



## **Tomadas de Posição no Jornalismo Econômico: Uma Análise de Conteúdo das Notícias e Artigos do Jornal do Tocantins<sup>1</sup>**

Jesana Pereira de JESUS<sup>2</sup>

Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

**Resumo:** Propõe uma pesquisa acerca do Jornalismo Econômico no estado do Tocantins a partir da análise de conteúdo das notícias e artigos de economia do Jornal do Tocantins publicados nos anos de 1998, 1999, 2006 e 2007. Por que certas informações, representações e tomadas de posição sobre o mundo econômico são amplamente difundidas, enquanto outras são relevadas e/ou restam esquecidas? Ao nos oferecer evidências acerca da prioridade dada pelo jornal a determinados assuntos, a análise contribui também para as pesquisas de Comunicação, visto que não há no Tocantins nenhum estudo voltado a este assunto.

**Palavras-chave:** Jornalismo Econômico; Análise de conteúdo; Jornal do Tocantins;

### **1 Introdução**

Desde o período do “milagre econômico”, na ditadura militar, o jornalismo econômico tem sido largamente difundido pela mídia impressa. As notícias que divulgavam os grandes feitos do regime mudaram sua temática conforme o período sócio-político-econômico em voga no Brasil e no mundo e, embora as notícias, em alguns momentos, não fossem condizentes ao interesse público, ou fossem formuladas em outro nível de saber, a sociedade precisou delas para compreender os fatos que sucediam no cenário econômico.

Mas do que se trata o jornalismo econômico e o que o difere do jornalismo genérico? O jornalismo econômico trata “da difusão dos fatos e de temas relacionados com economia e setor de finança” (QUINTÃO, 1987:25). Porém, percebe-se pelos meios de comunicação que este tipo de jornalismo “está ligado à continuidade dos acontecimentos econômicos do país e a relação entre eles”. (JACOBINI, 2008:192)

O objeto de informação no jornalismo genérico é quase sempre algo excepcional, anormal. As notícias nos informam sobre eventos singulares, descontinuidades. Em contrapartida, visto que a economia é mais um processo do que uma sucessão de fatos singulares, o jornalismo de economia trata de processos e sistemas, “sendo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFT, email: [Jesanajesus@gmail.com](mailto:Jesanajesus@gmail.com)



singularizados pela linguagem jornalística que os noticia como se fossem episódios”. (KUCINSKI, 1996: 21)

No estado do Tocantins, embora o noticiário econômico seja recorrente nas páginas dos jornais, não identificamos nenhuma pesquisa que trate sobre o tema. Somada a isso, a importância em conhecermos quais assuntos ganham mais espaço nos jornais e quais não são difundidos, torna esta pesquisa relevante temática, tanto para a sociedade, ao levantarmos questionamentos que, muitas vezes, passam despercebidos pelo cidadão, quanto para a Comunicação, ao contribuímos para o arsenal de conhecimentos sobre o tema.

## **2. Revisão de Literatura**

### **2.1 A Gênese do Jornalismo Econômico**

Os indícios do jornalismo econômico nas páginas dos grandes jornais de informação geral, nos anos 50, despontam por meio das notas ou artigos isolados que abordam questões de interesse do comércio e dos cafeicultores, com temas sobre produção, exportação, taxas cambiais ou movimento de portos. Os temas ligados à economia são tratados sem qualquer distinção das demais notícias, sendo que há uma nítida preferência pela notícia relacionada à política. (QUINTÃO, 1987)

Até a metade da década de 50, o noticiário de economia é representado principalmente pelo colunismo – jornalismo mais analítico que noticioso. “Existe uma intenção evidente de influenciar – e influencia – e até orientar a política econômica do País.” (QUINTÃO, 1987:52)

Conforme Quintão (1987) os primeiros sinais de jornalismo econômico nos moldes como é praticado hoje no Brasil podem ser observados no final da década de 50, porém, o fato econômico só tem destaque na imprensa de cobertura geral transformado em fato político.

Os assuntos da economia que são notícias estão relacionados com o ufanismo desenvolvimentista, com a retórica nacionalista de defesa ou não do capital estrangeiro, com as questões relativas à exploração do petróleo, às riquezas minerais, à defesa dos produtos primários de exportação, especialmente o café, ou com os índices de ‘carestia’. (QUINTÃO, 1987: 59)

O “Estado de Exceção”, regulado pelos atos institucionais, sob o comando dos militares, provoca uma reviravolta no cenário sócio-político de 1964. “Partidos políticos



são extintos, políticos, jornalistas e cidadãos são cassados ou perseguidos pela repressão” e várias leis são editadas a fim de fortalecer o papel da censura. A ausência da atividade política faz o jornalismo político se silenciar e o econômico se expandir. O discurso oficial do governo concentrava-se em tecer elogios aos seus feitos na área econômica (QUINTÃO, 1987:61).

Fundamenta-se na informação de economia, apoiando-se nos diversos indicadores de crescimento, na palavra e cálculos econométricos dos tecnocratas, numa censura violenta aos meios de comunicação e sobre a imprensa. Apregoa-se a paz, a recuperação econômica e o ‘milagre do crescimento’. (QUINTÃO, 1987:71)

Em 1974 o milagre tão apregoados pelos militares começa a tropeçar com o primeiro choque do petróleo, “quando houve uma forte aceleração inflacionária e a balança comercial brasileira passou a registrar déficits expressivos por conta da importação de petróleo e combustíveis.” Entre 1974 e 1979 os altos níveis de crescimento médio despencaram para 6,5%, chegando até a 4%. Já no segundo choque do petróleo, final da década de 1970, “o endividamento externo promovido pelo milagre cobraria um preço alto.” (PULITI, 2009: 90)

O jornalismo econômico continuou a acompanhar as mudanças monetárias ocorridas nos anos 1970-1980. As informações divulgadas pelo noticiário foram relevantes tanto para as elites – dentro de um cenário de alto risco, as notícias eram importantes nas tomadas de decisões (KUCISKI, 1996 apud PULITI 2009) – quanto para o leitor não-especializado, o qual teve acesso às explicações sobre os impactos dos juros altos e da inflação sobre aluguéis, salários, emprego e prestações. (PULITI, 2009)

## **2.2 A Ideologia Neoliberalista e a Crise do Real no Jornalismo Econômico**

Com a renegociação da dívida externa em 1989, os investimentos estrangeiros começaram a retornar ao País. No Governo Collor, em 1990, Puliti (2009) explica que a entrada de recursos é reforçada devido à liberalização do fluxo de investimentos financeiros. É neste período que a autora aponta o início da financeirização do noticiário - predominância de discursos, temas e fontes de interesse do mercado financeiro nos jornais – que embute a idéia do neoliberalismo. Os economistas do mercado financeiro, aos poucos, ganharam importância no jornalismo de economia como porta-vozes do pensamento econômico.

O processo de financeirização teve efeitos preocupantes, principalmente para o leitor não-especializado, que não acostumado com a nova linguagem econômica



inundada por terminologias como bolsa, câmbio, captação, mercado financeiro, swap, derivativos, risco-país, bônus, superávit primário, passa a não ver relação entre o noticiário e seu cotidiano. (PULITI, 2009)

Para Ortiz (2006) citado por Puliti (2009) a linguagem hermética e de difícil compreensão é vista como uma forma de dominação social, sendo que a falta de clareza do discurso inibe questionamentos.

Ao seguirmos para 1998, no pleito político, este foi o primeiro ano em que o Presidente da República pôde se reeleger. Lene (2009:362) ressalta que “o maior desafio de FHC, depois da posse, foi manter a estabilidade do real e, ao mesmo tempo, promover o crescimento econômico”. No final de 98 o Brasil passou por uma forte crise cambial, “o desaquecimento da economia ao longo do ano provocou redução do PIB; taxas de desemprego recordes; ocorrência de um período deflacionário; e as contas públicas e externas do Brasil só pioraram.” (LENE, 2009:363)

Num levantamento realizado por Freitas (2001) acerca das notícias relativas aos jornais *O Globo* e a *Folha de S. Paulo* veiculadas durante a crise na economia brasileira de 1999, o autor conclui que a *Folha* utilizou de uma estratégia mais pedagógica, ao explicar aos leitores o que as medidas econômicas influenciariam nos seus cotidianos, adotando também uma atitude crítica em relação ao Governo. *O Globo*, ao contrário, optou por falar menos sobre os assuntos negativos, demonstrando atitudes positivas em relação ao governo. “Os títulos das matérias sobre fatos negativos raramente levaram o nome do governo, muito menos de FHC. Os textos também seguiram nessa linha” (FREITAS, 2001 apud LENE, 2009:373)

Kucinski (1997) lembra que na época da crise do real, o momento foi noticiado pela mídia, porém os espaços foram massivamente ocupados pelas fontes oficiais, sem ao menos dar lugar às críticas da oposição.

O que se nota durante a crise referida, segundo Kucinski (1997:16) é a participação de um seleto grupo de formadores de opinião, jornalistas especializados em economia, que vem ocupando espaço em diversas mídias e como obtém acesso a fontes oficiais, reproduzem os seus discursos, “limitando suas críticas a questões pontuais”.

Em relação à utilização do discurso das fontes no jornalismo de economia, Bourdieu (1997) explica que os poderes inclusive as instâncias governamentais agem não somente através das pressões econômicas, mas também através do monopólio da informação legítima detida pelas fontes oficiais.

É claro, com efeito, que os diferentes poderes, e em particular as instâncias governamentais, agem não apenas pelas pressões econômicas que estão em condição de exercer, mas também por todas as pressões autorizadas pelo monopólio da informação legítima – especialmente das fontes oficiais [...] Sem esquecer o poder simbólico excepcional conferido às grandes autoridades do Estado pela capacidade de definir, por suas ações, suas decisões e suas intervenções no campo jornalístico (entrevistas, entrevistas coletivas etc.), a *ordem do dia* e a hierarquia dos acontecimentos que se impõem aos jornais. (Grifo do autor) (BOURDIEU, 1997:103-104)

Do “Real” para cá o jornalismo econômico passou a concentrar suas informações, segundo Puliti, (2009:99) em torno do jornalismo econômico de negócios, acompanhando o crescimento e a popularização do mercado financeiro. “Os balanços das companhias passaram a ocupar primeiras páginas dos jornais, assim como notícias sobre fusões e aquisições.” Neste cenário, surge no ano 2000 o *Valor Econômico*, diário de economia e negócios resultante de parcerias entre a *Folha* e *O Globo*.

Lene (2005:14) entende que com as transformações ocorridas no campo jornalístico, como a preocupação em colocar o homem como objeto, o desenvolvimento tecnológico, o aumento do volume das informações com a era virtual, verifica-se que ele serve ao formato discursivo da ideologia neoliberal, e, nesse contexto serve aos interesses das classes dominantes.

O jornalista Aloysio Biondi, que atuou na área de economia de 1967 até a sua morte, em julho de 2000, disse que um de seus problemas mais graves foi que ele “nunca esteve tão vergonhosamente atrelado ao governo”. (LENE, 2005:14)

Observa-se, através dos estudos realizados por pesquisadores citados anteriormente que, se na época da ditadura a censura era exercida explicitamente ao jornalismo político, o noticiário econômico era controlado pelo governo por meio das fontes e dados que deveriam ser oficiais. Depois dos anos 1990 o jornal começa a reproduzir o discurso neoliberal e se torna o veículo desta nova ideologia. Para Kucinski (1996:15) o jornalismo econômico foi decisivo na campanha neoliberal para auxiliar no desmonte do Estado social-democrata e ainda acrescenta que ele se tornou o principal agendador do debate político. “A disfunção de sua linguagem talvez tenha uma função ideológica. Um jornalismo que não se propõe a explicar e sim a seduzir.”

Este posicionamento por parte do jornalismo econômico nos faz refletir acerca da sua autonomia relativa e o contraponto entre o conteúdo veiculado e as necessidades do leitor. Há vários problemas na economia brasileira, como o desemprego, a indigência e



o “crescimento”, os quais deveriam ser estimulados à reflexão, mas que passam a largo do jornalismo, substituídos por assuntos considerados de maior relevância, quando postos na balança dos interesses político-econômicos.

É importante lembrarmos da relação que o jornalismo econômico liberal possui com a lógica capitalista. Há um conflito entre servir o público, com informações pautadas na ética, isentas de opinião e de ideologia, e a proximidade com a lógica do capitalismo, de maximização do lucro. (KUCINSKI, 1996) As notícias podem sofrer interferência também de fatores, como, a autocensura; os pagantes do jornal por meio da publicidade; o discurso das fontes e o foco dado à notícia, tendo em vista a linha editorial do jornal.

E para compreender melhor o que envolve a estrutura da área jornalística, lançamos mão da noção de campo de Bourdieu (1997:55). O autor trata o jornalismo como um campo, partindo da ideia de que “o mundo do jornalismo é um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte de outros microcosmos.” Uma característica apontada pelo sociólogo referente ao campo jornalístico é que ele depende de forças externas muito mais que outros campos. E se esse campo é influenciado por forças externas ele acaba influenciando outros campos culturais.

O jornalismo ligado à economia possui pouca autonomia e, segundo o autor, “o grau de autonomia de um órgão de difusão se mede sem dúvida pela parcela de suas receitas, que provém da publicidade e da ajuda do Estado (sob a forma de publicidade ou de subvenção) e também pelo grau de concentração dos anunciantes.” (BOURDIEU, 1997:102)

### **3 Considerações acerca do Projeto**

A pesquisa em questão integra um projeto guarda-chuva coordenado pelo Professor Doutor Antônio José Pedroso, que visa pesquisar cientificamente a relação entre o espaço do jornalismo econômico brasileiro e o espaço econômico e político nos últimos anos. Por que certas informações, representações e tomadas de posição sobre o mundo econômico são amplamente difundidas, enquanto outras são relevadas e/ou restam esquecidas? A pesquisa procura resolver o problema estudando como os mecanismos de dominação próprios do Jornalismo Econômico (JE), se exercem sobre



os jornalistas, e conseqüentemente nos rumos dados às notícias e como se dão as relações desse subcampo com outros campos sociais, especialmente o econômico.

A pesquisa foi dividida em três partes: (a) Tem como objetivo compreender as tomadas de posição dos agentes. A partir da trajetória dos agentes, procura-se conhecer quais são os mecanismos de dominação e como eles operam, ao observar as possibilidades, as expectativas e os constrangimentos que pesam sobre a prática profissional. (b) Para explicitar as possibilidades e os constrangimentos que pesam ou não sobre a organização Jornal do Tocantins (JT), busca-se realizar um estudo das organizações que anunciam no JT (o espaço que ocupam em anúncios, a contribuição para receita do jornal, etc.) e sobre a própria organização JT (estrutura de propriedade, número de funcionários, etc.). (c) Pretende-se explicitar as tomadas de posição sobre o mundo econômico a partir da análise do conteúdo dos títulos das notícias e artigos veiculados.

Este artigo é a primeira publicação da pesquisa voltada à análise de conteúdo que objetiva identificar a ocorrência e a recorrência diferencial de unidades temáticas no noticiário econômico do Jornal do Tocantins durante o período 1998 (o diário possui a editoria de economia desde esta data) a 2009.

O Jornal do Tocantins, fundado em 18 de maio de 1979, na cidade de Araguaína, pertence à Organização Jaime Câmara (OJC) e é o jornal de maior tiragem no estado do Tocantins, o que justifica a escolha dele como objeto de análise. A sua circulação é diária e abrange todos os municípios tocantinenses, cidades de Goiás, além do Distrito Federal.

O presente artigo tomará como recorte temporal os anos de 1998, 1999, 2006 e 2007, pelo fato de alguns dados estarem ainda em fase de quantificação e análise.

#### **4 Metodologia**

Uma vez definido o campo do corpus, que corresponde a notícias e artigos, contendo acima de 40 linhas, da editoria de economia do Jornal do Tocantins foi realizada uma coleta de dados nas edições do jornal relativas ao ano de 1998, 1999, 2006 e 2007. A amostragem consistiu em separar seis jornais a cada mês do ano. Na primeira semana de cada mês foram escolhidos dois dias, terça-feira e quarta-feira – a editoria de economia não era publicada na segunda-feira. Na segunda semana, quinta-feira e sexta-feira, na terceira, sábado e na quarta, o dia de domingo. O que permitiu estudar uma parte das notícias publicadas em todas as semanas do mês.

Verificou-se, em alguns dias escolhidos na amostra, que a página de economia não estava inteira, ou que ela não constava no jornal. Quando isto acontecia, outra data era escolhida, respeitando os dias determinados para aquela semana. Se, por exemplo, faltava jornal no dia de terça-feira, procurava jornais relativos à terça-feira de outra semana.

Após o término da coleta de dados, foi realizada uma análise a fim de determinar quais os elementos do texto deveriam ser levados em conta. A escolha das unidades de registro e de contexto precisou responder com pertinência, tendo em vista as características do material e aos objetivos apresentados na análise.

Considerou-se viável a escolha do sujeito do título das notícias e artigos como unidade de registro. Entende-se que o sujeito é quem pratica a ação, é na maioria das vezes, a peça principal da frase, e é em torno dele que gira todos os demais elementos. Com relação à unidade de registro Bardin (1977:104) explica que ela “é a unidade de significação e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial.”

O sujeito (palavra) como unidade de registro possibilita responder ao que estabelece o nosso tema de pesquisa, aos nossos objetivos e, em razão do tamanho da amostragem ele facilitará a contagem frequencial com mais precisão. Por outro lado, considerou-se inviável a utilização do tema como unidade de significação pela sua subjetividade e pelo fato de ele, nem todas às vezes, se manifestar explicitamente. M.-C. d’Unrug (1974) apud Bardin (1977:105) escreve, o tema é:

Uma unidade de significação complexa, de comprimento variável; a sua validade não é de ordem lingüística, mas antes de ordem psicológica: podem constituir um tema, tanto uma afirmação como uma alusão; inversamente um tema pode ser desenvolvido em várias afirmações (ou proposições). Enfim, qualquer fragmento pode reenviar (e reenvia geralmente) para diversos temas [...]

É notório observar que para a compreensão, contextualização e categorização da unidade de registro é imprescindível a utilização da unidade de contexto. Ghiglione e Matalon (1993:213) expõem: a unidade de contexto “é o mais estreito segmento de conteúdo necessário para compreender a unidade de registro”. Atribuiu-se, na presente pesquisa, o título das notícias e artigos como unidade de contexto, por acreditar que ele oferece o sentido para a unidade de registro e, em alguns casos é utilizado também o subtítulo, a fim de se obter uma mais ampla compreensão acerca da unidade de significação.





Após a realização da coleta de dados e da amostragem, e já estabelecidas as unidades de registro e de contexto, parte-se para a categorização. Bardin (1977:117) clarifica:

É uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos.

## 5 A Análise dos Dados

### 5.1 Períodos de 1998 e 1999

Após a verificação da ocorrência de certos temas, nove categorias foram estabelecidas tanto no ano de 1998 quanto no de 1999. É notório observar que os assuntos que mais se destacam no primeiro ano, são também os de 1999.

ANO DE 1998		ANO DE 1999	
Categorias	Quantidade	Categorias	Quantidade
Mercado/ Comércio	73	Mercado/ Comércio	72
Governo/ Estado	57	Governo/ Estado	65
Agronegócio	31	Agronegócio	47
Banco	25	Banco	7
Imposto	20	Imposto	11
Organizações sociais	18	Organizações sociais	22
SPC/ Inadimplência	10	Previdência social	6
Trabalho	9	Energia elétrica	5
Telefonia	5	Telefonia	5
Outros	48	Outros	79

Nos dois anos, a categoria Mercado/Comércio foi a que apresentou maior quantidade de temas. Percebe-se com isso o espaço dado ao assunto pelo jornalismo econômico do Jornal do Tocantins. Entende-se aqui o uso do termo mercado tanto na



sua concepção mais simples, partindo da ideia de oferta e demanda de mercadorias, como numa visão “abstrata, distante e impessoal, ou seja, sem indivíduos concretos que atuam dentro dele”, como argumenta Jacobini (2008:200). O termo algumas vezes aparece também dotado de sentimentos, emoções e personificado: “Mercado se anima com 13<sup>o</sup>”; “Mercado não se intimida”.

Sujeitos como preço, venda, supermercados, demanda/procura, juros, comerciantes, feiras de saldos e negócios, consumidor, enfim, palavras que se referem ao Comércio ou é característico dele também se incluem na categoria. As notícias de mercado também pautam segundo as datas comemorativas e eventos de importância nacional e internacional. “Ovos de Páscoa estão com vendas fracas”; “Dia do Mestre faz aumentar consumo”; Copa do Mundo e Férias enfraquecem comércio”.

O que se observa nas notícias de mercado é que quase sempre os assuntos são tratados da mesma maneira. Fala-se no aumento de preço, vendas, procura de determinado produto, porém não se leva a cabo questionamentos sobre o efeito disto na vida do consumidor. Há a informação, mas não chega a discuti-la de fato. “Vendas de roupas crescem”; “Aumenta procura por acessórios de moto”; Preço da carne varia em até 70% na capital”; “Preço do feijão aumentou 20%”.

A segunda está relacionada a assuntos referentes ao Governo (Estadual e Federal) e ao Estado do Tocantins. A palavra Governo é, muitas vezes, identificada explicitamente, na posição de sujeito. Em outras, ela aparece, mas sob a forma de ações, de feitos, de obras, de programas: “Pronaf beneficiará mais famílias no estado; “Pacote pode melhorar arrecadação.”

Quando o assunto se trata de ministérios e ministros, secretarias e outros órgãos ligados, tanto ao Governo Federal, como Estadual também é posto na categoria em questão. Para que determinadas unidades façam parte desta divisão categorial também precisa estar vinculada ao Estado. Os títulos que dizem respeito a prefeituras e prefeitos do Tocantins, que contêm as palavras Tocantins e Estado como sujeito também se enquadram na categorização acima.

A terceira está associada à prática do Agronegócio. Sujeitos como: fruticultura, hortifrutis, criação de peixes, agroindústria, empresas e empresários que atuam no ramo, projetos de pesquisa relacionados ao negócio, feiras agropecuárias, agricultores, produtores e outros relativos à prática da criação bovina e do plantio são integrantes desta categoria. “Psicultura promove investimentos”; “Feijão subirrigado é uma opção



para auto-suficiência”. A recorrência dos temas ligados a este assunto se verifica, em partes porque o agronegócio é um dos propulsores da economia do estado.

Vale destacar que, muitas vezes só o sujeito não é o suficiente para determinar a classificação da frase em determinada categoria. Pode-se perceber então que o enquadramento dos dados deve ser analisado tendo em vista a unidade de contexto. Na frase que se segue, constata-se que o sujeito – Seminário - analisado separadamente não seria suficiente para que a frase fosse enquadrada na categoria “Agronegócio”, portanto, a necessidade da análise e contextualização da unidade de registro. “Seminário debate hoje aqüicultura do Estado”.

Verificam-se também assuntos relacionados a Bancos. Esta categoria engloba sujeitos, como Banco do Brasil, Caixa Econômica, BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), Banco da Amazônia, Juros Bancários, Empréstimo e outros. “Caixa abre financiamento para reforma residencial”; “BB anuncia mais R\$ 2 bi para safra 2002/2003”.

Muito se falou também em Imposto. As palavras associadas, como Receita Federal, contribuinte, isentos, prazo para entrega de declaração e todas as outras que correspondem aos tipos de impostos (ICMS, IR, IPTU e outros) integram esta quinta categoria. “Prazo para pagar IPTU vence na 2ª”; “RF já prepara novo modelo de declaração para isentos”. É interessante observar que o conteúdo nunca está relacionado ao alto valor dos impostos pagos pela população, pelo contrário, a maioria das notícias alerta o leitor sobre o prazo para o vencimento de impostos ou aborda as novidades na declaração e às vezes fala sobre a inadimplência do contribuinte para com o pagamento do imposto.

A categoria relacionada às Organizações sociais engloba os sindicatos, câmaras de comércio e indústria, associações, cooperativas e federações. “Cooperativas agrícolas contarão com R\$ 100 mil”; “Sinduscon busca parcerias para construção civil no TO”.

A categoria Telefonia, também é recorrente nos dois anos analisados, porém a quantidade de assuntos sobre o tema é reduzida. “Anatel empossa gerentes regionais”; “Telegoiás celular paga bons dividendos”.

Estas sete categorias se verificam tanto no ano de 1998, quanto no de 1999 e são as que possuem maior destaque nos dois anos. Há, portanto, categorias identificadas no período de 98, como a SPC/ Inadimplência e Trabalho, que não são ocorrentes no ano de 99. “Consultas ao SPC aumentaram 14,5%”; “Inadimplência cresce em Palmas”;



“Trabalhadores querem a correção do FGTS”; “SINE é o primeiro passo para quem busca emprego”.

As categorias constatadas apenas no ano de 1999 correspondem a Previdência social e Energia elétrica. “INSS recebe contribuição”; “Previdência inaugura amanhã nova agência”; “Energia do Linhão será de qualidade”; “Programa de geração de energia é discutido”.

O que se observa, portanto, é a importância que o Jornal do Tocantins dedicada às duas primeiras categorias. Das 615 notícias veiculadas nos anos 98 e 99, 145 faz parte da categoria Mercado/Comércio, o que equivale a 23,5% do total. Já a categoria Governo/Estado consome 19,8% do espaço voltado às notícias de economia. As duas juntas alimentam 43,3% do noticiário.

## 5.2 Períodos de 2006 e 2007

As categorias Mercado/ Comércio; Governo/ Estado; Agronegócio; Organizações sociais; Banco; Energia elétrica e Imposto são constatadas nos anos de 2006 e 2007 também, o que nos leva a observar que estes assuntos continuam recorrentes no segundo período de análise, porém a quantidade de temas das categorias citadas acima é reduzida se comparada com a tabela dos primeiros anos. Percebe-se então uma diversificação dos temas, com o aparecimento das categorias Macroeconomia e Acordos/ Investimentos.

ANO DE 2006		ANO DE 2007	
Categorias	Quantidade	Categorias	Quantidade
Mercado/ Comércio	23	Mercado/ Comércio	20
Governo/ Estado	36	Governo/ Estado	21
Agronegócio	18	Agronegócio	17
Macroeconomia	26	Macroeconomia	12
Energia elétrica	11	Energia elétrica	6
Imposto	9	Imposto	11
Organizações sociais	7	Organizações sociais	6
Banco	6	Acordos/Investimentos	8



SPC/ Inadimplência	5	-----	----
Outros	51	Outros	78

É válido mencionar que no ano de 2007, não houve a análise do mês de novembro, pois os jornais deste mês não foram encontrados, além de alguns dias dos meses de agosto e dezembro. Entretanto, este desfalque é mínimo, 18% do total de notícias, acredita-se, portanto que não haverá prejuízo para a análise.

A Categoria Acordos/ Investimentos aparece com temas sobre parcerias e grupos que pretendem investir no Tocantins. “Americanos e Japoneses têm projeto para o TO”; “Índia sinaliza que pode investir no Tocantins”.

No ano de 2006, a quantidade das notícias relacionadas à Macroeconomia ultrapassa a das notícias de Mercado/ Comércio, que antes possuíam um maior número. Percebemos que as notícias de âmbito nacional ganham maior destaque, com informações provindas das Agências de notícias do Rio de Janeiro, Brasília e São Paulo. São temas referentes a índices macroeconômicos, como inflação, IGPM-10, balança comercial, exportação, dívida pública e outros. Se por um lado, este indicativo revele uma abrangência maior das notícias de âmbito nacional num jornal regional, o que pode ser proveitoso para muitos leitores especializados, pois ao mesmo tempo em que eles se informam sobre assuntos do estado, também o faz com temas “relevantes” para o país, por outro verificamos uma deficiência.

As notícias importadas, na maioria das vezes, não são contextualizadas com a realidade econômica do Tocantins, o que faz com que o leitor se sinta distante da notícia. O cidadão que deseja tomar conhecimento sobre assuntos gerais pode se informar por jornais provenientes destes mesmos estados, que estão à venda em bancas de jornal e revista, ou mesmo através dos telejornais nacionais.

É notório ressaltar que o mais relevante, é saber quais notícias são de interesse público (do público tocantinense), quais estão acima de critérios de conveniência ou ideológico e a sua pertinência e importância social. É mais satisfatório para os leitores do estado saber quais decisões e variações econômicas têm influência na sua vida cotidiana; quais efeitos a inflação ou deflação de um bem/produto pode causar no seu bolso e no da sua família e qual o “comportamento” do mercado/ comércio tocantinense frente ao do nacional. Entretanto, como expõe Kucinski (1996:176) o jornalismo



econômico, exceto no jornalismo de serviços, ignora o homem, pois “está centrado muito mais nos mecanismos de produção e no processo geral de acumulação”.

As notícias referentes ao Governo/Estado continuam sendo uma das mais recorrentes. Não foi constatada, nos quatro anos de análise, nenhuma notícia de caráter negativo relacionada ao Governo. No período 98/99 e 2006 as notícias de Governo estão quase sempre relacionadas ao Agronegócio, “Governo adota ações de emergência para atender pequeno Produtor Rural”. Já em 2007 não há nenhum informe que contenha nos títulos a palavra governo/governador.

É notório observar que mesmo depois de 11 anos as notícias referentes a Mercado/ Comércio se apresentam com conteúdos similares de 98 e 99, quase sempre com temas sobre vendas, movimentação nos comércios, preços de produtos: “Papelerias registram alta na movimentação”; “Aumentam as vendas de produtos de pesca”. Assim como acontece nas notícias de outras categorias, como Imposto, Agronegócio, Organizações sociais e outras. É claro que não se pode ignorar o fato de que sempre terão notícias para estas categorias. Todo ano, por exemplo, acontece a declaração dos impostos, o Agronegócio é uma atividade lucrativa no estado, entretanto, vale questionar o porquê do “esquecimento” de outros temas importantes, que a sociedade precisa discutir, refletir, analisar, como o desemprego, a falta de trabalhadores qualificados no estado – a maioria é proveniente de outras regiões – o custo de vida no Tocantins.

O Jornal do Tocantins, nos anos de 2006 e 2007, certamente já se encontrava com uma melhor estrutura, mais moderno, e podemos constatar tal fato na diagramação das páginas do diário, porém muitos jornais regionais quando passam por inovações começam a abrir espaço para notícias nacionais, como se isso fosse sinônimo de conceito e qualidade, esquecendo-se de aperfeiçoar no tratamento dado às notícias do Estado.

## **6 Considerações Finais**

Os temas de maior destaque no Jornal do Tocantins registraram grandes mudanças desde os anos 1998/1999 até o período 2006/2007. As categorias que ganharam mais espaço nos primeiros anos, principalmente a Mercado/ Comércio com 23,5% do total de notícias veiculadas, perderam boa parte do espaço que possuíam. No período 2006/2007, Mercado/ Comércio já aparece com 12,9%, já as notícias de Governo/Estado perdem poucas porcentagens, ao passar de 19,8% para 17,2%.



Metade das notícias que antes pertenciam a Mercado/Comércio se destina a categoria Macroeconomia, com 11,4%. O conteúdo agora é proveniente das Agências dos grandes centros urbanos, perde um pouco a essência do regional e passa a registrar informações do mercado financeiro, dos índices macroeconômicos, pouco entendidos por boa parcela da população. Os temas se diversificaram, percebemos que já não há mais uma grande concentração em dois ou três únicos temas, como acontecia nos anos anteriores.

Há o surgimento de outra categoria: Acordos/ Investimentos, em que aparecem notícias sobre parcerias e investimentos para o Tocantins e o desaparecimento de outras como Trabalho, Telefonia e Previdência social. As pesquisas que dizem respeito, tanto a trajetória dos agentes, quanto a relação entre o Jornalismo Econômico e o campo econômico nos trará respostas acerca da vulnerabilidade deste subcampo do Jornalismo.

## 7 Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Edições 70. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 1977

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1997.

GHIGLIONE, R; MATALON, B. **O inquérito: teoria e prática**. Oeiras: Alta. 1993.

JACOBINI, Maria Lucia de Paiva. **O jornalismo econômico e a concepção de mercado: Uma análise de conteúdo dos cadernos de economia da *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo***. Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, Vol.1, n. 1, P. 190-209, 2008. Disponível em: <[http://www.google.com.br/search?hl=pt-R&q=o+jornalismo+economico+e+a+concep%C3%A7%C3%A3o+de+mercado+-+maria+lucia+de+paiva&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai=>](http://www.google.com.br/search?hl=pt-R&q=o+jornalismo+economico+e+a+concep%C3%A7%C3%A3o+de+mercado+-+maria+lucia+de+paiva&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=>)>

Kucinski, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

\_\_\_\_\_. **Os Paradoxos do Jornalismo Econômico**. Revista Adusp, p. 13-16, Dezembro, 1997 Disponível em: <<http://www.adusp.org.br/revista/12/r12a03.pdf>>

LENE, Hérica. **A emergência do capitalismo cognitivo e as mudanças no jornalismo econômico**. 2005 Disponível em: <[http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=a+emergencia+do+capitalismo+cognitivo+e+as+mudan%C3%A7as+no+jornalismo+economico+herica+lene&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai=>](http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=a+emergencia+do+capitalismo+cognitivo+e+as+mudan%C3%A7as+no+jornalismo+economico+herica+lene&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=>)>

\_\_\_\_\_. **O jornalismo de economia e a reinvenção do Brasil no século XX**. Rio de Janeiro. Fevereiro, 2009.

PULITI, Paula. **A Financeirização do Noticiário Econômico no Brasil (1989-2002)**. São Paulo: 2009.

QUINTAO, Aylê-Salassiê Figueiras. O desenvolvimento do Jornalismo Econômico no Brasil. In \_\_\_\_\_ **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir, 1987