual, demonstrada ao longo do capítulo 5, examinar sua linguagem, os efeitos sociais, os resultados da audiência e também as implicações ideológicas e políticas na sociedade. Os programas são feitos para um público heterogêneo em diferentes tempos e lugares. A televisão oferece programas de diversos gêneros, formatos, especializados e

segmentados, para um público de diversas classes sociais, sejam eles na TV aberta, nos canais por assinatura, pela parabólica ou internet.

As análises textuais são realizações linguísticas e comunicativas que constroem trabalhos a partir de material simbólico (signos, figuras e símbolos presentes em uma sociedade), obedecendo a regras de composições específicas.

Essa metodologia foi de grande importância para a análise do objeto de pesquisa dessa dissertação, contribuindo para pesquisas já existentes, assim como, esperamos, incentivando novos projetos.

O *corpus* selecionado para as análises foi de cinco programas dentro do mês de outubro (Globo Rural diário – de segunda à sexta-feira, com veiculação nacional; Jornal Terraviva – de segunda à sexta-feira, com exibição pela TV a cabo, e Globo Rural – aos domingos). É importante esclarecer que no último domingo do mês de outubro, dia 27, o Globo Rural não foi exibido por causa da transmissão do Grande Prêmio da Índia de Fórmula 1. Desta forma, analisamos o programa Globo Rural dominical dos dias 06, 13 e 20 de outubro de 2013. Os programas Globo Rural diário e Jornal Terraviva foram gravados no período de 14 a 18 de outubro de 2013<sup>1</sup>.

A seleção dos programas foi decidida pela importância deles neste segmento. O Globo Rural dominical foi criado e estruturado em 1980 a partir da prática do telejornalismo diário em rede nacional para estabelecer um modo de produção de notícias sobre o mundo rural. Nessas mais de três décadas de existência, o programa ajudou a construir os modos de dizer e de representar o Brasil Rural, através das mudanças sociais, econômicas e políticas.

De novembro de 2000 a novembro de 2014, foi exibido diariamente às 6 horas da manhã, o primeiro telejornal ao vivo da TV Globo que tratava de assuntos relacionados à agricultura e pecuária brasileira, com o mesmo formato de um programa jornalístico que informa sobre as últimas notícias e antecipa as projeções e estimativas sobre os acontecimentos. O programa diário foi criado para suprir, de modo mais imediato, as informações ligadas ao cotidiano do agronegócio, com ênfase em cotações, previsão do tempo, cobertura de eventos, lançamentos de máquinas e tecnologias ligadas ao setor, acompanhamento do plantio e colheita dos principais produtos agrícolas e informações sobre a pecuária.

---

<sup>1</sup> O corpus da análise foi uma seleção aleatória do período para contemplar a regularidade do programa.

O telejornalismo é considerado relevante pelas emissoras de TV dentro de suas programações, isso porque, esses programas, ao informar o telespectador sobre os fatos, passam credibilidade para o veículo. O período noturno, geralmente é reservado para os produtos televisivos considerados de maior importância, como o telejornal, que tem a capacidade de mostrar as principais notícias ocorridas no decorrer do dia. Pensando nisso, o Grupo Bandeirantes de Comunicação, por meio do Canal Terraviva, criou o Jornal Terraviva, exibido às 19 horas, por TV a cabo, parabólica e internet, com o objetivo de suprir essas necessidades.

Vale ressaltar que durante as análises dos três programas foram citadas nomenclaturas técnicas usadas no telejornalismo. Dessa forma, ao final desta dissertação, anexamos um glossário com os significados de cada terminologia.

As análises dos programas procuram destacar os conceitos propostos para a construção desta dissertação. Desta forma, as consideramos o ponto mais relevante deste trabalho. Para demonstrar sua importância, destacamos textos e linguagens utilizados pelos jornalistas, apresentadores, repórteres e comentaristas, assim como respostas dadas pelos produtores rurais, representantes das entidades de classe e do governo. Também é possível compreender, por meio das ilustrações, as vestimentas das personagens, os cenários gravados, as identificações gráficas e os enquadramentos utilizados, as representações construídas sobre determinada situação.

Assim, por meio desses levantamentos, esperamos compreender como a vida do campo é representada pelos três telejornais especializados em agronegócio.

## 2. REFLEXÕES SOBRE O CAMPO E A CIDADE: O IMPACTO DA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Para entendermos melhor a vida no campo que é exibida hoje nos telejornais segmentados, voltamos um pouco ao passado para fazer uma breve reflexão sobre o campo e a cidade para que possamos compreender as transformações que ocorreram no modo de vida das pessoas que viviam, conviviam e produziam no campo.

No século XVIII, quase toda a população mundial vivia no campo e tirava da agricultura e da pecuária o seu sustento. Em países como a Rússia e a Escandinávia, cerca de 90% das pessoas eram oriundas do meio rural em quase toda região europeia havia moradores camponeses, entretanto as pessoas que residiam nas cidades desprezavam os homens do campo e os consideravam pessoas de pouca cultura, desinformadas e arcaicas. Havia uma separação clara entre a cidade e o campo, entre as atividades urbanas e as rurais.

Em muitos países a barreira dos impostos, ou às vezes mesmo a velha muralha, dividiam os dois. Em casos extremos, como na Prússia, o governo, ansioso em manter seus possíveis contribuintes sob uma adequada fiscalização, operava uma separação quase total entre as atividades rurais e urbanas. Mesmo onde não havia uma divisão administrativa tão rígida, os habitantes das cidades eram quase sempre fisicamente diferentes dos homens do campo. (HOBSBAWM, 1996, p.28)

A discussão agrária é bastante antiga. Em 1789, já se debatia sobre esse segmento, diversos economistas franceses afirmavam que o aluguel da terra era uma das únicas fontes de renda sem descontos. O problema agrário estava na relação entre os que produziam utilizando a terra e os proprietários, aqueles que produziam suas riquezas e as acumulavam. Dessa forma a exploração agrícola estava dividida em segmentos. O primeiro era composto pelo lavrador, que trabalhava à força ou se encontrava escravizado; já em algumas regiões europeias, o cultivo direto era feito por planos controlados da terra onde estas eram cobradas cotas de safras colhidas; e outra composta por donos de grandes propriedades, servos e escravos.

A propriedade típica já de há muito deixara de ser uma unidade de iniciativa econômica e tinha-se tornado um sistema de cobrança de aluguéis e de outros rendimentos monetários. O camponês mais ou menos livre, grande, médio ou pequeno, era o lavrador típico. Se de alguma forma arrendatário, pagava aluguel ao senhor das terras (ou, em algumas áreas, uma quota da safra). Caso fosse tecnicamente um livre proprietário, provavelmente ainda devia ao senhor local uma série de obrigações que podiam ou não ser convertidas em dinheiro (como por exemplo a obrigação de enviar seu trigo

para o moinho do senhor), assim como devia impostos ao príncipe, dízimos à Igreja, e algumas obrigações de trabalho forçado, todas elas em contraste com a isenção relativa das camadas sociais mais altas. (HOBSBAWM, 1996, p.33)

Alguns países levaram adiante a discussão agrária, não com um pensamento de ter a necessidade de uma distribuição de terras igualitária, ou como oportunidade para colonos terem um espaço para plantação e subsistência, mas uma discussão de uma agricultura capitalista. O principal país a pensar este segmento dessa forma, foi a Inglaterra, onde as propriedades de terras eram muito concentradas, o agricultor precisava alugar a terra para comercializar seus produtos para subsistência. A partir de 1760 já era possível notar que a agricultura camponesa havia sido alterada para uma classe de empresários agrícolas, e com o início da Revolução Industrial, mais especificamente acontecida, a princípio, no setor da indústria têxtil, essa transição foi intensificada pelo crescimento da população em função da migração forçada do homem do campo para as grandes cidades. Essa transformação na Europa causou grande oferta de mão-de-obra barata, que de certa maneira permitiu a exploração e o aumento dos negócios que proporcionaram o acúmulo de capital pela burguesia emergente. Esse turbilhão de mudanças estruturais aliado ao desenvolvimento científico, com invenções tecnológicas, o trabalho com a mineração e o uso dos meios de transportes ferroviários e marítimos proporcionaram o início da industrialização no mundo.

A Revolução Industrial não foi marcada apenas por transformações dos mecanismos tecnológicos aplicados à produção, essa mudança consolidou o capitalismo, o trabalho por produtividade, apresentou novos comportamentos sociais, novas formas de acumulação de capital e contribuiu para a divisão da sociedade em duas classes: a burguesia capitalista e o proletariado.

Raymond Williams (2011) faz uma análise dessa transformação que aconteceu na Inglaterra neste período, sobre os modos de vida no campo e na cidade, nos quais não se baseava apenas num passado mais feliz, mas sim na ideia de uma inocência rural, de uma reflexão de mundo onde as pessoas viviam e conviviam no campo com o seu modo de vida, suas identidades, culturas, costumes sem terem a ambição ou a expectativa de encontrar algo melhor na “cidade de pedra”. Havia uma separação ideológica entre os processos de exploração rural, que acabam se dissolvendo na paisagem, e o registro dessa exploração no mercado financeiro, no poder político e nos gastos com a cidade. Williams apontava para a

força que as palavras “Campo” e “Cidade” tinham, e avaliava que ambas estavam direta ou indiretamente ligadas na extração vegetal para subsistência e nas realizações da sociedade humana. Essas duas palavras retratavam a dependência que uma tinha da outra, na qual o alimento que vinha da terra era fundamental para a existência do homem e como consequência para o crescimento de uma cidade. Mas, da mesma forma, era fundamental e necessário ter o homem do campo para produzi-la. A vida rural, a vida do homem do campo, não podia ser desprezada ou tratada apenas como negócio, ela acima de tudo era um modo de vida.

No Brasil, Antonio Cândido (2010) diz que podemos pensar uma sociedade caracterizada pelas necessidades de cada grupo e dessa forma a cultura pode significar a identificação de uma comunidade, com seus costumes e tradições. A vida do homem do campo conservava os elementos de suas origens, como por exemplo, a casa simples feita de palha, sobre paredes de pau a pique, o banheiro na parte externa da casa, a bica d’água utilizada para lavar a roupa, o fogão a lenha usado para preparar a comida. Não havia negociações comerciais, cada um fazia e consumia o seu produto tendo em vista que as condições de vida eram identificadas por uma economia baseada na cooperação, favorecendo assim a criação de bairros. A estrutura da vida no campo consistia no agrupamento de famílias e vizinhos que tinham uma convivência muito próxima e que se auxiliavam nas atividades do dia a dia. Os eventos festivos também eram importantes na vida cultural do homem do campo, porque os vizinhos, quando solicitados para auxílio, eram agraciados com comida, bebida ou até mesmo uma festa ao término do trabalho. Isso porque a lógica não era a do trabalho industrial, não havia racionalização do tempo, o lazer era parte importante da cultura do homem do campo, tanto que era possível observar a suspensão de trabalho nos dias dos Santos protetores. A semana tinha papel importante no lazer, nas relações sociais e comerciais. Nos períodos de menos trabalho e nos finais de semana eram realizadas festas e recreações com familiares e vizinhos. A cultura tradicional do homem do campo foi caracterizada pela estrutura dos agrupamentos de vizinhanças e o equilíbrio instável com o meio, obtido por técnica rudimentar. Num segundo momento, quando passa a acontecer a transformação de uma economia autossuficiente para uma economia capitalista, há sintomas de crise social e cultural. Para o produtor, a agricultura praticada em grandes extensões de terras foi um recurso para ajustar as necessidades de sobrevivência à falta de técnicas capazes de proporcionar rendimento maior da terra.

A possibilidade de empregar mão de obra servil criou uma mudança social entre fazendeiro, pequenos produtores, indígenas e negros. A presença do escravo e do estrangeiro levou a uma recomposição na organização dos bairros, onde os mais ricos abandonaram o sistema de cooperação, marcando assim a diferença crescente entre sítio e fazenda. Como consequência, a cultura tradicional sofreu impactos, tendendo à marginalização, ou seja, tornou-se um sistema de vida dos que não eram incorporados às formas mais desenvolvidas de produção.

A cultura do caipira, como a do primitivo, não foi feita para o progresso: a sua mudança é o seu fim, porque está baseada em tipos tão precários de ajustamento ecológico e social, que a alteração destes provoca a derrocada das formas de cultura por eles condicionada. (CÂNDIDO, 2010, p.96-97)

O homem do campo se preparou para plantar em pequena escala cuja colheita podia ser feita em poucos meses. Dessa forma, esse tipo de apropriação influenciava sobre a atividade agrícola, e assim, sobre a organização social dificultando o progresso técnico.

Daí a estabilização da vida caipira, nos planos biológico e social, em torno de padrões mínimos, que, encerrando o agricultor num círculo fechado, tornavam-se fator pouco favorável ao desenvolvimento de atividade intensa. (CÂNDIDO, 2010, p.102)

Williams também refletia sobre o urbano e a formação da vida nele, onde descrevia o processo de industrialização como espelho da sociedade mecanizada e influenciada por esse novo modo de produção e do outro lado a paisagem no campo e do campo, a qual Williams a considerava “bucólica”, tranquila e sensata, onde as pessoas se relacionavam e conviviam melhor. O campo e a cidade eram definidos como representações sociais, com os valores da família e da tradição muito presentes.

A maioria das pessoas, antes de adquirir qualquer educação literária, aprende a conhecer e dar valor à vida tradicional – bem como a sentir as tensões por ela impostas. Vemos e aprendemos com base no modo como nossas famílias vivem e se sustentam; um mundo de trabalho e costumes locais, e de crenças tão profundamente dissolvidas nas ações cotidianas que de início nem sequer sabemos que são de fato crenças, passíveis de mudança e questionamento. (WILLIAMS, 2011, p.328)

Por meio da literatura, representada aqui entre os séculos XVI e XX, Williams propunha uma reflexão sobre a estrutura da economia inglesa e da vida do homem do campo daquela época. A mudança estrutural provocada pelo capitalismo mostrava que a cidade era naquele momento o centro de realizações e conquistas. O homem urbano era capacitado de conhecimento e saber, rodeado de pessoas para se comunicar. Já o campo deveria ser um lugar para ser apreciado, pela sua

forma natural de vida, pela paz e inocência, mas que não traria ao homem a capacidade de realizações.

Ao pensar na relação entre o campo e a cidade, Raymond Williams afirmava que a vida era móvel e presente, isso porque através da história de uma família e de um povo moviam-se sentimentos e ideais. Williams considerou que “o novo comercialismo estava destruindo a velha estrutura rural e suas virtudes, era a época do cercamento e anexações” (WILLIAMS, 2011, p.25). A mecanização e a industrialização motivaram o novo homem do campo ou o novo empresário rural a pensar somente em lucro e aumento de produtividade. Dessa maneira, fizeram daquele local de paz e tranquilidade uma nova cidade urbana dentro do campo, mas que na realidade, essa busca por maior lucratividade estava tirando a beleza do campo. A diferenciação de classes foi demonstrada ao destacar dois tipos de produção de paisagem: a primeira, a terra preparada para o trabalho; e a segunda, os parques com suas curvas e seu desenho irregular, terra para o consumo do proprietário, sua vista, sua paisagem. As relações amorosas entre homens e mulheres que efetivamente trabalhavam e produziam tudo aquilo que depois era compartilhado, seja lá em que proporções, foram esquecidas, ignoradas eventualmente, até mesmo reprimidas por referência habitual a uma falta de consumo.

O consumo fácil é seguido da queda. E então lembramos que, como efeito da queda, da expulsão do paraíso, o homem, em vez de colher o alimento oferecido por uma natureza pródiga, foi obrigado a ganhar o pão com o suor de seu rosto; a maldição do trabalho passou a ser o destino comum da humanidade. (WILLIAMS, 2011, p.60)

Alguns grupos de agricultores que notaram o início dessa transformação demonstraram resistência a essas mudanças e tentaram evitar que o capitalismo chegasse ao campo. Mas as pressões econômicas foram maiores. “É a expulsão dos pequenos agricultores, o conhecido processo de incorporação e cercamento das terras” (WILLIAMS, 2011, p. 78). Isso ocorreu porque com as mudanças para o capitalismo agrário, os grandes agricultores obtiveram novas técnicas agrícolas que promoveram maior lucratividade, oprimindo, assim, os pequenos proprietários de terras, deixando-os sem condições de sobrevivência. A maioria das cidades daquela época se desenvolveu como um aspecto de ordem agrícola, sendo a sociedade ainda representada por propriedades rurais. As metrópoles funcionavam relacionadas a essa ordem dominante e uma das novas bases, o lucro do mercado, afetava essa relação diretamente. À medida que a cidade ganhava importância, fundamentada no dinheiro, a utilização da

terra era intensificada, conseqüentemente a exploração do homem e da natureza, que tinha lugar no campo, passava a ser concentrada na cidade.

[...] a cidade se alimenta daquilo que o campo a seu redor produz. Isso ela pode fazer graças aos serviços que oferece, em autoridade política, no direito e no comércio, àqueles que comandam a exploração rural, aos quais está normalmente associada por vínculos de necessidade mútua de lucro e poder. Mas então, em pontos marginais, à medida que os processos da cidade vão se tornando até certo ponto autoperpetuantes, e especialmente com a conquista estrangeira e o comércio exterior, surge uma nova base para o contraste entre uma “ordem” e a outra. Os agentes do poder e do lucro tornam-se, por assim dizer, alienados, e em certas situações políticas podem vir a tornar-se dominantes. Acima da rede de exploração há o que pode ser encarado como exploração real do campo como um todo pela cidade como um todo. (WILLIAMS, 2011, p.88)

Os padrões de vida tradicionais do homem do campo demonstram uma resistência diante da nova reorganização das relações. Entretanto a força da nova estrutura impôs uma redefinição dos vínculos de dependência, que incorporam o dia a dia da fazenda e das povoações, afastando-o relativamente das estruturas tradicionais mais características. A pequena propriedade passou a ser sempre relegada para áreas de menor fertilidade natural.

A urbanização ligada ao progresso industrial e abertura de mercados logo chegou nas áreas rurais, provocando ao homem do campo necessidades novas, que contribuíram para intensificar os vínculos com a vida das cidades, destruindo a sua autonomia e ligando-o estreitamente ao ritmo da economia geral.

Doravante, ele compra cada vez mais, desde roupa e os utensílios até alimentos e bugigangas de vários tipos; em consequência, precisa vender cada vez mais. Estabelece-se, desse modo, uma balança onde avultam receita e despesa – elementos que inexistiam na sua vida passada. Por outras palavras, surgem relações compatíveis com a economia moderna, que o vai incorporando à sua esfera. (CÂNDIDO, 2010, p.189)

O crescimento do mercado capitalista provocou uma mudança nas formas coletivas de organização do trabalho, diminuindo as possibilidades de uma sociabilidade mais viva e de uma cultura harmônica do homem do campo. Vivendo numa nova atmosfera, o pequeno produtor é projetado do âmbito comunitário para a esfera da economia regional, individualizando-se. A influência urbana impôs novos hábitos, que contribuíram para a transformação do panorama tecnológico com a entrada de máquinas agrícolas no campo, fazendo com que os produtores passassem a depender mais destes recursos. A incorporação à economia capitalista altera as posições na estrutura tradicional e possibilita a definição de outras, fora dela.

A mulher que vê a possibilidade de escapar ao esforço penoso de pilar arroz começa a achar insuportável esta tarefa e a se sentir diminuída quando a executa, enquanto nas formas retrógradas de vida caipira este e outros esforços mais duros são aceitos sem discussão, visto como não há alternativas. (CÂNDIDO, 2010, p.208-209)

A mudança de vida vai provocando, nos mais velhos, o saudosismo e a lembrança, visto que para plantar não era necessária grande quantidade de terra, mas sim, apenas o espaço para sua própria subsistência.

Ninguém trabalhava alugado, porque para isto havia os cativos; não havia aforante nem colônio: era o “tempo das posse” e todos tinham a sua terra. Era só chegar, tomar conta e pedir para o governo, que concedia área medindo uma légua de frente por três de fundo. Mas depois vieram os fazendeiros ricos e, como a caboclada era ignorante, foram comprando barato de uns, tomando à força de outros. Tinha gente que chegava e ia expulsando os “cuitadinho” a pau e tiro. (CÂNDIDO, 2010, p.226)

No século XVIII não havia mais o camponês, que produzia para sua própria subsistência e que levava a vida no seu tempo, houve uma ruptura na estrutura regular de arrendatários e trabalhadores assalariados, relações sociais próprias do capitalismo agrário. A produção era regulada por meio de um mercado organizado. A propriedade rural deixou de ser geradora de renda e passou a ser vista como uma oportunidade de investimento, que traria lucro maior.

De um lado, temos o melhoramento da terra, do gado, da produção, numa agricultura produtiva. De outro, o melhoramento das casas, parques, paisagens artificiais, que absorvia grande parte do aumento real da riqueza... a revolução agrícola não foi uma revolução, e sim a consolidação, a ascensão, a expansão de uma classe social já existente. (WILLIAMS, 2011, p. 195).

O processo de transformação do rural era controlado pela classe, presente e comercialmente ativa, dos proprietários de terras. A origem do processo de mudança estava no sistema de capitalismo agrário em desenvolvimento que conseguiu transformar o meio de modo produtivo, utilizando o homem e a natureza como instrumento para a realização de um propósito dominante. Era promovido um aumento real de riqueza, mas distribuído de modo desigual. Dessa forma havia sempre um contraste entre o melhoramento da terra e as consequências sociais desse processo, representado pelo crescimento também da pobreza.

A Inglaterra rural, antes da Revolução Industrial e durante esta, estava caracteristicamente exposta à penetração crescente das relações sociais capitalistas e ao domínio do mercado, justamente porque aquelas e este vinham se desenvolvendo e tornando-se poderosos no contexto das estruturas do campo. No final do século XVIII já se pode falar de uma sociedade capitalista organizada, na qual tudo aquilo que acontecia com o mercado, em qualquer lugar, quer na produção industrial, quer na agrícola,

terminava afetando tanto na cidade quanto no campo, como partes de uma mesma crise. (WILLIAMS, 2011, p. 169)

Diante dessa nova realidade, houve um renascimento do sentimento comunitário no século XIX que demonstrou resistência com essa transformação. Comunidades lutavam por seus direitos na divisão de terras da cidade. Em muitas regiões do interior, uma nova forma de comunidade foi desenvolvida em decorrência dessa luta contra os proprietários dominantes. De acordo com Williams (2011), a transição do campo para cidade, de uma sociedade que era rural para uma urbana, foi um processo de transformação significativo. Uma mudança de tradição e cultura, na qual a comunidade rural estava habituada no relacionamento direto, ou seja, dos contatos face a face, valorizando os relacionamentos pessoais e não os comerciais. A Inglaterra do início do século XIX, representada por uma população agrícola, foi vista como ultrapassada e deixada para trás após o começo do desenvolvimento do novo sistema industrial. A pobreza atingida após 1815 foi consequência do capitalismo na agricultura (WILLIAMS, 2011). O pequeno produtor, além de ser uma minoria, passou também a ocupar uma posição marginal. Aqueles que saíram do campo perderam a referência e a identidade. A migração para a indústria foi um processo difícil e doloroso, já aqueles que ficaram no campo, tiveram que se adaptar ao processo industrial rural, que também os obrigou a deixarem para trás os métodos aprendidos por seus antepassados, sem contar com aqueles que perderam seu espaço por conta de grandes agricultores que dominaram os espaços para a produção em grande escala. Essa transformação fez do campo uma cidade urbana a céu aberto, com a pressão exercida pelos proprietários como se fossem os empresários das grandes indústrias. Os agricultores que trabalhavam no campo absorveram o estilo de vida das grandes metrópoles, estressadas e preocupadas com o tempo e a produtividade. Mas diante dessa situação, já no século XX, o campo estava voltando a ser, de modo diferente, um lugar de regeneração física e espiritual. Era uma fuga da cidade e uma apreciação da beleza e tranquilidade do campo, um lugar para se aposentar. Entretanto, o capitalismo foi um processo de ruptura e transformação irreversível que desencadeou problemas urbanos com o crescimento das cidades sem planejamento e do campo pensado como indústria provocando conflitos sociais.

Compreendemos que o homem do campo não se define mais com referência às condições historicamente estabelecidas, mas em comparação com normas e padrões definidos pela vida urbana. Agricultores que tinham uma vida equilibrada,

quando equiparados aos moradores das cidades, cujos bens de consumo e equipamento material são essenciais, passam por uma crise aguda de existência, mas muitos rejeitam as novas condições de vida e permanecem no campo. Entre os que emigram, o ajustamento à situação urbana é difícil, dadas certas condições econômicas mínimas para sobrevivência.

O processo de urbanização se apresentou ao homem do campo impondo um novo ritmo de trabalho, novas relações, o abandono de crenças tradicionais e a individualização do trabalho. Dessa maneira, o pequeno produtor se vê na condição de colono e assalariado, à medida que o latifúndio se refaz como unidade produtiva, superando o parcelamento virtual da parceria e do arrendamento. Então, o homem do campo ou migra para as cidades, ou consegue tornar-se proprietário. Antes, o atraso técnico e a economia de subsistência condicionavam uma sociedade global muito mais homogênea, não havendo discrepâncias essenciais de cultura entre o campo e a cidade. O desenvolvimento da economia baseada na exportação dos gêneros tropicais acentuou a diferenciação dos níveis econômicos, que foram aos poucos gerando fortes distinções de classe e cultura. Quando esse processo cresceu, o homem do campo ficou separado do homem da cidade, vivendo cada um o seu tipo de vida. Mas em seguida, a industrialização, a diferenciação agrícola, a extensão do crédito, a abertura do mercado interno ocasionaram uma nova e mais profunda revolução na estrutura social.

A situação atual é a do caipira entregue aos seus miseráveis recursos, adaptando-se penosamente a uma situação nova e vertiginosa de mudança, por meio de técnicas materiais e sociais que tinham sido elaboradas para uma situação geral desaparecida. Encarada deste ponto de vista, dentro do processo de urbanização e industrialização, a regressão adaptativa, possibilitada pela latência cultural, exprime uma situação da mais revoltante iniquidade. (CÂNDIDO, 2010, p.257)

Podemos dizer que hoje há uma luta constante para quem leva a vida no campo e quer manter as tradições e modos de vida enraizados por seus antepassados. O homem do campo aos poucos está sendo incorporado aos modos de vida das cidades urbanas, com inserção na industrialização, mecanização e com a promessa de um ideal de modernização, que não necessariamente é a vontade do homem do campo.

## 2.1 O campo e a cidade na América Latina: o ideal de modernização

Assim como aconteceu na Inglaterra e influenciada pelos europeus, a industrialização chegou à América Latina a partir de 1930, onde foi possível constatar também o rompimento das formações nacionais a partir de disputas internas realizadas pelas novas metrópoles. De acordo com Martín-Barbero:

A possibilidade de “formar nações” no sentido *moderno* do termo passará pelo estabelecimento de mercados nacionais, e estes, por sua vez, serão possíveis em virtude de seu ajuste às necessidades e exigências do mercado internacional. Esse modo depende de acesso à modernidade, contudo, tornará visível não só o “desenvolvimento desigual”, a desigualdade em que se apoia o desenvolvimento do capitalismo, mas também a “descontinuidade simultânea” a partir da qual a América Latina vive e leva a cabo sua modernidade. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.217, grifo do autor)

Isso porque houve uma diferença de tempo dos países latinos em se tornarem nações e se consolidarem como Estados tendo autonomia nas organizações políticas, sociais e ideológicas. Essa independência ocorreu com o crescimento demográfico, a migração do campo para a cidade e a chegada de imigrantes europeus. O surgimento da burguesia que controlava os negócios e a política promoveu mudanças na economia e no modo de vida dos países latino americanos. Inicialmente era um projeto de construção de nação moderna, baseado no modelo europeu com objetivo de sustentar a estrutura do poder interno baseando-se na industrialização. Mas tendo em vista a diferença cultural existente na América Latina que sempre contou com a miscigenação grande entre índios, negros, brancos e pardos, ocorreu também, segundo Martín-Barbero (2009), o início de um novo projeto nacionalista, baseado na ideia de uma cultura nacional, na qual diferentes culturas étnicas e regionais seriam expressões fortes, incorporando o povo e levando-o ao sentimento nacionalista, o que originou as lutas regionais e federais na busca de uma nação mais justa e igual.

Dessa forma, aconteceu um tensionamento entre aqueles que buscavam o progresso por meio da industrialização para a conquista de uma suposta civilização e aqueles que pretendiam conciliar o novo momento do país com as pessoas que já faziam parte daquele lugar, ou seja, propunham uma adaptação econômica e cultural. No Brasil, de acordo com Squeff (apud MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 222), “nossa modernidade só poderia ser alcançada a partir da tradução de nossa matéria-prima em expressão que pudesse encontrar reconhecimento no exterior”.

Todos tinham o desejo de se tornarem nações independentes para obter uma identidade, mas para isso esbarrava-se na ideia de modernização dos países hegemônicos. Só dessa maneira as ações eram avaliadas e validadas, a estrutura política utilizada foi configurada no centralismo assumido pelo Estado. O pensamento de indústria desenvolvido nos países capitalistas foi na América Latina uma característica do Estado, principalmente nos períodos de crescimento. Entretanto, também ocorreu nos países latinos americanos um processo de reforçar a identidade do povo, com o objetivo de mostrar aos estrangeiros a diferença cultural existentes na América, como a originalidade e o folclore de cada país. A manutenção do poder pelo Estado não seria possível se este não atendesse as reivindicações das massas urbanas. Segundo Martín-Barbero:

O populismo será então a *forma* de um Estado que diz fundar sua legitimidade na ascensão das aspirações populares e que , mais do que uma estratégia *a partir* do poder, resulta como uma organização *do* poder que dá forma ao compromisso entre massas e Estado [...] A migração e as novas fontes e modos de trabalho trazem consigo a *hibridação* das classes populares, uma nova forma de se fazerem presentes na cidade. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.224, grifos do autor).

Os anos de 1930 foram um período de transformação entre o campo e a cidade. Com a imposição política e econômica do Estado para a implantação da industrialização, os camponeses foram mudando para a cidade com a promessa de uma vida melhor. Foram provocadas mudanças na forma de vida, na fisionomia da cidade e no crescimento das classes populares, nas quais foi possível notar uma força maior na negação do modo de produção capitalista. Inicialmente, esse homem do campo foi marginalizado e desprezado por não saber se comportar como aqueles que já viviam no meio urbano, sendo um processo de adaptação, onde culturas diferentes se defrontaram.

Essa massa<sup>2</sup> que se instalava não encontrava lugar na política e nas classes trabalhadoras. O número de pessoas inchou a cidade, que dessa forma começou a perder o controle. A massa mais pobre dispersou-se para a periferia criando as vilas, os cortiços e a favela. Começava aí a ruptura das formas de urbanização. Essas pessoas queriam os benefícios prometidos na cidade grande.

---

<sup>2</sup> Massa é uma forma de desenvolvimento do capitalismo, onde os desejos e os interesses de vida dos indivíduos são produzidos em massa. Este conceito foi definido pelos sociólogos Theodor Adorno e Max Horkheimer (2002), na Escola de Frankfurt.

As massas queriam trabalho, saúde, educação e diversão. Mas não podiam reivindicar seu direito a esses bens sem massificar tudo. Revolução das expectativas, a massificação revelava seu paradoxo: era na integração que residia a subversão. A massificação era de uma só vez, com a mesma força, a integração das classes populares à “sociedade” e a aceitação por parte desta do direito das massas, ou seja, de todos, aos bens e serviços que até então tinham sido privilégio de poucos. E isto a sociedade não podia aceitar sem ao mesmo tempo transformar-se profundamente. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.226)

A ideia de moderno se associava a valores como progresso e civilização, era uma vontade de reconhecimento das classes dominantes. A classe média sofria com o desejo de ser classe alta e ter que conviver com as massas; já a classe popular, diante das condições de vida e sobrevivência, trouxe o acesso aos bens culturais, uma nova cultura, a cultura de massa, na qual ela se identificava e se encontrava. A música, novelas de rádio e cinema, eram algumas das formas de se expressar.

A presença da massa, entretanto, representou um fato político novo, que provocou o aparecimento de uma nova ideologia e tendência. Entre 1930 e 1960, a massa foi utilizada como estratégia política. No Brasil, Getúlio Vargas abraçou esta causa e conduziu o país ao “Estado Novo”. O crescimento industrial, a dificuldade do governo em tomar decisões, as pressões das massas, foram substituídos por um acerto político entre as massas e o Estado, dando origem ao populismo.

O governo de Vargas não erradicou as elites oligárquicas, mas redimensionou a balança do poder político. Nesse sentido a revolução é um dado importante na formação do Estado nacional, uma vez que abre espaço para um projeto político e atribui à elite dominante (oligárquica e moderna) um papel fundamental no encaminhamento das propostas que se buscava implementar. Este processo de unificação política, porém, dificilmente poderia ser confundido com uma integração cultural nos moldes de uma sociedade de massa. (ORTIZ, 2009, p.50)

No México, o presidente Lázaro Cárdenas retomou os objetivos da Revolução e devolveu às massas o papel de protagonista da política nacional. Na Argentina, as massas tiraram Perón da prisão e o elegeram presidente, iniciando também um governo populista. É nítido ver que a política se apropriou do fortalecimento da massa para usá-la para governar. O objetivo aqui não é mostrar as consequências políticas que o populismo trouxe para os países da América Latina, e sim dar um panorama do que aconteceu historicamente. É importante ressaltar o modo pelo qual as massas latino-americanas se fizeram presentes no cenário político, econômico e social através de reivindicações e na construção de uma cultura nacional, onde o rádio e o cinema tiveram papéis fundamentais para essas tradições populares e a inserção da massa no contexto social do país, principalmente aqueles não letrados. Por essas mediações

que as massas foram capazes de se fazerem visíveis socialmente “[...] sua capacidade de se apresentarem como porta-vozes da interpelação que a partir do populismo convertia as massas em povo e o povo em Nação” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 233). O mesmo pensamento tem Renato Ortiz:

O que se buscava, pois, através da cultura popular, era levar às classes populares uma consciência crítica dos problemas sociais. Movimento que caminhava ao lado da questão nacional, pois, de acordo com o pensamento dominante, a “autêntica” cultura brasileira se exprimiria na sua relação com povo-nação. (ORTIZ, 2009, p. 162).

Para Edgar Morin (apud MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 235) “o cinema foi até 1950 o meio que estruturou a cultura de massa, ora, é isto que caracteriza de modo muito especial para a cultura latino-americana”. O cinema foi capaz de fazer as pessoas se reconhecerem nas histórias contadas, seja através dos heróis, da realidade familiar ou dos demais gêneros, como o drama, o suspense ou até mesmo o erotismo. O rádio trouxe os programas populares, a radionovela, o futebol e a música.

Mas mesmo quando se fala da importância que os meios de comunicação tiveram na inserção das massas, conseguimos ver o tensionamento que ocorreu para que a música tivesse o reconhecimento nacional. Para ser urbana, ela teve que atravessar barreiras ideológicas. A música precisou mostrar a beleza de sua origem, sua autenticidade vinda do meio rural, que trazia o ranço do atrasado. A outra barreira se deparava com os intelectuais que consideravam cultura como arte, uma arte que se distanciava de manifestações populares.

A imprensa também teve sua contribuição para a inserção da população mais simples no cenário nacional, através dos jornais chamados de esquerda e o surgimento dos jornais sensacionalistas. Esses periódicos também tinham como objetivo, numa linguagem bem popular, educar, elevar a consciência política e representar essa massa diante do Estado. A mudança da imprensa de esquerda se dá nas temáticas nacionais.

O sensacionalismo delineia então a questão dos rastros, das marcas deixadas no discurso da imprensa por uma outra matriz cultural, simbólico-dramática, a partir da qual são modeladas várias das práticas e formas da cultura popular. Uma matriz que não opera por conceitos e generalizações, mas sim por imagens e situações; excluídas do mundo da educação oficial e da política séria, ela sobrevive no mundo da indústria cultural, onde permanece como um poderoso dispositivo interpelação do popular. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.249)

Durante a década de 1960 o Brasil passou por um período turbulento com a Ditadura Militar. Em 1961, o então presidente Jânio Quadros renunciou ao cargo e o vice-presidente, João Goulart, assumiu o poder com a condição de implantar o parlamentarismo no país, diminuindo os poderes do presidente. De acordo com Contreiras (2005), os militares ainda tinham um sentimento antigetulista, que havia sido estimulado pela União Democrática Nacional. Jango defendia a mobilização sindical, redistribuição da renda e a reforma agrária, entre outras questões. As elites, descontentes com a política governamental vigente, decidiram criar o Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais, que acabou se tornando um modo de resistência ao governo Goulart.

No acordo que ocorreu para instalar o regime parlamentarista no Brasil, ficou acertado que um novo regime seria definido em 1963 a partir de um referendo. O plebiscito aprovou o retorno do presidencialismo, o que provocou a divisão entre os partidos chamados de esquerda e direita. Já parte dos militares defendia a tomada do poder pela força. O presidente João Goulart, nesse momento, começa a perder o apoio popular em função da alta na inflação, mesmo ele liderando outras iniciativas consideradas populares na época, como a reforma agrária. Os militares se aproveitaram desse momento para reivindicar autonomia para disputar eleições e exercer mandato parlamentar. Dessa maneira, Jango nomeou Castelo Branco para chefia do Estado Maior das Forças Armadas.

No dia 31 de março de 1964, um golpe militar foi deflagrado contra o governo de João Goulart. Não houve resistência por parte do governo e nem do próprio Jango, que decidiu não enfrentar os golpistas e seguiu para o Uruguai, onde se exilou. Em seguida foi organizado um novo comando, composto por três membros: o brigadeiro Francisco de Assis Correia de Melo, da Aeronáutica, o vice-almirante Augusto Rademaker, da Marinha e o general Artur da Costa e Silva, representante do Exército. Uma violenta repressão atingiu os setores politicamente à esquerda nos primeiros dias após o golpe, como a União Nacional dos Estudantes, as Ligas Camponesas, grupos católicos como a Juventude Universitária Católica e a Ação Popular. O governo estava convencido de que as Ligas Camponesas estavam infiltradas de comunistas. A estrutura dos sindicatos rurais foi remodelada e submetida à jurisdição das Consolidações das Leis do Trabalho (CLT), ficando o movimento rural independente sob o controle corporativo do Ministério do Trabalho. O comando baixou um "Ato Institucional", que tinha como objetivo justificar os atos

de exceção que se seguiram, essencialmente suspendendo os direitos políticos de milhares de pessoas. Também muitos parlamentares tiveram seus mandatos cassados e funcionários públicos civis e militares foram demitidos ou aposentados. Entretanto, o golpe militar foi apoiado por importantes setores da sociedade brasileira, que estimularam a intervenção militar para evitar que a esquerda assumisse o poder e tentasse, assim, controlar a crise na economia. Empresários, jornalistas, líderes rurais, representantes da Igreja Católica, entre outros, se uniram em prol do golpe. Os meios de comunicação, como o rádio e a televisão, foram utilizados de forma hegemônica e dominante pelo Estado, como um instrumento ideológico para a divulgação desse tal desenvolvimento. O rádio por ter um alcance maior, trabalhava como educador, dirigido para adequação técnica dos modos de trabalho rural para uma transformação aos avanços tecnológicos e aos benefícios do consumo. A televisão, por sua vez, unificou a demanda, constituindo-se num discurso para de massa, desenvolvendo uma tendência de absorção das diferenças. O desenvolvimento dessas novas tecnologias impôs um desafio para manter a identidade e a memória de um povo, afinal, as tecnologias trabalhavam com a materialização da racionalidade, de um modelo de poder. O Estado reconheceu que a cultura envolve uma relação de poder e, dessa forma, passou a ser um incentivador das atividades culturais. Uma mostra disso foi a colaboração do governo para a expansão de grupos privados na comunicação e para a modernização das telecomunicações.

O golpe militar também foi recebido com satisfação pelo governo dos Estados Unidos, ao ver que o Brasil não seguia os mesmos passos de Cuba, onde a guerrilha comandada por Fidel Castro havia tomado o poder. O argumento dos golpistas era que a segurança do país e o Capitalismo vigente não viriam dos exércitos estrangeiros, mas sim de dentro do próprio país, que procurariam implantar o comunismo pela via revolucionária. Essa visão de mundo estava na base da chamada "Doutrina de Segurança Nacional".

A Doutrina de Segurança Nacional e Desenvolvimento vem a ser uma acabada *Weltanschauung*, ou "cosmovisão". Seu caráter totalizador conduz a uma dinâmica de controle absoluto, à busca de absoluta segurança. Em nome do anticomunismo, a Doutrina de Segurança Nacional, com sua ênfase na segurança interna, leva inexoravelmente ao abuso de poder, a prisões arbitrárias à tortura e à supressão de toda liberdade de expressão. (ALVES, 1989, p.27)

Não havia um projeto de governo definido, apenas uma promessa de retomada do crescimento econômico. Em 1967, o governo militar impôs uma nova Constituição<sup>3</sup> para o país que institucionaliza o regime militar e suas formas de atuação. Neste mesmo ano o general Arthur da Costa e Silva assumiu a presidência após ser eleito indiretamente pelo Congresso Nacional. Seu governo foi marcado por protestos e manifestações sociais. Quase dois anos depois, em dezembro de 1968, para conter os protestos, o governo decretou o Ato Institucional Número 5 (AI-5), no qual aposentou juízes, cassou mandatos, acabou com as garantias do habeas-corpus e aumentou a repressão militar e policial.

Em agosto de 1969, após ficar doente, Costa e Silva foi substituído por uma junta militar, também chamado de “triumvirato composto”, formada pelos ministros Aurélio de Lira Tavares (Exército), Augusto Rademaker (Marinha) e Márcio de Sousa e Melo (Aeronáutica). Assim, naquele ano, a Junta Militar escolheu um novo presidente, o general Emílio Médici, que adotou uma forte política de repressão. Todas as formas de expressão foram censuradas. O Destacamento de Operações e Informações e ao Centro de Operações de Defesa Interna, conhecido como DOI-Codi, atuou como centro de investigação e repressão dos militares.

Economicamente o país apresentava um rápido crescimento, passando por um momento que ficou conhecido com o período do *Milagre Econômico*. O Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro crescia a uma taxa de quase 12% ao ano, enquanto a inflação chegava aos 18%. Com investimentos internos e empréstimos do exterior, o país cresceu e gerou milhões de empregos. Naquele período aconteceu uma grande transformação na agricultura, provocada pela adoção de incentivos, como o crédito rural subsidiado, o armazenamento das colheitas, a assistência técnica, a extensão rural, o seguro agropecuário, a criação do “Programa de Assistência ao Trabalhador Rural”, e a consolidação dos direitos trabalhistas do trabalhador rural. Na liberação de recursos para o setor rural, o Banco do Brasil operava sem limitação orçamentária, além do incentivo para o deslocamento de agricultores das regiões Sul e Sudeste para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, em busca de novas oportunidades. Uma série de mecanismos de controle foi criada para limitar a participação política e fazer valer severamente os padrões hierárquicos, de modo a assegurar a predominância dos pontos de vista dos oficiais detentores do poder.

---

<sup>3</sup> A Constituição da República Federativa do Brasil de 1967 foi promulgada em 24 de janeiro de 1967 e pode ser encontrada em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao67.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao67.htm).

Uma reforma bancária foi feita com a criação do Banco Central e do Conselho Monetário Nacional. Os anos de 1968 a 1973 apresentaram um grande crescimento do PIB e da produção industrial. O país foi beneficiado pelo desenvolvimento do comércio mundial e a agricultura teve um crescimento histórico, atingindo a média anual de 4,7%, que no período anterior, entre 1962 e 1967, era de apenas 1,7% ao ano. Entretanto, as questões sociais foram prejudicadas por causa do aumento da concentração de renda e a queda do bem-estar social. A transformação do modelo de produção da agricultura brasileira aconteceu com a derrota do movimento pela reforma agrária. Era uma resposta à política agrícola dominada pela prioridade à valorização cafeeira e ao regime cambial dos anos 1950. Foi com a articulação, pelo Estado, do Sistema Nacional de Crédito Rural, a partir de 1965, que ocorreu a mudança das políticas agrícolas para a diversificação da produção. O consumo de capital e tecnologia, como insumos, sementes e máquinas agrícolas, vindas de fora do país, era o modelo adotado naquela época. Tudo isso era facilitado pelo acesso ao crédito rural. Mas, essa ajuda ao produtor, que recebeu fortes investimentos, tendo sido estimulado pelo governo durante os anos de 1970, perdeu espaço na década seguinte, com o avanço da inflação.

A recessão da economia brasileira fez com que o governo perdesse a capacidade de aumentar o investimento de recursos públicos na agricultura. O processo de integração técnica da agricultura com a indústria foi muito impulsionado pela modernização da indústria processadora de produtos rurais, que junto com o setor produtivo agrícola, a indústria de bens de capital e os serviços de apoio, constituíram grandes complexos interligados. Para Delgado (2012):

[...] a organização das empresas rurais, assim como suas ligações com o setor industrial, comercial, bancário e de serviços em geral, ampliou em muito o grau de inserção do capital agrário, permitindo antever, já no ano de 1980, um grau de concentração da produção tal que obtêm-se um indicador expressivo de 18,72% do valor total da produção agropecuária e florestal nacional concentrado em pouco mais de cinquenta unidades centralizadoras do capital no campo. (DELGADO, 2012, p. 18)

Com o crescimento da agricultura de exportação, a produção de alimentos e de matérias-primas direcionadas ao mercado interno diminuiu, gerando assim pressões sobre os preços. A partir de 1973, as tensões inflacionárias cresceram bastante. O governo Geisel foi marcado por instabilidades econômicas, graves desequilíbrios externos e internos e queda nos investimentos.

O agravamento das consequências da modernização da agricultura, o esgotamento da política de crédito rural subsidiado e a conjuntura política de mobilização pela redemocratização do país possibilitaram um cenário político-social favorável à reforma agrária. A presença de mediadores sociais associados à questão fundiária teve início nos anos 70, com a atuação da Igreja Católica e, posteriormente, com o movimento sindical, ganhando corpo no final da década de 80, num processo que levou a uma politização dos conflitos fundiários em prol da reforma agrária, culminando com as ocupações de áreas improdutivas. [...] A partir do final dos anos 80, o MST passou a ter também uma participação importante no processo de luta pela terra. (LEITE et al, 2004, p.50)

Mas, esse crescimento provocou custos altíssimos. Os empréstimos estrangeiros geraram uma elevada dívida externa para os padrões econômicos do país. Em 1974 o general Ernesto Geisel assumiu a presidência e iniciou o processo de transição para a democracia. Os militares, descontentes com o andamento do governo Geisel, começaram a promover ataques clandestinos aos integrantes da esquerda.

Em 1978, Geisel acaba com o AI-5, restaura o *habeas-corpus* e abre caminho para a volta da democracia no Brasil. O crescimento do MDB nas eleições em 1978 acelerou o processo de redemocratização. O general João Baptista Figueiredo decretou a Lei da Anistia, concedendo o direito de retorno ao Brasil para os políticos, artistas e demais brasileiros exilados e condenados por crimes políticos. O governo do general Figueiredo foi marcado por investimentos nos setores de energia, com a substituição de importações de insumos básicos e nas atividades voltadas para a exportação, principalmente a agricultura. Em 1984, o PIB brasileiro havia crescido 5,4%, a produção agrícola 7,9%, com um grande aumento na produção de alimentos para o mercado interno.

Até meados dos anos oitenta, a agricultura experimentou um período de contínua intervenção governamental dentro de um modelo de desenvolvimento onde o Estado participava como concentrador da poupança doméstica, como controlador direto das empresas de serviços de infraestrutura e de algumas indústrias de base, como a petroquímica, um modelo de substituição de importações. Coube ao setor agrícola cumprir funções típicas deste modelo de desenvolvimento como gerar divisas com câmbio sobrevalorizado, liberar mão de obra para o setor urbano mantendo uma oferta de alimentos de baixo custo, ou seja viabilizando um nível de salário real baixo nos centros industriais emergentes. (DIAS; AMARAL, 2001, p.07)

Segundo Leme (2014), a agricultura brasileira se ajustou às várias restrições que enfrentou nas décadas de 1980 e novos modelos de trabalho foram adaptados ao sistema, ligados ao aumento na produtividade e redução de custos.

Em 1982, o país passou por uma crise cambial muito grave e a participação do setor agrícola e das cadeias agroindustriais foram fundamentais para ajudar o

Brasil a passar por essa dificuldade. As exportações de mercadorias foram essenciais na geração de saldo do comércio exterior.

De acordo com Araújo:

A concepção de sistemas agroindustriais ou de cadeias produtivas, ou de cadeias de valor, visualiza o agronegócio de forma integrada e inter-relacionada entre os diversos agentes que o compõem, bem como as atividades efetuadas entre si. (ARAÚJO, 2013, p. 32)

Dias e Amaral (2001) afirmam que a partir de 1987 a renda dos agricultores cresceu cerca de 30%. Com a estabilização e a consolidação do processo de abertura do mercado externo e a integração do Mercosul a partir da década de 1990, surgiu a indicação de que a margem comercial seria reduzida a um novo patamar. A abertura da economia brasileira se intensificou a partir de 1990 no governo do presidente Fernando Collor de Mello, provocando uma grande reestruturação industrial no Brasil, trazendo benefícios aos consumidores pela maior disponibilidade de bens e serviços, com melhoria de preços e tecnologia. De acordo com Rego e Marques:

O BNDES também teve papel fundamental nesse processo. No final dos anos 1980 e início dos 1990, definiu um modelo de desenvolvimento denominado integração competitiva, baseado nos conceitos de competitividade e produtividade, desvinculado de políticas setoriais. As novas linhas de financiamento eram direcionadas às indústrias que apresentassem resultados em termos de competitividade, como programas de qualidade total e aprimoramento de tecnologia e de mão-de-obra. (REGO; MARQUES, 2006, p.125)

O governo priorizou os investimentos na modernização da estrutura produtiva, melhoramento tecnológico, substituição de unidades produtivas antigas e introdução de novos produtos. Mais da metade do total de investimento previsto se concentrava na produção de automóveis, como caminhões, tratores, máquinas agrícolas e equipamentos de terraplanagem.

Os efeitos da expansão do pensamento urbano sobre o desenvolvimento da agricultura brasileira, provocada pelo processo de trabalho e da produção do capital intensificado pelos mecanismos da globalização, resultaram na tendência à transformação das condições de vida no campo. A adaptação do agricultor familiar ao processo de modernização, com avançadas técnicas, gerou uma ruptura com o modelo produtivo da década de 1980.

Em 1984, políticos de oposição, artistas, jogadores de futebol e milhões de brasileiros participam do movimento das "Diretas Já". Um ano depois o deputado Tancredo Neves era escolhido, por voto indireto, o novo presidente da República,

entretanto uma doença, que posteriormente provocou a morte de Tancredo o impossibilitou de assumir o cargo. O então, vice-presidente, José Sarney tomou posse na Presidência da República. Era o fim do regime militar.

Nos anos 2000, o cenário econômico na agricultura brasileira mudou. O investimento e o desenvolvimento da agricultura “moderna” aconteceram com o aproveitamento de tecnologias desenvolvidas pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), e pelo complexo agroindustrial. Os avanços alcançados com base em técnicas de produção transformaram a área rural em dupla função dentro do processo econômico-social. Assim, além de fornecedora de matéria-prima, a agricultura passou também a ser consumidora de mercadorias do setor industrial como o de máquinas e implementos agrícolas, fertilizantes, defensivos e toda uma gama de produtos necessários para sua exploração.

De acordo com González (2007), a instalação de parques industriais de produção de máquinas e insumos permitiu ao agricultor depender do capital investido na própria atividade agrícola. O complexo agroindustrial baseado em incrementos tecnológicos foi um dos motivos pelo qual o agronegócio brasileiro vem conquistando lugar de destaque na economia nacional.

Em 2004, segundo dados do Departamento das Indústrias Intensivas em Mão-de-Obra e Recursos Naturais da Secretaria de Desenvolvimento da Produção, o Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio brasileiro foi de R\$ 533,98 bilhões, o que representou 34% do PIB nacional. O agronegócio também foi responsável 43% das exportações totais do Brasil, empregando um terço da população economicamente ativa.

A tecnologia era instrumento para melhorar as condições de vida das famílias rurais. Também foram criadas pelo governo equipes de extensionistas e agrônomos que davam suporte às atividades exercidas pelos agricultores. Com a industrialização da agricultura é iniciado também um processo de urbanização do meio rural. O homem do campo implementou atividades antes restritas ao setor urbano como trabalhos administrativos e financiamentos.

A agricultura a partir do ano 2000 também foi impulsionada por uma política de créditos facilitados e pelo desenvolvimento urbano-industrial. As alterações na estrutura de produção do agronegócio propiciaram o favorecimento de produtos para exportação. O Plano-Safra anunciado naquele ano pelo Governo Federal tinha como objetivo principal orientar o produtor sobre os mecanismos de política agrícola

colocados à sua disposição para ajudá-lo a tomar a melhor decisão no momento do plantio. O Sistema de Financiamento Agrícola previa o acréscimo de R\$ 2,7 bilhões para recursos programados para o ano-safra 2000/2001, com juros fixos de 8,75% ao ano, em relação ao volume programado para o ano-safra 1999/2000. Na divulgação, havia o aumento de R\$ 78 milhões para R\$ 200 milhões o total de recursos, equalizados pelo Tesouro Nacional. Para a modernização da atividade agropecuária, o governo aplicou R\$ 670 milhões, durante o ano safra, nos programas de financiamento à pecuária (MAPA, 2013).

De acordo com dados do Ministério da Agricultura, a ocupação de novas áreas no Brasil, como o deslocamento da produção de lavouras e da pecuária para novas regiões do Norte, Centro-Oeste e Nordeste, foi outro fator que proporcionou aumento da produtividade da agricultura no país. A expansão da produção de grãos nos últimos 37 anos teve uma contribuição do Centro-Oeste de cerca de 120% (MAPA, 2013).

A agricultura e a pecuária vêm ao longo dos anos mostrando a sua importância no cenário nacional e mundial. O Brasil tem 388 milhões de hectares de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade, dos quais 90 milhões ainda não foram exploradas. O país possui um clima diversificado, chuvas regulares, energia solar abundante e quase 13% de toda a água doce disponível no planeta (LOURENÇO, 2008). Esses fatores fazem do país um ótimo lugar para a agropecuária e todos os negócios associados às cadeias produtivas. O agronegócio é hoje a principal locomotiva da economia brasileira e responde por um em cada três reais gerados no país. (MAPA, 2013).

O cenário atual [2014] aponta para a possibilidade de o Brasil ser o maior país agrícola em dez anos. O agronegócio representa no mundo U\$\$ 10,7 trilhões/ano e apresenta taxa de crescimento em torno de 1,5% ao ano, devendo atingir US\$ 13,5 trilhões em 2025. No Brasil, o agronegócio representa 22% do PIB, segundo o Ministério da Agricultura. A maior parte deste valor se refere a negócios fora das fazendas, abrangendo o suprimento de insumos, o beneficiamento e processamento das matérias-primas e a distribuição dos produtos (STEFANELO, 2002). Estes são pontos que reforçam a importância do agronegócio no Brasil, sem contar com a boa competitividade, uso de alta tecnologia e um grande gerador de empregos e riquezas para o país.

Durante séculos, como já abordamos anteriormente, o Brasil foi um país predominantemente agrícola, com as exportações caracterizadas em produtos da extração da agricultura, como açúcar, café, cacau, fumo e borracha. Desde o final dos anos 1990, o país se tornou um dos líderes mundiais na produção e exportação de vários produtos agropecuários, tais como: café, açúcar, etanol, suco de laranja e carnes (frango, suína e bovina). Além disso, lidera o *ranking* das vendas externas do complexo soja (grão, farelo e óleo), ultrapassando os principais concorrentes, como Estados Unidos e Austrália. No início de 2010, um em cada quatro produtos do agronegócio em circulação no mundo eram brasileiros. A projeção do Ministério da Agricultura é que, até 2030, um terço dos produtos comercializados sejam do Brasil, em função da crescente demanda dos países asiáticos (MAPA, 2013). Segundo Araújo:

O agronegócio brasileiro tem grande importância na balança comercial, participando com mais de 36% da pauta de exportações e sendo altamente superavitário, de modo a contribuir sensivelmente para evitar os déficits comerciais do Brasil. (ARAÚJO, 2013, p. 23)

Na comunicação, grandes conglomerados midiáticos passaram a controlar os meios de comunicação e a cultura popular de massa. Não podemos deixar de mencionar que essa cultura popular de massa é um produto da sociedade moderna, mas a ideia da indústria cultural é um processo hegemônico. Dessa forma, a cultura foi um espaço de luta e distinção social, e que deveria ser combatida diante da lógica comercial que era dominante e determinou o espaço sobre as formas de manifestação cultural. A noção de nacional foi mudada com o fortalecimento de um mercado de bens culturais. Houve um crescimento do mercado regional e dessa forma uma expansão de veículos de comunicação pelo Brasil com o objetivo de explorar a cultura de cada região. Renato Ortiz chamou atenção para esse interesse quando se falou na expansão da rede nacional que foi feita por meio da valorização regional:

O “toque local” dá um colorido folclórico, quando se apropria dos ‘costumes gaúchos’ que em princípio constituiriam a identidade regional [...] a implantação da Rede Regional de Televisão foi uma forma de impedir que o homem do campo ficasse alienado do meio em que vive, produzindo-se localmente programas que abordassem temas sobre a vida da comunidade-pólo. (ORTIZ, 2009, p. 166)

Com a abertura das emissoras locais, as empresas de comunicação passaram a explorar regionalmente as diversidades de hábitos e de gostos que faziam parte da história das pessoas através de uma programação local. Eram produzidos conteúdos que abordavam temas sobre a vida da comunidade. Esta atitude impedia que o homem do campo ficasse alienado do meio em que vivia. Esta

ideia de uma programação local veio causar um tensionamento com a proposta de uma programação nacional para a consolidação de um mercado de bens culturais. As emissoras perceberam a força da regionalização e aceitaram realizar produções locais e tradicionais como, por exemplo, no sul do país, com a exibição de peças folclóricas e bailes tradicionais. Em Minas Gerais, foram criados programas culinários e que retratavam a arquitetura barroca. Diante da força cultural a TV Globo e o Grupo Bandeirantes de Comunicação vislumbram um programa nacional com informações regionais para o homem do campo. Foram criados, assim, o Globo Rural e o Jornal Terraviva, que veremos detalhadamente mais adiante.

### 3 AS PEQUENAS PROPRIEDADES RURAIS E OS CONFLITOS DE TERRA NO BRASIL

É importante ressaltar que nosso objeto de estudo se refere a três programas de televisão que são destinados ao segmento rural. Dessa maneira, acreditamos ser importante mostrar que grande parte das reportagens exibidas por esses programas se baseia nas culturas agrícolas que foram e são responsáveis por parte do desenvolvimento do país. Diante disso, vamos mostrar as transformações da agricultura e pecuária que aconteceram no Brasil.

Uma mudança no conceito de residências rurais começou a surgir no século XIX. Foi o processo de divisões da propriedade fundiária rural e o aparecimento da pequena propriedade, quase ausente no passado. Segundo Prado Júnior:

Nos primeiros séculos da colonização, não havia lugar senão excepcionalmente para esse tipo de propriedade numa economia como a nossa, voltada exclusivamente para a exploração em larga escala de produtos de alto valor comercial como o açúcar, o algodão, o café, a borracha, o cacau; e assente no trabalho de escravos ou semi-escravos que formavam a massa camponesa do país. As condições econômicas fundamentais do país e a estrutura social que sobre elas se constituía, tornavam evidentemente inviável uma organização agrária democrática e de larga repartição da propriedade fundiária. E assim a pequena propriedade, quando aparece, é apenas excepcional e ocasionalmente. (PRADO JÚNIOR, 1972, p. 249)

O crescimento do adensamento populacional, as crises atravessadas nas diferentes culturas produzidas no país e a mudança do regime servil foram alguns dos fatores que influenciaram o surgimento das pequenas propriedades.

Mas o fator imediato e mais importante que inicialmente condicionará o estabelecimento e progresso desse novo tipo de organização agrária, será a grande imigração europeia, reforçada pela asiática (japoneses). A ambição pela posse da terra forma nesses imigrantes um impulso muito poderoso, e constitui ela com certeza um dos mais fortes senão o mais forte estímulo que os leva a abandonarem sua pátria onde tal oportunidade lhes é negada. (PRADO JÚNIOR, 1972, p. 249)

Grande parte dessas pequenas propriedades foi difundida em terras já não tão férteis, deixadas pelas grandes lavouras, geralmente utilizadas para a produção de café.

A substituição do trabalho escravo pelo livre implicou à grande propriedade problemas graves que ameaçaram a sua solidez. Provocou instabilidade da mão-de-obra ao introduzir nas relações de trabalho um estado permanente de conflitos que enfraqueceram a antiga posição dominadora do grande proprietário. Houve a

necessidade de concorrer com um mercado livre de trabalho, por melhores salários e condições de vida do trabalhador.

Este processo de substituição da grande pela pequena e média propriedade, será uma das grandes forças com que contará o Brasil para remodelar a sua estrutura econômica e partir de uma outra base para uma nova etapa do desenvolvimento de suas forças produtivas. (PRADO JÚNIOR, 1972, p. 215)

Um dos grandes estímulos para a pequena propriedade foi a formação de aglomeração urbana e industrial, que necessitava de verduras, frutas, aves e ovos para seu abastecimento. Essa agricultura especializada não era possível em grande escala e tão pouco atraente para o grande produtor. Mas, com a crise do café, grandes propriedades foram divididas em lotes e negociadas a custo acessível aos trabalhadores rurais, o que representou a solução para as dificuldades financeiras dos grandes proprietários e também o crescimento da chamada pequena produção ou produção em baixa escala.

Outra condição de trabalho que apareceu foi o arrendamento de terra, que seria o aluguel da propriedade. O local de produção foi um elemento que serviu para crescer e multiplicar as forças produtivas. Depois de se apropriar da terra, o posseiro queria que seu produto fosse comercializado por um bom preço. Quando o governo intervinha na economia e fixava preços mínimos, ele queria a garantia desses preços para pelo menos obter um lucro mínimo para viver na sua propriedade. Quando o posseiro perdia a terra para um grileiro por não poder pagar suas dívidas, a sua luta pela terra recomeçava. Para levar essas lutas, os trabalhadores se organizaram em movimentos e sindicatos, estruturas construídas por eles, para servir de apoio a essas lutas.

No desenvolvimento do processo de ocupação das terras brasileiras, a propriedade tomou características próprias. Da criação de núcleos de plantio, em regiões diferentes, resultou o crescimento do Brasil, não só geográfica, mas também demograficamente. Cada etapa do desenvolvimento do processo encontrava o homem se fixando e se especializando numa atividade, uma relação cada vez mais cultural.

Cada fazenda se tornou verdadeiro foco de comunidade, no sentido do que poderíamos hoje compreender, segundo as lições dos sociólogos, como comunidade menor dentro da maior: a vila dentro da capitania, ou da Província, ou do Estado. Isto porque a fazenda representava tipicamente um centro de comunidade, ou melhor, aquele tipo de comunidade representativo da formação brasileira. Foi assim que ela se desenvolveu: assim é que a podemos olhar, encarando o papel exercido pela fazenda no processo de ocupação humana. Papel, assinala-se, que traduz

essencialmente o domínio do rural sobre o urbano, a predominância da vida agrária sobre a cidade, a importância do senhor da terra frente ao comerciante urbano. (DIÉGUES JÚNIOR, 1973, p.153 e 154)

Carneiro (1988) mostra que o espaço rural não se definiu mais apenas pela atividade agrícola, já que havia um número cada vez maior de pessoas que moravam no campo, porém não exerciam atividades agrícolas. Existia também uma procura de formas de lazer e de alternativas de vida no campo.

Novos valores sustentam a procura da proximidade com a natureza e com a vida no campo. A sociedade fundada na aceleração do ritmo da industrialização passa a ser questionada pela degradação das condições de vida dos grandes centros. O contato com a natureza é, então, realçado por um sistema de valores alternativos, neoruralista e antiprodutiva. O campo passa a ser reconhecido como espaço de lazer ou mesmo como opção de residência. (CARNEIRO, 1988, p. 57)

É possível perceber uma reorganização das atividades econômicas. A cidade não podia ser identificada apenas como atividade industrial e o campo também não podia ser entendido como atividade de agricultura, um estava ligado ao outro.

### **3.1 Uma reflexão sobre a Reforma Agrária no país**

O comércio, a indústria, o setor financeiro e os serviços foram os que mais aproveitaram as transformações nas relações sociais e econômicas do país. Aos poucos surgiram vínculos, através dos quais a economia do setor agrícola evoluiu na direção do capitalismo, mantendo uma certa dependência diante da economia industrial.

A partir da 2ª Guerra Mundial (1939 - 1945), a questão agrária passou a ser discutida e associada ao pensamento de transformação econômica. Vários tensionamentos aconteceram neste período, e o crescimento econômico dos centros urbanos e da indústria dependia da captação dos recursos vindos do campo. A revolução das cidades condenou a vida do homem do campo, que foi reduzida a funcionar como força de alimentação e sustentação da economia interna, mas vale ressaltar que mesmo com essa imposição, aqueles que se mantinham no campo demonstravam, através da união familiar, dos costumes e da identidade com o campo, força na produção e condição de existência. Com a industrialização, havia argumentos de que a agricultura brasileira, devido ao seu atraso, por se tratar de um modo de produção manual e conseqüentemente lenta, seria um problema ao desenvolvimento econômico, já que a tendência do trabalho no campo era

representada pela entrada da mecanização nas lavouras. A expansão da economia capitalista consolidou funções de mediação dos centros urbanos, no qual deu origem a uma nova relação entre a cidade e o campo. As grandes metrópoles que tinham o potencial de crescimento se associaram e se apropriaram do valor econômico gerado pelo campo. A cidade impunha ao campo seus interesses econômicos e sociais e isso provocou uma desigualdade social grande. Diante dessa realidade que começava a mudar e a afetar a concentração social de renda e do poder, defendeu-se como forma de resistência, a necessidade de intervenção do Estado. Em 1945, foi discutido no Parlamento um projeto de Código Rural que buscava estabelecer normas para os mais diferentes aspectos da vida rural. Também se discutiu projetos para a Reforma Agrária, com o objetivo de democratizar as propriedades. Essa discussão foi liderada, em 1945 pelo Partido Comunista Brasileiro (PCB), junto com a Igreja Católica, que contribuíram para a criação e a organização de sindicatos rurais e a Comissão Econômica para América Latina (CEPAL) que se destacava na discussão sobre a grande oferta de alimentos em detrimento à demanda da cidade e da indústria, como sendo um problema que justificava a mudança das relações de trabalho no campo. Do outro lado havia um grupo de economistas, ligados à Universidade de São Paulo, liderado pelo professor e depois Ministro da Fazenda, Antonio Delfim Neto, que criticava a ideia de Reforma Agrária no país, tendo como perspectiva uma modernização na agricultura. Eles não concordavam que deveria ser levada em consideração ou repensado a forma de distribuição dos recursos da propriedade e as relações de trabalho do homem do campo. Isso significava discutir relações sociais, a plantação realizada na propriedade e o trabalho assalariado. Como o assunto e as discussões começavam a ficar mais acaloradas, o governo João Goulart, então, criou a Superintendência de Política Agrária (SUPRA), com o objetivo de realizar uma reforma no campo. Mas a SUPRA não foi para frente porque em 1964 ele foi destituído da presidência. Roberto Campos, então ministro do Planejamento do governo Castelo Branco, sancionou o Estatuto da Terra, que representava a Reforma Agrária no Brasil. Esse Estatuto da Terra tinha duas propostas: a tentativa de conciliar a defesa da propriedade e a reivindicação de maior apoio à agricultura e à luta pelo acesso à terra por trabalhadores rurais. O Estatuto da Terra criou conceitos e critérios para a identificação de imóveis rurais passíveis de desapropriação. Entretanto, o ministro Roberto Campos já havia avisado aos deputados de que o projeto seria aprovado, mas jamais implantado,

visto que parte dos políticos daquela época eram grandes proprietários de terras e, por esse motivo, não queriam discutir Reforma Agrária. Dessa maneira, o que era para ser um facilitador, se tornou um problema burocrático. De acordo com Prado Junior (1962), a Reforma Agrária partia do pressuposto de questionar as relações de trabalho injustas pensando na legislação social e trabalhista para o campo. Essa reforma queria proporcionar ao trabalhador rural proteção legal para assegurar melhores condições de vida, assim como já era feito com o trabalhador urbano que atuava na indústria ou comércio local. A reforma também pretendia modificar a estrutura da propriedade fundiária alterando a concentração que caracteriza essa propriedade, proporcionando aos trabalhadores rurais maiores oportunidades de acesso à posse e utilização de terra.

Em 1967, Delfim Netto deu início ao seu projeto de modernização da agricultura e criou o Sistema Nacional de Crédito Rural. O então Ministro da Fazenda facilitou a adoção de pacotes tecnológicos chamado de Revolução Verde, que era o estímulo ao aumento da produção agrícola por meio de novas pesquisas, técnicas para a melhoria do solo, e a implementação de máquinas agrícolas para o aumento da produtividade no campo. Esse projeto foi considerado sinônimo de modernidade, e contribuiu para o aumento na procura por crédito agrícola e incentivos fiscais. Diante dessa situação, os debates sobre as relações sociais entre o homem do campo, o pequeno produtor e o acesso à terra ficaram em segundo plano. O objetivo daquele governo era o aumento da produtividade puxado pela demanda da cidade e pelas exportações de produtos agrícolas. Durante o governo militar prevaleceu a ideia de desenvolvimento agrícola em detrimento da Reforma Agrária. Dessa maneira a Reforma Agrária era vista como opositora ao processo de desenvolvimento da agricultura.

Políticas de governo voltadas para a modernização do latifúndio tiveram lugar central na estratégia de desenvolvimento adotada, na qual as exportações de produtos agrícolas e agroindustriais eram essenciais para a geração de divisas. Medidas de reforma agrária (desapropriações por interesse social) foram usadas topicamente, para resolver um ou outro conflito. Rapidamente, os governantes acionaram instrumentos já utilizados no passado, anteriores ao Estatuto, como alternativas às desapropriações: grandes projetos de colonização, regularização fundiária, imposto territorial rural, compra de terras, etc. (LEITE et al, 2004, p.38)

As grandes safras que estavam sendo colhidas naquele período ajudavam ainda mais a ideia da modernização da agricultura com a utilização da tecnologia agrícola.

Diversos eventos atuaram para modificar a estrutura e o perfil da produção agrícola a partir de 1965, entre elas a consolidação do parque industrial, a instauração de um estilo de desenvolvimento visando à “modernização conservadora”, a fase ascendente do ciclo econômico conhecido como o “milagre econômico”, a ampliação do crédito rural subsidiado e de outros incentivos à produção agrícola, a internacionalização do pacote tecnológico da Revolução Verde, a melhoria dos preços internacionais para produtos agrícolas, etc.(MARTINE, 1991, p.2)

O campo passou por fortes mudanças nas relações sociais, no modo de vida e de trabalho. Onde antes a colheita era realizada manualmente por diversas pessoas, muitas vezes da própria família, com a mecanização o trabalho foi transformado num processo industrial. O crédito rural foi o principal instrumento utilizado para promover a industrialização do campo e grande responsável por forçar o pequeno produtor a também utilizar este sistema, mesmo não tendo interesse em adquirir tal crédito. Foi um período de grande tensionamento entre os dois modelos de produção. O agricultor que utilizava o crédito rural, era capaz, com a utilização de insumos e maquinário, de obter resultados significativos em pouco tempo. Essas transformações provocaram uma divisão de trabalho, onde grandes propriedades tiveram acesso à tecnologia, ao empréstimo à assistência técnica e a produção em larga escala. Enquanto pequenos produtores que não tinham acesso ao crédito foram ignorados e cada vez mais excluídos, trabalhando com práticas tradicionais para produzir e comercializar os produtos nos mercados urbanos.

Assim, a chamada modernização da agricultura não vai atuar no sentido da transformação dos latifundiários em empresários capitalistas, mas, ao contrário, transformou os capitalistas industriais e urbanos-sobretudo do Centro-Sul do país- em proprietários de terra, em latifundiários. A política de incentivos fiscais da Sudene e da Sudam foram instrumentos de política econômica que viabilizaram esta fusão. Dessa forma, os capitalistas urbanos tornaram-se os maiores proprietários de terra do Brasil. (OLIVEIRA, 2001, p. 02)

Como consequência, houve um aumento do êxodo rural, assim como também o crescente assalariamento do trabalho no campo e da desigualdade social. Na década de 1970 foi constatado que pela primeira vez as áreas rurais haviam tido uma redução grande de população.

Depois de ter conseguido, através de políticas de crédito, convencer a sociedade de que a modernização na agricultura era o caminho correto, o Governo passou a diminuir os subsídios ao crédito e dessa forma passou a manipular os preços dos produtos. Isto desencadeou um desinteresse do setor produtivo por terras, proporcionando o crescimento de categorias que até então estavam adormecidas, como posseiros e pequenos produtores rurais.

Os debates sobre a Reforma Agrária voltaram após a aprovação da Constituição de 1988. O país passava por uma certa estagnação industrial, mas com bons números em relação às exportações dos produtos agrícolas brasileiro. No governo de José Sarney (1985-1990) foi criado o Primeiro Plano Nacional de Reforma Agrária (PNRA), previsto no Estatuto da Terra, aprovado ainda no governo militar. Esse plano foi criado para amenizar o tensionamento crescente, desde o final dos anos 1970 e início dos anos 1980, entre pequenos e grandes proprietários de terras. A proposta estabelecia metas de curto, médio e longo prazo em relação à extensão de áreas a serem desapropriadas e ao número de famílias a serem assentadas. Na versão definitiva desse Plano Nacional foram eliminadas as metas de médio e longo prazo e transferidas para Planos Regionais de Reforma Agrária, que tinham como objetivo fixar áreas prioritárias. O PNRA, anunciado em um congresso de trabalhadores rurais, deu início à uma movimentação de resistência dos setores ruralistas que faziam parte do governo federal que queriam impedir sua implantação. Foi criada então a União Democrática Ruralista (UDR), composta por políticos e grandes produtores que queriam proibir a implantação do plano.

Nascia a UDR – União Democrática Ruralista, entidade que aglutinava os latifundiários na defesa de suas propriedades e na formação de um fundo para eleger congressistas constituintes para defenderem seus interesses na Constituição. Ganharam, e fizeram do capítulo da Reforma Agrária um texto legal de menor expressão que o próprio Estatuto da Terra. (OLIVEIRA, 2001, p. 05)

No fim do governo Sarney, os resultados do PRNA haviam sido inexpressíveis. No governo de Fernando Collor de Melo (1990-1992) e Itamar Franco (1992-1995), a UDR já havia assumido o controle da Reforma Agrária no país. Antonio Cabrera, quando assumiu o Ministério da Agricultura (1990-1992), abandonou por completo a Reforma Agrária no Brasil. A prioridade daquele governo era aumentar as exportações da indústria de *commodities*.

O abandono do tema provocou o surgimento de movimentos sociais de luta pela terra, e com eles também os conflitos e a violência. Conflitos e resistências são marcas permanentes na transformação do país. Como vimos no capítulo sobre a transformação da agricultura e da pecuária no Brasil, os indígenas foram os primeiros a lutarem pela terra, em seguida vieram os escravos negros contra os senhores fazendeiros, depois os posseiros que foram camponeses sem terra que lutaram contra a expropriação. Dessa forma, a violência foi a principal característica da luta pela terra no país. No início dos anos de 1980 nasceu o Movimento dos

Trabalhadores Rurais Sem Terra, o MST, sendo configurado como um movimento de contestação contra o não-cumprimento do Estado da Lei da Reforma Agrária, com os protestos sendo realizados na forma de acampamentos.

Essa luta camponesa revela a todos os interessados na questão agrária um lado novo e moderno. Não se está diante de um processo de luta para não deixar a terra, mas diante de um processo de luta para entrar na terra. Terra que tem sido mantida improdutiva e apropriada privadamente para servir de reserva de valor e/ou reserva patrimonial às classes dominantes. Trata-se, pois, de uma luta de expropriados que, na maioria das vezes, experimentam a proletarianização urbana ou rural, mas resolveram construir o futuro baseado na negação do presente. (OLIVEIRA, 2001, p. 06)

A Reforma Agrária no Brasil está configurada na presença de conflitos de terra. É possível notar a transformação da agricultura com a entrada de novas tecnologias, aumento de produtividade, recursos técnicos e grandes safras colhidas, como também é possível notar o aumento da desigualdade na distribuição de terras, acesso aos novos recursos, e o aumento da quantidade de movimentos sociais na luta por terra. Esses movimentos acreditam que a Reforma Agrária é a única alternativa para acabar com a exclusão, a marginalidade social e a pobreza no país. Mas a Reforma Agrária também acaba sendo econômica, porque essa mudança de distribuição de terra aumenta a oferta de alimentos produzidos pelos pequenos produtores e estes serão levados ao mercado, proporcionando mais renda a esses homens do campo.

A história da formação política, econômica e social do Brasil demonstrou a relevância da produção de alimentos no desenvolvimento do país e seus conflitos na distribuição de terra. Em pouco mais de 500 anos de história, a agricultura e a pecuária contribuíram para a formação da sociedade atual, tanto a rural quanto a urbana. E, atualmente, podemos compreender melhor as relações entre o rural e o urbano, “diferentes mundos” que aparentemente são distantes, mas que estão intimamente interligados, pelos meios de comunicação. Mas que papel tiveram os meios de comunicação no desenvolvimento do Brasil? Mais precisamente, como a imprensa brasileira contribuiu para uma sociedade mais informada? É o que vamos ver no próximo capítulo.

#### 4 JORNALISMO, RESPONSABILIDADE SOCIAL E AGRONEGÓCIO

Como definir o jornalismo? São várias as respostas encontradas nos mais diversos livros sobre o assunto. É mostrar a realidade? Falar o que é verdade? Relatar o acontecimento? Acreditamos que jornalismo é uma instituição social que dialoga com política, economia, sociedade e é também responsável pela construção da realidade.

Desde as primeiras gazetas, por volta do século XVI, até a sua profissionalização, quando as empresas descobrem o filão do mercado para o produto notícia, o jornalismo procurou atender à demanda social de informações exigida pela emergente sociedade burguesa, consolidando-se como uma das mais importantes instituições sociais num mundo em que a troca de informações entre uma massa de indivíduos, quer numa mesma cidade quer em lugares separados por longas distâncias, é uma característica elementar. (GUERRA, 2008. p.31).

O crescimento dos jornais permitiu o surgimento de novos empregos com objetivo de informar. Os impressos passaram a ser instrumentos na luta política.

As novas formas de financiamento da imprensa, as receitas da publicidade e dos crescentes rendimentos das vendas dos jornais, permitiram a despolitização da imprensa, passo fundamental na instalação do novo paradigma do jornalismo: o jornalismo como informação e não como propaganda, isto é, um jornalismo que privilegia os fatos e não a opinião. (TRAQUINA, 2005. p 36).

Schudson cita Lippmann para falar dos estágios que a profissão atingiria durante seu percurso:

A imprensa de qualquer país naturalmente passará por estágios de desenvolvimento. Num primeiro estágio, a imprensa é um monopólio controlado pelo governo. Ela passa, então, para um estágio em que os partidos políticos, e não o governo, controlam a publicação. No terceiro estágio, rompe com ambos, governo e partidos, “ao atrair o suporte comercialmente rentável de uma grande massa de leitores”. Nos Estados Unidos, naturalmente, este estágio, tem início com os *penny papers*. Lippman observa um quarto estágio, ou uma era “profissional” no jornalismo, emergindo após a I Guerra Mundial. Quando tal estágio alcançasse o seu pleno florescimento, ele escreve, os jornais institucionalizariam o uso da “inteligência treinada. Eles estariam tão engajados na busca consciente de uma “aproximação da realidade objetiva” que ficariam livres até mesmo das mudanças de gosto e preconceitos do próprio público. (SCHUDSON, 2010, p.53).

Os anúncios de medicamentos eram as principais fontes de renda dos jornais naquela época. Outros aspectos também contribuíram para o crescimento da imprensa. O acesso às escolas, o processo de urbanização e a conquista de direitos ajudaram na expansão dos veículos de comunicação.

A concorrência entre os jornais provocou grandes campanhas de auto-promoção, com ofertas de brindes. Com o objetivo de ter mais leitores, os empresários decidiram utilizar melhor os espaços dos jornais diversificando os assuntos impressos, como acontecimentos de rua, notícias policiais de tribunais e assuntos locais. Segundo Traquina (2005):

O novo jornalismo veio na forma da chamada *penny press*, nome que vem do fato de que, perante o preço estabelecido ou comum de seis centavos, o preço desta nova imprensa foi reduzido a um centavo. Com o objetivo de aumentar a circulação, atingindo pessoas que normalmente não compravam um jornal por razões econômicas, o baixo preço destes jornais tornava-os acessíveis a um novo leque de leitores. Há assim um novo conceito de audiência: 1) um público mais generalizado e não uma elite educada; 2) um público politicamente menos homogêneo. (TRAQUINA, 2005. p.50).

De acordo com Schudson (2010), o objetivo dos jornais era proporcionar ao público, a um preço menor, as informações do dia e conseqüentemente oferecer mais vantagens ao meio publicitário. Os jornais até então eram lidos apenas pela elite deste período. “Os *penny papers* fizeram da “narrativa de interesse humano” não somente uma parte importante do jornalismo diário, mas seu aspecto mais característico”. (SCHUDSON, 2010, p.39).

Este foi um período onde aconteceu uma mudança de conceito jornalístico, quando deixou de ser opinativo para ser informativo. Um dos grandes incentivadores dessa transformação foram as agências de notícias, lideradas pela francês *Agence Havas*, a americana *Associated Press* e a inglesa *Reuters*. A competição por “furos” de reportagem foi a principal base das empresas jornalísticas. Nesse período surgiu, de forma crescente, a figura do repórter, com objetivo de retratar a realidade com imediatismo, exatidão e sem distorções.

Esses jornais expressaram a cultura de uma sociedade democrática que não tinha espaço para se mostrar. Para Schudson (2010, p. 75), “eles foram o alicerce sobre o qual a crença nos fatos e um descrédito pela realidade ou a objetividade de ‘valores’ podia prosperar”.

Na busca por mais leitores, os jornais, influenciados pelo jornalismo estaduniense, adotaram estratégias editoriais como a diversificação dos assuntos em cadernos, utilizando ações promocionais e ilustrações para atrair os não letrados. Por outro lado, a imposição de padronização na linguagem vulgarizou a linguagem literária. Foram impostos novos costumes, com o objetivo de criar outras

representações para o trabalho, numa sociedade que havia acabado de sair da escravidão, no qual o que era desvalorizado, deveria agora ser aceito e valorizado.

A imprensa, como o setor mais amplamente ocupado pelos literatos, vive um período de enorme agitação intelectual. As transformações sociais, econômicas e políticas influenciam também a prática jornalística. No caso dos jornais diários, a ansiedade por uma orientação proveniente das redações e o desejo dos intelectuais de exercerem domínio mais amplo sobre as camadas letradas dão a esses veículos um poder de ação inusitado, muito distante do que se pode pretender com a atividade literária. O poder simbólico daquele que sabe verbalizar os sentimentos pode, através dos jornais, transformar-se em poder de fato. (BARBOSA, 2010, p. 129)

Os jornalistas dispunham de um poder de influência considerável sobre as consciências e os comportamentos. Eles eram capazes de definir os objetos de debate social e de impor seus julgamentos sobre o assunto.

Os mais destacados constituiriam uma elite social específica, capaz de fazer e desfazer as hierarquias e reputações nos domínios da cultura e da política. A influência assim adquirida faria deles ao mesmo tempo atores-chave de um sistema político que se tornou uma midiocracia e porta-vozes, até mesmo usurpadores, de opinião pública e das escolhas das modas intelectuais e culturais. (NEVEU, 2004, p. 137)

No final do século XIX, o jornalismo efetivamente passou a ter uma função de fiscalização dos poderes públicos seguindo os preceitos da imparcialidade e verdade. Os jornais ganham mais notoriedade e popularidade quando passam a dar voz ao leitor. Os periódicos buscam a inclusão dos leitores com a publicação de personagens saídos da vida cotidiana. Os veículos procuram se firmar como opositores de todos aqueles que contrariam os interesses dos leitores e criam identidades próprias, ocupando assim, um lugar importante na política brasileira. De acordo com Neveu (2004), algumas marcas desse jornalismo devem ser destacadas, dentre elas:

A ruptura de uma representação do jornalismo como auxiliar da democracia. O leitor ao qual se dirige essa imprensa não é mais compreendido na figura total do cidadão, mas através de seus componentes de identidade (aposentado, homossexual, pais de alunos) ou um de seus lazeres (jardinagem, ópera). A tendência proposta por um jornalismo como esse é uma relação de serviço, frequentemente de ajuda ao consumo, além de um modo de se dirigir ao leitor cidadão. (NEVEU, 2004. p. 54)

Entretanto, as tensões da profissão também se expressam em visões que são conflitantes com a excelência profissional. Agora, trabalhando como grandes empresas e com equipamentos modernos, os periódicos não dependiam somente dos pequenos anúncios, eles necessitavam também de verbas oficiais para contribuição e manutenção dos jornais, em troca disso, as empresas jornalísticas se

tornaram porta-vozes do poder público. Dessa forma, os veículos de comunicação passaram a trabalhar não somente buscando notícias de interesse público, mas também, informações que interessem à linha editorial da empresa jornalística, num modelo, muitas vezes, preso a valores de objetividade, de rigor, de distanciamento crítico e de análise.

Os desenvolvimentos tecnológicos nas redações e a chegada dos recursos de multimídia modificaram as competências dos profissionais da imprensa. Ainda segundo Neveu (2004), o aumento dos comerciais nos grupos de comunicação fragilizou a autonomia do trabalho jornalístico, na qual o profissional teve que se adaptar entre as pressões do departamento comercial e o valor da notícia, se tornando um jornalismo de mercado.

Guerra (2008) fala da importância do jornalismo para a sociedade:

O jornalismo tornou-se um instrumento fundamental para a interação dos indivíduos entre si e com as coisas do mundo, numa época em que as relações de trabalho, lazer, política, economia, entre tantas outras, romperam os limites da experiência marcada pelos contatos diretos e face a face. (GUERRA, 2008. p.109)

De acordo com Traquina (2005), o novo “Quarto Poder”, a imprensa, precisava mostrar ser importante e verdadeira para acalmar os receios, justificar o seu crescimento perante a sociedade e dar mostras de ser um negócio rentável. Esse “Quarto Poder” encontrou a legitimidade na opinião pública, que por sua vez, foi importante como instrumento de controle social.

A construção de textos sobre os fatos e as suas interpretações não são atribuições exclusivas do jornalismo, mas ele atua na mediação entre a realidade dos diferentes campos sociais, nos quais possibilitam uma conversa que deve ser pública.

O jornalismo se volta para os fatos a fim de apreendê-los conforme a realidade que lhes é própria. A expectativa que a sociedade tem em relação ao jornalismo, que é proporcionar uma mediação entre os fatos que acontecem no mundo e o público, pode ser plenamente satisfeita. (GUERRA, 2008, p.34 e 35).

Os jornalistas sempre tiveram uma responsabilidade perante a sociedade que independiam das esferas políticas de um país. Para Guerra (2008):

A condição para que o jornalismo se estabelecesse como uma das práticas mais importantes do mundo contemporâneo foi a demanda de informações necessárias para a vida em sociedade. O advento da modernidade se dá com uma série de transformações políticas, econômicas, tecnológicas e científicas que fazem os homens se perceberem numa nova forma de sociabilidade. Uma série de novas necessidades passa a exigir soluções que as atendam, dentre elas, a de um sistema que provesse rápida e

confiavelmente a circulação de informações de interesse público entre os indivíduos. A notícia chega às pessoas, especificamente, pela atividade jornalística, colocando-as a par de fatos acontecidos para além das suas relações interpessoais, mas que lhes são de interesse e importância enquanto membros de uma sociedade. (GUERRA, 2008, p. 37).

Dessa forma, o jornalista era o porta-voz da opinião pública, dando voz à sociedade e ao mesmo tempo sendo vigilante do poder político, protegendo o cidadão contra abusos dos governantes. Entretanto, o trabalho da imprensa modificou a atividade numa indústria em que as notícias eram vendidas com o intuito de conseguir lucros.

Definida como uma instituição que opera dentro do modelo de esfera pública, a notícia é analisada como produto de uma teia de pressões econômicas, burocráticas e normativas, resultado da influência de forças econômicas do mercado e dos interesses políticos, traduzidos, entre outros, na legislação que regula a atividade do jornalista. É uma observação bastante distinta do auto-retrato produzido a partir dos paradigmas de neutralidade e objetividade da notícia que se posiciona não como uma construção, mas uma expressão da realidade. (MAIA, 2005. p.23).

E foi no final do século XIX que o jornalismo começou a tomar uma nova forma estrutural, com separação de departamentos, como comercial e editorial; inserindo a reportagem investigativa; o lead resumindo o acontecimento no primeiro parágrafo; e o jornalismo de entrevista.

A informação dada pelo jornalista, colhida diante do fato e levada ao cidadão como um bem público, indicava a responsabilidade desse profissional na produção das informações. Isto significa que ao apurar o fato, ele deveria ter em mente a questão ética, o conhecimento da informação e ser um bom observador. Para adquirir o conhecimento verdadeiro do fato, os profissionais desenvolveram algumas técnicas para a produção da notícia, entre elas a entrevista; e adotaram premissas como a independência, autonomia, objetividade e credibilidade. Para Traquina (2005), a importância da credibilidade leva a um trabalho permanente de verificação dos fatos e de análise das fontes de informação.

A objetividade nasceu no jornalismo no século XX, mas surgiu com base numa mudança fundamental do jornalismo, que ocorreu no século XIX, em que a primazia era dada aos fatos e não às opiniões [...] com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa. (TRAQUINA, 2005. p.135)

Dessa forma, a objetividade na profissão não é a destituição da subjetividade, mas sim, procedimentos nos quais os profissionais utilizam para ter credibilidade e se protegerem de críticas ao seu trabalho.

Mas Schudson (2010) critica essa necessidade da objetividade na profissão:

A objetividade é uma estranha exigência a se fazer a instituições que, como sociedades comerciais, dedicam-se antes de tudo à sobrevivência econômica. É uma estranha exigência a se fazer a instituições que, com frequência, por tradição ou código explícito, são órgãos políticos. É uma estranha exigência a se fazer a editores e repórteres que não contam com nenhum dos aparatos profissionais que, no caso de médicos, advogados ou cientistas, supostamente a garantem. (SCHUDSON, 2010, p.13).

Para compreender a construção da notícia, recorreremos às teorias construcionistas<sup>4</sup>. Segundo Traquina (2005, p.170) “a conceituação das notícias como estórias dá relevo à importância de compreender a dimensão cultural das notícias”. Dessa maneira, as informações são o resultado de processos de interação entre jornalistas e as fontes jornalistas e a sociedade.

As teorias construcionistas defendem que as notícias contribuem para a construção da própria realidade, por isso afirmam que é difícil distinguir entre a realidade e as notícias. Essas teorias também defendem que a linguagem não é neutra, dessa forma não pode ser transmissora direta do significado de um determinado acontecimento. Esse modelo é baseado em ordem econômica e organizacional para compreender a notícia como uma forma de construção da realidade. Para Guerra (2008):

O acontecimento é a apropriação subjetiva desta ocorrência feita pelo repórter, consequência de suas experiências pessoais, culturais e também profissionais. O termo subjetivismo, neste trabalho, quer caracterizar apenas uma variação de toda uma tradição teórica que toma a realidade como construção humana. Ou seja, o subjetivismo é também construcionismo, porém, tem a sua singularidade por representar um conjunto de trabalhos que se baseiam na dicotomia sujeito-objeto (em que há um real concreto, positivo e sensível que só ganha sentido ao ser apropriado pelo sujeito) para explicar como se dá o processo do conhecimento. (GUERRA, 2008, p. 56).

Considerando o jornalismo como forma de conhecimento, devemos atribuí-lo uma dupla função, a de conservação e renovação da realidade. A partir dessa premissa, compreendemos que o jornalismo participa efetivamente da produção dos acontecimentos e, conseqüentemente, na construção da realidade.

O jornalismo, como instituição, e seus agentes participam de produção da realidade, especialmente no âmbito simbólico, mas nunca isoladamente, porém em diálogo permanente com os demais atores sociais. O jornalismo é também uma forma de objetivação da exteriorização do homem, entre outras tantas desenvolvidas pelas tecnologias intelectuais contemporâneas. Um acontecimento relatado pelo jornalismo difere de um não relatado por ele

---

<sup>4</sup> Traquina (2005) diz que as teorias construcionistas aparecem nos anos de 1970, sendo oposto às notícias como ‘distorção’ e que coloca em causa diretamente a própria ideologia jornalística e a sua teoria das notícias como espelho da realidade.

talvez, principalmente, por esse aspecto. O jornalismo por fim participa da socialização do conhecimento, ainda que de forma terciária e provavelmente menos marcante que as socializações primária e secundária observadas por Berger e Luckmann na construção social da realidade, embora igualmente importante na dinâmica social. (MEDITSCH, 2010, p. 40-41)

Entendemos que a verdade passa por uma modificação no jornalismo, que permite mostrar os fatos, construir a notícia e apresentá-la com coerência. Entretanto é preciso dizer que o fato é interpretado por quem vê como verdade. Segundo Cornu (1999), existem muitas possibilidades de reconstrução possíveis da realidade. Porém, tal aspecto não impede que a intenção de objetividade faça também parte como elemento orientador da reconstrução e da interpretação.

O jornalismo pensado como prática social de mediação tem na objetividade um conceito chave, na medida em que: 1) é condição de possibilidade para que os jornais se estabeleçam como mediadores entre os fatos e o público e operem a responsabilidade do fato através da notícia; 2) se constitui num critério de avaliação que esta mesma sociedade chama em causa para punir um jornal que tenha negligenciado o imperativo ético fundante da instituição jornalística. (GUERRA, 2008, p. 52)

A função do jornalismo de oferecer conhecimento do mundo à sociedade se traduz pela necessidade de mostrar os fatos às pessoas sempre baseado na “verdade”, utilizando recursos técnicos e humanos que possam ilustrar e gerar significados.

No jornalismo, as ações, os fazeres e seus contextos são de alta complexidade, pois se trata de um processo social e cultural de intermediação, com múltiplos emissores produtores (de informações e opiniões) e receptores usuários. (CHAPARRO, 1993. p.18)

Ser jornalista supõe um relato de campo, a constituição de uma agenda de endereços e das habilidades ligadas a tomar notas, a apurar a informação, os fatos e dominar a situação da entrevista.

Consideramos a temporalidade como um sentido fundamental para marcar a diferença do jornalismo em relação a outras práticas sociais. Através da temporalidade, é possível que o acontecimento se torne inteligível ao sujeito-leitor, compreendendo-se passado, presente e futuro. Assim, o produto jornalístico possibilita aos cidadãos participar de um presente amplo. Para descrever a temporalidade no jornalismo, Franciscato (2005) propõe cinco tipos de fenômenos temporais imbricados na atividade jornalística: instantaneidade; simultaneidade; periodicidade, novidade e revelação pública.

A instantaneidade acentua o papel da importância do instante, compreendido como “[...] um período de tempo muito curto, que parece não ter uma duração

significativa que nos possibilitaria perceber a passagem do tempo" (FRANCISCATO, 2005, p.113). Para o autor, a referida situação poderia conduzir a uma predominância da temporalidade do 'agora'.

"Os termos 'instantâneo' e 'instantaneidade' surgem para reforçar e qualificar tanto o sentido de imediatez ou rapidez de uma ação quanto de veiculação de um intervalo ínfimo de tempo (ou de sua virtual inexistência) ao momento presente" (FRANCISCATO, 2005, p.113-114).

Por simultaneidade "pode ser preliminarmente entendido como o que ocorre o é feito ao mesmo tempo ou quase ao mesmo tempo que outra coisa" (FRANCISCATO, 2005, p.124). O autor reforça a ideia de não haver distinção entre os tempos da narrativa e o das coisas, pois "o jornalismo constrói um discurso e uma prática que tem, por exemplo, a instantaneidade como estratégia de legitimação, valor e fim último" (FRANCISCATO, 2005, p.134).

Periodicidade se refere à capacidade de produção e circulação do material jornalístico, a partir de uma demanda social de acompanhar o desenrolar dos fatos. Para tanto, "a noção de periodicidade implica em percebermos um aspecto específico que será fundamental ao jornalismo: o surgimento de uma necessidade social de que a sociedade fosse abastecida por notícias em períodos regulares e com intervalos mais curtos" (FRANCISCATO, 2005, p.137-138).

A novidade está na constituição da narrativa jornalística, visto que "[...] a notícia surge historicamente para dar conta da tarefa de prover a sociedade com um relato padronizado sobre novas ações, situações, debates e opiniões, entre outros, que tenham relevância para uma coletividade" (FRANCISCATO, 2005, p.147).

Por fim, a revelação pública se refere a uma dimensão relevante do presente jornalístico. Na condição de narrativa que irrompe na ordem do dia, o jornalismo pode tanto oferecer o novo como, por meio da revelação, trazer a público fatos ocorridos e mantidos em sigilo. Tem-se, desta forma, a atualização, pois "[os fatos] tornam-se atuais no momento em que o exercício jornalístico de investigação desfaz barreiras de 'segredo' e veicula esses conteúdos para informação e debate público. Este ato jornalístico pode ser denominado 'revelação'" (FRANCISCATO, 2005, p.159). Dessa forma, o jornalismo assume o papel de articular o presente, de aproximar o leitor dos fatos que merecem passar à categoria de notícia, de acordo com os critérios de noticiabilidade. O presente pretendido pelo jornalismo não é apenas o momento do acontecimento, mas o momento da apresentação, ou

revelação pública, como sugere Franciscato (2005). Por meio da revelação, são traçados os contornos de um acontecimento, que se articulam com a vida do sujeito-leitor que, por sua vez, compreende o mundo que está em volta.

#### **4.1 Jornalismo Segmentado: a especialização da informação**

As empresas de comunicação atuam como mediadoras no processo de visibilidade dos atores-sujeitos. Por meio de seus produtos jornalísticos, como os telejornais, são produzidas e reproduzidas as representações sobre o mundo. Assim, o jornalismo sobre o agronegócio ajuda a construir a imagem tanto sobre o agricultor, quanto sobre o próprio agronegócio.

A informação sobre o campo passou a ter mais destaque nos noticiários. As notícias, que até então eram destinadas e repassadas em sua grande parte ao homem do campo, ao pequeno produtor, agora são direcionadas também ao empresário rural, ao grande produtor.

Para García-Canclini (2002), os meios constroem seus espectadores e, na medida em que pretendem desempenhar o papel de esfera pública, configuram modos simbólicos, midiáticos, de ser cidadãos. A comunicação midiática tem significados e repercussões diferentes em grupos de distinta localização econômica e sociocultural.

A TV possui um lugar importante nas identidades culturais. Ela unifica a sociedade ao oferecer referências nacionais da realidade cotidiana, revela conflitos e viabiliza mudanças através de sua mediação. Segundo Martín-Barbero (2009), a televisão na América Latina ainda tem a família como unidade básica de audiência porque ela representa para a maioria das pessoas a principal situação de reconhecimento.

No Brasil, a TV aberta e o telejornal passaram a ser os principais mediadores da realidade, ao promover desconexões e reposições em relação à realidade nacional (BECKER, 2006). De acordo com Martín-Barbero (2009), a televisão vê na família um dos espaços fundamentais de leitura e codificação da própria televisão.

A Televisão e os telejornais se consolidaram no Brasil como um território simbólico. Juntos, assumem um papel de conservação das relações de poder e, conseqüentemente, um controle social no agendamento cultural e político da sociedade. Conforme Squirra (1995, p.12), “como a televisão é tão imediata e atinge

uma audiência tão vasta, com uma eficiência tecnológica surpreendente, ela parece capaz de tudo, inclusive de mostrar a verdade em momentos em que ela necessariamente não pode ser conhecida”.

Os telejornais ainda são os produtos de informação de maior impacto na atualidade no Brasil, e ocupam lugares estratégicos nas programações televisivas e recorrentemente funcionam como única expressão coletiva de construção social da realidade, configurando-se um espaço importante de elaboração de sentidos. Squirra (1995, p.14) afirma que o telejornal é o tipo de programa que traz mais credibilidade para a emissora pela capacidade que tem de falar para um público diverso: “credibilidade junto aos anunciantes [...] e prestígio junto ao poder político e econômico da nação”.

Maia (2005) considera que:

Passados mais de cinquenta anos desde a implantação da televisão no Brasil, o veículo mantém-se na liderança como o meio de comunicação de massa de maior alcance no país, principalmente, pelas características sociais, econômicas, políticas e culturais brasileiras. Em meio à diversidade de programas exibidos ao longo de mais de meio século, os telespectadores seguem se relacionando e fazendo apropriações de uma programação que é continuamente modificada, atualizada. Surgem novos programas, outros deixam de existir, enquanto alguns permanecem, apesar de sofrerem transformações mais superficiais ou mais profundas. Dentro deste cenário de mutações, os programas jornalísticos vêm sofrendo alterações, desde o nascimento da televisão no país, assumindo uma posição em que são solicitados a interagir, paralelamente, com a natureza do meio de difusão e com o jornalismo, sujeito a regulamentações e exigências específicas na relação com a sociedade. Tudo ocorre em um ritmo acelerado de modificações e suscita questões acerca do processo de comunicação entre os programas jornalísticos televisivos e a audiência. (MAIA, 2005. p.13)

Uma pesquisa realizada em 2005 pela Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio, mostra o perfil do produtor rural daquela época. Na pergunta sobre quais as características que representam um agricultor bem-sucedido, as repostas predominantes foram ser bem informado, possuir tecnologia e boa administração. Essa pesquisa comprovou que o agricultor tem investido na busca por informação, melhorias na gestão da propriedade e na aquisição de equipamentos e máquinas mais modernos para melhorar sua produtividade no campo. Uma realidade diferente daquele agricultor sem acesso à informação que predominava na década de 1980 e que era visto como o “caipira” atrasado.

O jornalismo destinado à agricultura e à pecuária deixou de ser apenas para os próprios produtores, ou seja, não são mais apenas notícias sobre pesquisas agrônômicas que tratam de questões da cadeia produtiva da propriedade rural.

Agora, o jornalismo segmentado rural ocupa um espaço baseado na divulgação de informações para o pequeno, médio e grande produtor, além daqueles que não são produtores, mas gostam de saber sobre o assunto.

Com o crescimento e fortalecimento do setor, foi percebido um nicho de mercado ainda não explorado, tanto para o telespectador que está em busca de informação, quanto para anunciantes, atrás de consumidores. De acordo com Cezar (S/D):

Os produtores rurais estão cada vez mais dependentes de informação e tecnologia para tomarem decisões que atendam as suas necessidades de produção e satisfaçam novas demandas da sociedade. Questões ambientais e mudanças políticas, econômicas, sociais e exigências do consumidor surgem como forças no desenvolvimento rural contrastando com a dominância de abastecimento de mercado que estimulou a produção agrícola e a 'revolução verde' no passado. (CEZAR, S/D, documento eletrônico).

Hoje a comunicação segmentada ao setor rural está pulverizada em todos os veículos de comunicação. Estão distribuídas em jornais e revistas impressos, rádio, televisão, websites e redes sociais. Essas ferramentas se tornaram recursos indispensáveis para a atualização diária de informações sobre o mundo para os produtores rurais.

Quanto à zona rural, que sempre foi vista como espaço da precariedade social, o lugar das ausências e das desqualificações – sem energia elétrica, água encanada, hospital, escola, estrada, transporte, telefone, televisão, cinema, poderes públicos, vai se diluindo em suas fronteiras geográficas, tecnológicas e culturais com o mundo urbano. O campo, que era o lugar do isolamento, é visto hoje como possibilidade de vida mais comunitária. E a cidade, que era materialização da sociabilidade e o modo de estarmos juntos, passa a concentrar os solitários e as mais brutas formas de violência. À poluição da metrópole o campo oferece hoje o ar puro, a água limpa, o alimento saudável. Ao ruído urbano, o silêncio; ao tempo acelerado, o *tempo longo*. Contra a linearidade do tempo histórico, oferece-se a circularidade do tempo mítico, no ritmo das estações; contra a forma quadrática dos muros e grades das moradias na cidade, a forma redonda do campo. Contra a geometria das ruas urbanas, a geografia imprevista do rural. O campo circular versus a cidade quadrática. (SILVA, G., 2009. p.05)

Dessa forma, queremos entender como o homem do campo é mostrado por esse telejornalismo rural, já que os veículos de comunicação utilizam da tecnicidade, ou seja, da competência na linguagem com recursos tecnológicos e audiovisuais, por exemplo, para explicar, instruir, ensinar e levar conhecimento ao telespectador. Através da ritualidade, o jornalismo torna compreensível o que agrônomos, técnicos e especialistas, entre outros, querem explicar ao telespectador e este adquirir conhecimento e utilizá-lo no campo para um melhor rendimento com custo menor. O conteúdo especializado contribui para sanar um problema na lavoura, para que o

produtor possa investir em *commodities* e ter um lucro maior, ou então ao cidadão urbano, que não depende do campo para sobreviver, mas que gosta de ser bem informado sobre agronegócio.

Pensar em jornalismo especializado diz respeito a ter de buscar um consenso sobre três manifestações empíricas referentes às suas especializações.

- A especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofônico, webjornalismo etc.)
- a temas ou editorias (jornalismo econômico, ambiental, esportivo etc.)
- aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofônico, jornalismo cultural impresso etc.).

No Brasil, alguns autores tratam do tema da especialização olhando para a imprensa e sua fragmentação informativa em editorias. Erbolato (1981) diz entender por Jornalismo Especializado “as secções ou páginas diversas de um matutino ou vespertino” (p. 11), colocando a revista, por exemplo, em um outro tipo de jornalismo, mais exclusivo do que propriamente especializado. Lage (2005) classifica as editorias como divisões, dentro do jornal, das áreas de atividade de interesse jornalístico e realiza, a partir dessa lógica, uma reflexão sobre o significado da especialização. Lustosa (1996, p. 109) aponta a especialização do trabalho jornalístico “como uma consequência lógica da divisão do trabalho nos veículos de comunicação”.

Os três autores têm como foco empírico o jornalismo impresso diário. No entanto, nas reflexões dos dois últimos (Lage, 2005; Lustosa, 1996) encontram-se presentes elementos que possibilitam a reflexão sobre o próprio conceito de especialização, o que não ocorre nas proposições de Erbolato.

A *Teoria da Cognição* sustenta que, para transmitir o conhecimento de algo, é preciso entender esse algo – isto é, construir um modelo mental dele. Um modelo mental é uma estrutura incompleta, aproximada e referida a um contexto cultural que é o acervo da memória. “Isto significa que um repórter de política nacional, por exemplo, não precisa ser um cientista político [...], mas deve dispor do máximo de informações sobre a história recente, a organização do Estado e a natureza dos fatos políticos” (LAGE, 2005, p. 111–112).

O pensamento de Lage relembra a idéia da existência de um conhecimento jornalístico próprio – localizado entre o senso comum e o científico, mas singular – ao mesmo tempo em que ajuda a situar a questão da especialização dentro da profissão.

A mídia, bem como outros discursos contemporâneos, passa a atuar como elemento reflexivo na sociedade; e seus discursos, pode-se dizer, mais que tomados como mediadores entre um especialista e um leigo, mais que realizar uma passagem do saber científico para o senso comum, atuam também produzindo um tipo de conhecimento cuja valoração social dota-se de novas relevâncias (GIDDENS, 2002).

Assim, temos que considerar outros fatores nos estudos de jornalismo especializado: segmentação do público; fusões dos conglomerados de comunicação; avanço tecnológico que possibilita maior consumo de informação, que por outro lado exige maior qualidade e aprofundamento no texto jornalístico.

Apoiar-se no imaginário da cultura de massa para atingir todos os públicos já não é mais tão eficiente, porque está cada vez mais difícil definir um consumidor padrão. (MATTELART, 1999). O público deixou de ser massa para ser consumidor. No consumo de produtos informativos, parece ser bom para o público e mais lucrativo para as empresas de comunicação. A convergência das mídias propiciada pela internet é considerada uma das alavancas do processo de personalização dos conteúdos culturais. O nascimento massivo da internet coincide com a fragmentação da audiência mundial em todos os grandes meios de comunicação tradicionais e com a época da expansão da globalização. Dessa forma, a internet se vale da individualização do consumo para afirmar-se como novo meio de serviço e de coesão social. (VILCHES, 1997).

O perfil do jornalista sofre alterações, as publicações passam a se dedicar mais à informação personalizada, aumentando a tendência do desenvolvimento do jornalismo especializado. Assim, o papel desse jornalismo seria o de orientar o indivíduo que se encontra perdido em meio à proliferação de informações das mais variadas fontes, um papel de coesão social em um jornalismo (especializado) que passa a cumprir a função de agregar indivíduos de acordo com suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo.

Os produtos culturais passam a se organizar segundo a ótica da diferenciação, portanto a produção informativa que atinge audiências segmentadas e as publicações especializadas faz parte do contexto de desmassificação e de personalização. A função do jornalismo frente à sociedade se alterou ao longo do tempo paralelamente às mudanças de estratégias de produção jornalística. No início,

o jornalismo cumpria a função de expressão ideológica, sendo os jornais eminentemente políticos. A informação era destinada a uma forma de doutrinação.

Quando os jornais tornaram-se empresas, a informação adquiriu a condição de bem público, serviço à comunidade. O jornalista é o mediador. Procurou sempre atingir públicos amplos em torno de uma informação comum. Quando o jornalismo especializado se desenvolveu com maior expressão no século XX, percebemos que esse público receptor passou a ser considerado em sua especificidade. O jornalista ficou com a fama de ser um especialista em generalidades.

Novas tecnologias vêm desencadeando o processo que tenta destituir a “pessoalidade” do jornalista. Em seu lugar, o sistema informacional é que se torna evidenciado. É como se o poder do jornalista formador de opinião tivesse diminuído frente ao caráter interativo e virtual da tecnologia.

Segundo Gabriel Priolli (2000), os telejornais se dividem em *generalistas* e *populistas*. Ao invés de privilegiar a informação importante segundo o ponto de vista jornalístico, atenta-se para a matéria interessante, do ponto de vista da audiência. A linguagem na TV busca a universalidade, mas é na verdade uma ética de classe média, com o objetivo de ser pretensamente racional e isenta. As reportagens estão sendo construídas quase numa linguagem de videoclipe onde o papel que a televisão por assinatura assumiu, de abarcar as variedades, pode não ser mais eficaz como ocorreu com as revistas. A queda da qualidade da programação da televisão convencional é apontada como um dos motivos que levam à procura pela tevê fragmentada, que estimula a formação de audiência direcionada à linha de um canal específico, tendo a recuperação de reportagens mais elaboradas como uma preocupação com o lado criativo da escrita.

Outra característica importante é a aproximação com o leitor/telespectador, que por ter um perfil desenhado de forma mais nítida, torna-se um alvo mais seguro para os editores, possibilitando tendo maior interatividade entre público e empresa de comunicação. O jornalismo especializado se sente “tentado” a abordar os temas segundo uma linguagem específica, usando termos e expressões predominantes no universo daquele telespectador.

O jornalista generalista tem uma multiplicidade de tarefas que exigem conhecimentos das matérias sobre as quais escreve. Normalmente, esse profissional não sabe lidar com o jargão técnico, nem decidir qual a informação importante ou a fonte mais confiável. Assim, o jornalista generalista realça o

incidente dramático ou espetacular e não o processo social que lhe deu origem; superioriza o acontecimento e não a problemática. (SANTOS, 2004)

Frequentemente, a especialização surge no jornalista devido às suas inclinações pessoais e aos interesses do meio noticioso (rádio, TV, impresso, web). A especialização se traduz no acompanhamento do jornal pelas novas questões, causas ou conhecimentos. Esse conhecimento geralmente se desenvolve no contato regular com as fontes de informação.

A especialização conduz a um aumento de notícias de investigação no conjunto da produção jornalística, em função do maior conhecimento do campo de atuação e o relacionamento com as fontes. Se por um lado, o jornalista trabalha numa área por muito tempo, conhece melhor o meio, as pessoas e os temas, o que abre caminho para mais facilmente investigar ou obter informações exclusivas; por outro, o envolvimento do jornalista o impede de descobrir o diferente do rotinizado, o que deixa de fora alternativas ou outros pontos de vista. Os jornalistas especialistas se ligam às fontes de informação da sua área de cobertura, tendendo a estabelecer com elas uma relação próxima, estabelecendo-se uma relação interdependente. Embora não construam contatos regulares com as fontes, os jornalistas generalistas possuem maior liberdade mas são menos profundos e corretos nas suas análises, enquanto os jornalistas especialistas têm uma grande precisão científica no que escrevem.

#### **4.2 Os Telejornais Voltados ao Agronegócio: Globo Rural e Canal Terraviva<sup>5</sup>**

Os telejornais rurais ocupam um espaço importante nas grades de duas emissoras de televisão, o Canal Terraviva, do Grupo Bandeirantes de Comunicação e o Globo Rural, da TV Globo. O Globo Rural é exibido em sinal aberto e líder de audiência e, por isso, com mais alcance junto ao público. O telejornal rural da TV Globo foi transmitido de segunda a sexta-feira às 5h55 da manhã até o dia 08 de outubro de 2014, substituído por outro telejornal chamado Hora 1, com notícias gerais. O Globo Rural dominical entra no ar, às 8 horas da manhã, em uma versão estendida com reportagens com maior tempo de duração.

---

<sup>5</sup>Partes deste subitem já foram publicadas por este autor. Artigos disponíveis em: <<http://www.hottopos.com/isle17/73-80Leme.pdf>> e <<http://www.hottopos.com/convenit12/83-93Fernando.pdf>>

O Globo Rural é claramente identificado e mantém-se fiel a sua definição temática baseada na agricultura, enquanto sistema que explora a capacidade da terra para produzir plantas e criar animais, colocando em operação elementos das esferas individual, ecológica e institucional. A atividade é traduzida em um complexo bio-econômico que envolve o meio ambiente, com suas características de clima, topografia do solo, flora e fauna, insumos, processos de transformação e produtos, sujeito à atuação de organizações do Estado e da sociedade civil. Estão implicados, também, aspectos como política agrária, fornecimento de crédito, impostos e tecnologias. A terra que é a base da identificação, da raiz, da atividade rural, é também a principal referência do programa e elemento de conexão que vai possibilitar a criação de territórios simbólicos específicos que ora se aproximam e ora se afastam das demarcações reais das cidades, estados e países. (MAIA, 2005, p.130)

O outro telejornal – Jornal Terraviva, do Grupo Bandeirantes de Comunicação, é exibido, em canal a cabo e pela internet, na faixa das 19 horas, considerada nobre, pois os telespectadores já estão em casa para assistir à televisão.

Algumas comparações são possíveis de serem feitas entre os dois telejornais. Um faz parte da grade da emissora 100% voltadas ao público rural; já o Globo Rural ocupa uma posição na grade de uma emissora de cunho geral, seja em entretenimento ou informação. Dessa forma, o telejornal da emissora voltada ao agronegócio diz defender os interesses e direitos do produtor rural.

A partir da década de 1980, grandes grupos de Comunicação observaram que muitos cidadãos envolvidos na produção agropecuária, desde os produtores rurais até grandes empresários do setor, estavam carentes de informações para a tomada de decisão nos negócios. Esses grupos de Comunicação também perceberam que havia uma necessidade, já latente, de aproximar o rural do urbano, como forma também das pessoas que vivem nas grandes cidades valorizarem e entenderem o dia a dia da produção rural.

De olho nesta conjuntura política e econômica do país, a Rede Globo de Televisão criou o Globo Rural, que foi ao ar pela primeira vez em 1979 e apresentado pelo jornalista Carlos Nascimento. A primeira reportagem exibida mostrava o plantio de soja no cerrado brasileiro. Naquela época, após a expansão do sistema de telecomunicações, as grandes emissoras já podiam ser captadas em quase todo o interior do país. De acordo com Pereira (apud Tardin, 1991):

O Globo Rural surgiu em 1979, quando se verificou que havia um movimento de incremento na agricultura, que os produtos agrícolas não apareciam na televisão por falta de espaço e que o mundo rural tinha quatro milhões de aparelhos de televisão. O Globo Rural é um programa jornalístico para o homem do campo. Mas também é visto nas grandes cidades. Todo mundo gosta de ver belas paisagens cheias de vida. (PEREIRA apud TARDIN, 1991, documento eletrônico)

Este programa semanal, exibido aos domingos de manhã, trouxe uma proposta nova de jornalismo, que tradicionalmente trabalhou com uma fórmula engessada: apresentadores atrás de uma bancada, reportagens curtas, objetivas, diretas e que, por causa disso, algumas vezes acabavam sendo superficiais. De acordo com Fernanda Silva (2009), o jornalismo constituiu-se como instituição social, sendo seu profissional considerado como propagador do que era importante para a população, tanto na política como na economia. “Tal postura configurou-se no modelo dominante de jornalismo, marcado pelo paradigma da objetividade (a não opinião e não emoção do repórter) e de um estilo textual caracterizado pelo privilégio de fatos em detrimento das opiniões” (SILVA, F. 2009, p.194).

O Globo Rural, por sua vez, trouxe um novo formato que misturava o *hard news*, jornalismo diário baseado nos assuntos factuais de maior relevância, ao jornalismo mais conversado, explicativo e educativo. O programa produzia reportagens mais longas que duravam cerca de dez minutos, compassadas e analíticas. As fontes utilizadas para as matérias e o estilo dos repórteres também saíram do padrão. Os entrevistados não eram apenas fontes oficiais, institucionais ou do governo. Eles priorizavam os personagens, no caso, os agricultores, o homem do campo, o técnico agrícola. Os repórteres, assim como os apresentadores, sem terno e gravata, falavam para o telespectador de uma maneira mais informal, como se fosse uma conversa na fazenda. O objetivo era falar para o indivíduo e não para multidão. De acordo com o diretor do programa, Humberto Pereira:

O programa tem cuidados especiais com a reportagem. Para sete minutos no ar, gastam-se cinco/seis dias no campo. Não se pode ter pressa para resgatar as imagens da zona rural. O programa tem um ritmo biológico, específico. (PEREIRA apud ELIAS, 1997, documento eletrônico).

A vinheta do programa, de 1980 a 1985, era composta por fotos que retratavam o modo de vida e o trabalho no campo. O programa começava com uma “escalada”<sup>6</sup> com as principais manchetes do programa, porém, elas eram totalmente coberta com imagens referentes às reportagens que iriam ao ar, diferente do telejornal tradicional, no qual vemos uma mescla entre a imagem dos apresentadores falando sobre os assuntos que serão exibidos e as imagens dos fatos.

O programa também utilizava o recurso das cartas enviadas pelos telespectadores ao programa para produzir as reportagens. Dessa forma, o

---

<sup>6</sup> “Escalada” é um termo técnico utilizado no telejornalismo para indicar as principais notícias que serão exibidas no telejornal do dia.

testemunho do homem do campo agregava conhecimento, levando a experiência pessoal a uma temática mais ampla. O programa naquela década era muito mais direcionado ao ensinamento de técnicas agrícolas, como também à preocupação com belas imagens, para que o programa pudesse se aproximar tanto do pequeno produtor, quanto do homem da cidade, que assistia ao Globo Rural como um programa de informação e entretenimento ao exibir reportagens de cunho gastronômico. Uma prova disso eram as cartas de leitores que os jornais da época publicavam como estas: “Impecável. Imperdível. Jornalismo de TV ao máximo de sua capacidade” – médico (JORNAL DO BRASIL, 1982). “Programa altamente educativo, de muito valor para os agricultores, estudantes de veterinária, zootecnia etc.” – estudante (JORNAL DO BRASIL, 1983). O jornalismo segmentado no agronegócio passou, então, a ganhar mais espaço no cenário televisivo.

Segundo Ferreira e Silva (2012):

O jornalismo especializado 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. (Ferreira; Silva, 2012, p. 02)

Em 1996, vemos a busca por uma nova fatia de mercado jornalístico segmentado rural. A Rede Brasil Sul (RBS), em parceria com a Rede Globo, colocou no ar o primeiro canal para TV por assinatura com programação inteiramente voltada para o setor rural, o Canal Rural. O gênero dominante do telejornal se manteve neste canal, que veiculava programas informativos de interesse do produtor, mas com um diferencial. Ele tinha um direcionamento econômico, pensando na atividade empresarial do homem do campo. Naquele período, segundo o jornal O Globo (27 set. 1996), o agronegócio movimentava anualmente R\$ 2,4 bilhões, o que representava 40% do PIB nacional. De acordo com o coordenador do projeto, Raul Costa Jr (1996):

O objetivo é romper a visão atual de que programa rural só é direcionado a sítios e fazendas. Vamos mostrar as novas tecnologias, as novas técnicas para os mais diferentes tipos de plantio, como o de soja, por exemplo. A grade de programação prevê uma previsão do tempo moderna e especializada de meia em meia hora, por região de plantios. Vamos redividir o Brasil, afirmou o coordenador. (SILVA, 1996)

De olho no crescimento do agronegócio no país, em outubro de 2000 foi criada a versão diária do programa Globo Rural, com 15 minutos de duração, exibida também no turno da manhã. O Globo Rural diário começou sendo apresentado pela

jornalista Rosana Jatobá. O programa possuía um quadro específico para a previsão do tempo, apresentado pelo jornalista Lúcio Sturm. Os cenários, a vinheta e a trilha do programa remetiam ao campo, à paisagem, à tranquilidade, à plantação, ao valor da vida no campo. Entretanto, esta versão se parecia muito com o novo formato dos telejornais da Rede Globo.

O programa faz uso de muitos recursos gráficos, como mapas (para orientar o telespectador, na localização de uma cidade, por exemplo). As reportagens são mais dinâmicas, muito parecidas com o telejornal tradicional. O telejornal conta também com cotações diárias do mercado, andamento das safras, agenda de eventos do setor, além de informações sobre política, economia, tecnologia e um destaque especial à previsão do tempo. Um detalhe importe a ser ressaltado é que os personagens utilizados nas reportagens exibidas no programa, muitas vezes são grandes produtores rurais.

De acordo com o diretor do programa, Humberto Pereira, a criação de um novo formato foi necessária porque as informações levadas aos produtores estavam ficando velhas, como por exemplo, cotações e previsão do tempo, “o objetivo é proporcionar ao agricultor o maior número de informações para que ele possa investir e controlar suas safras” afirmou Pereira (apud TOGNONI, 2000, documento eletrônico).

As reportagens passaram a dar ênfase maior aos aspectos macro da agricultura, às novas tecnologias, às máquinas e implementos agrícolas que ajudavam ao produtor a produzir mais em menor espaço. Na visão mercadológica, a justificativa para o novo formato é econômico. A reportagem publicada no jornal Meio e Mensagem (22 out. 2001), escrita pelo jornalista Clyton Melo, deixou claro isso. “O mercado de agronegócios, que fatura R\$ 307,5 bilhões por ano no país, vem registrando aumento nas vendas de maquinários e na produção de grãos. Mas, mesmo com esses dados econômicos, que poderiam transformar o segmento em potencial anunciante, grande parte das empresas da área não investe em comunicação. Disposta a mudar essa situação, a Rede Globo montou equipe comercial para atender exclusivamente esse setor e, assim, criar novos anunciantes.”

Outra mudança importante que aconteceu no final da década de 1990 e início dos anos 2000, que provocou uma revolução na comunicação, foi o acesso às informações pela internet. Com o crescimento vertiginoso de veículos de comunicação disponibilizando o conteúdo jornalístico na web, os telespectadores começaram a se atualizar mais rápido sobre o que estava acontecendo no agronegócio. Dessa forma, a

Rede Globo percebeu que um programa semanal já não dava conta da necessidade instantânea de informações por parte dos produtores rurais.

Com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, mediada pelo computador, começou a ser desenhado um novo espaço informativo, não mais inteiramente dominado pelos chamados meios de comunicação de massa, mas também, pelos fluxos gerados pela internet. Novos modelos jornalísticos, onde a audiência e a interatividade passaram a fazer parte do processo como construtores, relatores e debatedores de notícias (RECUERO, 2011, p. 2).

O uso da internet como forma de divulgação de notícias, entretanto, introduziu diversos elementos que modificaram o contexto do jornalismo. Foram criadas novas formas de circulação das informações. Esses modelos tecnológicos permitem de modo simplificado, a produção de notícias por indivíduos e grupos cada vez mais amplas e, de certa forma, independentes daquelas da comunicação de massa tradicional. Esse novo aparato tecnológico passou a ser utilizado pelo programa Globo Rural para abastecer o telespectador, o grande produtor rural, de informações minuto a minuto sobre a cotação das principais *commodities*, a previsão do tempo localizada por região e as principais notícias do Brasil todo. Já não há a necessidade de esperar por notícias do agronegócio apenas aos domingos.

Em 2005, o Grupo Bandeirantes de Comunicação, percebendo também a importância do setor agropecuário e as possibilidades de negócios, como os leilões de gado, inaugurou o Canal Terraviva, com jornalismo especializado em agronegócio, além dos programas comerciais. Os empresários Jovelino Mineiro e Johnny Saad tiveram a ideia de criar um canal de televisão que tivesse foco no produtor rural, mesmo com o Canal Rural já consolidado no mercado. Porém, na visão dos empresários, havia uma lacuna a ser preenchida. Como produtores rurais, eles sentiam a necessidade de um veículo que fosse a voz do homem do campo, um veículo claramente posicionado em favor do agricultor brasileiro, com foco em informação, credibilidade e isenção.

A aposta das empresas de comunicação no segmento do agronegócio reforçou que este setor era importante para o desenvolvimento brasileiro, não somente o econômico, mas também o político, social e cultural. A visibilidade do homem do campo na mídia, principalmente na televisão, ajudou a construir um novo olhar sobre o campo e a atividade agrícola. E também ajudou a reforçar a identidade do agricultor, daquele que produz alimentos. Uma identidade marcada pelo

estereótipo de homem sem instrução, de vida simples e ingênua, o que contrasta com a realidade da modernização do agronegócio no Brasil. Hoje o agricultor, ou produtor rural, é em grande parte um empresário com formação superior, gestor de sua propriedade, conhecedor de administração e negócios. O homem do campo investe em educação e tecnologia para aumentar a produtividade na sua lavoura. E também é politizado e bem organizado para lutar por políticas públicas que invistam no desenvolvimento sustentável da agricultura e pecuária. Essa construção do homem do campo pela mídia é que pretendemos investigar nesta análise.

## 5 ANÁLISE DOS PROGRAMAS GLOBO RURAL E JORNAL TERRAVIVA

### 5.1 Metodologia trabalhada

Para a realização desta pesquisa, recorreremos à proposta metodológica de Análise Textual, que repassa os principais modos de analisar a televisão, um veículo tecnológico que produz informação e espetáculo, em um contexto de realidade econômica, social e cultural. A TV é um instrumento de influência e de poder, um arquivo de formas culturais que algumas vezes decide o ritmo da vida cotidiana. É possível, através da análise textual, examinar sua linguagem, os efeitos sociais, os resultados da audiência e também as implicações ideológicas e políticas na sociedade. Os programas são feitos para um público heterogêneo em diferentes tempos e lugares. A televisão oferece programas de diversos gêneros, formatos, especializados e segmentados, para um público de diversas classes sociais, sejam eles na TV aberta, nos canais por assinatura, pela parabólica ou internet.

As análises textuais são realizações linguísticas e comunicativas que constroem trabalhos a partir de material simbólico (signos, figuras e símbolos presentes em uma sociedade), obedecendo a regras de composições específicas.

Em todo processo de análise é preciso deixar claro os aspectos do fenômeno que serão analisados. Se pensarmos na produção, é possível fazer uma análise nos baseando nos aspectos tecnológicos, nos econômico-empresariais, nos culturais e sociais ou nos político-institucionais. Se abordarmos o âmbito da oferta televisiva, podemos determinar algumas dimensões, como a análise de programas da grade da programação. Ao olhar para o consumo, podemos investigar os índices de audiência, as escolhas de consumo e os processos de compreensão.

Para analisar os programas televisivos também é possível utilizar vários instrumentos, como entrevistas, observações, índices de audiência, histórias de vida de personagens, interrogatório, entre outros.

Os modelos construídos pelos estudos culturais constituem em exemplo de métodos e permitem relacionar a presença de determinados itens (temáticos, estilísticos) com as orientações ideológicas, os valores e os elementos culturais presentes em uma determinada sociedade. (CASSETTI; DI CHIO, 1999, p.26)

A análise textual permite captar e interpretar os numerosos itens presentes nos textos e nas imagens que constituem um exemplo de identidade, de cultura, de

família. Dessa maneira, para realizar uma boa análise, é preciso ficar atento a algumas orientações. A primeira delas é privilegiar os processos de reconstrução das mensagens e os efeitos de transmissão para a sociedade. A segunda, gira em torno da linguagem televisiva, do conteúdo audiovisual e textual, ou seja, a forma e os diferentes modos da mensagem que constituem o principal acesso entre a televisão e a sociedade. Isso significa que as linguagens audiovisual e verbal são capazes de formar opiniões, sejam aquelas que a emissora gostaria que a sociedade tivesse (ideológica) ou aquelas culturais (de história de vida, de identificação cultural). A terceira orientação entende que o espectador é considerado um elemento determinante porque suas características sociais e demográficas são capazes de impor diferentes modalidades nas mensagens transmitidas pela televisão. Já na quarta orientação, a estrutura e a dinâmica do ambiente social constituem o fator decisivo da comunicação televisiva. Aqui a mensagem só adquire sentido se ela tiver uma atividade de mediação social. O texto funciona como experiência e atinge as expectativas do telespectador.

A televisão constrói, portanto, significados, apoiando-se em sistemas menos formalizados. Ela trabalha com uma linguagem própria que representa a realidade a partir de critérios funcionais com características técnicas e linguísticas.

Embora assistir televisão não requeira alfabetização, necessita pelo menos de aprendizagem e competência. O espectador tem que aprender as regras do mundo que a televisão representa e as regras de como ela nos representa. Dessa forma, a tarefa do analista é poder descobrir as regras para estudar o seu funcionamento. A televisão não se comunica apenas por textos individuais, mas sim por um conjunto de imagens e sons que formam uma unidade que representa identidade, marcas de uma cultura, marcas de um modo de vida.

O jornalismo, entendido como construtor de sentidos sobre a realidade, é um discurso que deve representar a diversidade de pensamento da sociedade contemporânea. Deste modo, apenas a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo representativo dessa complexa estrutura social na qual estamos inseridos. Portanto, não se enfocam apenas nos conteúdos de transmissões e sim nos elementos linguísticos que caracterizam os materiais utilizados nos códigos presentes (códigos linguísticos, gramaticais, culturais e ideológicos). Além disso, os temas, as figuras, os ambientes presentes nos programas analisados, são estratégias usadas pelos veículos para identificação

dos espectadores. Estes são objetos importantes para a construção da estrutura e processos de investigação dos programas analisados. Esta análise tende a separar o que é dito pelos personagens dos valores que se afirmam nos materiais exibidos.

Na realidade, os textos atribuem regularmente uma valorização dos objetos, dos comportamentos, das situações, etc. e a partir daí, é dado um peso diferente, de modo implícito ou explícito. (CASSETTI; DI CHIO, 1999, p.250)

A análise textual demonstra atenção nos elementos concretos do texto, nos modos em que ele se constrói e nas imagens exibidas na TV. Ela também tem o objetivo de apreender sua atenção no modo de interpretar o significado em um sentido global de valorizar os temas de que se fala de forma a enunciar seu próprio discurso.

Nesta metodologia, Francesco Casetti e Frederico di Chio (1999) propõem utilizar vários critérios para análise:

- **Sujeitos e interações**

- a) *Densidade dos sujeitos em seu tempo e também em seu espaço;*

O trabalho agropecuário está distribuído por todo o território brasileiro, isso significa que por meio dos programas televisivos podemos mostrar, por exemplo, de qual região o homem do campo está falando, o que ele produz e quais suas dificuldades e desafios, que se caracterizam nos motivos pelos quais ele ganha visibilidade na TV.

- b) *Estilo do comportamento dos sujeitos (com base no vestuário, na sua gesticulação, no deslocamento espacial etc.): formal/informal, autoritário/confidencial, variado/repetitivo;*

Através do seu vestuário, vocabulário e gestos, torna-se possível identificar se este personagem é simplório, intelectual, representativo no setor rural, contribuindo para entender o porquê essas fontes são escolhidas para falar sobre determinado tema.

- c) *A função dos sujeitos no desenvolvimento do programa e suas respectivas falas;*

A análise textual do discurso das fontes nos permite identificar a representatividade desses sujeitos para o meio rural, assim como o papel dos apresentadores, repórteres e comentaristas, no desenvolvimento do programa.

- **Textos verbais**

- a) *O peso do texto verbal (absoluto, preponderante, médio, escasso, inexistente);*

Por meio da fala poderemos verificar se aquilo que está sendo falado pelo personagem é fundamental, se é de interesse pessoal ou do coletivo. Quando falamos de personagens, estamos nos referindo ao homem do campo, autoridades políticas, representantes de entidades de classe, apresentadores, repórteres e comentaristas.

- b) *Estilos de linguagens utilizados (linguagem setorial, dialeto, correto/incorreto, outras línguas);*

Os estilos são características fundamentais para mostrarmos quem são os personagens que aparecem nas reportagens. Utilizando termos segmentados, técnicos ou simples é possível fortalecer o discurso usado nas matérias exibidas. Isso é possível notar também no estilo de linguagem usado por repórteres, algumas vezes de forma didática (contar como funciona um processo) outras, mais objetivas (informações sobre acontecimentos no Congresso Nacional);

- c) *Conteúdos dos discursos, referências do sujeito e indivíduos (presentes nas cenas durante a recepção da transmissão). Referências dos processos e situações temporais, social, histórico;*

Os discursos das fontes são ancorados na ideologia que permeia a visão da sociedade. Dessa forma, muitos entrevistados reproduzem ideias e conceitos já consolidados pelos seus pares. Procura-se aqui entender as referências utilizadas pelas fontes na construção dos seus discursos. Podemos mostrar suas alegrias e tristezas, por exemplo. Assim como os discursos feitos pelos apresentadores, repórteres e comentaristas, que podem seguir uma linha editorial da emissora, na qual, muitas vezes não é perceptível pelos telespectadores.

- d) *Tratamento do discurso (irônico, sério, dramático);*

Nas entrevistas é possível identificar, através do discurso, por gestos e feições, o que o personagem ou repórter quer dizer durante a reportagem. No contexto audiovisual (áudio ambiente e imagens gravadas) é possível mostrar o sofrimento, o prejuízo ou as vitórias e conquistas realizadas pelos produtores;

- e) *Valorização explícita/implícita (pronunciados sobre ou pelos sujeitos identificados na reportagem)*

As imagens captadas pela câmera, o enquadramento utilizado e a fala sobre determinado assunto, influenciam no desfecho final da reportagem.

- **História/Narrativa**

- a) *Presença de várias histórias, caracterizadas por uma situação de ordem inicial seguida da instauração de uma progressiva desordem (enriquecido de complicações e perturbações) e soluções (nova ordem final);*

A arte de fazer jornalismo implica em contar histórias. Essas histórias sempre tem começo, meio e fim. Como essas histórias são contadas é que fazem a notícia ser relevante, dramática, interessante. Nelas podemos entender as angústias, frustrações e alegrias do homem do campo.

- b) *Estrutura temporal de cada história (ordem, duração, frequência – possibilidade de interações dos acontecimentos);*

Toda reportagem televisiva é construída por uma equipe composta por pauteiros, produtores, repórteres e editores. Isso significa que a matéria pode ser gravada de uma forma e transformada na edição. Dessa maneira vamos mostrar as interações entres as fontes e repórteres realizadas nas matérias bem como a duração delas. O tempo é um fator importante nesse processo, no qual irá influenciar na profundidade do assunto a ser tratado. Também pretendemos verificar os formatos de apresentação das notícias predominantes (nota coberta, nota simples, VT, *audiotape*, *offvivo* ou *link*) bem como a estrutura das reportagens nos programas segmentados. Elas ratificam o padrão do telejornalismo? Ou são mais abertas a experimentação?

- **Linguagem Televisiva**

- a) *Evidencia as características da intervenção do autor (enquadramentos, movimentos de câmera, além de músicas, efeitos sonoros, títulos, cores e local da realização do vídeo);*

As imagens “falam por mil palavras”. A linguagem audiovisual é capaz de demonstrar sentimentos e adjetivar processos, como belas imagens do campo, assim como uma plantação destruída por pragas ou adversidades climáticas. Todos os recursos televisivos são complementares nos discursos e nas falas dos personagens. Utilizaremos e ressaltaremos estes recursos durante as análises.

## **5.2 Análise do Programa Globo Rural - Dominical, TV Globo (06 a 20 out. 2013)**

Criado em 1980, o programa Globo Rural foi estruturado a partir da prática do telejornalismo diário em rede nacional para estabelecer um modo de produção da notícia sobre o mundo rural. Com o poder do alcance da Rede Globo, o objetivo era poder representar a diversidade regional brasileira, mostrando os avanços conquistados pelo homem do campo na produção de alimentos no país.

Nessas mais de três décadas de existência, o programa ajudou a construir os modos de dizer e de representar o Brasil rural, através das mudanças sociais, econômicas e políticas. Sua identidade televisiva serviu de parâmetro e modelo para outros programas e emissoras de TV que resolveram se dedicar ao tema do agronegócio, como o Canal do Boi, Canal Rural e Canal Terraviva.

O telejornalismo rural desenvolvido pelo Globo Rural serve de modelo por meio do contexto de produção, temáticas, gêneros e formatos de reportagens que tornaram o Globo Rural bem sucedido tanto junto ao público rural quanto ao urbano.

O programa consolidou um gênero de telejornalismo rural presente na TV brasileira, que hoje se caracteriza como um produto híbrido de gêneros informativo, educativo e de entretenimento. A partir desse entendimento é que pretendemos analisar a influência desse jornalismo sobre agronegócio na (re)produção de significados sobre o homem do campo.

### **5.2.1 Aspectos gerais do programa Globo Rural - Dominical, TV Globo**

No início do primeiro bloco, o programa começa com algumas imagens das reportagens que serão exibidas naquele dia. De fundo, a trilha tradicional da abertura do programa, produzida pelo compositor Almir Sater.

Isso acontece para prender a atenção do telespectador para que ele não mude de canal. São sempre imagens bonitas e bem produzidas, buscando mostrar a diversidade da produção agropecuária e das belezas naturais do Brasil. Entretanto, essas imagens da abertura nem sempre condizem com a realidade apresentada nas reportagens, nas quais, muitas vezes mostram o sofrimento e o prejuízo do homem do campo.

Figura 1: Imagens das reportagens exibidas no Globo Rural dominical



Fonte: Globo Rural 06 out. 2013

Em seguida entram os *teasers* gravados pelos repórteres, no local da reportagem, apresentando as manchetes das matérias que serão exibidas naquele dia. Este recurso é utilizado para fidelizar e chamar a atenção dos telespectadores para os principais assuntos que serão abordados naquela edição.

Figura 2: Teasers dos repórteres



Fonte: Globo Rural 06 out. 2013

Logo após entra a vinheta de abertura do programa, que tem a função de identificar o Globo Rural dentro da grade de programação. A vinheta remete a uma viagem pelo Brasil. Imagens que representam a vida no campo. Imagens de plantação, tropeiros, paisagens que ilustram a diversidade encontrada no país. Na vinheta são utilizadas riscas verdes que passam durante a exibição das imagens e que no final vão se transformar na letra R do nome do programa Globo Rural. Esse movimento das linhas verdes lembra o trabalho da máquina no campo, seja na hora do plantio ou da

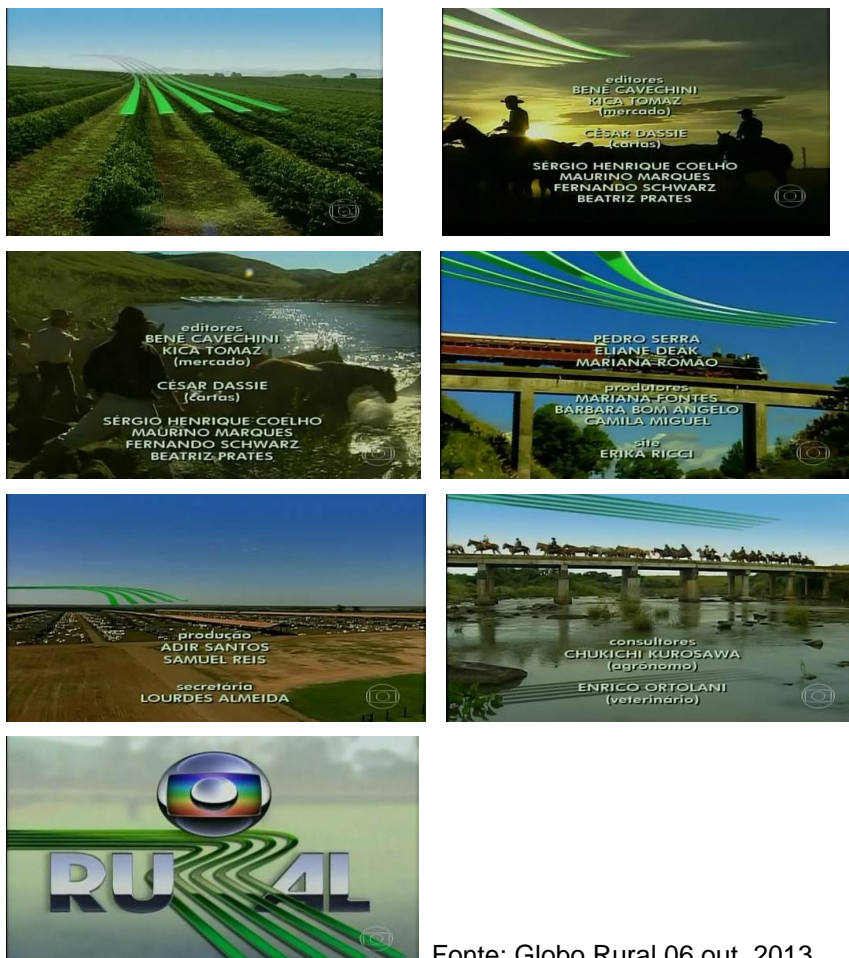
colheita. A base sonora da trilha é feita com um violão, percussão e berrante, instrumentos tradicionais utilizados para o trabalho ou o entretenimento no campo.

O Globo Rural dominical possui quatro apresentadores, que se revezam em duplas, sempre um jornalista homem com uma mulher dividindo a bancada do programa: Helen Martins, Nelson Araújo, Vico Iasi e Priscila Brandão.

A jornalista paulista Helen Martins entrou na Rede Globo em 1992 na função de repórter. A entrada para o Globo Rural ocorreu em 1996, quando assumiu a editoria da seção de cartas. Seguindo a tendência de polivalência dos profissionais do programa, Helen Martins também é apresentadora e repórter.

O Globo Rural dominical possui quatro apresentadores, que se revezam em duplas, sempre um jornalista homem com uma mulher dividindo a bancada do programa: Helen Martins, Nelson Araújo, Vico Iasi e Priscila Brandão.

Figura 3: Vinheta do Globo Rural dominical



Fonte: Globo Rural 06 out. 2013

A jornalista paulista Helen Martins entrou na Rede Globo em 1992 na função de repórter. A entrada para o Globo Rural ocorreu em 1996, quando assumiu a editoria da seção de cartas. Seguindo a tendência de polivalência dos profissionais do programa, Helen Martins também é apresentadora e repórter.

O jornalista Nelson Araújo, filho de agricultores, entrou na TV Globo de São Paulo em 1986 e, quatro anos depois, entrou para o quadro do Globo Rural, acumulando as funções de produtor, repórter, editor e apresentador. Em 1996 assumiu a apresentação do programa.

Vico Iasi nasceu em São Paulo e trabalha há mais de 20 anos como repórter, editor e apresentador de televisão. Em 1995, entrou para a equipe do Globo Rural. Na redação programa em São Paulo, sempre se dedicou à edição de suas reportagens e, desde 1996, exerce frequentemente a função de apresentador.

Priscila Brandão entrou na TV Globo do Rio de Janeiro em 1992. De 2003 a 2009 apresentou a edição diária do Globo Rural. Atualmente, trabalha como repórter especial do programa e apresenta frequentemente a edição semanal.

Figura 4: Apresentadores: Helen Martins e Nelson Araújo



Fonte: Globo Rural 20 out. 2013

Figura 5: Apresentadores: Priscila Brandão e Vico Iasi



Fonte: Globo Rural 06 out. 2013

O programa começa sempre com uma “nota pelada” (sem imagens para ilustrar o texto). Esta informação pode ser sobre uma reportagem especial que irá ser exibida naquele dia ou alguma notícia que tenha sido relevante na semana. Foi possível notar que os apresentadores tem liberdade para fazer elogios ou críticas, como esta nota lida pelo apresentador Vico Iasi:

Figura 6: Nota lida pelo apresentador



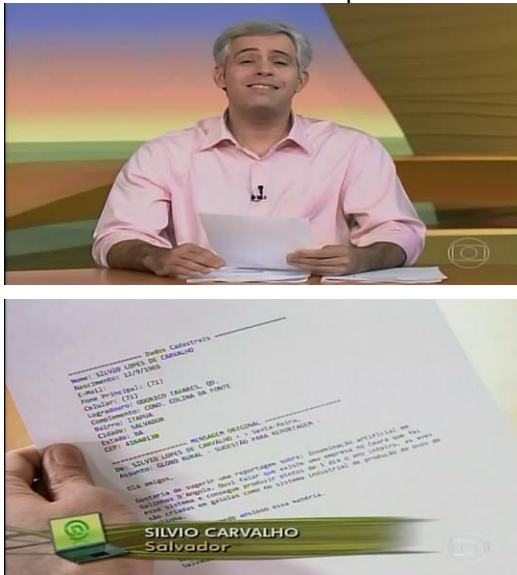
Fonte: Globo Rural 13 out. 2013

A Conab anunciou essa semana a sua primeira previsão da safra que vai ser colhida em 2014. A impressão é que já vimos esse filme no ano passado, no ano retrasado e por aí vai. Por quê? Porque poderemos ter um novo recorde, porque os agricultores estão contando com os preços bons e já estão vendendo a soja por antecipação. E lá por abril e maio, vamos ver de novo o filme de terror dos congestionamentos das estradas e dos portos. Vamos ter de novo mais uma crise de fatura.

O programa oferece um espaço muito relevante ao telespectador. O quadro das cartas entra em pelo menos dois blocos do programa. Elas são enviadas pelos produtores com dúvidas sobre o plantio, manejo, colheita ou produção. Além de citar o nome do telespectador e mostrar a carta enviada por eles, há uma conversação entre os apresentadores e o telespectador. O objetivo é mostrar que o telespectador é importante e fundamental para a existência do programa. Afirma que ele é ouvido e visto e que o programa está ali para ajudá-lo a melhorar e crescer. Os repórteres vão a campo e junto com um especialista, mostram como o produtor deve fazer para melhorar ou sanar o problema existente na propriedade do telespectador.

É relevante ressaltar que mesmo com as novas tecnologias, como e-mail, *twitter* ou *whatsapp*, o programa ainda mantém a possibilidade do envio de correspondências por meio de cartas pela caixa postal. Isso mostra que o Globo Rural se preocupa e compreende a vida no campo sendo aquele personagem simples, que não tem acesso às novas tecnologias, mas que também quer ter acesso ao conhecimento ou esclarecimento de dúvidas e que o seu melhor meio de comunicação continua sendo a tradicional carta escrita à mão e enviada pelo correio.

Figura 7: “Cabeça” lida pelo apresentador Vico Iasi sobre carta de telespectador



Fonte: Globo Rural 06 out. 2013

Vico: Inseminação artificial de galinha d’angola. O seu Silvio Carvalho, de Salvador, ouviu falar que no Ceará tem gente fazendo isso. Ficou curioso e nos pediu uma reportagem sobre o assunto. O José Hamilton Ribeiro foi conhecer esse trabalho que tem dado muito certo.

O repórter José Hamilton Ribeiro, jornalista consagrado pela sua carreira no jornalismo brasileiro, como a cobertura da guerra no Vietnã em 1968, costuma fazer reportagens diferenciadas e que fogem do jornalismo tradicional e hegemônico. Suas matérias são muito didáticas e informais e que geralmente têm um tempo maior de duração. A reportagem, que mostra a produção e reprodução da galinha d’angola mostra o passo a passo da criação e ao mesmo tempo deixa claro a profissionalização e a tecnologia inserida na produção. Confirma que a genética é importante para grande produção. José Hamilton conta um pouco sobre a granja e diz que vai conversar com o responsável e especialista do assunto e questiona sobre o processo.

Figura 8: Imagens que ilustram a reportagem



Fonte: Globo Rural 06 out. 2013

Esta granja no Ceará produz 10 mil angolinhas por semana. Todas fruto de inseminação artificial. E o Ricardo Holanda é o encarregado da produção.

*José Hamilton Ribeiro:* Ricardo, porque a inseminação artificial?

*Técnico:* Porque a gente tem uma segurança da nossa inseminação nas fêmeas. E eu tenho segurança no meu incubatório. De 80 a 85% de eclosão. Se fosse criado rústico, solto, no campo, a gente não tinha uma garantia.

A reportagem mostra o passo a passo de uma inseminação. Os personagens das matérias estão sempre em destaque. Isso dá credibilidade para a reportagem e faz com que o telespectador confie naquilo que está sendo falado e mostrado.

Figura 9: Imagens que ilustram a reportagem



Fonte: Globo Rural 06 out. 2013

Aqui na granja, há 28 anos é o Raimundo Santana que faz a inseminação. Primeiro ele prepara o conservante. Um sachê de água de coco em pó, diluído em 10 ml em água destilada. Essa mistura dobra a capacidade de inseminação do sêmen.

Depois da exibição da reportagem referente à carta enviada, há uma “nota pé” sobre o assunto tratado. Os apresentadores pedem para que os telespectadores enviem dúvidas sobre o cultivo ou produção e sugestões para reportagens. Dessa maneira o quadro continuará no ar e ao mesmo tempo ajudará na sugestão de pautas para o programa.

Figura 10: Apresentadores leem “nota pé”



*Vico Iasi:* Lá na granja do Ceará, as galinhas são inseminadas a cada sete dias.

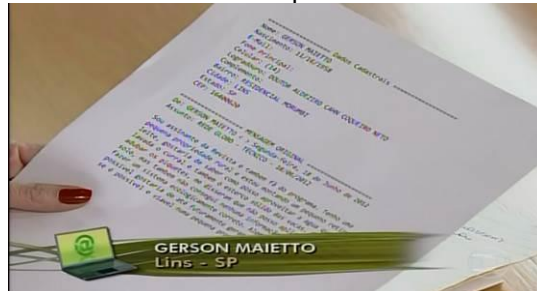


*Priscila Brandão:* Quer enviar sua dúvida ou sugestão? Então escreva. Pode ser pela nossa página da internet ou então pelo correio.

Fonte: Globo Rural 06/10/2013

Nesta outra reportagem o telespectador queria saber a melhor forma de aproveitar os dejetos do gado.

Figura 11: Apresentadora lendo a carta de telespectador



Fonte: Globo Rural: 20 out. 2013

O repórter Ivaci Matias foi até o Paraná para conversar com um técnico. Ele começa a reportagem com o especialista, formato que não é comum nas reportagens dos telejornais tradicionais, que geralmente começam com *off*.

Figura 12: Repórter apresentando o tema



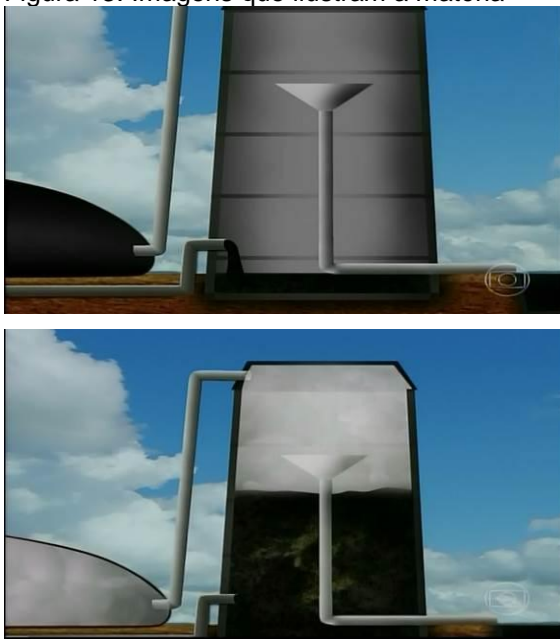
Fonte: Globo Rural: 20 out. 2013

*Repórter Ivaci Matias:* Seu Gerson, quem vai tirar a sua dúvida é o médico veterinário Mário Socela, do município de Céu Azul, aqui do Paraná. Ele pode usar essa água que lava o curral e o esterco verde direto para adubar as plantas?

*Médico Veterinário:* Eu não recomendaria. Toda vez que a gente fez isso, a gente não se deu bem aqui na propriedade. Ele teria que usar o sistema de biodigestores.

A partir do esclarecimento dado pelo especialista, a reportagem adquire o seu caráter didático, mostrando passo a passo o que faz um biodigestor e seus benefícios. Dessa maneira é possível fazer com que o telespectador aprenda e entenda melhor como funciona o referido processo e sua importância, além de fazer com que aquela dúvida se torne uma oportunidade de melhoria de vida para quem leva a vida no campo. Outro detalhe importante é que esses programas segmentados tem uma duração maior e conseguem trabalhar as reportagens de uma maneira que os telejornais hegemônicos não podem, por conta da necessidade de informar muitos fatos num único programa e dessa maneira as notícias se tornam superficiais. Nesta reportagem que foi destacada, a matéria utiliza uma ilustração para que o telespectador entenda detalhadamente o processo do sistema de biodigestor.

Figura 13: Imagens que ilustram a matéria



Os dejetos são canalizados para a parte de baixo do reservatório feito de fibra de vidro. Depois de passar pelo processo de fermentação, que leva 30 dias, o material chega ao topo do reservatório e vaza por este funil que despeja tudo num tanque de lona de plástica.



O biodigestor está pronto para ser usado no campo. Ele não tem aquele cheiro forte de esterco e não junta moscas.



Fonte: Globo Rural: 20 out. 2013

Os eventos agropecuários também são destacados durante o programa. Os apresentadores informam as feiras, exposições e mostras que acontecem pelo Brasil. Podemos destacar que o fato de mostrar eventos que acontecem por todo o país reforça o alcance e interesse do e pelo programa, além deixar claro que o programa está preocupado e atento com as representações do campo. Com esta divulgação o Globo Rural presta serviço e ao mesmo tempo se torna um canal importante para os organizadores dos eventos. Não deixa de ser um lugar para a propaganda, entretanto, as empresas patrocinadoras dos eventos têm a sua marca apagada para não caracterizar o “jabá” jornalístico.

Figura 14: Banners dos eventos



*Nélson Araújo:* Confira os eventos por todo o país.  
Na Bahia, curso de piscicultura em Macarani.



*Nélson Araújo:* Encontro de cafeicultores em Bonito



*Nélson Araújo:* Congresso de mandioca em Salvador



*Helen Martins:* Em São Paulo, curso de restauração florestal, em Piracicaba



*Helen Martins:* Em Minas Gerais, festa da costela, em Cascalho Rico.



*Helen Martins:* Festa do agricultor em Lagoa Salgada, Rio Grande do Norte.



*Helen Martins:* Festa do Bode Rei, em Cocal de Telha, no Piauí.

Fonte: Globo Rural 20 out. 2013

O programa também aproveitava as reportagens exibidas durante a semana no Globo Rural diário. Os editores faziam uma “lapada” das principais reportagens exibidas no programa durante a semana que passou. Isso ajudava a dar mais credibilidade e importância para o programa exibido de segunda a sexta-feira. Era uma maneira de fidelizar o telespectador e fazer com que ele assistisse ao programa durante toda a semana.

Figura 15: Lapada com notícias da semana



Em Brasília, trabalhadores rurais ligados a movimentos sociais ocuparam os prédios do Ministério da Agricultura e da pesca. Eles pediram agilidade na Reforma Agrária.



No Paraná, a colheita de trigo está terminando e ainda tem muito grão nos armazéns. Os preços mais altos estão ajudando a compensar as perdas da produção.





Começa em Rondônia a 35ª campanha de vacinação contra a febre aftosa no rebanho. As fazendas que fazem fronteira com a Bolívia recebem atenção especial para que a doença entre no Estado.

Preço da cebola no final da safra desanima os agricultores no interior de São Paulo. O excesso de chuva no final de março adiou em um mês o plantio.

Fonte: Globo Rural: 20 out. 2013

O programa também informa os preços das principais *commodities* agropecuárias, como a do boi gordo, ou seja, acredita ser importante fornecer as cotações para ajudar o produtor a tomar sua decisão de negociação dos produtos.

Figura 16: Cotações



*Nélson Araújo:* Confira o preço do boi na sexta-feira. Em Araputanga, Mato Grosso, a arroba saiu por R\$ 95 reais. Em Alegrete, Rio Grande do Sul R\$ 96,12 e em Lençóis Paulista, São Paulo, R\$ 106 reais.

Fonte: Globo Rural: 20 out. 2013

Diferente da abertura do programa, que mostra imagens bonitas do campo, muitas reportagens exibidas nos programas analisados, mostram o produtor como vítima de efeitos climáticos ou de problemas governamentais.

Todo início de matéria exibida pelo Globo Rural traz um mapa ilustrando a região e localidade da reportagem gravada. Isso mostra a abrangência do programa. Na reportagem analisada a seguir, por exemplo, o apresentador Nélson Araújo aponta o clima como o principal fator para a mudança de rotina da vida no campo de quem reside em Sergipe e no Piauí. É possível ver a simplicidade dos produtores nas suas vestimentas, no modo de falar ao darem seu testemunho sobre a situação enfrentada e a demonstração de felicidade com a volta da chuva na região. A reportagem mostra também, por meio das imagens, locais degradados, animais magros a pouca água do lugar, mas que mesmo com essa escassez já era um grande avanço diante do problema enfrentado até pouco tempo atrás.

Figura 17: imagens de reportagem:



“Cabeça” da reportagem lida pelo apresentador:

O clima está mudando em certas regiões do sertão nordestino. Em algumas áreas voltou a chover em outubro. Mas em outras, a seca provoca estragos. Veja como está a situação no Sergipe e no Piauí.



Off do repórter:

Em Porto da Folha, sertão de Sergipe, uma cena que quase dois anos o agricultor não via.



Sonora do criador:

Se não chovesse, logo faltava água. Quer dizer que agora choveu, melhorou bastante já. Vai sair os pastos, o gado vai melhorar porque vai engordar.



Passagem da repórter:

Em menos de uma semana choveu quatro vezes mais que a média esperada para todo o mês de outubro no sertão sergipano.



Sonora da agricultora:

Não tinha água, depois de três dias de chuva juntou esse pouco de água, o gado passava sede, agora tem água nas barragens para os gados beberem. Até para o povo faltava água na torneira.



Sonora do criador:

Só de você ver o seu rebanho saudável, você já tem uma felicidade. É por isso que estou alegre, rindo a toa.

Fonte: Globo Rural 20 out. 2013

Mas no Piauí a realidade dos produtores era outra como mostrou a reportagem de Marcos Teixeira, realizada no sul do estado. Podemos analisar o sofrimento desses criadores pelas imagens fortes retratadas na matéria, como os ossos de um animal morto por causa da estiagem ou então pelo animal tentando beber o pouco de água que resta no local onde deveria ser um rio. São cenas duras de uma realidade constante naquela região. Em uma das sonoras com os produtores, por exemplo, é utilizado *close-up*, recurso técnico onde é enquadrado apenas o rosto do personagem. Isso é utilizado para gerar emoção, que neste caso demonstram o sofrimento do homem do campo com os animais que sofrem com a falta de água. Numa dessas sonoras, o criador chama o gado de “bichinho”, mostrando o carinho e afeto que ele tem pelo animal. Outro produtor afirma ter ficado doente pela perda dos animais. Em contrapartida, a fonte especializada que aparece na reportagem para falar sobre o assunto, mostra distanciamento com a realidade e o sofrimento do homem do campo. Ele responde apenas o óbvio sobre a situação que se encontra a região, coloca a culpa no clima e se exime de qualquer responsabilidade sobre o fato.

Figura 18: imagens que ilustram a reportagem



*Off* do repórter:

O maior reservatório de água do centro sul do Piauí, sente os efeitos da seca. Atualmente a barragem armazena apenas 30% da sua capacidade.



Nas épocas normais ela atende 11 municípios. Mas este ano a situação ficou crítica.



#### Sonora do especialista

No geral, todas as barragens estão bastante abaixo se você considerar a média histórica para esse período.



#### Passagem do repórter

Nós estamos em Povoado do Sul, zona rural do município de Lagoa do Sítio. Aqui já não chove regularmente há mais de um ano. As pequenas barragens não resistiram à escassez de chuva e estão assim, completamente vazias.



#### Off do repórter

Com sede o gado vem de longe, mas só encontra lama.



#### Sonora do criador

O bichinho é bruto, aí chega e não tem água para beber, tanto sofre o bichinho como o dono do bicho.



#### Off do repórter

Por falta d'água o seu Noronha já perdeu 16 cabeças de gado e 50 ovelhas.





#### Sonora do criador

Quando eu perdi isso aí tudo, eu adoeci. Problema do coração. E até hoje sou proibido pelo médico de trabalhar. Não tenho a que me apegar.



#### Off do repórter

No município só tem água quem pode comprar. O carregamento de 5 a 6 mil litros custa R\$ 120,00.



#### Sonora da agricultora

A pessoa sem uma verdura, sem um coentro, pra comprar sem dinheiro. Tudo é difícil seu moço.

Fonte: Globo Rural 20 out. 2013

Na próxima reportagem analisada foi destacada a crise no setor sucroalcooleiro, e as consequências deste problema que acabou provocando o desemprego de cortadores de cana-de-açúcar. A reportagem foi da jornalista Thaíse Cavalcante. Nesta matéria aparecem representantes dos trabalhadores como porta-vozes daqueles que estão sendo prejudicados com a crise e pedem uma solução para o problema já que um número grande de pessoas está ficando desempregada e conseqüentemente famílias inteiras estão passando necessidade.

A reportagem também ouve o representante das usinas, que, justifica a crise com a falta de competitividade do etanol e pede ajuda ao Governo Federal para diminuir o problema que afeta muitos trabalhadores rurais.

Nesta matéria os trabalhadores não aparecem na reportagem para dar seu testemunho, talvez por medo de represálias ou por não falarem bem. Dessa forma, a repórter pode ter optado apenas em conversar com o representante sindical para falar sobre os problemas enfrentados pelos trabalhadores.

Figura 19: Imagens que ilustram a reportagem



Fonte: Globo Rural 13 out. 2013

#### “Cabeça” da reportagem lida pelo apresentador

As usinas de açúcar e álcool de Alagoas passam por uma crise. As empresas estão endividadas e algumas não vão nem moer a safra.

#### Off da repórter Thaíse Cavalcante

Em Alagoas existem 24 usinas de cana e álcool. Este ano, 4 delas não estão funcionando. O motivo, o crescimento das dívidas com fornecedores e trabalhadores. De 7 mil, pelo menos 2 mil produtores ainda não receberam os pagamentos.

#### Sonora do diretor Assoc. Plantadores

É lamentável que esses fornecedores ainda continuem sem receber desde a safra passada, onde a matéria-prima entra na indústria a risco zero.

#### Off do repórter

A crise das usinas já começa a provocar desemprego na zona da mata de Alagoas. A Federação dos Trabalhadores informa que este ano, cerca de 15 mil cortadores de cana deixaram de ser contratados.

#### Sonora do Sec. da Fed. Trabalhadores

Essa dificuldade toda só quem tem prejuízo maior é o trabalhador. Porque deixam de ganhar seu dinheiro, deixam de sustentar sua família.

#### Off do repórter

O representante do Sindicato das Usinas de Alagoas fala das causas dessa situação e pede mais apoio do governo ao setor.

#### Sonora do Cons. Sind. Usinas

O etanol está perdendo competitividade perante a gasolina porque os preços da gasolina não correspondem a realidade dos custos de produção. A proposta que está sendo estudada é que o Nordeste tenha um tratamento diferenciado do governo no que diz respeito a rentabilidade do etanol que é a única maneira de resolver o problema na região nordeste que está sofrendo os efeitos da seca de dois anos pra cá.

Grandes reportagens, não só em tamanho, mas em complexidade de produção e realização, são marcas do Globo Rural dominical. Geralmente a principal reportagem é exibida no último bloco, para prender o telespectador do início ao fim do programa. Até mesmo o cenário muda para a introdução da reportagem. O casal de apresentadores deixa a bancada e vai para outro set, mais intimista, com cadeiras confortáveis, como se estivessem na sala junto aos espectadores. Essa variação retrata a mudança no ciclo do programa do início ao término: começa mais tradicional, com notícias mais atuais e rápidas, ancoradas pela bancada, e se encaminha para um local mais informal e confortável, mais próximo ao telespectador para chamar a última e mais importante atração do dia.

Dentre os programas que analisamos, uma matéria de encerramento em especial chamou a atenção pelo investimento na produção. O repórter José Raimundo e uma equipe de técnicos foram até o Peru para descobrir a origem do palmito pupunha, que faz sucesso no Brasil. A equipe também viajou para o Espírito Santo para conversar com o produtor rural responsável por trazer as sementes do palmito pupunha para o Brasil, de forma clandestina.

Na leitura do texto para exibição da reportagem, a apresentadora destaca a importância do palmito pupunha pelo viés do consumo. Entendemos que essa estratégia está relacionada à aproximação do campo ao telespectador urbano, que também assiste ao programa.

Figura 20: Apresentadores no último bloco



*Priscila Brandão:* O Brasil é um grande mercado consumidor de palmito. E o pupunha ganha cada vez mais espaço nas prateleiras dos supermercados.

Fonte: Globo Rural: 06 out. 2013

A reportagem ressalta que a introdução do palmito pupunha no Brasil se deu graças a um desbravador. Um produtor brasileiro que arriscou sua vida para trazer as sementes dessa árvore para o Brasil. E o risco valeu a pena, hoje o produtor capixaba Adilson Pereira é o maior produtor de palmito pupunha e vende

mudas e sementes para todo o país. Dessa forma, compreendemos a representação do produtor como um desbravador, que inicialmente pode ter agido fora da lei, mas que hoje pode ser considerado um “herói” por ter conseguido adaptar a planta ao clima e solo do Brasil.

Figura 21: Repórter e entrevistado em quadro



*José Raimundo:* Foram três semanas de viagem até a chegada a São Matheus. Adilson se orgulha de ter introduzido a pupunha sem espinho aqui no Espírito Santo. Mas não imaginava que a disseminação da palmeira Brasil afora fosse se transformar um dia no seu principal negócio.

Fonte: Globo Rural: 06 out. 2013

Na análise das três edições do Globo Rural dominical no mês de outubro de 2013 identificamos as seguintes representações hegemônicas sobre o homem do campo: **produtor como vítima de efeitos climáticos**, e por isso pede socorro ao governo para quitar suas dívidas e poder seguir na atividade. Esta vitimização é mostrada não como objetivo de demonstrar que este homem do campo é coitado, mas sim de mostrar que a vida no campo é muito dura e imprevisível, que estes problemas irão ter consequências também na mesa de todo brasileiro, que pagará mais caro pelo produto que irá comprar no supermercado. Problemas que podem acontecer por diversas formas: investimento feito e expectativa de uma boa colheita, mas que por motivos de muita chuva, estiagem ou pragas, ele teve prejuízos altos e dessa forma ele acaba recorrendo ao governo e que muitas vezes não os auxiliam como deveriam; **produtor como pioneiro**, desbravador, que se arrisca em prol do aumento da produção de alimentos no Brasil. Estes riscos são muitas vezes feitos vislumbrando uma melhor qualidade de vida para a família, quase sempre sem apoio e correndo muitos riscos; e o **produtor que necessita de assistência técnica e extensão rural** por parte de entidades públicas para melhorar o manejo e a produção no campo, essencialmente o pequeno produtor que não pode investir na contratação de especialistas no assunto. Nesse aspecto o programa Globo Rural dá

uma grande contribuição ao realizar reportagens em cima das cartas enviadas pelos telespectadores, que muitas vezes são pessoas que vivem no e do campo.

### **5.3 Análise do Programa Globo Rural – Diário, TV Globo (14 a 18 out. 2013)**

O telejornalismo deve acompanhar o ritmo da sociedade contemporânea, cada vez mais acelerado nas grandes metrópoles. Nas cidades do interior não é diferente, pois o campo está cada vez mais em integração com o urbano. O desenvolvimento econômico e social nas áreas rurais, como vimos nos capítulos anteriores, levaram a mudanças estruturais e culturais nessa população, aproximando a realidade de “mundos” que eram tão diferentes. Acordar cedo para a lida no campo historicamente é tradição nas áreas rurais. A ordenha da vaca é feita, na grande maioria, antes do sol nascer. Nas grandes cidades, as pessoas também acordam cedo para estudar e trabalhar, muitas vezes para fugir do trânsito nos horários de pico. Ao despertar, culturalmente temos o hábito de ligar o rádio e/ou a TV para acompanharmos as últimas notícias do dia anterior e as primeiras do dia que se inicia. Um processo cultural que nos situa no mundo, nos transmite segurança ao termos a sensação de estarmos cientes e informados sobre o que acontece ao nosso redor.

De novembro de 2000 a novembro de 2014<sup>7</sup>, ao ligar a televisão às 6 horas da manhã, os brasileiros receberam em casa as informações sobre o campo. O primeiro telejornal ao vivo da TV Globo tratava de assuntos relacionados à agricultura e pecuária brasileira, como o mesmo formato de um programa jornalístico que informa sobre as últimas notícias e antecipa as projeções e estimativas sobre os acontecimentos.

O programa diário foi criado para suprir, de modo mais imediato, as informações ligadas ao cotidiano do agronegócio, com ênfase em cotações, previsão do tempo, cobertura de eventos, lançamentos de máquinas e tecnologias ligadas ao setor, acompanhamento do plantio e colheita dos principais produtos agrícolas e informações sobre a pecuária.

O Globo Rural diário era baseado nas mesmas premissas que norteiam as edições do programa Globo Rural exibido aos domingos, porém com reportagens

mais ligeiras e factuais, puxando para a linha dos telejornais hegemônicos que estamos habituados a assistir diariamente. Embora os assuntos abordados sejam semelhantes, as reportagens são feitas por jornalistas de várias afiliadas da Rede Globo pelo Brasil. Já as reportagens do Globo Rural dominical são realizadas por uma equipe exclusiva de repórteres do programa, como José Hamilton Ribeiro.

### **5.3.1 Aspectos gerais do programa Globo Rural - diário, TV Globo**

O Globo Rural diário foi exibido de segunda a sexta-feira, às 6h, e apresentado pela jornalista Ana Paula Campos. A porta de entrada da jornalista foi a seleção para o programa de estágio da Central Globo de Jornalismo, em agosto de 2000. Ana Paula Campos foi contratada como repórter da Globo Rio, fazendo matérias para os telejornais locais da emissora.

Em 2003, a jornalista nascida em Petrópolis, se transferiu para a reportagem da Globo News, cobrindo assuntos como economia e política. Em março de 2009, foi para a Globo São Paulo para apresentar as edições diárias do Globo Rural e fazer reportagens para o Globo Rural de domingo.

O programa Globo Rural diário apresentava o formato hegemônico dos telejornais brasileiros. O cenário era composto por uma bancada e uma tela de plasma que exibia o logotipo do programa. As cores do cenário remetiam ao campo, com verde, bege e azul. A vinheta do programa era praticamente a mesma do Globo Rural Dominical, baseada nas cores do campo, utilizando o verde como base predominante. As imagens da vinheta retratavam a natureza e diversidade da fauna e flora do Brasil, além do trabalho realizado pelo homem do campo na produção dos alimentos.

---

<sup>7</sup> A TV Globo cancelou a exibição do programa Globo Rural diário para reformular o telejornalismo no período das 5h às 9h da manhã, com exibição de três telejornais generalistas consecutivos, dois com ênfase nacional e internacional e um telejornal local.

Figura 22: Imagens que compõem a vinheta do Globo Rural



Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

O programa diário era menor em relação ao semanal, com duração de cerca de 30 minutos, divididos em três blocos. Esse telejornal também possuía a mesma estrutura dos programas jornalísticos tradicionais, composta por reportagens, notas, links e previsão do tempo. A apresentadora passava as informações de forma imparcial e tradicional, sem opinar sobre as reportagens exibidas.

O telejornal trabalhava com três câmeras e seus enquadramentos eram os mesmos usados na grande parte dos telejornais brasileiros. O programa utilizava recursos técnicos de movimento de câmera, como por exemplo, um *travelling* da esquerda para a direita na “escalada”. Esse movimento era feito até a apresentadora ficar posicionada no centro do estúdio.

O figurino da apresentadora se distanciava do terno feminino tradicionalmente utilizado pela maioria das apresentadoras dos telejornais brasileiros. A jornalista usava blusas mais informais, mas discretas, normalmente com cores únicas, sem estampa.

Figura 23: Vestuário da apresentadora Ana Paula Campos



Fonte: Globo Rural 17 out. 2013



Fonte: Globo Rural 18 out. 2013

A abertura das cinco edições diárias do Globo Rural analisadas foi marcada pela leitura de uma notícia principal, sem imagens para ilustrar, como se representasse a principal informação que o telespectador precisasse saber naquele momento. Logo após, a apresentadora anunciava que o programa do dia estava no ar com os destaques a seguir, que eram apresentados pelos repórteres que fizeram as matérias do dia. Em sequência, os repórteres anunciavam, em frases curtas de impacto, os assuntos que o telespectador assistiria no programa do dia. A utilização do *teaser*, pequena chamada gravada pelo repórter com a manchete da notícia, indica a importância do assunto, além de mostrar credibilidade do veículo na veracidade da informação por conta da presença do repórter onde está a notícia. Nas matérias exibidas na edição do dia 15 de outubro de 2013, os figurinos dos repórteres são informais: os homens não utilizam terno e gravata e as mulheres se vestem com camisa e blusa.

Figura 24: Teasers com os principais assuntos do programa



Fonte: Globo Rural 15 out. 2013

A previsão do tempo era considerada um dos conteúdos carro-chefe do programa, destacando as informações sobre precipitações e temperatura nas regiões produtoras de alimentos do país. Esses dados eram passados para o telespectador duas vezes durante o programa. Havia uma conversação entre a apresentadora Ana Paula Campos e a jornalista Maria Julia Coutinho, que trazia as informações sobre o clima. Além de informar sobre como o tempo iria se comportar em todo o país, a jornalista também “amarrava” uma reportagem relacionada ao clima da região citada na previsão. Ela faz a introdução, ou no jargão jornalístico, lê a “cabeça” de uma reportagem do programa, como podemos ver no exemplo abaixo.

Figura 25: Interação entre apresentadoras



No nordeste, choveu de forma mais intensa no leste da região e no Sul e Oeste do Maranhão. Em Sergipe, os produtores de leite do sertão comemoram a volta da chuva. Com água nos açudes, os pastos começando a se renovar, os animais já estão produzindo melhor.

Fonte: Globo Rural 18 out. 2013

Os preços dos principais produtos agropecuários também eram considerados fundamentais no programa, dentro do que se denomina de jornalismo de serviço: apresentar as informações que farão diferença na tomada de decisão do produtor rural. Qual a melhor hora para vender a produção? Para facilitar a leitura do telespectador, as informações sobre os valores das *commodities* eram passadas em forma de gráficos ilustrados.

Figura 26: Arte para tela da cotação do boi



Fonte: Globo Rural 18 out. 2013

As reportagens exibidas pelo Globo Rural diário reforçavam o poder de alcance do programa, com a participação dos jornalistas das afiliadas da Rede Globo, espalhadas por todo o país. Dessa forma, reportagens dos mais diferentes e distantes municípios brasileiros tiveram lugar e destaque no telejornal. Para isso, o programa utilizou a mesma estratégia de localização de onde o repórter está falando realizada pelo Globo Rural veiculado aos domingos. No início de cada reportagem, o telejornal exibe um mapa com a localização do município onde a matéria foi realizada, como vemos a seguir.

Figura 27: Arte do Mapa de Localização do Município



Fonte: Globo Rural 16 out. 2013

Outro recurso gráfico utilizado pelo Globo Rural diário foi a diferenciação nas tarjas do gerador de caracteres (GC), que utilizava cores distintas para diferenciar fontes entrevistadas dos profissionais que realizaram a reportagem (jornalistas e cinegrafistas). Para as fontes, a cor era verde, já para o jornalista e cinegrafista a cor usada era o marrom.

Figura 28: Arte do GC –tarja marrom para identificar profissionais, tarja verde para entrevistados



Fonte: Globo Rural 16 out. 2013

Nas cinco edições analisadas, as reportagens exibidas no Globo Rural diário foram divididas em dois temas. Mostrar o aumento da produtividade do homem do campo ou os prejuízos que ele teve com sua produção.

Na matéria exibida no dia 14 de outubro, a apresentadora do programa, Ana Paula Campos, deu destaque ao crescimento da produção de soja no estado de Goiás e à procura de novas terras para o cultivo do grão.

Figura 29: “Cabeça” da reportagem lida pela apresentadora Ana Paula Campos



Fonte: Globo Rural 14 out.2013

A área plantada com soja vai aumentar em Goiás na safra de verão. Os agricultores procuram novas terras para o plantio, motivados pelos preços do grão no mercado. Globo Rural 14/10/2013.

As imagens de grandes extensões de terras, a demonstração da qualidade do solo e as entrevistas utilizadas na reportagem reforçam que os personagens presentes são grandes produtores rurais e investidores.

Figura 30: Imagens exibidas na reportagem



Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

Entendemos que nessa reportagem se reforça o espírito empreendedor, desbravador e cooperativista dos agricultores, que foi essencial para o início do plantio de grãos e a criação de animais no Centro-Oeste brasileiro a partir da década de 60. A intervenção do repórter Eli Franqui, durante a passagem, confirma as vantagens de se produzir a soja naquela região.

Figura 31: Passagem do repórter Eli Franqui



Uma das vantagens de corrigir o solo é a fartura de calcário. Na região há várias jazidas desse minério e isso reduz os custos. A tonelada colocada aqui na roça sai por cinquenta reais. Em outras regiões de Goiás o custo do calcário pode chegar a cem reais a tonelada. Globo Rural 14/10/2013.



Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

Outro exemplo de que demonstra um direcionamento do programa para pauta relacionada às questões econômicas, foi a exibição de uma reportagem sobre a liberação da exportação de carne bovina para a Rússia.

Figura 32: Imagens de cobertura do *off*



Com o caminho livre, o boi de Mato Grosso do Sul ganha mais espaço nas cotas do maior importador da carne brasileira. Frigoríficos do estado voltaram a receber autorização para comercializar carne bovina para a Rússia. Globo Rural 17/10/2013.



Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

Os prejuízos dos produtores também foram destacados durante a semana analisada, como na reportagem em que plantadores de cebola, em Monte Alto, no estado de São Paulo, contabilizaram os prejuízos por causa da mudança climática. É importante destacar que a região citada representa um terço de toda a produção de cebola cultivada no estado.

Figura 33: Imagens de cobertura do off



O preço é resultado de uma mudança no calendário do campo. O excesso de chuva entre março e abril adiou em um mês a formação da lavoura.

Fonte: Globo Rural 15 out. 2013

Na sequência da matéria, a edição mostra um produtor que estava adotando medidas para diminuir os problemas da colheita.

Figura 34: Sonora produtor de cebola



A gente está armazenando para ter um preço melhor no futuro, porque eu acredito que o preço vai melhorar. A safra já terminou aí eu pego uma mercadoria estocada e consigo um precinho melhor pra ver seu saio do prejuízo desse ano.



Fonte: Globo Rural 15 out. 2013

Informações e reportagens sobre indígenas também foram abordadas nos programas. Em um deles a apresentadora diz que os índios invadiram uma propriedade rural. Acreditamos ser importante destacar o uso do termo *invadir*, que remete à ilegalidade da ação, ao contrário do termo *ocupar*, que indicaria o direito

dos indígenas às terras. Na leitura da notícia, a apresentadora Ana Paula Campos adota uma fisionomia sisuda, como quem reprova a atitude tomada pelos indígenas.

Figura 35: Apresentadora lendo uma “nota pelada”



Fonte: Globo Rural 15 out. 2013

Índios guaranis-caioás ampliaram para trezentos e setenta hectares a área invadida na fazenda São Jorge, em Japorã, no Mato Grosso do Sul. Um trabalhador rural é mantido refém no local.

Em outra matéria, houve um conflito de identidades e modos de vida no campo. Com apoio do governo Federal, casas de madeira estavam sendo substituídas pelas casas de alvenaria. O objetivo era melhorar a qualidade de vida do homem do campo e mantê-lo no ambiente rural. Da maneira que a reportagem foi construída dá a impressão de que o governo está fazendo um favor aos moradores, sendo que, moradia digna é obrigação do Estado perante a uma sociedade. A reportagem exhibe uma transformação no modo de vida e da representação do homem do campo. A apresentadora Ana Paula Campos, demonstrando alegria na leitura da notícia, destacou:

Figura 36: “Cabeça” lida pela apresentadora



Fonte: Globo Rural 17 out. 2013

No Paraná, casas de alvenaria novinhas estão tomando lugar das antigas, feitas de madeira, muito comuns no campo. As novas moradias são resultado de uma parceria entre as prefeituras e os governos do Estado e Federal, para alívio de muitos pequenos produtores.

São mostradas imagens das casas de madeira (bem velhas) e das casas construídas, novas, quase prontas, além de agricultores simples, de chinelo, chapéu, bermuda, visitando o novo empreendimento. No texto gravado pela repórter Carolina Massignani, foi enfatizada essa mudança na vida do produtor. O mais contundente é

dizer que morar numa casa de alvenaria é luxo. Isso mostra como o homem do campo é visto pela sociedade urbana. Ele ainda é tratado, muitas vezes, como atrasado, xucro, sem estudo e fadado a ter uma vida difícil.

Figura 37: Imagens de cobertura do off



Morar numa casa de alvenaria é um luxo que o agricultor Severino Ercego não esperava mais ter na vida.



Fonte: Globo Rural 17 out. 2013

E para reforçar a importância dessa mudança na habitação daquela família, a reportagem exhibe um diálogo da repórter com a esposa do agricultor. Ela emite sua opinião sobre a mudança de casa e a repórter reforça essa melhoria na vida dessa família, com o pensamento de que essa agricultora é uma coitada, só passa dificuldade e necessidade. A impressão que se dá é de que a representação da vida do campo, na visão da repórter é esta, de uma vida sem oportunidades.

Figura 38: Sonora agricultora



*Alessandra Teodoro:* Agora estamos felizes com essa daqui. Bem confortável. Estamos muito contentes.

*Repórter:* Pra limpar é mais fácil?

*Alessandra Teodoro:* Meu Deus! Nem se fala né!

Fonte: Globo Rural 17/10/2013.

Outra reportagem mostrou que, em tempos de seca no Nordeste brasileiro, agricultores renovam suas esperanças com a floração de uma planta que ajuda na produção de mel. Identificamos que os problemas climáticos são mais uma vez recorrentes, e que os produtores dependem muitas vezes de fatores externos, como a ajuda da natureza, para poderem continuar a produção de alimentos. Essa reportagem, como era relacionada aos efeitos climáticos, foi chamada pela jornalista Maria Júlia Coutinho, repórter do tempo, vinculando, assim, a reportagem da planta ao noticiário do tempo.

Figura 39: Apresentadora chamando a Reportagem



Uma planta na caatinga renova as esperanças de produtores de mel.

Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

O repórter Paulo Ricardo Sobral reforça o discurso de que os produtores de mel estão animados com a floração de uma planta típica da Caatinga. A falta de chuva não impede que se produza mel na região.

Figura 40: Repórter na passagem



Nessa época do ano, um fenômeno natural que acontece aqui na região traz de volta o ânimo para quem trabalha com apicultura. Mesmo sem chuva, as folhas desabroçam, atraindo as abelhas.

Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

No diálogo abaixo, o agricultor demonstra como está se sentindo em relação à florada, que proporciona que ele produza mel e garanta sua renda. A utilização da fala do entrevistado fornece a credibilidade da informação que está sendo passada pelo repórter. Os personagens quase sempre são utilizados na construção das reportagens para dar um testemunho emocional com o objetivo de falar o que está sentindo sobre o fato. Esses personagens acabam humanizando as reportagens.

Figura 41: Sonora com o entrevistado



*(agricultor)* Dá muito mel, e é bom viu? Já começa em setembro e vai até novembro.

*(repórter)* E quando o senhor vê ela florescendo, o senhor se enche de esperança de novo?

*(agricultor)* Claro que a gente se enche, pois é uma época difícil de florada, né, no meio da seca.

Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

A região Nordeste do Brasil, considerada a mais pobre do país, é frequentemente retratada no Globo Rural diário. Em outra reportagem, o assunto abordado é a importância da assistência técnica e extensão rural para os pequenos agricultores, principalmente os nordestinos. Pois com essas orientações, eles conseguem controlar os custos e garantir a renda mínima para sobreviver na atividade, mesmo enfrentando adversidades como a estiagem. Reforça também que a união dos produtores em associativismo ajuda a mantê-los na atividade, garantindo o trabalho em conjunto.

Figura 42: Apresentadora lendo a “cabeça” da matéria



Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

Pequenos criadores de gado, que têm assistência técnica de programas governamentais, comemoram os resultados, mesmo com a seca.

Imagens da reportagem sobre produção de leite no Nordeste destacam a simplicidade e falta de recursos no local, onde por exemplo os produtores construíram pequenos ambientes de taipa, utilizados como escritórios para fazer a gestão do negócio. Mostra a paisagem marcada pela seca e o pasto ruim danificado pelo calor e falta de água. Por outro lado, também mostra que um produtor de leite ganhou equipamento para ordenha mecânica por ter aumentado a produção a partir das orientações do programa de assistência técnica da Embrapa. A matéria finaliza com imagens que demonstram que o produtor pode também melhorar sua situação na propriedade.

Figura 43: Imagens que ilustram a situação na pequena propriedade



Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

O texto do repórter Giovanni Luiz afirma que o produtor conseguiu aumentar a produção de leite com a assistência técnica, mesmo em período de seca, e que por isso foi premiado pelo Sebrae. Em seguida, o produtor ressalta o orgulho que está sentindo por ter melhorado a produção. Esta reportagem possui uma característica para elevar a autoestima do produtor rural. O governo aparece na matéria como facilitador e não como produtor da desigualdade social.

Figura 44: Sonora com produtor



Me senti muito elogiado, por saber que um produtor rural tem capacidade de chegar onde eu cheguei.

Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

Mas o agricultor do Nordeste não é representado apenas como vítima da seca e falta de infraestrutura para produzir alimentos. A cultura do povo é retratada a partir da relação da religiosidade com uma das profissões mais antigas no meio rural.

Uma reportagem mostra que, após 10 anos, o município de Irará, na Bahia, voltou a ter a missa do vaqueiro. Procissão seguida de missa, onde também comemoraram a regulamentação da profissão. Os vaqueiros são considerados responsáveis pela conquista dos territórios do estado da Bahia e do Nordeste, colaborando para a unidade nacional, através da criação extensiva de gado.

Figura 45: Imagens retratam a procissão e a missa em homenagem ao vaqueiro



Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

A repórter Madalena Braga acompanhou a procissão e a missa do vaqueiro para contar a retomada da tradição cultural do sertão baiano.

Figura 46: Passagem da repórter



Os moradores resolveram fazer o resgate da festa com o mesmo objetivo de quando tudo começou: manter viva as tradições culturais do município evidenciadas na figura do vaqueiro.

Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

A cultura e a religiosidade do sertão baiano são representadas de forma que elas vivem em harmonia, não podem ser dissociadas, mesmo em um país laico como o Brasil. A tradição da profissão do vaqueiro na criação de gado e a religiosidade da população na Bahia estão intimamente ligadas, como podemos identificar no discurso deste vaqueiro na reportagem. Ele ressalta com orgulho a sua profissão, o que remete à suas origens, tradições e costumes enraizados e trazidos por seus antepassados.

Figura 47: Entrevista com vaqueiro



Tenho 65 anos nessa profissão e tenho o maior prazer de falar que sou vaqueiro de Jesus.

Fonte: Globo Rural 14 out. 2013

As representações sobre os agricultores construídas nas cinco edições do Globo Rural aqui analisadas estão ancoradas principalmente nos produtores de alimentos **vítimas dos efeitos climáticos**, como os produtores nordestinos, que precisam de ajuda do governo para se manterem no campo. Entendemos que essa representação hegemônica é construída sob a influência da pauta orientada pelo acontecimento, que nesse caso é a estiagem. Essa também é uma representação que podemos nomear como histórica, pois o Nordeste, principalmente o sertão, é conhecido nacionalmente pela pobreza gerada pela falta de recursos em função da adversidade climática típica da região. Outra representação que identificamos nesse programa é a do homem do campo como **produtor que necessita da ajuda do governo**, como podemos verificar na reportagem sobre assistência técnica e extensão rural. Para os pequenos produtores, contar com técnicos agrícolas para orientar no manejo e na produção de alimentos e na criação de animais é fundamental. Apenas com a ajuda de profissionais, de forma gratuita pelos governos federal e estaduais, o produtor poderá melhorar sua produtividade, garantir a renda e permanecer no campo.

Também identificamos o **produtor relacionado à cultura da religiosidade**. Representado na figura do vaqueiro, que lida com o gado, o homem do campo

carrega nas suas raízes a tradição de um povo religioso, católico. Eventos como missas e festas religiosas, como a mostrada por uma reportagem, reforçam esses valores históricos da população do interior brasileiro.

#### **5.4 Análise do Jornal Terraviva, Canal Terraviva (14 a 18 out. 2013)**

O telejornalismo ocupa um lugar de destaque dentro da programação de uma emissora de televisão. Chamado de horário nobre, o período da noite é reservado para os produtos televisivos considerados de maior relevância, como o telejornal. Diversos fatores levam a esse entendimento, dentre eles que o telejornal mostra tudo o que aconteceu de importante no decorrer do dia. O telejornal também atua na sociedade como organizador dos fatos, acontecimentos e ideias, hierarquizando-os através das estratégias adotadas para sua elaboração do telejornal (“escalada”, “passagem de bloco”, tempo destinado às reportagens, dentre outros).

Essa percepção se construiu no imaginário coletivo a partir de pressupostos de que o jornalismo acompanha e apreende todos os acontecimentos importantes e os relata para o público, com isenção e imparcialidade. O horário nobre é caracterizado pelo potencial de maior audiência, pois as pessoas, na sua grande maioria, já estão em casa e assistem à televisão sozinhas ou junto às famílias. Essa faixa de horário, por essas características, também atraem os anunciantes, que buscam atingir um número maior de possíveis clientes. Dessa forma, os canais de televisão, sejam abertos ou por assinatura, generalistas ou segmentados, seguem essa mesma lógica da audiência e do mercado. Nas emissoras de televisão do Grupo Bandeirantes de Comunicação, os principais telejornais são exibidos na faixa das 19 horas. Na TV Bandeirantes, o Jornal da Band é transmitido às 19h20. No Canal Terraviva, o Jornal Terraviva é veiculado às 19 horas.

São esses telejornais que demandam também maior infraestrutura dentro de uma programação jornalística. Normalmente, as equipes de produtores, editores e repórteres são maiores nesses telejornais. No Canal Terraviva, que atualmente possui quatro programas jornalísticos diários e ao vivo, a maior equipe é a do Jornal Terraviva. Mesmo não sendo o programa de maior duração, possui o maior número de editores em função das características do telejornal, considerado o único hardnews da emissora. Este número de funcionários é muito pequeno se comparado aos principais telejornais das emissoras da TV aberta. O Jornal Terraviva, com duração de

30 minutos, possui três editores de textos e imagens, uma estagiária, além da editora-chefe e apresentadora. Outro programa jornalístico diário, o Dia Dia Rural, com duração de uma hora e 30 minutos, tem apenas uma editora-chefe, uma estagiária e o apresentador. Essa divisão de profissionais na redação demonstra que há uma preocupação maior com o conteúdo e fechamento do Jornal Terraviva, seja pela possível maior audiência, como por ser identificado como o principal produto jornalístico da emissora, visto que reproduz o nome da emissora no telejornal (assim como acontece na TV Bandeirantes com o Jornal da Band). Essa divisão de jornalistas também indica diferenças na estruturação dos programas do gênero.

#### **5.4.1 Aspectos Gerais do Jornal Terraviva, Canal Terraviva**

O Jornal Terraviva possui características dos telejornais clássicos, com a presença de um apresentador chamando as reportagens e notas em ritmo mais acelerado, intercalando com análises rápidas de comentaristas e previsão do tempo com meteorologista.

O telejornal é dividido em três blocos com tempo similar entre eles, e intervalo curto, para manter o ritmo e segurar a atenção do telespectador. O cenário é composto por uma bancada com um vidro vazado e logotipo do canal, para facilitar a rápida identificação da emissora por parte do telespectador. O vidro vazado ao fundo adere ao conceito de mostrar os bastidores da redação jornalística, de quem trabalha “por trás” das câmeras, aproximando o telespectador da emissora. No caso do Terraviva, o local ao fundo é um hall de intersecção das emissoras de rádio e tv do Grupo Bandeirantes, reforçando o poder da atividade jornalística da empresa, tanto na produção de notícias quanto no alcance junto ao público.

Figura 48: Apresentadora substituta, Andrea Godoy



Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

O telejornal trabalha com duas câmeras equipadas com *teleprompter* e os enquadramentos (plano médio e primeiro plano) são os mesmos usados na grande parte dos telejornais brasileiros.

Figura 49: Cenário do Jornal Terraviva



Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

A identidade visual das vinhetas e das tarjas de créditos é marcada pela cor verde, remetendo à logomarca do Terraviva, que por sua vez está relacionada ao verde do campo. A trilha sonora da vinheta de abertura foi criada pelo músico Almir Sater, identificado com a música de raiz, típica da cultura rural.

Figura 50: Vinheta do Jornal Terraviva



Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

A apresentadora editora-chefe do Jornal Terraviva é a jornalista Cristiane Alcalá, que fez parte da equipe na inauguração do Canal Terraviva em 2005. Ela era apresentadora de um telejornal, sendo depois foi convidada para ir para outra emissora de televisão fora do Grupo Bandeirantes. Em 2012 foi convidada para retornar ao Terraviva, desta vez como editora-chefe e apresentadora do principal telejornal.

Figura 51: Apresentadora e editora-chefe do Jornal Terraviva



Fonte: imagem de arquivo, Jornal Terraviva

Contudo, no período de análise selecionado para esta pesquisa, Cristiane Alcalá estava em licença maternidade, e foi substituída pela repórter e apresentadora Andrea Godoy. Com experiência anterior como jornalista de televisão e também conhecimento em agronegócio, Andrea foi contratada em 2011 como repórter do Canal Terraviva, realizando reportagens, entradas ao vivo nos programas jornalísticos, apresentação de leilões de gado, e eventuais apresentações de telejornais. Geralmente, as apresentadoras vestem terninhos de cores neutras e sutis, além da utilização de acessórios básicos e discretos como brincos curtos, maquiagem leve e unhas pintadas com cores básicas, características que apontam para uma postura mais séria e tradicional no telejornalismo.

Figura 52: Repórter e apresentadora do Jornal Terraviva, Andrea Godoy



Fonte: Jornal Terraviva, 15 out. 2013

A presença de comentaristas, pontuando a diferença e separação entre informação e opinião, também é uma estratégia adotada pelo Jornal Terraviva. Dois comentaristas, que também são jornalistas, aparecem diariamente no programa.

Silmar César Müller é jornalista especializado em economia e agronegócio há mais de 35 anos. Seus comentários geralmente são focados em mercado agrícola, abordando assuntos como preços e políticas agrícolas, estimativas de produção e produtividade, câmbio, juros e inflação, dentre outros. O comentário é realizado sobre algum assunto factual, ou seja, notícia do dia, para que o telejornal assumira a postura de transmitir a notícia, mas também já analisá-la em cima dos fatos, proporcionando ao telespectador maior possibilidade de contextualização e entendimento das informações. No trecho a seguir verificamos o viés de mercado no comentário de Silmar César Müller.

Figura 53: Apresentadora e Comentarista na bancada do Jornal Terraviva



Fonte: Jornal Terraviva, 15 out. 2013

Figura 54: Comentarista, Silmar César Müller



A tendência é de uma safra recorde aqui superando aqueles 145 milhões de toneladas na safra anterior nos países da América do Sul, e isso está começando a pressionar os preços.

Fonte: Jornal Terraviva, 15 out. 2013

Por essas características, o comentário do Silmar César Müller é posicionado sempre no primeiro bloco do programa, considerado mais factual e “quente”, que no jargão jornalístico significa notícias mais importantes e atuais daquele dia. Silmar usa terno e gravata em cores neutras e clássicas, reforçando a seriedade do comentário, alinhado também ao visual de empresários do setor rural, grandes produtores e investidores que utilizam esse figurino no dia a dia. Seus comentários têm em média três minutos de duração. Esse tempo não é fixo. Tudo dependerá do

assunto e da importância que ele tem para o telespectador. Pudemos notar durante este período de análise que seus comentários não são direcionados aos pequenos produtores, mas sim aos empresários que usam o campo para produção e comercialização em grande escala.

O segundo comentarista do telejornal é Sidnei Maschio, também jornalista especializado em agronegócio, que atualmente é apresentador do programa Terraviva DBO na TV, e que trata de assuntos da pecuária. Assim, buscando uma conexão entre os programas, Sidnei participa do Jornal Terraviva comentando alguma notícia ou situação do mercado da pecuária, além de “convocar” o telespectador para assistir ao programa dele que começa logo após o término do Jornal Terraviva. Por esse motivo, Sidnei entra no terceiro e último bloco do Jornal, com um comentário que tem a duração, em média de 40 segundos. Sidnei já representa e reforça outra identificação do homem do campo, essencialmente pequeno e médio produtor, com fala mais coloquial e típica do campo, além de figurino mais informal, vestindo camisa e calça jeans. Podemos sinalizar a informalidade e linguagem típica do homem do campo no trecho a seguir da fala de Sidnei Maschio.

Figura 55: Apresentadora e Comentarista dividem a tela



Fonte: Jornal Terraviva, 16 out. 2013

Figura 56: Comentarista, Sidnei Maschio



Fonte: Jornal Terraviva, 16 out. 2013

[..] o consumo de carne começou a cair logo no finzinho da primeira semana do mês. A carteira do trabalhador começa a ficar vazia e ele vai naturalmente esquecendo de passar no balcão do açougue

Verificamos que o Jornal Terraviva dialoga muito mais com as marcas do jornalismo tradicional da TV. Esse programa, tem um perfil de levar ao telespectador, informações sobre política, economia, tecnologia voltadas ao campo, mercado de preços agropecuários e previsão do tempo, informações preponderantes ao trabalho do homem do campo empreendedor. Saber quais os preços praticados no dia para os produtos agrícolas e pecuários é fundamental para a tomada de decisão do produtor, seja ele pequeno ou grande. A partir dos patamares dos preços (se estão baixos ou altos, com tendência de queda ou crescimento), o produtor decide o melhor momento pra comercializar o seu produto, além de escolher o que investir na próxima safra. Por exemplo, se o preço da soja está em queda no mercado brasileiro e internacional por conta da grande produção e oferta, o produtor pode decidir plantar menos soja na próxima safra, e substituir esse grão por outro com melhor valor, como o milho. Nesse sentido, os preços das *commodities* têm lugar de destaque nas passagens de bloco, quando a apresentadora informa o fechamento dos principais produtos, como soja, milho, café, algodão, laranja e trigo. Para ajudar no entendimento e memorização por parte do telespectador, os preços são apresentados em forma de gráficos em tela cheia, ao mesmo tempo em que a apresentadora lê os números.

Figura 57: Gráfico da cotação do milho



A cotação do milho negociada na bolsa de Chicago fechou em queda de 0,1% a US\$ 4,55 o bushel.

Fonte: Jornal Terraviva, 16 out. 2013

Além de dizer qual o preço de fechamento daquele produto, é informado se houve queda ou alta, contextualizando a tendência do mercado. O fechamento das cotações é apresentado quatro vezes durante o telejornal: no encerramento do primeiro bloco; abertura e encerramento do segundo bloco, e abertura do terceiro bloco. Por conta disso, nem todos os produtos são contemplados diariamente, mas

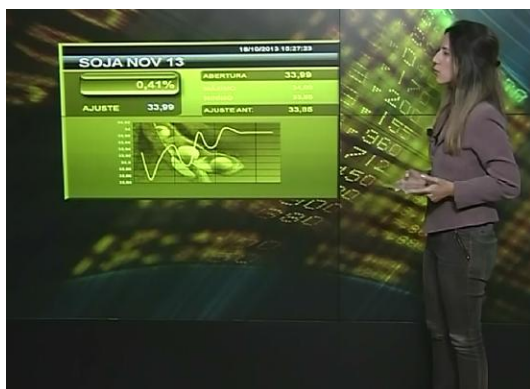
há um direcionamento para os produtos considerados mais importantes – de maior produção no Brasil – como soja e milho.

Outro recurso utilizado é a informação dos preços da soja, milho, café e boi gordo no mercado futuro da BM&FBovespa. A repórter Isabela Tacaki, da BandNews TV (canal de notícias por assinatura do Grupo Bandeirantes), grava diariamente um boletim de um minuto e meio com o fechamento dos preços desses quatro produtos. O material é gravado na BM&FBovespa e gerado para o Terraviva via satélite da sede da bolsa no Centro de São Paulo para a sede do Grupo Bandeirantes no Bairro Morumbi, também na capital paulista.

Figura 58: Apresentação do gráfico da cotação do milho



Aqui na BM&FBovespa, os contratos futuros da soja com vencimento em novembro fecharam em alta de 0,41 por cento valendo 33 dólares e 99 cents a saca.



Fonte: Jornal Terraviva, 18 out. 2013

O homem do campo costuma dizer que tem uma empresa a céu aberto, por isso, as informações da meteorologia são fundamentais para o produtor rural decidir qual o melhor momento para plantar, como também para saber quais serão as influências do tempo no desenvolvimento das lavouras e na colheita. O tempo seco ou chuvoso, a umidade baixa ou alta, dentre outros fatores climáticos, são cruciais e determinantes na qualidade e quantidade do que o produtor irá colher nas lavouras.

O tempo influencia também na criação de animais. Altas temperaturas e tempo seco também prejudicam as pastagens e as principais matérias-primas da alimentação dos animais, o que resultam em queda de peso e, conseqüentemente, na perda de qualidade da carne, seja bovina, suína ou de frango. Por isso, a previsão do tempo no Canal Terraviva é voltada para o homem do campo. Produzido pela equipe de meteorologistas da Somar, empresa especializada em informações sobre tempo e clima com sede em São Paulo, é apresentado um boletim com duração de um minuto e meio, diariamente, pela meteorologista Laura Ferreira, que também grava boletins para outros produtos jornalísticos das rádios e emissoras da TV da Bandeirantes. O boletim tem o formato tradicional, com a apresentadora aparecendo de corpo inteiro ao lado de um mapa virtual do Brasil, apontando nesse mapa os destaques do tempo e da temperatura em todas as regiões para o dia seguinte. Na fala da meteorologista, percebemos a inclinação da previsão do tempo voltada ao trabalho nas lavouras.

Figura 59: Laura Ferreira, meteorologista



Por um lado em algumas lavouras, a chuva vem em ótima hora para aumentar a umidade do solo. Por outro lado, essa chuva em excesso acaba prejudicando um pouco os tratos culturais.



Fonte: Jornal Terraviva, 17 out. 2013

O Canal Terraviva possui oficialmente três repórteres: Ricardo Mignone, correspondente em Brasília, que cobre os assuntos do campo junto ao governo federal e ao Congresso Nacional; Andrea Godoy e Daiany Andrade, repórteres com sede em São Paulo que percorrem o Brasil fazendo reportagens em eventos, congressos, feiras agropecuárias e visitando propriedades rurais. Os três repórteres fazem pautas produzidas, na grande maioria, para o Jornal Terraviva. Porém, eventualmente fecham também reportagens para outros programas jornalísticos da emissora, como Dia Dia Rural, Terraviva DBO na TV e Consultor Terraviva. Outros profissionais da emissora, que são apresentadores ou editores, também atuam na reportagem em muitos momentos, reforçando a equipe.

Vale destacar que o Jornal Terraviva conta com a amplitude da TV Bandeirantes, que possui emissoras afiliadas em todas as regiões do país. Dessa forma, o jornal reproduz notícias e reportagens feitas por essas emissoras, o que aumenta exponencialmente o poder de presença do Canal Terraviva pelo Brasil. Esse suporte das emissoras da TV Bandeirantes contribui para criar a identidade de uma emissora nacional, veiculando reportagens sobre diversas regiões, culturas, com diferentes sotaques.

A partir dessa participação das “praças”, a equipe do Jornal Terraviva criou um quadro chamado Giro Brasil, que é exibido às sextas-feiras. Com duração que varia entre três e quatro minutos, o quadro faz literalmente um giro de notícias pelo país, com apresentadores das afiliadas da Band destacando a principal informação sobre agricultura e pecuária na sua região na semana que está terminando.

Figura 60: Vinheta Giro Brasil



Fonte: Jornal Terraviva, 18 out. 2013

Os apresentadores gravam sua participação na bancada, passando a informação sem imagens ilustrativas. As afiliadas enviam pela internet essa gravação e um editor do Terraviva em São Paulo faz o trabalho de pós-produção, incluindo uma “máscara”, ou seja, uma tela identificando o local de onde o repórter está falando e qual o nome da afiliada. Como exemplo, a praça de Florianópolis, Santa Catarina, destacou o problema de armazenagem na produção de grãos no estado, na apresentação de Cibelly Favero, tal como mostrado na imagem a seguir:

Figura 61: Cibelly Favero, jornalista – Band/SC



Santa Catarina produz atualmente 6,5 milhões de toneladas de grãos incluindo trigo, soja, milho e arroz. No entanto, consegue armazenar apenas 4,2 milhões de toneladas, restando 30 por cento da produção sem local pra estocagem.

Fonte: Jornal Terraviva, 18 out. 2013

Outro recurso utilizado pelo telejornal que demonstra a interação e o compartilhamento de informações e profissionais pelo Grupo Bandeirantes é a participação do (a) apresentador (a) do BandNews TV no Jornal Terraviva. Geralmente no segundo bloco do programa, a apresentadora do Jornal Terraviva chama ao vivo a participação do (a) apresentador (a) do BandNews TV, que fala sobre os destaques das notícias no Brasil e no mundo. No exemplo abaixo, a apresentadora Maria Fernanda Pauli destaca os seguintes temas factuais daquele dia.

Figura 62: Maria Fernanda Pauli, Band News TV



Sem-teto tentam invadir a Câmara Municipal de São Paulo durante manifestação.

No Rio de Janeiro, quatro mil professores municipais em greve fazem manifestação no centro da cidade.

Comércio de fogos explode em Nova Cruz, no Rio Grande do Norte, não há registro de vítimas.

Operação da Polícia Federal contra o tráfico internacional de drogas prende 16 pessoas e apreende três aeronaves.

Fonte: Jornal Terraviva, 15 out. 2013

Essa estratégia também é utilizada para criar a sensação no telespectador de que ele também está bem informado sobre o que acontece no Brasil e no mundo, para além das notícias do setor agropecuário. Tanto o (a) apresentador (a) do BandNews TV quanto os apresentadores das afiliadas seguem o mesmo padrão formal de figurino, com homens vestindo terno e gravata, e mulheres ternos femininos, além de maquiagem leve e acessórios básicos e discretos.

O Canal Terraviva também possui um Portal<sup>8</sup> de Notícias na internet, onde é publicado todo o conteúdo exibido na televisão, desde notícias em texto até as reportagens exibidas nos programas. O portal também possui outras funcionalidades, como interatividade com o público por meio do canal “Fale Conosco”, agenda de leilões que serão transmitidos pela emissora, *links* para empresas e entidades parceiras, preços atualizados dos produtos agropecuários, *link* para uma página especial de previsão do tempo do Grupo Bandeirantes, dentre outras informações e serviços. Por isso, todas as reportagens exibidas pelo Jornal Terraviva são publicadas no site, possibilitando assim ao telespectador poder assistir os vídeos novamente. O site também ganha visibilidade no Jornal, quando a apresentadora passa alguma informação e complementa afirmando que mais conteúdo sobre aquele assunto pode ser acessado no site da emissora. Dessa forma, o Jornal Terraviva reproduz o discurso de uma atuação multiplataforma da empresa, integrando televisão, internet e dispositivos móveis na transmissão de conteúdos.

Figura 63: Portal de notícias do canal Terraviva



Fonte: Jornal Terraviva, 15 out. 2013

<sup>8</sup> Endereço eletrônico para acessar o site do Canal Terraviva: [www.tvterraviva.com.br](http://www.tvterraviva.com.br).

Com o slogan “O canal de quem planta e cria”, utilizado inclusive na assinatura de repórteres em boletins gravados ou *links* ao vivo, o Terraviva assume uma posição editorial de defesa do homem do campo e do setor agropecuário. Essa posição ideológica se materializa no acesso às fontes de informação, que em grande maioria são representantes do setor. A maior parte das entrevistas utilizadas nas reportagens é realizada com políticos e representantes de entidades e associações. Isso demonstra que a política e a economia conduzem fortemente o setor e conseqüentemente a pauta do telejornal.

O estilo de reportagem, os planos, enquadramentos, movimentos de câmera e até mesmo o tipo de microfones (direcional) utilizados nas matérias, são aqueles considerados hegemônicos e tradicionais praticados pelos telejornais convencionais. Em pouquíssimos casos são utilizados microfones de lapela ou trilha musical (mais usados em grandes reportagens).

Um dos temas predominantes nas cinco edições do telejornal escolhidas para esta análise foi a demarcação de terras indígenas. Identificamos que a pauta esteve presente em função das discussões que estavam em andamento naquela época no Congresso Nacional, demonstrando a influência do agendamento da política nacional no conteúdo jornalístico da emissora. Em uma das reportagens, notamos que o discurso contra a demarcação é reforçado pela ideia de que conceder essas terras aos indígenas traria prejuízos econômicos aos municípios, tanto é que o repórter Ricardo Mignone faz a matéria em uma reunião de prefeitos em Brasília. Não há nenhuma fonte entrevistada que defenda a demarcação de terras indígenas. Em outra reportagem, o jornal trata do assunto mostrando o produtor rural como vítima e os índios invasores de terras. No trecho a seguir é possível notar a linha editorial do canal em relação às questões indígenas. A apresentadora Andrea Godoy fala sobre as atitudes que serão tomadas pelos parlamentares ligados ao setor rural, não mencionando nada sobre o outro lado: os indígenas.

Figura 64: “Cabeça” da reportagem lida pela apresentadora Andrea Godoy



Fonte: Jornal Terraviva, 15 out. 2013

Deputados da Frente Parlamentar da Agropecuária se reúnem na próxima semana para discutir a questão indígena com o governo. JTV, 15/10/2013.

O jornal destaca a preocupação dos deputados que apoiam o setor agropecuário, e por isso são contra a expansão das terras indígenas em áreas dessa produção.

Dentre os temas identificados nas cinco edições do telejornal, grande parte está vinculada à economia, como crédito para plantio e investimento, preços, comercialização e renda dos produtores. Através dos discursos construídos nas reportagens e comentários, a representação do homem do campo é a de vítima da situação econômica do país. Em uma notícia sobre a situação dos produtores de café, a apresentadora Andrea Godoy os representa como vítimas de um cenário de crise econômica, com uma narrativa que defende a ajuda do poder público ao produtor.

Figura 65: “Cabeça” da reportagem lida pela apresentadora Andrea Godoy



Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

O atraso nas decisões tem comprometido seriamente os produtores. A CNA já pediu ao governo federal a suspensão das dívidas dos cafeicultores por três meses, medida que deve trazer algum fôlego para o setor.

Figura 66: Imagem utilizada para cobertura do *off* do repórter Ricardo Mignone



Os prefeitos atingidos pelos conflitos de terras com indígenas se reuniram com a diretoria da CNA em um dos plenários das comissões do Senado.

Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

Um dos setores agropecuários que vive a pior crise dos últimos anos é a citricultura. O estado de São Paulo é o principal produtor de laranja para a indústria de suco, mas muitos produtores abandonaram a atividade em função dos baixos preços pagos pela fruta, o que dificulta a rentabilidade do produtor. Hoje a produção de suco de laranja é marcada pela concentração nas mãos de três indústrias, o que prejudica a negociação dos preços por parte dos produtores. No trecho a seguir na fala do repórter Ricardo Mignone, podemos detectar um discurso de que o governo deve ajudar o produtor de laranja.

Figura 67: Imagens utilizadas para cobertura do *off* do repórter Ricardo Mignone



Mesmo com o preço chegando a 7 reais a caixa nos últimos dias, o valor ainda não cobre o custo de produção. Por isso o segmento quer um pacote de medidas do governo, com adoção do preço mínimo para a laranja e pagamento dos leilões de Peppo e a securitização da dívida a longo prazo com juros baixos. JTV, 17/10/2013.

Fonte: Jornal Terraviva, 17 out. 2013

Apesar das diferenças entre os produtores brasileiros, seja pelo tamanho da produção – pequenos, médios ou grandes – seja pelo setor no qual ele atua – agricultura, pecuária ou pesca – verificamos uma tendência pela visibilidade dos agricultores responsáveis pelos principais alimentos produzidos, como soja, milho, algodão, café, suco de laranja e carnes, produtos que o Brasil se destaca como um dos principais produtores mundiais e que contribuem para o superávit da balança comercial brasileira (diferença entre o que o país importa e exporta).

Os temas do meio ambiente e sustentabilidade também estão presentes nos textos do Jornal Terraviva, mas geralmente buscando mostrar que o produtor já aderiu à consciência da produção com preservação. Uma matéria do repórter Tobias Ferraz, que é apresentador dos programas Consultor Terraviva e Terraviva Sustentável no Canal Terraviva, destaca que municípios em Mato Grosso, principal produtor de carne e grãos do país, estão agora fora do mapa do desmatamento. Isso porque os produtores estão recebendo incentivos do governo para recuperar áreas degradadas e assim continuar produzindo com preservação ambiental. Podemos entender que estes benefícios dados pelo governo são formas de corrigir um erro do passado, no qual os produtores rurais eram incentivados a desmatar com o propósito de progresso do país. Neste trecho da apresentadora Andrea Godoy sinalizamos para o viés do agricultor ambientalmente responsável.

Figura 68: “Cabeça” da reportagem lida pela apresentadora Andrea Godoy



Produção com preservação. O Ministério do Meio Ambiente divulgou uma portaria com dados do monitoramento do desmatamento na região amazônica [...] Destaca os municípios que saíram da lista dos que mais desmatam.

Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

Esse outro trecho da mesma reportagem, Tobias Ferraz destaca a ação do governo Federal para ajudar o produtor rural na adoção de práticas sustentáveis. As imagens utilizadas para a cobertura desta reportagem demonstram a preocupação

que o homem do campo está tendo com o meio ambiente, pensando na preservação, ao fazer uso de práticas sustentáveis.

Figura 69: Imagens utilizadas para cobertura do *off* do repórter Tobias Ferraz



O programa de agricultura de baixa emissão de carbono já disponibilizou mais de 4 bilhões de reais em linhas de crédito para aplicação de práticas sustentáveis [...] o sistema de integração lavoura-pecuária-floresta está aumentando a área florestal e promovendo atividades com equilíbrio entre produção e preservação.



Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

A divulgação de informações sobre as grandes produções das principais commodities foram predominantes durante esta semana de análise das reportagens exibidas no Jornal Terraviva. Podemos considerar então, que a atenção deste telejornal está voltada para os grandes produtores rurais, interessados e preocupados com investimentos.

Na matéria, veiculada no dia 15 de outubro de 2013, é reforçado o estímulo e a facilidade do produtor em conseguir empréstimo no Banco do Brasil, um dos maiores financiadores de crédito agrícola do país, para auxiliar os produtores rurais a pagarem suas dívidas ou para investirem em novos plantios.

As imagens usadas para ilustrar a reportagem são de grandes lavouras de soja e milho, principais produtos exportados para o mundo. A fala do repórter destaca o valor liberado pelo banco e para quais culturas ele será destinado.

Figura 70: Imagens utilizadas para cobertura do off do repórter Ricardo Mignone



A meta da Instituição [Banco do Brasil] para este ciclo é liberar um total de 70 bilhões de reais em crédito agrícola. A maior parte deste dinheiro irá financiar a produção de grãos, estimada em 195 milhões de toneladas para a Safra 2013/2014.



Fonte: Jornal Terraviva, 15 out. 2013

Apesar da predominância dos principais produtos plantados e colhidos no Brasil, verificamos que o Jornal Terraviva também proporciona visibilidade para agricultores, principalmente os pequenos, chamados de familiares, que investem em outras culturas, como hortaliças e frutas. Uma matéria da repórter Rita Mendes, da afiliada da TV Bandeirantes em Minas Gerais, mostrou o trabalho de produtores e catadores de pequi, que conseguem gerar renda e assim adquirir bens materiais. São pequenos produtores e trabalhadores do campo simples, que chegam a vender a produção na beira da estrada para sobreviverem.

Figura 71: Imagens utilizadas para cobertura do off da repórter Rita Mendes



Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

Não é de hoje que o povo de Japonvar, no norte de Minas, se orgulha da tradição que rendeu ao município o título de capital nacional do pequi. [...] Na beira da estrada, centenas de pessoas se revezam na venda do produto. Em 1998, os produtores criaram a cooperativa dos produtores rurais e catadores de pequi visando valorizar e diversificar a produção, eles começaram a produzir a conserva, e depois novos produtos foram surgindo.

O depoimento do catador Marques Simões demonstra a satisfação dele com o trabalho no campo, como forma de garantir renda para a família.

Figura 72: Sonora com o catador Marques Simões



Fonte: Jornal Terraviva, 14 out. 2013

Simões: “Trabalhando com o pequi, todas as pessoas ficam tão satisfeitas, o dinheiro não falta no bolso. Sempre tem”.

Em outra reportagem, o Jornal Terraviva mostrou que produtores de alcachofra, da cidade de São Roque, no interior de São Paulo, estavam comemorando a qualidade do produto porque o clima havia ajudado. Eles esperavam colher 300 mil caixas da flor. A reportagem explorou com detalhes as belas imagens da plantação. Na passagem, a repórter destacou a importância dos produtores no cultivo da alcachofra.

Figura 73: Imagens utilizadas para cobertura do off da repórter Daiany Andrade



Passagem da repórter Daiany Andrade



Fonte: Jornal Terraviva, 18 out. 2013

A alcachofra gera renda para cerca de 30 produtores em São Roque, interior de São Paulo. A região é responsável por 90% da produção nacional de alcachofra. Este ano o clima ajudou. E além de quantidade, os produtores estão colhendo qualidade.

A sonora do produtor reforça a importância do clima para quem produzir no campo. Ele destaca o quanto a chuva contribuiu para a colheita da alcachofra. O produtor demonstra na entrevista, pela sua fisionomia, a felicidade com o resultado da produção da flor.

Figura 74: Sonora com o produtor Cláudio Goes



*Cláudio:* Esse ano em especial está chovendo um pouquinho acima da média para esse período. No caso da alcachofra ela é muito bem vinda, porque a chuva encorpa a planta. Ela deixa a alcachofra mais forte, mais bonita e mais gostosa. A produção aumenta, então, uma super produção de qualidade.

Fonte: Jornal Terraviva, 18 out. 2013

Nesta mesma matéria, a repórter chamou atenção para o esforço do homem do campo em crescer. A produtora de alcachofra entrevistada na reportagem criou uma agroindústria para vender os produtos feitos da alcachofra. Ela ressaltou a procura dos consumidores neste período do ano.

Figura 75: Imagens utilizadas para cobertura do off da repórter Daiany Andrade



Dona Ana Lidia é produtora de alcachofra há cerca de 20 anos. Além da produção ela administra também uma agroindústria. A variedade de produtos atrai turistas de várias partes do estado e até de fora do país. JTV 18/10/2013.

Fonte: Jornal Terraviva, 18 out. 2013

Figura 76: Sonora com a produtora Ana Lidia



Ana Lídia: “O pessoal já conhece e vem buscar a alcachofra in natura e também as conservas e os produtos que a gente faz da alcachofra”.

Fonte: Jornal Terraviva, 18 out 2013

Na análise das edições do Jornal Terraviva, verificamos que poucos produtores rurais falam nas reportagens. Assim, a construção da representação sobre o homem do campo acontece por meio de outros sujeitos, e não dele próprio. Temos nas reportagens o produtor como **vítima da situação econômica e das influências climáticas**. Em outras matérias, compreendemos que o papel do produtor enquanto **responsável pelo aumento do cultivo e da produtividade** é fundamental para os bons resultados da economia brasileira. Desse modo, o produtor é representado como sujeito que **investe em inovação e tecnologia**, ajudando a desconstruir o conceito da vida no campo relacionada ao passado, em contraponto com a modernidade nos centros urbanos. Também identificamos a representação do produtor como aquele que está **preocupado com os preços e conseqüentemente com a rentabilidade** na produção, e por isso precisa fazer ajustes no seu negócio.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando decidimos realizar as análises dos programas segmentados rurais, nosso objetivo era verificar como a vida do campo é retratada nos programas televisivos Globo Rural dominical, Globo Rural diário e Jornal Terraviva. Para isso trabalhamos com alguns conceitos de Raymond Williams (2011), Jesus-Martín-Barbero (2009), Renato Ortiz (2009), Michael Schudson (2010), Nelson Traquina (2005), Josenildo Luiz Guerra (2008), Carlos Eduardo Franciscato (2005), Francesco Casetti e Federico Di Chio (1999).

Williams (2011) trouxe à luz princípios da vida no campo pensada como representação da família simples, unida pela tradição, costumes e ideias sem a necessidade de aceitar as transformações impostas pelo capitalismo no qual provocou mudanças no modo produtivo, utilizando o homem e a natureza como instrumento para a realização de um propósito dominante. Martín Barbero (2009) e Ortiz (2009) nos apresentaram os tensionamentos entre aqueles que buscavam o progresso por meio da industrialização para a conquista de uma suposta civilização e aqueles que pretendiam conciliar o novo momento do país com sujeitos que já faziam parte daquele lugar, ou seja, que propunham uma adaptação econômica e cultural, na América Latina e no Brasil, além de mostrar como a imprensa também contribuiu para a inserção da população mais simples no cenário nacional, por meio dos jornais chamados de esquerda e do surgimento dos jornais sensacionalistas. Schudson (2010), Traquina (2005), Guerra (2008) e Franciscato (2005), contribuíram para esclarecer o papel e a importância do jornalismo para sociedade contemporânea, levando em consideração o fato, a notícia e a ética na profissão. Já Casetti e Di Chio (1999), nos ajudaram a pensar os principais modos de analisar a televisão. Foi possível, por meio da Análise Textual, examinar a linguagem, os efeitos sociais, as implicações ideológicas e políticas mostradas nos programas selecionados.

Ao fazer uma comparação entre os três programas analisados, podemos dizer que o Globo Rural exibido aos domingos tem uma distinção muito grande em relação aos outros dois, veiculados diariamente (Globo Rural diário e Jornal Terraviva). O programa dominical traz uma maior diversidade de assuntos, além de receber um tratamento informal na construção da interlocução com o telespectador. Reportagens com maior duração e mais didáticas dão o tom do programa. Podemos apontar que

o homem do campo é retratado nesse programa como vítima. Diante de problemas enfrentados devido aos efeitos climáticos, o produtor rural se vê na necessidade de pedir ajuda ao governo e este, passa a exercer uma influência sobre as decisões do homem do campo. O produtor também é destacado no programa como pioneiro, desbravador, que se arrisca em prol da família ou do crescimento da produção. Foi possível identificar também aquele homem do campo que precisa de assistência técnica e extensão rural para melhorar o manejo e a produção no campo, essencialmente o pequeno produtor que não pode investir na contratação de especialistas no assunto. O programa Globo Rural exibido aos domingos dá uma grande contribuição neste assunto ao realizar reportagens sobre dúvidas enviadas pelos telespectadores. Este quadro, onde os apresentadores leem as cartas, é um dos poucos momentos que podemos fazer uma reflexão sobre a tradição e a tecnologia. Por mais avançados que estiveram os meios de se comunicar, o programa é obrigado a se render ao “velho”, porque sabemos que temos homens do campo que assistem ao programa, se interessam pelos assuntos, possuem dúvidas e que o único meio para saná-las é enviar as tradicionais cartas. Por isso o programa ainda mantém e mostra o número de uma caixa postal, para o envio de cartas. Isso mostra que o Globo Rural, de certa forma, se preocupa e compreende a vida no campo.

Já o Globo Rural diário, podemos apontar como um telejornal muito próximo do estilo tradicional, com reportagens objetivas e curtas voltadas para o comprometimento com a cobertura da atualidade. Esta análise indica que as representações sobre os agricultores estão ancoradas principalmente nos produtores de alimentos vítimas dos efeitos climáticos, que precisam de ajuda do governo para se manterem no campo. Entendemos que essa representação hegemônica é construída sob a influência da pauta orientada pelo acontecimento. Outra representação que identificamos nesse programa é a do homem do campo como produtor que também necessita da ajuda do governo. Verificamos que a linha editorial do Globo Rural diário tinha direcionamento para uma abordagem diretamente relacionada à comercialização de produtos, levando-se em conta os preços das principais *commodities* e a previsão climática para as principais regiões produtoras do país. Portanto, podemos indicar para um programa direcionado como atividade econômica. Apenas em algumas reportagens o programa se apropriava de

elementos da vida no campo, com valores, costumes, culinária e linguagens tradicionais ligados ao campo.

No Jornal Terraviva, verificamos que a vida no campo quase não aparece. Poucos produtores rurais falam nas reportagens. Dessa forma, a construção da representação sobre a vida no campo e sobre o agricultor acontece por meio de outros sujeitos, e não deles próprios. Temos nas reportagens o produtor como vítima da situação econômica, das influências climáticas, como responsável pelo aumento do cultivo e da produtividade. Desse modo, o produtor é representado como sujeito que investe em inovação e tecnologia. É uma desconstrução do conceito da vida no campo relacionada ao passado, em contraponto com a modernidade nos centros urbanos. Também identificamos a representação do produtor como aquele que está preocupado com os preços e conseqüentemente com a rentabilidade na produção, e por isso precisa fazer ajustes no seu negócio. O telejornal que também é composto por comentaristas, aumenta ainda mais seu conteúdo a um direcionamento econômico e empresarial, reforçando a proposta do programa que é defender o produtor-empresário rural e contribuir para que ele tenha cada vez mais lucro com sua produtividade.

Depois de fazer uma comparação entre os três programas rurais analisados, queremos apontar que pouco se pôde ver nesses programas marcas de uma vida no campo, em que ainda existe uma inocência rural, onde as pessoas vivem e convivem naquele lugar com o seu modo de vida, suas identidades, culturas, costumes, sem terem a ambição ou a expectativa de encontrar algo melhor na cidade urbana; um lugar em que, tal como nos traz Cândia (2010) a vida rural era uma vida simples, feliz, festiva, familiar e sem preocupação com o amanhã.

O luxo, a exposição, a imposição não eram fatores relevantes para aqueles que viviam para si em comunidade e parceria. Os costumes e as tradições estão silenciadas nos telejornais de alcance nacional. A vida do homem do campo que podemos ver hoje está voltada para a grande produtividade, plantar e criar mais em menos espaço; substituir a mão na terra por máquinas cada vez mais sofisticadas. As marcas daquele homem do campo idealizado em nossas mentes aparecem hoje, nos programas, quase sempre expostas por sentimentos, algumas vezes de alegria, mas grande parte são sentimentos de sofrimento, angústia e dor. O jornalismo não está preocupado em mostrar a vida e a cultura no campo, que é a representação daquele personagem que vive na terra e da terra. O jornalismo feito pelas emissoras está muitas vezes focado ou pautado em reforçar a importância da produtividade de

alimentos. Alimentos que irão aumentar a comercialização e melhorar economicamente o produtor, empresário e o país.

O telejornalismo rural é essencialmente pautado pelo viés econômico e político. O agronegócio é retratado nos telejornais analisados, mas não a vida no campo. Consideramos esse um aspecto negativo visto que os telejornais são considerados os produtos de maior credibilidade dentro da programação da emissora de TV.

A partir desta análise podemos problematizar que existe, também no jornalismo especializado, uma hierarquização dos temas e editorias, que acaba definindo os assuntos econômicos como de maior relevância em detrimento de outros temas, estando relacionados ao plantio, comercialização, crédito, tecnologia, produtividade, seguro contra clima; termos que remetem a uma equação simples: o produtor irá produzir mais e ser bem remunerado? Seria como se os jornais generalistas falassem apenas de economia, lucro, salário e inflação.

O poder econômico crescente na produção de alimentos no Brasil talvez seja a melhor forma de dar visibilidade ao trabalho no campo nos meios de comunicação, sejam especializados ou generalistas. Com maior influência das *commodities* agrícolas na balança comercial brasileira, o setor ganha importância e notoriedade, conquistando uma valorização crescente no espaço público. Acreditamos que essa seja uma estratégia dos telejornais rurais para garantir também a audiência, pois os temas econômicos são preponderantes para o trabalho no campo.

Não temos dúvida da importância dos aspectos econômicos na vida das pessoas, mas sabemos que o dia a dia não é constituído apenas por estas questões. Por que temas como saúde, educação, cultura, esporte, moda e comportamento estão ausentes nas representações sobre a vida no campo? Parece existir um processo de essencialização nas representações do povo brasileiro, criando uma identidade única e estereotipada do cidadão, desprezando a diversidade e as diferenças entre o mundo urbano e rural.

Identificamos que o homem do campo é representado praticamente na totalidade pelo viés do trabalho, como se o cidadão no meio rural só pudesse ter voz nos meios de comunicação por meio de sua força produtiva. Crianças, mulheres donas de casa, idosos, dentre outros, estão à margem nas representações sobre a vida no campo por não fazerem parte dessa força. Assim, a vida no campo, no sentido mais amplo, que tem o trabalho como apenas um de seus aspectos, é pouco representado nos conteúdos jornalísticos dos principais telejornais rurais de alcance nacional.

## BIBLIOGRAFIA

ABMR&A, Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio. **Perfil comportamental e hábitos de mídia do produtor rural brasileiro**. Disponível em: [http://www.abmra.org.br/pesquisa/pesquisa\\_abmra.pdf](http://www.abmra.org.br/pesquisa/pesquisa_abmra.pdf). Acesso em 20 de junho de 2013.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Indústria Cultural e Sociedade**. Tradução de Julia Elisabeth Levy. São Paulo, Paz e Terra, 2002.

ALVES, Maria Helena Moreira. **Estado e oposição no Brasil (1964-1984)**. Vozes, 1989.

ARAÚJO, Massilon, J. **Fundamentos de agronegócio**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2013.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil – 1800-1900**. Mauad, 2010.

BECKER, Beatriz. A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (orgs.). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

CÂNDIDO, Antônio. **Os parceiros do Rio Bonito: Estudos sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida**. 11ª Ed. Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2010.

CARNEIRO, Maria José. **Ruralidade: novas identidades em construção**. Estudos Sociedade e Agricultura, UFRRJ, 1988.

CASSETTI, Francesco e DI CHIO, Federico. **Análisis de La televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Editora Paidós, Barcelona, 1999.

CEZAR, Ivo Martins. **Conhecimento e informação no agronegócio**. Disponível em: <http://www23.sede.embrapa.br:8080/aplic/rumos.nsf/b1bbbc852ee1057183256800005ca0ab/fb0bad7bc8bbd63683256903006476d4?OpenDocument>. [S/D]. Acessado em 16/07/2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. Summus, 1993.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, D.L, 1999.

DELGADO, Guilherme Costa. **Do capital financeiro na agricultura à economia do agronegócio: Mudanças cíclicas em meio século (1965-2012)**. 1ª Ed. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul: 2012.

DELGADO, Guilherme Costa. **Expansão e modernização do setor agropecuário no pós-guerra**: um estudo da reflexão agrária – Desenvolvimento Rural. Estudos Avançados, volume 15, número 43, São Paulo, Setembro/Dezembro de 2001.

DIÁRIO DE S. PAULO, **A nova espécie de algodão**. São Paulo, 22 de maio, 1878, no 2723.

DIAS, Guilherme Leite da Silva e AMARAL, Cicely Moitinho. **Mudanças estruturais na agricultura brasileira**: 1980-1998. Red de Desarrollo Agropecuario, Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial. Santiago de Chile, enero de 2001.

DIÉGUES JÚNIOR, Manuel. **Populações rurais brasileiras**. In: QUEDA, Oriowaldo; SZMRECSÁNYI, Tamás (orgs.). **Vida Rural e Mudança Social**. Companhia Editora Nacional, 1973.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado**: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.

FERREIRA, Lenise Conceição de Araújo; SILVA, Ana Carolina de Araújo. **Jornalismo no agronegócio**: o campo em notícia. Intercom, XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto – MG, 30 de junho de 2012.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. **Paradigmas da comunicação rural**. Intercom, XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/GT 19 – Comunicação Rural, 1999. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/0358e4ab3245d94721781c3d43bba9ef.PDF>. Acesso em 28 de maio de 2013.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

FURTADO, Milton Braga. **Síntese da economia brasileira**. 6ª Ed. São Paulo: Editora Afiliada, 1997.

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. 18ª Ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1982.

GARCIA-CANCLINI, Néstor. **Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação**. Opinião Pública, Campinas, Vol. VIII, nº1, 2002.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 2002.

GONÇALEZ, José Augusto Bertoni. **Publicidade no agronegócio**: Diferentes estratégias persuasivas. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo -Pós-Graduação em Comunicação e Estudos de Linguagens- Universidade de Marília, 2007.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística.** 1ª Ed. Sergipe: Editora UFS, 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública.** São Paulo: Biblioteca Tempo Universitário 76, 1984.

HOBBSAWM, Eric John Ernest. **A era das revoluções – 1789-1848.** 9ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1996.

JORNAL DO BRASIL. **Globo Rural - Carta**, 17 de abril de 1983. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 19 de abril de 2013.

JORNAL DO BRASIL. **Globo Rural - Carta**, 18 de março de 1982. Acesso em 19 de abril de 2013. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>.

LAGE, Nilson. **A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2005.

LARANJEIRA, Álvaro Nunes. **A mídia e o Regime Militar.** Porto Alegre: Sulina, 2014.

LEITE, Sérgio et al. **Impactos dos assentamentos: Um estudo sobre o Meio Rural Brasileiro.** Editora Unesp, 2004.

LEME, Fernando Albino. **Jornal Terraviva: como o telejornal rural constrói as representações sobre o agronegócio.** Convent Internacional, número 12, p. 83-93, maio – agosto, 2013.

LEME, Fernando Albino. **As transformações do telejornalismo rural: um estudo do programa Globo Rural.** International Studies on Law and Education, número 17, p. 73-80, maio-agosto, 2014.

LOURENÇO, Joaquim Carlos. **A Evolução do Agronegócio Brasileiro no Cenário Atual.** 2008. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/a-evolucao-do-agronegocio-brasileiro-no-cenario-atual/24824/> Acesso em 19 de maio de 2013.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia.** Brasília: Ed. UnB, 1996.

MAIA, Jussara Peixoto. **Do telejornal ao programa jornalístico temático: Jornal Nacional e Globo Rural - uma relação de gênero e de modo de endereçamento.** Dissertação de Mestrado – Universidade Federal da Bahia, 2005.

MAPA, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Plano agrícola ano safra 2000/2001.** Disponível em: [http://www.agricultura.gov.br/arq\\_editor/file/Ministerio/planos%20e%20programas/pa%202000%202001.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Ministerio/planos%20e%20programas/pa%202000%202001.pdf). Acesso em 10 de junho de 2013.

MAPA, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Produtividade e crescimento – algumas comparações. 2001-2013.** Disponível em: [http://www.agricultura.gov.br/arq\\_editor/file/0tabelas/Produtividade%20e%20Crescimento%20-%20Artigo%2031%2001%2013%20\\_2\\_.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/0tabelas/Produtividade%20e%20Crescimento%20-%20Artigo%2031%2001%2013%20_2_.pdf). Acesso em 10 de Junho de 2013.

MARTINE, George. **A trajetória da modernização agrícola: a quem beneficia?** – Questão Agrária, hoje. Lua Nova, número 23, São Paulo, Março de 1991.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo.** História das idéias e das estratégias. Petrópolis: Vozes, 1999.

MEDITSCH, Eduardo. **Jornalismo e construção social do conhecimento.** In: Benetti, Marcia; Fonseca, Virginia (orgs.). **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos.** Florianópolis: Insular, 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **O setor de agronegócio no Brasil: histórico e evolução do agronegócio brasileiro.** Disponível em: [http://www.mdic.gov.br/sistemas\\_web/renai/public/arquivo/arq1273158100.pdf](http://www.mdic.gov.br/sistemas_web/renai/public/arquivo/arq1273158100.pdf). Acesso em 01 jun. 2013.

MORAES, Dênis. **Globalização, mídia e cultura contemporânea.** Campo Grande, Letra Livre, 1997.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo.** Loyola, 2004.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de. **A longa marcha do campesinato brasileiro: movimentos sociais, conflitos e Reforma Agrária – Desenvolvimento Rural.** Estudos Avançados, volume 15 número 43, São Paulo, Setembro/Dezembro de 2001.

OLIVEIRA, João Pacheco de. **Uma viagem ao Brasil profundo.** In: VILLAS BÔAS, Orlando e VILAS BÔAS, Cláudio. **A marcha para o oeste: a epopeia da Expedição Roncador – Xingu.** São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira.** Brasiliense, 2009.

PRADO JÚNIOR, Caio. **A questão agrária no Brasil.** 4ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 1962.

PRADO JÚNIOR, Caio. **História econômica do Brasil.** 15ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 1972.

PRIOLI, Gabriel. **Jornal dos Jornais,** maio de 2000.

RECUERO, Raquel. **"Deu no twitter, alguém confirma?" Funções do jornalismo na era das redes sociais.** SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em

Jornalismo - 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Rio de Janeiro, ECO-Universidade Federal do Rio de Janeiro), novembro de 2011.

REGO, José Márcio & MARQUES, Rosa Maria. **Economia Brasileira**. 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia (orgs.). **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Vozes, 2010.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo**: Produção e Técnica. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

SILVA, Fernanda Mauricio. **Conversa leve e embate intelectual**: O infotainment no Marília Gabriela Entrevista. ECO-Pós, v.12, n.2, maio-agosto 2009, p. 190-205.

SILVA, Gislene. **O imaginário rural do leitor urbano**: o sonho mítico da casa no campo. Brazilian Journalism Research (Versão em português), v 2, n.1, 1º semestre, 2009.

SILVA, Sandra Regina da. RBS vai colocar no ar o Ruralsat, o canal da terra. **Pay TV**. Rio de Janeiro, Puc-Rio, 01 fev. 1996

STEFANELO, Eugênio L. **Agronegócio brasileiro**: propostas e tendências. Revista FAE Business. n 3, set. 2002. Disponível em: [http://www.unifae.br/publicacoes/pdf/revista\\_fae\\_business/n3\\_setembro\\_2002/ambiente\\_economico1\\_Agronegocio\\_.pdf](http://www.unifae.br/publicacoes/pdf/revista_fae_business/n3_setembro_2002/ambiente_economico1_Agronegocio_.pdf) Acesso 19 de maio de 2013.

TARDIN, Marcos. **Ciência e vida nas manhãs de domingo**. *Jornal O Globo*, 19 de agosto de 1991. Acesso em 19 de abril de 2013. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>.

TOGNONI, Rení. **Globo Rural passa a ser diário em outubro**. *Jornal O Globo*, 29 de setembro de 2000. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 19 maio de 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Insular, 2005.

VILCHES, Lorenzo. Globalização Comunicativa e Efeitos Culturais. In: MORAES, Dênis (org.). **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande, Letra Livre, 1997.

WILLIAMS, Raymond. **O campo e a cidade**: na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

## ANEXO A

### Glossário de Termos Técnicos

#### Definições nos telejornais

- **Briefing:** resumo da informação. Termo técnico usado com frequência na reunião de pauta.
- **Lead:** Invariavelmente está na abertura da matéria ou a cabeça da matéria lida pelo apresentador.
- **Entrevista:** Diálogo entre o repórter e o personagem fonte da informação.
- **Entrevista coletiva:** Repórteres de vários veículos de comunicação participam da mesma entrevista.
- **Off the records ou Em Off:** Informação que o jornalista não pode divulgar.
- **Bloco:** Um telejornal é dividido em partes que chamamos de blocos.
- **Break:** intervalo comercial entre blocos.
- **Áudio:** O som da reportagem.
- **Áudio ambiente:** Som gravado na hora e no local em que a reportagem é feita. O som ambiente, além de ilustrar a matéria, pode conter informações importantes.
- **Som ambiente:** O mesmo que áudio ambiente.
- **Background ou BG:** Som do ambiente ou música de fundo que acompanha a fala do repórter (*off*).
- **Ao vivo:** Transmissão de um fato. A notícia na hora em que ela acontece. A transmissão pode ser feita dentro do estúdio ou no local do acontecimento.
- **Link:** Termo técnico que indica entrada ao vivo do repórter, do local onde acontece a notícia.
- **Arte:** Ilustração visual computadorizada, utilizada para facilitar a compreensão do telespectador. Costuma-se usar em matérias que têm gráficos, tabelas e/ou números.
- **Audiotape:** Termo técnico que indica a gravação de um texto do repórter via telefone.
- **Deadline:** Termo usado para definir o prazo final de qualquer procedimento.

- **Boletim:** Resumo do fato. É gravado pelo próprio repórter sempre com um especialista ao lado para esclarecer o fato.
- **Stand-up:** Quando o repórter faz uma gravação no local do acontecimento para transmitir informações do fato. É usado quando a notícia que o repórter tem que dar é tão importante que, mesmo sem imagem, vale a pena.
- **Flash:** Resumo da notícia gravada pelo repórter de rua.
- **Inserção em *crawl* ou *roll*:** Entrada de legendas no rodapé da tela, da direita para a esquerda (*crawl*), ou de baixo para cima (*roll*).
- **Chamada:** Texto sobre os principais destaques do telejornal, transmitido dentro da programação normal da emissora. Tem como objetivo atrair o telespectador.
- **Vinheta:** É o que marca a abertura ou intervalo do telejornal. Alguns eventos importantes também merecem vinheta.
- **Fechamento:** Momento de fechar o espelho e montar o *script* do jornal.

### O Jornal

- **Espelho:** É o cronograma de como o telejornal irá se desenrolar. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal.
- **Lauda:** Papel com marcações especiais, em que o jornalista escreve os textos.
- **Manchete:** Frase de impacto com informação forte.
- **Escalada:** Leitura de algumas das manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição. Servem para atrair a atenção do telespectador no início do jornal e informar quais serão as principais notícias daquela edição.
- **Teaser:** Pequena chamada gravada pelo repórter com a manchete da notícia. Entra durante a escalada do jornal.
- **Cabeça da matéria ou cabeça do vt:** É o lide da matéria. Quem lê é sempre o apresentador que introduz o assunto da matéria feita pelo repórter.
- **Nota seca/pelada:** Notícia lida pelo apresentador do telejornal, sem qualquer imagem de ilustração.
- **Nota coberta:** Nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto referente é coberto com imagens do assunto. Esta nota é gravada.
- **Off Vivo:** Nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens. Esta nota é lida ao vivo.

- **Nota pé:** Nota ao vivo, lida ao final da matéria, com informações complementares.

### **A matéria – Reportagem – VT**

- **Retranca:** Identificação da matéria. É o nome que a reportagem tem. É usado apenas internamente e destaca apenas duas palavras do VT (Ex: INFLAÇÃO/COMÉRCIO)
- **Matéria bruta:** fita não editada.
- **Videotape ou VT:** Equipamento eletrônico que grava o sinal de áudio e vídeo gerado por uma câmera.
- **Decupagem:** Descrição por escrito com a indicação dos minutos e segundos em que as imagens, entrevistas e passagem do repórter podem ser encontradas na fita.
- **Time code:** Relógio digital que conta o tempo de frames, usado para decupagem e edição de fitas.
- **Edição:** Montagem de uma matéria unindo áudio e vídeo.
- **Insert:** Imagem inserida por meio de edição eletrônica durante a entrevista para ilustrar o fato.
- **GC:** termo técnico que indica os créditos de uma matéria na lauda.
- **Matéria:** O mesmo que reportagem, veiculada no telejornal.
- **VT:** Equipamento eletrônico que grava o sinal de áudio e vídeo. Mas o termo VT também é empregado para se referir à matéria editada.
- **Deixa:** Indicação do que encerra a matéria – pode ser uma frase ou um sobressom. É uma indicação para o Diretor de TV saber onde ele deve cortar.

### **O texto da matéria**

- **Off:** Texto gravado pelo repórter (apresentador ou locutor) – normalmente após a gravação da matéria. É a narração da notícia, colocada durante a matéria.
- **Sonora:** É a fala do entrevistado na matéria.
- **Passagem:** É o momento em que o repórter aparece durante a matéria para destacar alguma informação que não é possível ser feita por meio de imagens.

- **Povo-fala:** É o depoimento curto coletado pelo repórter com pessoas na rua. Esta entrevista deve ser curta e com várias pessoas – uma de cada vez –, com o objetivo de repercutir um determinado assunto.
- **Sobe som do VT:** Marcação técnica na lauda. Indica ao sonoplasta o momento em que deve ser colocado determinado som.
- **Relatório de Reportagem:** texto do repórter. Nela ele prevê a cabeça da matéria, os *offs*, passagem, sonora. É um roteiro para o editor de texto montar a matéria.

### Equipe de TV

- **Diretor Responsável** - Responde pelo jornalismo da emissora fazendo a ponte com os outros departamentos. Orienta as abordagens editoriais, define orçamentos e contratações e promoções. Deve ser líder.
- **Diretor Executivo ou Chefe de Redação** - Ponto de equilíbrio na redação. Acompanha o trabalho da chefia de reportagem, dos editores e dos repórteres. Responde às consultas imediatas sobre dúvidas editoriais. Deve conhecer bem o funcionamento da televisão e dos membros de sua equipe.
- **Editor-Chefe** - É o responsável pelo telejornal. É dele a palavra final, a decisão, no fechamento, do que deve cair ou ser exibido.
- **Chefe de Reportagem** - É a base operacional do telejornalismo. Tem controle e conhecimento do pessoal e equipamento à disposição da reportagem. Faz escalas de trabalho. Conhece o enfoque que os editores querem e recebe a orientação editorial da chefia de redação.
- **Supervisão de Imagens / Chefe de Operações** - Faz a conexão entre as áreas prestadoras de serviço e o jornalismo. Verifica as condições dos equipamentos e confere as necessidades do jornalismo. Acompanha os avanços tecnológicos. Controla o tráfego de fitas.
- **Apurador** - É o primeiro contato da notícia com a redação. O apurador faz a ronda das principais fontes de informação. Colabora para completar informações para as equipes que estão na rua, faz conferência de dados para o fechamento do jornal e acompanha desdobramentos. Faz parte da apuração acompanhar o andamento dos serviços de transporte, trânsito, saúde pública, polícia e defesa civil. São seus instrumentos de trabalho catálogos, almanaques, rádio, rádio-escuta, agências e internet.
- **Pauteiro** - Profissional encarregado de reunir informações que podem se tornar reportagens. A pauta mostra uma notícia completa, mas que deve ser desdobrada. Uma característica deste profissional deve ser a curiosidade. Precisa ter faro pela notícia, interesse por boas histórias, capacidade de estabelecer conexões.

- **Produtor de Pauta** - Dá início à pauta. Depois de discutida com os editores, inicia-se o processo de produção. Marca entrevistas, visualiza imagens, tudo antes da equipe ir para a rua. Com isto, é quem decide os entrevistados de uma matéria. Trabalha nos bastidores, sem aparecer no vídeo.
- **Coordenador de rede** - Jornalista que entra em contato com as filiadas no Brasil e com os correspondentes no mundo.
- **Repórter** - Tem função de líder na equipe de externa. Reúne informações, faz entrevistas e apronta o texto das reportagens, dando formato final. Negocia com os editores o tempo da reportagem, sendo destes a palavra final. Precisa ter empatia com a audiência e boa voz. No plano de carreira começa como repórter local, regional, nacional e correspondente internacional.
- **Repórter Cinematográfico** - Responsável pela captação das imagens que serão vistas pelo telespectador. Sua formação pode ser técnica ou superior. Conhece o conjunto da pauta e o objetivo da reportagem, procurando compreender o contexto e o enfoque da matéria. Opina sobre o uso das imagens que fez.
- **Assistente / Operador** - Muitas vezes é o próprio motorista trabalhando como operador de áudio ou iluminador.
- **Coordenador de vivo** - Responsável pela coordenação da intervenção ao vivo do repórter. Comanda a operação do *switcher*. Indica o momento em que o repórter deve iniciar a sua participação no noticiário. Pode acompanhar através de um monitor ou mesmo de um telefone celular ou ponto.
- **Produtor de Campo** - Atua na coleta de dados que serão consolidados no texto do repórter. Está presente em grandes coberturas ou em coberturas longas, com várias entradas ao vivo, situação em que o repórter deve estar plenamente concentrado.
- **Editor de Texto** - Avalia as imagens e informações trazidas pela equipe de reportagem e dá formato ao texto final, junto com o repórter. Escreve a cabeça a ser lida pelo apresentador. Pode decidir pela queda da matéria. É a ponte entre o telespectador e a reportagem.
- **Produtor / Editor** - Concretiza a pauta, a pesquisa, o histórico e o contexto. Identifica o entrevistado, acompanha a equipe, faz reportagens, escreve o texto final e edita. Participa em todas as etapas da matéria podendo, inclusive, fazer a locução das matérias.
- **Editor de Arte** - Não precisa ter formação jornalística, mas necessita ter afinidade com a notícia. Deve conseguir expressar visualmente informações que não foram captadas pelas câmeras. Trabalha junto com o editor de texto e com o repórter. É um dos responsáveis pela criação da identidade visual das matérias.

- **Editor de Imagens** - Antigamente era chamado de montador. Seleciona as imagens recebidas do repórter cinematográfico para adequá-las ao texto do repórter ou do editor de texto. Alinha a seqüência de vídeo e áudio gravados, de acordo com os critérios da edição. Finaliza a matéria. Trabalha em conjunto com o editor de texto.
- **Âncora** - É o apresentador do programa. Acumula esta atividade com a de editor-chefe ou editor-executivo. É responsável pela identidade editorial do programa. Deve ter ascendência e identidade sobre a equipe. É editor, produtor, pauteiro, apurador e repórter.
- **Apresentador** - É um locutor diante das câmeras. Lê os textos escritos pelos editores. Deve ter recursos de voz e empatia. Pode valer-se do *teleprompter* para a leitura das notícias ou de um ponto eletrônico.
- **Coordenador de Jornal** - Confere as laudas do programa e as distribui a todos os envolvidos no processo. Cuida da harmonia do telejornal.
- **Câmera de Estúdio** - É um cinegrafista de câmera de estúdio. Seu equipamento fica, na maioria das vezes, apoiado em um carrinho. Grava os apresentadores nas bancadas e os entrevistados que estão no estúdio. Duas ou três câmeras são suficientes para a gravação de um telejornal.
- **Diretor de TV** - É responsável pelos cortes na apresentação do telejornal. As imagens captadas pelas câmeras no estúdio ficam em vários monitores (um por câmera) e ele decide qual delas vai ao ar. Guia-se pelo script.
- **Operador de VT** - Revisa todas as fitas para verificar a qualidade técnica de áudio e vídeo. A fita não deve nem estourar o áudio nem ter defeito na imagem (*drop out*), com pontos ou listas aparecendo durante a reprodução. Dá o *play*.
- **Operador de Áudio / Sonoplastia** - Abre o som dos microfones e os modula para a exibição. O material gravado é modulado no momento da exibição e a captação de áudio ao vivo é testada minutos antes da entrada.
- **Assistente de Estúdio** - Faz a ligação entre o estúdio e a sala de controle. Recebe informações pelo ponto eletrônico. Sinaliza para o apresentador o tempo que falta para o programa entrar no ar e quanto falta para acabar. Indica quando deve ser encerrada uma entrevista ao vivo e a que câmera o apresentador deve se dirigir.
- **Operador de Caracteres** - Opera a máquina responsável pela introdução dos textos contidos no *script*. São créditos e outras indicações que aparecem na tela. No momento da exibição do VT já deve ter todo o material preparado.
- **Engenharia** – Responsável por colocar a emissora no ar. É o setor que comanda toda a parte técnica (satélite).

## Linguagem audiovisual

A linguagem audiovisual se viabiliza através da utilização de três equipamentos: câmera, iluminação e áudio. Da câmera utilizamos os planos, enquadramentos e movimentos de câmera.

Plano é o segmento de imagem contínua compreendida entre dois cortes, isto é, a imagem registrada durante o intervalo quando a câmera está ligada, gravando uma cena. Em termos de planos para TV ou vídeo, o plano é classificado de acordo com o tamanho da figura humana ou de um objeto dentro de um quadro.

Temos os seguintes planos: Plano Geral (PG), Plano Conjunto (PC), Plano Médio (PM), Plano Americano (PA), Primeiro Plano (PP), Primeiríssimo Plano (PPP), ou *close-up*, Plano Detalhe (PD).

### Planos de Câmera

No **plano geral (PG)** se percebe a figura humana, mas é difícil reconhecer as personagens e a ação. Caracteriza-se como um plano descritivo, servindo para mostrar a posição dos personagens em cena. Na TV, o plano geral mostra o personagem de corpo inteiro.

O **plano conjunto (PC)** apresenta personagem ou grupo de pessoas no cenário e permite reconhecer atores e movimentação em cena. A ação não é visualizada nos mínimos detalhes, tendo um caráter descritivo e narrativo. Na TV, o plano conjunto é aquele que corta o personagem na altura dos joelhos ou pouco acima.

O **plano americano (PA)** enquadra os personagens acima do joelho ou abaixo da cintura e privilegia a ação em relação ao cenário

Na TV, o **plano médio (PM)** mostra o ator da cintura para cima. Os olhos do personagem ficam a 2/3 da altura do quadro.

O **primeiro plano (PP)** é o enquadramento que corta o personagem na altura do busto. É um plano de caráter psicológico, pois se percebe o estado emocional dos atores e a direção dos olhares, havendo pequena quantidade de detalhes no quadro. Na TV, o primeiro plano tem o mesmo enquadramento do cinema, sendo utilizado em diálogos ou entrevistas.

O **primeiríssimo plano (PPP) ou close-up**, é aquele em que o rosto ou parte do rosto ocupa toda a tela. A ação não é percebida, dando-se atenção ao lado emocional transmitido pela expressão facial do ator. É um plano de função indicativa. Na TV, o PPP também mostra a cabeça do ator, apresentando certo impacto visual.

O **plano detalhe (PD)** é aquele que destaca pormenores do rosto ou do corpo do ator, sendo uma imagem de forte impacto visual e emocional. É um plano de função indicativa. Na TV, o plano detalhe também mostra parte do rosto. É um plano de forte impacto visual.

O **plano e contra plano** são feitos numa situação em que os dois personagens estão conversando e a câmera acompanha o diálogo. É uma câmera sobre o ombro.

**Primeiro e segundo plano com passagem de foco** acontecem quando deslocamos o foco da lente de um personagem para outro num plano inferior.

### Movimento de Câmera

- **Panorâmica (PAN)** é o movimento em que a câmera gira ao redor de um eixo imaginário qualquer, sem deslocar-se mostrando uma paisagem ou cenário. (PAN h, pan horizontal; PAN v, pan vertical ou *tilt*).
- **Chicote** é um movimento muito rápido que deixa a imagem embaralhada.
- **Travelling** é o deslocamento da câmera em qualquer direção. Para realizarmos o travelling podemos utilizar alguns equipamentos como a grua, o *dolly* ou a *steadicam*.
- **Grua** é o mecanismo que possibilita o deslocamento da câmera, filmando ou gravando o cenário com movimentos verticais ou horizontais variados.
- **Dolly** permite o deslocamento horizontal, sem que haja trepidações na imagem. Pode-se improvisar o movimento com uma cadeira de escritório com rodas ou um skate.
- **Steadicam** é um equipamento mais sofisticado que, através de mecanismos giroscópicos, mantém a estabilidade da câmera durante a movimentação do operador.