

O telejornalismo rural e a sustentabilidade dos centros urbanos

Rural TV journalism and sustainability of urban centers

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira¹
Emmanuelle Monike Silva Feitosa²

RESUMO

Este trabalho de pesquisa analisa as matérias rurais sobre o Cariri no programa de TV "Nordeste Rural" (NR), produzido e transmitido pela TV Verdes Mares Cariri, afiliada à Rede Globo de Televisão, no Estado do Ceará. O corpus deste estudo é composto por um recorte de 12 reportagens exibidas pelo programa durante os meses de janeiro a março de 2012, período da quadra invernos da região. O objetivo foi observar o discurso jornalístico e rural emitido, pelo programa, sobre o meio em que os agricultores da Região Metropolitana do Cariri, RMC, Semiárido cearense, estão inseridos.

Palavras-chave: Televisão; Cariri; Rural; Desenvolvimento Sustentável; Semiárido.

ABSTRACT

This research examines rural issues about Cariri on TV program "Nordeste Rural" (NR), produced and broadcast by TV Verdes Mares Cariri, affiliated with Rede Globo de Televisão in the state of Ceará. The corpus of this study consists of a cut of 12 reports displayed by the program during the months of January to March 2012, during the wintry season of the region. The objective was to observe the journalistic discourse and rural issued by the program on the environment which farmers of the Metropolitan Region of Cariri, RMC, Semi-arid of Ceará, are inserted.

Keywords: Television; Cariri; Rural; Sustainable Development; Semi-arid.

¹ Pós-Doutorando no Laboratório de Comunicação Online (Labcom) da Universidade da Beira Interior (Portugal), Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná e Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Professor Adjunto II da Universidade Federal do Cariri nos Cursos de Comunicação Social, Design do Produto e no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional Sustentável - PRODER. Email: pcajazeira@cariri.ufc.br.

² Jornalista e mestre em Desenvolvimento Regional Sustentável pelo Proder (UFC), professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). E-mail: monikefeitosa@gmail.com.

1. INTRODUÇÃO

O que delimita o espaço urbano e o espaço rural em um município? Só a geografia ou deve-se levar em consideração outros fatores, como os de origem cultural, social, econômica, filosófica? Seria óbvio ou vazio demais considerar apenas o espaço meramente geográfico para se definir onde termina e onde começa a zona urbana e rural, se esses espaços são construídos com hábitos, costumes, culturas de pessoas que juntas formam grupos, comunidades de identidades semelhantes ou diferentes.

Reis (2006) explica que nas primeiras décadas do século XX a sociedade brasileira se configurava como amplamente rural. Em paralelo ao expressivo crescimento da população verificado no país entre os anos 1940 e 1980, observou-se uma inversão da distribuição populacional entre as áreas rurais e urbanas. Nesse sentido, o esvaziamento das áreas rurais, o crescimento desordenado de grandes cidades e a formação de centros metropolitanos são reflexos evidentes que sinalizam um país de um novo tempo.

E é justamente esse novo tempo que nos mostra as transformações sociais no comportamento humano, sejam os que moram na zona urbana, sejam os que moram na zona rural. Nessa segmentação não há como olhar especificamente para o lugar de moradia, sem observar o meio e os costumes de seus habitantes. É perceptível ainda, que entre as duas zonas, o comportamento que se reproduz como “moderno” é de quem está na cidade, ficando para quem está no campo a imagem de alguém à margem da modernidade e das facilidades.

Para Bertrand *et. al.*(1973) as definições existentes do que seja rural e urbano, de uma forma geral, são associadas a duas grandes abordagens: a dicotômica e a de *continuum*. Na primeira, a ênfase recai sobre as diferenças que se estabelecem entre estes dois espaços, sendo o campo pensado como algo que se opõe à cidade. Na segunda, ocorre uma aproximação entre o espaço rural e a realidade urbana.

A noção de urbano e rural está relacionada ao grau de artificialização dos ecossistemas, ou seja, à maior ou menor manifestação da pressão antrópica. É preciso levar em consideração diversos fenômenos da globalização como causador de uma inversão de papéis entre urbano e rural, como forma de se pensar o desenvolvimento do país. “Geralmente adota-se a perspectiva de que urbano é o ecossistema ultra-artificializado e rural é aquele intocado. Mas, às vezes, pode ocorrer exatamente o contrário, como é o caso de áreas em que há agricultura intensiva. A agricultura não pode servir como critério de identificação do rural” (VEIGA, 2006, p.31).

Segundo Habermeier e Silva (1998, p.11) são mais de 2,3 milhões de agricultores familiares na região Nordeste, o que representa 53% do total do País. Esses produtores estão presentes em 83% das unidades produtivas rurais do Nordeste, mas a agricultura familiar ocupa apenas 31% da área regional, numa extensão aproximada de 28,8 milhões de hectares. No Brasil, (NAF, 2009) de um total de 4.859.864 estabelecimentos rurais, 4.139.369 são familiares, distribuídos por 329.941.393 hectares, o equivalente a 36,75% do território brasileiro (IBGE, 2006). No Brasil, o mapa oficial da urbanização, que separa o rural do urbano, foi publicado no Atlas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2000, adota um critério meramente administrativo e que segundo o autor, não foi contestado desde a década de 30.

Em 1938, Getúlio Vargas assinou um decreto-lei que considera urbanas as sedes dos municípios (que seriam as cidades) e as vilas, não importando sua densidade populacional. Ele destacou que a densidade demográfica talvez seja o principal indicador da maior ou menor pressão antrópica, mas não deve ser o único. Após a proclamação da República, a classificação urbana passa a se relacionar com o conceito de cidade, e cada vila passa a adotar um critério, pois se tornar cidade confere status. Se usarmos o critério analítico, a população urbana do Brasil não chega a 70%. No Brasil, não há no estatuto das cidades, por exemplo, um artigo que defina cidade. Essa lacuna gera confusão entre a classificação adotada pelo governo e a usada em estudos demográficos [...] a superioridade da cidade se deve à diversidade, que é a chave para o dinamismo. Ele

também destacou a importância do desenvolvimento científico: 'Considerando o papel da inovação e o fato de ela ter lugar na cidade, é natural pensar que a área rural seja subordinada; pensar de outra forma é romantismo'(VEIGA, 2006, p. 33).

A extensão do Brasil, por si só, é um território continental para um país e que, a maior parte das cidades nasceu de origem rural. A região Sul do estado abrigava em suas matas nativas diversas tribos de índios, como: Kariri, Aquijiró, Guariú, Xocó, Quipapáu, tanto que a primeira (Kariri) pela sua representatividade e resistência, deu a essa parte do Ceará o nome de região do Cariri.

Desde o ano de 2009, quando a Lei Complementar Estadual 78/09 foi aprovada, o Cariri passou então a ser reconhecido como RMC – Região Metropolitana do Cariri, a segunda do Ceará. Composta pelo triângulo Crajubar (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), e mais seis municípios: Caririaçu e Farias Brito, Nova Olinda, Santana do Cariri, Jardim e Missão Velha. Ao todo são mais de meio milhão de habitantes nessas nove cidades, mas só as três primeiras têm mais de 50 mil cada. E a RMC, não foge à regra de outras regiões brasileiras, quanto à forte presença de comunidades rurais que lutam dia após dia para não abandonar a terra, cedendo espaço para os grandes latifundiários e trocando a vida no campo, a agricultura familiar para endossar o agronegócio capitalista, viver na cidade a procura de trabalho ou de atividades informais que gerem algum tipo de renda, muitas vezes se submetendo a condições de vida subumanas, afinal quem vive nessa região deve ser instruído a conviver com o Semiárido e não combatê-lo.

O Nordeste é formado por nove estados, são eles: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe. De acordo com o Ministério da Integração Nacional (2005), em todo Nordeste há municípios inseridos no Semiárido, com destaque para Bahia, que vem em primeiro lugar com o maior número de municípios localizados nessa região (265), seguido do Ceará, com 150.

A Lei Federal no. 7.827, de 27/09/89 diz que o Semiárido do Nordeste “contempla a região inserida na área de atuação da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste - SUDENE, com precipitação pluviométrica média anual igual ou inferior a 800 mm, definida em portaria daquela Autarquia”. Como o Ceará tem mais de 80% do seu território localizado numa área de sedimentos, não podendo, portanto, armazenar água no subsolo, a política de açudagem com interligação das bacias poderia ser uma alternativa sustentável, mas nem sempre é possível.

As pequenas obras poucas profundas não resistem diante da seca. Esse quadro se agrava com o solo cristalino – que torna a água salgada - e rochoso que reduz a exploração dos aquíferos subterrâneos via os poços profundos (...) o polígono da seca define a área geográfica Semiárida, onde o estado do Ceará tem 80% do seu território (GALVÃO, 2004, p. 3).

Essas e outras tantas questões sociais, independente de uma abordagem rural ou urbana, podem e devem estar acessível ao homem do campo, para que o mesmo se sinta empoderado de conhecimento, de informação sobre o território no qual está inserido e, portanto, considere-se parte dele para se sentir livre e desimpedido de questionar, perguntar, discordar, concordar com o que assiste em um programa de televisão, por exemplo. Afinal, é nos meios de comunicação que a educação encontra sua democratização, a sua popularização, pois suas atividades, suas transformações e conquistas ultrapassam os espaços das discussões (FREIRE, 2000). Assim, Bordenave (2003) defende que a principal utilidade da comunicação é fazer com que as pessoas possam se relacionar entre si, se transformando mutuamente e transformando a realidade que as rodeia.

Com base nessas discussões e observações, este trabalho objetiva analisar, subsidiado pela Análise de Conteúdo, de que forma o programa “Nordeste Rural”, veiculado pela emissora TV Verdes Mares, afiliada a Rede Globo no Ceará, retrata o Cariri rural. É percebido ainda, no decorrer da pesquisa, se o referido programa atua no contexto da Região Metropolitana do Cariri como agente de desenvolvimento regional sustentável, principalmente para agricultores da região, e se outras emissoras de TV que cobrem a região se interessam pela temática rural, abrindo espaço para o assunto em sua programação.

A obtenção dos dados utilizados para o referido trabalho deu-se de duas formas: visitas e entrevistas junto a produtores rurais de um assentamento da região e aos jornalistas envolvidos na produção, reportagem e edição do “Nordeste Rural”. Num segundo momento foi feita a quantificação das edições do programa durante três meses, e a partir daí foram selecionados (quantitativamente e qualitativamente) os programas que tinham pelo menos uma reportagem com a temática “Cariri” para esse estudo.

Sobre a audiência do programa escolhido para esse estudo, uma pesquisa contratada pela TV Verdes Mares e realizada pelo IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, em Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha, apontou que entre 31 de maio e 06 de junho de 2012, a audiência do programa Nordeste Rural chegou a 11 pontos⁸, com a participação de 50%. Isso significa que metade dos televisores ligados no horário estava sintonizada no programa. Cada ponto desse IBOPE corresponde a cerca de mil aparelhos de TV ligados no programa NR, unindo-se à contagem as três maiores cidades da Região Metropolitana do Cariri.

Toma-se como dispositivo de análise desses dados, o fato da zona rural do Cariri ser um tema frequente no jornalismo da TV Verdes Mares, afiliada à Rede Globo no Ceará, principalmente no programa Nordeste Rural, mais antigo programa temático rural no ar no Estado. A partir da metodologia de Análise de Conteúdo do Programa Nordeste Rural, em doze edições, percebeu-se a proximidade dos temas veiculados com a realidade local da região. Como se o homem do campo tivesse aberto o seu diário para a produção do programa Nordeste Rural.

Nesse período, o Cariri foi um dos temas mais citados no programa NR. Pela observação feita durante a pesquisa, as notícias rurais sobre o Cariri foram fortemente influenciadas pelo caráter de atualidade, já que nesses três meses de catalogação de dados, a questão climática, determina o preparo da terra, o recebimento de sementes, o plantio e outros assuntos. Entretanto, o programa NR correspondeu com a temática do processo de desenvolvimento regional sustentável.

O método escolhido para analisar as 12 edições do programa de TV Nordeste Rural, foi o da professora da Universidade de Paris V, Laurence Bardin. Utilizar a AC para observar os textos escritos sobre o universo rural do Cariri para o programa NR exigiu organização, atenção e catalogação criteriosas para que um detalhe não fosse perdido no decorrer do entendimento da mensagem veiculada. A pesquisa procurou texto a texto uma palavra ou frases dentro da reportagem sobre a Região Metropolitana do Cariri, para percebermos como o lugar e seus moradores estavam representados. Com o entendimento de que há “um texto atrás de outro texto”, a AC percorre um caminho árduo por diversas fontes de dados, neste caso as notícias rurais veiculadas no veículo de massa chamado televisão:

A análise de conteúdo é usada quando se quer ir além dos significados, da leitura simples do real. Aplica-se a tudo que é dito em entrevistas ou depoimentos ou escrito em jornais, livros, textos ou panfletos, como também a imagens de filmes, desenhos, pinturas, cartazes, televisão e toda comunicação não verbal: gestos, posturas, comportamentos e outras expressões culturais (BARDIN, 1977, p. 42).

A semântica da língua não é a única observação que foi feita e levantada por este estudo, mas também o

contexto, a coerência, o sentido, que um indivíduo conseguiu atribuir às suas mensagens. A Análise de Conteúdo (AC), em suas primeiras utilizações, assemelha-se muito ao processo de categorização e tabulação de respostas a questões abertas. Dois dos principais objetivos da AC são verificar hipóteses e/ou descobrir o que está por trás de cada conteúdo manifesto. Este manifesto pode se dar através de material escrito, falado, mapeado, figurativamente desenhado e/ou simbolicamente explicitado, que sempre será o ponto de partida para a identificação do conteúdo manifesto, seja ele explícito e/ou latente.

A análise e a interpretação dos conteúdos obtidos enquadram-se na condição dos passos (ou processos) a serem seguidos. Efetivamente para se "caminhar neste processo", a contextualização foi considerada como um dos principais requisitos, e, mesmo, "o pano de fundo" no sentido de garantir a relevância dos resultados. Na fronteira hermenêutica, os métodos são puramente semânticos, ao contrário da lingüística que incorpora os métodos lógicos estéticos que buscam os aspectos formais do autor e do texto. AC proporciona investigação e pode ser feita de diferentes tipos (palavra, tema, personagem, item), nesse caso a AC é utilizada para estudo do conteúdo jornalístico veiculado pela televisão e se utilizou de textos e entrevistas/depoimentos.

Então, todas as etapas do processo produtivo do programa NR foram consideradas: a produção da notícia (pensar no assunto, conseguir o local onde a gravação será feita, encontrar pessoas e órgãos que representem de forma real e ilustrada o tema). Na construção do texto da reportagem, aí se dá a captação externa do que foi idealizado na redação pela produção do programa. É verificada se a realidade rural condiz com o roteiro da equipe de reportagem (cinematista e repórter), daí captam-se entrevistas e imagens suficientes para compor um roteiro, como de uma história, sobre aquele assunto rural.

Por último, esse material bruto chega ao processo de edição, tanto da escolha das imagens, como das falas que narram os acontecimentos sobre o campo. Só depois desses processos é que a reportagem está pronta para ir ao ar. Do outro lado da tela do programa NR existem pessoas dos mais diversos tipos, universos e realidade absorvendo informações do meio rural cearense.

O PAPEL DO COMUNICADOR NO ESPAÇO RURAL

A palavra comunicação deriva do latim *communicare*, que significa "tornar comum", "partilhar", "conferenciar". A comunicação pressupõe, deste modo, que algo passe do individual ao coletivo, embora não se esgote nesta noção, uma vez que é possível a um ser humano comunicar consigo mesmo. Esse papel já vinha sendo desempenhado pelos jornais impressos, mas ainda feitos à base de longos textos corridos. A imagem só apareceu como complemento da notícia por volta de 1880, na Alemanha, quando se passou a produzir revistas ilustradas graficamente com fotografias. Para Bordenave (1997) a comunicação é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social. É tão intrínseca para o ser vivo que a necessidade de se comunicar acontece das formas mais inusitadas e diversas.

No estádio de futebol, a comunicação aparece através dos gritos da torcida, das cores da bandeira, nos números das camisetas dos jogadores, nos gestos, apitadas e cartões do juiz e dos bandeirinhas, no placar eletrônico [...] o próprio jogo é um ato de comunicação [...] Na Câmara dos Deputados a comunicação é a essência mesma do seu funcionamento. Tudo nela foi construído e organizado para fornecer um ambiente adequado à comunicação [...] A feira do bairro é um ambiente não estruturado de comunicação, já que sua função básica é a comercialização dos produtos. Entretanto, essa função não poderia ser cumprida sem a comunicação... [...] Na hora de ver a novela as pessoas de "incomunicam" entre si para se comunicar-se com a fantasia [...] A família reunida para ver a novela constituiu um dos microambientes da comunicação, como o são também o papo do escritório, a festinha de aniversário, o casamento, o velório, o

piquenique, o mutirão e a missa (*Ibidem*, p. 15 – 17).

Sendo assim, a comunicação se faz necessária independente da área de estudo, das relações humanas, dos ambientes de convívio social. Tanto é que falta criatividade para imaginar uma sociedade sem comunicação, principalmente porque “a comunicação não existe por si mesma, como algo separado da vida social. Sociedade e comunicação é uma coisa só. Não podendo existir sociedade sem comunicação e comunicação sem sociedade [...] Diz-me como é tua comunicação e te direi como é tua sociedade”. (BORDENAVE, 1997, p. 17-18). Por falar em sociedade, há quem diga que comunicação está diretamente vinculada aos “meios de comunicação sociais”, neste caso nos referimos a mídia através dos jornais, rádio e TV, um dos veículos de massa mais abrangente.

Por seu poder de transportar as pessoas para outros mundos onde a rotina e o cansaço cedem lugar à aventura e à emoção, a TV já foi chamada de “magia a domicílio”, às vezes esquecemos que os meios de comunicação representam apenas uma parte pequena do que de fato é a comunicação social (*Ibidem*). O que pouco se questiona em relação à cultura da comunicação e sua influência nas relações sociais é que estamos cada vez mais necessitados de nos comunicar e de saber o que acontece a nossa volta, justamente através desses veículos de comunicação sociais. Tão importante quando comer, beber, andar e respirar é também se comunicar.

Martin-Barbero (2008) se diz convencido de que a comunicação deveria apresentar uma teoria sociológica, semiótica ou informacional, porque só a partir dela seria possível demarcar o campo de interesse e precisar as suas especificidades de seus objetos. E esses objetos podem ser demarcados e entendidos como estando nas mais diversas áreas, como: gente das artes, política, arquitetura e antropologia. Foi necessário perder o “objeto” para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo.

Em meio ao processo comunicacional há grupos que formam opinião e que demarcar realidade a serem mostradas, comunicadas a outros grupos. Quando se fala no agricultor, a comunicação rural é fundamental para o desenvolvimento da agropecuária. Em outro momento, Bordenave (1988) explica que “o desenvolvimento rural gira ao redor da comunicação”. Os agricultores necessitam tomar decisões sobre a produção agrícola e buscam na comunicação a orientação necessária. Para Weber e Devéns (2010), hoje, a comunicação rural, especialmente aquela ligada a uma política de extensão rural, tem como foco, além da transferência de tecnologia, as questões de sustentabilidade, administração da propriedade rural, melhoria da qualidade de vida no campo, preservação ambiental, entre outros fatores que também contribuem para a produtividade agrícola, como a convivência com o Semiárido.

De acordo com IBGE (2009) existiam mais domicílios com TV (95,7%) do que com rádio (87,0%) e a grande maioria com TV em cores (97,2%) em todo o país. Na zona rural o aparelho está presente em (84,2%). Nota-se que a presença dos meios de comunicação na zona rural, como o rádio e a televisão, são usados principalmente para entreter a comunidade, que geralmente está mais afastada da sede do município. Assim, os agricultores, quando não estão trabalhando na terra, passam a assistir novelas, jogos de futebol, programas de culinária e programas rurais, por causa das idéias apresentadas, dicas, preços dos produtos entre outras informações. No caso das três maiores cidades da RMC, a estatística que representa a presença da TV no município é seguinte: Juazeiro do Norte tem 96,5% das casas com TV, mas 3,53% dos aparelhos estão nas residências da zona rural; Barbalha segue com cobertura de 96,28%, destes 28,58% no campo e no Crato 96,49% das residências têm TV, 14,83% correspondem aos aparelhos com a população da zona rural.

Esse crescimento do número de aparelhos de TV ao campo faz-se levar em conta que mais gente da zona rural tem acesso a informação, notícias e costumes mostrados na telinha da vida da cidade. No caso do

meio rural caririense constantemente presente no “Nordeste Rural” é motivo de comemoração para quem “se vê na TV”, mas ao mesmo tempo deve ser questionado o que se fala sobre o Cariri e sua população. Essa pesquisa vem referenciar a importância dos meios de comunicação como agente propagador de notícias, mas também como agente de dominação e manipulação. Qual o meio termo para se retratar o Cariri conforme a realidade do homem do campo dessa região para todo o Ceará?

Para exercer o papel de comunicador rural é preciso estudo, convivência e afinidade com a temática. Segundo Kunsch (1993), a comunicação rural é muito mais complexa do que se pensa. No decorrer dos últimos anos, provavelmente, esse tipo de jornalismo especializado, não mereceu por parte das escolas de comunicação social a atenção devida. Ela ficou impregnada do extensionismo, do funcionalismo e do difusionismo de inovações, sob forte influência dos paradigmas importados, distanciados, portanto, da realidade Brasileira. Se a preocupação do jornalista estiver meramente no cumprimento técnico da obrigação comunicacional, esse afastamento do território pode distanciá-lo do assunto. Paulo Freire reforça a crítica à importação de modelos prontos, em sua obra “Extensão ou Comunicação”:

A educação importada, manifestação da forma de ser de uma cultura alienada, é uma mera superposição à realidade da sociedade importadora. E, porque assim é, esta “educação” deixa de ser porque não está sendo em relação dialética com o seu contexto, não tem nenhuma força de transformação da realidade. (FREIRE, 1977, p. 85).

Então, o entendimento que se tem é que só será possível haver essa transformação a partir do momento em que o sujeito se coloca como ator, protagonista, de sua própria transformação, de sua realidade. Já em sua última obra em vida, o educador Freire (1997) publica “Pedagogia da Autonomia”, e vem chamar atenção para como os telespectadores absorvem que o é veiculado pela TV.

Pensar em televisão ou na mídia em geral nos põe o problema da comunicação [de massa], processo impossível de ser neutro. Na verdade, toda comunicação [de massa] é comunicação de algo, feita de certa maneira em favor ou na defesa, sutil ou explícita, de algum ideal contra algo e contra alguém, nem sempre claramente referido. Daí também o papel apurado que joga a ideologia na comunicação [de massa], ocultando verdades, mas também a própria ideologização do processo comunicativo. Seria uma santa ingenuidade esperar de uma emissora de televisão do grupo do poder dominante que, noticiando uma greve de metalúrgicos, dissesse que seu comentário se funda nos interesses patronais. Pelo contrário, seu discurso se esforça para convencer que sua análise da greve leva em consideração os interesses da nação. Não podemos nos pôr diante de um aparelho de televisão “entregues” ou “disponíveis” ao que vier. (...) A postura crítica e desperta nos momentos necessários não pode faltar. (...) Para enfrentar o artilheiro ideológico de que se acha envolvida a mensagem [do poder dominante] na mídia (...) nossa mente ou nossa curiosidade teria que funcionar epistemologicamente todo o tempo. E isso não é fácil. (FREIRE, 1997, p. 157-158)

Por isso, é um desafio pesquisar a comunicação rural na TV, a veiculação de notícias e informações sobre o campo, já que se pode construir um legado de “telespectadores-agricultores” educados de conhecimentos complementares àqueles que já têm que foram adquiridos ao longo de toda uma vida dedicada ao trabalho campestre. Levando ainda em consideração que boa parte dessas notícias é pensada, produzida por profissionais da área de comunicação que vivem e trabalham na área urbana. Mais que receber essas informações via programas rurais na TV, os agricultores poderiam ou deveriam participar também do processo de construção da notícia junto à equipe responsável pela produção do programa. Hoje, essa participação se dá de diversas formas: as mais comuns são por telefone ou por e-mail para sugerir assuntos de interesse local, conforme a realidade vivida pela comunidade rural em

questão.

NORDESTE RURAL: O CEARÁ RURAL NA TV

A TV Verdes Mares define o programa Nordeste Rural, um dos mais antigos de sua grade de programação, como programa de quem planta e cria. Domingo cedinho, informa tudo que acontece na agropecuária cearense. Reportagens sobre novas tecnologias para enfrentar os caprichos da natureza, doenças e pragas. A cotação dos produtos, a safra e a comercialização. A sabedoria do sertão e as receitas da culinária regional. Abaixo, imagem do Programa NE Rural:



Figura 01: Programa NE Rural.

Fonte: Sistema Verdes Mares de Comunicação, 2012.

De acordo com o depoimento da editora do NR, Susy Costa, concedido em 21 de junho de 2012, entre os vídeos que são disponibilizados pelo site do programa NR, as reportagens que mostram a culinária regional com dicas e receitas são material mais procurado no portal de notícias g1.com.br/ce.

A primeira edição do NR foi ao ar em 1987, de lá pra cá se vão 25 anos de notícias rurais. Até meados de 2009 a TV Verdes Mares recebia matéria rurais de outras afiliadas da Rede Globo no Nordeste, até pelo próprio nome do programa. Mas com a ideia de regionalizar a notícia e em virtude do número significativo de produções locais pelo estado, com a sucursal em Sobral, na região Norte, e a implantação da TV Verdes Mares no Cariri, a empresa não viu mais necessidade de exibir matérias de outros estados, que mostram realidades diferentes para o homem do campo que vive no Ceará.

Ainda segundo Susy Costa (2012), “as principais mudanças no NR aconteceram em relação ao estúdio (lugar onde é gravado o programa de TV), vinheta (aquela música de abertura onde aparecem imagens do campo) e às apresentadoras, que sempre foram mulheres desde o início”. Logo abaixo, imagem do Programa NE Rural:



Figura 02: Programa NE Rural.

Fonte: Sistema Verdes Mares, 2012.

A atual apresentadora, Sabrina Aguiar, é também repórter em Fortaleza, também colabora com a produção de algumas matérias e foi entrevistada nessa pesquisa, assim como a repórter Letícia Amaral e o chefe da redação de Fortaleza Paulo Nóbrega.

Sobre a participação dos agricultores na escolha dos temas, está claro que ainda acontece de forma superficial. Segundo os próprios jornalistas do programa, a emissora só oferece duas formas de participação: ou os agricultores entram em contato com a produção do programa NR (por carta ou telefone), ou a emissora chega até eles através de um tema específico ou indicação de escritórios da EMATERCE, por exemplo.

Conforme a pesquisa realizada, hoje a equipe do Nordeste Rural é mista, não há um grupo específico que trabalhe exclusivamente para a produção desse telejornal temático. Um editor-chefe (edita e produz), dois editores de imagens e um produtor (estagiário).

O telejornal passa pelos dois chefes de reportagem, pela chefia de produção e pelo diretor de jornalismo antes de ir ao ar semanalmente. Todos os repórteres do corpo de reportagem da empresa (capital, sucursal de Sobral e TV Verdes Mares Cariri) também fazem matérias para o NR.

ANÁLISE DE CONTEÚDO DO PROGRAMA NORDESTE RURAL

Para analisar o conteúdo do programa “Nordeste Rural” (NR), exibido semanalmente aos domingos pela manhã pela TV Verdes Mares para todo o Ceará, foi necessário o acompanhamento integral das 12 edições durante janeiro, fevereiro e março de 2012. Dentre as informações que se fazem necessárias a esse trabalho de pesquisa, ficam em destaque: apenas reportagens que citaram a região do Cariri cearense, o dia de exibição, o assunto da reportagem veiculada de forma abreviada (a retranca do VT, termo jornalístico), o local de gravação (município), o nome do repórter e o tempo final da matéria (após edição).

O tempo de duração das matérias exibidas no programa NR varia de um a cinco minutos, vai depender dos critérios que a editora usa, como: o assunto do momento, a qualidade da matéria, relevância do tema e a concorrência com os demais assuntos da semana³². Para White (1993), os critérios jornalísticos usados para decidir o que vai ou não ser notícia estão baseados no próprio conjunto de experiências, atitudes e expectativas do jornalista que ocupa a “chave do portão”: o editor.

Paternostro (2006) explica em sua obra “Texto na TV”, que editar é uma arte e para lapidar uma notícia em tv é preciso considerar imagem, informação e emoção. O tempo certo vai depender do interesse jornalístico que do assunto e da força das imagens. O ritmo e estilo de cada telejornal também influenciam a edição de uma matéria. “A notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade. É um autêntico sintoma social e a análise da produção lança muitas pistas sobre o mundo que nos cerca” (FONTCUBERTA, 1993).

Durante esses três meses foi percebido que sobre o Cariri, das 12 reportagens exibidas, sete ficaram com mais de 2 minutos, e as demais com tempos diferenciados que variaram entre 1 minuto e 22 segundos (a menor reportagem sobre o Cariri sobre colheita de pitomba, fruta nativa) e até 4 minutos e 8 segundos (reportagem sobre colheita da manga, fruta típica, seguida de uma receita educativa para aproveitar melhor a fruta e evitar o desperdício). No “Manual de Telejornalismo”, Barbeiro (2002) explica que o tempo da reportagem é determinado pela importância do assunto e a força das imagens.

Daí, a palavra final do que vai ou não ao ar é do editor, no caso do programa NR, em estudo, da editora Susy Costa. Durante os 12 programas, apenas o do dia 22 de janeiro de 2012 não exibiu nenhuma reportagem sobre o Cariri. Por outro lado percebemos que no dia 5 de fevereiro foram exibidas duas matérias, uma sobre sementes, em Nova Olinda e outra sobre a paralisação das Obras da Transposição do Rio São Francisco, em Mauriti, ambas conduzidas pelo mesmo repórter. Por sinal, o repórter Franzé Sousa é o profissional do Cariri que mais aparece durante as 12 edições NR, com 10 reportagens.

O que demonstra o interesse do profissional por esse tipo de assunto: jornalismo rural; quase todas as reportagens, no caso desse repórter, foram produzidas por ele mesmo e oferecidas diretamente para a direção do NR, em Fortaleza. Outro fator que contribui para essa desenvoltura do profissional nesse tipo de cobertura, é que o mesmo, quando criança nasceu e foi criado na zona rural, ou seja, há uma forte identificação e facilidade dele em lidar com os costumes, linguagem e produção agrícola: há conhecimento e domínio do assunto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Análise de Conteúdo das 12 reportagens, veiculadas em três meses pelo *Nordeste Rural*, serviu pra demonstrar o distanciamento entre os assuntos do programa do que realmente os agricultores gostariam

de assistir e que seria melhor absorvido pelos telespectadores rurais. Considerando que entre os assuntos que aparecem no NR há aqueles que são preferência entre o homem do campo do Cariri, como: plantio de grãos, hortaliças e criação de gado.

Essa realidade do distanciamento entre o profissional da comunicação e os motivos que o levam a desempenhar tal função, existe porque profissionalmente contratado para o trabalho, o jornalista nem sempre se lembra do compromisso que assumiu com a sociedade, e muitas vezes, desempenha sua atividade muito mais como “cumprimento de ordem de serviço”, do que mesmo de forma sensata de crítica com a realidade onde ele está inserido. É como se os produtores, repórteres e editores do programa NR desenvolvessem o trabalho de forma mecânica, sem questionamento do que estão fazendo ou se daquela forma que estão mostrando o assunto é o caminho mais viável para massificar o assunto com o público-alvo do NR que vive no Cariri. Logo, percebemos que a TV, como meio de comunicação, desempenha muitos papéis para os dois grupos pesquisados, ora ela é objeto de trabalho, ora ela é meio de divulgação, de informação e de entretenimento, sendo ainda a forma mais rápida e acessível de chegar a maior parte dos brasileiros, estejam eles na zona urbana ou na zona rural, de acordo com o percentual apresentado pelo IBGE sobre os domicílios com TV no país.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERTRAND, Alvin L. et al. **Sociologia Rural: uma análise da vida rural contemporânea**. São Paulo: Atlas, 1973.

BORDENAVE, J.D. **O que é comunicação rural?** São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Comunicação Rural: discurso e prática**. In: XI Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 1988.

_____. **Comunicação Rural: discurso e prática**. In: BRAGA, Geraldo Magela; KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). **Comunicação Rural: discurso e prática – Trabalhos apresentados no XI Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom (2 a 7 de setembro de 1988: Viçosa)**. Viçosa: UFV, 1993.

_____. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia: Pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós, 1993.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** (tradução: Rosisca Darcy de Oliveira). 13 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

_____. **Pedagogia da Autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

FREIRE, Maria Tereza Martins. **O jornal como agente promotor da relação entre comunicação e educação**. Revista de estudos da comunicação. Curitiba, v. 1, n. 2, pg. 31 – 3, set. 2000.

GALVAO, A.C. (Coord.). **Nova delimitação do semi-árido Brasileiro**, Brasília: Ministério da Integração Nacional, 2004.

HABERMEIER, Kurt.; SILVA, A.D. **Agrofloresta**: um novo jeito de fazer agricultura. Recife: Centro Sabiá, 1998.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ. 2001.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV**: Manual de Telejornalismo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

REIS, Douglas Sathler dos. **O rural e o urbano no Brasil**. Trabalho apresentado no XV Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP, realizado em Caxambú-MG – Brasil, de 18 a 22 de setembro de 2006.

VEIGA, JOSÉ ELI DA. **Que espaço é esse?** In: Caderno SBPC 24 – entre o urbano e o rural. Disponível em: <http://www.sbpcnet.org.br/site/arquivos/arquivo_186.pdf> Acesso em: 14 Jun 2012.

WEBER, A. F; DEVÉNS, P. **O rádio no meio rural**: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul. Rádio-Leituras. Ano I. Num. 01 – Edição Julho – Dezembro de 2010.

WHITE, David Manning. **O gatekeeper**. Uma análise de caso da seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teoria e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993.