



UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO  
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO

**A CARA DA COLUNA: OS VALORES-NOTÍCIA NA  
COLUNA CAMPO ABERTO, DO JORNAL ZERO  
HORA**

Cristiano Augusto Bianchini

Passo Fundo

2016

Cristiano Augusto Bianchini

**A CARA DA COLUNA: OS VALORES-NOTÍCIA NA  
COLUNA CAMPO ABERTO, DO JORNAL ZERO  
HORA**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Prof<sup>ª</sup>. Ms. Maria Joana Chaise.

Passo Fundo

2016

Dedico este trabalho à minha família, que contribuiu na construção desse início de trajetória. Ao meu pai, minha mãe, meu irmão e minhas avós, um tributo especial de devoção. Aos demais familiares e amigos, que constituíram sempre a base de minhas relações sociais, tributo de gratidão.

## AGRADECIMENTOS

A entrega dessa monografia carrega toda uma simbologia. Foram três anos e meio aprendendo a como fazer jornalismo, um bom tempo de vida acadêmica. O garoto, nascido e criado no interior, que teve - e ainda tem uma vida ligada ao meio rural, está finalizando o curso de jornalismo com este trabalho. É o ponto culminante, não só de uma graduação, mas de uma vida.

A decisão de fazer uma graduação em jornalismo foi, por muito tempo, tratada como uma decisão ‘amalucada’, incoerente, apressada. Mas, num caminho iniciado com um certo grau de dificuldade, sempre surgiram pessoas que, por terem contribuído, merecem ser lembradas neste momento

Agradeço, imensuravelmente, todos os professores que tive no curso de jornalismo, bem como a quase totalidade dos professores da FAC, além de outros professores da UPF, de cursos como agronomia, medicina veterinária, filosofia, direito, educação física, entre outros.

Entre todos os professores que tive durante o curso, há que se dizer que houve um personagem especial, que em muito contribuiu para a minha formação, e com o qual tive o privilégio de estabelecer e desfrutar de uma amizade valorosa. Ao professor Benami Bacaltchuk, grande amigo, sábio mestre de inúmeros ensinamentos, e responsável por ter me feito perceber muitos caminhos e possibilidades durante esse trajeto, deixo um sincero muito obrigado.

Na construção deste trabalho, os ensinamentos, as cobranças e a orientação, de forma geral, da querida amiga, professora Maria Joana Chaise me foram de inigualável importância. Para ela, um também sincero agradecimento.

De uma forma geral, agradeço todos os meus colegas desse caminho pela amizade nesse crucial período. Meus familiares e amigos, que contribuíram positivamente nesse trajeto, me amparando e alimentando minha vontade de seguir em frente, sou grato por terem permanecido ao meu lado.

Agradeço, desta vez sob a forma de ironia, os ‘aloprados’, que insistiram em tentar me desalinhar nos caminhos que construo, ou nas estradas que percorro, porque os insistentes -e fracassados golpes, só me fazem seguir minhas escolhas com mais ânimo e consistente determinação, a cada dia.

Imensamente grato e em dívida eterna com todos que importaram nesse percurso é a maneira como me sinto neste momento. Portanto, mais uma vez, muito obrigado!

*“O passado mais recente, o passado imediatamente anterior a hoje, o passado de ontem, este não é história, é jornalismo. O que aconteceu ontem, o que aconteceu horas atrás, não é fato histórico, é notícia. Embora o que provavelmente vai acontecer amanhã, no futuro mais próximo, seja também jornalismo.”*

***Danton Jobim***

## RESUMO

O presente trabalho estuda a presença dos valores-notícia na construção das informações contidas na coluna Campo Aberto, do jornal Zero Hora. As características e classificações que norteiam a coluna, que traz um jornalismo especializado em informações e conteúdos agropecuários, bem como o formato, de uma forma geral incluído no gênero opinativo, embasam esse estudo. O trabalho aborda os valores-notícia identificados em amostras de diferentes períodos de publicação da coluna. A primeira foi coletada entre 19 de outubro e 20 de novembro de 2015, e a segunda entre 11 de abril e 13 de maio de 2016. Ao todo, 10 edições da coluna foram analisadas. A análise se deu com base na proposta de esquematização de valores-notícia de Gislene Silva (2005), dentro da metodologia de análise de conteúdo, proposta por Heloiza Herscovitz (2007), tanto qualitativa quanto quantitativamente. É possível afirmar, após o processo de análise e interpretação de resultados, que a coluna é 'regida' pelos valores-notícia notoriedade, proximidade geográfica e interesse nacional. Também foi possível estabelecer algumas relações entre tais valores e o agronegócio do Rio Grande do Sul, bem como com as bases teóricas deste trabalho.

**Palavras-chave:** Valores-notícia. Jornalismo agropecuário. Coluna Campo Aberto. Jornal Zero Hora.

## ABSTRACT

This paper studies the presence of news values in the construction of the information contained in the Open Field column, the Zero Hora newspaper. The characteristics and classifications that guide the column, which brings a specialized journalism and agricultural information content, and the format, in general included in opinionated gender, underlie this study. The work deals with the news values identified in samples from different periods of publication of the column. The first was collected between October 19 and November 20, 2015, and the second between April 11 and May 13, 2016. In all, 10 editions of the column were analyzed. The analysis was based on the proposal of drafting values-news Gislene Silva (2005), within the content analysis methodology proposed by Heloiza Herscovitz (2007), both qualitatively and quantitatively. It is possible to say, after the process of analysis and interpretation of results, the column is 'governed' by the notoriety news values, geographic and national interest proximity. It was also possible to establish some relationships between these values and the agribusiness Rio Grande do Sul, as well as the theoretical basis of this work.

**Keywords:** News values. Agricultural journalism. Column Open Field. Zero Hora newspaper.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Proposta de sistematização e organização dos valores-notícia, apresentada por Silva (2005).

46

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>09</b>
<b>1. JORNALISMO OPINATIVO.</b>	<b>12</b>
1.1 Coluna	21
<b>2. NEWSMAKING</b>	<b>29</b>
2.1 Critérios de Noticiabilidade	32
2.1.1 Valores-notícia	35
<b>3. JORNALISMO AGROPECUÁRIO</b>	<b>39</b>
3.1 O jornalismo agropecuário no jornal Zero Hora e na coluna Campo Aberto	41
<b>4. METODOLOGIA DE PESQUISA</b>	<b>43</b>
<b>5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DA COLUNA CAMPO ABERTO</b>	<b>47</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>54</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>56</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>58</b>

## INTRODUÇÃO

Ao mesmo tempo em que houve um desenvolvimento em grande escala, e também um reconhecimento maior da importância do meio rural no contexto socioeconômico, percebeu-se a necessidade de ‘comunicar’ essa ‘nova realidade’ do meio rural e, assim, surgiu um espaço muito importante para tais informações. Afinal, da maneira que é comumente percebida, e o que diversos autores comentam, mas em especial, o que Barros (2006) afirma, o desenvolvimento rural traz benefícios para a sociedade, como um todo. A sociedade brasileira, de acordo com o autor, está se beneficiando de várias maneiras em função do desenvolvimento do agronegócio, considerando que “sua produtividade vem crescendo rapidamente e as reduções de custo de produção têm sido repassadas ao consumidor na forma de preços mais acessíveis” (BARROS, 2006, p. 02).

Conforme visto acima, o autor afirma que, pelo viés social, existem duas linhas de implicância, uma que mantém emprego e renda para determinado grupo social, e por outro lado, um aumento de produtividade que baixa o custo do produto final, sendo que, “com isso, o poder aquisitivo das camadas mais pobres da população vem aumentando significativamente, criando, assim, espaço para uma ampliação e diversificação do seu consumo (BARROS, 2006, p. 02). Nesse mesmo tempo, ainda conforme o autor, a produção agropecuária tem gerado superávits comerciais, que alavancam a economia do país.

O meio rural, por sua vez, incluindo os processos produtivos e comerciais, tem se tornado, de acordo com Miranda (2013), um campo complexo e dinâmico. O autor afirma que, “se alguém julga que conhece, está atualizado e bem informado sobre a agricultura brasileira, é porque terminou de estudá-la ontem à noite. Se o estudo acabou na semana passada, já estará desatualizado” (MIRANDA, 2013, p. 36). De acordo com o autor, a dinâmica, complexidade e maleabilidade do meio rural pode ser explicada pela lógica de que, em 40 anos, enquanto foi duplicada a área plantada, o uso de tecnologia, concebida na forma de conhecimento, aliada à ferramentas que facilitam e dão mais rentabilidade ao processo produtivo, multiplicou por mais de 5 vezes a produção de grãos, por exemplo, o que significa, perfeitamente, progresso, visto que “em 30 anos, o Brasil deixou a posição de importador de alimentos e assumiu o lugar de 4º maior exportador mundial” (MIRANDA, 2013, p. 36).

Inegáveis são os avanços do agronegócio, e da mesma forma são perceptíveis os espaços que ele ocupa nos veículos de comunicação. No jornalismo impresso, por sua vez,

também é notável o aumento nos espaços que o ‘rural’ vem ocupando, mas cabem questionamentos sobre o tipo de informação que está sendo veiculado.

Esta pesquisa tem como objeto de estudo a coluna Campo Aberto, do jornal Zero Hora. A coluna, um formato opinativo, mas caracterizada por um aparente hibridismo que ‘informa, opina e interpreta’, vem como um suplemento diário, circulando de segunda a sexta-feira, e traz, exclusivamente, informações e fatos sobre o meio rural. A coluna foi criada em 2013, como complemento diário do caderno Campo & Lavoura, que circula apenas em um único dia, e assim a coluna mantém um fluxo diário de informações sobre o meio rural. O espaço é assinado pela jornalista Gisele Loeblein (eventualmente pela jornalista Joana Colussi).

O objetivo desta pesquisa é descobrir quais são os valores-notícia, ou qual é o conjunto desses valores que em maior escala podem ser identificados na coluna. Assim sendo, o critério ‘repetitividade’ poderá ser importante para balizar a tarefa de verificar quais valores notícia o jornal mais usa em seu principal espaço diário voltado para o jornalismo agropecuário. Com o conjunto de argumentos, e com o objetivo desta pesquisa já explanado, parte-se da hipótese de que existam determinados valores-notícia com grande ‘usualidade’, e que sejam encontrados em todos -ou na maioria- dos exemplares da coluna a serem analisados.

Com o intuito de aumentar a confiabilidade do resultado dessa pesquisa, seja ele qual for, serão analisadas duas ‘semanas construídas’ da coluna. Isso representa a análise de dez exemplares da coluna, que abrangem um período entre dois meses do segundo semestre de 2015 e outro período que abrange dois meses do primeiro semestre de 2016. A análise, por sua vez, será feita através da tabela esquematizada de valores-notícia, proposta por Gislene Silva (2005), que traz 51 valores-notícia distribuídos em 12 diferentes núcleos.

Tendo isso em mente, buscou-se, através de um vasto estudo teórico, compreender a existência, a importância, a função e as características do gênero opinativo. Assim, no capítulo um, além de um breve conjunto de proposições sobre o jornalismo, como um todo, foi abordado o conceito de jornalismo opinativo e também o formato coluna. O aporte teórico para definir tal gênero jornalístico, bem como o formato coluna, baseia-se em pesquisadores como Luiz Amaral (1969), Juarez Bahia (1990), José Marques de Melo (2003), Luiz Beltrão (1980), Alfred Sauvy (1959), Rogério Martins de Souza (2005), dentre outros, que apresentam conceitos e teorias sobre o assunto.

O capítulo dois, alongado pela necessidade de apresentar conceitos que se subdividem, é também complexo, considerando que são discutidos os conceitos de *newsmaking*, critérios

de noticiabilidade e valores-notícia, conteúdos que refletem sobre o ‘fazer jornalístico’. Autores como Felipe Pena (2005), Gislene Silva (2005), Mauro Wolf (2006), Antonio Hohlfeldt (2001), Bruno Fernandes (2011), Luis Mauro Sá Martino (2010), dentre outros, estrelam nesse capítulo, com seus conteúdos e teorias.

Já no terceiro capítulo, a discussão sobre o jornalismo agropecuário fez-se necessária, visto que, a coluna, como formato opinativo, possui conteúdo direcionado exclusivamente a uma única área, o que conceitua como uma coluna de jornalismo agropecuário. A base do capítulo, que trata de um jornalismo especializado em notícias do universo agropecuário, baseia-se nos conteúdos de Ana Carolina de Araújo Abiahy (2000) e Lenise Conceição Alves Ferreira & Ana Carolina de Araújo Silva (2012). Além disso, é apresentado o jornal Zero Hora e a coluna Campo Aberto, como o objeto da análise, visto que a coluna é o espaço do jornal com maior ‘representatividade’ do jornalismo agropecuário.

O quarto capítulo trata da apresentação da metodologia que será empregada sobre o conteúdo para que seja extraído o resultado da pesquisa. A base teórica desse capítulo se baseia nos tratados sobre análise de conteúdo, por Heloiza Herscovitz (2007).

O quinto e último capítulo traz o resultado do processo de construção teórica e aplicação prática: os resultados obtidos a partir da análise da coluna. Este capítulo trata da ‘cara da coluna’, conforme indica o nome deste trabalho. Conforme já foi apontado, com a análise de 10 edições da coluna, sob a forma de duas semanas construídas, busca-se um resultado que não tenha vícios ou precipitações.

## 1. JORNALISMO OPINATIVO

A palavra 'jornalismo' significa apurar, reunir, selecionar e difundir informações, ideias e acontecimentos, com clareza e rapidez. Com base em todas essas tarefas, entranhadas dentro do campo jornalístico, se torna importante compreender as inúmeras atribuições que um jornalista assume para que as informações cheguem ao público e, assim, configurem um processo de comunicação. Amaral (1969), por sua vez, aponta para o jornalismo como uma "ciência da informação ou comunicação coletiva" (p. 16), visto que se concentra num processo de emissão de informações, feito através de veículos de difusão coletiva, o que remete à lógica que consolida o jornalismo como um processo de comunicação de massa.

Tratando jornalismo como um processo de comunicação, numa perspectiva etimológica, ou seja, da origem da palavra, dá à comunicação, e ao jornalismo também, o sentido de 'comunidade', já que o processo de comunicação visa tornar algo, uma ideia ou uma informação comum a todos, dando a ideia de 'participação'. Especificando um pouco mais essa atribuição, Bahia (1990) aponta para o jornalismo como um interlocutor, como um mediador na sociedade, considerando que "é da natureza do jornalismo levar a comunidade, direta ou indiretamente, a participar da vida social. Nesse sentido, assume uma condição de intermediário da sociedade" (BAHIA, 1990, p. 09).

Por outro ângulo, ao se tratar de comunicação como função biológica, comunicar-se é considerada uma necessidade para o ser humano. Aqui cabe a velha história do homem primitivo que desenhava nas paredes. E isso era comunicação, contendo a necessidade de contar algo a alguém, a alguém que tinha a necessidade de saber algo. Não é à toa que, em uma guerra, a primeira e fundamental preocupação é se é possível manter comunicação. Sem comunicação não nos situamos em grupos ou sociedade, nem estabelecemos qualquer tipo de relação.

O jornalismo, por sua vez, também tem apontamentos para que seja tratado como peça fundamental nas sociedades, na sua origem, formação e estruturação. Afinal, dentro do grande campo da comunicação, o jornalismo ocupa um importante espaço. Ainda, por uma definição proposta por Jobim, um dos jornalistas de grande expressividade e destaque no Brasil, durante o século passado, e sintetizada por Avanza (2007), se refere ao jornalismo como 'necessidade social'. "Jobim concebia o jornalismo como mais do que uma simples atividade profissional. Suas reflexões acerca do tema mostram que para ele o jornalismo era, sobretudo, 'um exercício superior da inteligência e da cultura' (AVANZA, 2007, p. 02).

Os fatores aqui abordados, que apontam para o jornalismo como processo de comunicação, tratam-no especialmente sob os aspectos que indicam sua importância, não somente como atividade que alguém habilitado executa, mas como um processo de comunicação onde alguém competente capta informações que julga, através de seu conhecimento de campo, terem relevância. O profissional adapta essas informações de acordo com a maneira que possam ser melhor compreendidas pelo público, e irradia-as através dos veículos, causando a difusão em massa dessas informações.

A noção de jornalismo como uma ferramenta que se adaptou às diferentes mídias para levar à sociedade o conhecimento sobre os fatos, midiaticizando os acontecimentos, pode ser compreendida como a tarefa de transferir e difundir o conhecimento sobre as coisas que acontecem. Melo (2003), ao adentrar na discussão sobre o percurso histórico do jornalismo, identifica, direcionando completamente para o jornalismo, o fator ‘necessidade social’, sobre a qual Jobim refletia, sob a afirmação de que “é fato que o homem sempre teve vontade, interesse e aptidão para saber o que se passa. Informar e informar-se constitui o requisito básico da sociabilidade” (MELO, 2003, p. 19).

De fato, comunicar, ou mais especificamente, manter um processo de informação onde alguém emite e alguém recebe, vem sendo uma necessidade desde da época do homem pré-histórico, que se originou, talvez, com as pinturas nas cavernas. Conforme exemplo majoritariamente usado para apresentar um processo de comunicação, uma pintura que mostrava um homem matando um animal significava que alguém teve vontade de informar o que havia acontecido. Desta forma, Melo (1994) aponta para um esquema/estrutura que considera o jornalismo como um processo social, que funciona com a lógica do que se busca e do que é oferecido, como um processo completo, que inclui todos os fatores necessários para o processo jornalístico.

Desta maneira, o jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódico/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais e ideológicos) (MELO, 1994, p. 14-15).

Melo (1994) ainda propõe que se trate de um processo contínuo, ágil, veloz, determinado pela atualidade, sendo que o conjunto dos fatos deve estar sempre em equilíbrio

entre os interesses da instituição e as expectativas da coletividade, ou seja, entre aquilo que a organização jornalística quer que o público saiba e aquilo que o público, de fato, quer saber (p. 15).

Mas, no jornalismo, especialmente na atualidade, se torna extremamente importante compreender que existem diferentes métodos e maneiras de sistematizar os conteúdos para fazer com que as informações sobre os fatos cheguem ao público. Isso dá ao profissional do jornalismo um leque de possibilidades para modelar seu material conforme sua compreensão da importância da informação que será repassada, e em qual espaço, categoria e formato uma ‘história’ pode ser contada de forma melhor e mais completa, no sentido de ser mais facilmente compreendida pelo público. Cabe aqui, portanto, a discussão sobre gêneros jornalísticos, o que visa situar para ser conceituado o jornalismo opinativo.

Numa das classificações mais atualizadas sobre gêneros jornalísticos, Melo e Assis (2010) apontam para a existência de cinco gêneros jornalísticos. Destes, dois são considerados hegemônicos, por serem os mais tradicionais, que são o gênero informativo e o gênero opinativo. Além destes, os autores apontam para a existência de outros três gêneros complementares, que são os gêneros interpretativo, diversional e utilitário.

Se torna inviável, e faz-se por incompleta a discussão do jornalismo opinativo sem que ele esteja em frequente ligação com o jornalismo informativo. Aliás, há muito tempo que a opinião vem sendo tratada sem que haja desvinculação com a informação.

Apesar da existência de outros gêneros, a base do jornalismo é formada por informação e opinião, melhor explicando, o que será apresentado como informação pura, sem complementação personificada ou análise do jornalista, e o que é abordado, em espaços específicos, trazendo análises sobre determinado assunto, ou até mesmo um ponto de vista sobre determinada informação. Não há, de qualquer forma, opinião sem que exista um conhecimento completo sobre a informação. Além disso, o autor, com a contribuição de Bond (1962), também indica para a função de cada uma das duas principais categorias jornalísticas, que apresentam um alinhamento e complementação. “Desde os primeiros tempos, o jornalismo tem procurado influenciar o homem. (...) O jornal esforça-se abertamente por influenciar seus leitores através de seus artigos, editoriais, caricaturas e colunas assinadas (BOND, 1962 apud MELO, 2003, p. 27-28).

Beltrão (1980) chama a atenção para uma antiga representação gráfica, elaborada para as funções da atividade jornalística: o triângulo retângulo. Essa figura geométrica explica como articulam-se os gêneros informativo e opinativo, mais uma vez referidos como funções hegemônicas na atividade jornalística. Assim sendo, na parte horizontal encontra-se a

informação, como a base do jornalismo, enquanto na linha perpendicular está a opinião. Formando um ângulo de 90°, Beltrão afirma que

Esta perpendicular, à proposição que se prolonga verticalmente, vai incorporando circunstâncias, motivações e aspectos obscuros, às vezes, subjetivos e, portanto, questionáveis, passíveis de interpretação, enquadramento teórico e ideológico, e, afinal, permitindo no vértice, a tomada de posição que constitui a expressão da opinião, cujo objetivo é orientar cada leitor e toda a massa à ação (BELTRÃO, 1980, p. 14).

É possível exemplificar o jornalismo opinativo como os três minutos de prorrogação de um jogo de futebol ou a cobrança de pênaltis, em caso de empate: acontece num tempo relativamente curto, mas tem a designação e intenção de definir o resultado do jogo. Melo (2003) aponta para o jornalismo opinativo como um complemento da informação, uma extensão, um braço da informação, e conceitua, inclusive, como a reação dos meios de comunicação aos acontecimentos, uma tarefa importante dentro da atividade jornalística, inclusive com uma procedência histórica bastante credível.

Além disso, (o meio de comunicação) reage diante das notícias, difundindo opiniões, seja as opiniões próprias, seja as que se lê, ouve ou vê. Nesse sentido assemelha-se à instituição do *Fórum* na Grécia antiga, atuando como conselheira, como formadora de opinião. Essa função corresponde ao jornalismo opinativo (MELO, 2003, p. 29).

O jornalismo opinativo, com opinião explicitada de forma clara, sob a identificação de seu emissor, caracteriza-se por quase sempre abranger assuntos da atualidade, visando provocar reflexões, apresentando elementos extras, observações pessoais, que argumentam e complementam as informações.

Melo (2003), apesar de afirmar que a essência do jornalismo é a informação, acaba por admitir a importância e função da opinião. “O jornalismo articula-se, portanto, em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa)” (MELO, 2003, p. 63). A busca por saber o que alguém pensa sobre algum fato que acontece é a principal razão de existir um gênero jornalístico que tem a opinião como peça central.

A opinião esteve, desde sempre, presente no cotidiano dos meios de comunicação. Beltrão (1980) afirma que a opinião é uma “função psicológica, pela qual o ser humano, informado de ideias, fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito seu juízo” (p. 14). Ainda, o autor apresenta uma argumentação que se direciona para a opinião jornalística como um fator que influencia, que orienta o público para a qual é dirigida, o que, em síntese, é “o esforço de interpretar a ocorrência, tirando conclusões e emitindo juízos com o objetivo de provocar a ação por parte daqueles aos quais a mensagem é dirigida” (BELTRÃO, 1980, p. 13).

Beltrão (1980) coloca ao jornalista uma tarefa de extrema importância, definindo-o como emissor de opinião, levando em consideração que este se mantém diretamente ligado à sociedade. Além de possuir uma visão ampla da sociedade e dos fatos, estaria o jornalista incumbido da tarefa de se manter atento àquilo que merece um respaldo maior.

Pela exposição dos caracteres da opinião, como fenômeno individual e como fenômeno social, de logo deduzimos a importância do seu exercício, por parte do jornalista. Opinar, para ele (o jornalista), não é apenas um direito, mas um dever, pois, de ofício, está incluído entre captar, em qualquer campo, aquele objeto importante sobre o qual a sociedade exige uma definição (BELTRÃO, 1980, p. 18).

O objeto de opinião é aquilo que o grupo social considera discutível, questionável, aquilo que de fato tem relevância, que necessite e mereça argumentação; aquilo que só a informação não consegue explicar, e que necessita de uma análise sobre os pontos que deixam dúvidas. Beltrão (1980) afirma que “ninguém opina, por exemplo, sobre o estado líquido da água ou sobre a exclusiva capacidade humana de produzir a linguagem idiomática simbólica” (p. 15).

Apresentando a problemática da distinção entre ‘crença’ e opinião, Beltrão (1980), de forma simples e categórica, afirma que uma opinião é muito semelhante a uma ideia, enquanto a crença, em seu aspecto mais rigoroso, é inquestionável.

Diante do caso de um jovem dotado de poderes paranormais, que o tornam um vidente, três personagens de crenças diferentes emitem opiniões, à base de suas convicções íntimas: um sacerdote católico, um adepto do espiritismo e um cientista agnóstico. O fenômeno está ali: não é questionável; o que não ocorre com a sua natureza, sobre a qual cada um manifesta uma opinião, orientado pela realidade da própria fé (BELTRÃO, 1980, p. 15-16).

Assim sendo, a opinião é parecida com a ideia, mas não é a mesma coisa. A ideia, mais ‘mecânica’ e fechada, é uma informação. Exemplificando isso, é como dizer que o sol nasce todos os dias, no oriente. É uma ideia que não muda, e tem a mesma conotação em todo o mundo. Já uma opinião é o resultado de um fato, de uma ideia, analisada por uma pessoa, levando em conta sua personalidade, suas crenças, formação social e moral. Dessa forma, é possível, numa sala com 15 alunos, encontrar 15 opiniões diferentes sobre um mesmo assunto, e ainda há a possibilidade de se encontrar opiniões com duplo sentido, ou com outros apontamentos possíveis e, apesar de parecer um pouco estranho, não há nada de errado nisso, considerando as variáveis de cada pessoa. Por outro lado, é possível que nenhuma das 15 pessoas na mesma sala consiga formar opinião sobre determinado assunto, visto que é necessário que se tenha conhecimento sobre o assunto para que o raciocínio processe e formalize a opinião.

Beltrão (1980) aponta para a emissão de opinião por parte do jornalista como uma tarefa nem um pouco simples, considerando, conforme o autor, uma série de fatores. De antemão, é importante, de acordo com o autor, considerar as diferentes fontes de opinião que acabam por interferir na opinião do profissional do jornalismo. Em primeiro lugar, Beltrão (1980) sinaliza para a opinião do editor, que também pode ser do grupo de elite que mantém o veículo. É esse grupo que mantém o veículo que dita a política editorial, fundamentada em convicções filosóficas, as informações sobre o tema proposto, as pesquisas realizadas na área de abrangência do veículo, a experiência dos chefes de redação, e os interesses econômicos da empresa. O autor ainda afirma que as empresas têm que manter um equilíbrio entre sua missão pública e seu objetivo mercadológico, sempre tentando evitar cair em descrédito com o público.

Em segundo lugar vem a opinião do jornalista, “o juízo que manifesta sobre os problemas em foco e a respeito dos quais informa e comenta simultaneamente, em seções ao seu cargo e em matérias por ele assinadas” (BELTRÃO, 1980, p. 20). Ainda, é importante considerar que, de acordo com o autor, a opinião do jornalista carrega a importância do contato direto com o público, a situação financeira, o nível intelectual e a formação filosófica e profissional, e este conjunto de elementos também sofre interferência da opinião do editor e da linha editorial do veículo, visto que o jornalista tem uma tendência de seguir os princípios do veículo, apesar de, muitas vezes, o editor optar por não barrar uma opinião divergente justamente para manter um equilíbrio político nos conceitos editoriais do veículo.

A opinião do leitor, por sua vez, fecha a ‘trinca’ proposta por Beltrão onde, de acordo com o autor, o leitor gosta de discutir, debater e opinar, porque todo homem, num processo psicológico apressado, conhece, julga e critica. E faz isso porque é passível de correção e evolução. É por isso que faz um julgamento que tem como resultado uma ‘certeza incerta’.

A opinião se manifesta nas entrevistas concedidas, em pronunciamentos oficiais de grupos, em cartas que escreve à redação, nas próprias atitudes que são objeto de notícia. O discurso de um parlamentar, a escolha de um ministro ou um secretário de Estado, a eleição da diretoria de uma entidade de importância na vida da comunidade, as respostas às enquetes, os comícios e demonstrações de rua, as prisões e julgamentos, os fatos sociais, o registro de livros e até mesmo o aumento ou redução da circulação do periódico – são maneiras evidentes e insofismáveis de que se vale o leitor, parte do público, para manifestar sua concordância ou oposição à orientação que lhe é transmitida pelo editor e/ou pelo jornalista (BELTRÃO, 1980, p. 21).

O leitor gosta de opinar, inclusive sobre a opinião dos jornalistas e dos editores. Considerando que o leitor faz parte de um público ainda mais amplo e diversificado, existem aqui evidências para se abordar um importante conceito: a opinião pública.

A adoção de opiniões sobre os problemas que vão surgindo ao longo da vida constitui uma necessidade dessa mesma vida. Ao lado de um dado, se coloca uma opinião; junto a um fato se levanta uma tomada de posição fundamentada sobre a realidade objetiva e como reflexo da personalidade: a opinião é, por isso, juízo e sentimento (BENEYTO, 1961 apud BELTRÃO, 1980, p. 23).

Portanto, nessa lógica, há opinião pública em todos os posicionamentos definidos por um considerável número de indivíduos, que geralmente podem ser delimitados como integrantes de um grupo ou estrutura social.

Qualquer assunto da atualidade pode dar lugar à opinião. Em todos os casos, o público toma uma ou diversas posições... Há opinião pública quando existe um número suficiente de indivíduos para tomar posição sobre um objeto qualquer (FAUVET, 1966, apud BELTRÃO, 1980, p. 23)

Sauvy (1959) faz apontamentos importantes sobre a opinião pública, o que pode, de início, ligar esse conceito à ideia de democracia ou liberalismo (p. 07). Existem questões importantes ao se tratar de opinião pública, especialmente pelo fato de que ela ‘emana do povo’, como é dito pela tradicional lógica da democracia, ou seja, é a força de expressão que um público, ou um povo possui. “Destarte, a opinião é um árbitro, uma consciência, poderíamos dizer mesmo que é um tribunal, certamente destituído de poder jurídico, mas um tribunal temido. Constitui o foro íntimo de uma nação” (SAUVY, 1959, p. 07-08).

A opinião pública tem uma característica importante em relação à sua formação: ela depende do conhecimento que o público tem sobre os fatos, sobre determinadas situações. Aqui pode ser percebida quão importante é a tarefa dos meios de comunicação, especialmente no que se refere às atividades do jornalismo, com o método, meio e efeito/intenção da mensagem que emite, que é a difusão das informações, com potencial de conversão em conhecimento. É com base na maneira com que recebe as informações e análises que a opinião pública é ‘acordada’, passando a tomar posição e promover ação. Ganhando corpo próprio, se tornando ativa e independente de, por exemplo, instituições ou poderes de governo, a opinião pública ‘cria vida e leis próprias’.

Se faz também importante dizer que a opinião pública pode ser distinta da própria opinião dos indivíduos que compõe o público, o que se torna questionável, mas pode ser compreensível, tendo como exemplo o comportamento humano que, junto a uma aglomeração ou grupo, se molda aos padrões do grupo, enquanto individualmente tem pensamentos e atitudes que se diferenciam, que divergem daquilo que acontece enquanto integrante de um público. Sauvy (1959), na tentativa de explicar porque isso acontece, novamente apresenta os mecanismos pelos quais a informação pode ser recebida, que leva ao conhecimento sobre as coisas.

Entretanto, dirão, não ocorre aqui uma coincidência? Os fatos anunciados aos indivíduos não o são, no mesmo instante, a seu conjunto constituinte da opinião? De forma alguma. Toda transmissão comporta dois atos, uma expedição e uma recepção. A expedição é, evidentemente, a mesma, quer se trate de indivíduos quer de seu conjunto. A recepção, porém, é diferente, pois indivíduos registram os fatos diferentemente, como indivíduos e como partes de um conjunto (SAUVY, 1959, p. 28).

O público balizará sua reação à determinado conteúdo de acordo com a relevância que os fatos carregam, onde conta também a maneira que são contados. Por isso, experiência e

habilidade de bons jornalistas acabam por implicar, não na melhor história, mas na história mais bem contada. São experiências e habilidades resultantes de práticas informativas consolidadoras de imagem profissional que creditam um jornalista para que trabalhe com jornalismo opinativo. Quando não há ou não é percebida relevância num material jornalístico, ou seja, não se torna atraente ou não existem motivos para questionamentos, a reação é esquecer facilmente. Entretanto, quando há relevância, e, conforme trata Sauvy (1959, p. 29-31) especialmente se tiver impacto econômico e social, a informação é julgada subjetivamente, ‘sem querer’ pelo público.

Ao se tratar da opinião de um jornalista, é importante retomar que a opinião no jornalismo abrange fatos atuais, trazendo fatores e análises que não são encontradas nos espaços informativos, e que andam juntas, cronologicamente, sendo que, algumas vezes, a opinião se adianta na abordagem de alguns fenômenos. O público, ao receber, num espaço de opinião, uma análise pronta, com alguns apontamentos sobre determinado assunto, de imediato interpreta que não mais é necessário que seja pensado tanto se aquilo é questionável, porque já foi analisado por alguém que tem experiência e credibilidade para fazer isso. Não que vá esquecer, muito pelo contrário, vai guardar com mais facilidade ainda aquilo que alguém pensa sobre o que está se passando.

Retomando um pouco o que já foi apresentado sobre jornalismo, se há, conforme Melo (2003), a presença do jornalismo como um fenômeno que integra um corpo social, havendo a demanda pela informação para saber o que está se passando, também existe espaço e demanda para saber o que alguém pensa, analisa e provoca reflexões sobre aquilo que acontece. O jornalismo opinativo se articula e se mantém sobre essas bases. Entretanto, existem diferentes formatos para encaixar a opinião. Os inúmeros conjuntos de formatos, apresentados pelos mais diferentes autores, divergem apenas em alguns pontos. Melo (2003, p. 65), apresenta uma das propostas mais atualizadas, propondo que existem oito formatos jornalísticos para a expressão da opinião, em suas mais diferentes vertentes. Os formatos, apresentados pelo autor, são ordenados da seguinte forma: Editorial; Comentário; Artigo; Resenha; Coluna; Crônica; Caricatura; Carta.

Conforme o autor, o formato ‘coluna’, que é o objeto desta pesquisa, e que será apresentado na sequência, tem por característica geral a identificação do autor, e seu conteúdo tem relação com o surgimento e o desenrolar dos acontecimentos.

## 1.1. Coluna

A coluna é um dos formatos com bastante presença e utilização para a expressão da opinião no jornalismo, e seu surgimento foi na imprensa norte-americana, por volta do século XIX. De acordo com Melo (2003), o surgimento e, como um todo, a existência do formato coluna possui uma relação com a demanda por um material nesses padrões. Isso incluía desde do simples desejo de ver a assinatura do jornalista no material produzido, o que culminou em espaços onde podia ser encontrado um conjunto de informações selecionadas e analisadas por este profissional.

O público começou a desejar matérias que escapassem do anonimato redatorial e tivessem personalidade. Isso deu lugar ao aparecimento de seções sob a responsabilidade de jornalistas conhecidos, superando a frieza e a impessoalidade do corpo do jornal, e originando espaços dotados de valor informativo e de vigor pessoal (MELO, 2003, p. 140).

Coluna, conforme indica o nome, seria um espaço vertical no jornal. De fato, sua origem teve relação com os antigos padrões da diagramação vertical, que era, em boa parte, baseada e calculada de acordo com as colunas gráficas do jornal. Mas os padrões de diagramação mudaram – e seguem mudando, com bastante frequência. Melo (2003) afirma que as modificações gráficas acabam, inclusive, por modificar o espaço que a coluna ocupa numa página, e sinônimos, apesar de não tão populares, foram criados para denominar a coluna.

Hoje, com a diagramação horizontal, a coluna já não mais ocupa o espaço disposto verticalmente, e se alarga pelo espaço fronteiro. Por isso é comum usar a palavra *seção* para denominar a coluna. O termo coluna é, todavia, o mais usado, mesmo que ocupe uma página (coluna do Cesar Giobbi ou da Mônica Bergamo) ou mais de uma coluna gráfica (coluna de cinema, de televisão) (MELO, 2003, p. 139).

No jornalismo impresso, de acordo com Amaral (1969), o colunismo mantém um certo ‘prestígio’, pelo fato de que a coluna “funciona como um serviço de relações públicas ou serviço informativo e interpretativo. Dentro da organização, o colunista desfruta de prestígio acima dos demais redatores, priva com os diretores e chega a discutir orientação política com

a cúpula dirigente” (p. 154). Conforme afirma o autor, sobre a coluna funcionar como um serviço de informação e interpretação, é importante considerar que, apesar de ser enquadrado como um formato opinativo, a principal -e mais usual- lógica é de que a opinião está na seleção das informações que compõe o conjunto disposto na coluna. Essas informações, devidamente selecionadas e esquematizadas, propõe que o leitor faça uma interpretação dos fatos. Não é à toa que Rabaça & Barbosa (1978) tratam da coluna como um formato ambíguo, definindo-a “como espaço entrecruzado de várias formas de expressão noticiosa” (RABAÇA & BARBOSA, 1978, apud MELO, 2003, p. 139).

Com uma mistura de informações selecionadas, interpretadas e apresentadas com a análise e o ponto de vista do jornalista, o colunismo teria florescido no Brasil na década de 1950. Uma proposição importante de Melo (2003) é de que a coluna cumpre a tarefa de informar ao mesmo tempo em que está incrustada de opiniões, análises e interpretações, o que é compreensível por se tratar de um formato opinativo que traz fragmentos de informações para argumentar e não deixar a opinião solta, sem base.

Trata-se, portanto, de um mosaico, estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência. [...] Procura trazer fatos, ideias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais, quando não funciona como fonte de informação (MELO, 2003, p. 140).

A coluna, portanto, constitui-se como um espaço onde uma personalidade, geralmente reconhecida por sua notoriedade social, por evidenciar domínio no assunto e conhecer as personalidades da área, além de apresentar habilidades intrínsecas e moderação na produção de análises e emissão de juízos e julgamentos, expressa sua própria opinião com base nas informações da atualidade. Amaral (1969) afirma que

O colunista não pode ser, de forma alguma, um jornalista inexperiente. A primeira condição para ser um bom colunista é conhecer grande número de *gente importante*, circular livremente nas salas e ante-salas de ministérios, autarquias, grandes empresas privadas, (...). Isto é, ter transito livre em todas as áreas que realmente exercem o poder, (...). a matéria prima do seu trabalho tem de ser especial e proceder da melhor fonte (AMARAL, 1969, p. 156).

As colunas, sob a responsabilidade de jornalistas, confirmam a tendência de um jornal direcionado a informar, mas os espaços usados por colunistas dão um certo vigor pessoal para as páginas deste. Essa ‘personalização’ do jornalismo, representada na coluna, tira um pouco da ‘mecânica’ do jornal, ao ponto em que alguns personagens ocupam espaços nas páginas. Melo (2003), contribui para definir a função da ‘pessoalidade’, presente no formato coluna, e como isso tem uma carga de importância, inclusive para a história do jornalismo.

A coluna corresponde à emergência de um tipo de jornalismo pessoal, intimamente vinculado à personalidade do seu redator. Talvez possa ser identificado como uma sobrevivência, no jornalismo industrial, daquele padrão de jornalismo amador e eclético que caracterizou as primeiras publicações periódicas (MELO, 2003, p. 140).

A extensão, ou tamanho da coluna, conforme Melo (2003), em sua originalidade, não ultrapassaria as mil palavras, o que coincide com a medida de uma coluna de jornal no formato standard. Mas, com a diversidade de tamanhos de colunas encontradas hoje, no jornalismo impresso, é praticamente impossível afirmar que tamanho ou extensão possui a coluna. Melo (2003, p. 141) aponta para uma coluna com, entre 500 e 800 palavras

Baseando-se no jornalismo norte-americano, Melo (2003, p. 141) aponta para a existência de quatro tipos diferentes de colunas, sendo elas a Coluna Padrão, dedicada a assuntos de menor importância, pouco mais de um parágrafo para cada assunto, onde são sugeridas tendências ou proposições de julgamento; Coluna Miscelânea, que não se prende a nenhum assunto, juntando uma variedade de temas e assuntos, tratando-os com humor e o sarcasmo; Coluna de Mexericos, que tem como foco pessoas, personalidades famosas, ou pessoas em destaque na sociedade; Coluna sobre Bastidores da Política, que situa o leitor no mundo do poder, nas intimidades e bastidores.

Em suma, a coluna se configura como um conjunto de informações selecionadas, analisadas, geralmente comentadas. Reforçando essa ideia, a coluna constitui um espaço em que os fatos são abordados de forma breve, com rápidos comentários, que são o resultado do ponto de vista de personalidades do jornalismo, que, para tal tarefa, além de deterem um conhecimento amplo sobre o assunto que tratam em suas colunas, podem, inclusive, desfrutar de suas ligações diretas, estreitas e afinadas com as fontes. Melo (2003) aponta que

Apresentemente a coluna tem caráter informativo, registrando apenas o que está ocorrendo na sociedade. Mas, na prática, é uma seção que emite juízos de valor, com sutileza ou de modo ostensivo. O próprio ato de selecionar os fatos e os personagens a merecerem registro já revela o seu caráter opinativo (MELO, 2003, p. 142).

É necessário notar que, além das habilidades derivadas da prática profissional, mais as especialidades na área em que o jornalista faz a seleção das informações, as análises e os juízos que resultam em sua coluna, há um outro fator de extrema importância: a ligação com fontes. Conhecer as fontes da área que o jornalista retrata em sua coluna funciona muito bem sob a ideia da antecipação aos fatos. Num dito comum das redações, esse processo possibilita o que é chamado ‘furo da informação’, que é, nada mais, nada menos que a publicação de um fato, que pode estar antecipando outros acontecimentos. Essas características do colunismo são também apresentadas por Souza (2005). “Alguns assuntos que depois se tornaram de repercussão nacional foram primeiramente noticiados em colunas de notas curtas, que trabalham basicamente com o ineditismo de suas pautas” (SOUZA, 2005, p.04).

A coluna apresenta, como característica, uma leve tentativa de persuadir o público leitor, sob a lógica de que apresenta ‘sugestões’ de ‘verdades possivelmente acreditáveis’. Dessa forma, o colunista sugere ao leitor determinadas atitudes, ações, propõe que ele, muitas vezes, amplie sua ótica sobre determinado fato, ou questione o que já se tem de informações sobre determinado fenômeno ou acontecimento. Esse conjunto de características da coluna pode significar que esse formato tem potencial – e ação para influenciar a opinião pública. Quem propõe essa reflexão é Melo (2003), afirmando que “a coluna tem fisionomia levemente persuasiva. Não se limita a emitir uma simples opinião. Vai mais longe: conduz os que formam a opinião pública veiculando versões dos fatos que lhe darão contorno definitivo” (MELO, 2003, p. 142).

Há, de acordo com Melo (2003), uma ligação entre a coluna e os serviços de relações públicas, já que os profissionais dessa área visam projetar a imagem de seus clientes, sejam eles empresas, políticos, artistas, marcas, produtos, dentre outros. A relação, apontada pelo autor, é de que os profissionais de relações públicas tendem a se valer do espaço das colunas para dar evidência a alguém ou algo, já que quanto mais vezes um assunto, uma ideia ou um nome é repetido em colunas, mais legitimação social esse nome adquire. Nessas afirmações pode-se perceber a importância que o formato coluna adquiriu, e no ‘status’ que ele pode conferir, em seu espaço. “O colunismo funciona psicologicamente como câmera do eco dos

rumores que circulam na sociedade. Não sem razão o slogan de um dos maiores colunistas brasileiros foi o seguinte: “em sociedade tudo se sabe”<sup>1</sup> (MELO, 2003, p. 143).

Souza (2005), ao apresentar a lógica de funcionamento da coluna, afirma que “o processo de comunicação não é totalmente consciente, nem totalmente inconsciente. Quem escreve - o enunciador - vale-se de uma retórica não só para convencer, mas também seduzir o leitor” (SOUZA, 2005, p. 02).

Mas, conforme Melo (2003), só dando evidência a alguns elementos, conferindo status e alimentando vaidades não sobrevive uma coluna. E assim, o autor elenca, dentre outros, três pontos que mantêm os espaços para o colunismo na imprensa, atualmente. Num primeiro ponto, o autor apresenta a coluna quase como uma ‘rede social’, um espaço para saber como os ‘conhecidos’, como os personagens, pessoas de notoriedade para a sociedade estão se comportando.

O colunismo atende a uma necessidade de satisfação substitutiva existente no público leitor. Já que a maioria das pessoas está excluída do círculo reduzido dos colunáveis (poder, estrelato), dá-se-lhe a sensação de participar desse mundo através dos colunistas. Trata-se de uma forma de participação artificial, abstrata. Participam sem fazer parte. Acompanham à distância (MELO, 2003, p. 143-144).

Esse apontamento se refere a possibilidade de, por exemplo, o público leitor ver a atriz da novela que assiste ser ‘comentada’ na coluna, ou o deputado federal que ele votou. A coluna também apresenta a empresa ou o empresário da cidade, alguém ou alguma instituição que seja ‘conhecido’ pelo leitor, ou por uma parcela de leitores, ou que conheça. Esse é o espaço para saber sobre o ‘amigo’ que não se vê sempre por aí.

O segundo ponto apresenta o ‘bode expiatório’, que traz a antecipação dos fatos e aquele detalhe que faltou. É o ‘furo’, a informação especial, aquilo que ninguém ficou sabendo até então. Geralmente, quando um jornalista sugere algo em uma coluna, é porque há uma quase certeza de que aquilo virá a acontecer.

O colunismo tem a função de “balão de ensaio”. Insinua fatos, lança ideias, sugere situações, com a finalidade de avaliar as repercussões. Isso se chama, em linguagem jornalística, “plantar notícia”. Da reação do público, estimulada por essas informações sutis, depende muitas vezes a tomada de decisões empresariais, políticas. Passado o impacto, refeito o susto, o público as aceita com tranquilidade.

---

<sup>1</sup> Esse slogan foi popularizado por Ibrain Sued, no jornal O Globo.

Ou se as rejeita, fortemente, é o caso de adiá-las, transferi-las par ocasiões mais oportuna (MELO, 2003, p. 144).

Dentro do terceiro motivo pelo qual uma coluna pode se manter ativa encontra-se a parte ‘*fashion*’ do colunismo, mais especificamente da estereotipagem, mostrando, talvez como exemplo, ou como modelo, um personagem e seu comportamento.

Alimentando a vaidade das pessoas importantes (do mundo da arte, do espetáculo e da política), o colunismo oferece ao mesmo tempo “modelos” de comportamento. Estimula o modismo, incrementa o consumo, alimenta a esperança dos que pretendem ingressar no “paraíso burguês” (MELO, 2003, p. 144)

É de extrema importância considerar que, além do que foi apontado, a coluna tem outras ‘funções’, visto que a ‘cobertura’ dos colunistas, que no passado destinava-se apenas às personalidades, hoje abrange as mais diversas áreas. Melo (2003) afirma que “o campo do colunismo não se restringe apenas ao das bonecas e deslumbradas, envolvendo os principais setores de atividade de um país” (p. 146). Num outro ângulo, o autor faz alguns apontamentos que remetem à trajetória de colunista, de Ibrahim Sued.

Ibrahim Sued teve muita consciência do poder que adquiriu o colunista na sociedade. “Creio, sinceramente, que minha coluna (social) tem contribuído muito para o país. Lancei muita gente, tanto no *society* como nos esportes e corrigi erros na administração. Meu balanço será, por certo, mais positivo que negativo”. Exatamente por essa polarização de poder que adquire, o colunista extrapola a sua atuação profissional como jornalista (MELO, 2003, p. 146)

Ser colunista, sob essa ótica, significa ser mais do que só jornalista. Amaral (1969) afirma que o colunismo, como um ‘bônus’ do jornalismo, tem em seu conceito e função fundados sobre a lógica de funcionar como opinião, trazer informação e propor interpretação.

Em que pese toda uma série de acusações sobre o *colunismo* e os colunistas, o fato é que há profissionais de excelente qualidade assinando *colunas* nos jornais brasileiros, sobretudo bem informados e capazes de oferecer ao público coisas mais interessantes que todo o resto do jornal. [...] O motivo desse prestígio é que a *coluna* não é o resumo dos principais acontecimentos do dia, mas “a explicação íntima

desses fatos, o dado que faltou ao grande noticiário e que não chegou ao conhecimento do público, o lado pitoresco do acontecimento, o detalhe curioso, a história particular de cada decisão” (AMARAL, 1969, p. 156).

Dessa forma, há uma certa ‘concorrência’ entre o colunista e o repórter. Isso se deve ao fato do dinamismo dos acontecimentos, e dos limites de cada profissional, dentro das categorias que atuam. É importante considerar um fato que Melo (2003) traz sobre o jornalista que é colunista, sobre a importância que a tarefa de ser colunista agrega a seu nome.

No jornalismo norte-americano, os grandes colunistas deixaram de ser profissionais assalariados por uma determinada empresa e criaram seus próprios escritórios de informação (espécies de agências noticiosas de futilidades), que vendem as colunas para jornais e revistas de diferentes cidades e regiões, onde são produzidos simultaneamente (MELO, 2003, p. 145-146).

Por fim, é importante compreender que, conforme já foi apontado, existem colunas que tratam dos mais variados assuntos, com a maneira de cada colunista estruturar e apresentar seu material. Na imprensa brasileira, conforme Melo (2003), os tipos de colunas mais comuns são a coluna social, coluna política, coluna econômica, coluna policial, coluna esportiva, coluna de livros, coluna de cinema, coluna de televisão, coluna de música, etc. Na continuação destes tipos, pode-se citar a coluna agropecuária, que se baseia na apresentação de informações, análises e proposições sobre o meio rural, a produção agropecuária e o agronegócio. Esta, por sua vez, é o objeto desta pesquisa, e por fazer parte de um jornal que circula numa região onde o agronegócio baliza a economia, principalmente, adquire importância e notoriedade.

Após esse conjunto de ideias, conceitos discutidos, conteúdos inter-relacionados e conexões estabelecidas, pode ser concluído que, inclusive por defesa e definição de autores importantes, que a presença da opinião é de extrema importância dentro do jornalismo. Ainda, nessa lógica, é possível afirmar, à partir daquilo que foi trabalhado, com base em conceitos e autores relevantes, que a coluna, apesar de apresentar um hibridismo, mas ser definido como um importante formato dentro do gênero opinativo, pelo espaço que constitui e representa para a expressão da opinião no jornalismo.

Portanto, todo o jogo de ideias, conceitos e interpretações propostos nesse capítulo, tem, como função e objetivo, resultar numa síntese de conceitos, com base em perspectivas de

múltiplos autores, com a lógica de criar um debate importante, não apenas para esta pesquisa, mas também como uma agregação de conhecimentos sobre tais assuntos, podendo ter importância para o meio acadêmico, como um todo.

Torna-se conveniente, e talvez mais do que isso, necessária a discussão sobre o ‘fazer jornalístico’, sobre o processo de transformação de acontecimentos sociais, cotidianos, em fatos retratados e apresentados pelos meios de comunicação. Abre-se, portanto, um espaço para a discussão sobre o ‘tipo’ de fatos a serem retratados, que serão ‘escolhidos’ através de determinados critérios presentes no ‘fazer’ jornalístico. Como conceitos específicos para essa afirmação, na ordem inversa, serão tratados os conceitos de *newsmaking*, critérios de noticiabilidade e valores-notícia.

## 2. NEWSMAKING

*Newsmaking*, ou ‘fazendo notícia’, maneira pela qual pode ser chamada, numa tradução direta do inglês, é uma teoria do jornalismo que propõe pensar sobre o funcionamento do jornalismo como um sistema produtor de informações. Tal presunção remete ao processo jornalístico de produção de informações em fluxo de grande intensidade partindo da premissa de que a atividade jornalística se assemelha à atividade de uma empresa, de qualquer ramo, interessada em produzir determinados produtos. É importante trabalhar a temática do *newsmaking* especialmente para compreender como se dá o processo de escolha dos fatos sociais que serão trabalhados pelo jornalista, transformados em informações e difundidos pelos meios de comunicação.

Nas etapas de processamento de fatos sociais para que se convertam em informações a serem difundidas para o público, diversos fatores influenciam, seja na escolha de um assunto entre tantos, seja no enfoque que será dado. Afinal, não há espaço suficiente na imprensa para que todos os fatos sociais sejam veiculados, e o profissional vê-se sempre diante de um emaranhado de acontecimentos com o dever de selecionar apenas alguns. Fernandes (2011) apresenta o conceito de *newsmaking* com as seguintes atribuições:

[...] o *newsmaking* vem mostrar a importância da cultura profissional dos jornalistas e da organização do trabalho e dos processos produtivos. Sendo o objectivo dos órgãos de informação relatar acontecimentos significativos e interessantes, o que parece ser um objectivo simples necessita de uma explicação extremamente complexa. É de entre um extenso número acontecimentos, que decorrem a cada dia na nossa sociedade, que os órgãos de informação vão seleccionar aquilo que é passível de ser noticiável (FERNANDES, 2011, p. 11).

Conforme Hohlfeldt (2001), a hipótese do *newsmaking* tem, em diversos aspectos, uma relação afinada com a ‘sociologia das profissões’, que contempla os estudos acerca da cultura e produção profissional, com um direcionamento quase exclusivo ao jornalismo, enquanto refere-se muito pouco ao conceito mais amplo, que é a comunicação, como um todo.

A hipótese do *newsmaking* dá especial ênfase à produção de informações, ou melhor, à potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia. Deste modo, é especialmente sobre o emissor, no caso o profissional da informação, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e sua narratividade, que é a notícia, que está centrada a atenção destes estudos, que incluem sobretudo o relacionamento entre fontes primeiras e jornalistas, bem como as diferentes etapas da produção informacional, seja ao nível da captação da informação, seja em seu tratamento e edição e, enfim, em sua distribuição (HOHLFELDT, 2001, p. 203-204)

Nesse sentido, compreender o *newsmaking* significa entender como se dá a construção da informação como fenômeno social. O jornalismo, de acordo com Pena (2005), não tem como apresentar todos os fatos, de forma completa, com todos os detalhes. Assim, de acordo com o autor, é deixada de lado a utopia de agir com absoluta fidelidade à verdade e, por isso, o jornalismo constitui sua produção com recortes que visam, não contar, mas contribuir na ‘construção da realidade’.

O jornalismo está longe de ser o espelho do real. É antes a construção social de uma suposta realidade. Dessa forma, é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la (PENA, 2005, p. 128).

Não há, de acordo com Wolf (2006), a possibilidade de os acontecimentos serem integralmente retratados. O processo de redução dos fatos, conforme o autor, tem relação com “a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos” (WOLF, 2006, p. 188). Ainda, metaforizando para explicar os fatores de redução dos fatos e utilizando apontamentos feitos por Tuchman (1977), Wolf aponta que

O objetivo de selecionar tornou-se mais difícil devido a uma característica posterior dos acontecimentos. Cada um deles pode exigir ser único, fruto de uma conjunção específica de forças sociais, econômicas, políticas e psicológicas que transformaram um acontecimento ‘neste acontecimento particular’ [...]. Do ponto de vista do órgão de informação, é impossível aceitar essa pretensão quanto a todos os acontecimentos. Como qualquer outra organização complexa, um meio de informação não pode trabalhar sobre fenômenos idiossincráticos. Tem de reduzir todos os fenômenos a classificações elaboradas propositadamente, como os hospitais que ‘reduzem’ cada doente a um conjunto de sintomas e de doenças (TUCHMAN, 1977 apud WOLF, 2006, p. 189).

Nesse sentido, é possível afirmar que a ‘verdade sabida’ não é única nem universal. A verdade, para muitas pessoas que não presenciam os fatos, é construída através do jornalismo, que seleciona fragmentos e versões de um fato, edita, faz as adequações necessárias, molda o material, e veicula, divulga, difunde através dos meios.

De acordo com Martino (2010), são várias as explicações que tentam apresentar uma visão compreensível sobre as transformações de um fato, desde o instante em que acontece, até o momento em que é veiculado.

A principal ideia desses estudos (sobre o *newsmaking*) é de que os meios de comunicação retratam os eventos reais de acordo com suas próprias práticas, códigos e modelos. Como resultado, o que é impresso ou transmitido não é mais o evento real, mas um novo, adaptado pela mídia para suprir suas próprias necessidades. Assim, vivemos em dois mundos – o mundo real e o mundo da mídia. A fronteira entre eles não é fácil de identificar: a maneira como a mídia apresenta um evento tende a torná-lo “real” para um grande número de pessoas (MARTINO, 2010, p. 33).

A maneira como é feito o relato de uma história dá certo sentido à esta, além do que, vai acabar alinhando o público para compreendê-la de determinada forma. O jornalista, ao escolher determinados pontos em um fato para informar, acaba por mudar a maneira como o público entende essa história. Assim, a convenção daquela verdade para o público atingido tem grande potencial para ser com base aquilo que os meios de comunicação apresentaram, visto que os ‘*mass media*’ têm potencial para atingir -e influenciar- um público muito maior do que o provável grupo de indivíduos que presenciou o fato, o acontecimento. Nessa lógica, é possível afirmar que o público constitui seu conhecimento sobre os fenômenos sociais muito mais com base naquilo que o jornalismo conta, através dos canais de comunicação, do que pela experiência de presenciar o acontecimento no local e na hora em que ele acontece.

O ‘fazer’ jornalístico, portanto, é um processo que se constitui de forma não tão simples. É, na verdade, algo que é concebido, na maneira como já foi abordado, como um mediador entre os acontecimentos e a sociedade, como um contador de histórias, tais histórias que passam a fazer parte da realidade.

A discussão conceitual sobre o *newsmaking*, proposta e esquematizada nesse capítulo, visa tentar perceber e fazer perceber como se dá o trabalho e a função profissional do jornalista na tarefa da transformação de acontecimentos em informações, o que abrange um conjunto de tarefas. A busca pela compreensão e interpretação do conjunto de ideias,

conceitos e afirmações, embasadas em autores de grande respaldo, resultou num complexo de conteúdos indissociáveis, interligados com interpretações e argumentos constituídos pelo autor dessa pesquisa, com base no próprio conteúdo. A importância do estudo sobre *newsmaking* foi compreendida sob a ótica de que o jornalismo é um sistema ou processo de transformação ‘industrial’ de acontecimentos em informações.

Na sociedade, a todo o tempo, vêm ocorrendo fatos. Mas, os veículos de comunicação têm limitações, se tornando assim, incapazes de mediatizar todos os acontecimentos. Para selecionar os fatos que serão mediatizados, bem como o espaço que o ‘retrato’ daquele acontecimento vai ocupar, os pontos que merecem ênfase e a conotação que deve ser dada ao material, é necessário adotar conceitos, regras e categorias. Esse conjunto de fatores visa contribuir na definição daquilo que possui maior importância e relevância. Para essa tarefa, há um conjunto de critérios que funciona na definição de quais fatos, dentre uma infinidade de acontecimentos, serão retratados pelo jornalismo. São os chamados ‘critérios de noticiabilidade’.

## **2.1. Critérios de Noticiabilidade**

Temos muitos acontecimentos, e um espaço limitado, incapaz de acolher tudo como informação. Temos a característica de que todos os fatos são únicos, mas não há como retratar todos, e por isso são buscadas, nos detalhes, as especificidades e individualidades de cada um, o diferenciado, o que faz aquele fato ser parecido, mas com uma importância e necessidade de abordagem além dos demais. Mas, afinal, qual é o método de busca desses fatores que podem definir o que será veiculado? Que fatores são esses?

Para cumprir a principal atribuição do jornalismo, que é informar, se torna necessária a compreensão de alguns fatores, que tem a capacidade de definir a importância de um fato não através de uma simples observação, mas através de um conjunto de critérios. A esse conjunto de critérios alguns autores denominam critérios de noticiabilidade.

Silva (2005) traz uma definição de noticiabilidade, acompanhada das questões que implicam na importância e necessidade da compreensão desse conceito, que se configura como um conjunto de ações. A autora trata sempre de noticiabilidade como fator de influência no processo de produção de notícias.

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (*newsworthiness*) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2005, p. 96).

Têm-se aqui uma série de elementos apresentados pela autora, referentes à noticiabilidade. Em síntese, podem ser definidos como: a) Fatores ligados ao fato; b) Fatores ligado ao profissional; c) Fatores ligados à categoria; d) Fatores ligados à empresa; e) Fatores éticos/históricos/sociais.

Numa primeira, e talvez a principal análise, pode ser compreendido o conjunto de valores e princípios que tem relação com o fato – os ‘valores-notícia’. Sobre isso, por exemplo, um fato sempre transmite sempre alguma ‘sensação’, alguma carga de valor, ou tem referência a algum fator da sociedade.

Considerando a atuação profissional do jornalista, numa empreitada para escolher quais fatos terão espaço nos meios de comunicação, é importante compreender que, apesar de uma formação profissional, alguns fatores pessoais do jornalista acabam por também influenciar na escolha dos fatos que terão espaço nos meios.

Dentro da categoria dos jornalistas, além das condições pessoais do jornalista, a categoria, como um todo, influencia seus integrantes, seus ‘pares’. Há um certo ‘senso comum’ dentro dessa categoria, alguns vícios, o que vai desde de da escolha do fato a ser retratado, até a maneira pela qual é retratado.

Em relação a empresa, pode ser considerado todo o suporte que a empresa possui, número de equipes, facilidade (ou não) de deslocamento para fenômenos distantes, geograficamente, dentre outros. Há também a questão da direção da empresa, que pode não aceitar determinados assuntos ou fontes, por exemplo.

Para finalizar o conjunto de fatores, tratando de questões éticas, históricas e sociais, pode ter-se como exemplo a quase unanimidade em não retratar, nos veículos de comunicação, o assunto ‘suicídio’. Trata-se de um tratado ético, coletivo, consensual. Também, como um outro exemplo, não se torna tão atraente retratar pessoas mortas em uma guerra, ou os horrores de uma guerra, por um fator sócio-histórico.

Constituído como um conjunto amplo e complexo de conceitos, fatores e filtros, convencionados e objetivados a capacitar e delimitar o que tem possibilidade e condições para

ser informado, numa relação entre os inúmeros acontecimentos sociais e o limitado espaço dos veículos de comunicação, a noticiabilidade é um dos mais importantes fatores que definem, inclusive, o perfil de um jornalista com base naquilo que percebe e considera. É um conjunto de ‘requisitos’ ou ‘exigências’. Conforme Hohlfeldt (2001), a noticiabilidade é o principal fator que define a ‘história’ contada pelo jornalista.

A noticiabilidade é um conjunto de regras práticas que abrange um corpus de conhecimento profissional que, implícita e explicitamente, justifica os procedimentos operacionais e editoriais dos órgãos de comunicação em sua transformação dos acontecimentos em narrativas jornalísticas. Reúne o conjunto de qualidades dos acontecimentos que permitem uma construção narrativa jornalística e que os recomendam enquanto informação jornalística (HOHLFELDT, 2001, p. 203-204).

Apesar de parecer um fator simples, a noticiabilidade é um complexo, com subdivisões, que podem avaliar a ‘importância’ de abordar determinado assunto em diferentes etapas. No ambiente das redações, conforme Correia (1997), a escolha de um fato entre os diversos possíveis que se ligam a um assunto ou editoria, é um processo amplo, onde diversos fatores se encontram. Para o autor, “a criação das notícias é sempre uma interação de repórter, diretor, editor, constrangimentos da organização da sala de redação, necessidade de manter os laços com as fontes, os desejos da audiência, as poderosas convenções culturais e literárias dentro das quais os jornalistas frequentemente operam” (CORREIA, 1997, p. 133).

De acordo com os fatores já apontados, Pena (2005) define, resumidamente, a noticiabilidade como “um conjunto de critério, operações e instrumentos” (PENA, 2005, p. 130).

As diferentes perspectivas teóricas trazidas para dentro desse trecho da pesquisa, ao abordar a temática dos critérios de noticiabilidade, visam buscar a compreensão sobre o conjunto de ‘barreiras’ ou a ‘burocracia de seleção’ dos fatos sociais a serem transformados em informações. Conforme baseiam-se, quase unanimemente, as afirmações sobre esse assunto remetem ao conceito como o conjunto de regras práticas pelas quais os jornalistas delimitam os assuntos ou os fatos que serão transformados em informações.

Dessa forma, é importante considerar, após tratar dos fatores, ou conjuntos de fatores que compõem a noticiabilidade, determinando quais fatos podem se tornar conteúdo e material para os veículos de comunicação, há um conjunto que, em especial, pode ser percebido no material finalizado. Trata-se do conjunto de ‘valores-notícia’.

### 2.1.1. Valores-Notícia

Cada fato social apresenta um indicador, um elemento ou característica que contribui na tarefa de mensurar sua importância, relevância, impacto ou potencial de produzir resultados. Se torna importante compreender que, apesar de a noticiabilidade de determinado fato ou fenômeno ser um conjunto de diversos fatores, que abrangem desde questões pessoais ou fatores profissionais do jornalista, até recursos do veículo de comunicação e também a aceitação ou resistência da sociedade, os valores-notícia podem ser considerados, talvez, como o conjunto de elementos que mais possui influência para determinar quais fatos serão selecionados para serem retratados. Conforme Hohlfeldt (2001), tais valores-notícia detêm autoridade, cumprindo importante tarefa dentro do complexo conjunto da noticiabilidade.

A noticiabilidade está regada por valores-notícia, conjunto de elementos e princípios através dos quais os acontecimentos são avaliados pelos meios de comunicação de massa e seus profissionais em suas potencialidades de produção de resultados e novos eventos, se transformados em notícia. Os valores-notícia (*news value*) não podem nem devem ser analisados isoladamente. Na verdade, eles se combinam sempre enquanto infinitos compostos, só verificáveis após sua concretização, ou seja, apenas depois que um evento se tornou notícia, de modo retroativo, pode-se analisar a narrativa e reconstruir os valores que influíram na decisão de torna-lo enquanto tal, a partir do acontecimento público (HOHLFELDT, 2001, p. 203-204).

Os valores-notícia, portanto, são características do próprio acontecimento, mas que podem ser percebidas no produto final. Conforme aponta Silva (2005), os valores-notícia mantêm um certo grau de ‘dominação’ sobre os demais critérios de noticiabilidade. É possível exemplificar isso da seguinte forma: é possível que determinado fato contrarie um fator pessoal do jornalista, que esteja fora dos padrões que a linha editorial do veículo se dispõe a atender, ou até mesmo contrarie alguns parâmetros e comportamentos da sociedade. Mas se o fato tem um valor-notícia interessante, com potencial para ter um bom resultado, um bom retorno, haverá um forte indicativo, que pode fazer com que o jornalista e o veículo de comunicação, ambos profissionalmente, compreendam a importância de informar algo.

Agindo assim, desconsiderarão os demais fatores, optando por manter o foco no valor-notícia, e veiculando determinado fato como informação. Wolf (2006) afirma que os valores-notícia “constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem

transformados em notícia?” (p.195). Com base nisso, é possível afirmar que os valores-notícia mantêm presença e são perceptíveis desde da origem dos fatos, do acontecimento, em si. Conforme Golding & Elliott, os valores-notícia influenciam em todo o processo de construção da informação, desde de o primeiro contato com o acontecimento, até o resultado final.

Os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais. [...] os valores-notícia estão continuamente presentes nas interações quotidianas dos jornalistas na sua cooperação profissional. Mas, mais ainda, constituem referências, claras e disponíveis, a conhecimentos partilhados sobre a natureza e o objeto das notícias (GOLDING & ELLIOTT, apud WOLF 2006, p. 196).

Os valores-notícia, portanto, possuem um certo ‘poder’ de influenciar, intervir e também ‘provocar’ os demais critérios de noticiabilidade, visto que tais valores não são efêmeros, e não se desligam do processo em momento algum. Afinal, são características do fato que podem ser percebidas e identificadas no produto final, o que faz perceber a continuidade de seu processo de ‘intervenções’. As informações, que numa perspectiva ‘construtivista’ podem ser consideradas como ‘fragmentos que constroem uma realidade social’ para quem as recebe, só funcionam dessa forma porque estão carregadas e sob influência de valores-notícia. Conforme Fernandes (2011), na estrutura das redações, bem como no conjunto de critérios de noticiabilidade, os valores-notícia deixam de ser meros coadjuvantes, e passam a se constituir como regra para os processos de produção.

Os valores notícia acabam por ser regras que definem os processos de uma redacção, as linhas a seguir nos mesmos. Eles acabam por ser qualidades dos acontecimentos ou da produção jornalística, através dos quais se percebe que tipo de informação pode ou não ser incluído no produto informativo. Deste modo os valores notícia acabam por facilitar e tornar rotineiro o trabalho jornalístico (FERNANDES, 2011, p. 12).

Dessa forma, compreendendo a lógica de funcionamento dos valores-notícia como ‘preconizadores’ da construção de um acontecimento em determinado veículo de comunicação. Wolf (2006) organiza uma estrutura e subdivide os valores notícias de acordo com dois aspectos de sua funcionalidade: primeiro, como características do acontecimento, sobre as quais o profissional pode perceber e compreender a ‘importância’ e ‘relevância’ do

acontecimento, sendo que “esses valores funcionam, na prática, de uma forma complementar. Na seleção dos acontecimentos a transformar em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente, em pacotes: são as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores-notícia, que recomendam a seleção dos fatos” (WOLF, 2006, p. 195-196).

Por outro ângulo, o autor reforça a ideia, já apresentada, de que a ‘atividade’ dos valores-notícia não se resume apenas ao fato original, nem finda na sua seleção. Conforme apontado pelo autor, “um segundo aspecto geral é que os valores-notícia são critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção; isto é, não estão presentes apenas na seleção das notícias, participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente (WOLF, 2006, p. 196)

O dinamismo dos valores-notícia vai além do fato de balizar todo o processo de seleção e de construção da informação, e de apresentarem-se no produto finalizado. O caráter dinâmico refere-se também à uma questão complexa que Wolf (2006) apresenta.

[...] caráter dinâmico dos valores-notícia: mudam no tempo e, embora revelem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional – para lá de divisões ideológicas, de geração, de meio de expressão, etc. -, não permanecem sempre os mesmos. [...] assuntos que, há alguns anos, simplesmente não existiam, constituem actualmente, de uma forma geral, notícia, demonstrando a extensão gradual do número e do tipo de temas considerados noticiáveis (WOLF, 2006, p. 198).

Ainda, referindo-se à ‘mutabilidade’ dos valores-notícia, o autor aponta para a especialização temática que, em determinados espaços, ou até mesmo em determinadas épocas os veículos de comunicação utilizam. Conforme Wolf (2006), “alguns deles impuseram-se ao ponto determinarem uma cobertura específica, sob a forma de rubricas, pareceres de especialistas, separatas especiais, etc. (p. 198).

Num outro ângulo, o autor apresenta a questão da cobertura dos *mass media* aos movimentos sociais, os que ultrapassam os limites do movimento propriamente político, partidário e ideológico. Tais movimentos tem feito ser percebida a significação e relevância, por irem de encontro às exigências da ‘massa’ e dos ‘meios de comunicação de massas’. Assim, estabelece-se uma relação entre as estratégias adotadas pelo movimento para serem percebidos, e os valores-notícia aplicados pelos veículos de comunicação.

À medida que a integração, à nível de noticiabilidade, prossegue, os *mass media* são estruturalmente levados a falar desses movimentos e a difundir a sua imagem, ou seja, a sua importância e o seu papel aumentam, acelerando-se, ao mesmo tempo, a sua marcha para a institucionalização. Por conseguinte, esses movimentos acabam por se tornar fontes estáveis (e já não ocasionais e controversas) dos órgãos de informação (WOLF, 2006, p. 199).

Por fim, conclui-se com base naquilo já apresentado pelo autor que, em cada nova área, setor, tema ou novo tipo de fenómeno que surge, há um ‘espaço’ para encaixe nos valores-notícia. Em especial, para esta pesquisa, faz-se, de fundamental importância compreender, conforme Wolf (2006) que “a espacialização temática constitui um índice significativo de modo como os valores-notícia se traduzem em práticas organizativas (p. 199).

Há, a partir dessa afirmação, a necessidade de compreender que um tema está diretamente ligado a um valor-notícia, ou até mesmo a um conjunto de tais, o que vai de encontro com Bond, que afirma que “às vezes, a matéria conterá diversos destes elementos provocadores de interesse, outras vezes, apenas um” (BOND apud SILVA, 2005, p. 101).

De forma simples e sintética, os valores-notícia, conforme conceituações e ideias abordados, discutidos e inter-relacionados durante esse trecho do texto, que embasa bibliograficamente tal conceito, é possível afirmar que cada acontecimento, cada fato ocorrido, cada ‘coisa’ carrega um significado, um sentido, um ‘sentimento’, e isso se torna, conforme uma possível interpretação, um delimitador da importância de tal fenómeno. Além de serem percebidos nos fatos, os valores-notícia influenciam no processo de construção da informação e podem ser percebidos/identificados no material finalizado.

Retornando um pouco nesse texto, uma interpretação, de acordo com Wolf (2006), pode resultar na hipótese de que, com um jornalismo cada vez mais especializado, considerando a segmentação do público, apresente um conjunto ‘exclusivo’ de valores-notícia, em cada área. Conforme trata o próximo capítulo, o jornalismo agropecuário é uma área do jornalismo direcionada a abordar, com preferência e quase exclusividade, temas ligados ao meio rural. É, dessa forma, um jornalismo especializado, e, à partir daquilo que foi apresentado, com ênfase maior por Wolf (2006), é provável que existam determinados valores, ou núcleos de valores-notícia que sejam, em maior escala identificados.

### 3. JORNALISMO AGROPECUÁRIO

O jornalismo agropecuário, que também pode ser chamado de jornalismo do agronegócio, classifica-se como jornalismo especializado em informações e processos de comunicação, direta ou indiretamente ligados ao meio rural, seja, por exemplo, divulgando inovações importantes para o meio rural, seja divulgando os fenômenos ocorridos no meio rural para a sociedade, de maneira geral. É tido comumente que o jornalista que aborda pautas ligadas ao meio rural seja, de alguma forma, especialista na área, tenha ele surgido do meio rural para o jornalismo, tenha ele longa experiência nas pautas agrícolas. Conforme Abiahy (2000), há uma certa segmentação na produção jornalística que, aliada a uma audiência fragmentada, constituem um duplo fator que cria o espaço para o jornalismo especializado.

A formação profissional dos jornalistas valoriza a aquisição de básicos conhecimentos gerais, postura esta que não entra em consonância com a tendência atual. Afinal, para elaborar matérias jornalísticas especializadas, para as editorias de política e economia, por exemplo, exige-se proximidade com a temática trabalhada. Outro ponto de análise é acerca da função do jornalismo de selecionar e organizar o material informativo, por conseguinte, hierarquizar as informações. Ao abordar temas antes não enfocados, a mídia colabora para que estes passem a adquirir importância, então, a hierarquização passa a ser mais flexível. Esta maior pluralidade de temáticas deve-se não só à especialização jornalística, mas também a própria multiplicação das mídias (ABIAHY, 2000, p. 02).

No âmbito da agropecuária/agronegócio, o jornalismo vem se destacando na especialização profissional. Mais do que nunca, no mundo como um todo, mas com um olhar voltado para o Brasil e, mais especialmente, para o Rio Grande do Sul, está sendo percebida a importância do meio rural na produção de alimentos, e também, a produção agropecuária como um potente fenômeno econômico, pelo viés principal da exportação, que faz a economia girar, que agrega valor ao PIB do país. Conforme Miranda (2013), o país se posiciona com importância em relação aos tempos atuais, e mesmo assim com enormes desafios que se projetam para o futuro.

O total da produção brasileira de alimentos de origem vegetal e animal, é hoje suficiente para suprir a necessidade básica de alimentação não só de brasileiros, mas de 1 bilhão de pessoas. Não é pouco. Mas é pouco. Em face do desafio da demanda mundial, a liderança da agricultura do Brasil não será apenas o resultado de grandes

produções, e sim da rentabilidade e competitividade. Não basta produzir. É preciso ser competitivo em preço e qualidade, e essa competitividade resultará de sistemas de produção mais eficientes, sustentáveis e diversificados (MIRANDA, 2013, p. 35).

Baseado nessa importante fase que vive o meio rural, vem crescendo a demanda e a disposição de informações especializadas nesta área. O jornalismo tem, embora que lentamente, compreendido, correspondido e aperfeiçoado suas práticas de tratamento das informações. Hoje, o jornalismo agropecuário não tende mais a olhar apenas para o produtor rural, mas também tem a tarefa de apresentar para a sociedade, como um todo, o que é e o que acontece no meio rural. Conforme Ferreira e Silva (2012), o jornalismo agropecuário “mais do que ocupar, hoje, um espaço repleto de oportunidades em vários meios de comunicação, visa principalmente atualizar o produtor rural e o leitor em geral da importância deste setor para o rumo econômico e social do país” (FERREIRA; SILVA, 2012, p. 01).

Ainda, conforme as autoras, a mudança no público para o jornalismo agropecuário abriu um excelente espaço para o jornalismo agropecuário, que tem a tarefa de estar sempre se adequando ao dinamismo de seu público.

O jornalismo especializado no agronegócio está cada vez mais modificando o cenário da comunicação nacional. Antes, somente aqueles que se consideravam produtores rurais eram informados por este campo da comunicação. Porém, o agronegócio foi ganhando espaço e este jornalismo começou a acolher todos os públicos com uma linguagem fácil, que se juntou a um entretenimento leve. Temos, então, um novo leitor, não mais considerado ignorante e com poucas informações. O produtor rural não é mais visto como um caipira que desconhece os meios tecnológicos e não entende a relativa importância das mídias. Este caipira da zona rural se tornou um grande empresário gerenciador de um dos grandes capitais econômicos do país (FERREIRA; SILVA, 2012, p. 03).

Assim sendo, o jornalismo agropecuário é o grande responsável por contar as novidades para o meio rural, bem como, contar as histórias do meio rural para os demais públicos. Agrega-se ao jornalismo agropecuário, a importância e a ação do próprio agronegócio, que cada vez mais vem ocupando seus espaços, seja no contexto social ou econômico do país.

### 3.1. O jornalismo agropecuário no jornal Zero Hora e na coluna Campo Aberto

Cada vez mais, o meio rural ocupa espaço no contexto socioeconômico. Conseqüentemente, o meio rural, a produção agropecuária e o agronegócio têm se tornado um importante e valioso material jornalístico, ganhando espaço nas páginas do jornal Zero Hora. No jornal, circula, de segunda a sexta, uma coluna direcionada exclusivamente para assuntos do meio rural, ou que tem ligação com este. A coluna Campo Aberto constitui, desta forma, um espaço diário onde circulam as principais informações sobre esse universo

De forma introdutória, é importante a apresentação do jornal Zero Hora, bem como da presença do jornalismo agropecuário, contido na editoria Campo & Lavoura, o que abrange também a coluna Campo Aberto.

O jornal Zero Hora, também conhecido como ZH, foi fundado em 04 de maio de 1964 pelo jornalista Ary de Carvalho (RBS, 2007). Um ano após sua fundação, veio a primeira mudança significativa: surgiu o ‘Caderno 2’, que era voltado para assuntos de lazer e variedades. Em 1966, é dado início a uma parceria, uma integração maior entre o jornal e a TV Gaúcha e Rádio Gaúcha, ambos veículos do Grupo RBS.

No ano de 1970, o jornal, oficialmente, passou a fazer parte do Grupo RBS, que adquiriu todas as ações do periódico (RBS, 2007). A partir de 1975, o jornal passou a circular por todos os municípios do estado, sendo que, em 1984, foi o 5º jornal mais lido do país, com cerca de 3 milhões de exemplares vendidos mensalmente. De acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ), em 2015 o jornal Zero Hora, 5º maior jornal em circulação, no Brasil, atingiu a média mensal de mais de 144 mil exemplares (ANJ, 2015). Circulando na versão impressa e digital, em fevereiro de 2016, o jornal subiu para a 4ª posição nacional, em nível de circulação, com mais de 208 mil exemplares, na soma do digital mais impresso ([zh.clicrbs.com.br](http://zh.clicrbs.com.br)).

O encarte Campo e Lavoura, conforme Giaretta (2011), surgiu no ano de 1980. O caderno semanal, que atualmente circula na terça-feira, consiste em um suplemento informativo voltado para o agronegócio. Na época, o encarte foi compreendido com a função de suprir a demanda por informações sobre um campo com vasta influência no Rio Grande do Sul, o agronegócio. O encarte, assim, conseguiu ampliar o espaço do jornal no interior do estado, onde o setor agropecuário tem muita força e impacto. De acordo com o autor, “a medida visava a inserção social da população rural do Estado” (GIARETTA, 2011, p. 17).

Após mais de 30 anos de circulação do caderno Campo e Lavoura, durante uma reformulação gráfica e reestruturação do jornal Zero Hora, surgiu a coluna Campo Aberto. Foi

em março de 2013, durante a reformulação também do caderno Campo e Lavoura, que passaria a ter 8 páginas e circular na terça-feira, que foi percebida a necessidade de um suplemento que circulasse durante mais dias na semana. A coluna, objetivada a suprir essa necessidade, é veiculada de segunda à sexta-feira, e é assinada, desde sua criação, pela jornalista Gisele Loeblein. A coluna ocupa uma página inteira no jornal, apesar de não ter um número de página fixo.

Apesar de constituir-se como um espaço opinativo, a coluna segue a lógica do hibridismo de tal formato, apresenta um conjunto de informações, interpretando e propondo interpretações, além de emitir juízos e pontos de vista. Contemplando um grande número de assuntos ligados ao meio rural é, dessa forma, um espaço exclusivo para tópicos e informações que tratem do meio rural, e pode-se afirmar que é o espaço de referência para quem busca informações sobre o mundo agropecuário.

#### 4. METODOLOGIA DE PESQUISA

Na coluna Campo Aberto é possível encontrar os mais variados assuntos, ligados ao mundo agropecuário. A vastidão de tópicos vai desde de novas tecnologias de produção, problemas em sistemas produtivos, conflitos rurais, representatividade do mundo rural, dentre outros. Para essa pesquisa, serão analisadas todas as informações encontradas nas amostras selecionadas, independente do assunto ou da subárea em que estão englobadas.

Mas, diante de todo o conjunto de fatos que tem ligação com o meio rural, de acontecimentos cotidianos, em escala praticamente infinita, é importante questionar-se sobre algumas coisas: -Por que determinados assuntos e/ou determinadas informações são apresentadas pela coluna? –Quais atributos ou fatores possuem esses fatos ou informações, para serem credenciados como ‘noticiáveis’?

Para responder a essas perguntas, cada informação ou fato apresentada na coluna Campo Aberto será analisada individualmente. Será buscada, durante a análise, a identificação dos valores-notícia em cada informação, individualmente. Para embasar teoricamente a metodologia que será usada, é necessário tratar sobre a análise de conteúdo jornalístico.

A análise de conteúdo jornalístico pode ser utilizada para “detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramento e agendamentos” (HERSCOVITZ, 2007, p.123). Assim sendo, a análise de conteúdo se constitui como um importante fator que “ajuda-nos a entender um pouco mais sobre quem produz e quem recebe a notícia e também estabelecer alguns parâmetros culturais implícitos e a lógica organizacional por trás das mensagens” (SHOEMAKER; REESE apud HERSCOVITZ, 2007, p. 124).

Caracterizado como um método híbrido de análise, a análise de conteúdo pode se basear tanto em análise quantitativa, quanto numa análise qualitativa. A tendência atual é de que os dois métodos, qualitativo e quantitativo, sejam utilizados conjuntamente. A explicação para isso se baseia na ideia de que resultados de cada tipo de análise sejam entendidos no mesmo contexto. A atual tendência, pelo hibridismo na análise de conteúdo teria surgido a partir do momento em que foi percebido e identificado um fator referente a possibilidade de múltiplas significações e interpretações de uma mesma palavra ou texto. Esse fenômeno é denominado polissemia, e refere-se, basicamente, à significação que adquire um texto, de acordo com públicos receptor. Assim sendo, a análise de conteúdo tem a obrigação e necessidade de integrar a análise quantitativa, que refere-se àquilo que é visível, e qualitativa,

visando compreender o significado oculto, subentendido. Nessa perspectiva, Weber (1990) afirma que “a combinação operacional de aspectos quantitativos e qualitativos produz os melhores estudos de análise de conteúdo” (WEBER, 1990 apud HERSCOVITZ, 2007, p. 126). Ainda, a análise de conteúdo, de forma objetiva e simplificada, conforme Herscovitz (2007), é definida como

Método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer referências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. A identificação sistemática de tendências e representações obtém melhores resultados quando emprega ao mesmo tempo a análise quantitativa (contagem de frequência do conteúdo manifesto) e a análise qualitativa (avaliação do conteúdo latente a partir do sentido geral dos textos, do contexto onde aparece, dos meios que o veiculam e/ou dos públicos aos quais se destina). (HERSCOVITZ, 2007, p. 126).

O material a ser analisado foi coletado da edição impressa do jornal Zero Hora, e apresenta-se como 10 edições da coluna, que subdividirem-se em duas ‘semanas construídas’. Tem-se, portanto, duas amostragens, de diferentes períodos. A primeira amostragem, que conta com 5 colunas, uma de cada dia da semana, mas em semanas alternadas, abrange o período de 19 de outubro de 2015 a 20 de novembro de 2015. A segunda amostra, selecionada da mesma forma, abrange o período de 11 de abril de 2016 a 13 de maio de 2016. Assim sendo, as duas amostras possuem uma ampla abrangência cronológica, sendo que o início se dá sempre em um mês e finda no outro. Foi também respeitado um espaço cronológico de mais de 4 meses entre o final de uma amostra e o início da outra.

Numa forma simplificada de andamento do processo de análise, a identificação dos valores-notícia é o próximo passo desta pesquisa. Nessa parte da análise, será fragmentado todo o conteúdo da coluna e as informações serão divididas, usando como critério os valores-notícia correspondentes. Para a tarefa de identificação dos valores-notícia, dar-se-á o uso da tabela de valores-notícia proposta por Silva (2005). A tabela esquematizada (Tabela 1), que será apresentada na sequência, contempla a perspectiva de diversos autores tradicionais, trazendo um conjunto de 51 valores-notícia, distribuídos em 12 núcleos. Reconhecida por representar uma aglomeração de diferentes perspectivas, a tabela unifica as diferentes visões e classificações anteriores, propostos por diversos autores. A funcionalidade da tabela para esta análise situa-se, talvez, na distribuição dos valores-notícia por núcleos, pela organização que

representa, facilitando a identificação dos valores-notícia. Ainda, cabe ressaltar que a proposta da tabela visa oferecer uma listagem mais enxuta, que reúne valores-notícia sinônimos e destaca os atributos mais rotineiros.

Será sobre esta tabela que se dará toda a análise e identificação dos valores-notícia. Numa sequência à tal tarefa, o critério repetitividade implicará na interpretação do uso dos valores e do número de vezes que são identificados.

Por uma definição proposta por Franzon (2004), que foi pioneira na construção e uso desse padrão de tabela esquematizada, “o sentido de sistematizar os valores-notícia tendo como ponto de partida aqueles citados pelos autores estudados é o de facilitar a compreensão do assunto, além de propor uma listagem mais enxuta, reunindo valores-notícia sinônimos e destacar os atributos mais recorrentes do acontecimento noticiado” (FRANZON, 2004, p. 01).

<p><b>IMPACTO</b>  Número de pessoas envolvidas (no fato)  Número de pessoas afetadas (pelo fato)  Grandes quantias (dinheiro)</p>	<p><b>PROEMINÊNCIA</b>  Notoriedade  Celebridade  Posição hierárquica  Elite (indivíduo, instituição, país)  Sucesso / Herói</p>
<p><b>CONFLITO</b>  Guerra  Rivalidade  Disputa  Briga  Greve  Reivindicação</p>	<p><b>ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE</b>  Aventura  Divertimento  Esporte  Comemoração</p>
<p><b>POLÊMICA</b>  Controvérsia  Escândalo</p>	<p><b>CONHECIMENTO/CULTURA</b>  Descobertas  Invenções  Pesquisas  Progresso  Atividades e valores culturais  Religião</p>
<p><b>RARIDADE</b>  Incomum  Original  Inusitado</p>	<p><b>PROXIMIDADE</b>  Geográfica  Cultural</p>
<p><b>SURPRESA</b>  Inesperado</p>	<p><b>GOVERNO</b>  Interesse nacional  Decisões e medidas  Inaugurações  Eleições  Viagens  Pronunciamentos</p>
<p><b>TRAGÉDIA/DRAMA</b>  Catástrofe  Acidente  Risco de morte e Morte  Violência / Crime  Suspense  Emoção  Interesse humano</p>	<p><b>JUSTIÇA</b>  Julgamentos  Denúncias  Investigações  Apreensões  Decisões judiciais  Crimes</p>

Tabela 1. Proposta de sistematização e organização dos valores-notícia, apresentada por Silva (2005).

## 5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DA COLUNA CAMPO ABERTO

Para atingir o objetivo dessa pesquisa, que é identificar os valores-notícia presentes nas amostras da coluna Campo Aberto, parte-se para o resultado da análise das informações encontradas na coluna. Cada informação, cada pequeno bloco de texto encontrado na coluna foi analisado separadamente, até porque foi percebido que nem sempre há uma ‘conversa’, uma relação entre um e outro bloco de texto, considerado como pequenos núcleos ou conjuntos de informações. A análise se deu através da busca e identificação, nas amostras da coluna, dos valores-notícia, apresentados no esquema/conjunto, proposto por Silva (2005). Apesar de as informações, ou os pequenos blocos de texto terem sido analisados individualmente, foi adotado o método de considerar por exemplar da coluna.

A primeira amostra analisada constitui-se como semana construída, contemplando 5 edições da coluna, com abrangência do período de 19 de outubro (primeira edição) a 20 de novembro de 2015 (última edição). Nessa amostra, após a tarefa de identificação dos valores-notícia, foram possíveis alguns apontamentos e constatações, indicados abaixo.

O resultado da análise dessa amostra da coluna apontou que, de um total de **51** valores-notícia apresentados na tabela esquematizada, proposta por Silva (2005), e possíveis de serem encontrados em material jornalístico, foram identificados **25**. Dessa parcela de 25 valores-notícia encontrados, **notoriedade, proximidade geográfica, interesse nacional e suspense** foram os únicos valores identificados em todas as cinco edições da coluna que compõe a amostra. Apesar disso, no somatório total, considerando a repetitividade, foram identificados **105** vezes os valores-notícia em toda a amostra, e desse total, os valores-notícia encontrados com mais frequência são: **notoriedade** (20 vezes), **proximidade geográfica** (19 vezes) **interesse nacional** (8 vezes), **inesperado** (7 vezes), **suspense** (6 vezes).

O valor-notícia **notoriedade** diz respeito a um personagem ou outra coisa, podendo ser uma instituição, que é conhecido publicamente, que tem uma importância social ou uma certa ‘fama’ pelas ações nas quais se liga. Como exemplo de texto que se constituíram com esse valor-notícia temos, na primeira edição analisada, do dia 19 de outubro de 2015, o texto com o título ‘*Menos Crédito*’. Tal texto trata de restrições ao crédito em virtude da crise econômica, e, na percepção de valores-notícia adotada nessa análise, a notoriedade estaria presente pelo fato de o texto trazer o Banco Central como uma fonte oficial. Ainda, o texto traz a opinião do Deputado Federal Luis Carlos Heinze (PP-RS), sobre a dificuldade dos

produtores no acesso ao crédito, e uma análise sobre a oferta de crédito para os produtores, feita por Elmar Konrad, presidente da Comissão de Crédito da Farsul.

O valor-notícia **proximidade geográfica** se refere a locais próximos, o que, no caso da Coluna, foi interpretado como dentro dos limites geográficos do Rio Grande do Sul. Como um exemplo de texto que se constituiu com esse valor-notícia temos o texto ‘*Data e hora para sair*’, do dia 04 de novembro de 2015, que traz a informação sobre a saída do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) de três fazendas no estado, sendo, respectivamente, em São Lourenço do Sul, Santana do Livramento e Pelotas.

O valor-notícia **interesse nacional**, por sua vez, é extremamente delicado na abordagem, visto que muitas interpretações o incrustam de ideologia, e menosprezam o viés científico. Com a necessidade de situá-lo e argumenta-lo, Contrera (2015) argumenta que é possível definir interesse nacional como propósitos para a política externa de um país. Tal definição, no entanto, é ambígua, conforme o autor, “o interesse nacional tem sido usado como ferramenta analítica e como instrumento de ação política” (CONTRERA, 2015, p. 193). Dessa forma, os fenômenos internos que envolvem as práticas do Estado também podem ser considerados como ‘interesse nacional’. Tenha-se, como um exemplo claro de instrumento de ação política, as movimentações econômicas que podem impactar no PIB do país. Desta forma, a amostra do dia 19 de outubro de 2015, no texto ‘*Nigéria reabre porta para o arroz*’ elucida o valor-notícia interesse nacional ao tratar de uma relação comercial internacional, em que o Brasil convenceu os líderes nigerianos a voltarem a importar arroz brasileiro.

O valor-notícia **inesperado** faz referência a algo que não pode ser previsto ou que contrarie a previsão ou expectativa que havia. Tratando dos prejuízos do trigo, consolidados pela baixa produtividade, ‘muito abaixo da esperada’, um pequeno trecho da coluna, sem título, mas localizado no canto inferior esquerdo da edição do dia 20 de novembro de 2015 reflete com muita clareza o valor-notícia inesperado.

O valor notícia **suspense**, finalizando o quinteto dos valores notícia em maior escala identificados na primeira amostra analisada, pode ser definido como uma situação em que há um acontecimento com explicação, desfecho ou continuação sendo aguardados com uma certa impaciência ou inquietude. Na coluna do dia 12 de novembro de 2015, na parte central inferior da página, há uma informação sobre a realização de fiscalizações, por parte do Ministério Público do Trabalho, em frigoríficos do estado, apresentando o fato de que haveriam seis operações a serem realizadas daquela data até o natal (25 de dezembro de 2015).

Os cinco valores-notícia mais identificados na amostra, apresentados e exemplificados, quando considerados num conjunto, foram verificados um total de 60 vezes. Todos os 31 valores-notícia verificados formam um conjunto de valores identificados, ao total, 105 vezes. Num simples cálculo matemático, é possível obter o resultado de que os 5 valores que mais se repetem estão presentes em quase 60% de todo o conteúdo da coluna.

A segunda amostra constitui-se da mesma forma que a primeira, como semana construída, também contemplando 5 edições da coluna, mas com abrangência do período de 11 de abril à 13 de maio de 2016. Nesta amostra, apesar de um espaço de tempo de cerca de 4 meses, após o processo de análise e identificação dos valores-notícia, foram possíveis apontamentos e constatações, que apesar de muito semelhantes à amostra anterior, nesse momento não tem nenhuma ligação ou mistura/junção de fatores ou de dados.

Numa constatação inicial desta segunda amostra, de um total de **51** valores-notícia apresentados na tabela proposta por Silva (2005), foram identificados **26** nas colunas analisadas, o que representa pouco mais da metade, e também um a mais do que na amostra anterior. Dessa parcela de 26, **notoriedade, proximidade geográfica, interesse nacional e grandes quantias-dinheiro** foram os únicos valores-notícia identificados em todas as cinco edições da coluna que compõe a amostra. Ao total, considerando a repetitividade, foram identificados **97** vezes os valores-notícia, e desse total, alguns dos valores-notícia mais identificados são **notoriedade** (23 vezes), **proximidade geográfica** (12 vezes), **interesse nacional** (11 vezes), **grandes quantias-dinheiro** (7 vezes) e **reivindicação** (5 vezes)

Numa semelhança com a análise da amostra anterior, o valor-notícia **notoriedade**, tem relação com personagem, instituição ou outra coisa, que seja de conhecimento público e tenha importância social ou fama pela atuação. O texto '*Soja com embargo na Campanha*', do dia 11 de abril de 2016, traz bons exemplos para o valor-notícia notoriedade. Tratando de uma operação realizada pelo Ibama, já traz a própria instituição como exemplo. Ainda, há a presença do nome do chefe do escritório do Ibama, em Bagé, Rodrigo Dutra, além de uma análise de Eduardo Condorelli, assessor da Farsul.

Quanto a **proximidade geográfica**, propriamente dita como valor-notícia, tratando fenômenos locais, um exemplo está presente na edição do dia 19 de abril de 2016, no texto '*Crédito aos negócios*'. Tratando de uma feira de animais, na cidade de Santo Antonio da Patrulha, cidade gaúcha, está aí implícito o exemplo de tal valor-notícia.

O **interesse nacional**, conforme anteriormente conceituado, pode ser exemplificado citando um pequeno bloco, na parte central da margem inferior da coluna do dia 27 de abril

de 2016. Ao tratar do crescimento do PIB do agronegócio, a nível nacional, apresenta também o resultado que esse crescimento apresenta no cenário geral do Produto Interno Bruto.

O valor-notícia **grandes quantias-dinheiro** é praticamente autoexplicativo. Esse valor se refere a grandes valores, montantes de dinheiro, que, na maioria das vezes circulam nas cifras de milhões para mais, mas pequenos valores também podem representar uma grande quantia, dependendo da interpretação que é feita do contexto. Um exemplo da identificação desse valor-notícia está na edição do dia 05 de maio de 2016, no texto *‘Entre a técnica e a política no Plano Safra’*, que sinaliza para um pacote de R\$ 202,8 bilhões em crédito para os produtores rurais, dentre outros valores que são citados.

Por fim, o valor-notícia **reivindicação** refere-se a questões ligadas a busca pelos direitos, na cobrança dos deveres, na busca, da conquista de novos direitos. Na edição do dia 13 de maio de 2016, o movimento ‘grito da terra’ é apresentado no texto *‘O primeiro grito’*, como um ‘tradicional’ movimento organizado e fomentado por agricultores familiares que, nesse texto, reivindica a volta do Ministério do Desenvolvimento Agrário, que foi incorporado pelo Ministério do Desenvolvimento Social.

É importante dizer, após a apresentação as duas amostras, que foram identificados alguns valores-notícias ‘exclusivos’ em cada amostra. A primeira amostra possuía os valores-notícia **elite, invenções, pesquisas, incomum e proximidade cultural**, sendo que na segunda amostra não foram identificados tais valores. Não diferente disso, a segunda amostra trazia, com ‘exclusividade’ os valores-notícia **celebridade, posição hierárquica, rivalidade, esporte, denúncias e crimes**.

Existe, entre o resultado da análise das duas amostras, uma semelhança muito grande. Afinal, dos cinco principais valores-notícia de cada amostra, três se repetem em ambas as colunas, sendo **notoriedade, proximidade geográfica e interesse nacional**. Acreditou-se, num primeiro momento, na possibilidade de que tivesse ocorrido alguma distorção ou confusão na análise e interpretação. Entretanto, após reanalisar todo o material, foi, de fato, constatado, conforme aponta a análise, de que há um grupo pequeno de valores-notícia que dominam espaço e o conteúdo da coluna, ao menos é o que está sendo demonstrado nas amostras coletadas e analisadas.

Num terceiro cenário para a análise, a junção das duas amostras da coluna passou a representar um conjunto de 10 edições da coluna. Desta vez, de **51**, foram identificados **31** valores-notícia, ou seja, em torno de 60% dos valores-notícia apresentados na tabela esquematizada foram identificados, no mínimo uma vez, nas colunas analisadas. Ao todo, os valores-notícia foram identificados **202** vezes. **Notoriedade, proximidade geográfica e**

**interesse nacional**, por sua vez, são os únicos valores-notícia que foram identificados em todas as amostras da coluna. Repetindo-se inúmeras vezes, criam uma certa ‘dominação’, em comparação aos demais valores-notícia encontrados:

- notoriedade (43 vezes)
- proximidade geográfica (31 vezes)
- interesse nacional (19 vezes)

Esses três valores-notícia, sendo os mais usados, e que se mantêm preservados em todas as edições da coluna, equivalem a 46% no total de valores encontrados. São, ao total, 58 vezes em que aparecem os valores notoriedade, proximidade geográfica e interesse nacional.

Numa tentativa de interpretação sobre o resultado da análise da ‘grande amostra’, podem ser ligados diversos apontamentos, inclusive feitos na base bibliográfica desta pesquisa.

Num primeiro momento, com base nos três valores-notícia identificados mais vezes, que são **notoriedade** (43 vezes), **proximidade geográfica** (31 vezes) e **interesse nacional** (19 vezes), é possível traçar uma linha comparativa sobre os valores-notícia e o cenário atual do agronegócio no RS.

Há muito tempo o Rio Grande do Sul é considerado o ‘celeiro’ do Brasil, e se torna notório e reconhecido pela expressiva e diversificada produção agropecuária, o que configura um grau de importância do meio rural gaúcho em todo um contexto social e econômico, gaúcho, brasileiro e até mundial. Com isso, o estado possui instituições e personagens, ligados ao panorama do agronegócio, que constituem **notoriedade** com base na própria notoriedade do agronegócio. Com todo um complexo de processos produtivos na agropecuária, aliado à uma expressiva produtividade, o estado acaba se tornando um importante ente federativo. Ainda, considerando que o Brasil tem uma economia com um grau de dependência dos processos de exportação, sendo que entre os 10 produtos que o Brasil mais exporta, 8 estão na lista da produção agropecuária, o que cria, desse modo, um grau de importância para o Brasil, como um todo. Devido a esse grau de importância, muitos assuntos discutidos no estado criam uma expectativa a nível de Brasil, representam **interesse nacional**, não simplesmente como um interesse do governo, mas de Estado, como um todo. Por fim, apesar da importância do meio rural gaúcho ultrapassar fronteiras, criar todo um clima em níveis acima, não há ninguém que possa ter mais interesse, que esteja mais envolvido ou seja mais afetado pelo fenômeno ‘agronegócio’ do que quem está próximo deste grande ‘celeiro’. A **proximidade**

**geográfica** implica em ‘envolver’ as pessoas aos fatos, mostrando exatamente aquilo que acontece ‘por perto’.

Nesse sentido, acredita-se estar, empiricamente, juntando os principais tópicos sobre o cenário agropecuário do Rio Grande do Sul com os três principais valores-notícia encontrados na coluna Campo Aberto.

A análise trouxe também a percepção de que existem pontos de intersecção entre as teorias e autores abordados na construção da revisão bibliográfica, com as constatações que a própria pesquisa apresentou.

O ponto principal que liga a teoria à pesquisa está incrustado exatamente na relação entre o conceito de valores-notícia e de jornalismo agropecuário. Wolf (2006), sobre valores-notícia, aponta que “a especialização temática constitui um índice significativo de modo como os valores-notícia se traduzem em práticas organizativas (p.199). Numa interpretação desse fator, está a ideia de que o jornalismo especializado, que no caso dessa pesquisa é o jornalismo agropecuário, ‘automaticamente’ implicaria na presença ou identificação de um valor-notícia ou um grupo desses, com uma presença em maior escala, assim explicando. Foi fato, durante o processo de identificação de tais valores-notícia, a contínua e repetitiva presença dos valores-notícia **notoriedade, proximidade geográfica e interesse nacional**. Da primeira à última coluna analisada foi observada a presença de tais valores.

Dessa forma, concluindo o processo de análise, bem como a discussão dos resultados, faz-se extremamente importante compreender que há, conforme hipoteticamente previsto, uma íntima vinculação entre alguns valores-notícia e a coluna. Antes da realização dessa pesquisa era, porém, precipitado e impreciso afirmar quais seriam tais valores. Mas, com base naquilo que foi explorado e percebido, os valores-notícia **notoriedade, proximidade geográfica e interesse nacional** são ‘linhas-guia’ para a coluna Campo Aberto. Assim, tais valores-notícia, diretamente ligados à rotina da coluna, constituem seu caráter, definindo assim a ‘**cara da coluna**’, que nomeia esse trabalho.

Todo o conteúdo resultante do estudo teórico serviu como conhecimento-base para a prática de análise do conteúdo. O resultado, obtido após todo o processo de pesquisa, que englobou um processo teórico e científico, mas que, em alguns momentos necessariamente reduzia-se à mera observação empírica, contribuem, sem dúvida alguma, para agregar conhecimento. A consciência de alguns fatores, descobertos neste trabalho, especialmente sobre quais são os principais valores-notícia utilizados pelo veículo em seu principal espaço diário destinado ao meio rural, remetem a pensar sobre a maneira como o meio rural, a

produção agropecuária e o agronegócio, como fatores que se complementam, são representados em tal coluna, no jornalismo impresso.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou identificar quais são os principais valores-notícia identificados, ao menos nas amostras analisadas da coluna Campo Aberto, do jornal Zero Hora. As contribuições, no plano teórico de Wolf (2006), Hohlfeldt (2001) e Silva (2005), principalmente, foram fundamentais para o processo de análise do conteúdo.

A coluna Campo Aberto é um espaço opinativo, com um hibridismo característico do formato coluna, o que não limita tal ao ângulo da opinião, mas invade o campo da informação e da interpretação também. Propondo análises num conjunto de informações, e emitindo juízos, julgamentos e pontos de vista sobre os assuntos da atualidade e de importância no panorama do meio rural, da produção agropecuária e do agronegócio gaúcho, a coluna traz um jornalismo especializado, tendência da atualidade. O jornalismo agropecuário, presente na coluna, caracteriza também o conteúdo da coluna, por ser, na plenitude, ligado aos fenômenos do meio rural. Tem importância vital esse tipo de jornalismo por tratar de um assunto diretamente ligado à existência humana: alimentos. Atualmente, no entanto, a produção agropecuária tem diversos ângulos de abordagem, geralmente ligados às novas tecnologias de produção, aos avanços no processo produtivo, às relações de importância que a agropecuária adquire.

O método de análise de conteúdo, proposto por Herscovitz (2007), utilizado nessa análise, foi eficaz e de fundamental participação na obtenção dos resultados, bem como, subsidiou e fez manter a atenção na interpretação dos resultados obtidos. Durante a análise, feita, foi utilizada uma tabela esquematizada por Silva (2005), que atende a diversas perspectivas teóricas anteriores, listando uma junção dos valores-notícia propostos por diversos autores. Assim, a tabela apresenta a possibilidade de 51 diferentes valores-notícia, e desses, apresentados na tabela, foram encontrados 31. Dentre esses 31, foram encontrados com maior expressividade dos valores-notícia notoriedade, proximidade geográfica e interesse nacional, pelo grau de repetitividade em que se apresentavam. Além disso, notoriedade, proximidade geográfica e interesse nacional são os únicos três valores-notícia que foram identificados em todas as 10 colunas analisadas, configurando assim uma certa ‘perpetuação’, considerando o universo da amostra analisada.

Apesar de ser identificada a presença de uma série de elementos, o enfoque nos três valores-notícia mais identificados visa simplificar a discussão de toda a análise. O resultado da análise, considerando as amostras analisadas, indica que a coluna tem como ‘padrão’

apresentar figuras, sejam personalidades ou instituições notórias, no panorama do agronegócio, mostrando questões que afirmam a relevância da produção agropecuária do estado no contexto nacional, preconizando com isso que as informações sobre o rural gaúcho tenham interesse nacional. O valor-notícia notoriedade liga-se à discussão bibliográfica sobre o conceito do formato coluna, que, conforme Melo (2003), aponta para a coluna como um espaço para a projeção da imagem de personalidades, funcionando, conforme identifica o autor, quase como um serviço de relações públicas.

O conjunto dos três valores-notícia mais presentes remetem à hipótese apresentada por Wolf (2006), sobre a lógica de que o jornalismo especializado tende a apresentar um número seletivo e repetitivo de valores-notícia, e nessa pesquisa foram percebidos os valores-notícias que estão presentes no jornalismo agropecuário da coluna Campo Aberto.

Junto com isso, apesar de informar a ‘função’ do rural gaúcho, que ultrapassa fronteiras, com grande importância para o país, é importante retratar que todos os processos produtivos acontecem geograficamente próximos, dentro dos limites do estado.

Conclui-se assim que, basicamente, 3 valores-notícia ‘dominam’ a coluna, visto que ao se repetirem em todas as edições analisadas, pode ser sugerido que esse seja um padrão da coluna, que seja ‘a cara da coluna’, refletindo temas que permeiam personagens conhecidos e reconhecidos publicamente (notoriedade), fatos e fenômenos de ocorrência dentro dos limites do RS (proximidade geográfica) e questões que ligam a produção agropecuária com assuntos de política externa, bem como de desenvolvimento interno do país (interesse nacional).

A pesquisa deixa aberta uma margem, para que sejam pensados outros projetos que relacionam, seja a questão valores-notícia e jornalismo agropecuário, seja valores-notícia e jornalismo opinativo. Essa pesquisa, apesar de prováveis questionamentos pelos quais passará, garante um certo grau de ineditismo, de originalidade. Seria algo extremamente prazeroso perceber essa mesma lógica e esse mesmo método sob a forma de uma dissertação ou de uma tese. Ampliando um pouco, um estudo comparativo entre colunas de mesma periodicidade, com a mesma área de abrangência, em outros veículos de comunicação, mas que trouxesse o jornalismo agropecuário como base, seria muito interessante, sob a ótica dos possíveis resultados.

## REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. *O jornalismo especializado na sociedade da informação*. Paraíba, 2000. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado](http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado). Acessado em 31 de março de 2016.

AMARAL, Luiz. *Técnica de jornal e periódico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

ANJ. *Os maiores jornais do país em 2015*. Associação Nacional de Jornais. Disponível em <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>. Acessado em 17 de maio de 2016.

AVANZA, Márcia Furtado. *A contribuição de Danton Jobim para o ensino de jornalismo: análise atual das escolas pioneiras*. São Paulo, 2007. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontrosnacionais/5oencontro20071/A%20contribuicao%20de%20Danton%20Jobim%20para%20o%20ensino%20de%20jornalismo%20analise%20atual%20das.pdf>. Acessado em: 03 de maio de 2016.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990

BARROS, Geraldo Sant'Ana de Camargo. *Agronegócio brasileiro: perspectivas, desafios e uma agenda para seu desenvolvimento*. Piracicaba, 2006. Disponível em: [www.cepea.esalq.usp.br/especialagro/EspecialAgroCepea\\_all.doc](http://www.cepea.esalq.usp.br/especialagro/EspecialAgroCepea_all.doc). Acessado em 19 de março de 2016.

BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.

CONTRERA, Flávio. O conceito de interesse nacional: debate teórico e metodológico nas relações internacionais. *Revista de Estudos Internacionais*, 2015, p. 178-195.

CORREIA, Fernando. *Os jornalistas e as notícias*. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.

FERNANDES, Bruno. *A teoria clássica do gatekeeper e do newsmaking na rádio: o caso da RDP*. Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo – Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2011.

FERREIRA, Lenise Conceição Alves; SILVA, Ana Carolina de Araújo. *Jornalismo no agronegócio: o campo em notícia*. Ouro Preto, 2012. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1496-1.pdf>. Acessado em: 07 de maio de 2016.

FRANZON, Érica. Monografia. Os valores - notícia em telejornais. 2004. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Estudos de Jornalismo) – Curso de Pós-Graduação em comunicação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

GIARETTA, Eugênio. *Caderno Campo & Lavoura do jornal Zero Hora: ainda fiel ao seu discurso reivindicatório inaugural ou atualmente prioriza a busca de novos nichos mercadológicos?*. Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arte e Comunicação da Universidade de Passo Fundo. 2011.

- HERSCOVITZ, Heloiza Golspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: BENETTI, Márcia, LAGO, Cláudia (orgs). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes, 2007. p. 123-142.
- HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: \_\_\_\_.; MARINO, Luiz C.; VEIGA FRANÇA, Vera (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis: Vozes, 2010
- MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.
- MIRANDA, Evaristo Eduardo. *Agricultura no Brasil no século XXI*. São Paulo: Metalivros, 2013.
- PENA, Felipe *Teorias do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.
- REDE BRASIL SUL DE COMUNICAÇÃO. *Comunicação é nossa vida*. Porto Alegre: RBS, 2007.
- SAUVY, Alfred. *A opinião pública*. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1959.
- SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e mídia*, v.2, n.1. Florianópolis: Insular, 2005, p.95-106.
- SOUZA, Rogério Martins de. *A sedução do colunismo: uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat*. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/40495660806795876579828905832247877585.pdf>. Acessado em: 07 de maio de 2016.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 9. ed. Lisboa: Presença, 2006.
- ZERO HORA sobe para a quarta posição no ranking dos maiores jornais do país. [zh.clicrbs.com.br](http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/03/zero-hora-sobe-para-a-quarta-posicao-no-ranking-dos-maiores-jornais-do-pais-5231753.html). Disponível em <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/03/zero-hora-sobe-para-a-quarta-posicao-no-ranking-dos-maiores-jornais-do-pais-5231753.html>. Acessado em 02/06/2016.

## Anexo 1. Coluna Campo Aberto, 19 de outubro de 2015.



apresenta



## CAMPO ABERTO

Gisele Loeblein

gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zhora.co/giseleloeblein  
3218-4709

Com Joana Colussi joana.colussi@zerohora.com.br

ZERO HORA  
SEGUNDA-FEIRA,  
19 DE OUTUBRO DE 2015

22

## FRUSTRAÇÃO COM REFLEXOS EM 2016

**O**s estragos causados à produção de inverno continuarão a ter repercussão em 2016. Colhendo a segunda frustração de safra seguida, produtores de trigo poderão encolher ainda mais o espaço dedicado à cultura no próximo ano.

– O que pode salvar uma redução drástica de área é o preço – entende Luiz Paraboni Filho, presidente da Cooperativa Triticola Erechim (Cotrel), sobre a possibilidade de eventual valorização do cereal diante da oferta reduzida.

Na região da cooperativa, no norte do Estado, a área diminuiu 15% neste ano. O dirigente afirma que a gada em setembro e o grão estão fazendo de 2015 um ano “ainda pior do que 2014”, quando a produção gaúcha encolheu pela metade e teve problemas de qualidade causados pela proliferação de doenças.

– No ano passado, recebemos volume 20% menor do que o esperado na cooperativa. Neste ano, deve reduzir ainda mais, em torno de 30% – acrescenta.

Diante desse quadro de perdas em quantidade e qualidade imposto pelo mau tempo, especialistas alertam mais uma vez para a necessidade de o Rio Grande do Sul avançar na segregação da produção.

– Segregar é salvar, separar o que há de diferente, o que há de melhor. Se colheram trigo antes da chuva, separem, não misturem – recomendou o engenheiro agrônomo André Rosa, diretor da Biotrigo Genética, durante o Ciclo de Palestras do Agronegócio realizado por Zero Hora em Erechim, na sexta-feira.

A estimativa é de que, no Estado, apenas 5% do trigo seja segregado. Para seguir estimulando o plantio no ciclo de inverno – impedindo que se diminua ainda mais a área que fica sem nenhuma cultura no período –, também é preciso apostar em estratégias como a integração lavoura-pecuária, desenvolver um bom mercado, com agroindústrias, e aproveitar a estação para melhorar o solo, com as chamadas plantas de cobertura, ensina José Eloir Denardin, doutor em solos e nutrição de Trigo desde 1976.

– Se os produtores não diversificarem, não têm chance de conseguir controlar a enxurrada. Sem poder sobre o tempo, neste ano influenciado pelo que deve ser o El Niño mais intenso de todos, o agricultor precisa investir naquilo que pode controlar. Ao fazer o dever de casa, se resguarda de prejuízos ainda maiores.

Os escritórios da Emater já receberam mais de

**5,3 mil**

pedidos de perícias para cobertura do Proagro em razão de perdas nas lavouras de trigo. Também foram comunicados danos em milho (cerca de 500 solicitações) e uva (em torno de 300).

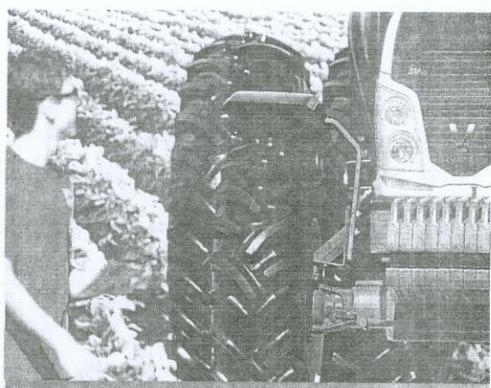


Foto: Arquivo da Emater/Zero Hora

## MENOS CRÉDITO

O acesso mais restrito ao crédito em ano de retração da economia é constatado na quantidade de operações efetuadas de janeiro a setembro no Rio Grande do Sul, 17% menor na comparação com o mesmo período de 2014. Os dados do Banco Central mostram também queda de 3% no valor financiado. Em nove meses do ano, foram encaminhadas 292.909 operações de custeio, comercialização e investimento no Estado, que somaram R\$ 17,9 bilhões.

– Os números refletem as dificuldades que os produtores estão tendo no acesso ao crédito para custeio da safra, especialmente os arrozeiros – alerta o deputado Luis Carlos Heinze (PP-RS), que tenta uma nova audiência com a ministra da Agricultura, Kátia Abreu,

para tratar do assunto. Operador de quase 70% do crédito agrícola, o Banco do Brasil confirma a redução nos

desembolsos em 2015, especialmente nas linhas voltadas ao investimento. Quanto ao custeio, a instituição financeira afirma que houve um pequeno aumento no valor emprestado. Presidente da Comissão de Crédito da Federação da Agricultura do Estado (Farsul), Elmar Konrad chama a atenção para o aumento de 20% dos custos de produção, o que reforça o volume menor de crédito agrícola.

– Os bancos se retraem em período de crise, assim como o produtor fica mais cauteloso. Quem não consegue dinheiro nas instituições financeiras acaba recorrendo a tradings, pagando juro mais alto – completa Konrad.

## NO RADAR

**A TRÉGUA da chuva no fim de semana permitiu que produtores entrassem nas lavouras para começar a semear a soja. O tempo seco, porém, não deve durar muitos dias, atrasando ainda mais o plantio das culturas de verão.**

## A VEZ DO MILHO NA VÁRZEA

Depois da soja, é a vez da produção de milho ser colocada à prova na várzea. Experiências estão sendo desenvolvidas no Estado há quatro anos, em áreas de teste do Instituto Rio Grandense do Arroz (Irgra). Após semanas de espera pela melhora do tempo, a equipe deve iniciar hoje o plantio deste ciclo de verão. A semeadura é feita com uso da microcamalhoneira.

– Estamos adaptando a várzea ao milho por meio do manejo. Os resultados têm sido bons – explica Paulo Régis Ferreira da Silva, professor da UFRGS e consultor técnico do Irgra.

No ano passado, segundo o professor, o rendimento obtido na lavoura experimental foi de 14 toneladas por hectare – a média no Estado ficou em seis toneladas, conforme dados da Companhia Nacional de Abastecimento.

## NAS PISTAS DE URUGUAIANA

A Fronteira Oeste teve um fim de semana de remates movimentado. O leilão Tellechea Associados, com animais angus e brangus, faturou ontem R\$ 2,16 milhões em Uruguaiana, ao comercializar 296 exemplares.

Um touro da Brangus Juquiry foi o destaque ao ser vendido por R\$ 43,2 mil. A cabanha compradora, também integrante do evento, foi a Brangus Brasil. Os machos brangus tiveram média de R\$ 11,8 mil, enquanto os touros angus alcançaram R\$ 8,7 mil.

Na sexta-feira, o leilão Aurora e Sossego, também em Uruguaiana, somou R\$ 1,42 milhão. O martelo bateu para 259 lotes braford. Nos touros, a média ficou em R\$ 942 mil, com 78 animais comercializados. Foram vendidas ainda 181 fêmeas, alcançando média de R\$ 3,78 mil. Para o leiloeiro Marcelo Silva, que comandou o remate, a nota positiva foi a venda de toda a oferta em meio ao grande número de animais em pista.

## NIGÉRIA REABRE PORTA AO ARROZ

O arroz brasileiro deverá voltar à mesa dos nigerianos após o anúncio de isenção da tarifa de importação sobre o grão, confirmado à missão comercial que desembarcou no país africano na semana passada. Segundo o diretor comercial do Instituto Rio Grandense do Arroz (Irgra),

Tiago Barata, que esteve na capital Abuja, o governo nigeriano não apresentou detalhes sobre a forma de isenção, se será total e por quanto tempo.

– O importante é que conseguimos convencê-los de que essa tarifa de importação estava encarecendo o produto, tornando-o inacessível para a população – disse Barata, que representa o governo gaúcho na missão comercial.

Sobre o reflexo nas exportações brasileiras, a expectativa é de que seja imediato, já que o pico da demanda por arroz no país africano é nas festividades de fim de ano.

A porta de acesso ao mercado nigeriano, um dos principais compradores de arroz do Brasil, estava emperrada desde 2013, quando o governo local sobretaxou em 110% a importação do cereal – com o argumento de desenvolver a produção local.



Foto: Arquivo Especial IRGA, 20/10/2015

## Anexo 2. Coluna Campo Aberto, 27 de outubro de 2015.



apresenta



## CAMPO ABERTO

Gisele Loeblein  
gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zhora.co/giseleloeblein  
3218-4709

ZERO HORA  
TERÇA-FEIRA,  
27 DE OUTUBRO DE 2015 **21**

## BRASIL DISPOSTO A BRIGAR NA OMC

**C**ansado de esperar por uma definição do governo da Indonésia, o Brasil decidiu dar um passo adiante na briga pela abertura desse mercado junto à Organização Mundial do Comércio (OMC). Amanhã, autoridades devem protocolar na entidade o pedido formal para a abertura de um painel (mediação para disputa) pelas restrições impostas à entrada do frango brasileiro.

– Tivemos de vencer uma dura batalha para convencer o governo federal a abrir esse painel. Mas já estamos tentando negociar com a Indonésia há mais de seis anos – argumenta Francisco Turra, presidente da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA).

Foi a associação que contratou um escritório de advocacia para cuidar do caso. A decisão de ir para uma disputa na esfera da OMC veio depois de muita insistência – e pouca explicação do por que os indonésios seguem restringindo o acesso ao produto do Brasil. Desde 2008, seis missões foram organizadas rumo ao país asiático, que tem 250 milhões de habitantes e um

grande potencial de crescimento – hoje, o consumo per capita de frango é muito baixo, menos de quatro quilos por habitante por ano, enquanto no Brasil é de 42,78 quilos per capita.

– A Indonésia não apresenta justificativa coerente para não abrir seu mercado. Não tem acordo sanitário com o Brasil e nem justificativa para isso – complementa Turra.

A fase preliminar, de consulta à OMC, se arrastou por dois anos. Uma vez aberto o painel, a expectativa da ABPA é de que haja definição dentro de um ano.

O contencioso do algodão, um dos casos mais emblemáticos na luta por condições iguais de comércio no cenário mundial, teve início em 2002 e se arrastou por anos.

O Brasil recorreu à organização para reclamar dos subsídios do governo americano aos produtores e recebeu aval, em 2009, para retaliar os EUA. Em 2014, os dois países costuraram um acordo.

Ao recorrer à OMC, a indústria de aves, agora, coloca pressão máxima para tentar abrir, nem que seja à força, a porta do mercado indonésio.

## PEDIDO DE AJUDA À PORTA

Depois de encontro com os superintendentes no Estado do Ministério do Desenvolvimento Agrário e da Agricultura, parlamentares gaúchos percorrem hoje gabinetes em Brasília para reforçar o pedido de ajuda aos produtores com perdas devidas ao mau tempo.

Entre as solicitações, está a de criação de linha de crédito especial para reparar prejuízos e garantir renda. Outra demanda é a prorrogação do vencimento das parcelas de financiamento.

Chuva em excesso, granizo e geada atingiram em cheio

a produção gaúcha. Entre as culturas mais afetadas estão trigo, com redução no volume de pelo menos 40%, hortigranjeiros e tabaco – segundo a Associação dos Fumicultores do Brasil (ABF), o balanço indica 20,9 mil propriedades atingidas.

– A estimativa é de que esse número cresça, para algo entre 23 mil e 25 mil propriedades – afirma Adolfo Brito (PP), presidente da Comissão da Agricultura da Assembleia, que esteve reunido com produtores na sexta-feira e ontem com os superintendentes.



TERMINA NA SEXTA-FEIRA, DIA 30, O PRAZO PARA AS INSCRIÇÕES NA 13ª EDIÇÃO DO PROGRAMA AGRINHO, REALIZADO PELO SENAR-RS. O PRÊMIO RECONHECE OS MELHORES TRABALHOS DE ALUNOS NAS CATEGORIAS DESENHO, TEXTO E EXPERIÊNCIA PEDAGÓGICA. E DE PROFESSORES NA CATEGORIA EXPERIÊNCIA PEDAGÓGICA. INFORMAÇÕES EM SENAR-RS.COM.BR.

A quantidade de embalagens vazias de agrotóxicos encaminhadas para destino ambientalmente correto cresceu 9% no Rio Grande do Sul nos primeiros nove meses do ano, somando

# 3,95 mil

toneladas, segundo dados do Sistema Campo Limpo.

O avanço foi maior do que no Brasil, onde, a alta no período foi de 6%, com 36,92 mil toneladas.



Para frear novas demissões, a John Deere de Horizontina deve aderir ao

## ACORDO FECHADO, EMPREGO MANTIDO

Programa de Proteção ao Emprego (PPE), lançado pelo governo federal neste ano. Em assembleia realizada pelo Sindicato dos Metalúrgicos, 76% dos presentes deram o aval para que a medida fosse adotada. Com isso, a jornada de trabalho será reduzida em 30% – os salários também, com 15% dessa redução compensada pelo governo. A contrapartida é a garantia de que, no período definido para o programa – e mais um terço após o término –, os funcionários não podem ser demitidos.

No caso da unidade da multinacional, que fabrica colheitadeiras, o PPE deve vigorar de 1º de dezembro deste ano até abril de 2016, podendo ser prorrogado.

– O programa se estende a todas as áreas de produção, da gerência à linha de montagem – explica Irineu Schoningher, presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de Horizontina.

Se ver os rendimentos mensais encorher está longe de ser uma situação ideal, a garantia da manutenção das vagas vem como um alento neste momento difícil encarado pela indústria

de máquinas e implementos. A queda nas vendas no país se consolidou

em 29,8% nos primeiros nove meses deste ano.

– Nosso setor parou muito em 2015. Acho que irão surgir mais empresas aderindo ao programa. No dissídio coletivo da categoria, já se fez uma aproximação com os sindicatos nesse sentido – afirma Claudio Bier, presidente do Sindicato das Indústrias de Máquinas e Implementos Agrícolas do Estado (Simers).

No ano passado, após acordo feito via Tribunal Regional do Trabalho, 167 pessoas foram desligadas na unidade de Horizontina. Por meio da assessoria de imprensa, a John Deere informou que a adesão ao programa foi feita a partir de acordo com o sindicato e que a iniciativa tem como objetivo preservar os postos de trabalho na fábrica de colheitadeiras. A marca tem ainda outra planta, de tratores, em Montenegro.

Conforme o Ministério do Trabalho, duas empresas, de outros setores, já aderiram ao PPE no Rio Grande do Sul. O pedido formal da John Deere ainda não chegou à pasta.

## CAMPANHA COMO CONTRAPONTO

Uma campanha de comunicação para reafirmar o rigor nos procedimentos e no seguimento das normas internacionais de segurança alimentar deverá ser feita pela Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA).

Hoje, a entidade reúne time de especialistas para fazer um contraponto às informações divulgadas pela Organização Mundial de Saúde sobre consumo de carne processada e o risco de câncer (leia mais na páginas 26 e 27).

A impressão que ficou ontem, diante da divulgação da notícia, é de que não tinha caído a ficha para a indústria.

As manifestações formais sobre o assunto por parte do setor demoraram a chegar, enquanto o assunto era um dos mais comentados nas redes sociais.

Depois de muito lutar para derrubar o mito de que carne de frango tem hormônio, a indústria brasileira de carnes precisará lidar agora com o impacto do estudo.

## Anexo 3. Coluna Campo Aberto, 04 de novembro de 2015.



## CAMPO ABERTO

Gisele Loeblein  
gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zhora.co/giseleloeblein  
3218-4709

ZERO HORA  
QUARTA-FEIRA,  
4 DE NOVEMBRO DE 2015

17

## MAIS UM ANO DE PRAZO À COTRIJUI

**A** sombra de uma dívida bilionária, uma das mais importantes cooperativas do Estado, a Cotrijui, decidida, há um ano, em tumultuada assembleia, pelo mecanismo de liquidação voluntária – com a continuidade de negócios.

O prazo que congela execuções de cobrança e permite a busca da negociação junto a credores acaba de ser estendido por mais um ano, dentro do que está previsto na lei.

– Uma assembleia aprovou a prorrogação – explica Claudio Lamadilha, advogado da cooperativa.

Na condição de liquidante, Vanderlei Fragozo refuta o termo liquidação, que considera “arcano”, como a legislação das cooperativas para situações como essa, e usa a jurisprudência para referir-se ao processo como moratória.

Levantamento indicou que a dívida acumulada chegava a R\$ 1,3 bilhão. Sem detalhar quanto foi abatido até o momento, o liquidante afirma

que “na medida do possível, compromissos financeiros do passado estão sendo resgatados”.

– O endividamento da cooperativa não aumentou no período – acrescenta.

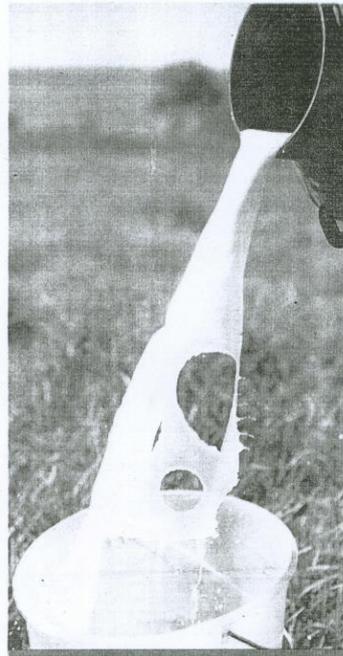
Na lista de ações, Fragozo enumera ainda o corte em despesas operacionais, reduzidas em R\$ 100 milhões.

Com cerca de 6 mil associados atuantes, a Cotrijui, com sede em Ijuí, tem atividades diversificadas – armazenagem de grãos, frigorífico, indústria de arroz, ração – e deve fechar o ano com faturamento de R\$ 500 milhões.

A capacidade de armazenagem é de 1 milhão de toneladas. Em média, 5 milhões de sacas são depositadas por ano.

No início deste ano, o vaivém de decisões judiciais acerca da ata da reunião em que se votou pela liquidação teve impacto sobre o volume armazenado. O grão é depositado na condição de armazém geral, que garante ao produtor a propriedade.

– A recuperação é possível e já está ocorrendo dia a dia. Mas a gente sabe que é lenta, gradual – entende Fragozo.



FOTOGRAFIA: ESTRELA

## PARA NÃO DEIXAR FURO

Deve ficar para a próxima semana a apresentação do projeto de lei do Executivo que regulamenta venda e transporte de leite no Estado. O texto com os ajustes sugeridos por entidades do setor seria encaminhado ontem à Secretaria da Agricultura. O setor jurídico da pasta dará o aval final para o documento.

– Pretendo encaminhar o projeto ainda nesta quarta-feira para a Casa Civil – afirma o secretário da Agricultura, Ermani Polo.

Como as propostas devem ser protocoladas até quinta-feira na Assembleia, Polo estima que a apresentação do Executivo fique para o início da próxima semana. A ideia é encaminhar com regime de urgência. Ou seja, em tese, o texto poderia ser votado em 2015.

A regulamentação do transportador e a possibilidade da aplicação de multas são vistas como medidas fundamentais para colocar um ponto final nas fraudes que vêm sendo detectadas há dois anos nas operações do Ministério Público Estadual. Enquanto o Executivo não apresenta a proposta, segue a estratégia de manter em banho-maria o projeto de lei do Translactos, que está na Comissão de Constituição e Justiça da Assembleia. Ontem, o relator, deputado Jorge Pozzobom, pediu para reexaminar o texto.

Pelo acerto feito entre entidades e Secretaria da Agricultura, a legislação ficará concentrada em texto único, na proposta do Executivo.

## COM OU SEM DIQUE

Parte da contrapartida da Bolognesi dentro da parceria público-privada firmada com o governo do Estado, a construção de contenção para a água no parque Assis Brasil poderá ficar para depois da Expointer de 2016.

A Secretaria do Ambiente aguarda levantamento topográfico e projeto para o local, a serem entregues pela empresa. A titular da pasta, Ana Pellini, garante que o processo terá prioridade:

– Quando chegar o estudo, temos de ver alternativas viáveis. Talvez o dique não seja a melhor solução. Pode ou não estar pronto para a próxima Expointer.

Conforme José Simeão Soeiro, diretor de incorporações da Bolognesi, a ideia é concluir os estudos preliminares até “meados de dezembro”, o que depende do tempo – a chuva inviabiliza o trabalho dos técnicos.

O prazo para a execução é um ano, a contar da liberação da licença ambiental.

A projeção inicial da Secretaria da Agricultura era de que a estrutura estivesse pronta para a Expointer do próximo ano.

**DIANTE da proposta em estudo pelo governo federal para alterar as regras da previdência rural, o deputado Heitor Schuch (PSB) entende que há necessidade das entidades do setor se mobilizarem. Uma das mudanças seria na idade necessária para a aposentadoria, hoje 55 anos para as mulheres e 60 anos para os homens.**

## NO RADAR

**CHEGOU a 807 o número de empreendimentos incluídos no Programa Estadual de Agroindústria Familiar. Essas empresas ficam agora aptas a usar o selo Sabor Gaúcho. Há outras 1,7 mil já cadastradas, à espera da legalização sanitária e ambiental.**

Nova estimativa liberada pela Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (Abiove) projeta em

## 98,6 milhões

de toneladas a safra de soja brasileira para o ciclo 2015/2016. O volume é 3,6% superior ao da colheita de 2014/2015, de 95,2 milhões de toneladas.

**ABRE HOJE O PRAZO PARA RESERVA DE SEMENTES PARA O CICLO 2015-2016 DO PROGRAMA TROCA-TROCA DE MILHO E SORGO, DA SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO RURAL E COOPERATIVISMO. ENTIDADES HABILITADAS TÊM ATÉ O DIA 18 DESTA MÊS PARA FAZER O PEDIDO PELO SITE FEAPER.RS.GOV.BR.**

## DATA E HORA PARA SAIR

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) ainda aguardava, ontem, a avaliação de recurso, mas promete acatar o prazo determinado pela Brigada Militar para saída de propriedade em São Lourenço do Sul, que termina hoje às 15h. A Justiça determinou a reintegração de posse da área (foto), onde estão 400 famílias.

Ontem, houve reunião entre BM, representantes da Secretaria do Desenvolvimento Rural, do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incrá), e o deputado estadual

Edegar Pretto (PT).

– Vamos cumprir a decisão judicial. Tivemos avanços na negociação, por isso vamos sair – afirma João Onofre Sziminski, da diretoria do MST.

Conforme o dirigente, o proprietário da área será notificado para que o Incra faça uma vistoria. Os sem-terra também saíram de outras duas propriedades que haviam sido invadidas, em Santana do Livramento e Pelotas.

Na próxima semana, integrantes do movimento devem sentar-se à mesa para nova rodada de negociação.



FOTOGRAFIA: WANDERSON DIAS/REUTERS



## Anexo 5. Coluna Campo Aberto, 20 de novembro de 2015.



## CAMPO ABERTO

Gisele Loeblein

gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zhora.co/giseleloeblein  
3218-4709ZERO HORA  
SEXTA-FEIRA,  
20 DE NOVEMBRO DE 2015

22

## ASSUNTOS SENSÍVEIS NA PAUTA DA MARFRIG

**S**e fossem classificados por níveis, os pedidos da Marfrig poderiam estar em três grupos. Os de fácil atendimento, os da coluna do meio e os mais complicados. No primeiro, estaria a questão da rastreabilidade. Há um entendimento comum de indústria, produtores e Secretaria da Agricultura de que o uso da ferramenta precisa avançar no Estado.

Esse é um projeto, como observa Rui Mendonça, diretor de Operações do Grupo Marfrig no Brasil, de longo prazo, embora na próxima segunda ocorra reunião sobre o tema na Federação da Agricultura do Estado.

Na coluna do meio estão questões tributárias. Não seria nenhum novo benefício, garante o executivo, mas sim, a revisão de regras existentes que tiveram mudança de critérios ou interpretação por parte do governo do Estado.

Conforme a Secretaria da Fazenda, foram, basicamente, dois pedidos. Um é para renovação do período de validade do benefício de crédito presumido, que termina neste ano. O outro, para que o crédito presumido possa ser transferido a outras empresas. A pasta solicitou encaminhamento formal e irá fazer avaliação jurídica.

E no terreno dos assuntos mais complicados está a venda de gado em pé. A empresa se diz preocupada com a operação que manda para fora o gado vivo. E não só a venda de terneiros para abate em outros Estados, mas também a mudança de operação do Pará para o RS do embarque de animais destinados à exportação.

A sugestão é por medida que restrinja esse fluxo, o que é alvo de crítica dos produtores.

– O gado em pé que saiu do Rio Grande do Sul representa apenas 5% do volume que costuma ser abatido no Estado. Temos de fomentar a atividade no Estado – rebate

Pedro Piffero, presidente do Sindicato Rural de Alegrete.

Por fomento leia-se necessidade de ampliar a produção de terneiros. Já que o Estado tem hoje índices abaixo dos ideais.

– São ações que dariam condições de produzir mais matéria-prima – afirma Ernani Polo, secretário da Agricultura.

O diálogo aberto é para tentar impedir que a retomada do frigorífico de Alegrete, iniciada nesta semana, não fique ameaçada e a gente tenha uma reprise da novela exibida no ano passado, quando se anunciou a suspensão das atividades da unidade.

## MENOS ETAPAS, MESMA EMOÇÃO

O circuito 2016 do Freio de Ouro – principal competição da raça de cavalos crioulos, que tem a grande final na Expointer – vai ficar um pouco menor. Modificação reduziu de 12 para 10 as classificatórias. Mas nada de diminuir a emoção: com menos etapas, a disputa deve ficar ainda mais acirrada.

O presidente da Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos (ABCCC), José Luiz Laitano, explica que a decisão veio para dar maior qualidade aos eventos e também para diminuir os custos de operação:

– Existia uma demanda por essas mudanças há muito tempo. A ideia é puxar o ranking que traz sempre os melhores.

Serão selecionados para a grande final 48 fêmeas e 48 machos. Das 10 seletivas, oito serão no país (veja abaixo) e duas nos vizinhos Uruguai e Argentina.

## POR UMA VAGA NA FINAL

Datas e locais das seletivas

- 7 a 10 de abril: Bocal de Ouro, Esteio
- 17 a 22 de maio: Classificatória Aberta de Esteio
- 26 a 29 de maio: Classificatória Regional de Ponta Grossa (PR)
- 2 a 5 de junho: Classificatória Regional de Vacaria
- 9 a 12 de junho: Classificatória Regional de Bagé
- 23 a 26 de junho: Classificatória Regional de Araranguá (SC)
- 7 a 10 de julho: Classificatória Aberta de Itu (SP)
- 14 a 17 de julho: Classificatória Aberta de Brasília (DF)

Com a colheita se aproximando do final, ao alcançar

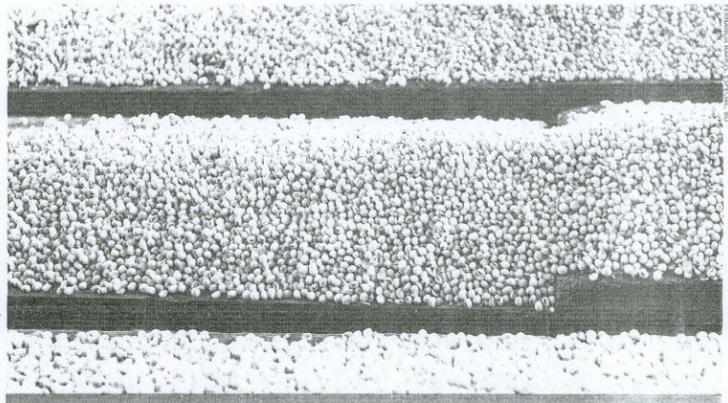
85%

da área semeada, como aponta a Emater, os prejuízos do trigo se consolidam, com produtividade muito abaixo da esperada.

## NO RADAR

**O RIO GRANDE do Sul perdeu para o Paraná o posto de quarta maior economia do Brasil apontou IBGE. Mas, no campo o Estado vai melhor. Olhando as atividades de maneira isolada, o RS é o segundo mais importante do país na pecuária, ficando atrás apenas de Minas Gerais. Na agricultura, é terceiro, depois de Paraná e São Paulo.**

O CONSELHO DELIBERATIVO DO FUNDOLITE ESTÁ COBRANDO A PRESTAÇÃO DE CONTAS DO INSTITUTO GAÚCHO DO LEITE (IGL). ONTEM, O TEMA FOI PAUTA DE REUNIÃO. O SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DEVERÁ CONVOCAR A ENTIDADE. O IGL AFIRMA QUE A PRESTAÇÃO DE 2014 JÁ FOI ENTREGUE E A DO 1º SEMESTRE DE 2015 ESTÁ PRONTA.



Com o término da colheita americana de soja – que soma recordes 108,3 milhões de toneladas –, as atenções do mercado internacional começam a se voltar para a safra na América do Sul. As projeções são de que o Brasil alcance também um patamar histórico de 100 milhões de toneladas. O tempo, claro, será um ingrediente importante para essa receita não desandar. No Brasil, a largada teve problemas por falta de chuva, e por excesso no Sul. No Rio Grande do Sul, a área plantada chegou nesta semana a

## MUDANÇA DE FOCO

32%. Conforme levantamento da Emater, as fortes precipitações logo após a semeadura acabaram levando fertilizantes, sementes e matéria orgânica e, em muitos lugares, será necessário replantar o grão.

Analista da Safras & Mercado, Luiz Fernando Roque, diz que os próximos cem dias serão de observação.

– Se o clima trouxer dificuldades, podemos ter perda de produtividade

e não alcançar as 100 milhões de toneladas no país. E se a safra tiver problemas, poderá haver ajustes na Bolsa de Chicago – diz, em relação ao valor da commodity.

Sobre a entrada da supersafra de soja americana no mercado, especialistas entendem que não deverá ter impacto negativo sobre o valor, porque a demanda pelo produto segue firme.

– Talvez o preço fique em banho-maria até dezembro. Mas acredito que os mercados devem ter uma recuperação – avalia o analista de mercado Farias Toigo.

## PRAZO PARA RELIGAR

Ferramenta fundamental para o desenvolvimento das lavouras de arroz, a irrigação estava esbarrando, em algumas regiões do Estado, na demora para a religação das unidades de medição que fazem a leitura do consumo de energia.

O problema fez com que a Federação das Associações de Arrozeiros do Estado (Federarroz) entrasse com ação civil pública contra a AES Sul. A Justiça acaba de estabelecer prazos para a companhia realizar o serviço, sob pena de multa de R\$ 1 mil por pedidos não atendidos.

São até 48 horas para quem fez a solicitação há mais de sete dias e até sete dias para quem encaminhou a solicitação há menos de uma semana. O efeito vale para toda área atendida pela empresa.

– Em alguns casos, demorava entre 30 e 40 dias para religar – diz Anderson Belloli, diretor-executivo da Federarroz.

As unidades de medição são retiradas ao fim da safra – por economia e para evitar furtos – e depois reinstaladas. A AES Sul informou, por meio da assessoria, que recorrerá da decisão.



Colaborou Cadu Caldas

## Anexo 6. Coluna Campo Aberto, 11 de abril de 2016.

A GENTE DÁ VALOR  
PARA O RIO GRANDE CRESCER.  
biodiesel.com.br/governoestadual

GOVERNO  
ESTADUAL  
RIO GRANDE

apresenta



### CAMPO ABERTO

Gisele Loeblein  
gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zerohora.com/giseleloeblein  
3218-4709

ZERO HORA  
SEGUNDA-FEIRA,  
11 DE ABRIL DE 2016

19

## RUMO DA CESA PASSA POR AÇÃO DO PISO

Seja qual for o caminho a ser trilhado pelo governo do Estado em relação à Companhia Estadual de Silos e Armazéns (Cesa), passa, necessariamente, pela negociação da ação referente ao piso salarial da categoria. A Justiça deu sentença na qual o valor a ser pago foi definido em R\$ 227 milhões. O processo de negociação da quantia a ser desembolsada já começou. Na sexta-feira, o Sindicato dos Auxiliares de Administração de Armazéns Gerais (Sagers) foi chamado para uma conciliação.

O valor oferecido pela Cesa, de R\$ 40 milhões, não aceitaremos. Sinalizamos disposição em negociar, vamos tentar que a companhia faça uma proposta – explica Lourival Pereira, presidente do Sagers.

Ele acrescenta que a categoria é contrária à extinção da Cesa. O interesse é por "projeto de recuperação, com investimentos".

Carlos Kercher, presidente da companhia, ouvido anteriormente pelo juiz, diz que há interesse em um entendimento, mas os valores atuais "são impagáveis".

Sem ter mais a necessidade de plebiscito para fechar ou extinguir a companhia, o governo optou, por ora, em enxugar unidades. Atualmente, 18 estão operando. As cinco desativadas não interessam mais (Nova Prata, Santa Bárbara, Estação, Passo Fundo e Caxias do Sul) e estão no balcão de negociação.

– Tivemos de desacelerar o processo de venda em função dessa ação, para não atropelar – afirma Kercher.

Santa Rosa e Júlio de Castilhos, foram arrendadas. Nova Prata não teve interessados e a ideia, agora, é abrir edital para venda.

O Sagers critica os arrendamentos porque estariam em "valores abaixo do mercado".

Encontrar um denominador comum é o grande desafio.

## SOJA SOB EMBARGO NA CAMPANHA

Um dos desdobramentos da Operação Campareada, realizada pelo Ibama no ano passado, o embargo de lavouras de soja está causando polêmica entre os produtores da região da Campanha. O órgão localizou 200 polígonos (17 mil hectares), onde havia ocorrido a retirada da vegetação nativa. Nos 20 maiores (cerca de 5 mil hectares), equipes fizeram verificação a campo.

Segundo o chefe do escritório de Bagé do Ibama, Rodrigo Dutra, a aplicação das sanções veio após a notificação e prazo de apresentação dos documentos.

Há 13 áreas sob embargo, somando 3 mil hectares. A multa é de R\$ 300 por hectare.

– São locais que não tinham a autorização necessária para a supressão nem a reserva legal de 20% – explica Dutra.

Para a Federação da Agricultura, o timing da execução foi ruim, pegou a colheita.

– A extensão do embargo é maior do que se imagina. A lista dos produtores enquadrados é genérica. Empresas deixam de comprar dos agricultores por conta disso – diz Eduardo Condorelli, assessor da Farsul.



PHOTO: NUNO ZENON

### DO CAMINHO PARA A LIBERAÇÃO

Segundo Rodrigo Dutra, do Ibama, para obter o desembargo definitivo, o produtor deve procurar a Secretaria do Meio Ambiente para a assinatura do termo de compromisso do Programa de Regularização Ambiental (PRA).

O agricultor pode solicitar, ainda, autorização para a colheita. "Por

razões econômicas e ambientais, não é interesse do Ibama que a soja fique no campo", diz Dutra.

Para a Farsul, o problema é que, para assinar o PRA, são exigidos os 20% de reserva legal. "Esse percentual está sob discussão legal", diz Eduardo Condorelli, assessor da entidade.

## Freio de Ouro 2016 DESAFIO DE CAMPEÕES

PATROCINADORES

Ipiranga



MASSEY FERGUSON

RAÇA FORTE



MARIA HELENA, ANECC, EMILIANO

A alternância de posições durante os quatro dias de competição marcou o Bocal de Ouro, seletiva que definiu 16 animais – oito machos e oito fêmeas – que irão para a grande final do Freio de Ouro, que ocorre em agosto, durante a Expointer. O resultado foi divulgado ontem, ao final da classificatória, em Esteio.

A fêmea vencedora foi a égua Guria Bragada 181 da Vendramin, da Estância Vendramin, de Palmeira (PR), montada pelo ginete Antonieto Rosa. O cavalo Estilhaço do Caçador (foto), da cabanha Caçador, de Água Doce (SC), conduzida pelo ginete Daniel Teixeira, sagrou-se campeão entre os machos.

O proprietário da Estância Vendramin, Aldo

## DISPUTA ACIRRADA

Vendramin já contabiliza quatro animais classificados para o Freio de Ouro. Sandoval Caramori, da cabanha Caçador, pela primeira vez competiu com um cavalo de sua criação.

O vice-presidente de Eventos da Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos (ABCCC), Luís Rodolfo Machado, destaca que as médias dos classificados ficou acima de 18 pontos, indicando o alto nível da disputa.

Curiosidade: a fêmea Bocal de Prata – Hija de La Margarida da Matarazzo – é de propriedade do diretor de cinema e de televisão, Jayme Monjardim Matarazzo, que é um apaixonado por cavalos e há anos se dedica a criar a raça crioula.

## NO RADAR

**CRIADORES DE devon no país têm encontro marcado para o próximo mês no Estado. De 6 a 8 de maio ocorre a 33ª convenção de criadores da raça – essa é a quarta vez consecutiva que o local escolhido do evento é Gramado, na Serra. Informações pelo e-mail devon@terra.com.br ou pelo telefone (53) 3227-8556.**



## ADEÇÃO DE ATÉ 85%

Embora espere chegar ao dia 5 de maio com entre 80% e 85% de registro no Cadastro Ambiental Rural (CAR), a ministra Izabella Teixeira afirmou que o governo estuda medidas a serem tomadas no caso de proprietários que não façam o registro.

– A lei não fala de prazo para o cadastro. Fala em fazer em um ano, renovar no outro ano e em benefícios para quem cumpre o prazo. O cadastro continuará, e nós estamos em uma discussão jurídica envolvendo a Advocacia-Geral da União e os ministérios. Tão logo isso esteja claro, falaremos publicamente.

## LICENÇA PARA REVISAR

A revisão e a compilação de regras gerais para o licenciamento ambiental (em todas as atividades) no país voltou à mesa das discussões em Brasília. Das propostas existentes, duas ganham ritmo mais intenso. Uma é a que vem sendo capitaneada pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama) e que será tema, hoje, de audiência pública realizada pelo Ministério Público Estadual, a partir das 13h30min. A outra via é um projeto de lei que tramita na Câmara – um substitutivo à proposta original, que é de 2004.

– Foram mais de 15 projetos desde 2004 tratando do assunto. Tanto na Câmara quanto na Conama, a ideia é ter níveis diferentes de exigência, conforme o porte do empreendimento – diz Nilvo Silva, ex-presidente da Fepam e consultor ambiental que fez análise comparativa dos projetos. A principal divergência está na definição do que deve ser considerado empreendimento simples e o que se encaixaria como complexo.

## Anexo 7. Coluna Campo Aberto, 19 de abril de 2016.

**A GENTE DÁ VALOR**  
PARA O RIO GRANDE  
baDESUL.com.br/agentedavalor

**apresenta**

**CAMPO ABERTO**

**Gisele Loeblein**  
gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zerohora.com/giseleloeblein  
3218-4709

ZERO HORA  
TERÇA-FEIRA,  
19 DE ABRIL DE 2016 **22**

## NOMES SEMEADOS PARA A AGRICULTURA

Enquanto o processo de impeachment caminha para a avaliação do Senado, as especulações sobre nomes para assumir o Ministério da Agricultura, em caso de afastamento da presidente Dilma Rousseff, ganham terreno. Por enquanto, nenhuma indicação veio com força. E na hora de fazer a composição de governo, é bom lembrar que a política nem sempre obedece à lógica – e os desejos do setor por vezes acabam ficando em segundo plano.

Em uma área tão vital à economia brasileira e com a necessidade de conhecimentos específicos, é natural que o primeiro anseio entre as entidades representativas seja por uma indicação técnica. Em entrevista à Agência Estado, o presidente da Associação dos Produtores de Soja do Brasil, Almir Dalpasquale, afirmou que o setor precisa “de uma pessoa técnica”, mas com “peso político e que já tenha passado por esse processo”.

Invariavelmente, um nome que surge é o do engenheiro agrônomo Roberto Rodrigues. Respeitado no meio rural, é coordenador do Centro de Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas e foi titular da pasta entre janeiro de 2003 e julho de 2006, no primeiro governo do presidente Lula. Sua indicação chegou a ser mencionada no início do segundo mandato da própria presidente Dilma.



Rodrigues Montes

Nos bastidores das negociações de um eventual governo do PMDB, a percepção, no entanto, é de que há tendência à indicação de um deputado, porque o quadro atual é político. E aí, um dos nomes que surge é o de Marcos Montes (PSD), presidente da Frente Parlamentar Agropecuária. Médico de formação, seu trabalho no comando da frente tem agradado o setor.

Uma fonte ouvida pela coluna observa que ele “tem bancada para fazer um ministério”.

Kátia Abreu, atual ministra, reunida, à época da nomeação, força política e conhecimento, além de trânsito entre a esfera pública e a privada, acumulados no comando de uma das mais representativas entidades do agronegócio, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), da qual é presidente licenciada.

Ao manter-se aliada à Dilma, Kátia entrou em rota de colisão com o setor e abriu espaço para as sugestões de mudança, qualquer que seja o desfecho do processo de impeachment.

## CRÉDITO AOS NEGÓCIOS

Com 685 animais em pista, a Feira de Terneiro, Terneira e Vaquilhona de Santo Antônio da Patrulha terminou com pista limpa, ou seja, toda a oferta colocada foi negociada. O calor intenso do sábado, com sensação térmica de mais de 40°C, fez com que o início do leilão fosse adiado em uma hora, para garantir o bem-estar dos animais.

O lote mais valorizado foi o de 25 terneiros braford da Fazenda Florisbela, comercializados a R\$ 749 o quilo vivo. No geral, a média dos terneiros ficou em R\$ 6,35 o quilo – abaixo dos R\$ 6,65 do ano passado, mas acima do que tem sido registrado na atual temporada.

– A economia mudou, o merca-



Opinião de Stéfano Aguiar

do mudou. Está mais enxuto, com menor oferta de financiamentos e juro maior – pondera o leiloeiro João Valtter Medeiros, da Moringava Remates, responsável pelo remate.

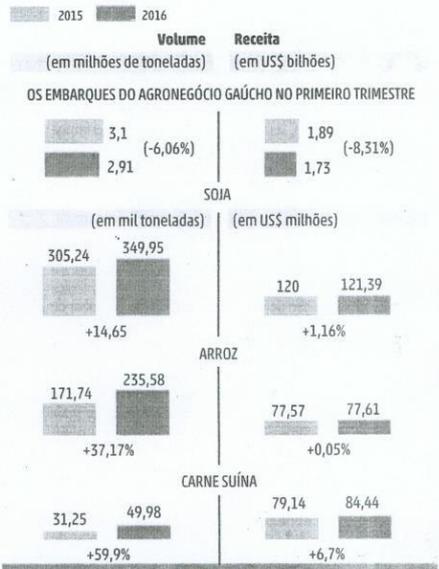
E o crédito bancário teve um papel fundamental para a batida do martelo: 45% das negociações foram feitas via financiamentos.

## NO RADAR

**Os cortes no orçamento da União adiaram novamente a realização do Censo Agropecuário do IBGE, marcado para 2017. Para a preparação necessária ainda neste ano, seriam necessários R\$ 330,8 milhões, mas a lei orçamentária reduziu o montante a R\$ 266,8 milhões.**

QUEM ACOMPANHOU ONTEM A AUDIÊNCIA PÚBLICA NO STF SOBRE AS AÇÕES DIRETAS DE INCONSTITUCIONALIDADE DO CÓDIGO FLORESTAL, AFIRMA QUE FOI EQUILIBRADA. PESQUISADORES, PROFESSORES, ADVOGADOS E REPRESENTANTES DE GOVERNO EXPUSERAM SEUS PONTOS DE VISTA. NO CENTRO DO QUESTIONAMENTO, ESTÃO AS ÁREAS CONSOLIDADAS.

Leia outras colunas em [zerohora.com/giseleloeblein](http://zerohora.com/giseleloeblein)



Tem tempero de carne suína no cardápio dos resultados positivos das exportações gaúchas do agronegócio no primeiro trimestre deste ano. A quantidade embarcada do produto foi quase 60% maior do que em igual período do ano passado (veja acima), com receita 6,7% superior, conforme dados do relatório da Federação da Agricultura do Estado (Farsul). Em recente balanço da Associação Brasileira de Proteína Animal, o presidente da entidade, Francisco Turra, atribuiu ao apetite chinês o desempenho do setor no período

## FILE SUÍNO

– mais de 50% dos itens enviados aos países asiáticos tiveram origem no Rio Grande do Sul.

Além do efeito positivo na economia, o avanço das exportações ajuda em outra equação, observa Antônio da Luz, economista do Sistema Farsul:

– Quanto mais se exporta, maior a neutralização entre produto embarcado e insumo comprado. Ou seja: a venda ao mercado externo ajuda a amenizar a alta nos custos de produção, impulsionada pela valorização do milho. Soja e arroz são outros destaques dos embarques no período.

## DOIS NOMES, UMA SÓ CADEIRA

Na pressa para a publicação da edição extra do Diário Oficial em que foi nomeado o novo superintendente do Ministério da Agricultura, Flavio Zacher, faltou um detalhe: exonerar o então titular do cargo. Tanto que, ontem, o órgão acumulava dois titulares.

– Não pode, é contra a lei – disse Consuelo Paixão Côrtes, delegada no RS do Sindicato Nacional dos Fiscais Federais Agropecuários.

Luciano Maronezi, indicado pelo PTB entende, no entanto, que a exoneração é só questão de formalidade. Ontem, ele esteve na superintendência, “apenas para repassar questões que estão em andamento ou pendentes”.

Gabriela Hermann Petter  
Engenheira | Arquiteta

Central de Atendimento: 0800 642 8800 | [Olivogordo.com](http://Olivogordo.com) | 0800

**A GENTE DÁ VALOR PARA QUEM QUER CRESCER JUNTO COM O RIO GRANDE.**

ACESSE: [BADESUL.COM.BR/AGENTEVALOR](http://BADESUL.COM.BR/AGENTEVALOR)

**BADESUL**

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
**TQS**  
PELO RIO GRANDE

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

## Anexo 8. Coluna Campo Aberto, 27 de abril de 2016.



apresenta



**CAMPO ABERTO**  
Gisele Loeblein  
gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zerohora.com/giseleloeblein  
3218-4709

ZERO HORA  
QUARTA-FEIRA,  
27 DE ABRIL DE 2016

**22**

### PLANO SAFRA ANTES DE ANÁLISE DO IMPEACHMENT

**A** ministra da Agricultura, Kátia Abreu, decidiu se antecipar à avaliação do parecer do processo de impeachment pelo Senado e marcou a divulgação do Plano Safra 2016/2017 para quarta-feira, dia 4. O pacote costuma sair no início de junho e traz condições e recursos a serem disponibilizados para o crédito agrícola no período de julho deste ano até junho de 2017.

Kátia, que tem defendido publicamente a presidente Dilma Rousseff, contrariando o partido o setor que representa, optou por

não deixar o plano para depois da avaliação do Senado. Poderá ser uma espécie de último ato, já que, se o processo avançar e Dilma for afastada por 180 dias, o ministério também deverá mudar de mãos.

Os convites para a cerimônia, no Palácio do Planalto, começaram a ser distribuídos. No ano passado, foram R\$ 187,7 bilhões para custeio e investimento. Ainda não se sabe o tamanho da cifra a ser liberada.

Bem mais do que o valor, o que interessa ao setor é conhecer o juro dos financiamentos. Sobre a antecipação do

Plano Safra, as avaliações são diferentes. Presidente do Sindicato das Indústrias de Máquinas e Implementos Agrícolas do Estado, Claudio Bier, entende que o momento ainda é de negociação.

– Se ela anunciar e, depois, eventualmente, sair do governo, será que o plano traçado terá validade? – questiona.

Embora o lançamento venha antes do esperado, o presidente da Federação das Associações de Arrozeiros do Estado (Federarroz-RS), Henrique Dornelles, lembra que a entidade encaminhou uma

lista de sugestões à pasta. Entre os pontos estão a definição de um preço mínimo “condizente com a realidade de custos do setor”.

Outra questão é a implementação de prêmio de escoamento de produto (PEP), limitado ao período de safra, para transporte de arroz em casca ao centro e nordeste do país e também ao porto de Rio Grande e apoio ao projeto de lei sobre isonomia de ICMS para produtos da cesta básica.

Se as ponderações serão levadas em consideração, é outra história. A conferir na próxima quarta.

### NO RADAR

**NA TENTATIVA de buscar soluções nos bancos para produtores que acumulam prejuízos nas lavouras de soja e de arroz no sul do Estado, prefeitos da região têm reunião hoje na Secretaria da Agricultura.**

Colaborou  
Cadu Caldas

### TODOS POR MAIS PRAZO

Na agenda que tem em Brasília, o governador José Ivo Sartori poderá encaixar a solicitação ao Ministério do Meio Ambiente para a ampliação do prazo do Cadastro Ambiental Rural (CAR). Documento das secretarias da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e do Meio Ambiente foi encaminhado à chefia de gabinete do governador.

– Não estamos inertes, estamos agindo. Só hoje (ontem), foram mais de sete mil registros – pondera a secretária do Meio Ambiente, Ana Pellini.

Outro reforço virá do deputado estadual Elton Weber (PSB), que entrega no ministério relatório da subcomissão criada na Assembleia e que aponta a necessidade de prorrogação do prazo, que termina no próximo dia 5.

### BANDEIRA EM SETE ESTADOS

Pela reforma agrária e também em apoio à presidente Dilma Rousseff, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) organizou protestos em pelo menos sete Estados brasileiros. No Rio Grande do Sul, 350 pessoas invadiram uma propriedade (foto) em Eldorado do Sul. A área está em processo de desapropriação.

– Ficaremos até as negociações serem abertas – afirma Aida Teixeira, dirigente estadual do MST.

Segundo a superintendência do Incra no Estado, a fazenda tem 3994 hectares. Em 2014, a área foi visitada e considerada improdutiva. Herdeiros entraram com recursos, que foram negados.

O processo está, neste momento, na fase de instrução, quando é feita a pesquisa de preço. Depois de concluída essa etapa, é enviado a Brasília, para a efetiva desapropriação.



OP/PRIMARIO/ISA



FOTO/ALADAM

O tempo fechado, no parque ou no cenário nacional, pode até diminuir o fluxo de visitantes nos corredores da Agrishow, em Ribeirão Preto (SP). Mas quem se arrisca a sair de casa é porque está com ânimo para investir. É o que garantem os expositores da área de máquinas. O discurso é de que os clientes que chegam para conhecer os produtos nos estandes fecham negócio. Mesmo reconhecendo o momento econômico turbulento, a palavra crise é proibida para os vendedores.

### APESAR DO TEMPO

Do outro lado do balcão, bancos apostam em espaço para crescer. O Santander quer entrar na briga para se tornar um dos principais do agronegócio. Hoje, a carteira voltada ao segmento é de R\$ 38 bilhões, sendo R\$ 5 bilhões voltados ao crédito rural. – O recurso disponível do crédito rural não muda a menos que sejam realocados recursos para os bancos privados. Então, não adianta gastar

energia em torno de um valor que é finito – afirma Carlos Aguiar, diretor de agronegócio do banco Santander.

Com a crise econômica e o juro maior afetando o ânimo dos produtores na hora da tomada de crédito, o desafio é crescer ganhando mercado dos concorrentes, entende.

Dono da maior fatia no segmento, o Banco do Brasil foi para a feira com R\$ 536 milhões para os negócios durante o período do evento, que termina na sexta-feira.

## 0,47%

foi o crescimento do PIB do agronegócio em janeiro, conforme a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil e o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada. Resultado puxado pela agricultura (+0,7%).

O PROGRAMA GAÚCHO DE INCENTIVO À GERAÇÃO E UTILIZAÇÃO DE BIOMETANO RECEBEU ONTEM O AVAL DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA. O OBJETIVO É INCENTIVAR A PRODUÇÃO DO GÁS, QUE É FEITA A PARTIR DE DEJETOS DE ANIMAIS DE CRIAÇÃO.

**Pode ser votado hoje em comissão do Senado projeto de lei que aumenta medidas de combate ao tabagismo. O deputado Heitor Schuch (PSB) diz que é necessário debate maior em “matéria que pode afetar a vida de milhares de produtores de tabaco no país”.**



Leia outras  
colunas em  
zerohora.com/  
giseleloeblein

## Anexo 9. Coluna Campo Aberto, 05 de maio de 2016.

A GENTE DÁ VALOR  
PARA O SEU NEGÓCIO  
badeul.com.br/agentesdavalor

ANEXOS  
T.D.S.

apresenta



## CAMPO ABERTO

Gisele Loeblein  
gisele.loeblein@zerohora.com.br  
zerohora.com/giseleloeblein  
3218-4709

ZERO HORA  
QUINTA-FEIRA,  
5 DE MAIO DE 2016

19

## ENTRE A TÉCNICA E A POLÍTICA NO PLANO SAFRA

**H**á duas óticas diferentes para a avaliação do Plano Safra da agricultura empresarial, anunciado ontem no Palácio do Planalto.

Do ponto de vista técnico, o pacote que colocará R\$ 202,8 bilhões em crédito à disposição dos produtores, teve avaliações positivas, com ressalvas. Diferentemente do ano passado, quando a maior parte dos recursos tinha juro livre (ou seja, sem taxas pré-estabelecidas), neste ano, a maior fatia do dinheiro tem percentuais fixados previamente.

A quantia destinada ao custeio e comercialização a juro controlado – financiamentos que ajudam o produtor a, literalmente, preparar o terreno para o plantio e, depois, a negociar a produção – foi ampliada em 20% e soma R\$ 115,8 bilhões.

– Em um ano de crise e ajuste fiscal, em que é natural o arrefecimento do investimento, você tem de aumentar os recursos de custeio. Ele pode não investir, mas tem de plantar – afirmou a ministra Kátia Abreu na cerimônia.

A má notícia é que o juro subiu. E esse é um dos pontos criticados – a taxa varia entre 8,5% e 12,75% nas linhas de custeio e comercialização. No Moderfrota, ficou entre 8,5% e 10,5%.

Aliás, é do ponto de vista político que o plano tem a maior controvérsia. A CNA não compareceu à cerimônia no Palácio do Planalto. Kátia é presidente licenciada da entidade, mas a defesa incondicional da presidente Dilma Rousseff tem lhe custado, no entanto, o respaldo dos ruralistas, que apoiam abertamente o processo de impeachment.

O boicote ao anúncio do plano foi justificado pela CNA em coletiva e em nota oficial. São seis as razões apontadas, que vão desde a preocupação com a necessidade de ratificação das propostas em caso de mudança de governo, até o fato de a entidade não ter tido a chance de apresentar propostas para o pacote, consolidadas após a consulta a produtores rurais.

– Não trabalhamos com posicionamentos favoráveis ou contrários sobre o tema da política nacional, mas colocamos como pergunta se este plano será cumprido em uma eventual troca de governo – opina Paulo Pires, presidente da Federação das Cooperativas Agropecuárias do Estado (Fecoagro-RS).

## NO RADAR

É menos o tamanho do juro e mais a garantia de que haverá recursos efetivos que preocupam Claudio Bier, presidente do Sindicato das Indústrias de Máquinas e Implementos Agrícolas do Estado (Simers). O dirigente afirma que, para os negócios rodarem, é preciso evitar que se repita o quadro da atual safra, com a liberação do dinheiro feita a conta-gotas.

DEPOIS DE SETE ANOS DE PAUSA, A 39ª EXPOLEITE E A 12ª FENASUL, QUE OCORREM DE 18 A 22 DE MAIO, CONTARÃO NOVAMENTE COM A PARTICIPAÇÃO DO CAVALO CRIÓULO. É QUE DURANTE O PERÍODO DA EXPOSIÇÃO SERÁ REALIZADA UMA ETAPA DO FREIO DE OURO.

Colaborou Karen Viscardi



CAR  
Termina  
hoje

## SÓ ATÉ A MEIA-NOITE

A menos que o Diário Oficial da União traga informação contrária, o prazo para o preenchimento do Cadastro Ambiental Rural (CAR) termina à meia-noite. Mais do que isso, o Ministério do Meio Ambiente está avisando às secretarias estaduais que o sistema será retirado do ar a partir desse horário.

A assessoria do ministério explica que a medida é temporária, para que sejam feitos os ajustes necessários.

– A legislação dá a entender que os benefícios se aplicam a quem preencher o CAR dentro do prazo – explica Gabriel Ritter, diretor do departamento de biodiversidade da Secretaria do Meio Ambiente do Estado.

Na prática, isso significará que, após o prazo, o produtor não mais contará com os critérios estabelecidos pelo novo Código Florestal,

que incluem, por exemplo, a escadinha, escala criada para determinar os percentuais necessários de recuperação conforme o tamanho das propriedades.

A orientação é para que os produtores enviem os dados ainda hoje.

– Que façam todo o esforço para cumprir com a exigência – corrobora Ana Pellini, secretária do Meio Ambiente.

O número de propriedades cadastradas no Estado chegava a 379,34 mil – 79,03% do total.

Ontem, a Câmara dos Deputados aprovou medida provisória com a retomada de emenda que amplia o prazo para 31 de dezembro de 2017. O texto da MP precisa agora receber aval do Senado e sanção da presidente. Mas isso demanda tempo. Coisa que o agricultor, neste momento, não tem.

## OFERTA PARA FAZER BONITO EM PISTA

A qualidade dos animais colocados em pista na 14ª Feira de Terneiros, Terneiras e Vaquilonas da Federação da Agricultura do Estado (Farsul) alimenta a expectativa de bons preços de venda. O evento, que será realizado no dia 21, em meio à Expoleite e à Fenasul, terá oferta de pelo menos 500 animais.

– Queríamos preços a partir de R\$ 6 o quilo. Mas as médias até agora registradas na temporada nos permitem projetar

valores acima de R\$ 6,20 – aposta Francisco Scharndong, presidente da Comissão de Exposições e Feiras da Farsul.

Em 2015, o valor médio para o quilo do terneiro nos leilões de outono foi de R\$ 6,04.

Decreto que alterou recentemente as regras de peso mínimo e retirou a exigência da vacina de tuberculose para terneiros de até 12 meses e de brucelose para animais até oito meses deve diluir custos e incentivar as vendas em leilões.



A análise do Plano Safra em [zhora.co/semprarial](http://zhora.co/semprarial)



## AUDI Q3 ATTRACTION 2017

Versões a partir de

R\$ 142.990

à vista\*

PORTO ALEGRE

Av. Sertório, 1441  
(51) 3302-7700

Vorsprung durch Technik Audi

Eurobike  
eurobike.com.br

\*Audi Q3 Attraction com preço sugerido de R\$ 142.990,00 somente para pagamento à vista, ano/modelo 2016/2017. 0km. Condições válidas de 01/05/2016 a 31/05/2016 ou enquanto durar o estoque de 3 unidades. Para mais informações, consulte a concessionária Eurobike.

## Anexo 10. Coluna Campo Aberto, 13 de maio de 2016.

A GENTE DÁ VALOR  
 Não é só o dinheiro que conta.  
 badou.com.br/gerenteeditor

BADERA T O S

apresenta



## CAMPO ABERTO

Gisele Loeblein  
 gisele.loeblein@zerohora.com.br  
 zerohora.com/giseleloeblein  
 3218-4709

ZERO HORA  
 SEXTA-FEIRA,  
 13 DE MAIO DE 2016 **29**

## O QUE SE ESPERA DO NOVO MINISTRO DA AGRICULTURA

**O**ficialmente nascido no Rio Grande do Sul, Blairo Maggi fez a vida e construiu a carreira em outros países. Como muitos contemporâneos, migrou para o Centro-Oeste, onde se espalhou primeiro na produção agrícola, transformando-se no Rei da Soja, e, depois, na política. Formado em Agronomia, levou a empresa familiar Sementes Maggi a transformar-se no Grupo André Maggi.

Foi governador de Mato Grosso por duas vezes, de 2003 a 2010. Atualmente senador, trocou de partido para compor o governo de Michel Temer. De falta de experiência, o agronegócio não pode se queixar.

– É um cara com peso político. Ele e o Meirelles (Henrique, ministro da Fazenda) são os dois nomes de maior expressão no governo – opina o deputado Jerônimo Goergen (PP), que conversou com o novo ministro.

Nas pautas que entrarão na ordem do dia, estão temas como o Cadastro Ambiental Rural (CAR) e os prejuízos acumulados pelos produtores de arroz e também de soja na atual safra do Estado. É grande a expectativa de que o novo governo amplie a prorrogação do prazo de adesão ao CAR a todos produtores.

Em depoimento gravado ao lado do deputado, Blairo afirmou que a porta da frente do ministério estará “sempre aberta” aos gaúchos. “Mas vou dar a chave da porta dos fundos, para entrarem a hora que quiserem” completou.

A Federação da Agricultura do Estado (Farsul) manifestou apoio a Blairo, apesar de ter o nome da senadora Ana Amélia Lemos (também do PP) como “prioritário para a tarefa”.

Para a entidade, a principal reivindicação do setor é o desenvolvimento de uma política para a cultura do trigo.

– Queremos atenção especial a essa cultura – afirma Carlos Sprota, presidente da Farsul, que conversou com o novo ministro, com quem afirma ter relação “respeitosa, mas franca”.

## “A extinção de políticas sociais não está na mesa”

ENTREVISTA

OSMAR TERRA

Ministro do Desenvolvimento Social e Agrário



Na configuração do novo governo, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) foi unido ao do Desenvolvimento Social e ficará sob o comando do médico gaúcho Osmar Terra (PMDB). A fusão é criticada por entidades representativas do setor. Abaixo, trechos da entrevista concedida à coluna.

### É possível atender desenvolvimento social e agrário ao mesmo tempo?

Foi uma ideia do presidente Michel. Na verdade, fui convidado para assumir o Ministério do Desenvolvimento Social. E há uns três dias avançou nessa questão. Como queria reduzir o número de ministérios, colocou o MDA, com papel social importantíssimo, junto. Agora, teremos de fazer uma reengenharia, porque existem muitos programas sociais que servem ao desenvolvimento agrário e ao social também. Até o processo de reforma agrária é de redução da pobreza. Talvez o maior em escala. A partir da posse, preciso me reunir com o pessoal e me apropriar das informações. Temos uma ideia do organograma, da estrutura. Estou conversando com o pessoal do Movimento Brasil Competitivo. Precisaremos ter um processo, que irá durar umas semanas. De qualquer maneira, de início, vai funcionar como está. Depois, vamos montando, fazendo a fusão.

### Há orientação com relação ao tratamento de políticas ou de recursos voltados à agricultura familiar?

A extinção de políticas públicas sociais não está na mesa. Temos de ver a eficiência dessas políticas sociais. Ter 50 milhões de pessoas recebendo o Bolsa Família significa 25% da população brasileira. E o discurso da presidente era de que as pessoas na linha da pobreza, da miséria, somavam 5% da população. Tem uma diferença. Alguma coisa está errada. Ou a presidente não está falando a verdade, ou há uma distorção no sistema. Vamos avaliar a eficiência. Acredito que o MDS é o ministério melhor organizado do governo, e a gestão da ministra Tereza Campello é eficiente, mas pode ser que tenha ido até um certo ponto, e dali em diante precisa de mais informações. O Bolsa Família não é um programa de vida, as pessoas não podem ter como pretensão de vida. É emergencial. Temos de ouvir os beneficiários.

### Mas a preocupação da agricultura familiar é com políticas de desenvolvimento da atividade...

Entendo e conheço muito bem o Pronaf, fui secretário-executivo do Comunidade Solidária, quando começamos a trabalhar com o Pronaf nos programas de desenvolvimento local sustentável, há 15 anos. É claro que, de lá para cá, muita coisa avançou, tenho de me apropriar. Já tem uma garantia do presidente de que não haverá cortes nesta área social. Esse ministério será a cara social do governo. O que vamos fazer é, talvez, até dentro do orçamento que existe, remanejar recursos em função da eficiência. Uma coisa é ter um programa e gastar. Mas está tendo resultado? Quantas pessoas assumiram o protagonismo de suas vidas? O Pronaf está dando renda para quantas pessoas? Ou está se perdendo no intermediário? É um processo que vamos avaliar.

### Como vê o questionamento por não ter ligação com a agricultura familiar?

O melhor ministro da Saúde foi um economista. Depende de se cercar de pessoas da área. Me sinto capaz de montar uma equipe que possa fazer a gestão. O Pepe Vargas é médico e foi titular do MDA.



Aquecimento para o Grito da Terra estadual, no próximo dia 31, o Grito de Alerta foi realizado ontem em Três Passos, no Noroeste. Mais de 7 mil agricultores participaram. Entre as pautas debatidas, temas do dia, como a incorporação do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) ao do Desenvolvimento Social.

## O PRIMEIRO GRITO

– Somos contra, vamos nos mobilizar – afirma Carlos Joel da Silva, presidente da Federação dos Trabalhadores na Agricultura do RS (Fetagr). A entidade também manifesta contrariedade à anexação da Previdência

Social à Fazenda e diz ter restrições à indicação de Sarney Filho (PV) para a pasta do Meio Ambiente – pelo fato de ele ser um defensor da revisão do novo Código Florestal.

A Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar (Fetraf) também mostrou contrariedade à extinção do MDA, tida como golpe nos direitos do setor.

## NO RADAR

**A EMATER prevê redução na área de trigo no Estado. No levantamento da intenção de plantio, aponta espaço 13,11% menor, somando 766,9 mil hectares. A pesquisa foi feita em 240 municípios, que representam 83% da área a ser cultivada.**



Leia outras colunas em  
 zerohora.com/  
 giseleloeblein

## EXPORTAÇÃO REFORÇADA

Tem mais arroz brasileiro no prato do mercado externo. O Brasil ampliou em 11% a receita dos embarques do grão no primeiro trimestre deste ano, conforme dados apresentados pela Associação Brasileira da Indústria de Arroz (Abiarroz) a partir de informações do Ministério do Desenvolvimento. Foram US\$ 108,2 milhões.

O que tem ajudado o produto brasileiro a ficar no ponto são as ações do projeto Brazilian Rice, em parceria com a Apex.

A projeção é de que, no ano, as exportações sigam crescendo, mesmo com a redução de safra e o câmbio.

– Procuramos compensar essas dificuldades com a prospecção de novos mercados, ampliação das ações no mercado norte-americano e inclusão de empresas no processo exportador – afirma Gustavo Ludwig, gerente do Brazilian Rice.

Mais de

**50**

países  
 compraram arroz  
 do Brasil em 2016.

EXONERADA DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, KÁTIA ABREU DIFICILMENTE ENCONTRARÁ ABRIGO NA SUA ENTIDADE DE ORIGEM, A CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL (CNA), DA QUAL É PRESIDENTE LICENCIADA. O RACHA PROVOCADO PELAS POSIÇÕES CONTRÁRIAS QUANTO AO IMPEACHMENT DEVE LHE CUSTAR O CARGO.