

## **O Agronegócio e os jovens estudantes: uma relação benéfica para o Brasil**

**Juliana Delgado Queissada e Karolina Bergamo**

**Cásper Líbero/ São Paulo**

Principal fator de desenvolvimento econômico do país, o agronegócio vem ganhando cada vez mais espaço na mídia. O jornalismo desempenha um papel importante no processo de desenvolvimento deste setor. Afinal, além de transmitir informações, ele, de certa forma, constrói uma realidade social. Logo, tem a função de despertar o interesse da sociedade sobre a importância do agronegócio. Mas quem conscientiza o jornalista sobre essa mesma questão?

Como consequência da globalização, o jornalismo especializado cresce e aprimora técnicas. A heterogeneidade dos receptores requer especialização dos profissionais para uma abordagem fácil de ser entendida. Isso provoca uma alteração no campo jornalístico, pois para transmitir é necessário um entendimento maior sobre o assunto. Hoje há uma grande mudança no modo como se noticia e se comunica o Agronegócio. O espaço do agricultor nas mídias se alargou e o jornalismo rural ocupa horários consideráveis na maioria dos canais de TV brasileiros. Temos importantes veículos centrados no ramo, como por exemplo, o suplemento agrícola do jornal *O Estado de S. Paulo*, na televisão aberta o *Globo Rural*, na fechada o *Canal Rural*, entre outros.

Além disso, a Embrapa, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, assegura que a circulação de informações de qualidade aconteça: visando transformar resultados em notícias, divulga *releases* sobre estudos em desenvolvimento, novidades e avanços para o setor agropecuário do país. É necessário, porém fazer com que essas informações sejam transmitidas de maneira acadêmica aos estudantes de jornalismo. Eles, num futuro próximo, ingressarão efetivamente no mercado de trabalho, e em sua maioria desconhecem a existência deste segmento. Não só existe mercado, como também subsídios para que se faça um ótimo trabalho. Mas a questão é: o jornalista quer exercer tais funções? Dentro de todos os campos, existem “prêmios”, que não são apenas salário, mas também de reconhecimento, por exemplo. E no campo da comunicação, o jornalismo rural claramente ainda não atingiu um patamar

considerável em relação às editorias consideradas mais importantes com Esporte, Economia, Política, Cultura e Moda.

Uma pesquisa realizada pelas autoras deste texto evidencia claramente essa realidade dos estudantes. 125 universitários responderam a um questionário sobre jornalismo especializado. Ele começava pedindo que assinalassem qual área/editoria preferiam, sendo as opções: Cultura, Economia, Política, Esportes, Moda, Jornalismo Rural e Outros. Nenhum assinalou a opção Jornalismo Rural. Na pergunta seguinte, indagamos se os alunos já haviam lido alguma notícia sobre Agronegócio e apenas 42% do total já o fez. Desta forma notamos que, apesar de o fotograma concorrencial ter se alterado, o número de profissionais e estudantes interessados neste campo continua escasso. Principalmente entre os que foram criados e residem nas grandes capitais. Numa sala de cinquenta alunos, na Faculdade Cásper Líbero, a primeira instituição a criar um curso de jornalismo no Brasil, não há um único aluno que queira se especializar em jornalismo rural. Já em áreas como esportes, cultura e economia a cifra é bem superior.

Como se percebe o Agronegócio já se faz presente na mídia. Porém, como fazer com que ele entre também nas salas de aula? Pensando em solucionar esta questão, a Associação Brasileira de Agronegócio da Região de Ribeirão Preto, criou, em 2008, o Prêmio ABAG/RP de Jornalismo José Hamilton Ribeiro, para incentivar e reconhecer o trabalho jornalístico dedicado à divulgação de assuntos relacionados ao agronegócio regional e nacional. Uma iniciativa que leva, uma vez por ano, alunos de diversas faculdades de jornalismo e profissionais da área para vivenciar o Agronegócio.

Na edição deste ano, a Faculdade Cásper Líbero estava presente nesta visita ao interior de São Paulo para ver de perto alguns dos pilares que sustentam o setor. Entre eles, estão duas unidades da Embrapa em São Carlos/SP, uma focada na Pecuária Sudeste, e outra na Instrumentação, que trata do local em que se desenvolve diversos estudos científicos. Um bom exemplo é o uso da nanotecnologia para melhorar as condições da produção. De acordo com a coordenadora da área de pesquisa da Embrapa, Patrícia Oliveira, 46, “O Superávit do agronegócio é o que segura o baixo desempenho dos outros setores, como a indústria, por exemplo, em 2013, que foi bem abaixo do esperado”. Ela declara ainda que “Faltam jovens que se interessem pelo estudo e

prática agrícola. Precisamos que vocês entendam e expliquem para a sociedade a importância desta atividade que produz o que não vivemos sem: alimento”.

Como todo e qualquer setor da economia, a intenção é aumentar a produtividade, ou seja, produzir mais com a mesma quantidade de recursos. Porém, no caso da Embrapa, esse propósito vem acompanhado de uma preocupação com o bem estar social, e a não degradação do meio ambiente. Patrícia Oliveira ressalta a importância do planejamento nas pesquisas e da boa parceria entre cientistas e o setor de comunicação da empresa. Há áreas de endomarketing, marketing externo e uma revista interna. Jornalistas, relações públicas e publicitários fazem parte do quadro de funcionários da empresa e recebem estímulos para continuar estudando. Há plano de carreira embasado na formação acadêmica, pós-doutores, por exemplo, recebem salários superiores aos que tem apenas graduação.

O resultado das pesquisas da Embrapa são muito importantes e, por vezes, de fácil assimilação, porém muitos comunicadores não têm conhecimento delas. Fixação Biológica de Nitrogênio, Tratamento de Resíduos Animais, Agroenergia, Sistema Plantio Direto, Inclusão Produtiva e Social e Sistema de Produção Sustentável, são exemplos.

Além da Embrapa, os estudantes de jornalismo visitaram a Usina São Martinho em Pradópolis/SP, maior processadora de cana de açúcar do mundo, e, por isso, responsável pela grande representatividade que o setor tem na economia do país. Por fim, foram levados para a Agrishow, Feira Internacional de Tecnologia Agrícola que acontece há 21 anos na cidade de Ribeirão Preto, São Paulo, considerada a capital brasileira do agronegócio. Numa área de 100 hectares as empresas do agronegócio demonstraram as suas tecnologias e produtos, e os visitantes têm a oportunidade de visualizar as grandes máquinas agrícolas em ação, bem como diversas culturas, como arroz, café, cana, feijão, milho etc.

É visível a preocupação da maior parte das empresas com o ecossistema e a diversificação natural. Por meio da visita, um jornalista da área poderia estar atento e pesquisar sobre os projetos em desenvolvimento, as novas tecnologias para conseguir informar, da forma mais adequada, as soluções que podem melhorar a vida dos produtores. Um destes, que visitava a feira, não quis se identificar, porém disparou:

“Falta qualidade nas informações que recebemos, precisamos de melhores jornalistas no campo”.

A comunicação é a melhor forma de manter um diálogo com o produtor rural e fazer com que a economia do país continue crescendo. Programas de televisão, jornais, revistas, programas de rádio, portais da internet e assessorias de imprensa ajudam a fazer com que o Agronegócio ganhe dimensões nacionais e internacionais. Logo as empresas investem na comunicação.

Diante da experiência de vivenciar o Agronegócio, os participantes desta importante iniciativa da ABAG/RP não só enxergam novas perspectivas dentro de sua área de atuação profissional, como também desmistificam conceitos preestabelecidos. Não enxergam mais o produtor rural como um caipira que desconhece os meios tecnológicos e não entende a relativa importância das mídias. Este se tornou um grande empresário gerenciador de um dos grandes capitais econômicos do país. Há ainda a novidade de averiguar que a agricultura atividade mais antiga que existe e é a base da economia e se moderniza em tempo real. Desvendar o Agronegócio é desvendar economia, política e principalmente à importância que nós jornalistas temos na sociedade.