

A imprensa é uma ferramenta que nasceu da sociedade urbana, nela se firmou e dela extraiu seus fundamentos. A divisão dos jornais e revistas em editoriais (política, cultura, ciência, polícia, social...) teve como propósito facilitar a leitura dos veículos, mantendo o homem urbano bem informado.

A própria estrutura do texto jornalístico é resultado do ritmo urbano: as informações principais no início da matéria (lead) para uma rápida atualização dos fatos, sem grandes aprofundamentos introdutórios, é um exemplo. É assim que os jornalistas da grande imprensa veem e produzem suas matérias. A cidade tem

pressa e a informação não pode atrasar o ritmo. Por que no campo seria diferente?

Muitos programas rurais ou cadernos agropecuários cometem o erro comum de ter como referencial em suas reportagens o sujeito da cidade, praticando a linguagem e os fundamentos clássicos do jornalismo. O homem do campo, quando bem informado por essa mídia, é uma espécie de 'poliglota', que consegue entender e traduzir as informações para o seu meio, de acordo com seus problemas específicos.

Mas tal personagem está longe de ser a maioria no campo, principalmente na pecuária de leite, um dos setores mais tradicionalistas do agronegócio brasileiro. O jornalismo praticado pela grande imprensa apenas raspa nas necessidades informativas do produtor rural mediano.

Cabe aos veículos especializados a missão de cumprir bem o papel de manter o produtor a par dos assuntos científicos e das tecnologias de interesse do agronegócio do leite. Mas a questão que se coloca é a seguinte, mesmo com a brava resistência de poucos jornais, revistas e outros meios segmenta-

A INFORMAÇÃO técnica e científica NO MEIO RURAL

Uma análise do papel do jornalismo especializado na divulgação dos trabalhos da pesquisa agropecuária para o homem do campo

RUBENS NEIVA

dos de qualidade: o jornalismo rural atinge tal objetivo?

Antes de responder a esta questão, é necessária uma breve análise do setor para o qual a informação se destina. Na pecuária de leite há um universo de 1,3 milhão de produtores que se caracteriza pela heterogeneidade. Pecuáristas altamente tecnicizados costumam dividir porteira com aqueles que ainda convivem com os rudimentos da agropecuária.

PRODUTORES DE DIFERENTES TIPOS - Segundo a pesquisadora da Embrapa Gado de Leite, Rosângela Zoccal, no Brasil a produção

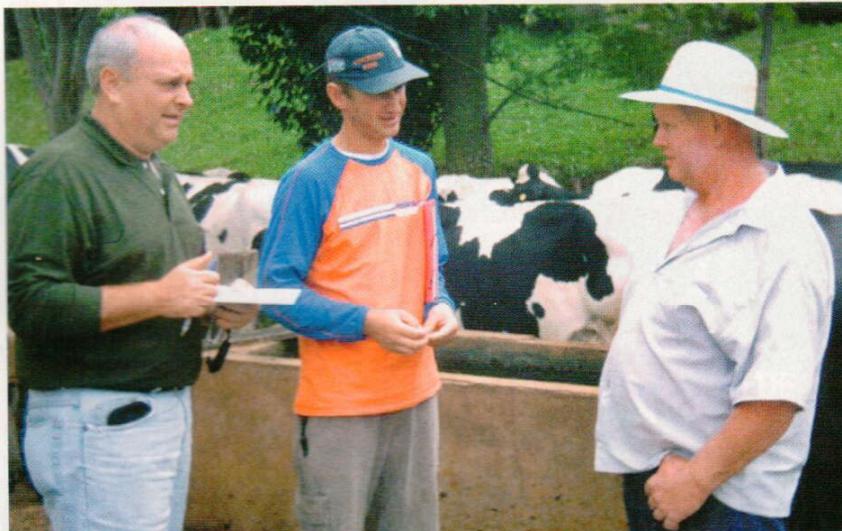
do produto, como Contagem de Células Somáticas (CCS) e Unidades Formadoras de Colônias de Bactérias (UFC), são equivalentes aos de fazendas de leite do Canadá, dos Estados Unidos ou de países europeus, a média do leite brasileiro está muito aquém dos padrões internacionais, segundo dados do Laboratório de Qualidade do Leite da Embrapa. O que surpreende quanto à qualidade do produto é que boa parte dos problemas poderia ser resolvida adotando-se medidas simples de higiene durante a ordenha.

Os dados apresentados já são suficientes para responder à questão levantada dois pará-

grafos antes: o jornalismo rural praticado no Brasil cumpre o objetivo proposto? Não. Embora a imprensa não seja a responsável pela baixa qualidade e produtividade do setor - esta é uma seara complexa, onde diversos personagens dividem a culpa -, ela pode ser vista como cúmplice do problema. Principalmente se entendermos que a responsabilidade do jornalismo vai além de informar.

Parece não faltar aos veículos o com-

ocorre nos mais variados sistemas. "Temos cerca de 400 mil propriedades cuja produção é inferior a 10 litros de leite por dia. Por outro lado há produtores comparáveis aos mais eficientes do mundo, com um volume acima de 50 mil litros." Do ponto de vista da produtividade do rebanho, a média nacional é de 1.400 litros/vaca/ano, quando, segundo a pesquisadora, o Brasil possui condições tecnológicas de chegar a pelo menos 3.500.

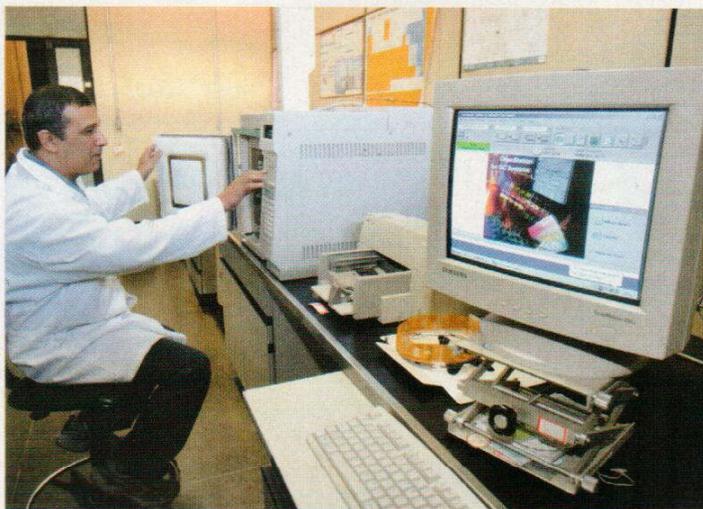


Ao noticiar a vida rural, a imprensa estabelece um link entre o campo e a cidade

promisso de noticiar a respeito de questões relativas ao campo. A julgar pelos escândalos envolvendo adulterações do leite, a imprensa cumpre bem este papel, estabelecendo um link direto entre campo e cidade. Mas falta à quase totalidade da mídia que circula nesta área o compromisso de "alfabetizar" (um conceito importado do jornalismo científico) o produtor na adoção de novas tecnologias.

Até a imprensa assumir este papel, viveremos um grande paradoxo: a mídia publica reportagens sobre os avanços científicos na fronteira do conhecimento, como clonagem, transgenia e nanotecnologia, enquanto boa parte dos produtores ainda parece ignorar a importância de se lavar as mãos e os tetos da vaca para se obter leite de qualidade. Um paradoxo que acaba por ratificar um preconceito: as ciências agrárias avançam suas fronteiras na velocidade de Fórmula 1, ao passo que as tecnologias geradas são adotadas pelos pequenos produtores em ritmo de carro de boi.

O que podemos concluir desta situação paradoxal é que falta aos meios de comunicação de massa (mesmo em seus melhores momentos, com os melhores cadernos e progra-



Nos laboratórios, técnicas como clonagem e transgenia são pesquisadas e nem sempre bem divulgadas

mas agrícolas) vocação para fazer jornalismo rural. O que se tem feito, com relativa qualidade, é jornalismo econômico voltado para a agricultura (cotações, preços, índices de produtividade etc.), de importância para o agrogócio como um todo, mas que exclui grande parte do Brasil rural, principalmente os produtores de leite de base familiar. Há também o jornalismo que espetaculariza o campo e cria uma noção idílica da atividade rural para a sociedade urbana, nada contribuindo para o setor enquanto 'negócio'.

Fotos: arquivo Embapa; Gado de Leite

IMPRESA DE VIDA CURTA - Com raríssimas exceções (a revista **Balde Branco**, com quase 50 anos de existência é uma delas), o que falta aos veículos de comunicação especializados em agricultura é longevidade. A maioria dos jornais e revistas destinados ao setor é tão efêmera que não tem tempo de aprender a lidar com a comunicação rural. Isto não é algo recente. O jornalista e escritor João Castanho Dias, em seu livro *A Imprensa Rural no Brasil*, afirma que no início do século XX, a grande maioria das publicações rurais durava no máximo um ano.

Castanho cita um artigo do jornalista Eurico Santos, publicado em dezembro de

1922 pela revista *Ilustração Brasileira*. Em tom poético (próprio para a linguagem da época), Santos relata os insucessos dos veículos rurais: "Empresas particulares que se abalçavam em aleatória iniciativa sentiam logo a indiferença, o desinteresse do público, e nesse ambiente de gelo morriam, não deixando outro fruto que um exemplo da inutilidade desses esforços".

O "desinteresse do público" ao qual Santos se refere advém justamente da inabilidade dos jornalistas em se comunicar com o pro-



Extraia até a última gota



Levucell[®] SC

Levedura Específica do Rúmen

Composto pela levedura viva

Saccharomyces cerevisiae CNCM I-1077

Estimula as bactérias celulolíticas

Aumenta a degradabilidade das fibras

Estabiliza o pH ruminal

KCL Lallemand 405 712154 06/2011

LALLEMAND ANIMAL NUTRITION

Tel: (62) 3507 6200 Email: contato@lallemand.com.br

www.lallemand.com.br

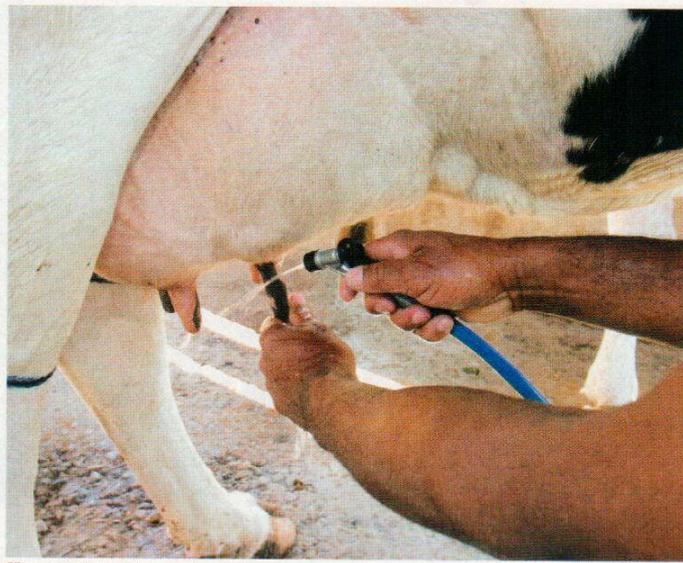
LALLEMAND

dutor, com reflexo direto na qualidade editorial da grande maioria dos veículos em questão. De um século a outro, o que alguns empreendedores da imprensa rural têm feito é se repetir em projetos ambiciosos e curtos.

Este é um fato empiricamente provado pela experiência acumulada em 15 anos, trabalhando como assessor de comunicação da Embrapa. Neste período, apenas no jornalismo rural voltado para o pecuarista de leite, observei uma centena de projetos fracassarem em suas ambições.

O surgimento de novas mídias, que nasceram da revolução digital, fez a velocidade entre o nascimento e a morte dos veículos especializados aumentar sensivelmente. Ancorados no sucesso do agronegócio brasileiro, inúmeros sites foram criados para levar a informação tecnológica e científica ao produtor.

Os que cometeram o mesmo erro de não prover o público de informações produzidas com qualidade, voltadas para o real interesse do produtor, não deixaram lastro. É lógico que há experiências exitosas neste campo, como o portal **Milkpoint**, há quase dez anos no ar, feito por quem tem conhecimento do setor. Mas empreendimentos como este são



Mesmo informados, muitos produtores ignoram procedimentos de higiene na ordenha

mais exceção do que regra.

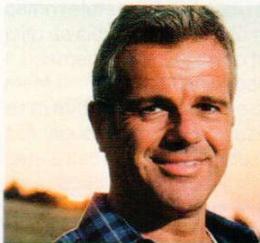
A revolução digital também barateou os custos de produção de veículos impressos. Jornais e revistas agrícolas se multiplicam e diminuem a toda hora, tropeçando sempre nos mesmos erros. E o pequeno produtor, quem mais precisa de comunicação de qualidade, excluído da 'sociedade da informação', está prestes a ser excluído também da atividade leiteira por não se adequar aos padrões

modernos de qualidade e produtividade.

DESCASO COM O CAMPO - Em 1955, o jornal *O Estado de São Paulo* trouxe encartado em sua edição de 5 de janeiro o primeiro suplemento agrícola da grande imprensa brasileira. Naquele período, a população vivia predominantemente no campo, e o setor rural – embora pouco desenvolvido em relação ao de outros países – era o motor principal da economia brasileira.

Atualmente o Brasil é o terceiro maior exportador mundial de produtos agropecuários: o maior exportador de café, açúcar, suco de laranja, etanol de cana-de-açúcar, frango e soja; o segundo maior exportador de carne bovina e o terceiro maior exportador de algodão. Na produção de leite de vaca, o País é o quarto maior produtor mundial.

O agronegócio há muito é o fiel da balança comercial brasileira, mas nunca mereceu a mesma atenção da mídia quando comparado aos demais setores da economia e da sociedade. A agricultura brasileira continua sendo um tablóide encartado semanalmente em alguns jornais de grande circulação. Em vários



Rehagro: Investimento certo para quem acredita em resultados.

○ FORTE EMBASAMENTO TEÓRICO

⚙️ APLICAÇÃO PRÁTICA

📁 CONHECIMENTO APLICÁVEL

📊 RENTABILIDADE

Cursos que geram retorno:

Pós-Graduação

Nutrição de Bovinos de Corte

Goiânia | GO - 22-08-13

Reprodução de Bovinos de Leite

Belo Horizonte | MG - 20-09-13

Gestão no Agronegócio

Campinas | SP - 20-09-13

Pecuária de Corte

Palmas | TO - 26-09-13

Presidente Prudente | 24-10-13

Produção de Grãos

Chapecó | SC - 23-08-13

Uberlândia | MG - 17-05-13

Cursos de Capacitação

Gestão da Pecuária Leiteira

Bom Despacho | MG - 10-10-13

Paracatu | MG - 19-09-13

Gestão da Pecuária de Corte

Alta Floresta | MT - 19-09-13

Programa de Desenvolvimento de Lideranças

Garanhuns | PE - 31-10-13

Gestão para o Sucesso no Agronegócio

Montes Claros | MG - 05-09-13

Uberaba | MG - 10-08-13

Gestão na Cafeicultura

Mchado | MG - 25-10-13

Cursos Online

Início: 01 de setembro 2013



-Afeções de Cascos em Bovinos

-Fertilidade do Solo

-Gestão com Foco em Resultados no Agronegócio

-Manejo Alimentar de Vacas Leiteiras

-Pacote Produção de Volumosos para Ruminantes



Rehagro

Realização



FACULDADES ASSOCIADAS DE UBERABA



facebook.com/rehagro

@rehagro

www.conectagro.com.br

(31) 3343-3800 | cursos@rehagro.com.br | www.rehagro.com.br



A ciência avança na fronteira do conhecimento, mas as informações demoram para chegar ao produtor

deles, tal encarte sequer existe ou deixou de existir.

Este descaso da imprensa nacional com o setor é um dos fatores que dificulta o desenvolvimento de uma comunicação com resultados efetivos voltada para o homem do campo. Outro fator talvez esteja nas escolas de jornalismo, que não possuem disciplinas especializadas na comunicação com o público rural. O bom 'comunicador agrícola' se forma na prática e, muitas vezes, sequer planeja tal formação. As escolas de jornalismo formam generalistas para o mercado de trabalho, que se encaixam nesta ou naquela editoria de acordo com suas habilidades ou, mesmo, levados pelo destino.

A própria teoria do jornalismo não é bem clara sobre o que vem a ser jornalismo rural. A reportagem especializada em agricultura é definida pelo jornalista e professor Nilson Lage, autor de diversos livros na área, como "jornalismo de produção". Sob este aspecto, a informação tecnológica para a agropecuária é distanciada do jornalismo científico. "O conhecimento científico impõe um elevado grau de abstração", segundo o autor. Para Lage, as informações tecnológicas destinadas ao setor rural devem estar fundamentadas na prática. ■



Rubens Neiva, jornalista, é assessor de imprensa da Embrapa Gado de Leite, de Juiz de Fora-MG.

ATORES DA INFORMAÇÃO

Ainda que consideremos a distância entre o jornalismo de 'produção' e o 'científico', na prática há entre as duas modalidades semelhanças que devem ser enfrentadas por quem pretende fazer jornalismo rural com qualidade. É preciso considerar os principais atores presentes no processo de levar a informação até o homem do campo, entender e resolver as deficiências apresentadas por cada um deles:

O JORNALISTA - O profissional que pretende escrever para o meio rural deve fazer uso de um texto didático, ignorando, em parte, fundamentos comuns à imprensa de massa como lead, sub-lead, imediatismo, proximidade etc. Mais do que comunicador, é preciso ser educador, abdicando da generalidade e limitando-se ao específico. A informação tecnológica de qualidade exige formação especializada para entender as fontes, traduzindo a informação de forma correta e coerente para o público ao qual se quer atingir. Talvez esta seja a principal fonte de gargalo para se comunicar bem com o produtor.

A FONTE - Zootecnistas, médicos-veterinários, agrônomos, pesquisadores são as principais fontes da informação científica e tecnológica para o meio rural. Na relação entre o jornalista e esses profissionais residem grandes conflitos: o jornalista, pouco familiarizado com os termos do agronegócio, acusa a fonte de prolixa. A fonte, pouco familiarizada com os fundamentos do jornalismo, acusa o profissional de imprensa de simplificar a informação.

Um assessor de imprensa de uma empresa, como a Embrapa, gasta boa parte do seu tempo mediando tais conflitos. Não é raro quando o pesquisador, depois de ler a matéria publicada para a qual foi fonte, afirmar: "o jornalista escreveu tudo errado!" Também não são raros os episódios em que a assessoria de imprensa tem que traduzir para o jornalista o que o pesquisador falou. É preciso que as fontes entendam que não existe informação de qualidade sem fonte de qualidade. O conflito só atrapalha.

OS VEÍCULOS - Vivemos a era da informação. Na história da humanidade nunca foi tão fácil se informar a respeito de qualquer assunto. Com um único clique num site de buscas da Internet, se está diante de tudo que já foi dito e produzido a respeito de um determinado tema ou assunto. A imprensa especializada pode se apropriar de todas estas mudanças positivas para produzir reportagens mais próximas do produtor. A reportagem, não importa a mídia, deve ser focada no interesse do seu público, trabalhada por meio de uma pauta consistente, que privilegie a qualidade da informação e facilidade de sua compreensão por parte do público ao qual se destina.

O PRODUTOR - O produtor é o personagem central de todo o processo. Se novos veículos nascem e morrem prematuramente é porque o produtor os desprezou. E só se despreza aquilo que não é importante para o seu cotidiano. As pautas devem ser focadas na necessidade deste personagem, numa linguagem que não o exclua do processo, promovendo a 'alfabetização' tecnológica e científica do homem do campo, segundo suas necessidades.

A TECNOLOGIA EXCLUDENTE - Sem que haja uma "alfabetização tecnológica" no meio rural, o desenvolvimento técnico-científico, junto com o aumento da produtividade, irá se transformar num fator de exclusão para a agropecuária de pequeno porte. No artigo "Fatos marcantes da agricultura brasileira", Eliseu Alves, ex-presidente da Embrapa e uma das maiores expertises do agronegócio brasileiro, afirma que, do ponto de vista do aumento da produção, o desenvolvimento tecnológico é um sucesso.

Mas quanto à inclusão dos pequenos agricultores, deixou muito a desejar. Para Alves, esta inclusão é o grande desafio que a política agrícola terá de enfrentar. Segundo ele, "inclusão significa dar acesso à tecnologia aos excluídos da modernização", o que passa, logicamente, pela comunicação no meio rural. A imprensa especializada não pode se distanciar desta responsabilidade.

Milk Show
WWW.MILKSHOW.COM.BR
MARKETING RURAL ESPECIALIZADO
(12) 3645-6116



**SITES
IMPRESSOS
CATÁLOGOS
HOSPEDAGEM
DESIGN RURAL
DIVULGAÇÃO
E MUITO MAIS...**

ENTREVISTA
MARCELO P. XAVIER
e o novo patamar da raça Jersey

BALDE BRANCO

Leite de Minas assume novo projeto de qualidade

Planejamento define a eficiência reprodutiva

Os 90 dias mais importantes na vida da vaca

As práticas que fazem a pecuária leiteira sustentável

GENÉTICA

A Alemanha, principal país produtor de leite europeu, consolida seu projeto genômico, após confirmar bons resultados na melhoria dos rebanhos. Com isso, uma nova relação se estabelece entre centrais e criadores

