

O IMPULSIONAMENTO DO CONTROLE BIOLÓGICO POR MEIO DO JORNALISMO ESPECIALIZADO



Ana Cássia Ferreira Maciel
8º período do Curso de Comunicação Social -
Jornalismo do Unipam
anamaciel@unipam.edu.br



André Henrique Martins
8º período do Curso de Comunicação Social -
Jornalismo do Unipam
karensousaduarte@unipam.edu.br



Karen Sousa Duarte
8º período do Curso de Comunicação Social -
Jornalismo do Unipam
stellafmb@unipam.edu.br



Stella de F. M. Bernardes
8º período do Curso de Comunicação Social -
Jornalismo do Unipam
stellafmb@unipam.edu.br



Marlon Wender
Professor do Curso de Comunicação
Social do Unipam.
marlon@unipam.edu.br

RESUMO

Com o propósito de impulsionar a prática e a aplicação do controle biológico no manejo de pragas em lavouras, o jornalismo agropecuário surge, neste artigo, como instrumento de ligação no sentido de levar informação acerca do método de controle aos produtores rurais e demais pessoas ligadas à área agropecuária, suprimindo a escassez de conhecimento acerca do assunto, na tentativa de quebrar a resistência quanto à técnica. O trabalho baseou-se em pesquisa quantitativa com amostragem não probabilística e amostra por conveniência. Todavia, o resultado das pesquisas confirmou a carência de informação sobre a temática, o interesse do público-alvo pelo assunto e o desejo deste de aderir a uma postura sustentável na agricultura. Constatou-se ainda a preferência por veículos de comunicação ligados ao suporte internet, seguido por revista, além da viabilidade mercadológica do produto final. Em suma, visando a satisfazer a preferência do público, propôs-se a criação de páginas em redes sociais com divulgação de matérias específicas e atualizadas sobre o controle biológico, além de uma revista impressa semestral, também disponibilizada na plataforma Issuu.

PALAVRAS-CHAVE: *Impulsionar; controle biológico; jornalismo especializado; jornalismo agropecuário.*

ABSTRACT

In order to promote the practice and application of biological control in crop pest management, agricultural journalism emerges, in this article, as a linking tool in the sense of bringing information about the control method to farmers and other people linked to the agricultural area, supplying the lack of knowledge about the subject, in an attempt to break the resistance on the technique. The work was based on a quantitative research with non-probabilistic sampling and sample by convenience. However, the results of the surveys confirmed the lack of information on the subject, the interest of the target audience for the subject and the desire to adhere to a sustainable position in agriculture. It was also observed the preference for communication vehicles linked to the internet, followed by the magazine, besides the proof of the marketing viability of the final product. In short, in order to satisfy the public preference, it was proposed to create social media pages with specific and up-to-date information on biological control, as well as a semi-annual printed magazine, also available on the Issuu platform.

KEYWORDS: *Boost. Biological Control. Specialized Journalism. Agricultural Journalism.*

O IMPULSIONAMENTO DO CONTROLE BIOLÓGICO POR MEIO DO JORNALISMO ESPECIALIZADO

INTRODUÇÃO

A humanidade vive um período de profundas transformações nas estruturas sociais. O cenário globalizado trouxe novos interesses e necessidades para a sociedade, fragmentando-a em grupos com distintas dedicações, em que cada qual elege suas prioridades.

Diante disso, a função atribuída aos jornalistas de transmitir informações relevantes para a sociedade vem se alterando, significativamente, ao longo do tempo. A lógica de informar o que o público precisa saber vem sendo substituída pelo ato de informar aquilo em que o público tem interesse, ao procurar atender especificidades e dirigir-se a públicos diferenciados. É o que confirma Ana Carolina Abiahy (2000, p. 5):

O desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado a essa lógica econômica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir os grupos que se encontram tão dissociados entre si. Muito além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos, o jornalismo especializado é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas (ABIAHY, 2000, p. 5).

No Brasil, um dos segmentos de mercado de relevante destaque é o agronegócio – importante gerador de pautas, mas com um cenário de informações, talvez, pouco explorado. O homem do campo se tornou gerenciador de um dos grandes capitais econômicos do país e está em constante busca por novas tecnologias e soluções para suas propriedades. Esse fator oportuniza o jornalismo especializado em agropecuária.

Sustentabilidade é o termo que conquistou a agricultura e a pecuária. A expressão, ecologicamente correta, tem por objetivo suprir as necessidades dos seres humanos sem comprometer o futuro das próximas gerações. Nessa linha de entendimento, a perspectiva é reduzir progressivamente a dependência exagerada de produtos químicos prejudiciais à saúde humana. Uma das alternativas tem sido o

investimento no controle biológico, cuja premissa básica, apresentada por Melo e Azevedo (1998, p. 262), consiste em utilizar inimigos naturais para controlar insetos e pragas de culturas agrícolas.

Há ainda uma grande confusão entre os conceitos e práticas envolvendo o controle biológico, sobretudo o aplicado, o que levou Parra (2006, p. 14) a elencar entre as possíveis causas da baixa utilização o preconceito e a desinformação.

Desse modo, surge a seguinte questão, que vem a se tornar o problema deste estudo: "como se valer das ferramentas comunicacionais para impulsionar o controle biológico em cenário nacional?" Isto porque a comunicação oferece diversos mecanismos com o poder de alavancar produtos e serviços. Neste contexto, pressupõe-se que a informação, por meio do jornalismo especializado, será ferramenta primordial, a qual irá propagar conhecimento acerca do manejo biológico a diferentes públicos.

Acredita-se ainda que exista a ausência de meios de comunicação especializados na produção de notícias claras e precisas acerca do controle biológico. Diante disso, delimita-se o tema deste artigo como o impulsionamento do controle biológico por meio do jornalismo especializado, com entendimento e conhecimento das causas de sua utilização, bem como identificação de estratégias de estímulo.

O objetivo é suprir a carência de informação compreensível e acessível no que diz respeito ao controle biológico, em meio social, em que estão inseridos produtores e agricultores rurais, bem como empresários e demais cidadãos ligados ao setor agropecuário.

Desenvolvimento

Entende-se que a comunicação vem, cada vez mais, se transformando em um meio essencial para a vida cotidiana. Como afirma Serra (2007, p. 1), "a comunicação assumiu um lugar tão central nas nossas sociedades que se tornou corrente a afirmação de que vivemos em plena sociedade da comunicação". Diante dessa constatação do autor, pode-se perceber como a comunicação tornou-se importante para as mais variadas facetas sociais. Partindo dessa asserção, o jornalismo, inserido no

âmbito comunicacional, assume uma importante função: a de organizar aquilo que é de interesse de seu público receptor e, mediante os critérios de cunho profissional, da melhor maneira possível, transmitir a veracidade dos fatos para a sociedade. Abiahy (2000, p. 13) ressalta que, diante da Sociedade da Informação, em virtude da enorme variedade noticiosa, as particularidades no momento de escolha das notícias tornaram-se muito importantes para a grande maioria do público, o qual ficou mais sensível a procurar assuntos sobre determinada área.

As informações de interesse pessoal tornaram-se mais importantes para a maior parte dos leitores do que assuntos que ao longo do tempo eram reconhecidos como fundamentais para a sociedade inteira. Provavelmente esta é a consequência da evolução dos meios de comunicação. A Sociedade da Informação, ao oferecer tanta variedade de veículos informativos, aumentando a capacidade de escolha do receptor, tornou-o mais qualificado a identificar-se com determinado material informativo (ABIAHY, 2000, p. 13).

A especialização consiste em levar especificidade às pessoas que procuram cada vez mais por notícias aprofundadas, amplas e da área que lhes interessa. Abiahy (2000, p. 7) diz o seguinte sobre essa questão:

A função do jornalismo frente à sociedade vem sendo alterada ao longo do tempo paralelamente às mudanças das estratégias de produção jornalística. Quando iniciou, o jornalismo cumpria a função de expressão ideológica, sendo os jornais eminentemente políticos, o jornalista era um articulista, e a informação era destinada a uma doutrinação, uma forma de panfletagem intelectual. Quando os jornais tornam-se empresas, a informação adquire a condição de bem público, serviço à comunidade e o jornalista é o mediador, o repórter que presta essa função. Entretanto o jornalismo sempre procurou atingir públicos amplos, cumprir esta função de unir as pessoas em torno de uma informação comum. Quando o jornalismo especializado desenvolve-se com maior expressão, percebemos que esse público receptor passa a ser considerado em sua

especificidade (ABIAHY, 2000, p. 7).

Lage (2005), por exemplo, sugere que é mais econômico e produtivo para a sociedade que o jornalista se especialize. O autor afirma que não faz sentido que um especialista de outra área transmita as notícias e/ou as informações ao público, pois, para isso, é mais vantajoso ter o profissional jornalista que se baseia em critérios específicos de seu campo de atuação. Além de tudo, o que fere a ética jornalística pode não ferir a de um profissional de outro setor.

O autor ainda exemplifica que "um professor de primeiro grau não precisa ser criança para comunicar-se com seus alunos, nem um médico abandonar o que sabe para expor um diagnóstico a alguém" (LAGE 2005, p. 109). Assim, seguindo a linha do autor, nota-se que o mais crível e indicado é que o jornalista se especialize e não que seu papel seja transferido a outra pessoa de área diferente.

A Teoria da Cognição, por exemplo, também proposta por Lage (2005, p. 111), enfatiza de maneira ainda mais presumível tal definição. Lage diz que o jornalista especializado não necessita exatamente ser um cientista na área em que atua, mas deve dispor do máximo de informações e conhecimentos para conseguir transmitir para a sociedade, da melhor forma possível, aquilo que deseja. O jornalista especializado carece, portanto, de criar um modelo mental mais amplo e refinado, alusivo ao campo de seu domínio (LAGE, 2005, p. 111).

Entre diversas ramificações do jornalismo especializado, depara-se com o agropecuário, também denominado jornalismo em agronegócio ou agribusiness. Voltado a assuntos relacionados ao campo, tem sido pautado por diferentes meios de comunicação (rádio, telejornais, revistas, internet, canais de assinatura, entre outros), principalmente por aqueles que adotam a temática rural.

Ferreira e Silva (2012, p. 3) afirmam que

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. 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. 3).

Com atenção maior da mídia em relação à temática rural, as pautas geradas sobre o assunto fazem com que os profissionais dessa área trabalhem com informações extremamente específicas. Além disso, é importante que a mídia considere a presença cada vez mais marcante da tecnologia no meio agrário. É o que explica Mourão (2012, p. 4):

Esse profissional rural precisa estar ciente da evolução dos modos de produção no campo, os fertilizantes, agrotóxicos e máquinas. Saber também da especialização pela qual as fazendas passam semelhante ao que ocorreu com as indústrias devido ao crescimento do capitalismo. A mídia rural precisa considerar que a tecnologia se faz cada vez mais presente no meio agrário, com maquinários modernos e setores da produção computadorizados. O jornalismo precisa retratar as políticas públicas no meio rural, que interferem muito no setor (MOURÃO, 2012, p. 4).

Rossi (1980, p. 75) comenta que especialistas escrevem para especialistas e não para um público em geral. Então, o que muitas vezes escreve, por exemplo, um agrônomo, acaba se tornando algo indecifrável para aqueles que não têm uma formação científica na área. O trabalho jornalístico é totalmente o oposto, ou seja, ele tem a função de levar informações claras, objetivas e compreensíveis para o público.

Para os agricultores, a comunicação foi um dos fatores principais na mudança do ambiente rural, como confirmou Silveira (1994, p. 43): "a comunicação foi concebida como instrumento de persuasão, que garantiria a mudança de comportamento dos agricultores no sentido de adotar novas tecnologias".

Com essa demanda surge a oportunidade de criar um veículo de comunicação especializado, de forma a impulsionar o controle biológico por

meio de informações de qualidade, destacando a importância dos princípios de postura ética frente à preservação ambiental e responsabilidade social. O meio de comunicação irá possibilitar a quebra de resistência do público-alvo, ao disseminar conhecimento e informação com credibilidade sobre controle biológico, além de facilitar a compreensão do agricultor quanto a estudos e pesquisas complexas do manejo biológico e fomentar o desenvolvimento do controle biológico. Para impulsionar o controle biológico em âmbito nacional, por intermédio de um meio de comunicação especializado, faz-se necessário primeiramente entender a importância de aliar determinadas Teorias da Comunicação aos critérios de noticiabilidade. A partir dessa ligação, algumas técnicas específicas serão utilizadas, passando pela seleção, elaboração, verificação e publicação do fato informativo especializado (QUESADA, 2004, p. 123). Sendo assim, serão mencionadas a seguir as teorias consonantes ao tema deste artigo.

A começar pela teoria do Gatekeeper, criada em 1947, nos Estados Unidos, por Kurt Lewin, como forma de consideração ao jornalismo e ao seu poder. Ela estuda as características que levam uma mensagem a ser ou não divulgada na mídia, dependendo de cada veículo e de seus pressupostos particulares como relevância, influência, confiabilidade, contexto político-social e até mesmo política empresarial.

O processo de produção da informação é um processo de escolhas, no qual o fluxo de notícias tem que passar por diversos "portões" (gates) até a sua publicação. Segundo Fernandes (2011, p. 5),

Kurt Lewin foi o primeiro autor com preocupações sociais na área da comunicação de massas a indicar que a passagem de uma notícia por determinados canais de comunicação depende de "portões" (gates) que funcionam dentro desses mesmos canais de comunicação (FERNANDES, 2011, p. 5).

No entanto, conforme Traquina (2013, p. 142), "[...] as notícias publicadas resultam da intencionalidade do jornalista. O profissional, assim, realiza uma seleção arbitrária e a notícia se torna "produto das pessoas e das suas intenções" (TRAQUINA, 2013, p. 142).

Desse modo, Traquina (2013 p. 150) considera que esses portões "são regidos ou por regras

imparciais ou por um grupo no 'poder'" que tem o papel de decidir o que aprovar e o que rejeitar. Por conseguinte, atribui-se a explicar a teoria que surgiu como forma de aperfeiçoamento do Gatekeeper: o newsmaking. Kurt Lewin criou esta teoria em 1950. O newsmaking pressupõe que as notícias são como são, porque a rotina industrial de produção assim as determina. Segundo Hohlfeldt (2015, p. 64), o termo "em uma tradução livre seria fazedores de notícia ou a criação da notícia".

Pena (2005, p. 105) explica que "embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. As normas ocupacionais teriam maior importância do que as preferências pessoais na seleção das notícias". Os estudos no newsmaking representam uma tentativa para descrever as práticas comunicativas que geram as formas textuais recebidas pelos destinatários.

Logo, entende-se que, no cotidiano, imprevistos acontecem. Os emissores da notícia estão sujeitos a se depararem com uma superabundância de fatos rotineiramente. Wolf (1995, p. 175) afirma que "a noticiabilidade é constituída por um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que selecionar a notícia".

Portanto, diante desta situação, assimila-se que, para que haja a possibilidade de produzir notícias e manter o trabalho jornalístico organizado, é necessário recorrer aos valores/notícia, "componentes que buscam responder a clássica pergunta: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem noticiados?" (WOLF, 1995, p. 195).

É válido mencionar que os valores-notícia são o senso comum das redações, quando se considera que qualquer jornalista sabe dizer o que é notícia e o que não é, de acordo com o senso comum.

Assim sendo, as teorias explicitadas se encaixam na temática do estudo, pois propiciam ao jornalista a autonomia de selecionar notícias de caráter relevante para a sociedade. No que concerne à questão-problema do projeto de que trata este artigo, ("Como se valer das ferramentas do jornalismo especializado para impulsionar o controle biológico em cenário nacional?"), é importante que o jornalista se especialize no setor agropecuário, a

fim de adquirir conhecimentos frente aos conceitos específicos da área de atuação. É considerável entender as Teorias da Comunicação para utilizar, na prática, determinados conceitos condizentes ao meio de informação especializado em que se irá atuar, bem como os critérios de noticiabilidade que são indispensáveis na produção da notícia.

Entre algumas das hipóteses mensuradas, além da escassez de informação clara, objetiva e compreensível, depara-se com a resistência por parte dos produtores rurais em utilizar o controle biológico como forma de manejo de pragas. O veículo de comunicação age como facilitador para a compreensão do agricultor quanto a estudos e pesquisas complexas sobre agronegócio.

A fim de comprovar as hipóteses, foi definido que a pesquisa deveria ser mensurada a partir da concepção do público-alvo sobre o tema, bem como de conceitos bibliográficos e com base no modo em que os veículos de comunicação referem-se ao controle biológico.

O projeto de que trata este artigo utilizou os seguintes métodos para validar as hipóteses: pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e pesquisa quantitativa, com amostragem não probabilística, com amostras por conveniência. A primeira foi fundamentada na literatura pertinente ao tema; a segunda teve por base veículos de comunicação no setor do agronegócio; e a terceira e última deu resposta à viabilidade mercadológica do produto final.

Resultados e conclusão

Preliminarmente, foram identificados alguns dos veículos de comunicação mais acessados e de maior relevância no setor do agronegócio, já que não se conseguiu constatar meios de comunicação especializados no controle biológico, com abordagens de fácil entendimento ao produtor rural. São eles: Telejornal Globo Rural, as revistas A Granja e Agroanalysis e sites Agrolink, Embrapa e Portal do Agronegócio, que foram analisados no período compreendido entre abril de 2016 e abril de 2017.

O principal telejornal voltado para o agronegócio, Globo Rural, não teve nenhum conteúdo relacionado a essa temática, dentro dos 52 programas exibidos nesse tempo. A revista A Granja teve 13 edições publicadas nesse tempo, estruturadas com 316 matérias; destas, quatro apresentaram a técnica – intrinsecamente ou não, de modo favorável ao

controle.

Com relação à revista *Agroanalysis*, pôde-se evidenciar que das treze revistas analisadas entre abril de 2016 e abril de 2017, apenas duas abordaram diretamente o controle biológico como método de combate às pragas nos cultivos agrícolas, explicitando manejo, causas e ações de forma aprofundada e positiva. O controle biológico de pragas foi citado superficialmente dentro do contexto trabalhado em outras quatro matérias.

O portal *Agrolink* publicou 12.409 matérias jornalísticas, nesse espaço de tempo, com diferentes abordagens dentro de vários assuntos. Verificou-se que apenas 32 reportagens mencionaram o controle biológico direta ou indiretamente. Esse número representa 0,39% do total de todas as matérias veiculadas no site.

No portal da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), dentro do período estabelecido para a pesquisa, o site publicou 2.699 matérias com diversos conteúdos, mas somente 112 retrataram a técnica do controle biológico, como meio de controle de pragas. Já no Portal do Agronegócio, foram publicadas cerca de 25.000 matérias, mas apenas nove são referentes a essa modalidade de manejo de pragas.

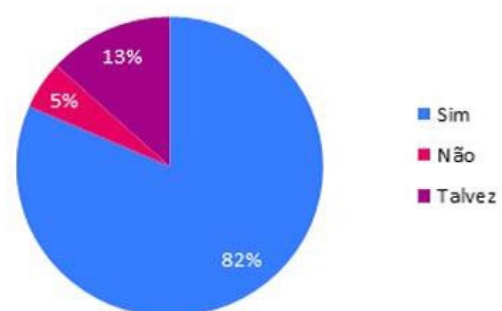
A análise dos conteúdos veiculados nos meios de comunicação comprovou a ausência de informações especializadas no controle biológico. Dessa forma, o próximo passo foi entender as percepções e predileções do público-alvo mediante o tema apresentado no artigo.

Com este propósito, foi aplicado um questionário com 13 questões a 613 pessoas, na *Agrishow – 24ª Feira Internacional de Tecnologia Agrícola*, realizada em Ribeirão Preto, SP. Pôde-se obter respostas de 336 agricultores ou produtores rurais, 87 agrônomos, 33 revendedores ou comerciantes, 61 empresários e 58 estudantes, de 12 estados brasileiros de grande influência no ramo agrícola: Bahia, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo e Tocantins. A predominância dos participantes da pesquisa foi de homens, mas a figura feminina, mesmo em número inferior, também se mostrou presente no setor do agronegócio.

Além de perguntas relacionadas à idade, sexo, região e profissão, o questionário também abordou pontos como a espécie de cultivo do produtor rural; as técnicas de controle de pragas que ele utiliza;

o conhecimento acerca do manejo biológico; a utilização ou não do método biológico de controle de pragas nas lavouras; a avaliação acerca do controle biológico e a percepção do público a respeito do objetivo do projeto de impulsionar o controle biológico através do jornalismo especializado. Dos resultados, destacam-se os gráficos 1 a 3:

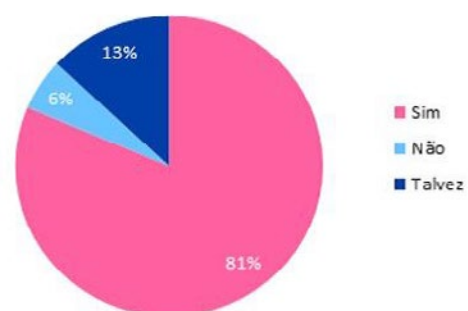
Gráfico 1. Percepção sobre ausência de abordagem de controle biológico no país, em veículos de comunicação especializados:



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Com relação à falta de veículos de comunicação especializados em controle biológico no país, conforme o Gráfico 1, pôde-se verificar, nos dados coletados, que 500 participantes afirmaram existir uma escassez de informações especializadas no tema. Outros 81 pesquisados responderam "talvez" e apenas 32 pessoas acreditam não existir carência de informações no setor.

Gráfico 2. O interesse do público em obter mais conhecimento sobre o controle biológico:

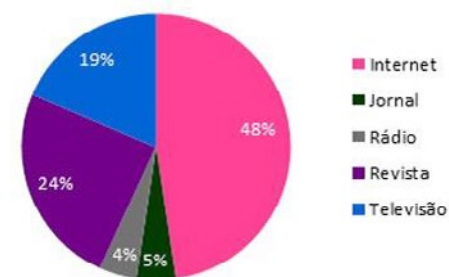


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 2 mostra que 499 dos pesquisados

querem adquirir mais conhecimento em relação à temática, 80 responderam "talvez", e 34 pessoas não se interessam por absorver conhecimento sobre o tema. Tais dados confirmam o interesse do público-alvo em adquirir essas informações relacionadas ao controle biológico, o que viabiliza o projeto e certifica algumas das hipóteses levantadas.

Gráfico 3. As opções de meios de comunicação escolhidas pelo público, para obter conhecimento sobre o controle biológico.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Para não deixar engessada uma predileção por um único veículo, a questão foi aberta para escolha de mais de uma alternativa. Os dados apresentados revelam que o maior índice de preferência do público-alvo pesquisado (499) é pela internet; seguido de 254 para o gênero revista; 193 pela televisão, 49 para jornal; e 47 pelo rádio. Pôde-se concluir que o veículo mais acessado pelos profissionais do meio rural é on-line, o que comprova que a internet vem ganhando espaço significativo nesta era globalizada.

A presente pesquisa, realizada em maio de 2017, teve por finalidade obter resultados em relação à suposta viabilidade de um veículo de comunicação especializado em controle biológico no país, a partir da perspectiva dos pesquisados. Estrategicamente, o local escolhido para a realização da pesquisa foi a *Agrishow*, por receber visitantes do país inteiro. Percebe-se, por meio do resultado das pesquisas, que o controle biológico é conhecido e visto de forma positiva por maior parte dos pesquisados, mas 62% não o utilizam.

Esta afirmativa traz à tona a hipótese que pressupõe que, embora os profissionais rurais conheçam o controle biológico, muitos não o utilizam no cultivo, devido a um preconceito estabelecido em relação ao método, seguido pela ausência de informações sobre o tema. Conforme a opinião dos

participantes, de fato, há uma carência de veículos de comunicação especializados em controle biológico no país. Contudo, a partir da base de dados, pode-se afirmar que 81% dos pesquisados manifestaram interesse em adquirir informações em relação ao controle biológico, tendo por preferência a internet, seguida de revista, televisão, jornal e rádio, respectivamente. Tais dados sustentam o objetivo central do projeto: a criação de um veículo de comunicação especializado no controle biológico.

Para ser capaz de desenvolver com eficácia o meio de comunicação pretendido, é necessário estruturar conteúdos relevantes; levar em consideração critérios de noticiabilidade como proximidade, clareza, precisão, significância, continuidade, entre outros; e ter embasamento a partir de teorias da comunicação. Estas peculiaridades são fundamentais no que tange ao processo de produção da informação especializada.

A comprovação das hipóteses pelo resultado das pesquisas confirma a viabilidade do veículo de comunicação especializado, uma vez que as suposições instauradas como a escassez de informações compreensíveis e objetivas acerca do controle biológico, a resistência dos produtores rurais quanto à utilização do método, o interesse do público em conhecer melhor o tema e a ausência de um meio de comunicação especializado no método de manejo de pragas, foram legitimados.

Não obstante, não se pode concluir o projeto sem mensurar as relevâncias social, acadêmica e mercadológica atreladas ao trabalho, uma vez que este se justifica pela relevância social, posto que a impulsão do controle biológico beneficiará diretamente a sociedade, promovendo a sensibilização sobre a adesão de uma postura ética e responsável frente à importância dos cuidados com o meio ambiente. Nesse sentido, é relevante divulgar informações específicas que não são transmitidas à sociedade a respeito da saudabilidade da agricultura, de modo a contribuir para o futuro das próximas gerações.

Mercadologicamente, o projeto possui relevância, uma vez que as lideranças buscam, cada vez mais, investir em práticas sustentáveis que gerem real transformação para a comunidade. Assim, a tendência é que os setores de produção do controle biológico obtenham destaque no mercado. Diante disso, por meio do jornalismo especializado, será efetuada uma ligação entre

empresas, consumidores, investidores e parceiros do controle biológico. A implicação desse elo será visualizada por meio da criação de oportunidades para que agentes do mercado conheçam e adquiram o controle e ainda encontrem espaços para a divulgação de ações e resultados da adesão ao controle biológico.

No tocante à relevância acadêmica, o projeto contribuirá como arquivo de pesquisa, por abordar conceitos e conteúdos trabalhados ao longo do curso de Jornalismo, como as técnicas do jornalismo especializado, capazes de difundir informações e impulsionar produtos em meio social. O material produzido poderá servir para maior conhecimento dos corpos docente e discente universitários, principalmente daqueles voltados para o ramo agrônomo, ao considerar que estes poderão ter um maior conhecimento sobre o tema tratado.

Nesta linha de entendimento, como foi apontado pelo público da pesquisa, pressupõe-se que o veículo de comunicação atenda aos suportes internet e/ou revista – eleitos com maior abrangência. Recomenda-se, portanto, a criação de páginas em redes sociais (Facebook e Instagram), com publicações regulares, interligadas às matérias jornalísticas completas, que estarão disponíveis na plataforma Issuu, relacionadas ao controle biológico e ainda uma revista especializada no método de manejo de pragas, com periodicidade trimestral, distribuída em território nacional. Como sugestão de título para ambos os veículos de comunicação, propõe-se a designação Bio Manejo. Consequentemente, entende-se que os meios de comunicação necessitam de parceiros ou anunciantes para aumentar suas formas de lucratividade. Posto isto, o laboratório Farroupilha-Lallemand (com sede em Patos de Minas-MG, município onde serão desenvolvidos os meios de comunicação), que há dez anos atua no mercado de controle biológico de pragas e doenças agrícolas e é o maior produtor de Trichoderma7 do mundo, venha a ser o potencial cliente/ patrocinador/ parceiro/anunciante dos meios de comunicação objetivados.

REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. O jornalismo especializado na sociedade da informação. Paraíba, Universidade Federal da Paraíba, 2000.

do Gatekeeper e do Newsmaking na rádio: o caso da RDP. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2011.

FERREIRA, L. C. A; SILVA, A.C. de A. Jornalismo no Agronegócio: o campo em notícia. Frutal: Universidade do Estado de Minas Gerais, 2012.

HOHLFELDT Antonio; CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da. Teorias da Comunicação: leituras & aplicações. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2015, vol. 1.

LAGE, Nilson. A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Ed: Record, 2005.

MELO, I. S; AZEVEDO, J. L. Controle biológico. Jaguariúna: Embrapa, 1998, vol. 1.

MOURÃO, L.M. Ensino de Jornalismo Segmentado: o jornalismo rural nos cursos de comunicação social do Mato Grosso do Sul. In: XIV ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO. Uberlândia, Universidade Federal de Uberlândia, 2012.

PARRA, José Parra et al. Controle biológico de pragas: na prática. Piracicaba: CP 2, 2006. Organizado por PINTO, Alexandre de Sene.

PENA, Felipe. Teoria do jornalismo. São Paulo: Contexto, 2005.

QUESADA, M. Periodismo de investigación: una metodología para el periodismo especializado. In: FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.). Periodismo especializado. Barcelona: Ariel, 2004, p. 123-143.

ROSSI, Clovis. O que é Jornalismo. São Paulo: Brasiliense, 1980.

SERRA, J. Paulo. Manual de Teoria da Comunicação. Universidade da Beira Interior; Ed: Labcom, 2007.

SILVEIRA, M.A. Rumos da pesquisa em comunicação rural: para onde ir? In: ARAÚJO, J.G.F. I Seminário de Comunicação Rural: perspectivas atuais e futuras. São Paulo: CECOR, 1994.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis. Insular livros, 2013, vol 2.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 4 ed. Lisboa: Presença. 1995.