

## As transformações do telejornalismo rural: um estudo do programa Globo Rural

Fernando Leme<sup>1</sup>

**Resumo:** O agronegócio é um dos principais setores da atividade econômica brasileira, e diversas empresas de comunicação apostaram em programas especializados para levar as informações aos agricultores brasileiros. A Rede Globo foi pioneira na década de 1980 com a criação do programa semanal Globo Rural. Diversos fatores, duas décadas depois, como o crescimento do setor e a necessidade do produtor de acessar as informações com maior rapidez para a tomada de decisão nos negócios, foram determinantes para que o programa se tornasse diário. O objetivo do artigo é o de analisar a representação sobre o homem do campo construída pelo programa Globo Rural, abordando as mudanças decorrentes da evolução do trabalho no campo.

**Palavras Chave:** jornalismo, televisão, telejornal, agronegócio, representações sociais.

**Abstract:** Agribusiness is one of the main sectors of the Brazilian economy, and several media companies bet on specialized programs to bring the information to Brazilian farmers. Rede Globo pioneered in the 1980s with the creation of the weekly Globo Rural. Several factors, two decades later, as the growth of the sector and the need for producers to access information faster for decision making in business, were crucial for the program to become daily. The aim of this paper is to analyze the representation of the farmer built by Globo Rural program, addressing the changes arising from the progress of work in the field.

**Keywords:** journalism, television, news, agribusiness, social representations.

### 1. Introdução

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.

Como era representado o homem do campo na década de 1980 e como ele é tratado na atualidade pela mídia televisiva? Este questionamento propõe uma discussão sobre o desenvolvimento da agricultura e a importância relevante que ela teve em despertar o interesse da Rede Globo de Televisão ao destinar um espaço na grade de programação da emissora para a criação de um programa específico sobre o segmento do agronegócio.

O objetivo desse estudo é analisar como o programa Globo Rural vem representando o homem do campo desde a década de 80 até os anos 2000. Compreender quem eram os agricultores daquele período e acompanhar as transformações que eles tiveram junto com as mudanças do próprio programa a partir da realidade econômica e política do Brasil.

### 2. Criação do Globo Rural na década de 80

De 1950 a 1975, a economia brasileira registrou crescimento de aproximadamente 7% ao ano. Na agricultura, o aumento alternava entre 4% e 5% ao ano. O setor

---

<sup>1</sup> Jornalista, editor no canal Terraviva (Grupo Bandeirantes de Comunicação). Coordenador dos Cursos Superiores de Tecnologia em Produção Audiovisual e Multimídia da FIAM FAAM - Centro Universitário e professor nos cursos de Comunicação na FIAM. Mestrando pela Universidade Paulista.

agrícola não se beneficiava das vantagens de importações de insumos a preços menores, o que levou o governo a adotar mecanismos para modernizar a agricultura por meio do crédito rural e da política de garantia de preços mínimos. Esses instrumentos foram bons nas décadas de 1970 e início da década de 1980. Segundo Dias e Amaral (2001):

“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 infra-estrutura 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 e AMARAL, 2001, p.07)

O modelo agrícola adotado era voltado ao consumo de capital e tecnologia externa. Empresas especializadas forneciam insumos, máquinas e sementes. A opção de aquisição era facilitada pelo acesso ao crédito rural, endividamento e dependência dos agricultores. O subsídio do crédito rural, que foi expressivo na década de 1970, perdeu espaço a partir de 1980, com o crescimento da inflação. Com a recessão da economia, o governo perdeu a capacidade de injetar recursos públicos na agricultura.

O ritmo acelerado de urbanização do país promoveu novas fontes de financiamentos. Um modelo de comércio de alimentos passou a coordenar os processos produtivos de grandes segmentos da agricultura, com padronização baseada nas cadeias de supermercados, nas indústrias de alimentos e nas indústrias de insumos.

A agricultura brasileira se ajustou às várias restrições que enfrentou nas décadas de 80. Novos modelos de trabalho foram adaptados ao sistema, ligados ao aumento na produtividade e redução de custos. Dias e Amaral (2001) afirmam que a partir de 1987, a renda dos agricultores cresceu cerca de 30% em relação aos preços pagos pelos agricultores. Com a estabilização e a consolidação do processo de abertura do mercado externo e a integração do Mercosul a partir da década de 1990, surge indicação de que a margem comercial reduziria para um novo patamar.

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 (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, JORNAL O GLOBO, 1991).

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 Silva (2009), o jornalismo constituiu-se como instituição social. O profissional era 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, 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, 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 forma 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, JORNAL O ESTADO DE S. PAULO, 1997).

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>2</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.

Na narrativa da mídia televisiva, Mota (2006) destaca que a análise precisa levar em conta que o plano de expressão é constituído de duas formas de representação: a imaginação e a verbal. Para facilitar a compreensão por parte do telespectador, a autora observa que o código visual na TV é de natureza convencional. A estratégia utilizada pela mídia televisiva para a construção de sentidos sobre a realidade é se referenciar em algo. Como afirma Mota (2006, p.133), “o texto constrói a referência em imagem, dando-lhe atributos, da mesma forma que se alimenta da imagem para se auto-construir”. Os significados construídos pelo texto jornalístico geram efeitos de realidade.

O programa também utilizava o recurso das cartas enviadas pelos telespectadores ao programa para produzir as reportagens. Dessa forma, o 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, à preocupação com belas imagens para que o programa pudesse se aproximar do pequeno produtor e 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,

---

<sup>2</sup> Escalada é um termo técnico utilizado no telejornalismo para indicar as principais notícias que serão exibidas no telejornal do dia.

de muito valor para os agricultores, estudantes de veterinária, zootecnia etc.” – estudante ( JORNAL DO BRASIL, 1983). O jornalismo segmentado no agronegócio passou 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 e Silva, 2012, p02).

### **3. Mudanças no agronegócio e na representação do agricultor nos anos 2000**

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 Embrapa, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, 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. Ela, além de fornecedora de matéria-prima, passou também a ser consumidora de mercadorias do setor industrial como o de máquinas agrícolas, fertilizantes, defensivos e toda uma gama de produtos necessários para sua exploração.

De acordo com Gonzalez (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 permitiu que o agronegócio brasileiro alcançasse 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 PIB do agronegócio brasileiro foi de R\$ 533,98 bilhões, o que representou 34% do PIB do Brasil. O agronegócio brasileiro representou 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 foi criado 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 de escritórios. Williams (2011) mostra que parte da história do campo e da cidade se faz através do capitalismo, principalmente com o surgimento da Revolução Industrial que na Europa se estendeu desde o final do século 18 até o começo deste século. No Brasil, essas transformações tiveram início a partir de 1930, com Getúlio Vargas no poder. “A Revolução Industrial não transformou só a cidade e o campo: ela baseou-se num capitalismo agrário altamente desenvolvido, tendo ocorrido muito cedo o desaparecimento do campesinato tradicional” (Williams, 2011, p12).

A mudança social no campo, que veio da evolução e adaptação da economia rural, tem modificado as atividades e introduzido novos valores culturais. Williams (2011) avalia que o campo e a cidade são “imagens fortes”, associadas ao passado e ao futuro, à tradição e à modernidade, colocadas diante de um desenvolvimento social. Para Júnior (1998):

“Na medida em que se faz presente na mesma ordem econômica do "urbano", que é a forma de vida hegemônica, o rural só pode ser estudado como posição relacional, e não como algo isolado em si mesmo. Outro aspecto importante dessa concepção é que o rural não se define por sua origem, mas por seu uso, o que permite a abordagem de

temas estreitamente relacionados com a problemática rural, mas até então ignorados por não se enquadrarem nas categorias de análise tradicionais, geralmente a agricultura e o espaço rural”. (JÚNIOR, 1998, documento eletrônico)

Desde o final dos anos 1990, o Brasil se tornou um dos líderes mundiais na produção e exportação de vários produtos agropecuários. O país assumiu a liderança nos segmentos de carne bovina e frango. Ultrapassou os principais concorrentes, como Estados Unidos e Austrália.

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 gera uma ruptura com o modelo produtivo da década de 80.

A agricultura a partir do ano 2000 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, com juros fixos de 8,75%, 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, 2000).

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, documento eletrônico).

A informação sobre o campo também mudou. As notícias, que até então eram destinadas e repassadas em sua grande parte ao homem do campo, ao pequeno produtor, agora, são destinadas ao empresário rural, ao grande produtor. Uma pesquisa realizada em 2005, pela Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio, mostra o perfil do produtor rural daquela época. Na pergunta 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. Segundo Martin-Barbero (2009):

“convertida em produto, a notícia adquire o direito de penetrar em qualquer esfera, ampliando progressivamente a definição do público, absorvendo e atenuando as diferenças e contradições de classe, e detendo-se tão-somente no limite extremo da tolerância média do público mais amplo possível” (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 200).

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 remetem ao campo, à paisagem, à tranquilidade, à plantação. Entretanto, esta versão se parece muito com o novo formato dos telejornais da Rede Globo.

O programa utiliza-se 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 programa 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. (JORNAL O GLOBO, 2000).

As reportagens passaram a dar ênfase maior ao 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. Na reportagem publicada na revista Meio e Mensagem, no dia 22 de outubro de 2001, escrita pelo jornalista Clyton Melo, deixa 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.”(MELO, Jornal O Globo, 2001)

Outra mudança importante que aconteceu no final da década de 90 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.

As notícias sobre o clima, os preços dos grãos, políticas agrícolas, dentre outras, são importantes para a tomada de decisão do produtor sobre como e no que investir. Nesse sentido, um programa diário poderia atender a essa demanda crescente do agricultor por informação. Vale ressaltar também que a Rede Globo já percebia essa necessidade de falar diariamente com o setor rural na metade da década de 90, quando criou o Canal Rural em parceria com o Grupo RBS, do Rio Grande do Sul. Era o primeiro canal com 18 horas de programação diária voltada ao homem do campo, com alcance nacional. Porém, um ano após o lançamento da emissora, a Rede Globo saiu da sociedade com o grupo gaúcho, justificando que iria focar o trabalho no crescimento do canal Globonews, o primeiro de notícias 24 horas no ar.

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 passam a fazer parte do processo como construtores, relatores e debatedores de notícias (RECUERO, 2011, p 2).

Com o advento do uso da internet como forma de divulgação de notícias, entretanto, diversos elementos 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.

#### **4. Considerações Finais**

O desafio que aparece para a imprensa especializada rural é a percepção do reposicionamento do homem do campo, do produtor rural diante do mundo. Na década de 1980, a criação do programa Globo Rural aconteceu em um momento que o agricultor era representado na sociedade como um colono, reproduzindo ainda a visão dos imigrantes que vieram ao Brasil para começar uma nova vida e adotaram a produção de alimentos como forma de se sustentarem. Com o desenvolvimento econômico e social no Brasil, ancorado no crescimento da produção de grãos e outros alimentos no país, a representação do homem do campo também foi se modificando. Atualmente, o perfil do homem do campo é bastante plural, com identidades que variam desde o agricultor familiar até o grande empresário do agronegócio. A tecnologia está cada vez mais presente no campo, e hoje grande parte dos agricultores investe em educação e conhecimento para progredir na atividade.

O programa Globo Rural vem mostrando essas transformações na visão do agricultor brasileiro pela sociedade, e ajuda a construir essa representação midiática. Nessa comparação entre o início da exibição do programa na década de 1980 e no começo dos anos 2000, percebemos que o programa televisivo vem se adaptando às mudanças na sociedade e na visão do mundo rural. Mas desafios ainda permanecem na representação do modo de vida desses produtores, que ainda sofrem com falta de apoio do governo para manter a renda no campo. A importância desses trabalhadores é crucial na sociedade brasileira, pois a produção agropecuária vem conquistando qualidade e ampliando espaço no exterior.

A comunicação para o agricultor é um importante meio para a transmissão de informação e novas tecnologias para o setor. A televisão, por ter uma abrangência maior que outras mídias, tem papel relevante em levar aos produtores informações sobre o meio em que atuam e sobre o mercado nacional e mundial do agronegócio. O telejornal exerce uma função política e, ao mesmo tempo, pretende ser uma abertura para o mundo. Os modos de construção e transmissão das notícias acabam por intervir em outros campos sociais. Os processos de formação e transformação das representações sociais são dependentes da ação comunicativa, portanto são instituídas tanto na conversa direta entre duas pessoas quanto na comunicação mediática.

#### **Referências**

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 20-06-13.

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.

ELIAS, Eduardo. **Público urbano também cultura Globo Rural**. *Jornal O Estado de S. Paulo*, 12 de outubro de 1997. Acesso em 19-04-13. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>.

FERREIRA, Lenise Conceição de Araújo e 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.

GONÇALEZ, José Augusto Bertoncini. **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.

JORNAL DO BRASIL. **Globo Rural - Carta**, 17 de abril de 1983. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 19-04-13.

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/>.

JORNAL O GLOBO. **Agronegócios na mira da Rede Globo**, 28 de novembro de 2001. Acesso em 19-04-13. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>.

JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. **Paradigmas da Comunicação Rural**. Intercom, XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/GT 19 – Comunicação Rural, 1999. Disponível em: [www.portcom.intercom.org.br/pdfs/0358e4ab3245d94721781c3d43bba9ef.PDF](http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/0358e4ab3245d94721781c3d43bba9ef.PDF). Acesso em 28-05-13.

MAPA, Ministério da Agricultura. **Plano Agrícola Ano Safra 2000/2001**. Disponível em: [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 10-06-13.

MAPA, Ministério da Agricultura. **Produtividade e Crescimento – Algumas Comparações**. 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 10-06-13.

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

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 01-06-13.

MOTA, Célia. **O gesto e a palavra: representações sobre cidadania no telejornal**. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (orgs.). *Telejornalismo: a nova praça pública*. Florianópolis: Insular, 2006.

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.

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.

TARDIN, Marcos. **Ciência e vida nas manhãs de domingo**. *Jornal O Globo*, 19-08-91. Acesso em 19-04-13. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>.

TOGNONI, Rení. **Globo Rural passa a ser diário em outubro**. *Jornal O Globo*, 29-09-2000. Disponível em: <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 19-05-13.

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

Recebido para publicação em 03-10-13; aceito em 07-11-13