

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CÁSSIA CAROLINA BORGES DA SILVA

Jornalismo Econômico na imprensa de Juiz de Fora: histórico e possibilidades da abordagem
da economia local

Juiz de Fora
Dezembro de 2007

Cássia Carolina Borges da Silva

Jornalismo Econômico na imprensa de Juiz de Fora: histórico e possibilidades da abordagem da economia local

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF.

Orientador: Profa. Ms. Teresa Cristina da Costa Neves

Juiz de Fora
Dezembro de 2007

Cássia Carolina Borges da Silva

Jornalismo Econômico na imprensa de Juiz de Fora: histórico e possibilidades da abordagem da economia local

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Profa. Ms. Teresa Cristina da Costa Neves

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em 21/11/2007 pela banca composta pelos seguintes membros:

Profa. Ms. Teresa Cristina da Costa Neves (UFJF) - Orientador

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) - Convidado

Prof. Dr. Paulo do Carmo Martins (UFJF) - Convidado

Conceito Obtido _____

Juiz de Fora
Dezembro de 2007

A microeconomia é a vedete do jornalismo econômico recente de Juiz de Fora. Mas, perto da abrangência da macroeconomia, parece tão pequena... Entretanto, ínfima mesmo, ela fica diante da gratidão e dos agradecimentos oriundos desse projeto.

A idealizadora do produto é de origem divina. Os precursores, Rosalina Borges e José Pereira, investiram pesado. Não foram só recursos financeiros, mas, principalmente, emocionais para que “a mercadoria” tivesse qualidade para exportação!

O produto bruto ficou por conta de Cida Andreola, Gylson Guilhon Loures, Clevane Pessoa, Luciane Faquini, Marcos Croce, Priscila Fellet e Simone Silva. Já o produto final, só foi possível com a paciência e didática de Teresa Neves.

As parcerias foram fundamentais para a concretização do projeto. Paulo Martins e Paulo Roberto foram companheiros na etapa final da jornada. Vinícius Mattoso Cabral, responsável pela capa, importou tolerância e esteve presente em cada fotografia tirada para este trabalho. Sua cotação está em alta! Coube à Sala do Joarle “inflacionar” a amizade, à Embrapa Gado de Leite incrementar o conhecimento e ao Forum da Cultura fomentar a capacidade de lidar com as diferenças.

O processo contou com a colaboração de Ana Paula Figueiredo, Tiago Vítor e José Eduardo Brum que, com irreverência e resignação, entenderam que foi necessário serem “deixados de lado” pela idealizadora para que ela tivesse seu brainstorm e fizesse o trade off correto, a fim de concluir com ISO 9000 a etapa mais importante do seu processo educacional.

“O verdadeiro papel do jornalismo econômico é espelhar a realidade, para que a sociedade, vendo a si mesma, busque as mudanças que se fazem necessárias para promover o bem estar de toda a população”.

José Antonio Sarcinelli

Repórter de Economia de *A Gazeta*,

de Vitória (ES)

RESUMO

O jornalismo econômico ganhou força no noticiário brasileiro nas décadas de 1960 e 1970. Já nessa época, em Juiz de Fora, o noticiário de economia estava presente nas edições jornalísticas da cidade. Porém, sem o mesmo espaço e valorização. Atualmente, em nível nacional, apenas tragédias humanas e políticas conseguem tirar da economia o destaque na imprensa nacional. Mas, em nível municipal, esse destaque não é equivalente. Apesar de ter três veículos noticiosos, a economia de Juiz de Fora só é coberta por um deles, o jornal *Tribuna de Minas*. Embora publique matérias especiais, nos finais de semana, de cunho predominantemente local, o periódico faz uso de material enviado por agências de notícias para fechar a página de Economia. A cobertura econômica local já foi mais crítica, levando em consideração que, na cidade, já circularam quatro jornais com nomeação econômica – *Comercial*, *Jornal do Commercio*, *Diário Mercantil* e *Gazeta Comercial* – mas que faziam cobertura de fatos gerais e variedades. A cidade teve um importante papel na industrialização mineira e, hoje em dia, o setor é o responsável pela alta arrecadação de ICMS em Juiz de Fora. Além disso, o município é o pólo de serviços e comércio da Zona da Mata. O café financiou os investimentos industriais e comerciais na cidade, mas perdeu espaço, assim como a agropecuária em geral, na segunda metade do século XX. Juiz de Fora tem um panorama econômico abrangente para a cobertura de economia. Este estudo aborda possibilidades de incremento no trabalho dos jornalistas que lidam com a área, bem como a abertura de espaço para uma melhor análise da economia local.

Palavras-chave: jornalismo econômico; economia de Juiz de Fora

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 FORMAÇÃO ECONÔMICA DE JUIZ DE FORA	12
2.1 A FASE DO CAFÉ	13
2.2 SETOR AGROPECUÁRIO RECENTE	15
2.3 COMEÇO DA INDUSTRIALIZAÇÃO	18
2.4 PLANOS CONTRA ESTAGNAÇÃO DO SETOR INDUSTRIAL	20
2.5 PANORAMA ATUAL DA INDÚSTRIA	25
2.6 SERVIÇOS E COMÉRCIO	29
3 JORNALISMO ECONÔMICO: SURGIMENTO, CRESCIMENTO E CONSOLIDAÇÃO PELO PAÍS	38
3.1 HISTÓRICO NACIONAL DO JORNALISMO ECONÔMICO	39
3.2 JORNALISMO ECONÔMICO EM JUIZ DE FORA	50
3.2.1 Diário Mercantil	50
3.2.2 Gazeta Comercial	62
3.2.3 Comercial e Jornal do Commercio	65
3.2.4 Tribuna de Minas	69
3.2.5 Jornal Panorama e Diário Regional	74
4 TRIBUNA DE MINAS: UM ESTUDO DE CASO DO JORNALISMO ECONÔMICO ATUAL EM JUIZ DE FORA	78
4.1 EDITORIA DE ECONOMIA DA TRIBUNA DE MINAS	79
4.2 POSSIBILIDADES DE ABORDAGEM DA ECONOMIA LOCAL	88
5 CONCLUSÃO	91
6 REFERÊNCIAS	98
7 APÊNDICES	100
8 ANEXOS	127

1 INTRODUÇÃO

Devido aos repetidos pacotes econômicos e à inflação, característicos das décadas de 1960, 1970 e 1980, o jornalismo econômico tornou-se vital no cotidiano dos brasileiros. (KUCINSKI, 1996, p. 16). O pontapé inicial para o *boom* desse ramo do jornalismo foi o lançamento do suplemento comercial e industrial do *Estado de São Paulo*. Em 12 de junho de 1949, a tradição econômica no jornalismo brasileiro teve início com os serviços de dois analistas, das agências *France Press*, *Reuters* e *Ansa*. (QUINTÃO, 1987, p. 57).

Naquela época, o jornalismo econômico brasileiro se destacou mais pela análise do que pela informação propriamente dita. A cobertura de economia, em meados dos anos 50, era ainda um pouco confusa. Páginas destinadas ao assunto eram muitas vezes preenchidas com matérias gerais, por falta de notícias econômicas suficientes para fechá-las. Em termos nacionais, essa dificuldade inicial foi superada com o passar das décadas. Pesquisas por amostragem demonstraram que, entre 1968 e 1988, os espaços dedicados à economia pelos três principais jornais de São Paulo cresceram continuamente de 1,5 página diária em média para 6,5 páginas. Um quinto das manchetes foi dedicado à economia, e os nomes dos ministros da Fazenda tornaram-se tão populares quanto os dos presidentes. (KUCINSKI, 1996, p. 17).

O interesse na economia nacional se mostrou, então, evidente. Rio de Janeiro e São Paulo, por exemplo, despontaram como grandes centros noticiosos do País. Mas as publicações nacionais de outras localidades conviviam com a ausência de grandes fatos econômicos. Foi o caso do jornalismo econômico em Juiz de Fora. Apesar de ser uma cidade cuja economia é considerada destaque em todo estado, o mais tradicional jornal do município, *Tribuna de Minas*, enfrentou, até meados dos anos 2000, dificuldades para a manutenção da editoria de Economia, deslocando para ela, por exemplo, matérias de outras editorias.

Nesse contexto, essa monografia propõe um estudo acerca da cobertura econômica do jornal *Tribuna de Minas*. Apesar de Juiz de Fora estar entre as cinco maiores cidades de Minas Gerais, do ponto de vista populacional e econômico, o periódico só passou a contar com jornalistas especializados na área econômica recentemente.

Algumas edições da *Tribuna de Minas*, seguindo uma característica do início da implantação do jornalismo econômico no Brasil, traziam na editoria de Economia matérias que em nada se relacionavam com o assunto. Elas eram colocadas junto às notícias da editoria, a fim de compensar a falta de matérias econômicas necessárias para completar a página.

Segundo teorias econômicas, Juiz de Fora tem todos os pré-requisitos em termos de localização para o sucesso de grandes empreendimentos: custo de transporte, distância dos centros consumidores e fornecedores de matérias-primas. No que se refere às condições para o crescimento empresarial, a cidade tem uma posição privilegiada frente a outras do interior. “Para apoiar o surgimento e desenvolvimento de empresas, é preciso observar a atuação de pelo menos três agentes distintos: empreendedores, instituições de ensino e pesquisa e governo”. (GONÇALVES, 1999, p. 15).

O município conta com três grandes instituições de ensino e pesquisa (Universidade Federal de Juiz de Fora, Embrapa Gado de Leite e Instituto de Laticínios Candido Tostes) que, apesar de serem focadas em áreas muito específicas, desempenham importante função nas pesquisas – principalmente lácteas – realizadas na cidade.

Juiz de Fora tem também cerca de 10 outras instituições de ensino superior, o que eleva consideravelmente os níveis da formação profissional do município. Do ponto de vista de empreendedores, um exemplo do papel estratégico das instituições de ensino para promover empreendimentos é a experiência da Quiral Química, primeira empresa de química fina a ser incubada com sucesso em universidade brasileira. Aliás, a empresa também é um

exemplo de como fugir de outros dois problemas enfrentados na economia juizforana: falta de capital intensivo a ser convertido e dependência total do governo para novos empreendimentos.

Já ao governo, geralmente, atribui-se as pré-condições do surgimento das iniciativas que promovem as empresas de tecnologia avançada: atração de instituições de ensino e pesquisa, treinamento em gestão tecnológica, infra-estrutura física, reduções de impostos e instituição de linhas de capital de risco. (MEDEIROS et. al, 1992). O governo municipal já se mostrou disposto a favorecer o crescimento empresarial da cidade. Embora não tenha um plano governamental de apoio à abertura de indústrias e empresas, a Prefeitura negociou, recentemente, a vinda e a implantação da multinacional Mercedes-Benz nos limites de Juiz de Fora.

O primeiro capítulo deste estudo se atém a esta análise da economia local, tanto no que se refere a sua formação histórica quanto a importância de cada setor – agropecuário, industrial e de serviços – para a cidade.

Reunindo as características favoráveis, o jornalismo econômico também encontra possibilidades de incrementar sua cobertura. E não são apenas as grandes empresas que merecem destaque na mídia local. Juiz de Fora é uma cidade tipicamente universitária e, como tal, movimentada setores, como o comércio, que merecem, por si só, o direito à presença no noticiário diário. O setor de serviços representou, em 2000, 54,3% do PIB da cidade. O setor industrial é o responsável por grande parte do ICMS arrecadado pelo município, mas é o setor de serviços, incluindo o comércio, a vedete da geração de empregos e de riquezas e renda para toda a região da Zona da Mata.

No segundo capítulo, é traçado um panorama do jornalismo econômico nacional. Os reflexos do surgimento do setor na imprensa juizforana são avaliados a seguir. Para isso, foram analisadas edições dos jornais juizforanos criados no final do século XIX e começo do

século XX, cujos nomes os relacionavam à economia. São os periódicos *Jornal do Commercio*, *Diário Mercantil* e *Gazeta Comercial*. A formatação desses últimos pode ser visualizada nos anexos III e IV.

Para compor o cenário atual do jornalismo econômico da cidade, foram analisadas edições dos três jornais que circulam na cidade: *Tribuna de Minas*, *Jornal Panorama* e *Diário Regional*. Além disso, outro esforço deste trabalho é realizar um estudo a respeito do jornalismo econômico feito especificamente na cidade; incluindo o resgate da memória dos profissionais que se dedicaram à área antes da entrada da *Tribuna* no mercado editorial juizforano.

Para a análise do jornalismo econômico posto em prática na cidade ao longo da história da imprensa juizforana, foram realizadas entrevistas com ex-editores de Economia do *Diário Mercantil* e da *Gazeta Comercial* e com a atual editora econômica da *Tribuna de Minas*. A íntegra das entrevistas está nos apêndices A, B, C e D.

Pretende-se investigar se o jornalismo econômico local tem opções para o crescimento de sua cobertura. Haverá alternativas para que o jornalismo econômico alcance o público leigo, como a presença de jornalistas especializados e a humanização das pautas? Para responder perguntas como esta foram analisadas 47 edições da *Tribuna de Minas*, entre 15 e 29 de julho de 2000 e 2007 e 1º e 14 de outubro dos mesmos anos. As manchetes e chamadas de capa de economia, bem como os títulos das matérias publicadas e a presença de “calhaus”¹ nas páginas da editoria estão reproduzidas nos anexos I e II.

¹ Calhau, no conceito jornalístico, é “a notícia, o artigo ou qualquer matéria de importância relativa que, na falta de coisas melhor, serve para preencher os buracos originados pela falta de material editorial ou por erro de cálculo da diagramação”. Já no âmbito da publicidade, calhau é o “anúncio pelo qual alguns veículos cobram preços abaixo da tabela, sendo comumente publicado quando há sobra de espaço (em jornal, revista etc) ou tempo (em rádio ou TV). Muitas vezes, o calhau é um espaço do próprio veículo ou de outros veículos da mesma organização”. (RABAÇA, 2001, p. 95).

2 FORMAÇÃO ECONÔMICA DE JUIZ DE FORA

Para entender a cobertura dada pela imprensa local ao longo da formação econômica de Juiz de Fora é necessário abordar os pilares da economia local desde a fundação da cidade. A partir dessa contextualização é possível compreender, por exemplo, a divulgação diária da cotação do café e da taxa de câmbio, nas edições jornalísticas do século XIX e da primeira metade do século XX. Fica claro também a euforia dos jornais com a chegada da Siderúrgica Mendes Júnior e da Companhia Paraibuna de Metais, na década de 1970, e da Mercedes-Benz, em 1997. Além disso, pode-se perceber que os setores comercial e de serviços são novas e prósperas áreas a serem abordadas pelo jornalismo econômico.

Juiz de Fora surgiu às margens do “Caminho Novo”. Em 1701, Garcia Rodrigues Paes começou a construir a estrada de ligação entre o local de extração do ouro e a sede imperial, no Rio de Janeiro. A construção do “Caminho Novo” propiciou a ocupação da região da Zona da Mata mineira, que antes era habitada apenas pelos índios Cataguás e Puris.

Entre as sesmarias distribuídas pelo imperador de Portugal, a cedida à família de Garcia Rodrigues Paes, justamente na região da Mata mineira, foi onde se concentrou o maior índice de povoamento. Tal sesmaria se transformou na Vila de Santo Antônio do Paraibuna, em 31 de maio de 1850, e, em 1865, na cidade de Juiz de Fora. Com a queda na extração aurífera, o “Caminho Novo” adquiriu novas utilidades, como a passagem dos produtos do Sul de Minas para comercialização no Rio de Janeiro. (CROCE, 2006, p. 75).

Nessa época, a região de Juiz de Fora passou a servir como pousada para tropeiros e, com a diminuição da extração do ouro da zona Metalúrgica, os recursos dessa atividade migraram para atividades agro-pastoris da zona das Vertentes – Mantiqueira. A chegada de fazendeiros na Zona da Mata trouxe o cultivo do café para a região. A aristocracia rural juizforana estreitou laços comerciais e financeiros com o Rio de Janeiro, até então o maior centro financeiro do país. (CROCE, 2006, p. 77).

Na primeira metade do século XIX, o governo de Minas Gerais contratou o engenheiro Henrique Halfeld para construir uma ligação entre a capital mineira do período, Vila Rica, e os limites fluminenses. Isso dinamizou o povoado que deu origem à cidade, fazendo com que, até 1839, a população local crescesse a ponto de a região ser elevada à categoria de Vila. Já nessa época, a Zona da Mata se destacava pela produção de café, tanto que, entre 1840 e 1850, produzia 99% do café do estado. A produção da rubiácea ficava atrás apenas da do Vale do Paraíba, na região Sul Fluminense.

2.1 A FASE DO CAFÉ

Mas não tardou para que a produção cafeeira mineira superasse a do Rio de Janeiro. Em 1869, por exemplo, a produção fluminense era de cerca de sete milhões de arrobas e a mineira, de quase dois milhões. No final do século XIX, Minas Gerais já era responsável pela exportação de mais de oito milhões de arrobas de café, enquanto o Rio de Janeiro havia diminuído sua produção para cerca de cinco milhões de arrobas. (CROCE, 2006, p. 83)

O café se tornou vital para a economia do Estado, já que os tributos sobre sua comercialização eram a maior fonte de renda estatal. A influência cafeeira na economia local e estadual se firmou. Apesar da abolição da escravatura e da queda do preço do café no mercado internacional, a produção da Zona da Mata continuava em ascensão. Isso fez de Juiz de Fora o eixo econômico principal de Minas Gerais.

Apesar da importância do café, o produto da Zona da Mata mineira era menos competitivo no mercado devido às dificuldades de transporte. Políticos e investidores cariocas viabilizaram a construção de rodovias e ferrovias para amenizar o problema. Em 1852, a rodovia União e Indústria começou a ser projetada e, em 1861, foi inaugurada. A estrada teve

como mentor o político e fazendeiro Mariano Procópio, que possuía laços de amizade com Dom Pedro II. (CROCE, 2006, p. 85).

Também os produtores de café juizforanos investiram na construção da estrada, já que isso facilitaria o escoamento da produção, tornando o produto mineiro mais barato. O investimento agrário foi de cerca de 243 contos, enquanto o governo investiu apenas 18 contos na construção da rodovia União e Indústria. Os fazendeiros da região pouparam de 50% a 75% com a nova via de transporte da produção. “Segundo dados levantados por Mariano Procópio, nos seis primeiros anos de estrada, a lavoura e o comércio pouparam 20.000 contos.” (PIRES, 1999, p. 55 apud CROCE, 2006, p. 87) A estrada seguia até Petrópolis, a partir de onde se unia à Ferrovia D. Pedro II até a capital fluminense.

A rodovia propiciou uma melhora na comercialização do café, de forma que entre 1860 e 1867, a produção aumentou de 10 para 30 milhões de quilos. O uso da União e Indústria para o escoamento da produção deu à companhia dona da estrada um lucro de mais de mil contos. Sendo assim, a rodovia ajudou o café e este manteve a rodovia.

Além dos benefícios para o setor cafeeiro, a construção da União e Indústria marcou também a consolidação do desenvolvimento de Juiz de Fora. Não só o setor cafeeiro teve impulso em sua comercialização; as áreas comercial e industrial da cidade foram beneficiadas, na medida em que a estrada revelou um cunho atrativo para investidores (empresários e industriais) externos à Zona da Mata se instalarem na cidade.

Não se pode deixar de citar também a presença de ferrovias em Juiz de Fora. A cidade foi a primeira em Minas a ter a presença de uma delas, a D. Pedro II, que, em 1875, chegou ao município. A intenção era conectar Rio de Janeiro, Minas Gerais e São Paulo. A Zona da Mata mineira e a região paulistana foram as que mais receberam investimentos no setor ferroviário na época, com financiamentos de fazendeiros e produtores rurais. (CROCE, 2006, p. 88). Juiz de Fora, centro urbano da região da Mata mineira, passou a ser referência, e

os benefícios da evolução do transporte e da comunicação com os grandes centros (Rio e São Paulo) aceleram o desenvolvimento econômico da cidade.

Os vultosos lucros da atividade cafeeira começaram a ser investidos na infraestrutura da cidade. Entre os benefícios gerados pelo comércio agrário está a construção de escolas e investimentos da rede de esgoto e de fornecimento de água. “Percebemos então que a produção cafeeira gerou ao Estado o benefício de seu aporte fiscal, e ao setor privado a possibilidade de acumulação de capital a ser investido em obras de infra-estrutura”. (CROCE, 2006, p. 90).

2.2 SETOR AGROPECUÁRIO RECENTE

Apesar da importância para a formação de Juiz de Fora, o setor agropecuário seguiu a tendência nacional de perda de espaço nos últimos 50 anos. Em 1970, dos 238.510 habitantes de Juiz de Fora, 18.200 residiam no meio rural. Na década de 1980, esse número diminuiu 68% e continuou decrescendo até chegar a 3.782 habitantes rurais, em 2000. Isso equivale a 0,83% dos 447.141 contabilizados pelo censo do IBGE.

O setor agropecuário é responsável, atualmente, por menos de 0,5% do PIB juizforano. A título de estudos econômicos, os dados sobre a produção são considerados insignificantes na maioria dos casos. Em 1998, o PIB agropecuário foi de R\$ 13.560,00, 0,53% do produto total gerado na cidade. O valor cresceu 12% até 2002, com o PIB agropecuário registrado em R\$ 15.169,00. Mas esse valor era apenas 0,46% do PIB do município.

Se antes o café movimentava a economia da cidade, sendo responsável inclusive pelo aporte financeiro da industrialização do século XIX, agora o produto sequer está entre os mais produzidos na região. O Quadro I mostra que os produtos agrícolas mais rentáveis

produzidos em Juiz de Fora, entre 2002 e 2005, foram o milho e a cana forrageira. Embora seja uma das culturas com maior área cultivada até 2004, o café não aparece entre os produtos mais rentáveis da atividade agropecuária.

QUADRO I

Principais Produtos Agrícolas – 2002-2005 – Juiz de Fora

Produtos	2002		2003		2004		2005	
	Área (ha)	Produção (t)	Área (ha)	Produção (t)	Área (ha)	Produção (t)	Área (ha)	Produção (t)
Milho	860,0 ⁽¹⁾	1.914,0	905,0	3.167,5	930,0	3.348,0	1100,0	3.520,0
Feijão (1ª safra)	160,0	48,0	170,0	64,0	180,0	75,6	180,0	108,0
Feijão (2ª safra)	150,0	90,0	150,0	104,0	200,0	120,0	300,0	180,0
Café	350,0	252,0	350,0	252,0	350,0	252,0	150,0	162,0
Cana forrageira ⁽²⁾	320,0	16.000,0	340,0	17.000,0	367,0	18.350,0	367,0	18.350,0
Mandioca	22,0	352,0	20,0	320,0	18,0	288,0	15,0	240,0
Banana ⁽³⁾	39,0	612,0	39,0	629,0	39,0	468,0	40,0	480,0
Laranja ⁽³⁾	10,0	120,0	10,0	120,0	10,0	100,0	10,0	100,0
Tomate	1,5	90,0	1,0	45,0	4,5	270,0	6,0	360,0
Cenoura vermelha	9,0	270,0	9,0	270,0	9,0	270,0	7,0	210,0
Beterraba	6,0	180,0	11,0	330,0	11,0	330,0	12,0	360,0
Inhame	10,0	300,0	8,0	240,0	10,0	300,0	9,0	270,0
Repolho	6,0	180,0	9,0	360,0	10,0	400,0	7,0	280,0
Abobrinha	9,0	234,0	9,0	225,0	6,0	138,0	7,5	150,0
Pimentão	10,0	230,0	12,0	276,0	12,0	276,0	8,0	184,0
Couve-flor	8,0	160,0	6,0	120,0	6,0	120,0	7,5	150,0
Alface	16,0	400,0	16,0	400,0	16,0	368,0	15,0	345,0
Abóbora	5,0	40,0	5,0	40,0	5,0	50,0	4,0	40,0
Limão	n.d.	n.d.	2,0	10,0	2,0	10,0	2,0	10,0
Tangerina	n.d.	n.d.	2,0	10,0	2,0	10,0	2,0	10,0
Goiaba	5,0	50,0	4,5	45,0	4,5	45,0	4,5	45,0
Maracujá	1,0	10,0	0,0	0,0	1,0	10,0	0,0	0,0

Fonte: Emater; Centro de Pesquisas Sociais/ Anuário 2006

Nota: (1) 280 hectares de milho para silagem, 580 hectares de milho para grãos, total de 860 hectares. (2) A partir do ano 2002, a cana forrageira e industrial passaram a ser contabilizadas juntas. (3) Nas áreas de banana e laranja estão inseridos os plantios comerciais e pomares domésticos.

O setor pecuário é pouco expressivo, principalmente no que se refere ao PIB agropecuário do município. O rebanho contava com cerca de 42 mil bovinos, 150 mil galináceos, dois mil eqüinos e sete mil suínos, em 2003. Também eram criados ovinos (330), coelhos (160), muares (152), asininos (84) e caprinos (680).

Atualmente, o crescimento mais expressivo é da piscicultura que, entre 2003 e 2005, teve mais 10 criadores inseridos no mercado, totalizando 45 só em Juiz de Fora. O

plantel também cresceu significativamente, passando de 54 mil para 70, 2 mil unidades. O principal produto comercializado é o filé de tilápia. A espécie é usada também para fabricação de esmalte, ração e couro, além de ter a poupa aproveitada para fazer quibe, *stake*, *nuggets* e hambúrguer. Como o peixe juizforano é criado, em sua maioria, em tanques-redes, e não tem contato com barro, a qualidade do produto já está atraindo o interesse de estrangeiros. (RELATÓRIO, 2004, p. 64).

Apesar de não ter contabilizado grandes crescimentos nos últimos anos, a pecuária leiteira ainda é importante para o agronegócio do município. A crise do café, na década de 1930, abriu caminho para a consolidação da produção de leite na região. De todas as atividades do campo, mais de 70% estão relacionadas à produção leiteira. Das 1, 3 mil propriedades rurais da cidade, em 2004, mil eram dedicadas ao setor. Estima-se que quase quatro mil pessoas estejam envolvidas na área, direta ou indiretamente. Em 2005, Juiz de Fora tinha 850 produtores, com o plantel de 8, 8 mil vacas em lactação, produzindo 18 mil litros por ano. Os números se mantiveram estáveis desde 2003.

A cidade ainda tem o diferencial de ter dois centros de pesquisa no setor: a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa Gado de Leite e o Instituto de Laticínios Cândido Tostes. As instituições fomentam a produção sustentável e rentável do leite, acreditando que esta seja uma boa opção para animar o agronegócio na Zona da Mata. Afinal, a atividade tem retorno econômico e social, já é uma fonte de geração de renda e emprego para uma população que tem pouca educação formal e grande dificuldade de se adaptar às novas exigências do mercado de trabalho. (RELATÓRIO, 2004, p. 60).

Dados da UFJF de 2002 mostram que o setor agropecuário empregava 1.472 trabalhadores em 2001. Ainda que seja um número pouco expressivo frente aos demais setores da economia juizforana, o estoque de empregos agrícolas cresceu 81% em relação a 1994.

2.3 COMEÇO DA INDUSTRIALIZAÇÃO

Além dos investimentos vindos do café, outro fator de importância para a formação econômica de Juiz de Fora é o fato de a cidade ter recebido, no final do século XIX, milhares de imigrantes europeus. Em um primeiro instante, se destacou a vinda de alemães para a cidade. Os trabalhadores europeus se caracterizavam por serem mão-de-obra livre e qualificada. Foi no meio deles que Mariano Procópio buscou engenheiros, arquitetos, desenhistas e técnicos em pontes para a construção da rodovia União e Indústria.

Deve-se também a eles parte da industrialização da cidade, no final daquele século e começo do século XX. Além de servirem como mão-de-obra, os imigrantes alemães se destacaram como empresários. Eles vieram não só para trabalhar nos cafezais e na construção das rodovias e ferrovias: reuniram-se, formando espécies de cooperativas, e fixaram na cidade uma rede comercial e industrial, financiada pelos empréstimos europeus que conseguiam.

Dessa época, datam as primeiras fábricas de carroças, cervejarias e curtumes. Profissionais liberais alemães, como sapateiros, oleiros, pedreiros, jardineiros e tecelões ilustram o quadro de mão-de-obra qualificada essencial ao começo da industrialização juizforana.

Um exemplo é a empresa de Pantaleoni Arcuri, a primeira do Brasil a fabricar e comercializar telhas de amianto e ladrilhos hidráulicos. Aliás, a inovação foi um traço característico da imigração alemã à Juiz de Fora. “No período que envolve os anos de 1858 a 1912, 66% das indústrias de Juiz de Fora pertenciam a imigrantes”. (CROCE, 2006, p. 93).

A presença de mão-de-obra qualificada foi primordial não só para a manutenção da economia local, como também para sua expansão. Indústrias de outras localidades vislumbraram em Juiz de Fora um ótimo local para investimento, já que possuía trabalhadores qualificados e baratos. Vale lembrar que a vinda de italianos no começo do século XX

barateou muito a mão-de-obra juizforana, pois estes imigrantes vinham de um contexto de mazelas na Itália e se “contentavam” com pouco.

Os imigrantes tornaram-se tão importantes para a economia local que, em 1887, foi criada a Sociedade Promotora de Imigração, a fim de trazer mais imigrantes para a cidade. À medida que mais europeus chegavam, com trabalho qualificado e pouco custoso, o setor industrial de Juiz de Fora ia crescendo. “Se não fossem os imigrantes, Juiz de Fora não poderia se beneficiar tão rapidamente do surto de progresso que a estrada [União e Indústria] lhe deu”. (GIROLETTI, 1988, p. 66 apud CROCE, 2006, p. 100)

Também em 1887, Juiz de Fora ganhou sua primeira agência bancária. O Banco Territorial e Mercantil de Minas Gerais era uma sociedade anônima constituída por quatro fazendeiros e políticos da região e um comerciante. A presença de uma sociedade de crédito era privilégio de poucas cidades brasileiras.

A partir de 1889, Juiz de Fora se tornou palco de inaugurações de novas empresas. A Companhia Mineira de Eletricidade data dessa época. Criada por Bernardo Mascarenhas, a fim de prover eletricamente sua fábrica têxtil Tecelagem Bernardo Mascarenhas, a companhia alavancou o desenvolvimento urbano da cidade. Com financiamento público, a Cia. Mineira de Eletricidade foi a primeira hidrelétrica da América Latina e propiciou a Juiz de Fora ser a primeira cidade iluminada por eletricidade de Minas Gerais.

A primeira fase de industrialização do município, por volta de 1880, contou com fábricas pequenas, de baixa produção e tecnologia. A segunda fase foi marcada pelo crescimento dessas primeiras fábricas, com novas instalações, produção em série e emprego de maior mão-de-obra e capital reinvestido. (ALMICO, 2001, p. 37 apud CROCE, 2006, p. 107)

A presença de investidores não imigrantes [ingleses, portugueses e espanhóis que já residiam no Rio de Janeiro] foi um elemento que, somado com os citados anteriormente, envolvendo os agentes agrários, urbanos e imigrantes, formaram o pilar do desdobramento industrial em Juiz de Fora. O desdobramento referido provém de avanços como o aperfeiçoamento do sistema de comunicações (ferrovia,

rodovia, telefone urbano, instalado em 1883, e telégrafo, a partir de 1885), a organização de um sistema financeiro local (bancos e mecanismos de crédito à indústria), criação de escolas secundárias e superiores destinadas à formação de mão-de-obra, e energia elétrica, servindo como a nova força motriz para a indústria. (CROCE, 2006, p. 105).

A Tecelagem Bernardo Mascarenhas, ela serve como um exemplo precoce da vocação da indústria têxtil juizforana. A fábrica foi inaugurada em 14 de maio de 1888. Em 1897 já havia duplicado sua produção; empregava 120 operários e fabricava dois mil metros de tecidos por dia. Em 1914, expandiu o maquinário, empregando 526 operários e produzindo 188 mil metros de tecidos diários. (CROCE, 2006, p. 112).

A Fábrica dos Ingleses, depois Industrial Mineira e, por fim, Ferreira Guimarães, surgiu em 1883 e tinha seus teares movidos a partir da força hidráulica do córrego de São Pedro. Em 1915, produzia anualmente 5,3 milhões de metros de brins, riscados e algodão cru. Companhia Fiação e Tecelagem Moraes Sarmiento, Meurer e São Vicente formaram o alicerce têxtil em Juiz de Fora. Empreendimentos relevantes foram também a Fábrica de Anniagem e Saccos, fundada no início do século por Luiz de Souza Brandão na Rua Silva Jardim; a Santa Rosa, na Avenida Rio Brando; e a Fábrica São João Evangelista, no Bairro Floresta. Esta última é a única que se mantém em atividade até hoje. (RELATÓRIO, 2000, p. 19).

Entre 1854 e 1899, Juiz de Fora teve a abertura de 25 novas sociedades anônimas. Quatro delas eram do setor de estradas de ferro; outras quatro do agrícola. Três eram do ramo financeiro, duas do transporte e mais duas do têxtil. As demais se distribuíam entre áreas do ensino, da energia, de fornecimento público de gás, da construção civil, da imigração, de química e farmácia, dos calçados, do couro, da mecânica e do jornalismo.

2.4 PLANOS CONTRA ESTAGNAÇÃO DO SETOR INDUSTRIAL

A urbanização e população crescentes em Juiz de Fora, desde o final do século XIX, formaram um mercado consumidor para a indústria. A infra-estrutura rodoviária e ferroviária impulsionou a expansão desse mercado para fora. Mas o passado do pioneirismo

industrial da “Manchester Mineira”² não foi suficiente para a permanência da cidade entre os principais centros industriais brasileiros.

A perda de espaço da indústria juizforana pode ser atribuída a diversos motivos, entre eles a não modernização e o enfraquecimento político da região. Além disso, Juiz de Fora “perdeu a corrida” para Belo Horizonte, para onde foram levados os investimentos industriais por volta da segunda metade do século XX. Na década de 1950, por exemplo, a cidade sequer esteve presente nos projetos de industrialização dos Planos de Metas de JK.

A instalação da Facit S.A. Máquinas de Escritório e da Becton Dickinson Indústrias Cirúrgicas Ltda foram tentativas de recuperação do setor industrial. Mas, sem colaboração governamental, as empresas não foram suficientes para brevar a decadência do setor. A crise se agravou e, na década de 1960, grande número de empresas da cidade fechou as portas.

A partir dos anos de 1970, verificou-se um esforço estatal para a reindustrialização da cidade. O governo municipal de Itamar Franco, de 1968 a 1972, por exemplo, tentou reequipar a infra-estrutura local, a fim de criar condições para um possível novo ciclo de crescimento industrial. (BASTOS et al, 2002, p.6). Projetos de peso, como a Siderúrgica Mendes Júnior (SMJ) e a Companhia Paraibuna de Metais (CPM), foram tentativas de impulsionar a indústria local.

Aliás, tentativas de fortificar a indústria juizforana estendem-se até hoje. A instalação da Mercedes-Benz, na década de 1990, é um exemplo do movimento para reverter o quadro de estagnação econômica, em busca da reindustrialização. Assim como a SMJ e a CPM, o projeto Mercedes-Benz recebeu incentivos governamentais milionários. O Estado interviu, por exemplo, na escolha do local de instalação dentro da cidade, no tamanho da planta e na tecnologia utilizada. (MATTOS, 2002, p.6).

² A designação é uma referência ao pólo industrial inglês. O registro original teria sido “Barcelona Brasileira”, atribuído por Rui Barbosa.

No projeto da SMJ, o município concedeu isenções fiscais, doou o terreno, providenciou as obras de terraplanagem, arcando com custos somados em 25 milhões de dólares. O Estado de Minas Gerais, além das isenções fiscais, destinou recursos, por meio da atuação da Cemig, da Telemig e do Banco de Crédito Real, para a resolução de problemas infra-estruturais. O governo federal atuou junto a órgãos e programas de financiamento, fornecendo juros baixos, altamente subsidiados.

Incentivos parecidos foram dados para a instalação da CPM em Juiz de Fora. O governo municipal também concedeu isenção fiscal. Da mesma forma, o governo estadual foi acionado para resolver problemas de infra-estrutura e garantir financiamentos. O mercado interno não era suficiente para demandar toda a oferta de produtos das duas empresas, então, elas começaram a se aventurar no mercado internacional. Nessa época, o governo federal havia adotado a filosofia de substituição de importações, e o redirecionamento para o mercado externo foi amplamente incentivado, pois equilibrava a Balança Comercial do Balanço de Pagamentos e aumentava a entrada de divisas no País. (MATTOS, 2002, p.11).

Bastos et al ainda enfatizam quatro condicionantes que colocavam Juiz de Fora como um ambiente propício à instalação das indústrias de grande porte na cidade: o município está localizado entre os maiores centros consumidores brasileiros (Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte); conta com rodovias e ferrovias de amplo alcance, além de dispor de um aeroporto, que poderia suportar algum movimento³; boa infra-estrutura urbana que garante a existência de mão-de-obra; escolas técnicas, a Universidade Federal e faculdades particulares que asseguram a qualificação da mão-de-obra. (MATTOS, 2002, p.13).

Até problemas com o abastecimento de energia elétrica, surgidos na década de 1950, foram superados por ação eficiente da Cemig, por intermédio do governo do Estado. A

³ Atualmente, a cidade conta com a abrangência do Aeroporto Regional da Zona da Mata, na cidade de Goianá, que tem condições de oferecer uma alternativa de saída e entrada de mercadorias na cidade bem mais eficiente que o Aeroporto da Serrinha, citado por Mattos.

telefonía, precária até essa época, foi providenciada também pelo Estado, assim como o fornecimento de água, outro problema grave de Juiz de Fora.

“Nos anos 90, a infra-estrutura existente na cidade continua sendo um fator fundamental de atração industrial, pois Juiz de Fora não apresenta nenhum gargalo infra-estrutural e as condições existentes na década de 70 foram aperfeiçoadas”. (MATTOS, 2002, p.17).

De acordo com a economista, professora e pesquisadora Suzana Quinet de Andrade Bastos, a instalação da Mercedes-Benz foi a tentativa mais recente, e frustrada, de reverter o quadro de decadência do setor industrial local. Para a instalação do parque tecnológico da montadora,

a escolha da cidade para sediar o empreendimento da Mercedes-Benz deveria ficar próxima aos grandes centros consumidores brasileiros, do Mercosul (regiões sul e sudeste), da rede de fornecedores instalada no país e dos portos do Rio de Janeiro e Vitória. Deveria contar com uma fonte de mão-de-obra qualificada e inexistir qualquer indústria similar instalada no local. (MARTIN; VEIGA, 2002, p. 26 apud BASTOS, 2005, p. 5) A filosofia da empresa baseava-se na instalação de um projeto de longo prazo e desse modo a escolha locacional deveria ser por uma cidade com aproximadamente 500 mil habitantes, que não apresentasse as externalidades negativas encontradas nos grandes centros urbanos (poluição, criminalidade, trânsito) e na qual se manteria uma boa qualidade de vida no futuro (KIRCHNER, 2000 apud BASTOS, 2005, p. 5)

Apenas Juiz de Fora e Campinas se encaixaram nas condições previstas pelo projeto de instalação da Mercedes-Benz no Brasil. Os incentivos municipais e estaduais foram o diferencial para a vinda da montadora para a cidade. Tanto o governo estadual quanto o municipal se comprometeram em arcar com algumas responsabilidades, entre elas: garantir o fluxo de funcionamento de capital fixo e de giro, tanto para a unidade industrial, quanto para a comercialização dos veículos importados; isenção de impostos (IPTU, ISS e ITBI) e taxas de competência do município, por um prazo de dez anos; oferecer garantias para a concessão do financiamento junto ao BNDES e fiança bancária para captação de recursos externos; doação do terreno e realização de obras de infra-estrutura no terreno e na cidade de Juiz de Fora para a adequação ao projeto. (BASTOS, 2005, p.8).

Em troca dos incentivos governamentais, a Mercedes-Benz investiria R\$ 845 milhões no período de 1996 a 2001, atingindo 1,5 mil empregos diretos, usando mão-de-obra preferencialmente local, bem como dando preferência fornecedores e prestadores de serviços mineiros. A empresa se comprometeu a ficar em Minas Gerais por no mínimo 20 anos. A previsão de faturamento anual seria da ordem de R\$ 1,2 bilhões. Mas, 10 anos após a instalação da empresa, o que se vê é um cenário bem diferente do previsto.

Apesar das inovações produtivas e organizacionais, em 2003, a capacidade ociosa da empresa estava em mais de 80%. Este quadro foi agravado, a partir de 2004, com a suspensão da produção do Classe C e do anúncio do fim da produção do Classe A em setembro de 2005. A produção do Smart Formore, anunciada para 2006, passou a ser o grande trunfo da montadora Daimler-Chrysler para reverter o fechamento da fábrica de Juiz de Fora. Entretanto, em março de 2005 foi o Projeto Smart suspenso e a empresa aguarda decisão da matriz com relação ao futuro da fábrica de Juiz de Fora (AUTO ESPORTE, 2005 apud BASTOS, 2005, p. 15)

Suzana Bastos (2005) considera a instalação da Mercedes-Benz na cidade frustrada, devido à incapacidade do projeto de reverter a situação de decadência da indústria juizforana. Mas o fracasso não esteve na tentativa em si, e sim em repetir os planos e incentivos que foram dados à SMJ e à CPM, 20 anos antes. A instalação das empresas não esteve “associada à criação de sinergias na cidade que permitissem o surgimento de complementaridades locais capazes de fortalecer a economia da cidade”. (BASTOS, 2005, p. 23). Ou seja, tanto a SMJ e a CPM quanto a Mercedes-Benz foram investimentos isolados que não afetaram significativamente o setor industrial juizforano.

A economista mostra, com números e índices, a incapacidade da Mercedes-Benz de alterar o cenário do setor da indústria:

No período de 1996 a 2000, enquanto a população local teve um crescimento de 7,9%, o PIB total de Juiz de Fora decaiu 20%, indicando uma queda da renda per capita da cidade. Além disso, a perda de participação do PIB industrial na renda total da cidade (de 3,3% em 1997 para 2,7% em 2000) e o desempenho do emprego no período de 1994 a 2001 (caiu na indústria de transformação e expandiu nos setores comercial e prestador de serviços), mesmo com a participação da produção industrial da montadora Mercedes-Benz, evidenciam a continuidade da situação de decadência relativa do setor industrial e a caracterização de Juiz de Fora como uma cidade com forte proeminência do setor de serviços. (BASTOS, 2005, p. 21).

2.5 PANORAMA ATUAL DA INDÚSTRIA

Os números recentes da economia industrial da cidade mostram que, em 2001, Juiz de Fora tinha 4.111 estabelecimentos industriais, dos quais 26% eram do setor de vestuário, 10% do têxtil, 10% de metalurgia e 3% do químico. Os índices de crescimento ou retração da quantidade de estabelecimentos industriais foram bastante irregulares entre 1994 e 2001⁴. Mas, nos últimos anos, o saldo tem sido positivo. (BASTOS, 2005, p. 15).

O Quadro II mostra a importância fiscal do setor industrial para a cidade. Sozinho, ele foi responsável pela arrecadação de mais de 47% do ICMS da cidade, em 2005.

QUADRO II

Arrecadação de ICMS em Juiz de Fora, por atividade econômica, em R\$ - 2003-2005

Atividade	Total			Percentual		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Indústria	69.146.240,87	93.553.867,70	141.991.208,35	36,048	38,292	47,671
Com. Varejista	54.377.100,34	58.370.236,95	62.478.843,92	28,348	23,891	20,976
Com. Atacadista	40.809.083,65	44.055.803,04	46.437.295,99	21,348	18,032	15,590
Serviços	27.238.951,93	48.078.295,06	42.896.259,82	21,275	19,678	14,402
Agropecuária	1.353,69	1.079,26	2.714,93	0,001	0,000	0,001
Outros	246.683,14	260.611,05	4.051.108,74	0,129	0,107	1,360
Total	191.919.413,62	244.319.893,06	297.857.431,75	100,0000	100,000	100,000

Fonte: Superintendência da Secretaria da Fazenda de Minas Gerais – Juiz de Fora; Centro de Pesquisas Sociais/ Anuário 2006

Apesar das inconstâncias do setor, a indústria é ainda de grande relevância para a economia local. Emprega cerca de 80 mil trabalhadores diretamente e 150 mil com postos indiretos. Só a indústria metalúrgica e automotiva empregam aproximadamente oito mil

⁴ De 1994 para 1995, o número de estabelecimentos industriais em Juiz de Fora cresceu 13%. De 1995 para 1996, caiu 3%, com quedas ainda em relação a 1997 e 1998 (7% e 9%, respectivamente). Em relação a 1998, o número de empresas industriais cresceu 43% em 1999. O crescimento em 2000 e 2001 caiu para 2% e esse nível se mantém quase estável nos últimos anos.

juizforanos. A primeira representava 24,97% das empresas industriais da cidade, em 2004, totalizando 956 firmas metalúrgicas cadastradas no Centro Industrial de Juiz de Fora.

A Belgo Juiz de Fora⁵, por exemplo, emprega 1.070 funcionários, com folha de pagamento anual de mais de R\$ 501 milhões. A Votorantim Metais, também a título de exemplo, possuía, em 2003, 550 funcionários fixos e outros 414 temporários. A empresa obteve receita líquida anual de R\$ 305 milhões. (RELATÓRIO, 2004, p. 22)

O setor industrial vem se recuperando, depois dos baixos níveis de contribuição para a economia da cidade entre as décadas de 1940 e 1980. Um dos principais ramos que colaboraram para o crescimento foi o da construção civil. Em 2002, a área tinha 693 empresas cadastradas no Centro Industrial de Juiz de Fora, o que representava 17,86% das firmas industriais. Em 2004, os números já haviam subido para 969 empresas, com uma fatia de 24,97% do setor. Nessa época, a construção civil empregava mais de 12 mil trabalhadores e arrecadou mais de R\$ 220 mil de ICMS. (ANUÁRIO, 2006).

Projetos como o Shopping Independência, o Centro de Convenções – Expominas, o anexo do Hospital Monte Sinal e o galpão da fabricante de telhas Onduline ajudaram no crescimento do setor. Recentemente, outro fator está contribuindo: pessoas físicas e jurídicas estão investindo na construção de imóveis residenciais na cidade, vislumbrando lucros no aluguel dos imóveis.

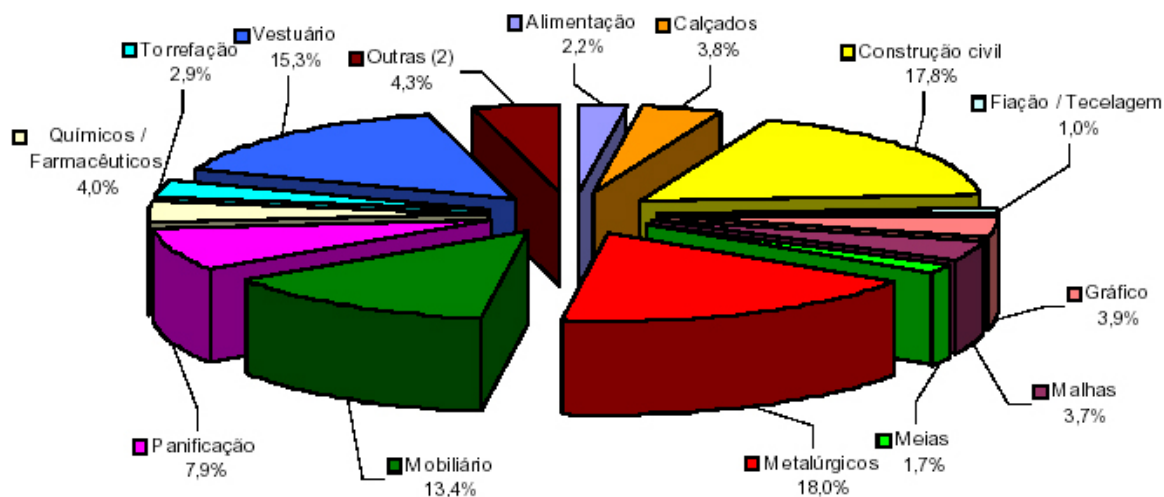
Ainda o grande motor da economia de Juiz de Fora é o mercado imobiliário. Sua tradição tem sido continuamente sua capacidade de inovação e re-invenção. (...) Segundo a prefeitura, o mercado varia desde as construções de moradias em mutirão, com atividades sociais nos fins de semana, até às camadas média alta e média, formadas por empresários, comerciantes e profissionais liberais, cujos rendimentos excedentes permitem a aquisição de imóveis com a finalidade de ampliar patrimônio, ou visando a renda extra, decorrente do aluguel e ainda por compradores das cidades-pólo para manter uma segunda residência na cidade grande ou para filhos que vêm estudar em Juiz de Fora. (...) Ainda segundo a Prefeitura, as obras oferecem oito mil empregos diretos à classe operária e se levarmos em consideração os vários segmentos que envolvem uma construção, deve chegar a 20 mil, contando com empregos indiretos. (MENEZES, 2004, p. 9).

⁵ A empresa adquiriu a SMJ em março de 2003.

O Grupo Rezato, por exemplo, movimentou, só em 2003, R\$ 1,2 milhões na economia local. Com cerca de 300 funcionários diretos e outros 900 indiretos, a empresa entregou, em 2006, 368 novas unidades residenciais e comerciais. A construção do condomínio Alpha Ville Juiz de Fora – coordenada por uma grande empresa do setor imobiliário paulista – promete continuar movimentando o setor da construção civil nos próximos anos na cidade. A empresa já recebeu diretrizes ambientais da Prefeitura. O condomínio terá um milhão de metros quadrados e receberá investimentos de cerca de R\$ 70 milhões, criando mais de seis mil empregos, dos quais 600 apenas para as obras de infraestrutura. (MENEZES, 2007, p.8).

GRÁFICO I

Relação percentual, por setor de atividade, das empresas cadastradas no Centro Industrial de Juiz de Fora – 2005



Fonte: Centro de Pesquisas Sociais/ Anuário 2006

Outra parcela significativa das empresas industriais juizforanas é do ramo do vestuário. Depois de passar por um período de grande reformulação, com o fim das tradicionais malharias, o setor se foca hoje na confecção de roupas, com atenção especial para a moda feminina. A indústria do vestuário emprega cerca de 2, 5 mil funcionários e, em 2003,

foi responsável pela arrecadação de R\$ 5,5 milhões em ICMS para o município. Em 2002, eram 1.045 empresas cadastradas no Centro Industrial de Juiz de Fora.

“A disponibilidade de mão-de-obra abundante e especializada, aliada à capacidade logística e à vocação da cidade para a prestação de serviços, cria um cenário favorável para a proliferação de empresas de tecnologia”. (RELATÓRIO, 2004, p. 53). O economista Eduardo Gonçalves (1999) confirma a hipótese e sugere a inserção de Juiz de Fora na indústria de tecnologia avançada como forma de reavivar o setor industrial. Para inclusão nesse tipo de indústria é necessária uma base tecnológica diferente da convencional: o conhecimento é o instrumento de produção. A localização da cidade é um fator interessante, mas não preponderante para a instalação de indústrias de base tecnológica. A mão-de-obra qualificada e a presença de estabelecimentos de ensino são o diferencial. Como Juiz de Fora conta com três instituições de pesquisa públicas – a Embrapa Gado de Leite, o Instituto de Laticínios Cândido Tostes e a Universidade Federal de Juiz de Fora – e cerca de 10 instituições privadas de ensino superior, o panorama se mostra favorável para o investimento em indústrias de conhecimento.

Gonçalves cita o exemplo da Quiral Química. A empresa de química fina foi a primeira incubada com sucesso em universidade brasileira. Foi fundada por dois professores do Departamento de Química da UFJF que, quando voltaram do doutorado na Europa, não tinham um local com infra-estrutura adequada para continuar as pesquisas. A empresa entrou formalmente no mercado em 1994, com o medicamento Platinil, utilizado no tratamento do câncer. Em 1999, já comercializava outros quatro tipos de remédios. A Quiral faturou R\$ 1,5 milhão em 18 meses de operação. No quinto ano de existência, a empresa tinha 23 empregados, dos quais oito eram pesquisadores (doutores e graduados) e um mestre em controle de qualidade. (GONÇALVES, 1999, p. 19). O faturamento anual ficou em aproximadamente R\$ 3,8 milhões, em 2003.

Para fomentar o setor, logo no começo do século XXI, foi inaugurado o Tec Park, local de instalação de empresas de base tecnológica. O projeto se apresenta como um “completo centro empresarial, situado estrategicamente entre Rio-São Paulo e Belo Horizonte, próximo ao aeroporto regional, e principalmente, um projeto ligado a empresas não poluentes, com elevado apelo tecnológico e cultura de inovação”. (MENEZES, 2004, p. 9).

O Tec Park foi projetado para abrigar, pelo menos, 17 empresas que tenham a tecnologia inserida em sua cadeia de produção. A estimativa é que o empreendimento promova negócios de até R\$ 60 milhões e empregue 2, 5 mil trabalhadores. A construção do Tec Park despertou interesse de 70 novos investidores, que, em 2004, assinaram protocolo de intenções para investir R\$ 545,7 milhões em empresas de *hardware*. Dez mil empregos devem ser criados. (RELATÓRIO, 2004, p. 53).

Na tentativa de melhorar os índices referentes à indústria local, a Prefeitura de Juiz de Fora, em seu Plano Plurianual 2006 – 2009, pretende destinar R\$ 12 milhões para o setor industrial. Diferentemente do que aconteceu no passado, desta vez, a intenção é destinar esse dinheiro para a manutenção e atração de micro e pequenas empresas. O Quadro III mostra as destinações financeiras da Prefeitura para o Desenvolvimento Econômico do município. Nele, é possível visualizar que o setor industrial ainda atrai muitos investimentos públicos.

2.6 SERVIÇOS E COMÉRCIO

Antes mesmo de ter a produção de café como pilar da economia, Juiz de Fora conheceu, como suas primeiras atividades econômicas, o comércio e a prestação de serviços. O motivo de existência do povoado Santo Antônio do Paraibuna, já em 1713, era oferecer hospedagem e refeições para os tropeiros que se deslocavam de Vila Rica, então capital de

QUADRO III

Plano Plurianual planejado (não executado) pela Prefeitura de Juiz de Fora – 2006-2009

SETOR	2006	2007	2008	2009	TOTAL	FINALIDADE
Serviços	2.170.000,00	2.170.000,00	2.170.000,00	2.170.000,00	8.680.000,00	Turismo: Capacitar mão-de-obra, criar infraestrutura para a cultura do Turismo na cidade
Serviços	2.500.000,00	3.040.000,00	3.610.000,00		9.150.000,00	Base de distribuição de combustível: Criar a infraestrutura, armazenar e distribuir combustível na região
Serviços/ Comércio	1.000.000,00 (600.000 do Tesouro Municipal e 400.000 de Parcerias)	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	4.000.000,00	Apoio ao empreendedor: Beneficiar 10 empresas por mês, com capacitação empreendedora e empréstimo
Serviços/ Comércio	3.000.000,00				3.000.000,00	Reordenação do Centro Comercial: Criação do Shopping popular
Total/ Serviços	8.670.000,00	6.210.000,00	6.780.000,00	3.170.000,00	24.830.000,00	
Indústria	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	12.000.000,00	Mini-distritos industriais: Satisfazer as micro e pequenas empresas existentes e atrair outras novas
Total/ Indústria	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	12.000.000,00	
Atividades rurais	37.000,00	87.000,00	40.000,00	43.000,00	207.000,00	Inspeção alimentar: Inspeccionar os alimentos comercializados na cidade
Atividades rurais	180.000,00	189.000,00	198.450,00	208.372,50	775.822,50	Fomento ao agronegócio: Capacitar 1.200 produtores e atender outros 2.400
Atividades rurais	2.304.887,36 (1.627.610,16 da União e 677.277,20 do Tesouro Municipal)	911.141,06	520.380,00	546.399,00	4.282.807,42	Fomento às atividades rurais: Transferência de tecnologia e fomento ao comércio dos produtos rurais
Atividades rurais	500.000,00	500.000,00	500.000,00	500.000,00	2.000.000,00	Informação e promoção da atividade rural: Promover 80 feiras e publicar 360 periódicos e resultados de pesquisa
Total/ Atividades rurais	3.021.887,36	1.687.141,06	1.258.830,00	1.297.771,50	7.265.629,92	
TOTAL	16.681.887,36	10.897.141,06	11.038.830,00	7.647.771,50	31.204.518,71	

Fonte: Plano Plurianual da Prefeitura de Juiz de Fora

*Valores em R\$.

Minas Gerais, até a sede imperial, o Rio de Janeiro, por meio do “Caminho Novo”. Ou seja, os primeiros estabelecimentos da cidade foram hospedarias e restaurantes.

O comércio acompanhou o desenvolvimento e cresceu junto com o número de habitantes. O historiador Marcos Croce salienta que o papel desse setor foi importante, inclusive, para a estrutura da cidade. Segundo ele

os comerciantes, junto com outros investidores, financiavam obras de infraestrutura pública, adquirindo títulos da dívida pública. Os benefícios conquistados pelos comerciantes locais são claramente demonstrados pelo crescimento no número de estabelecimentos comerciais da cidade. Em 1870, a cidade dispunha de 153 casas comerciais, chegando a 692 casas em 1905. (CROCE, 2006, p. 103).

A chegada de imigrantes europeus, nos séculos XIX e XX, serviu para fortalecer ainda mais o setor. Depois de trabalhar na construção da rodovia União e Indústria, os imigrantes investiram o capital acumulado com o trabalho em estabelecimentos industriais, comerciais e de prestação de serviços.

Assim, a cidade foi sede do primeiro curtume industrial do país, a primeira cervejaria, a primeira estação telefônica, o primeiro grupo escolar e o primeiro transporte público de Minas Gerais, além da primeira escola de ensino superior de comércio do país, a *Academia de Comércio*. O setor progredia, podendo contar no ano de 1870 cerca de 170 estabelecimentos comerciais e de serviços. (WIKIPEDIA, 2007).

“Depois de anos sustentada pela indústria, a economia de Juiz de Fora ganha novo equilíbrio de forças, com o fortalecimento do comércio e, principalmente, do setor de serviços. É este tripé que promete sustentar o desenvolvimento da cidade nos próximos anos”. (RELATÓRIO, 2004, p. 3). Entre 1985 e 1995, o setor de serviços da cidade representou 69,4% e 63,9%, respectivamente, do PIB de serviços de Minas Gerais, evidenciando a situação “de Juiz de Fora como uma cidade com forte proeminência nos setores terciários de comércio e serviços”. (BASTOS, 2005, p.12). Nessa mesma época, o setor industrial contribuiu com 30,1% e 35,4% do PIB industrial estadual.

Embora grande parte da fatia da arrecadação municipal venha do setor industrial, Juiz de Fora tem se tornando, cada vez mais, pólo de serviços e comércio. Diariamente, a

cidade absorve uma demanda de dois milhões de pessoas de 175 municípios da região. No ranking dos municípios mineiros líderes na geração de riquezas, a cidade está em sexto lugar, com o PIB de R\$ 4,24 bilhões. Na avaliação por atividade econômica, ocupa a quinta colocação no setor de serviços e a sétima no industrial. (INFORMATIVO CEI, 2004). O quadro IV mostra a importância do setor para a economia da cidade.

QUADRO IV
PIB de Juiz de Fora – 1994-2000

Ano	Indústria	%	Serviços	%	Total
1994	1.374.134	47,3	1.509.573	52,0	2.904.365
1995	1.727.745	41,0	2.470.953	58,5	4.223.537
1996	2.246.435	44,0	2.823.816	55,5	5.087.295
1997	2.445.382	45,7	2.876.272	53,8	5.342.197
1998	2.240.203	44,7	2.748.266	54,8	5.015.286
1999	1.841.436	45,2	2.210.863	54,3	4.074.377
2000	1.828.309	44,9	2.211.480	54,3	4.068.462

Fonte: BASTOS, 2005, p.16

Entre 1994 e 2001, o estoque de emprego do comércio cresceu 48,38%. A área de serviços também teve expansão, de 33.042 para 40.259 empregados – crescimento de 21,84%. Nesse mesmo período, o setor industrial retraiu 10% em relação ao estoque de empregos: de 19.849 para 17.882 funcionários empregados. (BASTOS, 2005, p. 18). Em 2006, enquanto a indústria de transformação e a construção civil empregaram 894 e 510 trabalhadores, respectivamente, o comércio e o setor de serviços ofereceram emprego a 1.277 e 1.760 pessoas, respectivamente. (BOLETIM, 2007).

No começo do século XXI, o comércio era o setor com maior absorção de mão-de-obra de Juiz de Fora, com 110.446 pessoas empregadas, ou seja, cerca de 65% do total de trabalhadores distribuídos entre os demais segmentos. Em 2000, eram 7.834 estabelecimentos comerciais em funcionamento. Só em maio daquele ano, o setor foi responsável pelo recolhimento de mais de R\$ 4 mil em ICMS, 19% da arrecadação do município.

(RELATÓRIO, 2000, p. 38). Em 2003, a Receita Estadual apurou mais de R\$ 95 milhões em arrecadação do imposto. Em 2005, o setor comercial perdeu um pouco de espaço para o industrial. A colaboração para o PIB da cidade caiu de 49,61%, em 2003, para 36,56%, em 2005. Os índices consideram o comércio varejista e atacadista juntos. O PIB, em 2003, foi de aproximadamente R\$ 192 bilhões; em 2005, R\$ 298 bilhões.

O fato de a cidade ser um pólo universitário conta a favor do comércio. Os shopping centers são essenciais para atrair os consumidores. Só o Marechal Center recebe, diariamente, cerca de 90 mil pessoas. Pelo menos cinco instituições desse ramo respondem por quase cinco mil postos de trabalho. O Mister Shopping, mais antigo projeto da área na cidade, tem 120 lojas e oferece um total de 2,4 mil empregos, dos quais 480 diretos. O Santa Cruz Shopping movimentou cerca de R\$ 60 milhões, em 2004. (RELATÓRIO, 2004, p.30). O Shopping Independência é promessa de mais 200 lojas para cidade, bem como duas mil novas vagas diretas e indiretas.

Outro exemplo da área comercial, os supermercados empregam, em Juiz de Fora, quase nove mil funcionários. Em 2003, apenas uma das redes da cidade recolheu mais de R\$ 3 milhões em impostos, taxas e tributos. O faturamento mensal médio de cada loja é de R\$ 150 mil. O setor comercial vinculado à construção civil é um bom parâmetro de como os diversos setores da economia andam de mãos dadas e influenciam uns aos outros: o ABC, empresa que comercia materiais de construção, movimentou R\$ 60 milhões, em 2004, e arrecadou R\$ 380 mil em impostos para o município. É a 22ª maior empresa do País no volume de vendas de material de construção e tem apresentado crescimentos anuais de 3% ao ano.

Outros ramos que cresceram significativamente nos últimos anos no setor industrial e que tiveram o crescimento refletido no comércio foram o da panificação e dos químicos/farmacêuticos. Ocupando o quinto lugar em número de empresas cadastradas no

Centro Industrial de Juiz de Fora, como mostra o Gráfico I, o setor da panificação também tem índices expressivos no comércio. Em 2004, eram 365 padarias, com cerca de 3,2 mil empregos. Já as 165 farmácias de Juiz de Fora faturaram, juntas, cerca de R\$ 96 milhões, naquele ano. (RELATÓRIO, 2004, p. 32).

Em 2003, foram comercializados mais de quatro mil automóveis, 160 caminhões e 1,5 mil motocicletas na cidade, vindos da fábrica. Além disso, a venda de veículos usados movimentou cerca de R\$ 85 milhões. Mais de 60 postos de gasolina abastecem a frota local, movimentando R\$ 20 milhões por mês. Aproximadamente 1,1 mil pessoas trabalham na área, de forma direta ou indireta. O comércio de botijões de gás circula, em média, R\$ 3 milhões na cidade e envolve cinco mil trabalhadores na atividade. (RELATÓRIO, 2004, p. 33).

O consumo tem grande influência no cálculo do PIB⁶. Incrementar formas para que as famílias aumentem seus gastos, consumindo, é uma maneira de elevar o produto da cidade. O comércio tem papel fundamental nesse ponto. De olho nessa possibilidade, o Plano Plurianual da Prefeitura de Juiz de Fora, pretende destinar R\$ 7 milhões para animar o setor, como mostra o Quadro III. O investimento deverá abrir mais de cinco mil postos de trabalho. Entre 2001 e 2004, recursos privados e públicos criaram 30 mil vagas em pequenas e médias empresas.

O setor de serviços, excluindo os números do comércio, foi responsável por apenas 14,4% do ICMS arrecadado na cidade. Mas vale ressaltar que incrementos no setor promovem “mudanças consideráveis com mais ênfase no emprego e não no produto” e, menos ainda, na arrecadação de impostos. (KON, 2004, p. 15). O setor contribuiu, em 1995, com 58,5% do PIB da cidade. Em 2003, era responsável por 58,3% do produto juizforano. (ANUÁRIO, 2006). A constância é sua principal característica.

⁶ O PIB representa os bens e serviços finais de uma economia. Ele é calculado pela soma do Consumo, dos Investimentos, dos Gastos do Governo e da diferença entre Importações e Exportações. A variável que mais tem influenciado no cálculo do PIB é a primeira, o Consumo, ou seja, os Gastos das Famílias. (SANDRONI, 2002, p.160).

Além do destaque dado ao comércio, a prestação de serviços de Juiz de Fora conta com uma gama de serviços que nenhum outro município da Zona da Mata mineira oferece. Tanto os ramos da educação, da saúde, do turismo, quanto de transporte e logística e sistema financeiro são modelos em Minas Gerais. A Prefeitura tem uma contribuição importante na prestação de serviços, financiando, juntamente com os governos estadual e federal, unidades básicas de saúde, escolas públicas, obras de infra-estrutura, entre outros. A instituição também é responsável por movimentar renda dentro do município: a administração municipal possui cerca de 13 mil servidores, com folha de pagamento aproximadamente de R\$ 13 milhões.

A mão-de-obra qualificada do município é fruto da abrangência dos serviços educacionais, que também empregam profissionais especializados. A cidade se destaca por ter o menor índice de analfabetismo no estado, com 96% da população com idade superior a dez anos alfabetizada. Em 2004, eram 250 escolas públicas e particulares, com 120 mil alunos matriculados, desde o pré-escolar até o ensino médio. Só o ensino fundamental emprega quase quatro mil professores. A rede privada contava, naquele ano, com 1.524 professores, lecionando para mais de 20 mil estudantes. Em três anos de ensino supletivo público, foram assistidos quase 30 mil alunos.

Juiz de Fora conta também com escolas de cursos técnicos, como o Colégio Técnico Universitário (CTU) e o Instituto de Laticínios Cândido Tostes, além dos serviços de aprendizagem comercial e industrial do Sesc, Senac e Senai. São dez instituições particulares de ensino superior, além da UFJF, oferecendo quase 60 cursos de graduação. Só a rede particular movimentou mais de R\$ 70 milhões e a universidade federal, R\$ 180 milhões, em 2003. A UFJF tem 1.130 servidores administrativos e mais de 900 professores. . (RELATÓRIO, 2004, p. 39).

Grande parte dos moradores dos 175 municípios que usufruem o setor de serviços da cidade está de olho na qualidade da saúde. São dois milhões de pessoas que tentam acesso

à rede pública de saúde. Verbas de R\$ 114,62 milhões foram destinadas ao setor, em 2003. A rede é formada por 21 hospitais públicos, privados, filantrópicos, universitários, clínicas e laboratórios especializados. A Santa Casa, por exemplo, tem 1,3 mil funcionários e 51 estagiários. Só o corpo clínico é formado por 611 médicos. Os planos de saúde também movimentam a economia da cidade: só a Unimed, maior operadora da região, tem 120 mil clientes na cidade e teve uma receita de R\$100,5 milhões , em 2003.

O sistema bancário de uma cidade é parâmetro para se medir a atividade econômica local. (CROCE, 2006). Juiz de Fora tinha, em 2004, mais de 50 agências de 14 bancos diferentes. Ao todo, eram quase dois mil bancários, com folha de pagamento superior a R\$ 2 milhões, mensalmente. A Caixa Econômica Federal disponibilizou, naquele ano, R\$ 250 milhões em linhas de crédito para empresas. Foram R\$ 12 milhões destinados à aquisição de 1.374 unidades imobiliárias. O Banco do Povo de Juiz de Fora fechou 2003 com R\$ 3 milhões em empréstimos para micro e pequenas empresas. Desde 1997, a instituição financiou mais de R\$ 17 milhões e possibilitou a realização de quase dez mil projetos, abrindo oportunidades para mais de seis mil trabalhadores. (RELATÓRIO, 2004, p. 45).

As possibilidades do setor de transporte e logística da cidade são características essenciais para os investimentos industriais. Um diferencial de Juiz de Fora é a presença de um porto seco. Mas, atualmente, a ociosidade do local beira os 70%. O volume de negócios realizados por meio do porto seco caiu de US\$ 420 milhões, em 2000, para US\$ 200 milhões, em 2003. Entre as principais causas da baixa utilização do local estão os elevados custos de armazenamento. Ao contrário do porto seco, a rede ferroviária não só é largamente utilizada, como está em expansão. A empresa MRS Logística, instalada na cidade, é a maior concessionária brasileira, em relação ao volume transportado e à receita. Ela movimenta, por ano, R\$ 560 milhões e emprega 580 funcionários. As rodovias e estradas de acesso que passam por Juiz de Fora são utilizadas por 60 empresas de transporte de cargas. Só as 17

associadas ao Sindicato de Empresas de Transporte de Cargas de Juiz de Fora empregam mais de mil profissionais. As viações que fazem o transporte de passageiros do município respondem por 572 empregos diretos nas nove empresas da cidade. Outras duas companhias – que não são juizforanas – empregam 630 profissionais da cidade.

O transporte urbano particular conta com cerca de 450 veículos compondo a frota de táxi. São mais de 1.350 condutores e cerca de R\$ 1,1 milhão transacionado, por ano. Já o sistema de transporte coletivo tem quase 500 ônibus, distribuídos em oito viações. O setor emprega quase três mil trabalhadores e transporta oito milhões de passageiros por mês. Atualmente, com o vale transporte a R\$ 1,75, essa movimentação média faz circular R\$ 14 milhões só com o transporte urbano coletivo.

O mais novo e promissor ramo do setor de serviços explorado na cidade, o turismo, começou o século XXI empregando sete mil profissionais e abrangendo 50 atividades econômicas. Apenas o turismo de eventos movimentou R\$ 30 milhões, em 2003, e trouxe cerca de 250 mil visitantes a Juiz de Fora. São quase 30 hotéis, 20 espaços de promoção de eventos e 300 bares e restaurantes. Com menos de uma semana de duração, o Miss Gay e a Parada do Orgulho GLBTS movimentaram R\$ 2,3 milhões, naquele ano. Buscando esse mercado, foram abertos sete bares, quatro boates, duas pousadas e uma sauna. Isso representa R\$ 300 mil em investimentos e 70 novos postos de trabalho. (RELATÓRIO, 2004, p. 46).

Além de integrar o roteiro da Estrada Real, a cidade tem outros 20 pontos turísticos, como o Museu Mariano Procópio, segundo maior museu imperial brasileiro. De olho nesse mercado milionário e em franca expansão, a Prefeitura pretende investir R\$ 8,68 milhões nos próximos anos para capacitar e incrementar o turismo na cidade, como mostra o Quadro III.

3 JORNALISMO ECONÔMICO: SURGIMENTO, CRESCIMENTO E CONSOLIDAÇÃO NO PAÍS

Comunicar é tornar comum. O interesse por informação remonta a tempos em que nem se imaginava um veículo escrito ou impresso para circulação de notícias. A comunicação informativa é anterior à imprensa gutenberguiana. O que há de recente, no Brasil, são empresas e profissionais que se dedicam a essa área.

O jornalismo surgiu no sentido de canalizar sistematicamente a informação, transmitindo-a por meio de veículos de difusão coletiva, com características de atualidade, periodicidade e recepção coletiva. Seu papel é, portanto, o de transitar informações dentro da sociedade, com atualidade e precisão. Nesse sentido, ele assume a tarefa de levar a comunidade, direta ou indiretamente, a participar da vida social.

À complexidade da vida em sociedade, com milhares de fatos e acontecimentos se desenrolando ao mesmo tempo em todos os lugares do mundo, correspondeu a necessidade de o jornalismo dar conta do maior número possível de informações (ou, pelo menos, satisfazer seu público com as informações que ele deseja). Os produtos jornalísticos se voltaram para a cobertura de fatos, dividindo-os por áreas, a elas destinando jornalistas, ora mais, ora menos, especializados.

Assim, jornalistas com posturas mais informais teriam um mercado mais promissor, dedicando-se a assuntos esportivos ou culturais. Por outro lado, jornalistas engajados em causas sociais teriam mais afinidade com assuntos de política ou geral. Apesar de não ser regra, essa idéia inspirou a contratação e manutenção de jornalistas em redações de jornais nacionais e internacionais.

A introdução do jornalismo especializado na grande imprensa do Brasil data da segunda metade do século XX. Até meados da década de 1950, os repórteres dos jornais

atuavam na apuração e reportagem de todos os temas noticiosos do dia. As notícias eram dispersas pelo jornal, sem organização por assunto.

3.1 HISTÓRICO NACIONAL DO JORNALISMO ECONÔMICO

O jornalismo econômico seguiu essa tendência. Ele se caracteriza pela prática da difusão e da análise de fatos, temas e fenômenos relacionados com a economia e assuntos financeiros. (QUINTÃO, 1987, p. 21). Até a década de 1950, eram registrados pequenas notas ou artigos isolados sobre assuntos econômicos. Essas notas continham, preferencialmente, informações de interesse do comércio e dos cafeicultores, sobre produção, exportação, movimento de portos e taxas cambiais.

As notícias vinham de agências estrangeiras, câmaras do comércio e Ministério da Fazenda. Os temas econômicos não tinham distinção dos demais, pelo contrário, notícias de política, internacional, esportes e polícia tinham preferência. O jornalista fazia um verdadeiro trabalho de garimpagem da notícia, na área econômica, mesmo porque não existia oferta e demanda por esse setor, nos moldes que vemos hoje em dia.

A criação da Companhia Siderúrgica Nacional, em 1943, acelerou a economia brasileira. Mas era o tempo da censura ferrenha do Estado Novo de Getúlio Vargas. Os jornais não podiam noticiar aquilo que não era aprovado pelo governo, mesmo que o assunto fosse de interesse econômico. Como revela Suely Caldas, na redemocratização, seguindo a liberdade dada às demais notícias, as da área econômicas prosperaram, “embora ainda fossem publicadas de forma dispersa, em páginas diferentes, sem organização”. (2005, p. 12).

Os planos desenvolvimentistas de JK impulsionaram o crescimento da economia brasileira. Impulsionaram também o crescimento da cobertura econômica. Mas os temas econômicos só eram tratados pela imprensa quando estavam atrelados a fatos políticos. O

jornalismo econômico, até meados dos anos de 1960, noticiava assuntos relacionados com o ufanismo desenvolvimentista, defesa ou não do capital estrangeiro, exploração do petróleo, riquezas minerais, índices do custo de vida e defesa dos produtos primários de exportação, como o café. (QUINTÃO, 1987, p. 59). Esses temas só eram notícia porque integravam os programas dos partidos ou os discursos políticos.

Os jornais evitavam tratar de áreas como comércio e indústrias, pois entendiam ser de caráter promocional, isto é, matérias pagas. O crescimento econômico superior a 7% anual, a industrialização dos anos de 1950 e a fortalecimento empresarial foram cruciais para a perda do conservadorismo dos veículos noticiosos. Os jornais começaram a criar uma identidade, ainda que precária, para o jornalismo econômico. Nesse primeiro momento, ele era marcado pelo colunismo, enfático na análise econômica, ou seja, o caráter analítico se sobrepunha ao noticioso.

Outra característica do começo do jornalismo econômico brasileiro era o fato de ele ter sido exercido principalmente por estrangeiros especializados em economia. *O Estado de S. Paulo*, por exemplo, buscou, em 1945, os europeus Frederico Heller, Giles Lapouge e Roberto Appy para comentarem economia. Os especialistas estrangeiros substituíram amadores e abriram as portas para profissionais brasileiros com formação acadêmica. Antes da chegada dos estrangeiros, por exemplo, era o delegado José Oswaldo Fontana que fechava a seção do *Correio da Manhã* depois que saía da delegacia. Para isso, usava os releases e raras matérias econômicas apuradas pelos repórteres de Geral. (QUINTÃO, 1987, p. 58).

A *Folha de S. Paulo* já mantinha os jornalistas Carlos Freitas e Morel Marcondes Reis fixos nos assuntos econômicos, além de um repórter, cobrindo as atividades do porto de Santos. Datam também de meados dos anos de 1950 o aparecimento de revistas que tiveram significado importante para a consolidação do jornalismo econômico no país, como as revistas *Visão* e *Banas*.

O *Estado de S. Paulo* foi o primeiro a lançar um suplemento destinado à área econômica. O caderno especial tinha formato tablóide, com 12 páginas e periodicidade semanal. O encarte publicava assuntos da economia mundial, com matérias enviadas por agências estrangeiras. Na segunda metade da década de 1950, a *Folha de S. Paulo* criou uma espécie de caderno de Economia e Finanças, com repórteres de agricultura, economia internacional, comércio e indústria.

Mesmo nesses cadernos especiais, a cobertura de economia era ainda confusa. Páginas destinadas ao assunto eram muitas vezes preenchidas com matérias de Geral. Não era feita a cobertura da Bolsa de Valores e do mercado de capitais; os temas variavam entre indústria, portos, siderurgia, energia, preços e agricultura. O jornalismo econômico nos moldes como é praticado hoje em dia desenvolveu-se na década de 1960, quando passou a refletir tendências, reações e comportamentos do Mercado de Capitais, normatizado em 1965, pelo Governo Militar.

Um primeiro passo foi a reforma editorial do *Jornal do Brasil*, em 1958. O diário passou a organizar e agrupar as notícias por assunto e destinou duas páginas a “Fatos Gerais e Econômicos” e cerca de cinco repórteres para a área econômica. “Mesmo assim é uma cobertura confusa. Constantemente as páginas destinadas à economia têm de ser preenchidas com matérias gerais por falta de notícias econômicas suficientes para fechá-las” (CALDAS, 2005, p. 56).

O golpe militar de 1964 abalou toda a imprensa brasileira. Com base na nova legislação e amparado pela censura, o governo passou a exercer uma atividade fiscalizadora rigorosa, principalmente depois do Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1965. As notícias políticas, indubitavelmente as de mais destaque até então no jornalismo brasileiro, iam perdendo cada vez mais espaço, sucumbiam à censura prévia da ditadura. A área política cede espaço ao jornalismo econômico, menos sensível às limitações impostas. A

popularização da economia, por meio de sua maior divulgação na imprensa, servia para desviar as atenções dos desmandos políticos do governo discricionário.

“Com a ditadura e a censura, os assuntos econômicos ampliaram seu espaço nos jornais. Mas foi com o milagre – que trouxe crescimento econômico e concentração de renda para as empresas – é que o jornalismo econômico ganhou ainda mais força”. (CALDAS, 2005, p 13). O bom desempenho da economia passou a ser usado para “amenizar” a realidade política do Brasil.

Os assuntos econômicos passaram a entrar na pauta das discussões cotidianas, sendo retratadas no universo dos jornais. Entre os temas destacados naquele momento estão: o crescimento econômico do País de mais de 10% anuais; investimentos em rodovias e empresas estatais; as reformas na economia com a institucionalização de fundos, programas, projetos e organismos estatais; política fiscal rigorosa seguida de redistribuição de recursos via incentivos; a correção monetária; a criação do sistema financeiro de habitação e hipoteca e do mercado financeiro de títulos públicos com garantia do tesouro nacional; a abertura ao mercado estrangeiro; o estímulo para as exportações; a queda da inflação que rondava os 80%.

As mudanças nos jornais foram profundas. Editorias como Política, Internacional, Polícia e Esportes começaram a ser delineadas na década de 1950. A valorização da Economia, nos anos de 1960, foi o pontapé inicial para a definição dos setores nas redações. Era preciso reunir um grupo capaz de entender e escrever sobre economia. A reformulação das redações aboliu o secretário de redação e o chefe de reportagem, que foram substituídos pelos editores setoriais. Passou-se a exigir destes últimos domínio do assunto de sua editoria e sua presença na redação tornou-se fundamental, face às mudanças ocorridas nos jornais, com a restrição imposta ao jornalismo político e a conseqüente ascensão do econômico.

A incorporação do capital especulativo no mercado, ocorrida na década de 1960, torna a presença do jornalismo econômico mais marcante. Sua primeira manifestação concreta, no período, foi o suplemento diário *Diretor Econômico*, do *Correio da Manhã*. A cobertura do mercado de capitais feita pelo suplemento popularizou e agilizou os negócios da Bolsa, movimentando as compras e vendas. Ao deixar o mercado, por determinação do governo militar, o *Diretor Econômico* deixou uma lacuna no espaço editorial dirigido à classe média, financeiramente beneficiada pelo mercado e à procura de oportunidades para aplicar sua poupança.

Motivado pelo “milagre econômico”, o próprio governo começou a incentivar a publicação de notícias econômicas. A ditadura militar criou uma série de assessorias de comunicação voltadas para a divulgação de informações relacionadas ao milagre. O IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – chegou até a contratar jornalistas para veicularem notícias favoráveis ao governo. Nomes como Delfim Netto e Mario Henrique Simonsen, ex-ministros da Fazenda, passaram a fazer parte do universo cotidiano dos leitores.

A secretária do editor-chefe atendia [os telefonemas das assessorias do Governo] e escrevia exatamente o que lhe era ditado pelo agente. Assim, as páginas de política emagreciam na mesma proporção em que as de economia engordavam, indiretamente incentivadas pelos generais, ávidos em divulgar feitos do ‘milagre econômico’ e da queda da inflação. (CALDAS, 2005, p 13).

O discurso político foi substituído pelo econômico, focado na classe média. A consequência mais importante dessa mudança, como aponta Aylê - Salassié (1987), é que a informação econômica se libertou do limitado interesse das elites para se popularizar. Investidores populares estavam cada vez mais interessados em saber quanto rendia a poupança ou quais os dados da dívida externa.

Ao *boom* na economia, em meados da década de 1970, correspondeu um *boom* no jornalismo econômico. Sedentos de jornalistas capazes de atuar na área, os jornais passaram a oferecer salários mais altos para os profissionais que deixassem as outras editorias para se

dedicar à econômica. Tornaram fixas editorias como as de Economia, Dinheiro ou Finanças. Nessa época surgiram inúmeros boletins e *newsletters* econômicos. Apareceram revistas como a *Exame*, lançada em 1967 como uma especialização da editoria de economia da *Veja*, *Mundo Econômico*, *Panorama Econômico* e *Expansão*. Esta última de propriedade do norte americano Harvey Poppel, que já havia criado publicações dedicadas à análise econômica no México e na Argentina. Em 1975, foi incorporada à *Exame*.

Os jornais passaram a oferecer cursos de formação de jornalistas econômicos. O governo colaborava para essa formação, de olho na oportunidade de desviar a atenção da realidade política do país, divulgando informações que o favorecessem no setor econômico. As verbas públicas incentivaram, promoveram ou financiaram os cursos para os jornalistas aprenderem a lidar com a linguagem hermética e academicista dos economistas.

Tais cursos destinavam-se a familiarizar os profissionais com os conceitos econômicos, bem como com a linguagem e os métodos de análise. Com o crescimento do noticiário econômico, os jornais tinham sido invadidos por uma infinidade de estrangeirismo, neologismos, índices e cálculos econômicos comuns no linguajar acadêmico.

O resultado foi que, ainda na década de 1960, o vocabulário jornalístico especializado expressava-se em “economês”. A notícia tornou-se mais difícil de ser compreendida pelo leitor comum, não iniciado na linguagem econômica. Instituiu-se quase que um idioleto, inteligível apenas para um número pequeno de leitores. “O jornalismo econômico do final dos anos 60 e dos primeiros anos da década de 70 é reconhecidamente uma improvisação” (QUINTÃO, 1987, p. 112).

A década de 1970 foi marcada pelo didatismo e maior especialização do jornalismo de economia. Termos como inflação e PIB – Produto Interno Bruto – entraram na vida das pessoas. E era preciso explicar o que eram todas aquelas palavras desconhecidas do grande público. Joelmir Betting, então colunista da *Folha de S. Paulo*, foi o primeiro

jornalista de economia a se preocupar em traduzir o “economês”. Ele explicava o significado dos termos, usando metáforas e analogias. A partir dessa experiência, os jornalistas perceberam que era preciso trabalhar melhor as informações econômicas para que o público entendesse o que estava sendo veiculado.

Em depoimento à Suely Caldas, Marco Antonio Rocha, jornalista econômico que fazia inserções diárias nos noticiários da TV Globo, conta que:

os comentários eram didáticos. Havia a preocupação especial em levar para o homem comum uma linguagem muito simples. Como o público era desinformado sobre economia, muitas vezes o comentário ficava só na explicação. Por exemplo: quando era divulgado o índice de inflação, eu explicava seu significado para a vida das pessoas, como era feito o índice e seus desdobramentos na caderneta de poupança, no Imposto de Renda. Todos os meses se repetiam essas informações (CALDAS, 2005, p 23).

A ascensão da *Gazeta Mercantil* como jornal de negócios é justamente dessa época. Em 1975, o jornal reformulou completamente sua linha editorial e passou a publicar as notícias por editorias, como Nacional, Indústria, Agricultura e Negócios. O *Diário do Comércio e Indústria* era o concorrente direto da *Gazeta*, mas acabou perdendo a disputa depois da reforma do primeiro jornal.

A transformação da *Gazeta Mercantil* em um produto de consumo dos leitores quebrou as amarras que prendiam o jornalismo econômico ao discurso estatal. O jornal despertou o interesse do empresariado e dos leitores em geral para o valor da informação em si, sem a ligação com as fontes do governo. Aliás, a *Gazeta* tomou para si o direito de cooptar os empresários para a causa democrática. O jornalismo de negócios, a partir daí, estava com suas bases alicerçadas no noticiário brasileiro, nos moldes (ou, sem medo de injustiças, “copiado”) do realizado em grandes jornais internacionais, como o *Financial Times*, de Londres, e o *The Wall Street Journal*, de Nova Iorque.

Como o governo censurava tudo o que atingia sua imagem, “a editoria de economia se adaptou aos tempos difíceis e especializou repórteres no segmento de economia

popular”. (CALDAS, 2005, p.19). Foram criadas seções para informações de serviços e utilidade pública. Colunas como “Defesa do Consumidor”, “Seu dinheiro” ou “Donas-de-casa” ganharam espaço e cativaram os leitores populares. Notícias de abastecimento, por exemplo, caíram no gosto popular e, com frequência, ganhavam chamada na primeira página. Suely Caldas (2005) diz que, hoje em dia, apenas *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* mantém páginas específicas, na editoria de economia, para esse segmento.

A profunda recessão e o fracasso dos planos econômicos da década de 1980 acabaram por consolidar e aumentar o espaço do noticiário econômico nos jornais. Os editores entenderam que o setor econômico era de vital importância para o dia-a-dia de qualquer brasileiro e os cadernos de economia, já existentes nos anos de 1960 e 1970, se tornaram então diários.

O enfoque popular, que também abordava salário, habitação, emprego e poupança, começou a ser reproduzido em outros veículos noticiosos do País, em larga escala. Nos anos de 1980, jornais como a *Folha de S. Paulo* e o *Jornal da Tarde* não só adotaram seções de utilidade pública como as aperfeiçoaram. O jornalismo econômico quase alcançou um padrão em toda a imprensa brasileira. A seção “Confira seu dinheiro”, do *Jornal da Tarde*, lançada em julho de 1981, por exemplo, orientava o leitor a organizar seu orçamento doméstico.

A redemocratização serviu para uma maior especialização do jornalismo econômico. Afinal, os anos de 1980 marcaram “a década perdida” e o público precisava entender como e porque o Brasil tinha quebrado e o que estava sendo feito para estabilizar a situação. (BASILE, 2002, p.79).

A liberdade editorial, alcançada com o fim da ditadura militar, em 1985, propiciou a expansão do jornalismo de serviços. Esse segmento já havia nascido anteriormente, com os desdobramentos do “milagre econômico” dos anos de 1970. A alta do petróleo, as greves operárias, os saques aos supermercados devido aos altos preços também ajudaram na

consolidação desse tipo de jornalismo econômico. Mas foram a inflação e as crises cambiais que fizeram o jornalismo de serviço ser essencial para o acompanhamento diário da economia nacional.

A inflação alimenta o jornalismo de serviços, voltado aos problemas econômicos e financeiros de seus leitores de classe média, tais como prestações da casa própria, aplicações em poupança, impostos e taxas escolares, custo de vida e defesa do consumidor. Apesar de reforçar a ideologia do consumismo junto às classes médias, trata-se de um jornalismo que recoloca o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística. (KUCINSKI, 1996, p.16).

Poucos fatos tiveram tanta importância para o crescimento do jornalismo econômico quanto o confisco da poupança, em 1990. Depois de lidar com atitudes frustradas do governo ao longo da década de 1980, a imprensa do setor se deparou com uma situação que talvez fosse a pior de todas. O jornalismo econômico investiu na cobertura econômica e de negócios, principalmente para explicar as causas do confisco empreendido pelo presidente Collor. Jornalistas como Lílian Wite Fibe, que começou na *Gazeta Mercantil* e se destacou na *Rede Globo*, se notabilizaram, nessa época, justamente por tentar levar ao público soluções financeiras viáveis para a crise. (BASILE, 2002, p. 76).

Outra marca da última década do século XX foi o Plano Real, lançado em 1994. O plano foi um exemplo de pacote econômico bem sucedido e estabilizou a economia brasileira. A inflação deixou de ser o “monstro” que acabava com o dinheiro dos leitores da classe média de um dia para o outro. As crises cambiais foram controladas pela intervenção constante do governo na determinação das taxas cambiais – é certo que ao custo de condenar as reservas internacionais e afetar a balança comercial, bem como frear o crescimento interno com taxas de juros elevadas e aumentar a dívida pública interna.

A explicação didática e a prestação de serviços, até então realizada pelo jornalismo econômico, deram espaço à análise de conjuntura. Os contratos assinados com o FMI – Fundo Monetário Internacional, as polêmicas taxas de juros e o crescimento ou queda da produção industrial e agrícola passaram a ser assuntos abordados com naturalidade pelos jornais de

alcance nacional. A abordagem de fatos macroeconômicos se configurou como predominante no decorrer dos anos de 1990 e se consolidou no começo deste século.

Bancos, empresas e provedores de Internet aproveitaram o *boom* na *Web*, no começo do século XXI, para dedicarem espaço à economia. O jornal *Valor Econômico*, por exemplo, desde sua criação, mantém o *Valor Online*, paralelamente ao jornal impresso. Os serviços oferecidos pela Internet marcam uma cobertura jornalística da economia cada vez mais segmentada, mesmo porque a Internet é segmentada por natureza.

É verdade que a euforia durou pouco, mas foi um bom começo para o jornalismo econômico no século. O apagão, a falência da Argentina e as incertezas eleitorais foram alguns dos assuntos que marcaram a cobertura econômica desse período.

Há pouco tempo, não era concebida a idéia da existência de mais de um jornal especializado em economia. Afinal, essa é a média dos países desenvolvidos. Mas, hoje, estão em circulação, no Brasil, a *Gazeta Mercantil*, o *Valor Econômico* e o *Diário do Comércio e Indústria*, reativado no começo de 2002. Além dos jornais, quatro revistas de circulação nacional disputam espaço com a *Exame* em seus 40 anos de idade: *Carta Capital*, *America Economia*, *Forbes* e *IstoÉ Dinheiro*. Suely Caldas fez, em 2003, um levantamento das principais publicações da área econômica. São elas:

- a) o jornal *Valor Econômico*, que prioriza a macroeconomia e dá grande importância à opinião. Organiza os assuntos em cinco grandes áreas: macroeconomia e política, legislação e tributos, internacional, finanças, empresas e tecnologia;
- b) a *Gazeta Mercantil*, que privilegia matérias de *marketing* e negócios. Exige especialização de seus repórteres da área, a fim de conseguir notícias exclusivas. Diferentemente do *Valor Econômico*, não publica fotos;
- c) *O Estado de S. Paulo*, que entre os não especializados é o que dedica mais espaço para economia (10 ou mais páginas), tendo sempre manchetes econômicas.

Publica a edição brasileira do *The Wall Street Journal* e é o único que dá espaço à economia na página de opinião;

d) a *Folha de S. Paulo*, que tem o Caderno Dinheiro, com sete páginas de notícias, interligadas com publicidade e cotações. Assim como o *Estadão* e *O Globo*, é voltado para a macroeconomia;

e) o jornal *O Globo*, que não dedica caderno próprio à Economia. É a publicação mais dedicada à conquista de leitores, abordando assuntos de interesses do consumidor. Tem grande preocupação com a macroeconomia do Rio de Janeiro;

f) a revista *Exame*, que há tempos se dedica à microeconomia e aos negócios. Usa imagens, fotos coloridas e boa edição para isso. (CALDAS, 2005, p.43-45).

As edições dos dias 17 de setembro de 1999 da *Folha de S. Paulo* e 19 de setembro de 2007 de *O Estado de S. Paulo* mostram a predominância de assuntos macroeconômicos no noticiário nacional

3.2 JORNALISMO ECONÔMICO EM JUIZ DE FORA

O fato de o jornalismo econômico ter se estabelecido em meados da década de 1960 não significa a inexistência de um noticiário econômico anterior a essa data. Os grandes jornais dispunham de colunas ou seções de Economia desde a década de 1950 e outros, bem antes desse período, já são conhecidos, mesmo que de modo impróprio, como jornais de economia.

Na primeira metade do século XX, existia um grupo de jornais, cujos nomes os associavam ao comércio, mas que de economia só carregavam o título, pois cobriam assuntos gerais. Entre eles estavam o *Jornal do Comércio*, *Diário Comercial* e *Monitor Mercantil*, do Rio de Janeiro; *Diário do Comércio e Indústria*, de São Paulo; *Diário do Comércio*, de Belo Horizonte; *Jornal do Comércio*, de Porto Alegre, Recife e Manaus; e *Diário Mercantil*, de Juiz de Fora. (QUINTÃO, 1987, p.48).

3.2.1 Diário Mercantil

Na segunda década do século XX, junto a mais de 30 outros periódicos, começou a circular em Juiz de Fora o *Diário Mercantil*. O jornal foi fundado em janeiro de 1912, por Antonio Carlos Ribeiro de Andrada e João Penido, ambos políticos influentes no Estado. Mais tarde, em 1932, passou a integrar os *Diários Associados*, de Assis Chateaubriand, quando recebeu investimentos financeiros. Foi um dos primeiros periódicos de Juiz de Fora a se modernizar, nas décadas de 1960 e 1970. Nessa época, era o único diário matutino da cidade e o de maior circulação. (OLIVEIRA, 1981, p.44).

A edição mais antiga disponível no acervo histórico da Biblioteca Municipal Murilo Mendes data de 1914. O *Diário Mercantil* tinha um formato parecido com o atual



Exemplar do jornal juizforano *Diário Mercantil* de 1º de janeiro de 1914

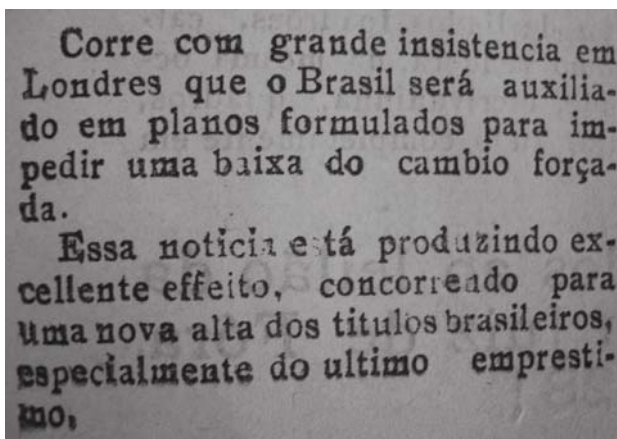
standard, com quatro páginas e sem fotos. Não havia divisão de editoriais; as matérias vinham em colunas, sendo cada página dividida em seis delas. A leitura do jornal seguia a lógica da leitura de livros: da primeira para a última coluna. O movimento adequado do olhar é crucial para o entendimento das notícias, que, quando não cabem em uma coluna, continuam no topo da coluna seguinte, mesmo que isso signifique mudar de página. As páginas três e quatro eram dedicadas aos anúncios e publicidades.

A terceira página era ocupada com notícias apenas quando elas não cabiam nas duas primeiras páginas, ficando essas notícias “perdidas” em meio aos anúncios. Para melhor entender o noticiário da primeira década de existência do jornal, vale analisar duas edições. O jornal do dia 1º de janeiro de 1914 (figura acima) tinha como matéria principal o assassinato de uma jovem – “Fim trágico de um noivado”. A primeira coluna trazia descrições das festas de final de ano das famílias tradicionais da cidade. A terceira, a quarta e parte da quinta coluna reproduziam o documento oficial da criação da Escola de Pharmacia e Odontologia de Juiz de Fora.

A despeito do nome *Diário Mercantil*, apenas o balanço social e contábil da Santa Casa de Misericórdia, o faturamento diário da Ferrovia Central e a coluna “Fio Telegraphico”,

na segunda página, traziam informações econômicas. A coluna “Fio Telegraphico” tinha sempre informações que realçavam o noticiário nacional, principalmente o carioca, com destaque para a publicação diária da cotação do café nas bolsas européias.

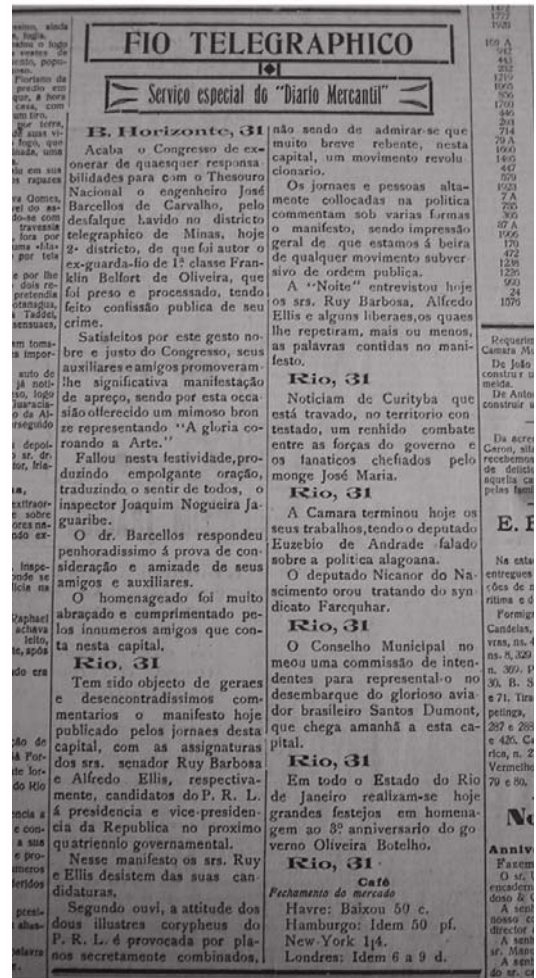
Na edição do dia de 28 de março de 1914, o *Diário Mercantil* trouxe na primeira coluna da primeira página uma nota sobre a desvalorização cambial brasileira. Nesse pequeno trecho já é possível perceber a linguagem pouco acessível usada pelo jornalista. Aliás, a linguagem poderia não ser inteligível para no começo do século XX, mas o público alvo do



Nota da edição de 28 de março de 1914 do jornal *Diário Mercantil*

noticioso de informações dedicado aos interesses das classes productoras”.

A notícia tem um ar eufórico. Altas do câmbio - impedir uma baixa do câmbio significa mantê-lo desvalorizado perante o dólar - fazem com que produtos nacionais sejam



A coluna “Fio Telegraphico” da edição de 1º de janeiro de 1917

Diário Mercantil, eram os produtores de café da região. Para estes, mudanças no câmbio eram cruciais para a comercialização do produto. E eles já estavam mais que iniciados nesse tipo de linguagem. Vale ressaltar que, no expediente, o jornal trazia a seguinte definição: “Orgam

mais competitivos no mercado internacional. Os preços do produto brasileiro eram baixos frente ao de países com o câmbio “alto”, ou valorizado. Isso era interessante, pois a exportação do café era o pilar principal de sustentação da economia nacional.

A análise de algumas edições do jornal possibilita a confirmação do que disse Aylê – Salassié: “notas ou artigos isolados tratam de questões específicas relacionadas com os interesses do comércio e dos cafeicultores, contendo informações sobre produção, exportação, movimento de portos ou taxas cambiais”. (1987, p. 48).

Nas edições da década de 1920, o *Diário Mercantil* já havia sofrido algumas mudanças em relação à primeira década de existência. Além da nova diretoria e redação, o jornal mudou sua linha editorial: antes dava mais importância a fatos juizforanos, mesmo que esses fossem aparentemente irrelevantes; depois da Primeira Guerra Mundial, passou a dar espaço para notícias políticas internacionais, com enfoque na situação européia. Mas continuou publicando na primeira página poemas, receitas e curiosidades/variedades, e a linguagem continuou reproduzindo a oficial.

Outra mudança foi em relação à “coluna constante Fio Telegraphico”. As notas que eram publicadas na segunda página passaram a ser divulgadas de forma dispersa pelo jornal. A segunda página, inclusive, deixou de ter anúncios e passou a ser preenchida totalmente com notícias, matérias, notas e editais públicos. Informações econômicas se tornaram mais presentes, de tal forma que foram publicadas nove notas sobre o assunto, na edição número 2.566, de 5 de fevereiro de 1920. Sem deixar de lado, porém, a cotação do café e o câmbio.

O acesso às edições do *Diário Mercantil* da década de 1930 é dificultado pelo fato de o arquivo histórico da Biblioteca Municipal Murilo Mendes apresentar falhas significativas

Vae ser installada nesta cidade uma filial do Parc Royal

Juiz de Fóra vae contar dentro em breve mais um estabelecimento commercial importante.

Referimo-nos á filial do Parc Royal, que vae ser installada, dentro em breve, nesta cidade.

Afim de tratar da installação do importante estabelecimento, está na cidade, tendo nos dado o prazer da sua visita, o sr. Joaquim S. Peixoto, representante do Parc Royal, que está tratando de obter um prédio á rua Halfeld para nelle ser montada a séde da filial.

Pelo nocturno, deverá tambem chegar á cidade o sr. José Ortigão, chefe da casa.

O novo estabelecimento será amplo, confortavel e luxuoso, sendo, ao que sabemos, as vendas effectuadas pelos mesmos preços que vigoram na matriz, na capital da Republica.

ESTÃO em hasta publica as obras de reparos do edificio da cadeia local, orçadas em 976\$500.

Com estes tempos de crise de materias de construcção, que estão pela horada morte, o que se poderá fazer no velho pardieiro com essa importancia? Nada, absolutamente, nada. Só a renovação do telhado custará essa importancia e mais alguma coisa.

Quer isto dizer que vão ser gastos 976\$500 para o edificio do presidio desta cidade continuar quase em ruinas, com as paredes esburacadas, o madeiramento carcomido, tudo como d'antes, sem offerecer a necessaria segurança que devem ter edificios desses natureza.

Café

RIO, 5 (A. A.)—Foram negociadas 2.733 saccas, a 16\$200, para o americano. O typo nominal europeu continuou frouxo.

Cambio

RIO, 5 (A. A.) — Mercado firme. Banco do Brasil,..... 18 1/8; Bancario, 18 1/8; Estrangeiros, 18 1/4.

Estação sismologica em Bomsucesso

Exposição de Tokio

O Serviço de Informações do ministerio da Agricultura, por ordem do dr. Simões Lopes, renovou por telegrapha, ás Associações Commerciaes, secretarios dos governos dos Estados e industriaes, a solicitação no sentido de se fazerem representar os productos brasileiros na Exposição de Tokio, a inaugurar-se a 20 de março proximo.

O sr. Takeo Gotu, á rua Buenos Ayres n. 267, representante no Rio daquelle certamen, se encarrega da remessa de amostras para o Japão, sem onus para os concurrentes.

Imposto de consumo

A Associação Commercial de Minas, em representação dirigida ao Ministerio da Fazenda, secundando a representação das associações commerciaes do Rio de Janeiro, contra excessos dos agentes fiscaes do imposto de consumo, pediu providencias no sentido de ser a lei executada em toda sua plenitude, mas sem vexames para o commercio honesto e cumpridor de seus deveres.

Algodão em caroço

A COMPANHIA FIAÇÃO E TECELAGEM MORAES SARMENTO—Rua Roberto de Barros, 211 — JUIZ DE FORA, compra qualquer quantidade a dinheiro á vista, pagando preços vantajosos e fornecendo saccaria para o embarque da mercadoria.

Feira de Tres Corações

Entraram na feira durante o mez de janeiro findo, 10.099 rezes, das quaes 5.990 foram vendidas pela importancia de . . . 980:590\$000 e 2.130 em transitto, dando ao Estado a renda de 7:188\$000 ou sejam 1\$200 por cabeça.

E. F. Oésto

O sr. ministro da Viação declaron ante-hontem ao director da E. F. Oésto do Minas que deverão ser exonerados, por abandono de emprego, todos os empregados dessa via-ferrea titulados ou não, que não se apresentarem ao serviço durante 30 dias consecutivos, sem causa justificada. Caso, porém, contem mais de dez annos de effectivo serviço federal, será applicado o disposto no art. 125 da lei n. 2.924, de 5 de janeiro de 1915, conforme consta do paragrapho unico do art. 78 das Instruções regulamentares em vigor nessa estrada.

Notas econômicas publicadas na primeira e segunda páginas da edição de cinco de fevereiro de 1920 do *Diário Mercantil*

nesse período. Uma possível explicação seria a alta do preço do papel, entre 1930 e meados de 1940, o que encareceu a assinatura do jornal. A Prefeitura, que arquivava todos os jornais que circulavam na cidade, se viu incapaz de manter as assinaturas destinadas a conservar a memória dos jornais dessa época.

Nos poucos exemplares disponíveis dos anos de 1930, é possível notar que a série de eventos políticos, tanto nacionais quanto internacionais, que antecedeu a Segunda Guerra Mundial, é o foco dos assuntos tratados no *Diário Mercantil*. A capa da edição 7.444, de 3 de dezembro de 1936, por exemplo, exhibe como manchete a Intentona Comunista. Na parte

inferior da primeira página, há ainda uma matéria sobre o confronto entre os grupos políticos acadêmicos e integralistas, no Rio Grande do Sul.



Primeira página da edição de 3 de dezembro de 1936 do jornal *Diário Mercantil*

Já na década de 1930, o jornal fazia uso de fotos e títulos em todas as matérias. Outro destaque da capa do jornal de número 7.444, é a Guerra Civil espanhola, incluindo uma foto da cidade de Madrid destruída por aviões. O noticiário internacional, que começou a ser veiculado frequentemente no *Diário Mercantil* após o fim da Primeira Guerra Mundial, ganhou espaço fixo também no entre-guerras. Uma notícia baseada na edição do dia anterior do “Giornale d’Itália”, se refe-

re ao discurso de Stalin, em Moscou, na abertura do VIII Congresso da URSS.

Apesar de não se ter acesso às outras edições da mesma década do *Diário Mercantil*, a partir da observação de outros jornais que circulavam na cidade, pode-se concluir que a cobertura política se destacava em relação às demais áreas. Até matérias de Esporte, que haviam conquistado espaço já na década de 1920, foram relegadas às últimas páginas do jornal. Assim como as notas sociais e matérias de variedades. Já nessa época era possível ver que as matérias de economia só eram publicadas quando tinham algum vínculo com um fato político, como apontou Aylê – Salassié (1987).

Os primeiros exemplares da década de 1940 disponíveis na Biblioteca Municipal são de 1946. Devido à crise do papel, o arquivo histórico de jornais foi também afetado nessa

década. Mas, ao analisar a edição 10.253, de 8 de janeiro de 1946, é possível observar ainda o importante destaque para a área política e internacional.



Primeira página do *Diário Mercantil* do dia 8 de janeiro de 1946

Nessa edição, também foi possível averiguar que a cotação do café e o câmbio não tinham mais notas específicas. As colunas de cotação de *commodities* traziam também números da comercialização do açúcar, do algodão e do ouro. O câmbio era apresentado em doze linhas de conversão do conto de réis para as moedas dos países com os quais o Brasil comercializava, entre eles Suíça, Bolívia, Bélgica, República Tcheca e Dinamarca.

Nos anos de 1950, o *Diário Mercantil* despontava como o jornal de maior circulação em Juiz de Fora. O periódico ainda dava mais importância à cobertura política, mas, como a situação internacional havia se estabilizado, no que tange aos efeitos da Segunda Guerra Mundial, e o Brasil já tinha retornado à democracia, as demais áreas do jornal, como Esportes, Social, Cidade e Economia voltaram a ter espaço garantido nas quatro páginas da publicação.

Os anúncios já não tomavam conta de páginas inteiras. As colunas sociais se desenvolveram, tendo até fotos de casamentos de famílias tradicionais na cidade publicadas na segunda página. Aumentou o espaço para publicação de notícias nacionais: a terceira página do jornal era dedicada, quase que exclusivamente, às matérias de outros estados. Apesar da aparente organização dos assuntos de variedades, nacionais e esportes em páginas específicas, notícias econômicas e políticas eram dispersas pelo jornal. Não seguiam nenhuma lógica de disposição na página ou em editorias.

Informações sobre o câmbio e sobre o café ainda eram publicadas em todas as edições. Mas a linguagem utilizada para divulgá-las havia assumido uma feição bem próxima da que se vê hoje em dia. Aliás, já é perceptível o começo de uma abordagem opinativa na apresentação das cotações e taxas. Termos como “estável” ou “calmo”, constantes na cobertura econômica nacional, começaram a ser adotados também nas matérias do *Diário Mercantil*.

Não se pode esquecer também que, nos anos de 1940 e 1950, eram comuns artigos de Assis Chateaubriand publicados no jornal. Muitos deles eram sobre assuntos econômicos, como o orçamento da União ou necessidade de investimento na produção nacional para frear as importações. Apesar de integrar os *Diários Associados* desde 1932, editoriais de Chateaubriand publicados no *Diário Mercantil* se tornaram mais comuns depois que ele ingressou no poder legislativo federal. Essa fase ilustra claramente que o jornalismo econômico era de cunho opinativo e “ligado ao ufanismo desenvolvimentista, à negação do capital estrangeiro e à defesa dos produtos nacionais, principalmente os primários”. (QUINTÃO, 1987, p.59).

Mal tinha se acostumado com a democracia que sucedeu o Estado Novo de Getúlio Vargas, o País sofreu o Golpe Militar, em 1964. Como o levante partiu de Juiz de Fora para o restante do Brasil, os jornais locais, e também o *Diário Mercantil*, dedicaram dezenas de

edições à cobertura do fato. Até aquela data, notícias de economia, e de outras áreas também, continuavam a ter os espaços conquistados na década de 1950. Os assuntos de Esporte já tinham até conquistado três das oito colunas da última página.



Notícia publicada em 3 de outubro de 1952 no *Diário Mercantil*

Com a volta do privilégio às notícias políticas, Economia e Cidade foram as áreas que mais perderam espaço no jornal. Das seis páginas que o jornal tinha nessa época, 60% eram ocupadas com matérias políticas. As notícias internacionais, econômicas e locais publicadas, em sua maioria, estavam ligadas às questões suscitadas pelo Golpe Militar. Apoio financeiro, dos empresários e produtores, e político, estadual e municipal, ao novo governo e negação às idéias socialistas implantadas em países europeus são exemplos de assuntos abordados pela edição 15.279, de 9 de abril de 1964. Os exemplos caracterizam bem a cobertura jornalística do *Diário Mercantil* até a homologação do Ato Institucional 5, no final de 1965.

A jornalista Cida Andreola, editora de Economia do *Diário Mercantil* na década de 1970, conta que, com a afirmação da censura, a cobertura econômica buscou as matérias de

cunho local. “Na área de Economia, pelo menos em jornais menores, não havia censura, por que as matérias eram mais locais e ninguém atacava o governo”. (APÊNDICE A). No final da década de 1960 e começo dos anos 1970, o *Diário Mercantil* já tinha oito páginas diárias e editorias definidas, com repórteres específicos para cada área.

Enquanto a tendência nacional era o governo influenciar as editorias de Economia com material enviado por assessorias de imprensa, Cida Andreola diz que, no *Diário Mercantil*, conseguir informações oficiais era muito difícil. Os órgãos públicos não dispunham de assessorias de imprensa e os dirigentes não tinham o costume de divulgar fatos.

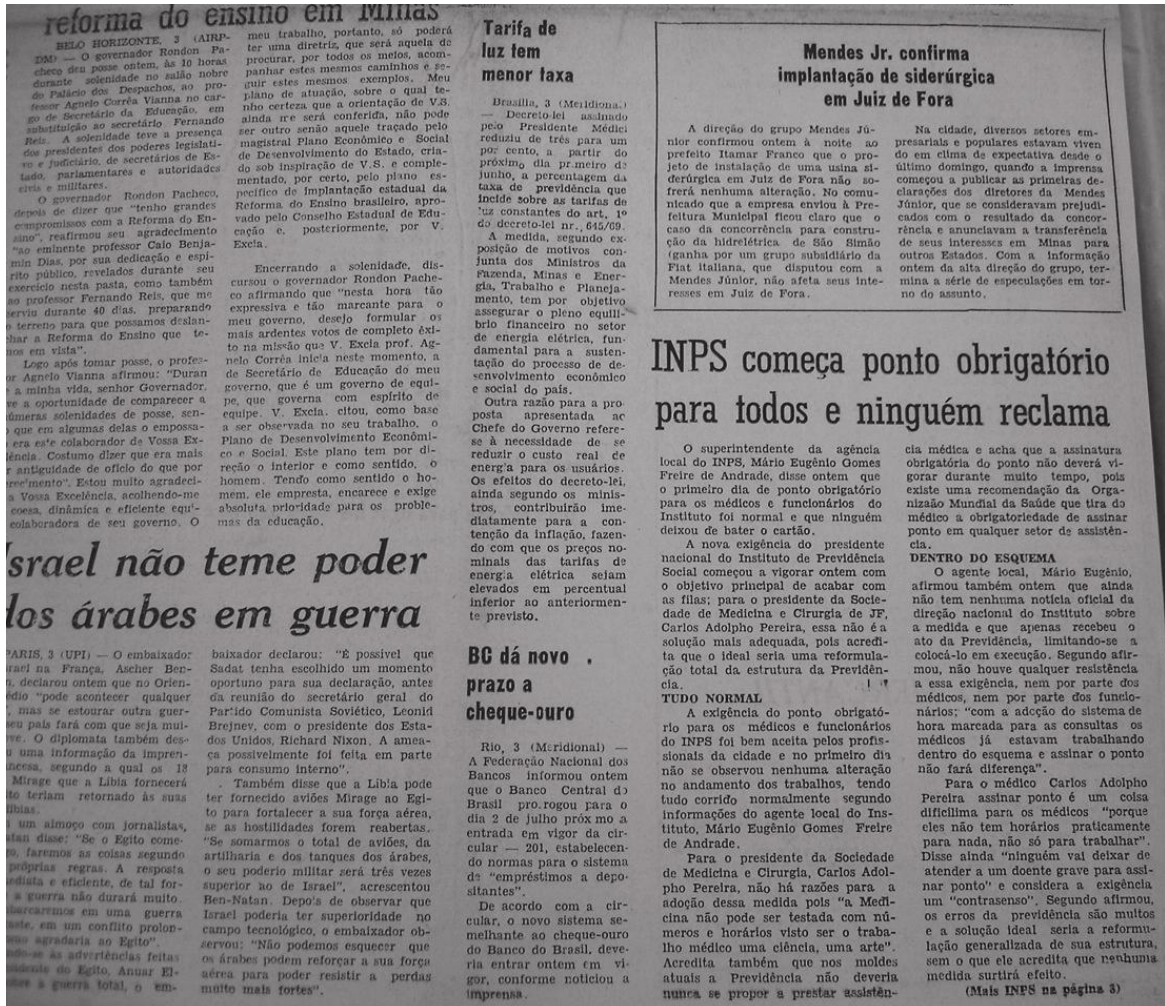
Naquela época, as fontes eram na base da amizade. Na Caixa, por exemplo, o gerente não gostava de dar entrevista, mas não sei porque ele gostava de mim e me disponibilizava todas as informações que eu precisava. As fontes amigas traziam as notícias para gente, às vezes até antes de chegar pelo telex. (APÊNDICE A).

Economia já tinha seu editor responsável – o primeiro foi o também professor do curso de Jornalismo da UFJF, Irvan Cavalieri – e repórteres que acompanhavam de perto o movimento industrial, comercial e financeiro da cidade. Aliás, a UFJF teve importante papel na profissionalização do jornalismo local, não só como instituição formadora de profissionais da área, mas igualmente como fornecedora de fontes qualificadas para a cobertura.

Como em todo o País, depois do AI 5, a cobertura política do jornal havia diminuído consideravelmente. Na edição 17.995, de 3 de maio de 1973, por exemplo, havia três matérias de Economia na primeira página, disputando espaço com notícias internacionais de Cuba, Israel, Argentina e dos EUA, além de informações locais do INSS e da reforma do ensino em Minas Gerais.

A linguagem jornalística já havia adotado o padrão implantado pelo *Jornal do Brasil*, em 1958, com *lead*, *sub-lead*, retrancas, títulos verbais, frases na ordem direta (sujeito-verbo-predicado) e estilo de escrita próximo à fala. O texto perdeu vícios verificados no começo da circulação do jornal, em 1912. Adjetivos não eram mais usados, bem como a linguagem dos comunicados oficiais passou a ser adaptada, tornando-se menos formal. A

apuração contava com duas ou mais versões do fato, na maioria dos casos. Enfim, já é possível identificar, nessa época, traços do jornalismo praticado atualmente.



Primeira página da edição do *Diário Mercantil* do dia 3 de maio de 1973

A divisão de editorias era feita da seguinte forma: página 2, Gente/Opinião; páginas 3 e 8, Cidade; página 4, Esporte; página 5, Política; página 6, Polícia; página 7, Serviço/Economia (Anexo III). É notável o fato de a página de Política reunir apenas duas notícias políticas, uma sobre a interferência dos vereadores de Belo Horizonte na instalação da Mendes Júnior em Juiz de Fora e outra sobre apelos dos aposentados ao ministro da Previdência. Os outros espaços da página são preenchidos com matérias de Cidade.

Cida Andreola explica ainda que a maioria das pautas era destinada à indústria. Mas o comércio também movimentava a economia da cidade. O diferencial era que os dois

setores “andavam de mãos dadas”: a indústria de tecidos era importante já que fomentava o comércio da área na cidade. “Hoje em dia, os comerciantes vão a outras cidades para comprar [malha] no atacado, mas antes era o caminho inverso: as pessoas vinham de fora para comprar aqui”. (APÊNDICE A).

Vale ressaltar também o fato de todas as quatro matérias de Economia serem da redação local. Na edição 17.998, todas as notícias são referentes à instalação da Siderúrgica Mendes Júnior na cidade. Já na editoria de Política, a única notícia local revela a visão de Itamar Franco (mentor do projeto enquanto estava à frente do poder executivo de Juiz de Fora, entre 1968 e 1972) a respeito do empreendimento. O fato teve também uma nota na primeira página. Como o setor industrial da cidade passava por uma longa estagnação, desde a década de 1930, a chegada da siderúrgica seria uma saída para reverter o quadro industrial da cidade e o jornal tratava disso com entusiasmo.

Na página 7, onde Economia divide espaço com Serviço, cinco das oito colunas são destinadas às informações econômicas. As outras três colunas trazem notas sobre os filmes em cartaz na cidade.

O jornal saiu de circulação em 1983, estrangulado pela entrada da *Tribuna de Minas* no mercado editorial de Juiz de Fora. O *Diário Mercantil* já vinha passando por problemas financeiros desde o começo da década de 1980 e perdeu grande parte de seus editores para o novo jornal que circulava na cidade. Outro problema enfrentado pelo *Diário* foi a falta de recursos para investimento.

Mesmo com o fim dos Associados, o *Diário Mercantil* continuou, impulsionado pela permanência de Belo Horizonte no mercado. Até hoje existe o jornal *Estado de Minas*. Éramos subordinados a ele, que fez grandes investimentos em maquinário. Como aqui não se fez o mesmo, o *Diário Mercantil* não resistiu e acabou. (APÊNDICE A).

3.2.2 Gazeta Comercial

Vários jornais que começaram a circular até meados do século XX se intitularam órgãos do comércio, da indústria e da lavoura. Entre eles, vale salientar a *Gazeta Comercial*, pela importância que teve como órgão oficial da Prefeitura na segunda metade do século XX.

O jornal apareceu em 1924 como instrumento noticioso da Associação Comercial de Juiz de Fora. Foi adquirido, décadas depois, por Theo Sobrinho. Passou por sérias dificuldades financeiras na década de 1970, quando o então senador Itamar Franco o comprou, com o intuito de ajudar Sobrinho. (OLIVEIRA, 1981, p. 44). Parou de circular no final daquela década, não sendo mais reativado por Itamar. Começou no formato *standard*, com seis colunas e quatro páginas. Ao longo de sua história, aumentou o número de colunas para sete e, posteriormente, para oito. O número de páginas variava entre quatro e seis e não havia editorias fixas.

A análise da edição 383, de 3 de junho de 1925, a mais antiga arquivada na Biblioteca Municipal Murilo Mendes, mostra que, dos três jornais com designação comercial que circulavam em Juiz de Fora na data, era o mais preocupado em abordar temas econômicos. A primeira página trazia amenidades, cartas de leitores e anúncios. Mas o maior espaço, quatro das seis colunas do jornal, era ocupado com uma matéria sobre a reunião da



Gazeta Comercial de 3 de junho de 1925

Associação Comercial, realizada dias antes, e por uma notícia, enviada do Rio de Janeiro, sobre o valor econômico da palmeira babassú. Diferentemente do *Diário Mercantil* e do *Jornal do Commercio*, já nos anos de 1920, usava títulos para separar e

identificar as matérias publicadas. O jornal também tinha um número bem menor de anúncios que os outros dois.

Na edição 1.779, de 9 de janeiro de 1930, ainda é possível observar o destaque dado para questões econômicas. Das 27 matérias da primeira página, seis são de Economia. Mais de 20% do espaço são ocupados por apenas essa área. Além do café e do câmbio, sempre presentes no noticiário local, a *Gazeta* trouxe notas sobre a Estrada União-Indústria, os impostos, os empréstimos brasileiros e o comércio de produtos primários.

Os demais assuntos, como política, cultura, internacional e cidade dividiram o espaço restante. Em nenhum outro jornal da época, matérias econômicas tinham tanto espaço. A linguagem dessa edição era mais narrativa; já a do *Diário Mercantil* e do *Jornal do Commercio* se caracterizava pelo cunho descritivo.

Na década de 1940, já pertencente a Theo Sobrinho, a *Gazeta Comercial* manteve o enfoque em Economia. Na edição 6.832, de 1º de julho de 1948, por exemplo, cinco das oito notícias da primeira página eram econômicas. Como no *Diário Mercantil*, os reflexos econômicos da Segunda Guerra Mundial também eram destaques no noticiário. Notícias políticas internacionais ainda dominavam as manchetes. Mesmo assim, três das cinco matérias econômicas eram nacionais, sendo que a coluna Comércio divulgava o câmbio de compra, venda e o repasse de moedas européias e sul-americanas, além das cotações do café, açúcar e algodão.

Outro diferencial da *Gazeta* é a linguagem: já nessa época, as informações mais importantes dos comunicados oficiais vinham no começo da notícia e de forma menos pomposa. As matérias enviadas por agências de notícia de grandes centros e internacionais já haviam adotado essa forma no final da década de 1930. Apesar do destaque no foco econômico e na linguagem, o jornal não utilizava os recursos editoriais do *Diário Mercantil*, como a publicação de fotos, por exemplo.



Edições de 9 de janeiro de 1930 e 1º de julho de 1948 da *Gazeta Commercial*

Nos anos de 1950, a *Gazeta* já havia começado a mudar sua linha editorial, dedicando-se mais a assuntos políticos e internacionais. Com o Golpe Militar de 1964, esta área dominou o noticiário do jornal, que acabou perdendo o enfoque econômico. Nessa época, duas páginas da publicação eram destinadas à divulgação das notas oficiais e editais municipais. A *Gazeta* já se configurava como o jornal oficial da cidade.

Na década de 1960, o jornal passou por uma reformulação, mudando a diagramação e se modernizando. Enquanto todas as outras publicações da cidade já eram impressas em rotativas, a *Gazeta* utilizava linotipos. O editor Gylson Guilhon Loures foi o responsável pela modernização do jornal.

Na edição 12.703, de 1º de outubro de 1970, por exemplo, era possível ver que notícias políticas se destacavam das demais. Apenas matérias da cidade disputavam espaço com as desta área. Sobre economia, a utilização da expressão *Cruzeiro Novo* era a única notícia a ocupar a primeira página do jornal, a despeito do domínio que os assuntos econômi-



Gazeta Comercial de 1º de outubro de 1970

cos tinham no começo da circulação da *Gazeta*. Duas páginas da publicação ainda eram destinadas às informações oficiais. Nessa época, a *Gazeta* tinha seis páginas e algumas delas preenchidas com anúncios publicitários. Esportes era a única área que se delineava como editoria, pois tinha espaço fixo e reservado na quarta página do jornal. O ex-editor-chefe da *Gazeta* justifica a ausência de uma cobertura efetiva da economia juizforana.

Nas décadas de 1960 e 70, praticamente não existia jornalismo econômico na imprensa de Juiz de Fora e, muito menos, na *Gazeta Comercial*, que era um jornal de "assuntos gerais". Existiu, no final dos anos de 1970, uma coluna econômica no *Diário Mercantil*, assinada pelo jornalista Mendonça. (APÊNDICE C).

O jornal parou de circular no final da década, sem jamais ter sido dividido em editorias: todos os assuntos vinham espalhados pelas páginas do jornal, inclusive os econômicos, que, além de perder espaço ao longo das décadas de 1950, 1960 e 1970, não conseguiu para si o espaço reservado que o *Diário Mercantil* dedicava à área.

3.2.3 Comercial e Jornal do Commercio

No final do século XIX e nas primeiras três décadas do século XX, Juiz de Fora se preparou para ser a cidade mais desenvolvida de Minas Gerais. Não é por menos que ostentava o título de “Manchester Mineira”, uma alusão à cidade inglesa mais desenvolvida industrialmente. A imprensa local acompanhou de perto o crescimento industrial da cidade.

Nessa época, por volta de 1874, quando o município tinha pouco mais de dez mil habitantes, a cidade chegou a ter 60 publicações noticiosas.

O primeiro jornal de Juiz de Fora a apresentar designações econômicas no título foi o *Comercial*. O jornal começou a circular em abril de 1871, sob a direção de Francisco Mariano Alves. Ficou em circulação até o final daquele ano. Não existem registros fotográficos ou arquivos sobre o jornal. (OLIVEIRA, 1981, p.27).

Em dezembro de 1896, entrou no mercado aquele que seria o primeiro periódico com nome econômico de destaque na cidade. O *Jornal do Commercio* foi o décimo diário lançado em Juiz de Fora e, como outras publicações do País, não se dedicavam à área do comércio, a despeito do nome. O jornal chegou a ser o de maior circulação em todo o Estado de Minas Gerais.

Foi fundado por Vicente Léon Annibal e teve grande influência política. Passou pelas mãos de políticos importantes, como o governador Antônio Carlos Ribeiro de Andrada e os deputados federais João Penido Filho e Francisco Valadares. (OLIVEIRA, 1981, p.28). A edição de 1º de janeiro de 1899, por exemplo, disponível no acervo histórico da Biblioteca Municipal Murilo Mendes, mostra um jornal de quatro páginas, com seis colunas.

As matérias, dispostas na capa, eram dedicadas à divulgação das festas de final de ano realizadas pelas famílias tradicionais da cidade. Mas também abordavam fatos enviados pelos jornais do Rio de Janeiro, então capital federal. No meio da segunda coluna, por exemplo, há a seguinte notícia: “Foi extinta a Inspectoria de Imigração do estado do Rio, e dispensado o pessoal de acordo com a recente lei. Foi também reduzido o pessoal e fixados os vencimentos da comissão de saneamento”.

É visível a diferença entre a forma como a notícia é tratada atualmente e como era naquela época. Apesar de dar destaque para o fato em si (a extinção da Inspetoria de Imigração), a notícia se refere a uma “recente lei” e não a explica.



Edição de 1º de janeiro de 1899 do *Jornal do Commercio*

Os leitores assíduos do jornal poderiam até saber de que lei se trata, mas alguém que lesse o diário sem uma contextualização prévia não entenderia a abordagem. Que lei assegurou a extinção da Inspetoria de Imigração? Por quê? Com que finalidade?

O jornal cessou sua circulação em 1939, quando pertencia à viúva de Francisco Valadares. Apesar de ter saído de circulação antes da reforma editorial do *Jornal do Brasil*, em 1958, que influenciou a diagramação dos jornais brasileiros, são perceptíveis algumas mudanças para melhorar o estilo visual e a leitura.

A presença de títulos, por exemplo, na edição 10.298, de 9 de janeiro de 1930, é um destes avanços. Ficou mais fácil a identificação das notícias, que antes vinham separadas apenas por linhas, antes e depois das matérias. Apesar dos títulos não seguirem o padrão atual

de titulação (um resumo chamativo), só o fato de informar que a nota que o acompanha refere-se ao “novo fiscal da guarda civil” já é importante para o leitor; afinal, ele só lerá essa matéria se for de seu interesse.

Biblioteca Municipal

JORNAL DO COMMERÇIO

DIRECTOR - FRANCISCO VALLADARES

Anno XXXIV Juiz de Fora—Quinta-feira, 9 de janeiro de 1930 Num. 10.298

NOTA DO DIA

Ao dar-se o balanço do quadriennio, ter-se-á de reconhecer ao presidente actual, além de outros serviços, a firmeza com que manteve o seu proposito de comprimir as despesas publicas dentro do seu limite orçamentario. Ao activo do presidente teremos assim de levar os saldos que conseguiu equilibrando os orçamentos.

O equilibrio orçamentario é a condição «sine qua», a base de qualquer restauração financeira.

Sem elle, todas as medidas que possam ser lembradas e praticadas passam a inscrever-se no capitulo dos expedientes, nada sendo possível tentar e conseguir sem aquella base.

A situação do Brasil continúa a exigir os maiores cuidados, a maior vigilância — uma inflexivel disposição de conter a despesa dentro do limite da receita.

E para attender, de algum modo, aos desastres de toda a ordem que se vem accumulando na gestão da fazenda publica, além desse proposito, imprescindivel é que não só haja equilibrio, mas saldos orçamentarios, que possam ir cobrando ou atenuando os «deficits» annuaes

A GUARDA CIVIL TEM NOVO FISCAL DE TURMA

Foi promovido hontem a fiscal rondante de turma da guarda civil desta cidade o antigo fiscal rondante sr. Alcino Carvalho de Medeiros.

A promoção do novo fiscal foi recebida na guarda civil com grande alegria, por ser o mesmo um rapaz de bellas qualidades e de um bonissimo coração.

CARIOQUICES...

De vez em quando vale a pena se ser dactylographa na America do Norte ou em alguns paizes da Europa.

Sim, porque, de vez em quando também, um rico ou um príncipe (este, em geral, russo ou indiano, não sabemos porque) resolve se apaixonar por uma dessas gentis abelhihas da colmeia do commercio.

Pôé, dizem os joranes, mais um desses encontros eccentricos realigados, a pouco tempo, em Agra, Índia.

O príncipe indiano Aga Khan, que além de riquezas sem conta tem extraordinarias manias que muito o popularizaram, casou-se com a sehorita Andréé Carou, filha de modesto negociante, moça sem attractivos e de pequena estatura.

Aga Khan não reparou nesses pequenos defeitos e sentia-se tonado de violenta paixão logo que a viu.

Mas... ha sempre um mas em tudo; o príncipe tem, conforme é permitido aos mussulmanos, varias mulheres que são, naturalmente, lindas e magnificas indianas.

Não estará, dentro em breve, esquecida a nova princezinha?

O anel que o príncipe Aga Khan offereceu á noiva, no dia dos esposaes, vale um milhão de francos.

E' o quanto basta para nos dar uma idéa das fabulosas riquezas do noivo.

Este príncipe além de pôr aos pés da nova esposa um titulo e sua imensa fortuna, não a constrangeu a seguir os ritos mussulmanos na cerimonia do casamento que foi exclusivamente civil.

Seja V. S. previdente

Os desastres são diarios

Em consequencia dos mesmos morrem e ficam invalidas innumeradas pessoas. Siga o nosso conselho, não deixando sua familia na miseria e evitando ficar invalido sem recursos, adquirindo, mediante insignificante importancia, uma nossa applicação contra accidentes pessoais, que lhe dará direito a indemnização, embora o accidente lhe cause apenas uma ferida. Honre com sua vida ou consulte pelo phone 696, a SUL AMERICA TERRESTRES, M. e ACCIDENTES, que tem a mesma administração da SUL AMERICA—seguros de vida. Succursal á rua Baptista de Oliveira, esquina da rua Halfeld.

Dr. João Franca

—MEDICO—

CLINICA EM GERAL

Residência, rua Santo Antonio n. 432, telephone, 838. Consultorio, rua Halfeld, ao lado da Drograria Americana (parte baixa), Telephone, 306 — Juiz de Fora.

Escola de Pharmacia, Odontologia e Veterinaria de Juiz de Fora

Discursão pronunciado pelo paramento deputado João Penido, por occasião da solemnidade de collação de gráo dos recém-gratuados pela Escola de Pharmacia, Odontologia e Veterinaria de Juiz de Fora:

...então, sehoras e meus senhores,

Tenho a impressão de que, á medida que correm os annos mais entusiasmo se apodera do meu espirito, mais alegria invade minha alma quando me encontro em contacto directo com os episodios bellos da vida. em actor ou participe nas scenas elevadas e dignas que a nobilitam e lhe illuminam o proscenio.

Nesta confortadora festa da intelligencia, de consagração familiar, a minha emoção é suave, daquellas que, á maneira do ar puro, vivificante das montanhas, fazem bem ao coração; esfumam as funcções celebras, convidam á meditação serena e a pensamentos de physiosophia christã, de reflexão tranquilla e bemlizeja sobre a bondade humana, sobre o temperamento generoso da mocidade, e sobre os deveres da gratidão.

E' sob o jugo agradável deste sentimento, doce para as almas que delle são captivas, que me dirijo ao jovens, tão gentis, que se lembram, num gesto de des-

Primeira página do *Jornal do Commercio* de 9 de janeiro de 1930

Em relação aos primeiros números, outra mudança, visível na edição 10.298, é a publicação do editorial do diretor do jornal, Francisco Valadares. Um ponto relevante a ser ressaltado é o fato do editorial, publicado na primeira coluna com a denominação de “Nota do Dia”, tratar de assuntos econômicos. Aliás, era uma crítica à política econômica do governo de Washington Luis.

Ao dar-se o balanço do quadriennio, ter-se-á de reconhecer ao presidente actual, além de outros serviços, a firmeza com que manteve o seu proposito de comprimir as despesas publicas dentro do seu limite orçamentario. (...) Talvez para que se não dissesse que devendo a sua ascensão á iniciativa mineira, favorecia Minas, o presidente teve por seu primeiro cuidado a suspensão de todas as obras federaes no Estado de Minas, mesmo as contratadas mandando parar todos os prolongamentos ferroviários.

Francisco Valadares, como deputado federal, buscava benefícios para o Estado de Minas, mais especificamente para a região da Zona da Mata. O que ele critica é justamente o fato de o presidente da República ter cessado os investimentos no estado a fim de diminuir o déficit público federal.

É evidente ainda a presença da linguagem pomposa, bem diferente da falada nas ruas da cidade. Um exemplo é o uso da forma mesoclítica do verbo *ter* no futuro (*ter-se-á*). Essa característica da linguagem está presente em todo o jornal, inclusive nos anúncios publicitários.

O acesso ao *Jornal do Commercio* da década de 1930 é difícil, assim como ao *Diário Mercantil*, devido à escassez de exemplares dessa época, resultante do aumento do preço da assinatura, o que forçou a Prefeitura a cessar a compra dos jornais para arquivamento.

3.2.4 Tribuna de Minas

Em setembro de 1981, começou a circular regularmente, na cidade, o jornal *Tribuna de Minas*. A primeira edição circulou gratuitamente em agosto daquele ano. O periódico é de propriedade da empresa de comunicação editorial e radiofônica Grupo Solar, cujo diretor-presidente é Juracy Azevedo Neves. A primeira edição da *Tribuna* tinha Ivanir Yazbeck e Eloísio Furtado como editores.

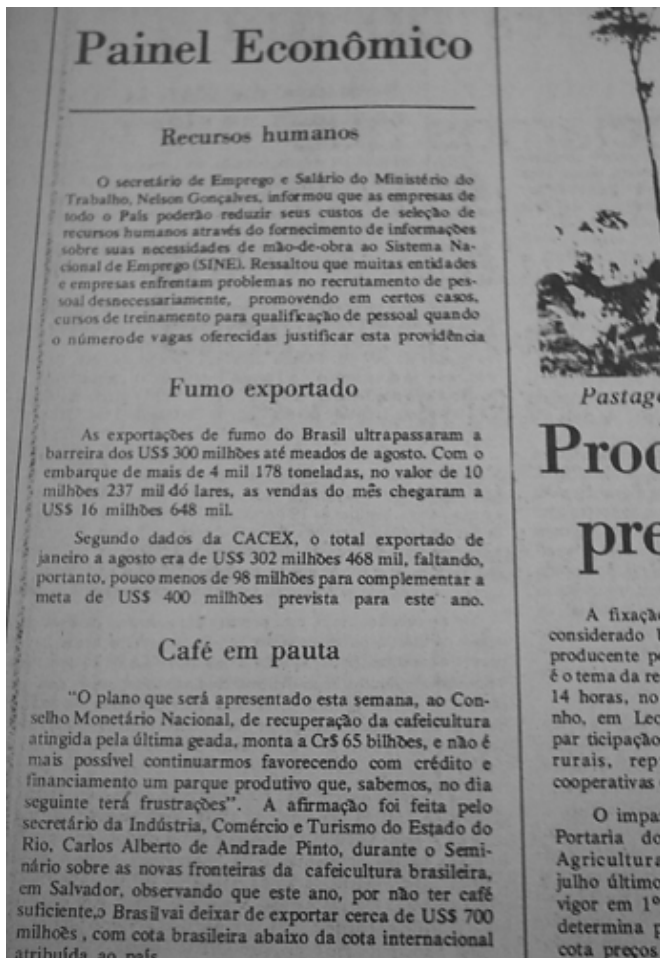
Quando começou a ser comercializada, a *Tribuna* contava com 24 páginas, incluindo os Classificados. Duas páginas eram dedicadas à editoria de Economia. Apesar de não fazer qualquer referência à área econômica no nome, o periódico é o que melhor retratava – e ainda retrata – a economia de Juiz de Fora.

Cida Andreola foi editora de Economia do jornal ainda na primeira metade da década de 1980. Ela conta que desde a criação do jornal, diferentemente do que era feito por ela quando ainda era editora do *Diário Mercantil*, a área de Economia da *Tribuna* contava com matérias nacionais e internacionais, enviadas pela *Agência Jornal do Brasil* e pela *Associated Press*. “Na *Tribuna de Minas* a gente usava mais do noticiário nacional, porque eram duas páginas para Economia e havia insuficiência de repórteres. Mas era tudo muito bem selecionado”. (APÊNDICE A).

Uma evolução da cobertura econômica era a presença, desde a criação do jornal, de uma coluna de economia, intitulada “Painel Econômico” e mantida por Tadeu Hauck. O espaço era dedicado às matérias oriundas, principalmente, de *releases* institucionais e governamentais. Em sua maioria, as informações se referiam a dados importantes divulgados na grande imprensa, mas que não tinham espaço garantido no jornal, devido ao reduzido espaço dedicado à Economia. A linguagem era bastante jornalística, sem a presença de adjetivos, comuns nos textos de colunas.

Mais tarde, Ismair Zaghetto assumiu o colunismo econômico, criando a “Agenda Econômica”. Ao contrário de Hauck, Zaghetto fazia uso de adjetivos e abordava fatos econômicos relacionados com a economia de Juiz de Fora. Um assunto de cunho nacional só tinha espaço em sua coluna se afetasse diretamente a vida dos empresários e leitores da Cidade. A coluna do dia 3 de janeiro de 1996, por exemplo, trazia como primeira matéria a construção de uma nova instalação do supermercado juizforano Bahamas. Nela, é possível perceber a presença do adjetivo “metuculoso”, além do fato de ser intimamente ligada com Juiz de Fora.

Meticuloso na sua programação de trabalho, o Bahamas inicia 96 com atenção concentrada na esquina da Rio Branco com avenida Brasil, onde dá partida no seu maior projeto atual: a construção de uma unidade projetada como referência no Estado em termos de automatização.



Coluna “Painel Econômico”, da segunda edição da *Tribuna*, de 2 de setembro de 1981



“Agenda Econômica” de 3 de janeiro de 1996

O colonismo econômico foi bastante importante, em âmbito nacional, na década de 1970, pois, por meio dele, os jornalistas tinham a oportunidade de “ensinar” economia para os leitores. Todos – inclusive os próprios jornalistas – eram leigos em economia, por isso se atinham à explicação de termos e de como variações na inflação ou no PIB afetavam o dia-a-dia das pessoas. Mas esse cunho pedagógico não esteve presente, em nenhum momento, no colonismo de economia da *Tribuna*.

Isso é justificável pelo fato de os leitores já estarem acostumados com o linguajar econômico. Afinal, o didatismo da década de 1970 foi suficiente para iniciar os leitores na linguagem econômica. Além disso, o *Diário Mercantil* já tinha uma área reservada à economia, logo, os leitores já tinham tido um contato com o setor.

Mesmo com os recursos de agências de notícias, desde o começo do jornal, a Economia fazia uso de “calhaus” – notícias de outras editorias – para completar a diagrama-



Edição de 1º de setembro de 1981 da *Tribuna de Minas*

ção da página. Na edição número um, por exemplo, a página econômica trazia a notícia sobre a eleição da diretoria do sindicato de jornalistas da cidade. Aliás, utilização de matérias diversas era comum até recentemente, na *Tribuna*. Ainda no ano 2005, era possível encontrar notícias de Cidade espalhadas pela editoria de Economia.

Na década de 1990, a *Tribuna* inseriu, paralelamente à coluna assinada por Ismair Zaguetto, em

uma das duas páginas dedicadas à Economia, outra coluna, na qual vinham os indicadores econômicos da economia nacional. O real já havia se fixado como moeda estável no mercado internacional e, além de sua cotação, a coluna trazia variações na inflação, na poupança, nos impostos e nas principais bolsas de valores mundiais.

Desde o começo da sua circulação, a *Tribuna* tinha o intuito de oferecer aos seus leitores não só informações locais. O jornal também queria que os assinantes tivessem idéia do que acontecia no Brasil e no Mundo a partir do próprio periódico. A coluna “Indicadores Econômicos” cumpria bem o papel de informar a respeito da economia nacional e internacional, dentro do que, a princípio, interessaria aos empresários e investidores da cidade, como os índices das bolsas de valores e a cotação cambial.

Indicadores Econômicos

REAL
2,780,00

DÓLAR
1,000,00

DÓLAR
6,272,00

DÓLAR
6,400,00

TAXAS MENCIONADAS

LICENÇA DE LOCALIZAÇÃO - 1995

ATIVIDADES

INDICADORES

INFLAÇÃO

IMPACTO

CONTRIBUIÇÕES AO INSS

Coluna “Indicadores Econômicos” da edição 934 de 2 de janeiro de 1996

A análise da edição 934, de 2 de janeiro de 1996, mostra que o jornal já começava uma cobertura, mesmo que incipiente, do comércio e do setor de serviços da cidade. Notícias sobre esses setores enviadas por agências de notícias nacionais eram freqüentemente publicadas. O foco único em tributação, agropecuária e indústria já dava lugar a outros temas. Na segunda página do jornal, na parte de Editorial e Notas, por exemplo, havia duas notas sobre o funcionamento do comércio e seu faturamento com as vendas relacionadas às festas de final de

ano. Mas a ligação com o setor industrial ainda era muito forte, nessa época, no jornal. As três primeiras edições de 1996 da *Tribuna*, por exemplo, traziam chamadas de capa, comentários nas colunas política e social e matérias especiais sobre a vinda da Mercedes-Benz para a

□ **Movimento**

O comércio não funciona hoje. Em decorrência de um acordo entre patrões e empregados, e para compensar as horas extras trabalhadas no fim do ano, o movimento só volta ao normal amanhã. Os bancos, que estão fechados ao público externo desde quinta-feira, reabrem hoje.

□ **Cobrança**

O comércio passa, agora, a fazer as verdadeiras contas do fim de ano. É que na semana que vem (em decorrência dos que compraram mais cedo) começam a vencer as primeiras prestações de compras de fim de ano. No ano passado o número de inadimplentes foi grande, mas todos apostam que desta vez, em decorrência da estabilidade econômica, quem comprou à prestação tem dinheiro para honrar o débito.

Tribuna de 2 de janeiro de 1996

cidade. Nem mesmo a instalação da Siderúrgica Mendes Júnior, coberta enfaticamente pelo *Diário Mercantil*, teve tanto espaço em periódico local como a vinda da montadora alemã.

O entusiasmo com o qual era tratado o fato também é relevante. A vinda da Mercedes-Benz era enfocada como a salvação para o setor industrial juizforano, que há anos



não apresentava crescimento significativo. As chamadas de capa da editoria de Economia das edições 934 e 935 comprovam essa idéia.



Chamadas para a editoria de Economia. *Tribuna de Minas* de 2 e 3 de janeiro de 1996

A *Tribuna de Minas* continua circulando pela cidade e tem a preferência editorial dos leitores de Juiz de Fora. O número de páginas dedicadas à Economia, assim como a outras editorias, variam de edição para edição, dependendo da quantidade de material apurado. Normalmente, Economia conta com uma página, dividida com notícias locais, nacionais e internacionais.

3.2.5 Jornal Panorama e Diário Regional

Outros dois jornais que circulam na cidade e que tinham – ou têm – relação com o jornalismo econômico são o *Jornal Panorama* e o *Diário Regional*. O primeiro começou a

circular no final de novembro de 2003, sob a presidência do empresário Omar Peres e edição-geral de Fritz Utseri. Assim como a *Tribuna*, o *Panorama* integra uma rede de empresas de comunicação, a Organização Panorama.

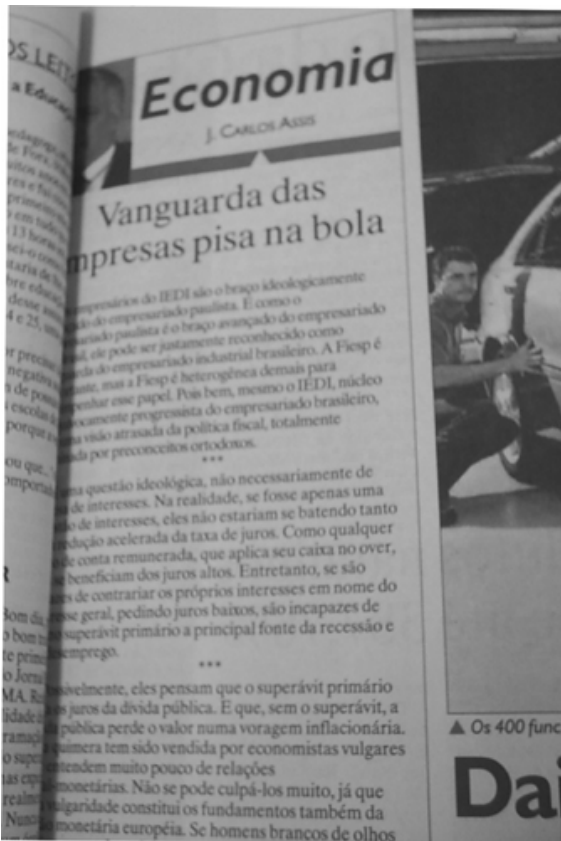
Quando foi criado, o jornal almejava inovar o setor editorial de Juiz de Fora, oferecendo aos leitores um periódico no nível dos de circulação nacional, como *O Globo* e *Jornal do Brasil*. A primeira edição, por exemplo, de 30 de novembro de 2003, tinha 85 páginas, incluindo os Classificados. Só a editoria de Economia ocupava seis páginas do jornal. A área tinha como editora-chefe a jornalista Lucimar Brasil e as repórteres Ana Cristina, Cristiane Barreto e Vivian Soares como colaboradoras fixas.



Página de Economia do *Jornal Panorama* da edição número dois, de 2 de dezembro de 2003

A edição de 2 de dezembro de 2003, por exemplo, tinha quatro páginas dedicadas à Economia. O jornal já não favorecia, primordialmente, o setor industrial, como era feito por outros periódicos anteriores a ele. Naquela edição, uma matéria de serviços dividia a página com outra de indústria. Vale ressaltar que não era uma notícia sobre indústria metalúrgica ou têxtil e, sim, uma nova área que se salienta no cenário juizforano: fármacos e química fina.

O jornalismo econômico da *Tribuna de Minas* “foi escola” para o realizado no começo do século XXI em Juiz de Fora. Assim como



Coluna “Economia” de 1 de dezembro de 2003 do *Jornal Panorama*

aquele jornal, o *Panorama* trazia uma coluna, intitulada “Economia”, assinada por J. Carlos Assis, e outra com os “Indicadores Econômicos”, com índices e abordagens idênticos ao da *Tribuna*, na década de 1990. Assis também fazia uso de adjetivos, caracterizando um colunismo bem próximo ao social, com críticas de conduta de empresários, por exemplo.

A coluna de 1º de dezembro de 2003 trazia como título “Vanguarda das empresas pisa na bola”, em crítica à eminente falência da Mercedes-Benz Juiz de Fora. Apesar dos pesados investimentos financeiros, o *Jornal Panorama* não obteve o sucesso esperado. Já

em 2004, o jornal passou por profundas reformulações e teve a maioria de seus jornalistas demitidos. Todas as áreas do jornal foram afetadas, e Economia não foi diferente. Atualmente, o setor sequer tem página exclusiva no jornal. Quando há informações econômicas, elas são distribuídas nas páginas de Cidade ou Nacional, de acordo com sua abrangência.

O *Diário Regional* começou a circular em 12 de julho de 1994. No começo, o jornal chegou a dedicar quatro páginas à Economia, sendo duas à área agropecuária. Como sua criação coincidiu com a decisão de instalação do Distrito Industrial II na cidade, o jornal dedicou algumas edições ao fato.

A cobertura jornalística do *Diário Regional*, atualmente, é bastante precária, bem como os recursos editoriais, já que a publicação é toda em preto e branco. Grande parte das matérias divulgadas no jornal é oriunda de assessorias de imprensa e agências de notícias e



Páginas de Economia do *Diário Regional* de 28 de setembro de 2007

não sofrem sequer alteração para publicação. A editoria de Economia ainda conta com duas páginas, mas costumam ser preenchidas apenas com “calhaus”. A edição de 28 de setembro de 2007, por exemplo, mostra isso. Apenas uma das oito matérias publicadas no espaço de economia trata da área.

4 TRIBUNA DE MINAS: UM ESTUDO DE CASO DO JORNALISMO ECONÔMICO ATUAL EM JUIZ DE FORA

Como foi dito no primeiro capítulo, atualmente, em Juiz de Fora, não circula jornal com nome ou cunho essencialmente econômico. Dos três periódicos em atividade no mercado editorial da cidade, um não tem editoria de Economia – *Jornal Panorama* – outro dedica duas páginas, preenchidas com releases ou com matérias de Cidade e Política – *Diário Regional* – e o terceiro é o que faz a cobertura mais eficaz da economia da cidade – *Tribuna de Minas*.

Porém, tomando a complexidade da economia juizforana, como mostrado no capítulo dois, essa eficácia pode ser questionada. Até o começo do século XXI, a *Tribuna* destinava duas páginas diárias à Economia. Uma delas era dedicada à publicação de fatos genuinamente nacionais e a outra tinha enfoque local. Atualmente, a editoria tem apenas uma página fixa, podendo chegar a duas, de acordo com a abrangência do noticiário do dia.

A diminuição do espaço econômico no jornal afetou o número de notícias da área publicadas. Entre 15 e 29 de julho e 1º e 14 de outubro de 2000 (Anexo I), por exemplo, Economia teve cinco manchetes, 56 chamadas de capa e 236 matérias publicadas, no total. No mesmo período, em 2007 (Anexo II), a editoria esteve presente em duas manchetes, 42 chamadas de capa e 104 notícias publicadas, entre nacionais e locais, que dividiam a mesma página.

Mas um fator é relevante: apesar da perda de espaço, o noticiário econômico parece mais eficiente, do ponto de vista da abordagem local. Enquanto no período analisado em 2000, 107 notícias eram locais e 129 nacionais, em 2007, esse perfil se inverteu: 69 matérias eram locais e 35, nacionais.

4.1 EDITORIA DE ECONOMIA DA TRIBUNA DE MINAS

“O nosso maior mérito é trazer para as páginas de Economia avaliações de trabalho, empresas, fatos macroeconômicos, enfim, coisas que o cidadão não tem acesso em lugar nenhum.” (APÊNDICE B). Essa é a justificativa da atual editora de Economia do jornal, Luciane Faquini, para o jornalismo econômico veiculado pelo jornal. Como ela mesma justifica, a cobertura da macroeconomia nacional pode ser encontrada em outros veículos noticiosos de abrangência nacional que circulam pela cidade. Já informações sobre empresas, serviços e agropecuária juizforanos só seriam publicadas por jornais ligados à cidade.

Com esta visão, a *Tribuna* aboliu grande parte do espaço que dedicava à publicação de matérias nacionais. Mesmo porque as notícias veiculadas sofriam poucas modificações, quando chegavam das agências de notícias. Até a página destinada à economia local era fortemente influenciada pelas pautas nacionais. Os assuntos ganhavam uma contextualização juizforana, mas grande parte do que era publicado referia-se a dados nacionais. Uma prova desse vínculo estreito com o noticiário nacional é o fato de, no período analisado em 2000, apenas duas matérias terem sido assinadas pela reportagem local.

Este tipo de jornalismo econômico já vinha sendo posto em prática desde a época que Cida Andreola foi editora da área, na primeira metade da década de 1980. Como ela mesma revela, “o telex mandava a pauta, a partir disso, fazíamos uma matéria com enfoque local. (...) E, quando, mais tarde, chegava da agência o material completo sobre o assunto, a gente selecionava o que ia ser colocado junto ao texto”. (APÊNDICE A).

Atualmente, há uma preocupação com o cunho local nas matérias. Tanto que na segunda quinzena de julho e primeira de outubro, mais do dobro das notícias publicadas eram voltadas especificamente para Juiz de Fora – 35 nacionais contra 69 locais. Além disso, outra amostra dessa preocupação com o local é o fato de oito matérias do período terem sido

assinadas pela reportagem local. Ou seja, a editoria de Economia está mais preocupada em criar pautas pelo cenário econômico da cidade, não necessariamente apenas quando há alguma pauta de agências de notícias.

A informação local é prioritária. Não existe uma descontextualização do que acontece aqui e lá fora. A partir do que está acontecendo no país, buscamos angulações locais para mostrar para o juizforano como está a realidade dele. Isso é nossa prioridade. Como o universo é pequeno, temos que ter uma prioridade editorial. O micro é sempre mais importante. (APÊNDICE B).

Quando ainda contava com duas páginas fixas, Economia tinha uma presença bem maior de “calhaus” e publicidade que a apresentada hoje em dia. Na segunda quinzena de julho e primeira de outubro de 2000, foram contabilizados 39 anúncios publicitários, notas de falecimento e agradecimento, editais públicos, convocações e avisos empresariais. No mesmo período de 2007, esse número caiu para 30.

A edição de 1º de setembro de 1981 (v. Capítulo 1) trazia, inclusive, uma matéria sobre a eleição no sindicato de jornalistas. No dia 18 de

julho de 2000, uma notícia sobre curso para servidores municipais também foi publicada em Economia, apesar de não ter relação com a área. Recentemente, essa prática, de se inserir em Economia matérias que não tinham espaço em outras páginas do jornal, foi abolida na *Tribuna*. Quando a página não é fechada com notícias locais, “temos coisas acontecendo no país que servem de subsídio para a gente não deixar o leitor carente de informação naquele dia”. (APÊNDICE B).



Exemplo de página de Economia fechada com anúncio publicitário. *Tribuna* de 8 de outubro de 2000

A publicação de “calhaus” era um problema enfrentado pela editoria de Economia logo em sua criação em todo país, como mostra Suely Caldas (2002) e Aylê-Salassié (1987). Com o passar do tempo e a consolidação da cobertura econômica, esta dificuldade foi superada e, em nível nacional, as páginas de Economia – que captam bastante recurso em publicidade, por tratarem diretamente com empresas e setores produtivos – passaram a ter espaços distintos para notícias e publicidade.

Colunas assinadas foram abolidas do jornal. “Não ter colunista é uma política da empresa. Em qualquer área, não só em Economia. Tem colunista que não entende que coluna é uma coisa que tem que estar ali, naquele espaço, naquele horário. O jornal hoje não abre espaço para colunista”. (APÊNDICE B).



Coluna “Tribuna de Empregos” de 5 de outubro de 2007

Até meados dos anos 2000, a coluna “Agenda Econômica” circulava, assinada por Ismair Zaguetto. O espaço gráfico aberto pela saída da coluna é preenchido agora pela “Tribuna de Empregos”. Esta coluna publica, semanalmente, às sextas-feiras, um apanhado de concursos públicos, lançados tanto na cidade quanto no País, e as opções de empregos especializados disponíveis no Sine. A coluna “Indicadores Econômicos” foi deslocada para a página de Serviços, mas continua

sendo publicada nos moldes de quando foi criada. A presença de seções fixas, mesmo que não sejam colunas assinadas, “são úteis porque fixam no público a percepção de que o veículo está entregando aquilo a que se propõe”. (BASILE, 2005, p. 147).

Sobre o tema empregos, vale ainda mencionar que nas edições da primeira quinzena de julho e segunda de outubro de 2007, oito notas se referiam a concursos, lançamentos de editais e divulgação de resultados. Algumas vezes, como no dia 14 de outubro, o gabarito oficial da prova foi publicado na página de Economia. Para explicar essa importância dada à área da prestação de serviços, Faquini distingue os perfis de leitores assinantes e de banca, e explica o interesse destes últimos por assuntos que dizem respeito a questões mais práticas da microeconomia.

O leitor assinante é aquele com formação de nível superior, que tem conhecimento dos ciclos econômicos. O leitor de banca, por outro lado, quer saber sobre concursos, trabalho ou oportunidades de emprego. Ele é do tipo que só vai comprar o jornal se tiver alguma coisa que, para ele, tenha importância. O que interessa, por exemplo, é o valor e o dia de começar a pagar IPTU. Ele quer saber do cotidiano. Como não é fiel, não tem prática de ler economia e conhece pouco profundamente essa área. Então, se interessa por poucos assuntos, principalmente aqueles que mexem com o bolso dele. (APÊNDICE B).

O jornalismo econômico se transformou, depois de 1994, na era pós-Plano Real, assim como a economia. A cobertura ficou mais técnica e analítica. (FRANCO, 2001). A jornalista e editora de Economia da *Tribuna de Minas* na década de 1980, Cida Andreola, admite que “os jornalistas aprendiam fazendo. Não cheguei a fazer nenhuma disciplina de economia na faculdade. Era a própria experiência que ensinava”. (APÊNDICE A).

Isso corrobora as palavras da atual editora da área no jornal: “Houve um tempo que Economia era “chutômetro”. Conheço pouco, mas, desde que comecei a trabalhar na área, percebi as coisas que acontecem ao longo do processo. Cada vez mais, procuramos ser mais técnicos e rigorosos com o tratamento da informação”. (APÊNDICE B). Luciane Faquini é especialista em História Econômica e já fez vários cursos de formação econômica, inclusive na Bolsa de Valores de São Paulo.

A tecnicidade citada por Gustavo Franco (2001) não está ligada à dificuldade de linguagem. Pelo contrário, o crescimento do jornalismo econômico fez com que ele se libertasse do temido “economês” dos anos de 1960 e 1970. Sobre as dificuldades de lidar com o academicismo e a tentativa de fugir dele, Faquini esclarece:

Tinha muita preocupação com isso mais no início. Hoje tenho menos. A cada dia estou mais convencida de que quem lê Economia é quem gosta. Eu não sei se é um defeito meu. Acredito que existe um espaço para chamar o leitor para a área. Existem assuntos que mexem com o bolso, como a poupança render mais que fundos de renda fixa. Como a maioria das pessoas que tem dinheiro na poupança vai ler, então nos preocupamos em dar uma matéria mais explicativa, mais leve. Em contrapartida, não posso publicar uma matéria de negócios muito explicativa, senão vai precisar de duas páginas do jornal! Apesar de ter menos preocupação com o economês hoje, sei que temos que nos policiar, senão caímos até nas pequenas coisas. (APÊNDICE B).

“Em jornalismo econômico, o texto, com frequência, se não for bem tratado, fica muito burocrático”. (BASILE, 2005, p. 121). Um dos aspectos que deixavam a desejar na cobertura econômica feita na época de Cida Andreola eram as matérias institucionalizadas, afastadas do cotidiano e do universo dos leitores. Ela se defende: “O espaço da Economia era muito pequeno. Então, ficava muito difícil trabalhar a matéria. Por isso, era muito raro ter uma matéria com cunho mais humano. Era o fato, a repercussão e só”. (APÊNDICE A).

A burocratização é denunciada por diversos estudiosos da área. Ela ainda é responsável pela consideração do jornalismo econômico como um assunto “árido e chato”, como observa Sidnei Basile. Mas ele próprio explica que “não há notícias chatas. Há matérias chatas, escritas por repórteres e editores chatos para publicações chatas”. (2005, p. 16). Para José Antonio Sarcinelli (2006), a humanização das pautas seria a solução para o jornalismo econômico cumprir sua missão de informar e formar opinião, no caso, econômica.

Até recentemente, a *Tribuna* costumava seguir a linha editorial adotada por Cida Andreola. Nas edições analisadas de 2000, por exemplo, as fontes ouvidas eram institucionais, ou seja, pessoas ligadas às empresas da área sobre a qual a notícia tratava. Esta é uma forma semelhante ao release. Porém, algumas mudanças têm sido fundamentais no

sentido de aproximar o leitor, tanto o assinante quanto o de banca, do que é veiculado. Sobre esse assunto, Luciane Faquini diz:

Damos o jornalismo empresarial, mas uns 70% das nossas pautas são voltadas para o cidadão. Procuramos abordar a parte de serviços para o leitor. Por exemplo, se vale a pena ou não comprar. Na matéria deste fim de semana [15/09/2007], identificando o crescimento da construção civil, uma nova angulação, além do próprio crescimento, é o mercado virando alvo do investidor que não compra o imóvel mais só para morar, mas também para transformá-lo em um negócio, pela valorização do setor na cidade. Então, nessa matéria, damos informação para que a pessoa possa decidir se entra nesse negócio ou não. Isso para mim é humanizar: ajudar o leitor, no sentido de orientar se é bom comprar e como tomar cuidado. Procuramos sempre fazer isso, senão a notícia de economia perde a razão da sua existência. A exceção é quando a informação é, em essência, empresarial. (APÊNDICE B).

<p>PRIMEIRO CADERNO</p>	<p>ATÉ O FINAL DO ANO</p>
<p>Opinião - Painel - Editorial - Charge - Artigo - Cartas Política Economia Esportes Geral Serviços - Previsão do tempo/Fases da lua - Horários de vôos - Indicadores - Cesta básica - Feiras livres - Farmácias - Obituário - Loterias - Feira de alimentos naturais - Utilidades domésticas - Informática - Seu dinheiro - Seus direitos - Defesa do consumidor Seções - Seu Bairro - Vida urbana - Flagrante - Cidade solidária</p>	<p>Mercado sinaliza queda de 20% no preço de usados</p> <p><i>Mônica Calderano *</i> <i>Repórter</i></p> <p>Dois mil e sete já faz parte da história do mercado de veículos. A indústria bate recordes no país, e nunca se vendeu tanto carro zero. Do ano passado até agora, as concessionárias locais computam aumento de até 40% nas vendas, e o volume de emplacamento de veículos novos não pára de crescer no Detran. Em um único dia, chegam a ser 80. Tanta pujança, no entanto, tem efeito direto em outro mercado: o de carros usados. As concessionárias de Juiz de Fora já sentem os efeitos da migração do cliente, seduzido por baixas taxas de juros, parcelamentos de até 84 meses e preços relativamente baixos na compra de um zero quilômetro. Como reação à concorrência, o mercado espera uma queda de até 20% no valor dos usados nos próximos meses.</p> <p>A hora é essa, portanto, para quem quer trocar seu veículo usado por um recém-saído das fábricas. "É um bom momento para vender, já que os preços ainda não caíram muito. E, de certa forma, é também hora para comprar seminovos, porque tem muita oferta no mercado. Está mais fácil negociar", garante o diretor do Center Car, Demétrius Miranda. Ele, que representa as mais de 40 lojas de veículos do shopping, reconhece a necessidade de ajuste no mercado, mas acha que o movimento acontecerá devagar. "Talvez desvalorize uns 10% nos próximos seis meses, e chegue a 20%, mas não de imediato", avalia. Segundo ele, apesar de 2007 estar sendo um ano de bons resultados também na venda de usados, setembro foi um mês ruim. "Por causa das boas condições e das garantias de fábrica, os clientes estão dispostos a esperar até quatro meses para receber um carro zero. Por isso, o ajuste de preços é natural e necessário."</p> <p>Espera A professora Alice Queiroz Frascaroli é uma das clientes que comprou, mas ainda não levou. Há 45 dias, ela espera ansiosamente por seu Fox Route 1.6, zero quilômetro, que ainda não chegou às suas mãos devido a atrasos na fábrica. "Dei um sinal de cerca de 20% do valor no final de agosto, e a promessa da concessionária era de que ele chegaria em 30 dias. Tinha outras opções, mas escolhi este pois teria direito a itens como ar condicionado, mp3 e rodas de liga leve." Cláudia de Souza, também professora, sabe deste risco, mas está decidida a trocar seu carro, de 2003, por um zero quilômetro. "Algumas concessionárias estão pedindo 40 dias, mas eu não vou importar se tiver que esperar. As condições estão muito boas", diz ela, referindo-se a taxas de juros e prazo para pagamento. A favor do carro novo, ela considera também a garantia de ter o veículo em boas condições por mais tempo. "As prestações estão muito próximas da dos usados, e a gente ainda economiza em manutenção." Um orçamento feito por uma concessionária da cidade, a pedido da Tribuna, mostra que, de fato, a diferença não é grande. Um modelo popular, básico, zero quilômetro, sai por cerca de R\$ 24.990 ou 60 parcelas de R\$ 592. O mesmo carro, ano 2004, em bom estado, custa R\$ 19 mil, ou 60 vezes R\$ 462.</p>
<p>CADERNO DOIS</p>	
<p>Matérias Cesar Romero Confira - Cinema - Shows - Teatro - Exposições - Dicas - Nos arredores Na TV - Filmes - Novelas - Programação - Canal Zap</p>	<p>Supervalorização encalha seminovos O publicitário Fernando Henrique Corrêa teve sorte. Ele já está com seu Pálio zero, comprado no final de setembro. Ele conta que procurou um modelo entre os usados, mas as vantagens do veículo novo o fizeram mudar de idéia, mesmo se tratando de seu primeiro carro. "A prestação muitas vezes ficava próxima à do zero, e, neste caso, ainda tenho a garantia de um ano e possibilidade de parcelamento em 60 vezes, sem entrada."</p>

Notícia publicada no dia 14 de outubro de 2007 na seção de Economia do site da *Tribuna de Minas*

Para ilustrar essa tentativa, que vem se mostrando eficiente no noticiário da *Tribuna*, apesar de não ser diária, vale analisar a matéria da edição de 14 de outubro de 2007, retirada do site do jornal. A matéria trata do mercado de carros novos que está em expansão, a despeito do de carros usados, que se retrai. Para fazer isso, a repórter Mônica Calderano, colaboradora assídua da editoria de Economia, ouviu três pessoas a respeito de suas experiências com a compra de carros novos ou usados. Duas são professoras e outro publicitário. Com esse recurso, usual e obrigatório no jornalismo, a matéria ficou muito mais próxima da realidade de eventuais compradores de veículos novos.

Como diz Gustavo Franco (2001), “jornalistas não devem virar economistas. Basta que ouçam de preferência os dois lados. A verdade dos fatos nada mais é que um equilíbrio entre versões”. Ou, como fez a repórter, o equilíbrio esteve em ouvir pessoas envolvidas recentemente com o assunto em pauta.



Página de Economia da *Tribuna de Minas* do dia 15 de julho de 2007

“Fazíamos bastante matérias especiais de tributação, agropecuária para o fim de semana. Na sexta-feira, a página de domingo era fechada, por causa dos especiais”. (APÊNDICE A). O uso de especiais não se mostrou freqüente nas edições analisadas do ano 2000. Entretanto, atualmente, matérias especiais têm sido bastante usadas, principalmente, nos fins-de-semana. O aumento do número de matérias assinadas pela reportagem local, recentemente, a des-

peito das únicas duas encontradas nas edições do ano 2000, deve-se, aliás, ao fato da maior presença de matérias especiais na Economia. Três finais de semanas seguidos, entre os dias 15 e 29 de julho de 2007, tiveram matérias especiais que ocupavam a página inteira, sobre estágio remunerado, biocombustível e exportação.

Estas matérias usavam diversos recursos visuais. Todas tinham fotos ou gráficos/figuras. Além disso, as três matérias especiais faziam uso de retrancas, com subtítulos que indicavam a ampla cobertura dada ao assunto. A edição de 22 de julho de 2007, por exemplo, tratava da retração das exportações juizforanas. A matéria se preocupou em mostrar, tanto o ponto de vista da indústria, quanto de serviços e agropecuária. Já o especial sobre a inserção da Zona da Mata no mercado do biocombustível trazia um box, na parte inferior da página, explicando o que é o biodiesel e suas diferenças para o combustível comum.

Economia

Alternativa ecológica

Zona da Mata entra na rota do biocombustível

Região já é alvo de projetos que visam ao desenvolvimento desta fonte de energia renovável; Fiang tem proposta específica para biodiesel

Apostas impulsionam e desenvolvem a região

Para a Zona da Mata, o biocombustível é uma alternativa ecológica e renovável, que pode gerar empregos e renda para a população local. A região já é alvo de projetos que visam ao desenvolvimento desta fonte de energia renovável. A Fiang tem uma proposta específica para biodiesel.

Primeira usina inicia atividades em setembro

Com o objetivo de produzir o primeiro biodiesel brasileiro, a primeira usina de produção de biodiesel do Brasil já iniciou suas atividades em setembro. A usina, localizada em Minas Gerais, produzirá o primeiro biodiesel brasileiro a partir de óleo de soja.

Biodiesel

O biodiesel é um combustível produzido a partir de fontes renováveis, como a soja, o milho e a canola. Ele é considerado uma alternativa ecológica e renovável para o diesel comum.

Seja TÁRIO

Jf sente queda do dólar, e exportação retrai 13%

Cidade ocupa 14º lugar no ranking de Minas; importações, por sua vez, chegaram ao dobro, criando déficit de US\$170 milhões

A queda do dólar afetou a exportação de produtos mineros, que retraiu 13% em julho. A cidade ocupa o 14º lugar no ranking de Minas. As importações, por sua vez, chegaram ao dobro, criando um déficit de US\$170 milhões.

OS MAIORES EXPORTADORES DA ZONA DA MATA

VICÓLIA	JUÍZ DE FORA	MURILLO
CATAGUASES	MARABÁ	POÇÕES NOVA

Qualidade é diferencial para ganhar mercado

Associação de produtores de leite de Minas Gerais aponta que a qualidade é o diferencial para ganhar mercado.

Namoro com o mercado externo

Produtores de leite de Minas Gerais estão se preparando para o mercado externo.

18º FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA CRONICA BRASILEIRA E MÚSICA ANTIGA

15.28

HOJE

AMANHÃ

Edições da editoria de Economia da *Tribuna de Minas* dos dias 22 e 29 de julho de 2007

Aylê-Salassié (1987) e Suely Caldas (2002) denunciam a interferência do governo nas escolhas de pautas de Economia, principalmente depois do Golpe Militar de 1964, desde quando Economia ganhou força e espaço no noticiário nacional, impulsionado, justamente, pela divulgação de dados econômicos com o intuito de mascarar a realidade política. Contudo, vale salientar que, em Juiz de Fora, as assessorias do governo não interferiam, de forma clara e visível a todos, no jornalismo econômico feito na cidade. Quando Cida Andreola ainda atuava como editora da *Tribuna*, “não existiam assessorias. Naquela época, as fontes eram na base da amizade”. (APÊNDICE A).

Hoje em dia, o assédio é das empresas privadas, aponta Luciane Faquini. “As assessorias das empresas são muito agressivas. Eu recebo, todo dia, no mínimo, três ligações de empresas de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Aqui, as empresas são menos agressivas, porque, antes delas ligarem, já corremos atrás”. (APÊNDICE B).

A *Tribuna* não fugiu em nenhum momento de sua história das pautas burocraticamente estabelecidas, criticadas por Roulf Kuntz (2005). Safra e entre-safra, *commodities*, crescimento do PIB e aumento de salário mínimo são assuntos que sempre estão presentes no noticiário econômico, no inverno, no começo do ano e em abril. Questionada a respeito, Faquini explica que

é um problema que a gente enfrenta. Existem certas demandas, por exemplo, aumento do salário mínimo ou da conta de água e de energia, que não tem como fugir. O que é necessário é a inserção do contexto do fato. Analisar se é um percentual de aumento maior ou menor que o do salário naquele ano, o que representa para o trabalhador, qual o impacto que vai gerar no bolso dele. A forma de fugir disso é trazer um novo olhar para aquele fato. As notícias se repetem pelo próprio calendário da economia. Se a economia é efervescente, com coisas boas acontecendo, o problema é a burocracia fora dessas datas, por que elas existem e não tem como mudar. Mas a economia sofre com estagnações ao longo do ano. Existem momentos em que não acontece nada do ponto de vista econômico, parece que o poder público tirou férias, o Congresso entrou de recesso, os empresários foram todos passear no exterior. (APÊNDICE A).

Como já foi dito, a *Tribuna de Minas* conta com um site noticioso. Mas diferentemente de outros veículos, que distinguem o noticiário do jornal impresso do

noticiário digital, o site da *Tribuna* é uma transcrição das matérias publicadas no jornal do dia. Não existem jornalistas destinados à manutenção noticiosa do site.

Mas, no meio digital, na seção de Economia, são publicadas apenas matérias locais. Notícias vindas de agências de notícias veiculadas no jornal não aparecem disponíveis no site. O espaço não oferece recursos visuais, tão utilizadas em matérias especiais econômicas. Por isso, as notícias parecem maçantes, pouco eficientes na tarefa de prender a atenção do internauta: o texto é, geralmente, grande para os padrões da internet e a barra de rolagem tem que ser acionada muitas vezes. Porém, para leitores que não são assinantes do jornal e fazem uso diário da internet, acessar o site da *Tribuna* pode ser suficiente para se informar sobre Juiz de Fora.

4.2 POSSIBILIDADES DE ABORDAGEM DA ECONOMIA LOCAL

A área de serviços, incluindo o setor do comércio, é, sem dúvida alguma, a que mais tem destaque, atualmente, na cobertura econômica da cidade. Aliás, como o setor é o maior empregador e gerador de riqueza da cidade (a indústria ainda é a grande responsável pela arrecadação de ICMS), para que o leitor se veja refletido na página do jornal, nada mais normal que a área seja priorizada.

Quando a *Tribuna* começou a circular, em 1981, a cidade ainda estava com os grandes investimentos públicos voltados para o setor industrial. Recursos financeiros para incrementos no setor de serviços datam do início do século XXI. Como mostrado no capítulo 1, na década de 1990, os setores de serviços e comércio já começavam a ganhar espaço no noticiário, seja com notas do comércio local, seja com matérias, enviadas por agências de notícias, sobre movimento comercial próximo às datas especiais.

Essa abordagem de datas propícias ao comércio, por exemplo, cresceu bastante e, em 26 de julho de 2007, a *Tribuna* publicou uma notícia, cujo título era “Dia dos pais – Comércio espera alta de 11% nas vendas”. Nas proximidades da comemoração do Dia das Crianças, em 12 de outubro, foram publicadas quatro matérias sobre o comércio de brinquedos na cidade. Vale destacar a matéria do dia 4 de outubro, na qual o tema tributação foi atrelada ao assunto brinquedos, expandindo o campo de cobertura para além do faturamento das lojas na data. Já no ano de 2000, no mesmo período, apenas uma nota a respeito da alta de 10% nas vendas do comércio foi veiculada, no dia 14 de outubro.

Desde o final de 1990 e começo dos anos 2000, Juiz de Fora vem se configurando como pólo de serviços de toda a região da Zona da Mata. Natural que esse crescimento seja retratado no noticiário local. Apesar de todas as tentativas da *Tribuna* – das 99 notícias publicadas nas edições analisadas de julho e outubro de 2007, 50 eram do setor de serviços e locais; outras 17, nacionais – a cobertura do setor de serviços da cidade não é tão consistente quanto das áreas de indústria e agropecuária. Os dados dessas duas áreas parecem mais evidentes que os referentes àquele setor. No que se refere aos serviços há ainda uma divisão: matérias sobre o setor comercial costumam ser mais frequentes que as de outras áreas, como a de profissionais liberais ou financeira.

Questionada sobre essa “deficiência” no noticiário de serviços, a atual editora de Economia da *Tribuna*, Luciane Faquini argumentou:

Cobrimos bem a parte de comércio e serviços. Fazemos muito a cobertura do comércio. Cobrimos, por exemplo, a expansão do Shopping Independência, que reforça mais uma vez a tendência de Juiz de Fora ser um pólo da área de comércio de uma região com dois milhões de habitantes. Acompanhamos as datas importantes do comércio. Vemos como está a movimentação do varejo. Não concordo que a cobertura de comércio seja ruim por causa da cobertura de indústria. A parte de serviços é muito segmentada. Temos, por exemplo, saúde, educação, telefonia, energia elétrica. O próprio setor de serviços financeiros, os bancos - e isso é engraçado - têm dificuldade de passar informação consolidada. Primeiro, porque existem poucas entidades representativas do setor. Segundo, por ser informação estratégica. As universidades particulares, por exemplo, têm dificuldade de passar dados, assim como as operadoras de planos de saúde. Balanços financeiros, a cobertura que conseguimos na indústria e no comércio, não temos no setor de serviços. Além de ser segmentado, segura a informação. O máximo que conseguimos é fazer um balanço do setor, sob algum aspecto. O

crescimento das escolas particulares, por exemplo, identificamos e fizemos matéria. Mas a disponibilidade da informação é mais difícil, ela é muito velada. (APÊNDICE B).

A jornalista Suely Caldas (2002) defende que o jornalismo econômico é um mercado em expansão, principalmente para os repórteres com certa especialização. Jornais de circulação nacional, como o *Valor Econômico* e a *Gazeta Mercantil*, por exemplo, contratam, em sua maioria, jornalistas com formação econômica. Quando os repórteres não possuem esta especialização, a própria rotina do jornalismo econômico impõe a busca de conhecimentos específicos do setor. Luciane Faquini, por exemplo, trabalha na área desde 2000 e já fez pós-graduação e diversos cursos. As repórteres colaboradoras de Economia da *Tribuna* (Mônica Calderano e Fabíola Costa) não possuem formação acadêmica em economia, mas Faquini esclarece que, apesar dessa ausência de formação acadêmica, elas estão em constante atualização de conteúdo, por meio de leituras e pequenos cursos na área.

Em 2003, com a entrada do *Jornal Panorama* no mercado editorial da cidade, diversos profissionais da *Tribuna* migraram para aquele jornal. O que, a princípio, seria uma perda irreparável para o jornalismo desse periódico, ao longo do tempo, se mostrou fundamental para a melhoria do trabalho, principalmente na editoria de Economia. Tomando a *Tribuna* como parâmetro, o jornalismo econômico juizforano se mantém estável com a abordagem variando entre indústria, agronegócio e serviços, desde que Faquini se tornou editora. Na sua visão, o setor tem sim possibilidades de crescimento, não só em âmbito nacional, mas também em Juiz de Fora.

A partir do momento que as pessoas, que estavam fora da elite leitora de jornais, começam a se interessar pela poupança, pela compra da casa própria, pelo varejo, por dinheiro emprestado, pelo quanto deve e a se preocupar com o andamento da economia, elas vão querer saber sobre isso e comprar o jornal. Então, acho sim que há uma tendência para a valorização. Eu espero que sim! Se o brasileiro começasse a pensar a economia como uma ferramenta do dia-a-dia, com certeza não íamos ver tanta empresa quebrada, tanta gente falida, com conta no SPC. Eu acho que a partir do momento que o país começa a se desenvolver, as pessoas se preocuparem mais com economia e se educam financeiramente. (APÊNDICE B).

5 CONCLUSÃO

Comparada a outras editoriais, como Cidade, Esportes ou Internacional, a de Economia está chegando à vida adulta agora. Já na década de 1930, em Juiz de Fora, por exemplo, alguns jornais tinham espaço garantido para Esportes na terceira página. Por outro lado, a *Gazeta Comercial*, criada com o intuito de “abastecer” os empresários locais com informações econômicas, antes de falir, em 1978, sequer tinha espaço fixo para economia. Numa época em que Juiz de Fora era considerada a “Manchester Mineira” e se configurava como principal pólo político-econômico-social da Zona da Mata Mineira, o jornalismo econômico da cidade seguia o que era praticado no restante do País, com pequenas notas dispersas pelo jornal.

Entre tantos jornais de cunho mercantil ou comercial surgidos em todo o Brasil no final do século XIX e começo do século XX, apenas o *Jornal do Commercio*, de Recife (PE) resiste até hoje. Ele deu origem, e integra, o Sistema JC de Comunicação, que conta com emissoras de TV e rádio e site de notícias. Por isso, percebe-se que o *Jornal do Commercio*, que circulou na cidade, fez parte de uma “febre”, caracterizada pelo fato de os periódicos usarem designações econômicas em seus nomes. Os jornais integrantes de tal corrente tinham em comum também um aspecto de suas políticas editoriais: a respeito de economia, eram publicadas apenas notas isoladas, ligadas principalmente ao câmbio e ao café. Esta característica fez parte do jornalismo econômico brasileiro até 1950.

Apesar de terem circulado até meados dos anos de 1980, a *Gazeta Comercial* e o *Diário Mercantil* não tinham representatividade exclusiva do mercado editorial econômico juizforano. Os jornais se dedicavam à cobertura de todas as editoriais convencionais e priorizavam Política (antes de 1964) e Cidade. Na verdade, Juiz de Fora foi carente de jornalismo econômico eficiente durante toda a década de 1960 e parte da de 1970, enquanto,

em outras cidades do Brasil, esse ramo do jornalismo estava crescendo e até enfrentando problemas, comuns às áreas que se expandem sem planejamento prévio, como foi o caso do uso do economês.

Não é verdade que o jornalismo econômico posto em prática em cidades do interior, pelo menos este parece ser o caso de Juiz de Fora, longe dos grandes centros econômicos (Rio e São Paulo), fosse totalmente dependente do noticiário enviado pelas agências de notícias oriundas daquelas cidades. É lógico que o jornalismo econômico não tinha nos jornais juizforanos o mesmo espaço que desfrutava em jornais de circulação nacional. Mas as relações de amizade entre dirigentes econômicos e jornalistas da área pareciam ser suficientes para a captura, mesmo que insuficientemente, de informações acerca da economia local.

O destaque que a economia tem no jornalismo nacional talvez nunca seja alcançado em Juiz de Fora. Não que a cidade não tenha formação econômica propícia ao jornalismo do setor. Pelo contrário, o vanguardismo industrial do começo do século XX e as inúmeras tentativas de reavivar o setor na segunda metade desse século movimentaram o jornalismo econômico local. O *Diário Mercantil*, por exemplo, dedicou dezenas de edições à cobertura da vinda da Siderúrgica Mendes Júnior para a cidade. O mesmo fez a *Tribuna*, na década de 1990, ao abordar incessantemente a instalação da montadora alemã Mercedes-Benz.

Entretanto, as experiências também podem ser avaliadas como fracassadas, não só do ponto de vista econômico, pois não foram suficientes para incrementar crescimentos significativos no setor industrial de Juiz de Fora, mas também do ponto de vista jornalístico: dezenas de outros fatos econômicos movimentavam a economia da cidade, contudo, o jornalismo de economia ficou focado, quase que exclusivamente, à cobertura da chegada das indústrias “que trariam a salvação para a cidade”. Nenhuma crítica foi veiculada; nenhum

ponto negativo sobre os projetos foi publicado. Tudo o que se fez foi usar a força da imprensa para consolidar a vontade do poder público e o desejo das empresas de aproveitar as vantagens oferecidas pelo governo para atrair indústrias para Juiz de Fora.

Isso não significa que a cobertura industrial deveria ter sido abolida. Poderia, sim, ter sido conciliada com todos os demais ramos econômicos da cidade. O trabalho jornalístico, a partir de agora, relacionado a qualquer fato econômico, seja a ampliação da Votorantim, seja a construção do Shopping Independência ou a expansão das faculdades particulares na cidade deve ser feito sem abrir mão do lado crítico inerente à atividade jornalística.

É obrigação da imprensa, principalmente da *Tribuna de Minas*, como principal veículo do jornalismo econômico da cidade, mostrar não só os pontos positivos, mas também os negativos que caracterizam a economia de Juiz de Fora. Uma cobertura crítica da economia da cidade é o que faltou ao jornalismo econômico juizforano desde sua criação e é o que falta até hoje.

O jornalismo de economia da *Tribuna* seguiu a tendência de se expressar de modo mais técnico, porém, a parte analítica, que também interessa ao leitor, ficou, de certa forma, relegada a plano inferior. Não é a ausência de colunas assinadas a responsável por isso, pois as colunas econômicas que circulavam na *Tribuna* até recentemente mais pareciam colunas sociais. Não é também o fato de se ater à microeconomia que dificulta a análise no noticiário econômico. Talvez falte um pouco de interesse ou empenho para que a cobertura seja ainda mais dinâmica do que é hoje em dia.

Os laços com as instituições de ensino e pesquisas econômicas da cidade têm de ser fortalecidos. Como eles já existem, talvez não sejam eficientes o suficiente para que a cobertura econômica seja completa e competente. O uso de especiais, ou seja, matérias maiores e mais detalhadas nos finais de semana se mostram como tentativas para incrementar

o lado analítico. Mas, enquanto explorados apenas uma vez por semana, não suprem a carência de análise por parte do jornal.

Apesar de tudo, a conciliação entre todos os setores da economia é o que a *Tribuna de Minas* tem tentado fazer atualmente. Algumas áreas são prejudicadas, mas justificadamente. Em todo o País, o *Valor Econômico* e a *Gazeta Mercantil* suprem o papel de informativo da macroeconomia nacional. Daí, a *Tribuna* se “sentir livre” para se dedicar à economia e à abordagem local. Além disso, o jornal, assim como as outras publicações nacionais, não conta com número ideal de jornalistas para a cobertura eficaz de todos os setores da economia.

A falta de profissionais faz com que alternativas sejam buscadas para garantir o noticiário econômico. Para a publicação de matérias especiais, por exemplo, em alguns dias da semana, a página de Economia conta com um número maior de notas nacionais. Como atuam na área apenas uma editora e duas repórteres (eventualmente a repórter Flávia Lopes, que é de Cidade, colabora com a editoria) para a apuração e reportagem de matérias especiais, a cobertura local diária da *Tribuna* acaba sendo prejudicada. Entretanto, a situação é melhor do que já foi no passado. Afinal, durante anos, a *Tribuna* dedicou muito mais espaço à economia nacional do que à local. Hoje, mesmo quando as notas nacionais estão presentes no noticiário, elas não se sobrepõem às informações locais.

As coberturas especiais são um ponto forte para cativar leitores assinantes que não costumam ler a editoria de economia. Como os temas costumam ser interessantes, por não se limitarem a focar apenas assuntos empresariais ou investimentos, e a linguagem não abusa termos comuns à economia como em outras notícias, é a oportunidade de atrair o interesse dos leitores. Esse trunfo é usado desde o começo da década de 1980. A diferença é que, naquela época, os especiais se dedicavam mais à agropecuária e à tributação e, hoje em dia, as matérias especiais publicadas pela *Tribuna* costumam abordar as áreas de serviços e indústria.

O que é normal, pois essas áreas têm destaque maior hoje em dia, comparável ao destaque que o setor agrícola tinha na década de 1980. As matérias especiais de fim de semana, se analisadas mais profundamente, poderiam servir até de parâmetro para estudos a respeito das mudanças econômicas ocorridas na cidade.

Quando a Associação Comercial e a Prefeitura de Juiz de Fora foram procuradas para a obtenção de dados do setor de serviços para a elaboração deste trabalho, foi possível perceber a dificuldade, mencionada pela editora de Economia da *Tribuna*, Luciane Faquini, de reunir informações. Nenhuma das duas instituições tinha informações precisas sobre o setor e pouco puderam colaborar. Para quem lida, no dia-a-dia, com assuntos econômicos e sua divulgação, enfrentar essa falta de dados, provavelmente, é um desafio ainda mais complicado.

Desde 2005, a editoria de Economia da *Tribuna* vem sendo analisada para a realização deste trabalho. Em dois anos de análise – o que é pouco tempo diante do tempo de circulação do jornal na cidade – foi possível constatar um aprimoramento do noticiário. Só o fato de a editoria ter abolido o uso de matérias de Cidade e Geral para fechar a página já é uma evolução em relação ao jornalismo econômico feito na década de 1990. A designação de duas repórteres prioritárias para a área é outra conquista, no sentido permitir que os profissionais do jornalismo econômico não sejam completamente leigos no setor. Afinal, o noticiário, aparentemente, reflete o fato de que, tanto a editora, quanto as repórteres se mantêm em constante atualização.

A necessidade de atualização é bem maior hoje que a enfrentada pelo jornalismo econômico no começo de sua veiculação. Afinal, naquela época, não só os leitores como os jornalistas não faziam idéia do que era PIB ou índices de inflação. Mas se dirigir a um público mais bem informado, como o de hoje em dia, é menos complicado. E fazer isso com o arcabouço de conhecimentos precedentes à pauta torna a tarefa ainda mais fácil

Apesar de todas as dificuldades, como a perda de espaço nos anos 2000, o jornalismo econômico da *Tribuna* tem se empenhado em atingir tanto o público assinante quanto o de banca. A análise das edições de julho e outubro de 2007 permitiu perceber que há um certo equilíbrio entre matérias “elitizadas”, sobre macroeconomia (PIB, impostos empresariais, risco-Brasil), e notícias mais populares, como concursos públicos e valores de impostos municipais. Para que seja cada vez melhor, o trabalho desenvolvido pelo setor econômico da *Tribuna* deve se dedicar mais à análise e abordar todos os lados de um tema econômico, inclusive os aspectos negativos nele envolvidos.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANUÁRIO estatístico de Juiz de Fora 2006. **Centro de Pesquisas Sociais**. Juiz de Fora: UFJF, 2006. 1 CD-ROM.

_____. _____. Juiz de Fora: UFJF, 1994. p 19-43. ISSN 1516-5493.

BASILE, Sidney. **Jornalismo Econômico**: a sociedade bem informada é uma sociedade melhor. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BASTOS, Suzana Quinet de Andrade. **Mercedes-Benz em Juiz de Fora**: estratégia locacional e impactos na cidade. Juiz de Fora: Nupe, 2005.

_____. Juiz de Fora: análise do desenvolvimento industrial e dos desafios colocados pela implantação da Mercedes-Benz. In: SEMINÁRIO SOBRE A ECONOMIA MINEIRA, 10., 2002, Diamantina. **Anais eletrônicos...** Diamantina: UFMG, 2002. Disponível em: <<http://www.cedeplar.ufmg/simposios/diamantina2002/d38.pdf>>. Acesso em: 2 out. 2007.

BOLETIM Estatístico de Juiz de Fora 2007. **Centro de Pesquisas Sociais**. Disponível em: <<http://www.pjf.mg.gov.br>>. Acesso em: 20 set 2007.

CALDAS, Suely. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Contexto, 2005.

CROCE, Marcus Antônio. **O Encilhamento e a Economia de Juiz de Fora**: o balanço de uma conjuntura (1888/1898). 2006. 302 f. Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de mestre – Programa de Pós-graduação em História, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2006.

FRANCO, Gustavo H. B. O jornalismo econômico. **Veja**, São Paulo: Abril, 05 dez. 2001.

GONÇALVES, Eduardo. **Inserção de Juiz de Fora na Indústria de Tecnologia Avançada**: uma Análise Introdutória sobre as Possibilidades de Regiões Periféricas. Juiz de Fora: Nupe, 1999.

INFORMATIVO CEI. **Fundação João Pinheiro**. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 2004.

KON, Anita. **Economia de Serviços**: teoria e evolução no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Edusp, 1996.

_____. Paradoxos do jornalismo econômico. **Revista Adusp**, São Paulo: Edusp, p. 13-16, dez. 2002.

KUNTZ, Rolf. Um balanço cricri do jornalismo econômico. **Observatório da imprensa**. 27 dez. 2005. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 25 out. 2006.

MATTOS, Rogério Silva de; JUNIOR, Lourival Batista de Oliveira; BASTOS, Suzana Quinet de Andrade. **Experiências de Desenvolvimento exógeno em Juiz de Fora**: Mendes Júnior, Paraibuna de Metais e agora Mercedes-Benz. Juiz de Fora: Nupe, 2002.

MEDEIROS, José A. et al. **Pólos, parques e incubadoras**: a busca da modernização e competitividade. Brasília: CNPQ/IBICT; SENAI, 1992.

MENEZES, Maria Lucia Pires. Aeroporto Regional e Business Park: logística e negócios na geografia urbano regional de Juiz de Fora, Brasil. **Scripta Nova**: revista electrónica de geografia y ciencias sociales, Barcelona: Universidad de Barcelona. v. VIII, n. 170, ago. 2004.

OLIVEIRA, Almir de. **A imprensa em Juiz de Fora**. Juiz de Fora: Imprensa Universitária, 1981.

PAULA, Ricardo Zimbrão Affonso de. **História de Juiz de Fora**: da vanguarda de Minas Gerais à “industrialização periférica”. 2006. 426 f. Tese de Doutorado – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Plano Diretor de Juiz de Fora**. Juiz de Fora: IPPLAN, 2006. v. I, II, III.

_____. _____. Juiz de Fora: IPPLAN, 2002. v. I, II, III.

QUINTÃO, Aylê-Salassié. **Jornalismo Econômico depois de 64**. Rio de Janeiro: Agir, 1987.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RELATÓRIO 2004. **Tribuna de Minas**. Juiz de Fora, 2004. 64 p.

RELATÓRIO 2000. **Tribuna de Minas**. Juiz de Fora, nov. 2000. 64 p.

RESENDE, José Venâncio. **Construtores do Jornalismo Econômico**: da cotação do boi ao congelamento de preços. São Paulo: Ícone, 2005.

SANDRONI, Paulo. **Traduzindo o Economês**: para entender a economia brasileira na época da globalização. Rio de Janeiro: Best Seller, 2005.

_____. **Novíssimo Dicionário de Economia**. 6. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2001.

SARCINELLI, José Antonio. **Jornalismo Econômico**: Sedução do poder. Disponível em: <<http://www.hottopos.com/mirand3/econ.htm>>. Acesso em: 25 out. 2006.

WIKIPEDIA. **Juiz de Fora**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Juiz_de_Fora>. Acesso em: 20 set. 2007.

APÊNDICE A

Entrevista com a jornalista Cida Andreola realizada em cinco de setembro de 2007

Maria Aparecida Andreola é jornalista formada pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1976). Começou a atuar como repórter em 1971, no jornal juizforano *Diário Mercantil*, nas editorias de Nacional e Internacional, páginas totalmente dependentes do material enviado por agências de notícias pelo telex. Como explica, “era um maquinário antigo e o jornal dependia dele. Chegava um pedaço da matéria em determinado momento e o restante só vinha horas depois”. Passou a trabalhar em Polícia e a ajudar o então diagramador José Luiz Ribeiro, com quem aprendeu técnicas de diagramação.

Devido à passagem do editor-geral Irven Cavalieri à editoria de economia, Cida Andreola passou a trabalhar com ele. “Não me lembro bem de datas, pois trabalhei em diversas editorias paralelamente”, salienta.

Na década de 1980, transferiu-se para o também jornal juizforano *Tribuna de Minas*, desde o início como repórter de economia. Com a transferência do editor da área, Antonio Olímpio, para Brasília, assumiu a Editoria. Nela ficou até o jornal abrir uma sucursal em Belo Horizonte, quando deixou Economia para editar Cidade.

Permaneceu nesse jornal até meados de 1990, quando foi para Cuiabá (MS), ser coordenadora de redação na Folha do Estado. No Diário de Cuiabá, voltou a trabalhar com Economia. “Apesar da tradição do jornal, não tinha muito espaço para economia. A cidade importa praticamente tudo, não havia muito de economia para ser explorado e o jornal não dava condições também”, conta.

Atuou também na *Gazeta Mercantil*, periódico de tradição em coberturas na área de Economia, como pauteira. Desligou-se do mercado jornalístico em 2001, retornando a Juiz de Fora.

- Você entrou no mercado na época do *boom* do jornalismo econômico. Tem como traçar um panorama de como eram exercidas as atividades naquela época. Como eram definidas as pautas?

- Nós, dos jornais impressos, acompanhávamos o noticiário e a partir disso escolhíamos as pautas. Ou as próprias fontes ligavam, contando as coisas e atividades que aconteceriam. Por exemplo, quando o ministro da agricultura vinha à cidade, o pessoal do Sindicato Rural ligava para contar. A gente às vezes até viajava com o pessoal da Emater para cobrir pautas. Tinha muita fonte boa, fidedigna que confiava na gente. Então, não havia problema para fazer jornalismo econômico.

Juiz de Fora tinha um bom número de pautas de economia. A cidade tinha um comércio muito bom, além de muitas indústrias. O município perdeu indústrias importantes nos últimos anos. A Malharia Master, por exemplo, era exportadora. Uma fábrica de meias fora do comum. Hoje em dia, os comerciantes vão a outras cidades para comprar no atacado, mas antes era o caminho inverso: as pessoas vinham de fora para comprar aqui. Juiz de Fora perdeu muito também no setor de metalurgia. A Facit e a Bekton Dickson faliram ou se mudaram da cidade. Naquela época, o forte era a indústria têxtil e a metalúrgica.

Em Economia, a gente tinha as fontes locais e o telex. Se precisasse de alguma apuração em Belo Horizonte, resolvia pelo telefone. A gente até gravava o Jornal Nacional, porque se a notícia não chegasse por telex, o *Diário Mercantil* publicava alguma nota baseada na tv.

- Qual era a preparação dos jornalistas para cubri-las?

- Os jornalistas aprendiam fazendo. Não cheguei a fazer nenhuma disciplina de economia na faculdade. Era a própria experiência que ensinava.

- Qual era o panorama editorial da cidade quando você entrou no mercado?

- Naquela época, tinha o *Diário Mercantil* e o *Diário da Tarde*. Este era mais popular, com preferência por Polícia. Já o *Diário Mercantil* era mais elitista, com mais ênfase em Economia, Política e Esportes. Tinha todas as seções, obviamente, mas era mais elitista. Ambos eram tradicionais, pertencentes aos *Diários Associados*. Mesmo com o fim dos Associados, o *Diário Mercantil* continuou, impulsionado pela permanência de Belo Horizonte no mercado. Até hoje existe o jornal Estado de Minas. Éramos subordinados a ele, que fez grandes investimentos em maquinário. Como aqui não se fez o mesmo, o *Diário Mercantil* não resistiu e acabou.

A *Gazeta Comercial* era o jornal oficial da cidade. Ele era vinculado à Prefeitura e não oferecia perigo em relação do *Diário Mercantil*, que era preferido.

- Como era a cobertura da economia local? Competia por espaço com as notícias nacionais, ou, pelo contrário, os jornais juiz-foranos dependiam de material de agências de notícias?

- O jornalismo econômico em Juiz de Fora era mais provinciano, ligado à cidade e à região. Notícia de agência era só quando faltava matéria local para fechar a página. Ou se a matéria nacional fosse muito importante. Mas, nesse caso, quando o Telex mandava a pauta, a partir disso, fazíamos uma matéria com enfoque local. Por exemplo, chegava que o Banco Central ia reduzir a taxa de juros, então, eu corria atrás das fontes aqui: falava com os empresários, com o pessoal dos bancos, nas financeiras para fazer a repercussão disso. E, quando, mais tarde, chegava da agência o material completo sobre o assunto, a gente

selecionava o que ia ser colocado junto ao texto. Mas era sempre dado o cunho local, tanto no comércio, finanças, indústria, serviços.

Na *Tribuna de Minas* a gente usava mais do noticiário nacional, porque eram duas páginas para Economia e havia insuficiência de repórteres. Mas era tudo muito bem selecionado. Fazíamos bastante matérias especiais de tributação, agropecuária para o fim de semana. Na sexta-feira, a página de domingo era fechada, por causa dos especiais.

- Matérias internacionais eram publicadas?

- Se a matéria era internacional, mas tinha interesse para o público regional, ela era colocada na mesma página que as notícias nacionais. Mas, só se o assunto envolvesse muito a comunidade, era feita a repercussão. A gente sempre trabalhou com a idéia daquilo que interessava o empresário daqui e da região. Internacional eu não me lembro de nenhum caso que tenha dado repercussão. Nacional, sim, sempre repercutia.

- Como era aceitação do público em relação à área de Economia?

- Não tinha pesquisa de perfil de leitor, mas a gente sentia que o jornalismo econômico era bem recebido na cidade pela própria reação das fontes. Como a *Gazeta Comercial* não levava ameaça à soberania do *Diário Mercantil*, este não se preocupava em fazer pesquisas de opinião. O Diário era muito respeitado, talvez até mesmo por ser o único na linha editorial. Respeitado também dentro dos *Diários Associados*.

- Os assuntos eram definidos burocraticamente? (safra/ entressafra; salário; cotação de *commodities*...)

- Assuntos como salário, entressafra, esse tipo de coisa era constante. Mas na cobertura de salários, por exemplo, a gente se baseava em data-base de categoria para

divulgar aumentos. A gente tinha seção de cotação do dólar, da Bolsa da Valores, mas eram coisas muito pequenas, por que, numa cidade do porte de Juiz de Fora, isso não era tão importante. Afinal, aqui, a gente recebia com facilidade jornais de circulação nacional como o *Jornal do Brasil*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*. Então o empresário não buscava isso num diário local se ele tinha acesso a noticiários dos grandes centros que tinham a possibilidade de dar um noticiário bem melhor a ele.

A parte de agropecuária também era muito intensa. Data da minha época na economia a criação do Distrito Industrial, a construção das instalações da Mendes Junior. Inclusive, tive que correr de vaca no meio do mato quando fui fazer reportagens à época da preparação do terreno para a construção. A economia da cidade era muito movimentada.

- Existia algum esforço para humanizar as matérias e fugir da burocratização?

- O espaço da Economia era muito pequeno. Então, ficava muito difícil trabalhar a matéria. Por isso, era muito raro ter uma matéria com cunho mais humano. Era o fato e a repercussão e só.

- Com qual freqüência as manchetes e chamadas de capa do jornal eram de Economia?

- Chamadas de capa sempre tinha, por que a economia sempre movimenta alguma coisa. E o *Diário Mercantil* era voltado justamente para Política e Economia. Na *Tribuna de Minas*, o editor sempre pedia, porque a chamada de economia na capa era sempre interessante.

- **Por volta da década de 1970, os grandes jornais passaram a oferecer maiores salários para jornalistas que deixassem suas editorias para trabalhar na de Economia. Aqui os salários dos jornalistas econômicos também eram diferenciados?**

- O repórter que “valia” mais não era o de determinada editoria e sim o que dava a melhor manchete. Não ganhava mais nem tinha comissão sobre a publicidade que entrava devido à determinada matéria de economia.

- **Os jornais aqui de Juiz de Fora seguiam a tendência nacional de criação de suplementos para tratar de Economia?**

- Quando tinha suplemento era por conta do departamento comercial. Às vezes, os jornalistas até faziam matérias para suplementos, mas era remunerado separadamente. A edição do suplemento não dependia do editor de Economia. Cheguei a fazer, por exemplo, um encarte especial, da Paraibuna Metais, quando houve um vazamento ácido e a sociedade estava criticando muito a empresa. Para reverter a situação, ao invés de só se defender, eles fizeram a publicação. Mas era muito raro. Suplementos como a Pauta Econômica não eram comuns. Só em época de eleição.

- **Como era exercer a profissão na época da censura militar?**

- Na área de Economia, pelo menos em jornais menores, não havia muita censura, porque as matérias eram mais locais, ninguém atacava o governo. É lógico que a gente já escrevia moderadamente, senão ficava sem o jornal.

- **Você ficou no mercado até 2001. Como foi fazer jornalismo econômico na era da liberdade de imprensa?**

- Eu não notei diferença no tratamento com a notícia com o fim da censura militar.

A gente manteve o mesmo esquema. Naquela época, não havia esse tanto de falcatrua, ou pelo menos a gente não sabia. A ditadura encobria e os governos seguintes também. Não houve diferença, ainda mais no jornalismo de cidade menor, que a censura não chegou tão forte.

- A jornalista Suely Caldas denuncia que o governo militar usava as assessorias de imprensa para “manipular” as notícias de economia. Nesse sentido, como era a relação com as assessorias de imprensa dos órgãos públicos?

- As assessorias de imprensa de órgãos públicos não enviavam muito material para gente. O nosso contato era com as Receitas Federal e Estadual, Secretaria Estadual de Fazenda e Desenvolvimento Econômico, Caixa Econômica, Banco do Brasil, Sindicato Rural, Associação Comercial, Centro Industrial. Não existiam assessorias. Naquela época, as fontes eram na base da amizade. Na Caixa, por exemplo, o gerente não gostava de dar entrevista, mas não sei porque ele gostava de mim e me disponibilizava todas as informações que eu precisava. Um dia, outra repórter foi pegar informação com ele. Ele se recusou e até ameaçou a tirar o revólver da gaveta. O resultado foi que até eu fiquei com medo de ir falar com ele, passei a fazer as matérias por telefone. As fontes amigas traziam as notícias para gente às vezes até antes de chegar pelo telex ou outras vias. Mas isso sem que houvesse qualquer constrangimento: se eu precisasse criticar qualquer decisão da Associação Comercial, por exemplo, o presidente, apesar de ser meu amigo, me dava total liberdade. E ele continuava me tratando da mesma forma, por que sabia que fazia parte do meu trabalho. Pelo menos nessa época, eu sei que existia muita honestidade.

- O que era feito para fugir do economês, característico da década de 1970?

- O jornalista tem que ter a humildade de perguntar quando não entende alguma expressão. Pedir ao entrevistado para trocar em miúdos algo que o leitor poderia não entender. Se ele não esclarecer, como vai esclarecer o leitor? No começo era muito difícil, pois surgiam palavras que a gente não dominava. Mas a dificuldade foi deixada de lado justamente pelo fato do repórter se esclarecer em relação aos termos com o entrevistado.

- Fotos e gráficos eram usados na parte de Economia?

- Tinha muita foto. Gráfico era menos, por que não existia um departamento de arte apurado. Ele era pequeno e tinha que atender todo o jornal, trabalhando na mão.

- Como era desenvolvido o jornalismo de negócios? *Merchandising* era comum?

- *Merchandising* não havia naquela época nem jornalismo de negócios.

- Qual sua opinião? Valorizar a microeconomia a despeito da cobertura da macroeconomia ou não?

- Concordo com a macroeconomia ser privilegiada nos grandes centros. Em cidades menores, eu acho que tem que ser levado em consideração o público alvo, o leitor que o jornal está atingindo. Não adianta colocar grandes matérias aqui, por que quem tem interesse nesse tipo de assunto tem outros veículos onde procurar; agora mais ainda com a internet. Naquela época, a gente priorizava o que dava manchete, o que pudesse puxar a importância para a página.

- Na sua opinião, o jornalista econômico deve ser especializado?

- Especializar é necessário. No meu tempo, não precisava, a gente aprendia com a experiência. Hoje, não. O crescimento do jornalismo econômico foi tão grande que, se o jornalista não fizer algum tipo de curso, não vai conseguir acompanhá-lo. A menos que fique setorizado. Mas, na minha opinião, não é interessante para nenhum jornalista ficar só na área da indústria, de finanças, por exemplo. Mas mesmo assim, ele vai ter que se especializar.

- O “milagre econômico” chegou à cidade?

- A região tinha vocação para a indústria. Só que os empresários não investiam no setor. Se ele lucrava hoje, ao invés de aplicar na empresa, comprava carro novo ou casa no litoral. Então, a empresa ficava desgastada. A vocação, ajudada pelo milagre econômico, fez Juiz de Fora ter uma indústria desenvolvida, mas poucos empresários tinham visão para isso. A decadência foi culpa do empresariado, sem intervenção do governo. Impostos sempre se arrastam e mesmo assim tem empresas que sobrevivem, por que o empresário sabe administrar bem.

- Como você vê a cobertura local de Economia, hoje em dia?

- Eu acho que hoje não sabem explorar as pautas para economia. Não quero criticar ninguém, mas eu trabalhei em jornais fora daqui de Juiz de Fora. Em Cuiabá, capital do Mato Grosso, também fiz Economia e não era uma capital muito desenvolvida. Tudo chega lá depois que chega aqui! Mas a gente ia em cima, trabalhava um noticiário muito preciso, com matérias bem elaboradas, cercadas, editadas. E isso valorizava. Eu acho que Juiz de Fora tem muito potencial a ser explorado. Acho que está havendo falha no trato editorial da Economia.

- Você concorda que uma saída para variar ou incrementar a Editoria de Economia seria a abordagem dos setores de comércio e serviço, os que empregam mais em Juiz de Fora?

- Acho que tem muita pauta boa por aí. Tem é que explorar mais. Quando a gente trabalha numa capital, mesmo que não seja avançada, como Cuiabá, mas se está no centro do estado, o jornalista pega experiência do que pode ser explorado nos diversos segmentos da Economia. Aqui, ficam muito no arroz com feijão. Falta criatividade na criação.

- Jornais nacionais dão bastante espaço, em colunas, para especialistas se manifestarem sobre os assuntos econômicos em voga em determinada época. Isso existia em Juiz de Fora nas décadas de 1970, 1980, 1990? Você acha que isto é pertinente hoje em dia, no contexto de uma cidade que tem três faculdades de economia e profissionais bem preparados para assumir essa missão?

- Não havia colunas de especialistas. Quando havia um assunto muito bom, a gente procurava um especialista para falar a respeito, com matéria assinada e tal. Mas não era muito comum: não eram todos os dias, nem uma vez por semana. Na *Tribuna de Minas*, por exemplo, a gente fazia uma coluna de Economia. Mas não estava ligado à editoria. Tinha um colunista especial para fazer. Primeiro foi o Tadeu Hauck, depois o Ismair Zaghetto. Era uma coluna com notas especiais, opinativas. Eu acho que hoje isto está muito pouco explorado.

- Você concorda com a jornalista Suely Caldas, para quem economia é um mercado em expansão também para jornalistas?

- Concordo, claro que sim. É um campo que a cada dia tem mais para ser explorado. Mas ser explorado, fazendo uma matéria fechando todos os lados dela. Não é simplesmente a notícia, por que hoje o leitor tem a internet com a notícia. Ele quer uma

matéria que dê mais que a notícia mostrada, ele quer saber os envolvimento daquele fato, a quem vai atingir, quem está sendo beneficiado ou não. A evolução constante da economia está abrindo cada vez mais leques para o jornalismo econômico.

APÊNDICE B

Entrevista com a editora de Economia da Tribuna de Minas, Luciane de Mendonça Faquini, realizada em 15 de setembro de 2007

Luciane Faquini é a editora de Economia do jornal *Tribuna de Minas*. Ela está na área há cerca de oito anos. É jornalista formada pela Universidade Federal de Juiz de Fora, sem formação econômica. “Fiz cursos pequenos de assuntos correlatos. Estudei mercado financeiro quando estive na bolsa, por exemplo. Fiz também uma especialização em História Econômica, mas a maioria das coisas que sei de economia aprendi por conta própria, na prática”, conta. Ela ainda explica que cursou uma disciplina de Economia na faculdade, quando o currículo mínimo exigia essa matéria. Junto com três repórteres fixas na editoria, Luciane é responsável pela página de Economia do jornal.

- Como são escolhidas as pautas de economia?

- As pautas são estabelecidas pela equipe de economia, no mesmo esquema como são escolhidas as demais pautas do jornal. O que estabelece um fato importante é a sua qualidade, relevância e abrangência. Consideramos esses conceitos na economia da mesma forma que as outras editorias. Utilizamos muito, na prática, o fato macroeconômico em voga naquele momento no país e tentamos aplicá-lo à realidade local. Então, escolhemos as pautas a partir do que está acontecendo no Governo Federal, no do Estado, no do Município e que implique em fatos econômicos. Também acompanhamos as empresas locais, onde é gerada riqueza. Para isso, não existe nenhum boletim diário. É claro também que existem os releases do poder público que trazem algumas informações.

- **O perfil pesquisado dos leitores da TM mostra interesse por economia?**

Você considera que eles refletem, de alguma forma, o interesse da cidade (também por economia)?

- Tem dois tipos de leitor: o leitor de banca e o assinante. A gente sabe sim como é o perfil de cada leitor. O leitor assinante é aquele com formação de nível superior, que tem conhecimento dos ciclos econômicos. Para ele, não precisamos ficar explicando muito os conceitos, afinal existem momentos que não dá para parar a matéria para explicar o que é PIB. O assinante gosta de saber o que está acontecendo com as principais empresas da cidade e o que pode fazer com o seu dinheiro investido no banco. Quer saber como está uma obra importante para fomentar os negócios, como está o aeroporto regional ou o da Serrinha.

O leitor de banca, por outro lado, quer saber sobre concursos, trabalho ou oportunidades de emprego. Ele é do tipo que só vai comprar o jornal se tiver alguma coisa que, para ele, tenha importância. O que interessa, por exemplo, é o valor e o dia de começar a pagar IPTU. Ele quer saber do cotidiano. Como não é fiel, não tem prática de ler economia e conhece pouco profundamente essa área. Então, se interessa por poucos assuntos, principalmente aqueles que mexem com o bolso dele.

- **A TM dá liberdade para o repórter interferir na pauta?**

- Claro! Isso acontece em todas as editorias. Aliás, esse é o perfil ideal de repórter: criativo, que, ao pegar uma pauta, a melhora, se for o caso, até mudando a angulação.

- **O que você acha da especialização dos repórteres de economia?**

- Eu acho que qualquer possibilidade de conhecimento incrementa a bagagem de conceitos e conteúdos para trabalhar no dia-a-dia com a informação. Principalmente, quando o assunto é uma ciência que não é exata, mas que tem uma série de regras, princípios e

conteúdos sobre os quais é preciso domínio para escrever. Eu acho que o curso que fiz valeu muito a pena, pelo menos para mim. Aprendi muita coisa de macro e microeconomia, um pouco de matemática e raciocínio lógico. Estudei história do pensamento econômico e os principais economistas, bem como a economia de Juiz de Fora. Acho que vale a pena sim.

- Há dificuldades para lidar com o economês? O que é feito para fugir dele no texto do jornal?

- É difícil fugir e, às vezes, acabamos caindo nele. É questão de prática diária. Eventualmente, ao ler o jornal, eu penso “Não acredito que deixei passar isso”. Nos acostumamos com as palavras, com determinada informação e, quando vemos, sai alguma coisa de difícil leitura.

Eu tinha muita preocupação com isso mais no início. Hoje tenho menos. A cada dia estou mais convencida de que quem lê Economia é quem gosta. Eu não sei se é um defeito meu. Acredito que existe um espaço para chamar o leitor para a área. Existem assuntos que mexem com o bolso, como a poupança render mais que fundos de renda fixa. Como a maioria das pessoas que tem dinheiro na poupança vai ler, então nos preocupamos em dar uma matéria mais explicativa, mais leve. Em contrapartida, não posso falar de uma matéria de negócios muito explicativa, senão vai precisar de duas páginas do jornal! Apesar de ter menos preocupação com o economês hoje, sei que temos que nos policiar, senão caímos até nas pequenas coisas. Mas só se interessa por Economia quem gosta de economia. Eu acho que pode mastigar a matéria, porém tem uma margem mínima de leitores.

- A TM faz jornalismo de negócios? Como é a relação de *merchandising* na editoria de economia? É freqüente?

- Fazemos sim, jornalismo de negócios do ponto de vista do consumidor, do mutuário, do trabalhador, do investidor. “Vale a pena comprar uma casa própria? Quais os direitos em relação a uma compra se o produto vem danificado?” Se é negócio financeiro, fazemos quando há um fato marcante. Por exemplo, uma queda grande na bolsa de valores. Isso vai propiciar uma mudança de regra na forma de premiação de um investimento, a poupança vai ficar mais lucrativa em relação a um investimento de renda fixa. Nesse sentido, fazemos sim, como dica para o investidor.

Investimento em negócio pode ser muita coisa, tanto de pessoa física quanto de empresas. Quando uma empresa vai investir, ampliar a fábrica e isso tem impacto econômico no município, com grande contratação de mão de obra e agregação de valor naquele segmento no qual a empresa trabalha, aí sim vamos dar importância. O que não podemos é dar a notícia de uma “lojinha da esquina” que resolve ampliar, mas não tem impacto econômico para o município.

Isso não é uma forma de negociar ou negar o *merchandising*. É mais uma forma de escolher prioridades para os leitores, dar importância àquilo que de fato vai mexer com a vida dele. Mudanças na “lojinha da esquina” podem até afetar o vizinho dela, mas para a comunidade como um todo, qual a importância? É claro que pequenas empresas crescendo juntas é legal e vamos fazer uma matéria sobre microempresas, mas a matéria do investimento/crescimento do negócio só se for algo que afete a economia da cidade.

- A TM recebe release de economia com a mesma frequência que os de outros assuntos? Tem uma média diária ou semanal?

- As assessorias das empresas são muito agressivas. Eu recebo, todo dia, no mínimo três ligações de empresas de São Paulo, Rio de Janeiro e aqui em Juiz de Fora, as empresas são menos agressivas, porque, antes delas ligarem, já corremos atrás. Existem

também empresas das quais nunca ouvimos falar querendo aparecer, principalmente quando o assunto é emprego. Mas o fato econômico vem também de outros setores.

- Por que, eventualmente, há matérias de Geral publicadas na página de Economia?

- Muito raramente. Normalmente, trabalhamos com material local e de agência. Assim, quando as notícias locais não estão boas, temos coisas acontecendo no país que servem de subsídio para a gente não deixar o leitor carente de informação naquele dia. Mas véspera de feriado é um problema. É normal para todas as editorias e não é restrito à *Tribuna de Minas*. Até os jornais diminuem de tamanho, mesmo os especializados em economia têm seu momento de pausa. Não é privilegio nosso!

- Normalmente, assuntos macroeconômicos são privilegiados nas publicações nacionais. Esse privilégio por assuntos da macroeconomia é bastante criticado pelos estudiosos do jornalismo econômico. Os jornais deveriam abordar a microeconomia também, para aproximar os leitores das histórias, nos moldes da Revista Exame e Pauta Econômica. A TM tem uma posição em relação a isso?

- A informação local é prioritária. Não existe uma descontextualização do que acontece aqui e lá fora. Então, vou dar o exemplo: a matéria deste fim de semana sobre a questão da construção civil. O setor está voltando a crescer em todo o país e aqui não é diferente. O que acontece na economia de Juiz de Fora acompanha. Já demos muitas matérias esse ano sobre isso e voltamos a falar porque realmente é um setor em crescimento. O que procuramos fazer é mostrar especificamente a cidade, sem esquecer que o que está acontecendo aqui é algo que vem de fora. A partir do que está acontecendo no país, buscamos angulações locais para mostrar para o juizforano como está a realidade dele. Isso é nossa

prioridade. Tem dia que, pelo espaço, não conseguimos dar notícias macroeconômicas que seriam interessantes. Não conseguimos, por exemplo, acompanhar a Bolsa de Valores todo os dias, o que seria o ideal. Só é publicado quando há um fato novo. Se todo dia a bolsa cair 0,2% e é um movimento que vem de 15 dias, então priorizamos. Outro exemplo: hoje, um curso de queijo no Instituto de Laticínios Cândido Tostes. O meu leitor pequeno empresário pode se interessar. Para ele, vai fazer diferença, mas quem está investindo na Bolsa vai procurar saber sobre a queda em outra fonte de informação. Como o universo é pequeno, temos que ter uma prioridade editorial. O micro é sempre mais importante.

- É feito algum trabalho acerca da humanização das pautas, sua aproximação com o leitor?

- Claro. Damos o jornalismo empresarial, mas uns 70% das nossas pautas são voltadas para o cidadão. Procuramos abordar a parte de serviços para o leitor. Por exemplo, se vale a pena ou não comprar. Na matéria deste fim de semana, identificando o crescimento da construção civil, uma nova angulação, além do próprio crescimento, é o mercado virando alvo do investidor que não compra o imóvel mais só para morar, mas também para transformá-lo em um negócio, pela valorização do setor na cidade. Então, nessa matéria, damos informação para que a pessoa possa decidir se entra nesse negócio ou não. Isso para mim é humanizar: ajudar o leitor, no sentido de orientar se é bom comprar e como tomar cuidado. Procuramos sempre fazer isso, senão a notícia de economia perde a razão da sua existência. A exceção é quando a informação é, em essência, empresarial.

- O estudioso Roulf Kuntz denuncia que as pautas de economia são dedicadas preferencialmente a uma lista de assuntos burocraticamente estabelecida? Na TM é assim? Como fugir disso? Por exemplo, a manchete da edição do dia 1º de

setembro foi o aumento do salário mínimo. Certamente no final de abril, serão publicadas diversas matérias sobre as mudanças que o mínimo traz para a economia, em especial de Juiz de Fora. Tem como fugir disso?

- É um problema que a gente enfrenta. Existem certas demandas, por exemplo, aumento do salário mínimo ou da conta de água e de energia, que não tem como fugir. O que é necessário é a inserção do contexto do fato. Analisar se é um percentual de aumento maior ou menor que o do salário naquele ano, o que representa para o trabalhador, qual o impacto que vai gerar no bolso dele. A forma de fugir disso é trazer um novo olhar para aquele fato. As notícias se repetem pelo próprio calendário da economia.

Se a economia é efervescente, com coisas boas acontecendo, o problema é a burocracia fora dessas datas, por que elas existem e não tem como mudar. Mas a economia sofre com estagnações ao longo do ano. Existem momentos em que não acontece nada do ponto de vista econômico, parece que o poder público tirou férias, o Congresso entrou de recesso, os empresários foram todos passear no exterior. Em véspera de eleição isso é comum, afinal ninguém quer fazer nada, ninguém quer investir e está todo mundo parado, esperando para ver quem é o novo presidente para poder nortear os investimentos. É claro que as grandes empresas agem à revelia do que acontece na política. Mas elas têm um poder a parte. O Grupo Votorantim, por exemplo, tem negócios independentemente de quem esteja no Poder. E são poucos que têm autonomia para fazer o que quiser. Já estão no mercado internacional e têm planejamento estratégico com base no que acontece no mundo, não só no Brasil.

Mas tomando a economia como um todo, há momentos em que temos que “cortar um dobrado” para achar matérias que interessem ao leitor. Costuma cair em comércio pequeno, mas sempre achamos alguma coisa.

- **Quando um assunto econômico tem chamada na capa? Qual o requisito pra isso? Qual o critério para uma notícia de economia ser manchete?**

- A matéria é manchete quando tem relevância para a comunidade. Quando afeta todo mundo e indica um bom ou mau momento da economia local. Aliás, a manchete não tem como característica ser apenas uma boa notícia, afinal posso ter a melhor matéria econômica daquele ano, mas a cidade foi vítima de uma catástrofe. Então, não depende só da notícia ser boa. Ela merece ser manchete quando mexe de fato com toda a cidade. Aumento no IPTU ou na conta de água, chegada de um grande empreendimento, construção de um novo aeroporto. Algo que pode mudar as relações empresariais na cidade e que influencie no planejamento das empresas.

Em relação às chamadas de capa sobre Economia há uma média de duas a três, por semana. Economia não é um assunto popular. Conseguimos um número até razoável, em função de termos só uma página no jornal e disputarmos com Esporte, um assunto popular de interesse da maioria, e com Geral/Cidade, que traz assuntos que mexem muito com a vida das pessoas, como saúde, educação e polícia. Acho que emplacamos bem.

A gente tenta ganhar espaço na primeira página todo dia, é uma disputa mesmo! Falamos muito aqui nas reuniões: “Tô vendendo isso e isso, compra que é muito bom!”.

- **A jornalista Suely Caldas, por exemplo, diz que o leitor tem necessidade da palavra do especialista. Tanto é verdade que todas as matérias, não só da TM, mas de qualquer jornal, primam pela palavra de um especialista no texto. Os grandes jornais costumam ter colunas de especialistas para discutir algum assunto de relevância na semana. Não há espaço para isso na TM? Não seria proveitoso, ainda mais porque Juiz de Fora tem três faculdades de economia e dezenas de linhas de pesquisas econômicas?**

- Não ter colunista é uma política da empresa. Em qualquer área, não só em Economia. O colunista tem que ser muito bom, uma pessoa muito afiada com a mentalidade editorial do jornal e muito compromissada. Tem colunista que não entende que coluna é uma coisa que tem que estar ali, naquele espaço, naquele horário. O jornal hoje não abre espaço para colunista. A opinião especializada é o importante.

- Juiz de Fora tem um bom perfil para se tornar uma cidade “movida” pela prestação de serviços. O comércio também vem se fortalecendo, mesmo que o informal. Há muitos anos, a indústria não cresce, mantendo sua influência na economia quase que constante. A TM tem planos para o jornalismo econômico?

- Eu acho que cobrimos bem a parte de comércio e serviços. Outra manchete do jornal deste fim de semana foi da minha equipe, sobre vagas temporárias de final de ano. Fazemos muito a cobertura do comércio. Cobrimos, por exemplo, a expansão do Shopping Independência, que reforça mais uma vez a tendência de Juiz de Fora ser um pólo da área de comércio de uma região com dois milhões de habitantes. Acompanhamos as datas importantes do comércio. Vemos como está a movimentação do varejo. Não concordo que a cobertura de comércio seja ruim por causa da cobertura de indústria.

A parte de serviços é muito segmentada. Temos, por exemplo, saúde, educação, telefonia, energia elétrica. O próprio setor de serviços financeiros, os bancos - e isso é engraçado - têm dificuldade de passar informação consolidada. Primeiro, porque existem poucas entidades representativas do setor. Segundo, por ser informação estratégica. As universidades particulares, por exemplo, têm dificuldade de passar dados, assim como as operadoras de planos de saúde. Balanços financeiros, a cobertura que conseguimos na indústria e no comércio, não temos no setor de serviços. Além de ser segmentado, segura a informação. O máximo que conseguimos é fazer um balanço do setor, sob algum aspecto. O

crescimento das escolas particulares, por exemplo, identificamos e fizemos matéria. Mas a disponibilidade da informação é mais difícil, ela é muito velada.

- Na sua opinião, a TM tem algum diferencial em sua cobertura econômica?

- O nosso maior mérito é trazer para as páginas de Economia avaliações de trabalho, empresas, fatos macroeconômicos, enfim, coisas que o cidadão não tem acesso em lugar nenhum. Esse é o nosso mérito: trazer notícias regionais, a economia local para o juizforano. Uma coisa que eu acho legal e que fazemos é trazer conteúdo com responsabilidade. A minha equipe, apesar de não ter formação, estuda muito para trazer informação com precisão e está sempre muito próxima dos professores de economia das faculdades da cidade, tanto da UFJF, quanto do Vianna.

Houve um tempo que Economia era “chutômetro”. Conheço pouco, mas desde que comecei a trabalhar na área, percebi as coisas que acontecem ao longo do processo. Cada vez mais, procuramos ser mais técnicos e rigorosos com o tratamento da informação. E, mesmo assim, erramos muito ainda.

Outra coisa na qual temos mérito é no sentido de desmistificar a economia, de sair da academia. Quando eu fiz meu curso, vi que o professor de economia é muito conservador, tem medo de fazer projeção e de errar, afinal economia não é exata. Mas ela precisa ser entendida, precisa ser discutida e damos espaço para isso. Outra coisa legal é o fato termos um espaço bastante democrático. Ontem, recebi um telefonema de um sindicalista que insistia para publicarmos uma informação a respeito de 30 trabalhadores de uma empresa que tem mil, que estavam com os salários atrasados. Respondi que, se eu desse aquilo, no dia seguinte, os trabalhadores de todas as empresas ao lado também iriam usar o espaço do jornal para reivindicar. Isso é uma forma de censura, mas necessária, afinal só tenho uma página de jornal. É questão de priorizar a informação. Mas, fora isso, somos bem democráticos.

Recebemos também muita sugestão de pauta de leitores que entram em contato. Empresas que mandam releases. Às vezes, é *marketing* e as pessoas não entendem que uma coisa é falar do investimento da Votorantim Metais, de milhões de reais, que vai abrir várias vagas de empregos, além de trazer uma exorbitante arrecadação fiscal para o município. Um investimento que agrega valor à economia. Isso não é *marketing*, isso é um fato econômico. É difícil até para quem está de fora entender essa questão de prioridades. Mas quem acompanha a economia no dia-a-dia entende. O nosso maior mérito é o espaço democrático, a forma que tratamos, com seriedade e técnica, os fatos econômicos, sem esquecer de traduzir para o leitor da forma mais digerível possível.

- Você concorda com a jornalista Suely Caldas, para quem economia é um mercado em expansão também para jornalistas?

- A partir do momento que a população está mais informada, mais consciente como cidadã, ela se preocupa com direitos políticos, educação, saúde e chega a um ponto que precisa se preocupar com o bolso. Até o momento da inflação, a preocupação com o bolso se resumia a fazer para sobreviver. A partir do momento que as pessoas, que estavam fora da elite leitora de jornais, começam a se interessar pela popança, pela compra da casa própria, pelo varejo, por dinheiro emprestado, pelo quanto deve e a se preocupar com o andamento da economia, elas vão querer saber sobre isso e comprar o jornal. Então, acho sim que há uma tendência para a valorização. Eu espero que sim! Se o brasileiro começasse a pensar a economia como uma ferramenta do dia-a-dia, com certeza não íamos ver tanta empresa quebrada, tanta gente falida, com conta no SPC. Eu acho que a partir do momento que o país começa a se desenvolver, as pessoas se preocuparem mais com economia e se educam financeiramente.

APÊNDICE C

Entrevista com o ex-editor-chefe da *Gazeta Comercial*, realizada em 30 de setembro de 2007, via e-mail

O advogado e jornalista Gylson Guilhon Loures trabalhou na imprensa juizforana nas décadas de 1960 e 1970, inclusive como redator-chefe da *Gazeta Comercial*. Começou sua vida jornalística em periódicos estudantis. “Eu sou formado em Direito. Naquela época, como existiam poucas faculdades de jornalismo, quem exercia a profissão podia requerer registro e ser considerado profissional”, esclarece Guilhon.

O jornalista foi também Secretário de Relações Públicas e Chefe de Gabinete do ex-prefeito Itamar Franco (1968-1972). Como era funcionário do Banco do Estado de Minas Gerais (Bemge), por intermédio da instituição, foi trabalhar em Brasília (DF). No Distrito Federal, se tornou colaborador do *Diário Mercantil* e da *Tribuna de Minas*.

- O senhor estava no mercado na época do *boom* do jornalismo econômico.

Como eram exercidas as atividades naquela época? Como eram definidas as pautas?

- Nas décadas de 1960 e 70, praticamente não existia jornalismo econômico na imprensa de Juiz de Fora - pelo menos, o macroeconômico - e muito menos na *Gazeta Comercial*, que era um jornal de "assuntos gerais". Existiu, no final dos anos de 1970, uma coluna econômica no *Diário Mercantil*, assinada pelo jornalista Mendonça.

- Os jornais de Juiz de Fora seguiam a tendência nacional de criação de suplementos para tratar de Economia?

- Na GC não existiu coluna ou colunista econômico, muito menos suplemento econômico.

- A Gazeta tinha colunistas de Economia? O senhor publicava artigos a respeito da economia local?

- Realmente, naquele tempo, fui redator-chefe da GC e não analista ou comentarista econômico. Permaneci ali até quando o Itamar Franco a comprou. A GC foi desativada por razões de ordem financeira, com a perda do contrato com a Prefeitura Municipal para publicação de matérias oficiais do município.

- Como era exercer a profissão na época da censura militar?

- Foi horrível trabalhar sob a ditadura militar. A censura era terrível. Proibia-se tudo: divulgar ou noticiar, por exemplo, corridas de nudistas em praias, casos de meningite, epidemias, prisão de subversivos no Brasil, na Argentina, no Uruguai, prisão de padres franciscanos subversivos em São Paulo por crime de segurança nacional, abstenção de "grupos parlamentares", manifestações e panfletagens estudantis contra a realização da exposição Brasil-Export-1973, em Bruxelas, matérias, análises, ainda que hipotéticas, relativas à recessão econômica, abastecimento de carne e outros produtos. Nem uma "palavra sequer sobre a guerrilha do Araguaia..." Estas são as minhas informações e o meu testemunho daquela época e daquele período negro, lúgubre, horroroso da História do Brasil. Que nunca mais se repita! Nunca!

APÊNDICE D

Entrevista com Clevane Pessoa, realizada por E-Mail, no dia 8 de setembro de 2007

Clevane Pessoa de Araújo Lopes trabalhou no jornal *Gazeta Comercial* na década de 1960. Ela era jornalista e colunista do diário, onde ingressou em 1964. Atuou nas diversas áreas do jornal, como repórter, e trabalhou efetivamente na área de cultura, também como colunista. Atualmente, reside em Belo Horizonte e se dedica à literatura, tanto no sentido de publicação de suas memórias jornalísticas, quanto no auxílio e revisão de outras publicações.

- O próprio nome do jornal (Comercial) sugere que sua cobertura jornalística era voltada para a Economia ou, pelo menos, para o Comércio. Isso é verdade? A Economia era valorizada no jornal?

- Quando trabalhei na *Gazeta Comercial*, nos anos 60, não me recordo de ter visto muita ênfase na Economia. Eu tinha muitos exemplares do jornal, mas, devido às constantes mudanças de endereço, acabei me desfazendo deles. Passou tanto tempo desde aquela época e, sem possuir mais meus exemplares, não sei afirmar se, esporadicamente, alguém abordava essa área. Há, claro, a probabilidade de que, antes de minha ida para lá, houvesse uma correlação com o nome escolhido. A *Gazeta* era o órgão oficial da cidade, cobria a Prefeitura.

- O jornal seguia estruturação editorial semelhante a de outros (Cidade, Geral, Polícia, Economia, Política, Nacional, Internacional, Cultura)? O corpo de repórteres era expressivo?

- Não era muito usual seguir estruturação editorial de outros jornais. A estrutura da *Gazeta* era mais livre e, mesmo assim, era complicado, pois era a época da censura, o jornalismo era cerceado. O Gylson Guilhon Loures e o Messias da Rocha que a

redigramaram. O corpo de repórteres era pequeno, pois o valor pago era baixo. Eu a preferi aos *Diários Associados* pela oportunidade de trabalhar em várias áreas, meu intuito era diversificar. Nas férias de Heli Martinelli, da página de Turismo, por exemplo, eu o substituí.

- A senhora era colunista/cronista da *Gazeta Comercial*. Isso era comum em outros setores que não Cultura? Economia, por exemplo, tinha colunista?

- Os colunistas, além de mim, eram Campomizzi Filho, de Ubá, Wagner, Laís e Henri da família Correa de Araújo e Messias da Rocha, todos na área de Letras e Artes. Tinham também o Heli Martinelli, que cuidava do Turismo e da Publicidade, a Marta Sirimarco, do Teatro, e o Roberto Guedes, da Astronomia. Já fiquei sabendo que até o Carlos Drummond de Andrade escreveu para o jornal. O Jeferson de Andrade, da Folha do Padre Eustáquio, de Belo Horizonte, também.

Sinceramente, não me lembro de alguém que escrevesse alguma coluna específica sobre economia. Mas o Guilhon, por exemplo, possuía interesses na área.

- Era fácil publicar alguma informação no jornal?

- Se alguém mandasse um bom artigo, geralmente, era publicado, independentemente de fazer parte do corpo de redação. Eu mesma, que era repórter e fazia de tudo um pouco, além de manter a coluna “Clevane Comenta” e as páginas domingueiras “Ribalta Lítero-Artística”, “Carrossel” e “Gente, Letras e Artes”, aceitei atuar como colaboradora ou indiquei outros colunistas, como a Lícia Stael, por exemplo, para a coluna de Música.

- A senhora destaca o trabalho de alguém da *Gazeta Comercial*?

- Lembro bem do Paulo Lenz, redator-chefe e irmão do dono, Theo Sobrinho, já falecido. A posteriori, entrou o Gylson Guilhon Loures. Ele foi meu chefe de redação e o responsável pela modernização do jornal e reformulação da diagramação. A *Gazeta Comercial* ainda era feita com linotipos, embora os *Diários Associados* usassem rotativa. O Messias da Rocha foi meu marido e redator-chefe de "A Tarde", uma espécie de “irmã” da Gazeta. Ele também era proprietário do tablóide Urgente. Destaco ainda a presença de José Luiz Dutra Toledo, também falecido, que marcou e muito o jornalismo mineiro.

- A senhora faz idéia de como foi o fim da *Gazeta Comercial*?

- Quando retornei a Juiz de Fora, por volta de 1990, soube que a GC não mais existia. Soube que Itamar Franco a comprara, para ajudar o então dono, Theo Sobrinho. E o Itamar não a reativou. Acredito que, nos anos 70, o jornal ainda funcionava, mas não sei se em toda a década.