



## **Agendamento da Temática Rural no Jornal Província de Tenente Portela - RS<sup>1</sup>**

Lidia Paula TRENTIN<sup>2</sup>  
Deborah Susane Sampaio SOUSA<sup>3</sup>  
João Eudes Portela de SOUSA<sup>4</sup>  
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

Este estudo tem a proposta de analisar o espaço que a temática rural ocupa no jornal Província, de Tenente Portela, no Rio Grande do Sul – uma cidade tipicamente rural. Para isso, analisa a Hipótese do Agendamento ou *Agenda Setting*. Assim, perpassa pela abordagem acerca de temas como a história do município de Tenente Portela e a história do Jornal Província, objeto de estudo da pesquisa. Ainda, traz explanações sobre as definições de jornalismo impresso e de comunicação rural. Focada na proposta de delimitar o tema, esclarece também o conceito de Agendamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Agendamento; Comunicação Rural; Jornal Província.

### **INTRODUÇÃO**

Tenente Portela está localizada na região Celeiro do Rio Grande do Sul, no noroeste do Estado, a 480 km da capital, o município possui uma extensão de 338 km<sup>2</sup>, com 13.719 habitantes.<sup>5</sup> Um dos jornais impressos da cidade é o Jornal Província, que foi criado em 1986, por Jalmo Fornari, este é o objeto da presente pesquisa. Além do jornal impresso Província, a rádio Província FM e o site Província são do mesmo dono, e formam uma rede de comunicação, chamada Sistema Província.

O objetivo principal deste artigo é saber o número de matérias rurais e o espaço que elas representam no jornal e compara-las com outras matérias. Serão analisados o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Jr. – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Pós-Graduada em Mídias na Educação da Universidade Federal de Santa Maria. Mestranda em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, email: [ly\\_lidia@hotmail.com](mailto:ly_lidia@hotmail.com).

<sup>3</sup> Graduada em Direito e em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade de Fortaleza. Especialista em Assessoria de Comunicação pela Universidade de Fortaleza. Mestranda em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, email: [dsusane@gmail.com](mailto:dsusane@gmail.com).

<sup>4</sup> Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade de Fortaleza. Especialista em Gerência Executiva de Marketing pela Universidade Federal do Ceará. Mestrando em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, email: [joaoportela@ifce.edu.br](mailto:joaoportela@ifce.edu.br).

<sup>5</sup> Dados do IBGE 2010



tamanho das matérias de capa primárias e secundárias, diferença de tamanho nas fotos e textos, em quais editoriais e páginas são publicadas as matérias rurais e qual posição estas ocupam dentro do jornal, afinal tudo isso influencia na atenção que o público irá dar a cada matéria.

A hipótese da pesquisa é que é destinado pouco espaço para as matérias sobre o meio rural, e que representem os habitantes deste meio. Através das análises citadas acima será ou não confirmada esta hipótese.

A escolha deste tema se deu porque Tenente Portela é uma cidade rural e seria estranho perceber poucas matérias com esta temática no Jornal Província. Os agricultores também devem ser representados nos meios de comunicação, afinal eles também lêem jornal e querem estar informados sobre o que acontece em seu meio. Pois, de acordo com o IBGE 2010, a agropecuária representa 38.286 do PIB da cidade, ficando atrás somente dos serviços que representam 87.627.

Para analisar as matérias rurais que são publicadas no jornal será utilizada a hipótese do Agendamento, ou Agenda Setting, que determina a relevância que os fatos noticiados pela mídia terão no público.

### **Hipótese do Agendamento**

Quem denominou a hipótese do agendamento de *agenda setting* foram Maxwell McCombs e Donald Shaw, na década de 70. Barros Filho resume bem o que é a teoria do Agendamento ou Agenda Setting (1995, apud COLLING, 2001, p.92) “as pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese”.

A mídia determina as pautas mais relevantes para o público, ao enfatizar ou despreza-las, ou seja, as pessoas discutem mais o que é divulgado na mídia do que aquilo que não é noticiado.

Como nos explicam Lago e Benetti (2008, p.86) a teoria do agendamento consiste na “capacidade dos veículos de comunicação em pautar para a sociedade os temas de debate e de boa parte das interações do cotidiano”. Ou seja, se as pessoas debaterem os assuntos que foram noticiados, as pautas dos meios de comunicação foram bem sucedidas.

O que é confirmado por Hohlfeldt (1997, p.7), que diz em seu artigo que:

O agendamento somente ocorrerá de maneira eficiente quando houver um alto nível de percepção de relevância para o tema e, ao



mesmo tempo, um grau de incerteza relativamente alto em relação ao domínio do mesmo, levando o receptor a buscar informar-se com maior intensidade a respeito daquele assunto.

Pautar assuntos importantes e que façam o público se interessar é uma ótima maneira de fazer com que as pessoas recorram novamente a esse veículo de comunicação para se manter informado.

Conforme Hohlfeldt (1997, p.3) “dependendo dos assuntos que venham a ser abordados – agendados – pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações”. Quanto mais os meios de comunicação divulgarem e derem destaque a um fato, mais importante ele se tornará para as pessoas que o acompanha.

No jornalismo impresso isso não é diferente, de acordo McClure-Patterson (1976, apud WOLF, 2008, p.148) “a informação impressa fornece aos leitores uma indicação *forte, constante e visível* de saliência”. Isso acontece porque nos jornais é mais fácil perceber as discrepâncias tanto no tamanho, quanto na profundidade das matérias, algumas podem ocupar duas páginas, enquanto outras são apenas notas pequenas e sem destaque.

Pelo fato do leitor poder voltar e ler as informações quantas vezes quiser, segundo McCombs (apud WOLF, 2008, p.163) “os jornais são os primeiros promotores a organizar a agenda do público”. Os leitores ainda têm a opção de levar o jornal onde quiserem e mostrar às outras pessoas as matérias que mais chamaram a sua atenção.

### **Jornalismo impresso**

O jornal impresso foi o primeiro meio de comunicação e, no seu início, por ter um alto custo de fabricação só atingia a elite, depois de certo tempo as massas também tiveram acesso a este meio de comunicação.

Com a chegada do rádio, da televisão e da internet a importância dos jornais impressos diminuiu consideravelmente para o público (SEABRA, 2003, p.111). Afinal o custo destes meios é menor, já que o único preço a se pagar é o do equipamento. Num jornal impresso o leitor tem de pagar a assinatura semanalmente, mensalmente ou anualmente.

Segundo Erbolato (p. 61-62-63) existem vários critérios que geralmente são utilizados na escolha das notícias que serão publicadas nos jornais, alguns deles são:



- Proximidade, as pessoas querem saber do que acontece perto delas: conseqüências, qual o efeito do acontecimento; progresso, o que pode mudar com este fato; importância, o leitor precisa realmente saber desta notícia; utilidade, a notícia vai fazer diferença na vida do leitor.

O jornalista deve escolher os fatos que acredita serem os mais importantes, de acordo com os critérios acima explicados, pois nem todos os acontecimentos podem virar notícia, alguns são mais relevantes que outros. De acordo com Pereira Junior (2006, p. 19) “expor o acontecido significa, antes de mais nada, escolher episódios, aproximar eventos dispersos, privilegiar um incidente em lugar de outro”.

Isso também vale para uma notícia, alguns detalhes do acontecimento são mais importantes que outros, por isso só o que é realmente relevante deve ser colocado numa matéria jornalística. Mesmo assim o jornalismo impresso se caracteriza por notícias mais longas que os outros meios de comunicação.

Segundo Sousa (2001, p. 13) “o jornalismo deve ser comunicação útil”, não deve publicar notícias que não sejam de interesse dos leitores, afinal serão eles os atingidos pelas informações. Ele deve ser claro e conciso, ter uma linguagem fácil de entender, mas não extremamente coloquial, para que atinja seu objetivo de manter o leitor bem informado e interessado.

De acordo com Tresca (2007, p. 1) no jornalismo impresso “o gênero informativo persiste historicamente e lingüisticamente”, afinal as pessoas querem, na maioria das vezes, saber de fatos e não de opiniões, se elas optassem por esta última escolheriam ler os editoriais.

Difícilmente as pessoas lêem todo o jornal, geralmente elas escolhem as notícias que mais as interessam e se detêm nelas. Por isso o jornalismo tem de ser “uma modalidade de comunicação social rica e diversificada” (SOUSA, 2001, p.15).

As matérias rurais interessam a muitas pessoas, não só aquelas que moram no meio rural, mas também as que vivem na zona urbana, já que Tenente Portela é uma cidade movida pela agricultura. Como nos diz Erbolato (1991, p. 52) “o noticiário deve ter utilidade pública para os leitores e influenciá-los pessoalmente, mostrando-lhes que devem ter um interesse no assunto divulgado”.

Todos devem ser representados nos meios de comunicação, ainda mais se tratando de um assunto tão importante quanto a agricultura, afinal todos dependem dela para sobreviver.



## **Comunicação rural**

A agricultura é uma das profissões que mais exige esforço físico do trabalhador e, também, uma das mais importantes para o ser humano. É através dela que se produzem alimentos para a população, além de alguns tipos de combustíveis. Sem a agricultura não haveria vida.

Por este motivo a comunicação rural é tão importante, representando os agricultores e mostrando aos moradores da cidade o quão valioso é o trabalho agrícola para a sobrevivência de todos.<sup>6</sup>

Para Bordenave (1988, p. 7):

Comunicação rural é o conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existentes entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural.

Ou seja, outras pessoas se interessam e sabem do valor da agricultura para o seu bem estar, além da população do meio rural, as empresas agrícolas e o Estado, que são os principais protagonistas da comunicação rural (BORDENAVE, 1988, p. 7),

Tenente Portela é uma cidade rural, movida pela agricultura, seria estranho perceber poucas matérias rurais publicadas no jornal. Os moradores do meio rural também devem ser representados nos meios de comunicação, afinal eles também lêem jornal e querem estar informados sobre o que acontece no seu meio.

De acordo com Paulo Freire (1983, p. 44) “o mundo humano é [...] um mundo de comunicação”, ou seja, as pessoas necessitam da comunicação, ela é essencial para o convívio com outras pessoas. Por isso a comunicação rural é tão importante para os agricultores, eles moram em lugares mais isolados e precisam se comunicar.

Eles precisam se ver representados no jornal, e quando isto acontece, se sentem valorizados e estimulados a continuar no campo, pois nem sempre conseguem atingir os lucros esperados. Afinal os agricultores não recebem salário no final do mês e dependem do clima, da condição do solo e do preço dos insumos e das sementes para que a produção seja boa.

A comunicação rural é extremamente importante para o desenvolvimento agrícola, ela faz com que os agricultores pensem sobre o melhor modo de produção.

---

<sup>6</sup> A palavra “agricultura” irá acampar, nesta pesquisa, todo o universo agrícola, como agropecuária, vida e comportamento no meio rural, agronegócio, etc.



## **Tenente Portela**

O início da exploração das terras do município aconteceu no ano de 1911. Tenente Portela, até 1940 denominou-se Pari, nome de origem indígena, que significa pequena rede de taquara que os índios usavam para pescar.<sup>7</sup>

Aproximadamente 90 famílias, vindas de diversos municípios como: Bento Gonçalves, Guaporé, Ibirubá, Caxias do Sul, Garibaldi, Palmeira das Missões e do Alto Uruguai, moravam em Tenente Portela. Além destas famílias, duas tribos indígenas, os Kaigangs e os Guaranis, viviam no município.

A partir de 1940, Pari passou a se chamar Miraguay e, em 1942, foi dado o nome de Tenente Portela ao município, em homenagem ao primeiro Tenente de Engenharia Mário Portela Fagundes, morto em 1925 na Barra do Rio Pardo, como membro da Coluna Prestes.

No ano de 1944 o distrito de Três Passos foi emancipado. Tenente Portela passou a integrar-se a este município, na condição de Distrito Administrativo. Após 10 anos, Tenente Portela deixa de ser distrito de Três Passos e, em 18 de agosto de 1955 ela passa a ser município.

Hoje, Tenente Portela possui 13.719 habitantes, segundo dados do IBGE 2010, sendo 8.847 residentes da zona urbana e 4.872 moradores da área rural. O município está localizado na Região Celeiro, noroeste do estado do Rio Grande do Sul, ela possui 338 km<sup>2</sup> de extensão.

Em Tenente Portela circulam dois jornais impressos, o Jornal Província, que é o objeto desta pesquisa, e o Jornal Folha Popular. O município conta também com três rádios, Província FM, Cidade FM e Municipal AM, e dois sites, Província e Portela On-line.

## **Jornal Província**

O Jornal Província foi criado por Jalmo Fornari em 1986.<sup>8</sup> A ideia do jornal surgiu antes, quando Jalmo fazia faculdade de Jornalismo na PUC de Porto Alegre, a Famecus, ele teve que fazer um trabalho sobre o bairro que morava, como ele é de Tenente Portela decidiu criar um projeto chamado Província Kaingang, em 1981.

---

<sup>7</sup> Informações retiradas do *site* <http://www.tenenteportela.rs.gov.br/site/historico.php>

<sup>8</sup> Informações obtidas através de entrevista com o dono do Jornal, Jalmo Fornari.



Em 1985, quando voltou para Tenente Portela, percebeu que não tinham jornais, haviam só jornais regionais circulando na cidade. Então, no dia 31 de março de 1986, aniversário da revolução militar de 1964, criou o Jornal Província.

O jornal estreou com 2.000 exemplares, que além de serem distribuídos para os assinantes, eram enviados para várias localidades de Tenente Portela, ele também circulava em vários municípios como Crissiumal, Humaitá, Sede Nova e Três Passos. Mediante a distribuição de 200 exemplares, algumas pessoas atuavam como correspondentes, enviando ao jornal notícias de suas localidades.

Em 1991 foi interrompida a circulação do jornal por dificuldades financeiras, mas em 1994 ele volta a circular. O jornal nunca utilizou cores, é todo em preto e branco, apenas o caderno comprado da gráfica é colorido, e até hoje utiliza o mesmo logotipo.

Em 1998 o dono do jornal comprou uma página na internet, sendo um o primeiro jornal da região a ser veiculado na web.

Além do jornal impresso Província, a rádio Província FM e o site Província são do mesmo dono, e formam uma rede de comunicação, chamada Sistema Província. Hoje, o jornal tem em torno de 450 assinantes nas sedes das cidades da micro região e em Tenente Portela. A tiragem é de 1500 exemplares. E, das 5 pessoas que compõe a equipe de reportagem do jornal, apenas 2 são formadas em jornalismo.

## **Metodologia**

Para a realização desta pesquisa foram analisadas as edições do mês de outubro do jornal Província. Esta escolha deu-se pelo fato de ser época de safra (colheita de trigo e início do plantio da soja), onde espera-se que sejam publicadas mais matérias sobre agricultura. A pesquisa está voltada para a questão do espaço e não do conteúdo das matérias com temática rural.

O tamanho das matérias será medido em centímetros quadrados, pois o jornal não tem um formato padrão para as colunas, algumas páginas possuem cinco e outras duas ou três colunas.

A escolha dos itens quantidade, espaço, texto, foto, página, posição e editoria se deu pelo fato destes itens fazerem toda uma diferença na atenção que os leitores darão às matérias. Elas podem estar tanto em um lugar de destaque, quanto em um que não fique bem visível. Dependendo do tamanho da foto e do texto, os leitores podem se sentir mais atraídos a ler.



As matérias rurais também serão comparadas com matérias de outras temáticas (as matérias de capa primárias e secundárias), para descobrir se há alguma diferença.

Os itens a serem analisados são:

- Quantidade: qual o número de matérias sobre o meio rural foi publicado nas edições analisadas.
- Espaço: qual o espaço do jornal foi destinado a cada matéria rural (medido em centímetros quadrados, conforme explicado acima).
- Texto: o tamanho do texto de cada matéria (estão incluídos no texto as legendas das fotos e o título da matéria).
- Foto: o espaço que a foto ocupa dentro da matéria (nas fotos também estão incluídos os destaques, caso a matéria tenha algum).
- Página: a página onde a matéria foi publicada faz diferença na hora de ler, pois as pessoas não lêem todo o jornal, apenas as partes que mais as interessam, se a matéria estiver no meio do jornal, menos atenção será dispensada a ela.
- Posição: também faz diferença para o leitor, dependendo do lugar onde a matéria está ele não irá perceber ou prestar muita atenção.
- Editoria: quais os tipos de matérias rurais são mais publicadas, como por exemplo: geral, polícia, etc.

Em outra tabela serão analisados os itens:

- Número de matérias rurais e outras.
- Matérias principais e secundárias na capa, diferença no tamanho e quantidade de manchetes rurais.
- Matérias principais e secundárias de capa dentro do jornal, diferença no tamanho dos textos, fotos e destaques.
- Chamadas na contracapa, quantas chamadas tem em cada edição.
- Legenda e créditos, se todas as fotos têm legendas e crédito.
- Destaques, quantas matérias rurais têm destaque.

## Análise

TABELA 1 – MATÉRIAS RURAIS NO JORNAL PROVÍNCIA

	07-10-2011	14-10-2011	21-10-2011	28-10-2011
Quantidade	2	3	3	7
	1- 266,22 cm <sup>2</sup>	1- 318,42 cm <sup>2</sup>	1- 226,2 cm <sup>2</sup>	1- 18,62 cm <sup>2</sup>





Espaço	2- 29,25 cm <sup>2</sup>	2- 297,22 cm <sup>2</sup> 3- 29,25 cm <sup>2</sup>	2- 72,1 cm <sup>2</sup> 3- 29,25 cm <sup>2</sup>	2- 190,53 cm <sup>2</sup> 3- 251,1 cm <sup>2</sup> 4- 279 cm <sup>2</sup> 5- 187,73 cm <sup>2</sup> 6- 358,05 cm <sup>2</sup> 7- 29,25 cm <sup>2</sup>
Texto	1- 143,4 cm <sup>2</sup> 2- 29,25 cm <sup>2</sup>	1- 136,44 cm <sup>2</sup> 2- 144,76 cm <sup>2</sup> 3- 29,25 cm <sup>2</sup>	1- 117 cm <sup>2</sup> 2- 72,1 cm <sup>2</sup> 3- 29,25 cm <sup>2</sup>	1- 18,62 cm <sup>2</sup> 2- 190,53 cm <sup>2</sup> 3- 81,76 cm <sup>2</sup> 4- 181,78 cm <sup>2</sup> 5- 118,04 cm <sup>2</sup> 6- 277,49 cm <sup>2</sup> 7- 29,25 cm <sup>2</sup>
Foto	1- 122,82 cm <sup>2</sup> 2- Não tem	1- 181,98 cm <sup>2</sup> 2- 152,56 cm <sup>2</sup> 3- Não tem	1- 109,2 cm <sup>2</sup> 2- Não tem 3- Não tem	1- Não tem 2- Não tem 3- 169,34 cm <sup>2</sup> 4- 97,22 cm <sup>2</sup> 5- 69,69 cm <sup>2</sup> 6- 80,56 cm <sup>2</sup> 7- Não tem
Página	1- 08 2- 16	1- 05 2- 07 3- 16	1- 05 2- 10 3- 16	1- 03 2- 05 3- 07 4- 12 5- 12 6- 14 7- 16
Posição	1- Centro horizontal esquerdo 2- Centro vertical superior	1- Centro horizontal 2- Superior esquerdo 3- Centro vertical	1- Centro horizontal esquerdo 2- Centro horizontal direito	1- Centro horizontal esquerdo 2- Inferior 3- Superior esquerdo



		superior	3- Centro vertical superior	4- Superior esquerdo 5- Inferior esquerdo 6- Superior esquerdo 7- Centro vertical superior
Editoria	1- Cidades 2- Cotação	1- Especial 2- Cidades 3- Cotação	1- Especial 2- Policial 3- Cotação	1- Política 2- Especial 3- Cidades 4- Local / Regional 5- Local / regional 6- Geral 7- Cotação

Fonte: os autores

O dia em que mais foram publicadas matérias com temática rural foi 28-10-2011, com sete, depois dias 14 e 21-10-2011, com três e o dia em que menos matérias foram publicadas foi 07-10-2011, com apenas duas.

O espaço destinado às matérias rurais é pequeno, a maior possui 358,05 cm<sup>2</sup>, contando texto e foto, e a menor é uma nota com apenas 18,62 cm<sup>2</sup>. Quase em todas as matérias a foto ocupa um espaço maior que o texto e algumas matérias possuem duas fotos.

As únicas páginas onde apareceram matérias rurais foram (por ordem de maior número de matérias): dezesseis, cinco, sete, doze, três, oito, dez e quatorze.

As cotações dos produtos agrícolas (que são publicadas em todas as edições do jornal Província) estão sempre na página dezesseis (que é a contracapa) na parte central superior da folha do jornal.

Depois da página dezesseis, na cinco, que é onde fica a editoria “Especial” são publicadas mais matérias sobre agricultura nas edições analisadas. Mas também foram



colocadas matérias sobre o campo nas editorias de Política, Cidades, Geral, Local/Regional, Policial.

A posição que as matérias rurais ocupam varia bastante, algumas são centralizadas, tanto vertical quanto horizontalmente, outras ficam no canto superior esquerdo e também inferior esquerdo. Apenas uma matéria ocupou o lado direito da página.

TABELA 2 - COMPARAÇÃO DA TEMÁTICA RURAL COM OUTRAS TEMÁTICAS NO JORNAL PROVÍNCIA

	Rural	Outras
Número de matérias	07-10-2011: 2 14-10-2011: 3 21-10-2011: 3 28-10-2011: 7	07-10-2011: 40 14-10-2011: 40 21-10-2011: 40 28-10-2011: 36
Matéria principal de capa	14-10-2011	07, 21, 28-10-2011
Diferença do tamanho das matérias principais na capa	14-10-2011: 316,16 cm <sup>2</sup>	07-10-2011: 260 cm <sup>2</sup> 21-10-2011: 318,24 cm <sup>2</sup> 28-10-2011: 110 cm <sup>2</sup>
Diferença de tamanho das matérias principais de capa dentro do jornal	14-10-2011: 297,22 cm <sup>2</sup> - Texto: 144,76 cm <sup>2</sup> - Foto: 152,46 cm <sup>2</sup>	07-10-2011: 244,8 cm <sup>2</sup> - Texto: 84,15 cm <sup>2</sup> - Foto: 160,65 cm <sup>2</sup> 21-10-2011: 1846,8 cm <sup>2</sup> - Texto: 264,6 cm <sup>2</sup> - Foto: 1368,9 cm <sup>2</sup> 28-10-2011: 681,2 cm <sup>2</sup> - Texto: 357,04 cm <sup>2</sup> - Foto: 324,16 cm <sup>2</sup>
Matéria secundária de capa	28-10-2011	07, 14, 21-10-2011
Diferença do tamanho		07-10-2011: 113,12



das matérias secundárias na capa	28-10-2011: 149,38 cm <sup>2</sup>	cm <sup>2</sup> 14-10-2011: 79,04 cm <sup>2</sup> 21-10-2011: 100,45 cm <sup>2</sup>
Diferença de tamanho das matérias secundárias de capa dentro do jornal	28-10-2011: 282,6 cm <sup>2</sup> - Texto: 182,14 cm <sup>2</sup> - Foto: 74,46 cm <sup>2</sup>	07-10-2011: 407,65 cm <sup>2</sup> - Texto: 152,54 cm <sup>2</sup> - Foto: 255,11 cm <sup>2</sup> 14-10-2011: 421,2 cm <sup>2</sup> - Texto: 99,63 cm <sup>2</sup> - Foto: 321,57 cm <sup>2</sup> 21-10-2011: 292,32 cm <sup>2</sup> - Texto: 113,12 cm <sup>2</sup> - Foto: 179,2 cm <sup>2</sup>
Chamadas na contracapa	28-10-2011 (2 chamadas) 21-10-2011 (1 chamada)	07, 14, 21, 28-10-2011
Legendas / créditos	Todas as fotos tem legendas, mas só as de Assessorias tem crédito.	
Destaques	2 matérias com destaques	Várias matérias com destaques

Fonte: os autores

Comparando com as outras matérias publicadas no jornal, as rurais não têm muito destaque e, a cada 10.4 matérias publicadas nas quatro edições analisadas, apenas uma é sobre o meio rural, esse número poderia ser maior, apesar de ser um número maior do que se imaginava antes da análise.

Outra coisa que não dá o devido destaque às matérias sobre agricultura é que das quatro capas, somente uma tinha como matéria principal o meio rural e uma matéria secundária com a mesma temática, nestas matérias o que chama a atenção são as fotos, que são as mesmas nas duas capas e dentro do jornal, ou seja, quatro fotos iguais em duas edições diferentes do jornal.



Dentro do jornal também há diferença entre o espaço que as matérias ocupam, uma só notícia (que é a de capa) ocupa duas páginas inteiras do jornal, dando espaço somente para uma propaganda, esta matéria do dia 21-10-2011 mede 1846,8 cm<sup>2</sup> no total, seu texto tem 264,6 cm<sup>2</sup> e as doze fotos totalizam 1368,9 cm<sup>2</sup>. A menor matéria de capa tem 244,8 cm<sup>2</sup>, com 84,15 cm<sup>2</sup> de texto e 160,65 cm<sup>2</sup> de foto.

A única matéria de capa com temática rural mede 297,22 cm<sup>2</sup>, o texto e a foto medem, respectivamente, 144,76 cm<sup>2</sup> e 152,46 cm<sup>2</sup>. As matérias secundárias variam entre 421,2 cm<sup>2</sup> (classificada na tabela como “Outras”) até 282,14 cm<sup>2</sup> (é uma matéria rural).

O número de chamadas na contracapa varia, duas edições analisadas têm nove, uma tem oito e a outra não tem chamadas. No jornal do dia 28-10-2011 aparecem duas chamadas sobre agricultura na contracapa e, no do dia 21-10-2011 aparece uma.

Na maioria das matérias as fotos são maiores que os textos, isto ocorre em seis das oito matérias de capa, principais e secundárias. As fotos de todas as matérias do jornal possuem legenda, mas nem todas têm os créditos de quem fotografou, com exceção das fotos enviadas por assessorias de comunicação, onde, geralmente, os créditos ficam dentro das fotos. Várias matérias que não tratavam do meio rural tinham caixas de destaque, enquanto apenas duas das que tratavam deste tema tinham.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao finalizar esta pesquisa sobre o espaço que a temática rural ocupa no Jornal Província, de Tenente Portela, tendo como base a teoria do agendamento e as edições dos dias 07, 14, 21 e 28 de outubro de 2011, época de colheita do trigo e plantio da soja, pode-se perceber que o número de matérias rurais não é tão pequeno, ao contrário do que se tinha como hipótese. Considerando que o jornal trata de assuntos diversificados.

Como foi citado na análise, são publicadas, no jornal Província, uma matéria com a temática rural a cada 10.4 matérias sobre outros temas, sendo que uma matéria sobre agricultura que sai em todas as edições do jornal é a “Cotação dos Produtos Agrícolas”.

Antes de analisar as edições do jornal citadas acima, acreditava-se que o espaço destinado a estas matérias era menor. No entanto, constatou-se que as matérias são pouco aprofundadas, elas são escritas de forma superficial, o que, de algum modo, faz os leitores não se deterem tanto nestas notícias na hora que lêem o jornal.



Além disso, através deste artigo, pode-se perceber que a comunicação rural é de suma importância para os agricultores, uma vez que os representa nos meios de comunicação e faz com que eles tenham mais informações e adquiram mais conhecimentos sobre como melhor fazer suas atividades diárias. É o que acontece também com o jornalismo impresso, pois, sempre que precisarem podem voltar e ler as matérias que acreditam ser interessantes para seu modo de vida.

Pode-se entender também que a Hipótese do Agendamento se aplica bem a este tipo de pesquisa, pois quanto menos um meio de comunicação divulgar um fato, menos este fato será tratado nas rodas de conversas, no caso do jornal impresso, que é o objeto da pesquisa.

## REFERÊNCIAS

BORDENAVE, Juan E. Dias. **O que é comunicação rural**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1988.

COLLING, L. **Agenda-setting e framing**: reafirmando os efeitos limitados. Porto Alegre: Revista Famecos, 2001.

ERBOLATO, M. L. **Técnicas de codificação em Jornalismo**. 4 ed. São Paulo: Ática, 1991.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira ; Prefácio de Jaques Chonchol. 7ª Ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983. Disponível em: <[http://www.bonato.kit.net/Extensao\\_ou\\_Comunicacao.pdf](http://www.bonato.kit.net/Extensao_ou_Comunicacao.pdf)> Acesso em: 22 out. 2011.

**História de Tenente Portela, Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<http://www.tenenteportela.rs.gov.br/site/historico.php>>, acesso em: 26/09/2011.

HOHLFELDT, A. **Os estudos sobre a hipótese de agendamento**. Porto Alegre: Famecos - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1997.

LAGO, C.; BENETTI, M. (Org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

PEREIRA JÚNIOR, L. C. **A Apuração da Notícia**: métodos de investigação na imprensa. 1 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SEABRA, R. Produção da Notícia: A Redação e o Jornalista. In: DUARTE, J. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: Teoria e Técnica. São Paulo: Editora Atlas, 2003. p. 105-120.



SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto, 2001. Disponível em: <<http://bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>> Acesso em: 03 out. 2011.

TRESCA, Laura Conde. **Gênero Informativo no Jornalismo Impresso - O estado da arte no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/hist-midia2005/resumos/R0146-1.pdf>> Acesso em: 28 set. 2011.

WOLF, M. **Teorias das Comunicações de Massa**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.