



TRADIÇÃO RURAL: JORNALISMO DIGITAL VOLTADO AO SETOR PRIMÁRIO¹

Ébida Rosa dos SANTOS²
Aline RECHMANN³
Camila Dias ARAÚJO⁴
Ediane Bazanella ZANELLA⁵
Marcos Antonio CORBARI⁶
Luciano MIRANDA⁷
José Antonio Meira da ROCHA⁸
Universidade Federal de Santa Maria – UFSM
Centro de Educação Superior Norte/RS – Cesnors

Resumo:

O site de notícias “Tradição Rural” é um experimento de aplicação dos conceitos e técnicas apresentados nas disciplinas de Jornalismo Digital (módulos II e III) e Laboratório de Jornalismo Impresso (módulo I). O produto apresentado é um portal de informações voltado exclusivamente ao segmento rural, com forte viés direcionado à publicação de notícias e reportagens regionais, sem, no entanto esquecer das veiculações de nível estadual e nacional que, eventualmente interessem ao público alvo buscado.

Palavras-chave: Jornalismo digital; comunicação rural; portal.

1 INTRODUÇÃO

A proposta apresentada pelos alunos autores surgiu em função da existência de uma lacuna no mercado da comunicação, detectada na região norte/noroeste do Rio Grande do Sul, onde não existem sites e/ou portais voltados ao setor primário da economia (agricultura e pecuária). Pensamos então que a oferta de tal iniciativa tem viabilidade acadêmica e econômica. No primeiro caso, por permitir que sejam utilizadas as diversas ferramentas

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria: Jornalismo, modalidade: Site Jornalístico.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: ebida_santos@hotmail.com .

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: enila_re@hotmail.com .

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: camila_d_araujo@yahoo.com.br .

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: ediane-zanella@hotmail.com .

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: marcos.corbari@gmail.com .

⁷ Orientador do trabalho e professor da disciplina de Laboratório de Jornalismo digital (módulos II e III). Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors. Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura. E-mail: 2010labjordig3@googlegroups.com .

⁸ Professor da Disciplina de Laboratório de Jornalismo Impresso (módulo I), coordenador do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas e professor do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors. E-mail: joseantoniorocha@gmail.com .



oferecidas através das disciplinas ministradas pelos catedráticos orientadores. Na questão econômica, por ser uma tentativa de informar um público específico que ainda não se identifica com o conteúdo da grande mídia. Além de oportunizar a criação de mecanismos de veiculação/divulgação de trabalhos acadêmico/científicos voltados ao público alvo (produzidos por alunos e professores dos cursos de Agronomia, Zootecnia, Engenharia Florestal e Engenharia Ambiental). Em complemento com o exercício de campo e do aprendizado dos alunos do curso de jornalismo nas duas cátedras onde a proposta foi montada e ainda na disciplina complementar de graduação (DCG) de Comunicação Rural.

Espera-se com o produto proposto, criar mecanismos de veiculação de notícias, reportagens especiais, coberturas de eventos e entrevistas voltadas ao público, formado pelos interessados tanto no setor da agricultura familiar (pequenos produtores) quanto no setor do agronegócio (produtores médios e grandes) e até mesmo na agroindustrialização e pecuária de corte. Com o material em banco de dados e *podcasts* utilizáveis tanto para publicações impressas quanto para emissoras de rádio, emissoras de TV e mesmo outros sites parceiros voltados ao mesmo segmento.

A proposta encontra-se em fase final de implantação, buscando os meios necessários para sua publicação externa ao ambiente acadêmico, alcançando o nicho de público planejado. A partir da experiência do site espera-se prospectar a criação futura de um jornal semanal impresso, de mesmo nome e foco organizacional.

O setor primário é a principal referência econômica de sustentação do modelo social vigente na macro-região norte/noroeste do Rio Grande do Sul, onde parcela de seu território de abrangência chega a ser reconhecida como “Região Ceileiro”. Especialmente nas microrregiões do Médio e Alto Uruguai e das Missões, onde as unidades do UFSM/Cesnors estão inseridas, a base da economia centra seus processos justamente na agricultura familiar, no agronegócio e nas indústrias e agroindústrias de beneficiamento de produtos originados na agricultura e pecuária. Queremos oferecer, portanto um mecanismo de comunicação apurado e direcionado a este público representa reconhecer dentro da prática profissional do jornalismo, a necessidade e o interesse público de uma importante camada social, a qual tem interesse constante em inovação, busca conhecimentos e espera pela melhoria de suas condições de trabalho, produtividade e qualidade de vida. Se o jornalismo deve primar pelo interesse público, especialmente no norte/noroeste do RS, deve deter-se aos motivos da agricultura e da pecuária.



2 OBJETIVO

O principal objetivo do site/portal “Tradição Rural” é produzir e disponibilizar conteúdo jornalístico de interesse ao setor primário (rural), voltado para a comunidade da macrorregião Norte/Noroeste do Rio Grande do Sul, criando vínculos de parceria com os veículos de comunicação das cidades compreendidas pelo projeto. Dentro do processo produtivo devem ser aplicados os conceitos estudados nas disciplinas acompanhantes, bem como identificadas as incidências teóricas e como influenciam as ações práticas dos alunos.

A experiência acadêmica deve prever mecanismos futuros de sustentação e manutenção além da experimentação acadêmica, oportunizando aos alunos a possibilidade de inserir-se no mercado de trabalho através de empreendimento próprio.

3 JUSTIFICATIVA

Entendemos que o aluno, através do site/portal, poderá criar um espaço próprio para exercitar as técnicas jornalísticas de produção da notícia, em diversas plataformas integradas (texto, imagem, áudio, vídeo), com o devido acompanhamento e supervisão direta dos professores, para que a linguagem de cada suporte midiático seja respeitada.

O projeto é uma atividade de avaliação dentro de uma das disciplinas (Laboratório Jornalismo Digital II e III). A implementação de experiências práticas de exercício da atividade profissional se justifica também como apoio ao projeto de interiorização do ensino público e de qualidade promovido pelo Governo Federal, através da implantação do nono centro da UFSM nas cidades de Frederico Westphalen e Palmeira das Missões. Por fim e, talvez o fator mais importante, reconhece-se que se o jornalismo *online* é uma realidade que não pode ser negada pelo profissional (MIRANDA, 2004, p.11), também não se pode negar que a recente oferta de tecnologia de acesso à internet no meio rural abriu a possibilidade de atingir um público até então de difícil acesso à entrega de jornais impressos. Procura-se proporcionar aos alunos experiências de prática de jornalismo *online* em formatos múltiplos, não apenas restritos ao desenvolvimento textual até então predominante em propostas semelhantes, oferecendo ao público alvo também a atenção dedicada as suas particularidades mais marcantes, as suas necessidades e ao reconhecimento das suas atividades como fato gerador de matéria prima de valor imensurável a composição da informação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Procurou-se identificar um segmento não atendido pela imprensa regional, chegando-se a conclusão que o setor primário era até então atendido somente pela veiculação de programas radiofônicos esporádicos (normalmente de caráter semanal) e com oferta informativa rápida e superficial, o que é natural do meio. O planejamento se deu de forma a dividir tarefas básicas e programar o portal virtual multimidiático, onde se permitisse criar a proposta integrada de mídias acessíveis em seus meios de produção aos discentes integrantes do grupo de trabalho.

A execução da proposta inicial do portal se deu através da utilização de ferramentas (*softwares*) de licença livre, uma vez que uma das propostas estabelecidas pelos participantes foi a de contemplar a possibilidade real de implantação da iniciativa fora do ambiente acadêmico após encerrado o processo de avaliação proposto pela cátedra.

Buscamos a aplicação dos métodos de pesquisa, apuração e redação das pautas elencadas, sempre tendo em prioridade crescente o real interesse do público visado, o método adequado de expressão para que se alcance o *feedback* por parte deste público e a consciência do trato diferenciado e com maior índice de atenção e cuidado necessários a implementar com sucesso a atividade até então ausente dentro da realidade local. As inferências conceituais foram livremente apoiadas na bibliografia citada ao final deste documento.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O portal “Tradição Rural” visa criar um ambiente de comunicação com um nicho de público específico, envolvido nos processos de produção do setor primário ou diretamente interessado a estes, proporcionando, de um lado o desafio aos acadêmicos de produzir conteúdo informativo voltado a um público que até então não fazia parte de seu convívio social e, por outro, de ofertar informações de relevante interesse público para este mesmo público. O portal é uma ferramenta de múltipla aplicação e acesso facilitado (vide novas tecnologias e oferta de serviços hoje presentes no meio rural de Frederico Westphalen e demais municípios da região) permitindo o exercício das diversas práticas propostas nas disciplinas do curso de Jornalismo através de um mesmo ambiente integrador, levando ao grupo a opção de atuação segmentada em ambientes produtivos (vídeo, rádio, texto, foto, etc.) ou ainda conjugar esforços em coberturas especiais que possam objetivar a interação de esforços e de potencialidades diversas das mídias disponíveis.



6 CONSIDERAÇÕES

O início do processo que está conduzindo a criação do portal Tradição Rural se deu através de uma proposta bastante antagônica à hoje assumida pela equipe. Inicialmente os esforços foram empreendidos no sentido de um produto voltado ao bem estar, mesclando as potencialidades da ambientação tecnológica a qualidade de vida de público visado. A migração para a proposta de produção informativa direcionada ao público rural se deu de forma abrupta, motivando uma ruptura com os padrões de estética e de linha produtiva até então desenvolvidos, retirando os integrantes do grupo da zona conforto estabelecida com a proposta original em desenvolvimento e reproduzindo no meio acadêmico uma realidade muitas vezes presente no mercado de trabalho dos profissionais da comunicação, onde são impostas mudanças de rumo em benefício da sustentação do veículo ou da manutenção do profissional no meio. No caso específico do “Tradição Rural”, fizemos a análise da realidade local, da identificação de um público consumidor potencial e no princípio básico norteador do regimento ético da profissão que é o absoluto interesse social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MIRANDA, Luciano. **Jornalismo On-line**. Passo Fundo, RS: UPF, 2004.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, ES: 2007 Disponível em:

<http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf> . Acesso em: 26 mar. 2010

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo, SP: Ática, 2002.

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis, SC: UFSC, 2001.

BORDENAVE, Juan Diaz. **O que é comunicação rural**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1988.

MIURA, Julaina. BELTRÃO, Selma Lúcia Lima. **Prosa rural: manual de produção e edição**. Brasília, DF: Embrapa, 2009.