

COMUNICAÇÃO E AGRONEGÓCIO NA TV GLOBO: UM ESTUDO SOB A PERSPECTIVA DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO¹

Ana Laís Silva CARVALHO²; Samária ANDRADE³

RESUMO

O agronegócio consolidou-se como um dos setores estratégicos da economia brasileira nas últimas décadas, ocupando posição central no cenário nacional e correspondendo a uma parcela significativa do Produto Interno Bruto (PIB), com quase 24% do PIB total do país em 2023 (Cepea/USP e CNA). No entanto, o papel do agronegócio na economia é complexo e multifacetado, gerando controvérsias e debates em diversos setores da sociedade. Desastres ambientais, como a recente tragédia histórica no Rio Grande do Sul, têm despertado o mundo para a pauta do meio ambiente. O presente estudo tem como objetivo analisar relações entre agronegócio e comunicação na campanha editorial e publicitária "Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil", veiculada pela TV Globo, sob a abordagem teórica da Economia Política da Comunicação (EPC).

Lançada em meados de 2016 pela Rede Globo, a campanha foi pensada como uma estratégia de negócio no âmbito da publicidade, valorizando e apresentando ao público conteúdos que trazem a ideia do agronegócio como algo fortemente presente no dia a dia da população brasileira, desde o prato de refeição à geração de empregos. A relevância desta pesquisa reside na necessidade de compreender as dinâmicas comunicacionais no contexto capitalista, com foco nas relações de poder subjacentes às narrativas do agronegócio e a interseção entre comunicação, poder e agronegócio, explorando ainda as implicações decorrentes dessas narrativas produzidas. A ideia de propaganda do agronegócio produzida pela emissora, através da campanha objeto desta pesquisa, reforça sua importância econômica e ambiental como soma de esforços para melhorar a imagem do agronegócio frente ao seu público.

A metodologia envolve revisão bibliográfica e análise qualitativa de conteúdo, utilizando quatro vídeos das campanhas objeto da pesquisa para compor o corpus. Para tanto, utiliza-se os estudos de Mosco (2009), Bolaño (2008), Dourado (2012), Andrade (2015), Mendonça (2018) e Pompeia (2021) como embasamento teórico. As aproximações entre os meios de comunicação e publicidade desafiam as fronteiras entre informação e conteúdo comercial. Essas transformações na produção de comunicação e jornalismo, atrelados às buscas pelo lucro e a influência no mercado, são temas de interesse das pesquisas em EPC.

A partir deste aporte teórico, em especial, das categorias elencadas por Andrade (2015) acerca das mutações do jornalismo na era do capitalismo avançado, as análises revelam uma relação entre a empresa de comunicação e o agronegócio, a construção de uma imagem positiva do setor econômico, evidenciada pela expressão "indústria-riqueza", a legitimação do agronegócio como atividade econômica central e totalizante a partir da expressão "é tudo", além da adesão da narrativa agro pelas indústrias culturais, no entretenimento e no jornalismo.

¹ GT 3 - Indústrias Midiáticas

² Graduada em Jornalismo pela UESPI (Universidade Estadual do Piauí). Email: anasilvacarvalho@aluno.uespi.br.

³ Doutora em Comunicação pela UnB (Universidade de Brasília), professora de Jornalismo na UESPI (Universidade Estadual do Piauí), coordenadora do grupo de pesquisa TRAMPO/UESPI (Trabalho e Mídia: teoria e práxis noticiosas), membro do grupo COMUM/ PPGCOM UFPI. E-mail: samaria.andrade@hotmail.com

Conclui-se que as narrativas da campanha atuam no sentido de ajudar a manter a ideologia do agronegócio e a hegemonia da TV Globo ao tempo em que silenciam problemáticas sociais e ambientais decorrentes dos modelos de produção, distribuição e consumo priorizados pelo agronegócio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAG. **Agronegócio é o pulsar que alimenta o Brasil**. Artigo para Vozes do Agro da Globo Rural. 04/06/2021. Disponível em <https://abag.com.br/agronegocio-eo-pulsar-que-alimenta-o-brasil/>

ANDRADE, Samária Araújo de. **Jornalismo em mutação**: estudo sobre a produção de conteúdo na fase do capitalismo avançado. Teresina: EDUFPI, 2015.

_____. **EPC**: para entender a comunicação contemporânea. Revista Temática, ano IX, n. 11 – nov./2013.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **A centralidade da chamada economia política da comunicação na construção do campo acadêmico da comunicação**: uma contribuição crítica. In: BOLAÑO, César (Org.). Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas. São Cristóvão: UFS, 2008. p. 97-112.

BRASIL. **Exportações do agronegócio fecham 2023 com us\$ 166,55 bilhões em vendas**. Ministério da Agricultura e Pecuária. Distrito Federal, 16/01/2024. Disponível em <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/exportacoes-do-agronegocio-fecham-2023-com-us-166-55-bilhoes-em-vendas>

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo S. **Espaço público mediático e ideologia do merchandising social da Rede Globo**: uma crítica na perspectiva da economia política da comunicação. Anais do 15º encontro anual da Compós, 2006, Bauru. Campinas, Galoá, 2006.

DOURADO, Jacqueline Lima. **Rede Globo**: mercado ou cidadania? 2.ed. Teresina: EDUFPI, 2012.

G1. **Agro**: A Indústria-Riqueza do Brasil. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/agronegocios/agro-a-industria-riqueza-do-brasil/>

_____. **Agro**: De gente para gente. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/agronegocios/agro-de-gente-para-gente/>

_____. **Agronegócio é valorizado em campanha da Rede Globo**. 01/09/2016. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/agronegocios/agro-a-industria-riquezadobrasil/noticia/2016/10/agronegocio-e-valorizado-em-campanha-da-redeglobo.html>

MENDONÇA, Maria Luisa. **Economia política do agronegócio**. São Paulo: Annablume: PPGRI-UERJ, 2018.

MOSCO, Vincent. **La economía política de la comunicación: reformulación y renovación**. Barcelona: Bosch, 2009.

POMPEIA, Caio. **“Agro é tudo”**: simulações no aparato de legitimação do agronegócio. *Horizonte Antropológico*, Porto Alegre, ano 26, n.56, p.195-224, jan/abr. 2020.

_____. **Formação política do agronegócio**. São Paulo: Elefante, 2021.