



Análise do Jornalismo Econômico nos três jornais diários de Chapecó¹

Adriane Biasi Rech, Leillís Borges dos Santos², Vagner Dalbosco³

RESUMO: Este artigo é resultado de uma pesquisa realizada no Trabalho de Conclusão de Curso, com o propósito de analisar o jornalismo econômico nos três principais jornais de Chapecó: Diário do Iguaçu, Sul Brasil e Voz do Oeste. O estudo possibilitou um amplo conhecimento sobre o jornalismo econômico, as temáticas econômicas abordadas pelos veículos de comunicação e o uso de subespecializações da área, bem como os assuntos pautados sobre o desenvolvimento da região Oeste de Santa Catarina. Os resultados são plenos e concretos, sendo que servem como uma boa base para posteriores estudos na área.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo econômico; subespecializações; temáticas; economia.

1. Introdução

Atualmente Chapecó é o maior município da região Oeste, que conta com 2 milhões de habitantes distribuídos em 200 municípios. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010 a cidade registrou a marca de 183.530 habitantes, com 91,6% na área urbana e 8,4% na rural. Ocupa a quarta posição entre as dez maiores cidades catarinense em população. No Produto Interno Bruto (PIB) da agropecuária, indústria e serviços, por exemplo, o município somou mais de R\$ 3,660 milhões em 2011, sendo que o PIB Per capital ficou em R\$ 19.941 mil. Chapecó é a 6ª maior economia de Santa Catarina.

Hoje, é um dos pólos de comunicação do Estado, pois em Chapecó existem duas emissoras de televisão, seis rádios FM, entre comerciais e comunitárias, cinco jornais impressos, nove revistas, além de portais de notícias online. Dentre estes, três jornais diários são nosso objeto de estudo: Jornal Diário do Iguaçu, com 15 anos de atuação, com tiragem de 10 mil exemplares de circulação regional; Jornal Sul Brasil, com 16 anos e tiragem de oito mil exemplares de circulação regional; Jornal Voz do Oeste de circulação

¹ Artigo resultante do Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Jornalismo da Universidade Comunitária da Região de Chapecó; Ano de conclusão 2012/1.

² adrirech@unochapeco.edu.br; leillis@unochapeco.edu.br.

³ Professor orientador; dalbosco.vagner@unochapeco.edu.br.



local, que existe há 8 anos, com tiragem de 6.200 exemplares por dia. Em vista que, estes veículos possuem papel decisivo no desenvolvimento regional, através da publicação de informações que contemplem as necessidades da população, este artigo, resultando de um Trabalho de Conclusão de Curso, apresenta a discussão sobre o tratamento dado pelos três jornais diários de Chapecó ao conteúdo de economia.

Esta pesquisa tem como objetivo principal compreender qual o tratamento dado ao conteúdo de economia pelos três jornais diários de Chapecó. Nos objetivos específicos buscou-se identificar as temáticas abordadas pela editoria de economia nestes diários, categorizar o conteúdo conforme as sub-especializações do jornalismo econômico, analisar a linguagem econômica utilizada para transmitir este conteúdo ao leitor e, por último, perceber as semelhanças e diferenças entre os três diários no que diz respeito à abordagem do conteúdo econômico.

Em vista disso, foram selecionadas igualmente três semanas para análise de cada um dos jornais, nos três últimos meses do ano de 2011. Considerando que para sábado e domingo é uma única publicação, iniciamos nossa análise pela segunda-feira, onde ficaram definidas as seguintes datas: 24 à 30 de outubro (4ª semana do mês), 21 à 27 de novembro (4ª semana do mês) e 12 à 18 de dezembro (2ª semana do mês). Essa metodologia foi escolhida para poder evitar semanas atípicas, nas quais existem chances de encontrar matérias monopolizadas. É importante destacar que a escolha dos dias de análise obedeceu também à uma breve percepção dos eventos dos meses.

O método reúne elementos qualitativos e quantitativos para compor o desenvolvimento da análise, visando unir uma base de dados ao processo de observação com base teórica. A pesquisa quantitativa se desenvolveu a partir de coleta de dados e números, principalmente sobre as notícias econômicas publicadas, valendo-se de gráficos, por exemplo, das temáticas selecionadas. Já a pesquisa qualitativa caracterizou ampliou o estudo, a forma de abordagem do veículo, os aspectos específicos de cada jornal ou notícias e a linguagem dos mesmos.

2. Jornalismo econômico

No Brasil, o jornalismo econômico ganhou espaço próprio no noticiário através da deflagração da ditadura militar. Foi após o golpe em 1964, que passa a existir nas redações uma grande redução da cobertura política, através da censura e da pressão dos



militares aos meios de comunicação, reforçada pelo Ato Institucional nº 5, em 13 de dezembro de 1968, que inibiu a liberdade de expressão (BASILE, 2002). Dessa forma, profissionais de várias redações do país percebem que a liberdade de imprensa se esgotaria e que muitos jornais acabariam, mais tarde, fechando suas portas por não conseguirem sobreviver ao colapso. Enquanto isso, o governo oferecia para a população uma real estabilidade econômica, caracterizada pelo crescimento da sociedade e grande geração de empregos. É o chamado “*milagre econômico*”, com início nos anos 70.

Através destes períodos, o jornalismo econômico passou a ter um papel social muito importante na vida dos brasileiros. Podemos dizer que a editoria de economia passou a ser peça fundamental nos periódicos brasileiros, como uma necessidade social.

Irmã temporã da cobertura política, a imprensa econômica terá um futuro brilhante se for competente e bem propositada no desígnio de levar, em escala cada vez maior, a informação mais apropriada a cada segmento de público relevante (BASILE, 2002, p. 78).

O objetivo do jornalismo de economia é divulgar informações econômicas apuradas, com linguagem concisa e clara, a quem interessa, sobre assuntos que afetam a vida do cidadão direta ou indiretamente ou o Estado. “Alguns economistas torcem o nariz quando me socorro de imagens descaradamente futebolísticas para falar da ofensiva brasileira no comércio exterior” [...] (BETING, 1982, p. 41). O jornalismo econômico traz a informação para o dia a dia das pessoas, percebida no comportamento econômico de um município, região, estado, país ou em âmbito mundial. É a ciência que dá o ponta pé inicial na manutenção de diversos setores da sociedade. Por isso, esse jornalismo segmentado deve se voltar à sociedade como mecanismo de desenvolvimento e crescimento tanto em seus fatores, quanto ao que diz respeito à ordem humana.

Segundo Sidnei Basile (2002), é na linguagem do texto que o jornalista pode perder o leitor por conta da chatice, do excesso de números, monotonia da descrição. As palavras devem ser diretas, somente as necessárias, mas carregadas de significado. Existe o equívoco no jornalismo de que textos de economia devem ser carregados de números e estatísticas. “Com muita frequência, o excesso de números e estatísticas esconde a falta de ponto de vista [...] Como não há clareza sobre o assunto da matéria, ela fica escondida debaixo de informações sem significado relevante” (BASILE, 2003).



Caldas (2003), afirma que é preciso, além de interpretar, agregar novos valores à informação, para que ela sempre seja mais bem entendida por aquele que a está recebendo. Ela também afirma que o campo de atuação de um jornalista de economia é muito complexo e que, sua competência só é construída a partir de bons assuntos, de garimpar fontes e informações, e de experiência. O bom texto é aquele que fala com o leitor. Joelmir Beting, que também atua em economia na televisão, afirma

A linguagem tem de ser objetiva e enxuta, didática e quase cartilhesca, bem humorada, se possível. O tema deve de ser atualidade e não necessariamente do dia. De preferência, descartando assuntos técnicos de circuito fechado, em favor de assuntos de interesse geral e permanente. (BETING, 1982, p. 42)

A “linguagem é também constitutiva de quem a formula, envolve todo o processo de estruturação do saber e do conhecimento de cada um e de cada coletivo” (KUCINSKI, 2007, p. 168). O autor ainda aborda que, de uma maneira generalista, os economistas possuem argumentos que não estão explícitos em suas explicações, mas que, de forma alguma, o jornalista deva transpor essa informação para o grande público. Quando se dirige a estes deve pensar nos interesses gerais. “O desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governo, sem usar linguagem que as pessoas comuns não entendam” (KUCINSKI, 2007, p. 168).

Para o jornalismo econômico, o estudo sobre sistemas e processos, por exemplo, são muito importantes para que a notícia seja compreendida, transformando-os em episódios, como exemplifica Kucinski (2007, p. 21). Assim, a informação exige do próprio jornalista, conhecimentos aprimorados sobre teorias e sistemas, para o desenvolvimento da filtragem crítica e avaliação dos critérios de noticiabilidade de tais fatos. Na área de atuação jornalística é possível fazer uma avaliação de reconhecimento do que vem a ser notícia, de projetá-la e levar ao público tal conhecimento adquirido.

2.1. Sub-especializações do jornalismo econômico

No jornalismo econômico existem algumas divisões que auxiliam o jornalista a compreender tais questões e que se referem às ramificações diferentes da economia. As três sub-especializações são o jornalismo de serviços, negócios e financeiros.

O jornalismo econômico de prestação de serviços, também conhecido por jornalismo econômico social ou simplesmente de serviços, é definido por Maria Pilar



Diezhandino (1989, p.89) como a informação que dá ao receptor a possibilidade de efetuar uma ação ou reação. Através desse nicho é apresentado ao receptor uma informação útil para si, da qual é possível tomar decisões que afetam a vida diretamente. Essa ramificação do jornalismo econômico oferece ao leitor, telespectador, ouvinte, menos números e mais respostas e orientações.

Já o jornalismo econômico de negócios visa realizar a cobertura de temas relacionados aos agentes de mercado de bens, de serviços e de trabalho e a relação entre eles. É difícil saber com exatidão quando essa vertente do jornalismo passou a figurar nos cadernos de economia, devido a escassa bibliografia relacionada ao tema. Sabe-se, no entanto, que as primeiras evidências de uma cobertura do assunto começou a ser feita durante a aplicação da política desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek no final da década de 1950. (CALDAS, 2003).

A vertente do jornalismo econômico que trata de assuntos direcionados estritamente ao mercado financeiro é o jornalismo financeiro, sendo também uma das mais difíceis especializações. Kucinski (2007 p. 24) acredita que o motivo para tanto é que “as operações financeiras são hoje sofisticadas, exigindo um alto grau de abstrações e raciocínios matemáticos complexos que a maioria dos jornalistas não dominam”.

3. Análise e discussão de dados

3.1. Diário do Iguçu

O jornal Diário do Iguçu, fundado há 15 anos, é o maior veículo de comunicação impresso do Oeste Catarinense, com tiragem de 10 mil exemplares, que circula em 97 municípios do estado de Santa Catarina. Pertencente à RedeComSC, apresenta um total de oito editorias: Mural, Política, Opinião, País e mundo, Geral, Economia, Polícia e Esporte. O número de páginas na editoria de economia varia de duas a quatro, dependendo do número de pautas no dia.

Com relação aos temas econômicos abordados pelo Jornal Diário do Iguçu, percebe-se a predominância de matérias que envolvem Eventos, com um total de 21 publicações (18,1%), conforme pode ser observado na Figura 01. Na sequência encontra-se o tema Agricultura e Agronegócio, com um total de 16 notícias (13,8%), as quais referem-se à agricultura e às relações comerciais e industriais do setor. Constata-se que 13,8% das matérias (16 notícias) compõem a categoria “Outros”, pois não possuem relação com

temas da área econômica.

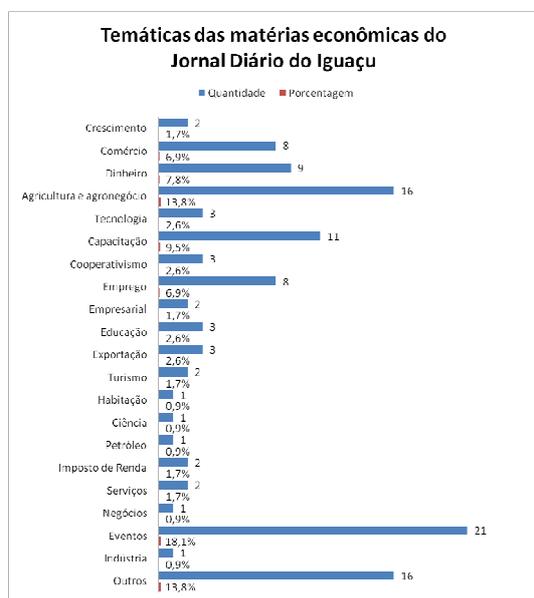


Figura 01 – Quantidade e porcentagem das temáticas em que foram publicadas as matérias econômicas no Jornal Diário do Iguazu

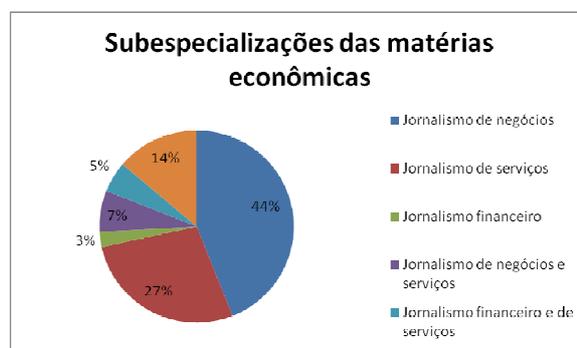


Figura 02 – Subespecializações das matérias econômicas do Jornal Diário do Iguazu

Percebe-se ainda que existem 32 reportagens referentes a jornalismo de serviços (27%), um número consideravelmente menor do que as de jornalismo de negócios, que totalizam 50 (44%). Observa-se ainda que o jornal inseriu 3 textos de jornalismo financeiro (3%) e que mescla as sub especializações em diferentes textos. São 7 matérias que mesclam jornalismo de negócios e de serviços (7%) e 6 que mesclam jornalismo financeiro e de serviços (5%).

De forma geral é possível afirmar que o jornal Diário do Iguazu possui foco em economia, pois basta perceber a quantidade de matérias contabilizadas durante o tempo de análise. Foram 116 matérias analisadas, das quais 16 fazem parte de uma sub categoria intitulada “outros”. Essas matérias não possuem foco econômico, por isso estão assim nomeadas. O jornal apresenta textos com clareza de linguagem, objetividade, concisão, recursos não textuais, interpretação de dados e números, entre outros.

Na análise das três semanas selecionadas, percebe-se que existe ambiguidade em alguns textos da editoria e frequente repetição de palavras. Em algumas reportagens observa-se uma preocupação por parte do autor em familiarizar o leitor com o texto, apresentando o tema didaticamente. Para o jornalismo econômico tal método é muito importante. O texto de economia, obrigatoriamente, deve apresentar dados e números,



porém alguns textos são mais propícios a seguir essa regra do que outros.

Somente na segunda semana de análise (novembro) é que constatou-se a existência de infográficos nas páginas do DI. Um exemplo é a reportagem de página inteira “Classe média: mudanças para atender o novo consumidor”. O infográfico é simples e direto e foi o espaço que o jornalista encontrou para inserir os números e porcentagens que não utilizou na matéria. No geral, o Diário do Iguazu está mais acostumado com o uso de *box* e, em menor escala, com o uso de infográficos.

Em um comparativo entre as três semanas de análise da editoria de economia do Diário do Iguazu, observou-se o seguinte: na primeira semana as matérias apresentavam maior concisão nas informações (fontes, densidade do texto, diferentes perspectivas, maior interesse público, objetivas) que nas duas seguintes. Percebeu-se também que o número de textos foi menor na primeira semana. Outro ponto notável é referente às matérias de assessoria de imprensa. É possível perceber quando um texto provém de assessoria por diversos motivos: o texto carece de fontes, existe o crédito da assessoria na foto, divulga-se empresas específicas no texto, etc. A impressão que existe é que houve uma maior preocupação por parte do jornal para com a produção própria de conteúdo na primeira semana de análise.

3.2. Jornal Sul Brasil

O Jornal Sul Brasil é um veículo de comunicação impresso que atua há 16 anos em Chapecó, com circulação na região Oeste de Santa Catarina e tiragem de 8 mil exemplares. Atualmente o jornal é dividido nas seguintes editorias: Política, Geral, Estado, Regional, Economia, Polícia, Esporte. Das três semanas analisadas, verificou-se que na 1ª semana de análise, no dia 28 de outubro e na 2ª semana de análise, entre os 21 de novembro e 25 de novembro não foram encontradas matérias de caráter econômico nem mesmo em outras editorias. Com relação ao total de 18 edições analisadas, esses três dias representam 16% do total.

Do período analisado foram classificadas 28 matérias de economia, uma média de duas notícias por dia. No Sul Brasil também foram consideradas matérias econômicas que estavam localizadas em outras editorias. Das matérias com caráter econômico selecionadas no Jornal Sul Brasil, a maior parcela, 64% ou 18 matérias, esteve presente na editoria específica de economia, evidenciando o espaço destinado pelo veículo e a adequada classificação, conforme figura abaixo. No total 4 matérias foram encontradas na editoria de

geral, que correspondem a 14% das notícias, enquanto 4 matérias estavam em Política, representando 14%, e outros 4% cada são de regional e entrevista, com apenas uma matéria cada. Nas temáticas percebe-se que, apesar do número total de assuntos econômicos, sete matérias publicadas na editoria específica foram classificadas em “Outros”, pois são assuntos que não estão diretamente ligados à economia.

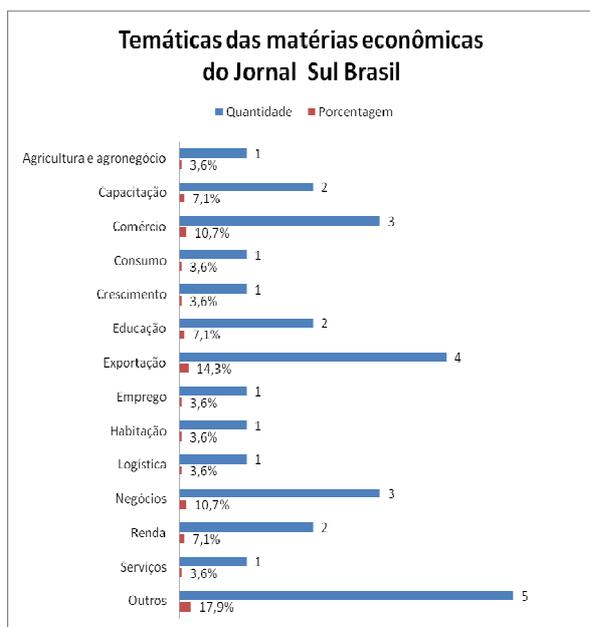


Figura 04 – Temáticas das matérias econômicas publicadas no Jornal Sul Brasil

Ao observarmos a Figura 04, a classificação de Outros aparece com 17,9% das matérias, ou seja, 5 notícias, seguida de Exportação, com 14,3%, Negócios e Comércio com 10,7,4% cada, representando 3 notícias. Enquanto isso, as temáticas de Renda, Capacitação e Educação representam 7,1%, ou apenas 2 notícias do total do conteúdo analisado. Mais temáticas ficaram com apenas 3,6% das publicações, sendo elas: serviços, Agricultura e Agronegócio, Consumo, Emprego, Eventos, Habitação, Crescimento e Logística, com somente uma notícia cada.

Na classificação deste conteúdo conforme as sub-especializações do jornalismo econômico, podemos perceber uma predominância do jornalismo de serviços com 50% das notícias, ou seja, reflete um jornalismo econômico voltado, sobretudo, para a área que trata de assuntos que interferem diretamente no dia a dia da população. Já o segundo item que aparece é o jornalismo de negócios, com 32,5% do total das notícias, conforme apresenta a figura.

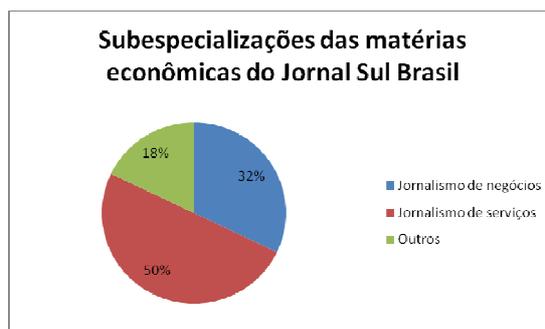


Figura 05 – Subespecializações das matérias econômicas do Jornal Voz do Oeste



Nas 28 matérias econômicas selecionadas no Jornal Sul Brasil, verifica-se que a editoria de economia se faz presente no veículo de comunicação, ganhando espaço e figurando quase que diariamente nas páginas do jornal, pois deste total, 18 delas estavam no espaço mencionado. Percebe-se que o Jornal Sul Brasil não utiliza de muitos recursos para a interpretação e apresentação das informações, sendo em sua maioria subtítulos e fotografias. Esta última avalia-se em maior parte posadas e de eventos, em que o recurso de imagem não é muito presente nas matérias econômicas. Em nenhuma matéria o veículo de comunicação utilizou do recurso de infográficos, um elemento que poderia ser levado para ampliar o entendimento do leitor sobre tal assunto. No geral, as notícias se caracterizam como informativas, havendo pouca interpretação de dados e informações que tornem a leitura leve e menos maçante.

De uma forma geral, podemos dizer que o Jornal Sul Brasil dá destaque para as notícias econômicas, possuindo uma editoria fixa para a publicação dessas notícias especializadas. Porém, na análise percebe-se o pouco aprofundamento por parte da redação de matérias que chegam prontas, ou uma dificuldade na abordagem de números e informações que necessitam serem melhores explicadas ao leitor. Pode-se dizer que o jornal Sul Brasil publicou uma quantidade média de notícias econômicas se compararmos com outros veículos. As temáticas ficaram num total de 14, mas a maior parcela das notícias cadastradas se encaixou em outros, ou seja, temas que não possuem relação com a economia. Nas subespecializações o que prevalece é o jornalismo de serviços, seguido do jornalismo de negócio com um menor percentual. A linguagem econômica ganha um espaço maior no Jornal Sul Brasil, sendo que uma parcela das notícias foram desenvolvidas pensando no leitor e seu entendimento sobre o assunto. Mas, ainda existem conteúdos que poderiam ser melhor explorados, visando ampliar o conhecimento gerado por tais veículos de comunicação. Para completar, poucos recursos não-textuais foram usados.

3.3. Jornal Voz do Oeste

O jornal Voz do Oeste foi fundado em 2004, circula de segunda-feira a sábado e possui uma tiragem de 6.200 exemplares por dia. Uma característica identificada no período analisado, é que o veículo possui uma abrangência voltada mais para o local do que regional. Através da análise das três semanas de publicação do jornal Voz do Oeste, percebe-se que o veículo de comunicação não possui uma editoria específica para o conteúdo econômico. O que figura nas quartas-feiras e nas edições dos finais de semana -



sábados e domingos -, é uma coluna que leva o nome de “Economia”, escrita e assinada pelo economista Odair Balen, mas que se caracteriza como um espaço de opinião.

Diante da ausência de uma divisão do espaço do jornal para publicações da área, para selecionar as notícias econômicas do Jornal Voz do Oeste foi levada em consideração a informação com caráter econômico. No total foram 23 notícias da área econômica publicadas no período analisado. Identificou-se também, que o veículo de comunicação não publicou nenhuma matéria de econômica nos dias: 24 de outubro, 29 e 30 de outubro, 21 de novembro e 13 de dezembro. Com relação às 18 edições analisadas, essas datas representam 22,2% do total.

Das 23 matérias econômicas selecionadas nas três semanas de análise dos meses de outubro, novembro e dezembro, a maior parte foi publicada na editoria de Geral com 17 notícias, ou 77% do total, e outras 5 matérias na editoria Comunidade, que representam 23%. O que se percebe é que a maior parte dos assuntos econômicos se encontra na editoria de Geral, reforçando a falta de espaço para assunto específico de matérias econômicas por parte do veículo.

Analisando o gráfico com maior profundidade, podemos identificar que três temáticas tiveram o maior número de publicações. Destacam-se Agricultura e Agronegócio, Capacitação e Empresarial. Matérias que falavam de Crédito, Emprego e Renda foram classificadas com duas publicações, enquanto as temáticas comércio, consumo, crescimento, exportação, imobiliário, logística, petróleo e serviços foram encontradas em apenas uma matéria cada. Em porcentagem, as três temáticas com maior número de publicações tiveram 13% do total, as com duas publicações tiveram 8,7% e temáticas com apenas uma matéria ficaram na casa dos 4,3%, conforme apresenta a Figura 07.

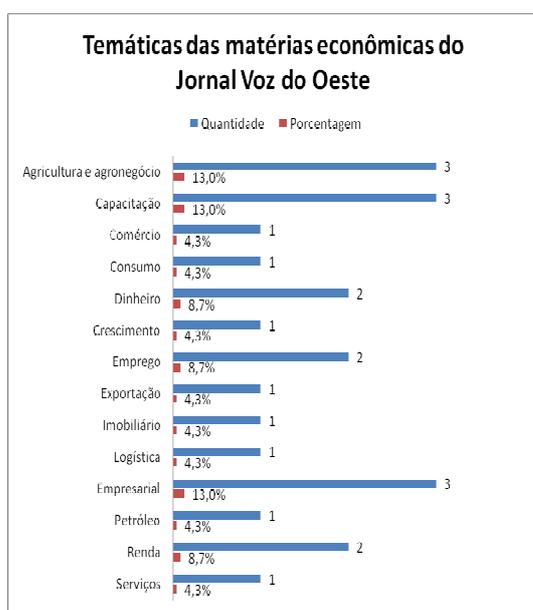


Figura 07 – Temáticas das matérias econômicas no Jornal Voz do Oeste



Figura 08 – Subespecializações das matérias econômicas do Jornal Voz do Oeste

Considerando as sub-especializações do jornalismo, podemos perceber que a maioria das 23 matérias do jornal Voz do Oeste se encaixam no jornalismo de serviços, ou seja, 78% do gráfico, que representa 18 matérias. Já o jornalismo de negócios aparece em quatro notícias nas páginas dos jornais, com 18% do total, enquanto o financeiro em apenas uma, representando os 4% restantes. Na análise do jornalismo de serviços, os assuntos que foram pautados estiveram em temáticas como renda, crescimento, emprego, empreendedorismo, serviços, crédito, consumo, comércio e capacitação. Já no jornalismo de negócios destacam-se as informações na área de agronegócio e exportação, dois assuntos muito presentes na economia catarinense.

Com base nas 23 matérias econômicas do Jornal Voz do Oeste, selecionadas no período de análise, é também possível compreender que a editoria de economia não é o foco principal do veículo, mas quem ganha espaço é a comunidade e a política, de uma forma geral. Apesar de ser um jornal com número reduzido de páginas, a menor quantidade de matérias econômicas publicadas também comprova o fator descrito acima. Percebe-se que uma parcela do conteúdo não recebeu um tratamento adequado, pois as informações não foram aprofundadas. Outro aspecto chama atenção: algumas matérias encontradas no jornal, que não estão cadastradas por não se tratarem de econômicas, poderiam ter recebido um tratamento diferenciado e ganhado espaço no noticiário de economia.



Grande parte das notícias usou recursos de fotografia, subtítulo e intertítulo. Apesar disso, verifica-se que a maioria das imagens são posadas e possuem a assinatura “Divulgação/VOZ”, o que, comparando com outras matérias, nota-se ser de assessoria de imprensa. Das 23 matérias, seis não usaram nenhum recurso de imagem para contribuir com o assunto abordado. Uma única notícia usou fotografia, subtítulo e infográfico para construir a informação. Em poucas matérias o Jornal Voz do Oeste buscou uma apresentação de dados mais dinâmica ao leitor, dificultando a compreensão da matéria econômica. Essa falta acontece também quando se fala da presença do jornalista em um evento ou mesmo com a pauta para ser produzida na rua, pois se percebe que grande parte das notícias publicadas foi preparada por assessorias de imprensa.

Com base nos três períodos analisados, podemos afirmar que a primeira semana teve o menor número de matérias econômicas publicadas, ou seja, 7. Nas duas semanas seguintes observa-se um crescimento da quantia de notícias, passando para 9 em cada uma delas. Outro aspecto é que na maior parte não são matérias elaboradas, com poucas informações e dados, muitas vezes dificultando o entendimento do leitor e que nem sempre as sugestões de pautas são utilizadas como tal. Percebe-se que o jornal Voz do Oeste utilizou uma menor quantia de temáticas econômicas, somadas em 14, muito em consequência da menor quantidade de matérias publicadas na editoria. Nas subespecializações percebemos a predominância do jornalismo de serviços, o que caracteriza ainda mais o veículo com uma comunicação mais regional e não voltada aos negócios. A linguagem jornalística foi desenvolvida em poucas matérias, sendo que a maioria não passou de textos curtos e com fontes oficiais, trazendo pouca interpretação de dados e o próprio leitor para dentro do contexto. Outro aspecto é o pouco uso de recursos de linguagem, que facilitam o entendimento da notícia. Conclui-se que neste período de análise o Jornal Voz do Oeste não possui foco na economia.

4. Considerações finais

Analisando o conteúdo econômico no período mencionado de 2011, nos jornais Diário do Iguaçu, Sul Brasil e Voz do Oeste, podemos ter um panorama das notícias econômicas publicadas pelos três jornais diários de Chapecó. Percebe-se que há uma abordagem diferente na editoria por parte de cada veículo. O Jornal Diário do Iguaçu possui um maior número de páginas destinadas e uma editoria específica à economia e em nenhum dos dias analisados observa-se a falta de assuntos econômicos. Já no Sul Brasil,



em um dia analisado percebeu-se a ausência da editoria e de temas econômicos que pudessem ser encontrados em outros espaços. No Voz do Oeste não existe editoria de economia, o que se observa é que as matérias com este caráter são publicadas em diversas editorias. Nestes casos ainda, podemos dizer que existe uma dificuldade por parte dos veículos na divisão do que são assuntos com caráter econômico em meio às demais matérias.

No jornal Diário do Iguazu é possível encontrar um número maior de matérias publicadas, muito em função do tamanho do jornal, diferentemente do Sul Brasil e do Voz do Oeste que possuem um número menor. Em uma comparação, enquanto no DI foram publicadas 116 notícias econômicas, entre matérias menores e notas, no Sul Brasil encontramos apenas 28 e no Voz do Oeste 23 matérias. Entre os três jornais foram encontradas 167 matérias de caráter econômico, correspondendo 69,46% no Diário do Iguazu, 16,76% no Sul Brasil e 13,77% no Voz do Oeste. Conseqüentemente, o número de temáticas também se torna reduzido, pois quanto mais publicações o veículo de comunicação possuir, maior será o leque de opções que o leitor terá.

Nas sub-especializações também podemos observar que o jornalismo financeiro está pouco presente nos três principais veículos de comunicação impressos de Chapecó. O Diário do Iguazu publicou mais matérias que se encaixam nesta análise, enquanto o Voz do Oeste apenas uma e o Sul Brasil nenhuma. Já o jornalismo de negócios e o de serviços é muito usado em ambos os jornais, por tratarem de assuntos mais cotidianos. O jornal Diário do Iguazu é o único que mescla algumas matérias entre jornalismo de negócios e serviços, além do jornalismo financeiro com serviços.

Quanto à linguagem se observa uma diferença muito grande entre eles. O Diário do Iguazu, em conseqüência de seu alto número de matérias econômicas, faz um uso muito maior da linguagem especializada de economia, apesar de diversos casos pecar na construção da informação. Buscar uma notícia econômica neste veículo é, por vezes, mais atrativo para o leitor, muito em função da forma pela qual os dados são apresentados. Apesar disso, percebe-se que um número considerável de reais são publicados e que não são, de forma alguma, discutidos na redação.

No Jornal Sul Brasil há um número muito menor de matérias econômicas em comparação com o Diário do Iguazu e o espaço para estas também variam conforme a edição. Poucas são as matérias que se percebe serem produzidas pela redação, sendo em



sua maioria informações vindas das assessorias de imprensa. Mesmo assim, percebe-se que o jornal busca dar um melhor entendimento ao leitor sobre estas questões. O uso da linguagem econômica também é presente, mas muitas vezes o jornalista não encontra os caminhos ideais para a elaboração da notícia.

Já no Jornal Voz do Oeste existe o menor número de matérias econômicas, visto também que o veículo possui um tamanho menor. Aqui se percebe o pouco uso da linguagem econômica e avalia-se que o número de pautas discutidas na redação é pouco. Na maioria das matérias são assuntos provindos das assessorias de imprensa e que são meramente publicados.

De uma forma geral, podemos dizer que no Diário do Iguazu podemos encontrar o maior número de matérias econômicas e que nele é realizado um uso considerado adequado do jornalismo de economia. No Sul Brasil existe uma quantidade menor de matérias e percebe-se que outras tantas poderiam ser exploradas no âmbito de suas redações, já que é um veículo de médio porte, comparado com o citado anteriormente. A linguagem econômica é presente no jornal, mas ainda existe muito para se profissionalizar e buscar novas formas de abordagem. No jornal Voz do Oeste não existe uma editoria específica e as matérias econômicas são pouco trabalhadas e não ganham um espaço merecido para publicação. A linguagem também nem sempre é levada em conta, pois muitos releases não são aprofundados.

Podemos, a partir disso, dizer que o tratamento dado ao conteúdo de economia pelos três jornais diários de Chapecó buscam informar o leitor, tratar de assuntos que são pertinentes ao desenvolvimento da região. Porém, o jornalismo econômico nestes veículos ainda precisa ganhar muito espaço e tornar-se mais presente, para que possa ampliar ainda mais o seu papel. Por fim, podemos dizer que esta pesquisa serve como base para futuros estudos na área do jornalismo econômico, como por exemplo, saber qual a influência das assessorias de imprensa nesta área e qual o posicionamento dos editores sobre o assunto. Sabe-se também que o jornalismo econômico é pouco explorado pelas cadeiras acadêmicas e propriamente pelas pesquisas e que ainda há muito campo para adentrar, tanto na universidade, quanto nos próprios veículos de comunicação, sejam eles impressos, televisivos, radiofônicos ou virtuais. Temos a certeza de que esta pesquisa tem muito a contribuir com a discussão do jornalismo na região.



5. Referências

- ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Universidade Federal da Paraíba, 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf> Abiahy.
- ALBA, Rosa Salete. **Espaço urbano: os agentes da produção em Chapecó**. Chapecó: Argos, 2002. 179 p.
- BASILE, Sidnei. **Elementos de Jornalismo Econômico**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- BELLANI, Eli Maria. **Madeira, balsas e balseiros no Rio Uruguai: o processo de colonização do velho município de Chapecó (1917/1950)**. 1991. 308 p.
- BETING, Joelmir. **Na prática a teoria é outra**. 7ª edição. São Paulo: Impres, 1982.
- CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2003. 136 p.
- KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo; o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. 3ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. 7ª edição, São Paulo: Ática, 2003
- RESENDE, José Venâncio de. **Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços**. São Paulo: Ícone, 2005. 416 p.
- SOUZA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.
- VASCONCELLOS, Marco Antonio S.; GARCIA, Manuel E. **Fundamentos de economia**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 1998-2003. xii, 240 p.
- VICENZI, Renilda. **Mito e história na colonização do oeste catarinense**. Chapecó: Argos, 2008. 162 p.
- VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e informação econômica: jornalismo para iniciados e leigos**. Editora Summus, 2006. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=pNrv1jM3iXMC&printsec=frontcover&dq=SERGIO+VILA+S+BOAS&hl=pt-BR&sa=X&ei=OX5oT4vcI8XlggfBnNWvCQ&ved=0CFgQ6AEwBw#v=onepage&q&f=false>