



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL HABILITAÇÃO: JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

ELENIDO GOMES DA SILVA

**AGROPB: REVISTA AGROPECUARIA COM ENFOQUE PARA BOVINOS DA
RAÇA SINDI.**

Campina Grande - PB

Julho de 2014

ELENILDO GOMES DA SILVA

**AGROPB: REVISTA AGROPECUARIA COM ENFOQUE PARA BOVINOS
DA RAÇA SINDI**

Trabalho apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba como requisito necessário para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Ms. Raimundo C. Rodrigues

Campina Grande – PB

Julho de 2014

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA 01 – UEPB

S586a Silva, Elenildo Gomes da.

AgroPB: revista agropecuária com enfoque para bovinos da raça sindi [Manuscrito]./ Elenildo Gomes da Silva. – 2014.

20f.:il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

“Orientação: Prof. Me. Raimundo C. Rodrigues, Departamento de Comunicação Social”.

1. Novas tecnologias. 2. Cultura. 3. Raça sindi. 4. Revista AgroPB. I. Título.

21. ed. CDD 070.175

ELENILDO GOMES DA SILVA

AGROPB: REVISTA AGROPECUARIA COM ENFOQUE PARA BOVINOS DA
RAÇA SINDI

Aprovado em 18 de JULHO de 2014.

NOTA : 7,0 (SETE)

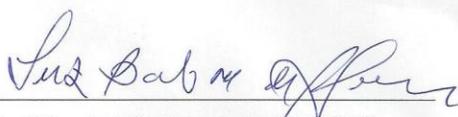
COMISSÃO EXAMINADORA



Prof. Ms Raimundo Cavalcante Rodrigues (UEPB)
Orientador



Prof. Ms. Orlando Ângelo da Silva (UEPB)
Examinador



Prof. Esp. Luiz Barbosa de Aguiar (UEPB)
Examinador

Campina Grande – PB

A Deus, aos meus amigos,
professores e em especial a minha
família que sempre esteve comigo,
dando apoio e força ao logo desta
dura e prazerosa caminhada.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por ter me concedido força e sabedoria para que pudesse chegar até aqui;

Aos meus pais, por sempre terem acreditado em mim, e ter me apoiado em tudo que fiz até hoje;

Aos meus familiares e amigos pelo suporte oferecido;

Aos amigos e professores da Universidade, em especial ao meu orientador Raimundo Cavalcante Rodrigues, por sua participação e conhecimento transmitido; bem como aos Professores Orlando Ângelo da Silva e Luís Barbosa de Aguiar pelo apoio e por aceitarem fazer parte da banca examinadora deste trabalho.

AGROPB: REVISTA AGROPECUARIA COM ENFOQUE PARA BOVINOS DA RAÇA SINDI

SILVA, Elenildo Gomes da¹
RODRIGUES, Raimundo Cavalcante²

RESUMO

Este projeto tem como objetivo a elaboração de uma publicação, que leve informação, entretenimento e cultura para agropecuaristas. A Revista AgroPB surge como uma alternativa dentre as diversas manifestações de comunicação social e midiáticas direcionadas e focadas em assuntos agropecuários, com ênfase na raça bovina sindi no estado da Paraíba. Assim, como tentativa de suprir a carência de publicação deste tipo na Paraíba. Em sua primeira edição, a revista traça o perfil e algumas peculiaridades da referida raça. Além disso, a *AgroPB* traz matérias de interesse agropecuário sejam eventos culturais, sejam curiosidades, leilões e informações técnicas. Logo, a produção de uma revista agropecuária focada no “O Gado Vermelho da Paraíba” que era tido como patrimônio paraibano, bem como, oferecer aos seus leitores informações da adaptação e convivência de diversas espécies na região semiárida. Trimestralmente, com tiragem de 1000 exemplares impressos e disponibilizados virtualmente. A produção e a distribuição da revista serão custeadas por iniciativa privada através da comercialização de espaços publicitários. Os leitores, além da comodidade de ler a revista em meio digital, poderá receber via correios o exemplar, quando cadastrado previamente. Para a produção desse trabalho foram utilizadas e seguidas regras, técnicas e definições apontadas por autores da área.

Palavras-chave: Novas Tecnologias. Cultura. Comunicação. Raça Sindi.

¹ Graduando em Comunicação Social pela UEPB. E-mail: elenildogomes@bol.com.br

² Professor Orientador. Mestre. E-mail: copcen@gmail.com

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. OBJETIVOS	10
1.1. OBJETIVO GERAL	10
1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
2. JUSTIFICATIVA	11
3. METODOLOGIA	12
4. CRONOGRAMA	14
5. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO	15
6. DIAGRAMAÇÃO	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
REFERÊNCIAS	19

INTRODUÇÃO

Os produtos midiáticos vêm evoluindo desenfreadamente com o passar dos anos. Segundo a fonoaudióloga Roberta Medeiros (2008) “A comunicação, desde os primórdios, é um instrumento de integração, instrução, troca mútua e desenvolvimento entre as pessoas em quaisquer atividades realizadas”. Maiorias destes recursos midiáticos foram bastante utilizados na Guerra Fria, onde foi criado o meio que revolucionaria futuramente a comunicação de massa, Internet. Essa rede tinha a missão de garantir a comunicação da base do governo e a sociedade, bem como armazenar informações em caso de ataque durante o período de guerra. Mas, já nas décadas de 1970 e 1980, a Internet passou a ser, também, um meio de comunicação acadêmico, principalmente, nos Estados Unidos, onde estudantes e professores universitários passaram a trocar ideias, mensagens e descobertas pelas linhas da rede mundial.

Mesmo sendo o meio que mais evolui, a internet não tirou o brilho ou tornou desnecessária a continuação de outros instrumentos como as revistas, ainda mais quando estas são direcionadas a determinados setores como na *Agropb*, que destaca o setor agropecuário do estado da Paraíba.

No entanto, foi só na década de 2000 que as entidades de defesa e disseminação da raça Sindi começaram a trabalhar a expansão da raça usando inclusive de divulgação em revistas especializadas no ramo agropecuário, onde, o público-alvo percebe diariamente o potencial da raça pela divulgação e propagação de todo e qualquer tipo de informação. Para as demais pessoas, o espaço oferece um volume de informações incalculáveis e que está disponível em qualquer lugar e a qualquer hora. Por isso, ainda nos anos 2000, começaram a surgir às primeiras revistas de noticiários.

Apesar do surgimento da Internet ser apontado por muitos jornalistas como o principal responsável pela crise que o Jornalismo Impresso vem passando, na atualidade, ela, também, é vista por outros, como um local onde é possível a divulgação de informações, que pela linha editorial da maioria dos veículos de imprensa jamais teriam espaço na mídia tradicional.

O que se observa é que o jornalismo agropecuário vem perdendo espaço nos meios de comunicação tradicionais, servindo muitas vezes, apenas, para mostrar fatos esporádicos ou para fazer a divulgação de fenômenos naturais. Esta constatação nos

permite afirmar que esta editoria vem se afastando, cada vez mais, da sua essência inicial, que tinha como função a propagação e reflexão do setor agropecuário de uma forma geral.

Com 32 páginas, a revista traz matérias que abordam questões inerentes ao agropecuário relacionadas à raça bovina sindi. O compromisso é levar informações que sejam úteis ao agropecuário, de forma que enriqueça, desde pequeno produtor ou grande produtor.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GERAL

- Desenvolver projeto editorial de uma revista que aborde matérias sobre a agropecuária paraibana com ênfase na raça bovina sindi.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar editorias e pautas;
- Abordar assuntos sobre a agropecuária paraibana;
- Valorizar técnicas agropecuárias locais;
- Pesquisar recursos gráficos que auxiliem no entendimento do conteúdo da revista;
- Entrevistar agropecuaristas paraibanos;
- Visitar fazendas para produção de matérias.

2. JUSTIFICATIVA

Diversas revistas já foram comercializadas na região, porém, hoje, quase todas extintas. Restando apenas a *Revista do Sindi*, publicada pela ABC Sindi em parceria com a Agropecuária Tropical; a *Revista da ABCZ* publicada pela Associação Brasileira de Criadores de Zebu e; a revista *O Zebu*. A revista *AgroPB* é uma proposta para enriquecer e ampliar a divulgação agropecuarista na Paraíba. Através deste projeto, pretendemos informar a grande e a pequenos agropecuaristas diversos métodos de culturas e possibilidades de adaptação na região do semiárido onde se encontra o estado da Paraíba.

A escolha de fazer uma revista como trabalho de conclusão de curso foi motivada pela ideia de que, depois de pronto, a revista seria útil para apresentá-la no mercado de trabalho. Assim, a escolha por se produzir uma revista foi alicerçada na pretensão de criar um material atraente e funcional, com textos mais próximos do público alvo, neste caso, os agropecuaristas.

Diferente do que ocorre com o jornalismo do dia a dia, a revista não é corriqueira. A questão temporal torna-se uma ferramenta na produção de reportagens mais informativas e interpretativas. Além disso, a revista traz documentação, pesquisas e riqueza textual, oferecendo ao leitor uma leitura. O fato de ser um material que permanece por muito tempo no mercado foi outro ponto relevante que influenciou na decisão de criar uma revista. A escolha do tema foi motivada por acreditamos que o setor agropecuário necessita de apoio para estimular e promover a produção e o trabalho. A revista é um espaço privilegiado para a difusão de novas práticas e tecnologias voltadas ao campo. Impõe-se, ainda, como porta-voz das angústias e reivindicações de quem se dedica à atividade agropecuária e cumpre também o objetivo difundir a necessidade e importância da organização no setor rural.

A cidade de Campina Grande não possui uma revista específica para o mercado agropecuarista. Para auxiliar esse público, há apenas o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). As revistas existentes para empreendedores são todas nacionais, não tendo um foco específico para nossa cidade. Sendo assim, a revista *AgroPB* entra no mercado com a oportunidade de se tornar referência para os empreendedores paraibanos .

3. METODOLOGIA

Nosso projeto tem o objetivo de desenvolver projeto editorial de uma revista que aborde matérias sobre a agropecuária paraibana com ênfase na raça bovina sindi. Para atingir este objetivo, utilizamos livros que possam dar subsídios na construção estilista da revista, bem como sobre valores, notícia e a narrativa jornalística. De acordo com Traquina (2005), a notícia seria tudo aquilo que é importante ou interessante e, o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas:

A transgressão da fronteira entre realidade e ficção é um dos maiores pecados da profissão de jornalista, merece a violenta condenação da comunidade e quase o fim de qualquer promissora carreira de jornalista. No entanto, dever-se-ia acrescentar rapidamente que muitas vezes essa “realidade” é contada como uma telenovela, e aparece quase sempre em pedaços, em acontecimentos, uma avalanche de acontecimentos perante a qual os jornalistas sentem como primeira obrigação dar respostas com notícias, rigorosas e se possível confirmadas, o mais rapidamente possível, perante a tirania do fator tempo. (2005, p. 20)

Para o autor, a variedade dos produtos jornalísticos é uma atividade criativa, plenamente demonstrada, de forma periódica, pela invenção de novas palavras e pela construção do mundo em notícias. Traquina concebe as notícias como uma “construção” social, ou seja, o resultado de várias interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol das suas estratégias de comunicação.

Metodologicamente, outro ponto importante é a pauta. Para Lage (2001), a denominação de pauta aplica-se ao planejamento de uma edição, com a enumeração dos fatos a serem cobertos no veículo de comunicação e dos assuntos a serem abordados em reportagens, além da dimensão pretendida na matéria, recursos disponíveis para o trabalho e sugestões de fontes e à atribuição de cada um dos itens desse planejamento.

De acordo com o autor, em magazines semanais, quinzenais ou mensais, a reuniões de pauta podem ocorrer com maior frequência. Nela, os editores propõem matérias e a revista define o que é interessante. O debate concentra-se em possíveis

fontes para a matéria, produzem-se orientações para apresentação, ilustração e complementação das reportagens, o que pode envolver a mobilização de mais de um profissional.

4. CRONOGRAMA

ETAPAS	2013						
	Jun .	Jul .	Ag o.	Set .	Out.	No v.	Dez .
Definição do produto e do tema	X						
Início da pesquisa bibliográfica	X	X	X	X	X	X	
Produção de Pautas		X	X				
Início da produção das reportagens (entrevistas, fotografias e coleta de informações e dados)		X	X	X	X	X	
Reunião de avaliação do projeto				X			X
Planejamento do site					X		
Início da construção do site e do relatório						X	

ETAPAS	2014						
	Jan.	Fev.	Mar .	Abr .	Maió	Jun.	Jul.
Produção de reportagens	X	X	X				
Retomada da construção do site e do relatório		X	X	X	X		
Entrega do TCC						X	
Defesa do TCC							X

5. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

As revistas, atualmente, são consideradas um dos maiores meios de comunicação desenvolvidos pelo homem. Por isso, não é um luxo ou uma simples questão de opção uma pessoa utilizar, dominar e usufruir dos serviços disponíveis nesse meio. No entanto, para que possamos aproveitar o que esse instrumento pode nos oferecer é preciso conhecimento e interesse.

Diante disso começamos a produzir a revista *Agropb*, buscando sempre respeitar e seguir as características que este meio possui.

Em meados de agosto de 2013 decidimos que o nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) seria uma revista setORIZADA para a agropecuária paraibana e que esta se dedicaria a cobertura de temas vivenciados pelo nosso povo.

Desde o princípio, entendemos que o tema “agropecuária” é bastante amplo e que seria indispensável para o bom desenvolvimento do projeto, que este tema fosse delimitado da melhor maneira possível. Por isso, decidimos que a revista faria a cobertura dos mesmos do Estado da Paraíba. Dando sequência aos trabalhos, em setembro de 2013, produzimos a nossa primeira reportagem a raça Sindi (EMEPA, 2013) e (ABCSindi, 2006).

Nos meses seguintes do mesmo ano, até aqui desenvolvemos a revista e cumprimos o que se tinha por objetivo.

Nos meses de fevereiro e março, continuamos a produção do relatório e das reportagens. Também concluímos nossa revista para apresentação para conclusão do TCC. No mês de abril, continuamos a produção do relatório, da revista, das reportagens e iniciamos a construção do layout que se estendeu até o mês de maio. Ainda durante o mês de maio e junho, finalizamos a construção da revista e o relatório. O custo para a produção da revista *Agropb* foi o mínimo necessário a exemplo dos impressos e outros custos de menor porte.

6. DIAGRAMAÇÃO

As revistas brasileiras circulam nacionalmente, porém, há aquelas que visam atingir um público específico. “Por seu caráter seletivo, há muitas revistas segmentadas, especializadas ou técnicas que atendem a uma classe socioeconômica mais alta ou que possui interesses especializados” (LUPETTI, 2009, p. 94).

A *Agropb* surgiu e provocou uma verdadeira revolução na forma como as informações passaram a ser disseminadas. Através dela é possível divulgar e também encontrar todo tipo de informação para a convivência com as estiagens no nordeste, um novo espaço de comunicação, sociabilidade, organização e transação, mas também, um novo mercado da informação e do conhecimento.

A escolha do nome *AgroPB* foi pensado para reforçar o objetivo da revista, uma vez que, se trata de utilizar as novas tecnologias e experiências vivenciadas pelo nosso povo, mais especificamente, as possibilidades que a revista oferece para divulgar a agropecuária no estado da Paraíba.

A revista *AgroPB*, diferentemente do jornal diário, não precisa começar pelo principal, ou seja, o *lead*. Utilizamos a pirâmide mista, na qual o texto não precisa, necessariamente, iniciar pelo mais importante. De acordo com VILAS BOAS (1996), o texto para uma revista também segue os padrões jornalísticos, mas não impede que palavras, frases e períodos tenham um estilo diferente.

Ainda segundo VILAS BOAS (1996), os principais aspectos jornalísticos são ritmo, jeito, equilíbrio, linguagem, apresentação, símbolos, ética e personalidade. O caso das revistas informativas não é diferente. Cada uma tem seu estilo, seu modo de ser e sua linguagem, definidos pelo tipo de leitor que se pretende atingir.

A partir de diversas revistas especializadas em agropecuária, concebemos nosso projeto gráfico. Nossa revista possui 32 páginas coloridas. As folhas são impressas em papel couché brilho 170 grs, para a capa e 90 grs, para o miolo da revista. O acabamento é tipo canoa grampeado.

A princípio, o formato da revista seria uma folha A5, com 14,8 cm de largura x 21 cm de altura. Porém, com a necessidade de explorar mais as reportagens, com fotos e adereços, optamos por um formato maior - folha A4, com 21 cm de largura x 29,7 cm de altura. As margens da revista são de 1,27 cm para cima, esquerda, direita e para baixo. As colunas variam de acordo com a diagramação de cada matéria, com variação de uma a três colunas.

Foram utilizadas quatro famílias de fontes ao longo da produção da revista. A fonte Times New Roman foi utilizada para o texto corrido e para os números da paginação. No texto corrido, a fonte encontra-se regular e na paginação em negrito. O tamanho do corpo de ambos é de 10. Trata-se de uma fonte serifada, que proporciona uma melhor legibilidade por parte do leitor, bastante utilizada em jornais e revistas ao redor do mundo. Nos parágrafos iniciais das reportagens foi utilizada a capitular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escolha do produto midiático em formato revista foi pensada a partir da prerrogativa que fez parte de um novo espaço para a veiculação das informações agropecuárias. Neste ambiente, surgiram várias ferramentas, onde todas as pessoas podem utilizá-los para divulgar informações dos mais variados tipos.

A revista *Agropb* surgiu com o objetivo de aproveitar as possibilidades que este novo espaço oferece, para levar ao conhecimento do maior número de pessoas possíveis, as riquezas e potencialidades da raça Sindi para o Estado da Paraíba e a convivência com os fenômenos enfrentados na região. A linguagem das reportagens escritas (com fotos e demais ilustrações), tudo para estimular a curiosidade do leitor sobre a revista *Agropb*.

Para facilitar ainda mais a compreensão das matérias, foi elaborado um projeto gráfico diferente, não a ponto de sair completamente do padrão, mas ousando em detalhes. Existe um forte mecanismo comunicacional em cada foto, quadrinho, box, olho e cores, afim de que haja um complemento das reportagens em cada um desses elementos. Mesmo sem ler o texto, o leitor é capaz de compreender qual é o assunto tratado, por meio da diagramação.

Acreditamos que o jornalismo contribui diretamente para um mundo mais desenvolvido. Desta forma, o jornalista pode contribuir na evolução do voluntariado e desenvolvimento social. Por isso, a revista *AgroPB* leva ao público assuntos fortes, muitas vezes inquietantes, com o intuito de estimular reações positivas na sociedade.

A liberdade em linguagem e forma fez com que nos identificássemos com esse universo. O resultado final surpreendeu as expectativas. Percebemos que aquilo que considerávamos um lance de sorte foi, na verdade, o repertório adquirido durante os quatro anos de estudo e, principalmente, na realização deste projeto.

REFERÊNCIAS

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico**: teoria e prática da diagramação. 2.ed. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia**: a organização da cor-informação no jornalismo. 2.ed. São Paulo: Annablume Editora, 2003.

HURLBURT, Allen. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1999.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LEITE, Paulo Roberto de Miranda. **EMEPA, A essência da raça Sindi**. 2012. Disponível em: <abcsindi.org.br>. Acesso em: 10 abr. 2014.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em publicidade**: a verdadeira alma do negócio. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**: narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MEDEIROS, Roberta. **Importância da comunicação eficaz no século XXI**. 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/cotidiano/importancia-da-comunicacao-eficaz-no-seculo-xxi/23132/>>. Acesso em: 08 abr. 2014.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 10.ed. São Paulo: Brasiliense, 1980.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine**: o Texto em Revista. São Paulo: Summus Editorial, 1996. 2ª Edição